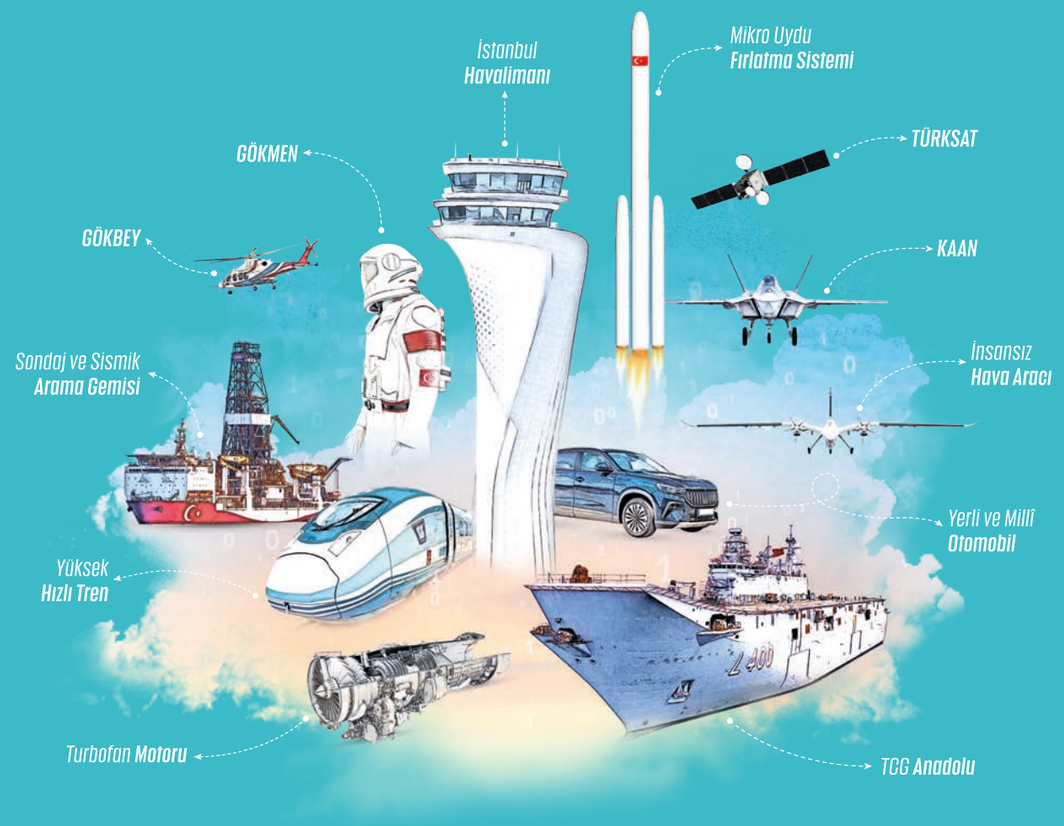
Bu kitaba sığmayan daha neler var!

eba
www.eba.gov.tr

Karekodu okut, bu kitapla ilgili EBA içeriklerine ulaş!

Teknoloji Yolculuğumuz



BU DERS KİTABI MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞINCA ÜCRETSİZ OLARAK VERİLMİŞTİR.
PARA İLE SATILAMAZ.

ISBN: 978-975-11-7981-4

Bandrol Uygulamasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin Beşinci Maddesinin İkinci Fıkrası Çerçevesinde Bandrol Taşıması Zorunlu Değildir.

GAZETECİLİK ALANI

DİJİTAL MEDYADA HABERCİLİK 11

Ders Materyali

MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ | GAZETECİLİK ALANI



DİJİTAL MEDYADA HABERCİLİK

11 DERS MATERYALİ

MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ

GAZETECİLİK ALANI

DİJİTAL MEDYADA HABERCİLİK

11
Ders Materyali

YAZARLAR

Abdullah ATAŞÇI

Esma MUTLUCAN AYDIN

Zümra KÜÇÜK

MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI YAYINLARI 9354
YARDIMCI VE KAYNAK KİTAPLAR DİZİSİ 3014

Her hakkı saklıdır ve Millî Eğitim Bakanlığına aittir. Ders materyalinin metin, soru ve şekilleri kısmen de olsa hiçbir surette alınıp yayımlanamaz.

HAZIRLAYANLAR

Dil Uzmanı
Nurdagül TÜRKAN

Program Geliştirme Uzmanı
Seçkin Seçil BAŞARAN

Rehberlik Uzmanı
Ali İLİŞ

Ölçme ve Değerlendirme Uzmanı
Arzu URGUN

Görsel Tasarım Uzmanı
İlknur BAL YÜCEL

ISBN: 978-975-11-7981-4

Millî Eğitim Bakanlığının 24.12.2020 gün ve 18433886 sayılı oluru ile Meslekî ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğünce ders materyali olarak hazırlanmıştır.



İSTİKLÂL MARŞI

Korkma, sönmez bu şafaklarda yüzen al sancak;
Sönmeden yurdumun üstünde tüten en son ocak.
O benim milletimin yıldızıdır, parlayacak;
O benimdir, o benim milletimindir ancak.

Çatma, kurban olayım, çehreni ey nazlı hilâl!
Kahraman ırkıma bir gül! Ne bu şiddet, bu celâl?
Sana olmaz dökülen kanlarımız sonra helâl.
Hakkıdır Hakk'a tapan milletimin istiklâl.

Ben ezelden beridir hür yaşadım, hür yaşarım.
Hangi çılgın bana zincir vuracakmış? Şaşarım!
Kükremiş sel gibiyim, bendimi çiğner, aşarım.
Yırtarım dağları, enginlere sığmam, taşarım.

Garbın âfâkını sarmışsa çelik zırhlı duvar,
Benim iman dolu göğsüm gibi serhaddim var.
Ulusun, korkma! Nasıl böyle bir imanı boğar,
Medeniyyet dediğin tek dişi kalmış canavar?

Arkadaş, yurduma alçakları uğratma sakın;
Siper et gövdeni, dursun bu hayâsızca akın.
Doğacaktır sana va'dettiği günler Hakk'ın;
Kim bilir, belki yarın, belki yarından da yakın.

Bastığın yerleri toprak diyerek geçme, tanı:
Düşün altındaki binlerce kefensiz yatanı.
Sen şehit oğlusun, incitme, yazıktır, atanı:
Verme, dünyaları alsan da bu cennet vatanı.

Kim bu cennet vatanın uğruna olmaz ki feda?
Şüheda fışkıracak toprağı sıksan, şüheda!
Cânı, cânânı, bütün varımı alsın da Huda,
Etmesin tek vatanımdan beni dünyada cüda.

Ruhumun senden İlâhî, şudur ancak emeli:
Değmesin mabedimin göğsüne nâmahrem eli.
Bu ezanlar -ki şehadetleri dinin temeli-
Ebedî yurdumun üstünde benim inlemeli.

O zaman vecd ile bin secde eder -varsa- taşım,
Her cerîhamdan İlâhî, boşanıp kanlı yaşım,
Fışkırır ruh-ı mücerret gibi yerden na'şım;
O zaman yükselerek arşa değer belki başım.

Dalgalan sen de şafaklar gibi ey şanlı hilâl!
Olsun artık dökülen kanlarımın hepsi helâl.
Ebediyyen sana yok, ırkıma yok izmihlâl;
Hakkıdır hür yaşamış bayrağımın hürriyyet;
Hakkıdır Hakk'a tapan milletimin istiklâl!

Mehmet Âkif Ersoy

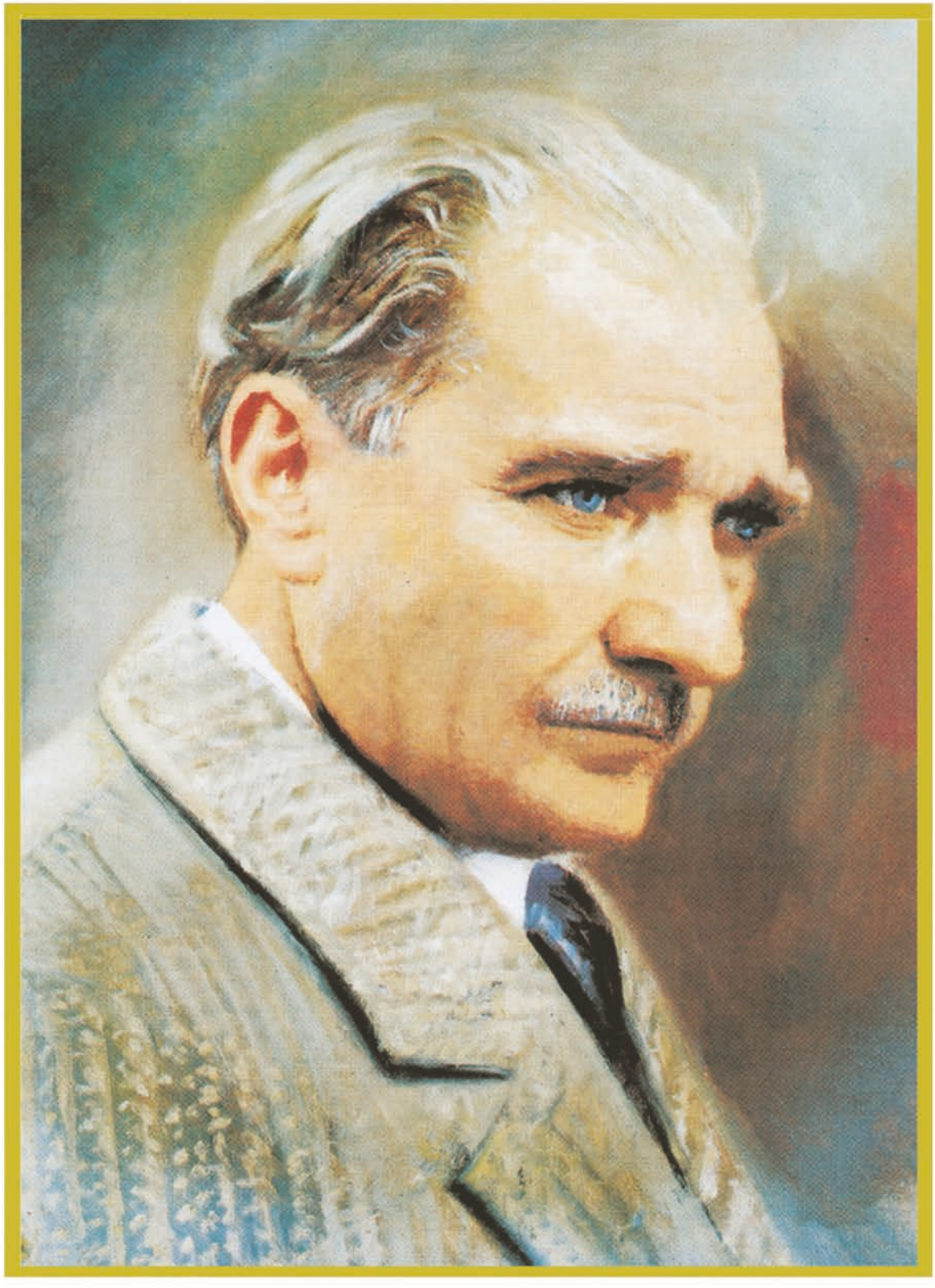
GENÇLİĞE HİTABE

Ey Türk gençliği! Birinci vazifen, Türk istiklâlini, Türk Cumhuriyetini, ilelebet muhafaza ve müdafaa etmektir.

Mevcudiyetinin ve istikbalinin yegâne temeli budur. Bu temel, senin en kıymetli hazinendir. İstikbalde dahi, seni bu hazineden mahrum etmek isteyecek dâhilî ve hâricî bedhahların olacaktır. Bir gün, istiklâl ve cumhuriyeti müdafaa mecburiyetine düşersen, vazifeye atılmak için, içinde bulunacağın vaziyetin imkân ve şeraitini düşünmeyeceksin! Bu imkân ve şerait, çok namüsait bir mahiyette tezahür edebilir. İstiklâl ve cumhuriyetine kastedecek düşmanlar, bütün dünyada emsali görülmemiş bir galibiyetin mümessili olabilirler. Cebren ve hile ile aziz vatanın bütün kaleleri zapt edilmiş, bütün tersanelerine girilmiş, bütün orduları dağıtılmış ve memleketin her köşesi bilfiil işgal edilmiş olabilir. Bütün bu şeraitten daha elîm ve daha vahim olmak üzere, memleketin dâhilinde iktidara sahip olanlar gaflet ve dalâlet ve hattâ hıyanet içinde bulunabilirler. Hattâ bu iktidar sahipleri şahsî menfaatlerini, müstevlîlerin siyasî emelleriyle tevhit edebilirler. Millet, fakr u zaruret içinde harap ve bîtap düşmüş olabilir.

Ey Türk istikbalinin evlâdı! İşte, bu ahval ve şerait içinde dahi vazifen, Türk istiklâl ve cumhuriyetini kurtarmaktır. Muhtaç olduğun kudret, damarlarındaki asil kanda mevcuttur.

Mustafa Kemal Atatürk



MUSTAFA KEMAL ATATÜRK

İÇİNDEKİLER

DERS MATERYALİNİN TANITIMI 11

1. ÖĞRENME BİRİMİ
DİJİTAL MEDYA VE HABERCİLİK

1.1. DİJİTAL MEDYA VE DİJİTAL HABERCİLİK 16
1.1.1. Dijital Medya 16
1.1.2. Dijital Medya Türleri 16
1.2. DİJİTAL MEDYA VE GELENEKSEL MEDYA ARASINDAKİ FARKLAR 18
1.3. DİJİTAL HABERCİLİĞİN AŞAMALARI 27
1.4. DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞI 34
1.5. DİJİTAL HABERCİLİKTE ETİK 36
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 39

2. ÖĞRENME BİRİMİ
HABER PORTALI

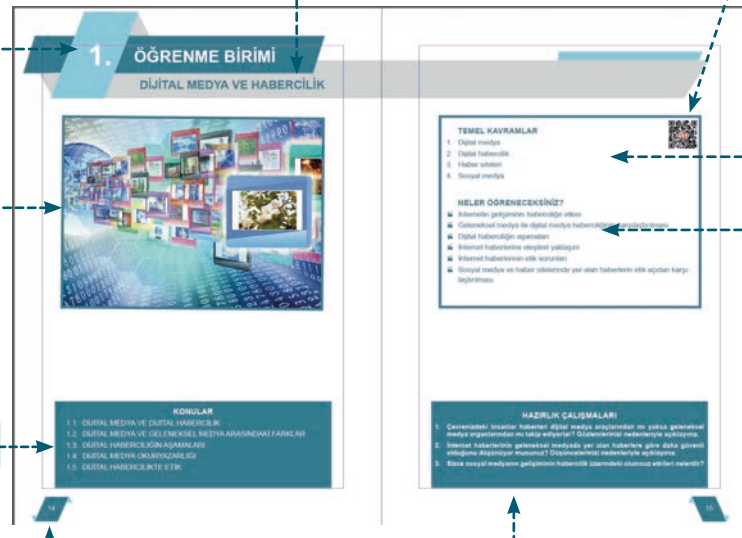
2.1. HABER SİTELERİNİN ÖZELLİKLERİ 44
2.1.1. Haber Sitesinde Bulunması Gereken Özellikler 44
2.1.2. Ülkemizdeki Haber Sitelerinin İncelenmesi 45
2.1.3. Haber Kategorileri 50
2.1.4. Haber Sitelerinin Güncel Olması 50
2.1.5. Haber Sitelerinin Dijital Habercilik Bağlamında Değerlendirilmesi ... 51
2.2. HABER PORTALI KULLANIMI 54
2.2.1. Haberi Öne Çıkarma ve Haberi Kategorize Etme 54
2.2.2. Haber Sitesinin Görünümünün Farklı Formatlarda Düzenlenmesi .. 58
2.3. İNTERNET HABERİ İÇİN VERİ TOPLAMA 61
2.3.1. Ajanslar 61
2.3.2. Bültenler 61
2.3.3. Özgün Kaynaklar 62
2.3.4. İnternet Ortamında Araştırma Yapma 62
2.3.5. E-posta Yoluyla Haber Toplama 62
2.3.6. Diğer Ulusal-Uluslararası Yayın Organları 62
2.4. İNTERNET HABERİ İÇİN METİN DÜZENLEME 70
2.4.1. İnternet Haberinde Başlığın Önemi 70
2.4.2. İnternet Sitesi İçin Haber Metni Yazma Örnekleri 73
2.5. İNTERNET HABERİ İÇİN GÖRSEL DÜZENLEME 76
2.5.1. Haber Sitesi İçin Hazır Şablonlar İçerisinde Görsel Materyallerin Düzenlenmesi 78

2.5.2. Manşet Görselini Yazıyla Destekleme 82
2.6. HABER PAYLAŞIMI 86
2.6.1. İnternet Haber Sitesi Üzerinden Haberleri Yayımlama 86
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 88

3. ÖĞRENME BİRİMİ
SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDA HABER ÜRETİMİ

3.1. HABER PLATFORMU OLARAK SOSYAL MEDYA 92
3.1.1. Sık Kullanılan Sosyal Medya Araçlarının Habercilik Açısından Özellikleri 93
3.1.2. Sosyal Medyada Yayımlanan Haberlerin Yazılı ve Görsel İçeriklerinin Özellikleri 95
3.1.3. Sosyal Medyada Yayılan Haberlerin Kitleyi Yönlendirici Etkisi 100
3.1.4. Ham Verilerin Dijital Medya İçin Habere Dönüştürülmesi 101
3.2. SOSYAL MEDYA İÇİN YAZILI İÇERİK ÜRETİMİ 102
3.2.1. Sosyal Medya İçin Haber Girişi Yazma 102
3.2.2. Sosyal Medya İçin Haber Gövdesi Yazma 106
3.2.3. Sosyal Medya İçin Haber Başlığı Yazma 107
3.3. SOSYAL MEDYA İÇİN GÖRSEL İÇERİK ÜRETİMİ 108
3.3.1. Sosyal Medyada Haber Görseli Örnekleri 109
3.3.2. Görselin Sosyal Medya Uygulamalarına Uygun Biçimde Düzenlenmesi 111
3.4. SOSYAL MEDYADA HABER PAYLAŞIMI 114
3.4.1. İçeriğin Kolay Ulaşılabilir Olması İçin Kelime Etiketleme 114
3.4.2. Görsel Üzerine Yazı Yazma Uygulamaları 115
3.4.3. Haber İçeriklerinin Birden Fazla Sosyal Medya Platformunda Paylaşılması 118
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 120
TERİMLER SÖZLÜĞÜ 122
CEVAP ANAHTARI 123
KAYNAKÇA 124

DERS MATERYALİNİN TANITIMI



Öğrenme biriminin adını gösterir.

Etkileşimli kitap, video, ses, animasyon, uygulama, oyun, soru, vb. ilave kaynaklara ulaşabileceğiniz karekodu gösterir.

Öğrenme biriminin numarasını gösterir.

Öğrenme biriminin temel kavramlarını gösterir.

Öğrenme biriminin görselini gösterir.

Öğrenme biriminde neler öğrenileceğini gösterir.

Öğrenme biriminin konularını gösterir.

Öğrenme biriminin sayfa numarasını gösterir.

Öğrenme biriminin hazırlık çalışmalarını gösterir.

Öğrenme biriminin konu başlığını gösterir.

3.1. HABER PLATFORMU OLARAK SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, kullanıcıların kendi ürettiği içeriği paylaşarak yayımladığı çevrimiçi (online) bir ağdır. Birçok kişi ve kurum tarafından aktif olarak kullanılan sosyal medyada kullanıcılar; makale, haber, fikir, günlük olay ve fotoğraflar paylaşır.

İletişim kurmak amacıyla kullanılan sosyal medya aynı zamanda gelişmelerden haberdar olmak için de kullanılır. Bu amaçla kullanılan sosyal ağlar; bloglar, haber siteleri, anlık mesajlaşma programları, chat (çet) siteleri, bilgi amaçlı kurulan internet siteleri gibi farklı alanlardan oluşur. Kullanıcılar bu ağlar sayesinde gerçek bilgiye erişebilmektedir (Görsel 3.1)

Öğrenme biriminin konu anlatımını gösterir.

Bilgi kutusunu gösterir.

BİLGİ KUTUSU

İllüstrasyon: Fransızca kökenli bir kelimedir. Gözle görülebilecek olanın abartılarak ya da tamamen hayal ürünü çizgilerle resmedilmesi anlamına gelir. Tarihteki ilk illüstrasyon örnekleri, yüzlerce yıl önce mağaralara yapılan çizimlerdir.

DERS MATERYALİNİN TANITIMI

Uygulama numarasını ve adını gösterir.

1. UYGULAMA

Geleneksel Medya ve Dijital Medyada Yer Alan Haber Örneklerini Karşılaştırma ve Tablo Oluşturma

Amaç: Geleneksel medya ve dijital medyada yer alan haber örneklerini karşılaştırmak.

Yönerge: Geleneksel ve dijital medyada yer alan haber örneklerini aşağıdaki işlem basamaklarına göre karşılaştırınız. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: kalem, defter, internet.

Süre: 120 dk.

İşlem Basamakları

1. Geleneksel ve dijital medyayı temsil eden medya kuruluşlarını belirleyiniz.
2. Hem geleneksel hem de dijital medyada yer alan aynı içerikli haberler belirleyiniz.
3. Haberleri yazıldığı teknik, detayların ele alınışı, görsellerin kullanılışı yönünden inceleyiniz.
4. Defterinize veya A4 kâğıdına karşılaştırma tablosu çiziniz.
5. Tablonuzu arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Yaptığınız Geleneksel Medya ve Dijital Medyada Yer Alan Haber Örneklerini Karşılaştırma ve Tablo Oluşturma uygulaması, aşağıda verilen kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

İşlem basamaklarını gösterir.

Uygulama süresini gösterir.

Geleneksel Medya ve Dijital Medyada Yer Alan Haber Örneklerini Karşılaştırma ve Tablo Oluşturma Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	No:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	Geleneksel ve dijital medyada yer alan aynı içerikli haberleri belirledi.		
2	Haberleri içerikleri, teknikleri ve biçimleri yönünden inceledi.		
3	İnceleme sonucundaki tespitleri tablo üzerinde gösterdi.		
4	Tablonun sunumunu yaptı.		

Uygulama kontrol listesini gösterir.

Konu hakkında öğrenilen bilgilerin pekiştirilmesi amacıyla yapılacak çalışmaların yer aldığı bölümü gösterir.

4. ETKİNLİK

Farklı kaynaklardan alınan haberlerin siteler için internet haberine dönüştürülmüş örneği verilmiştir. Haber yayımlanmadan önce yapılan değişiklikleri inceleyiniz. Değişikliklerle ilgili fikirlerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

7. Örnek Haber

Meslek liseleri 11 ayda 5 ülkeyle ihracat anlaşması imzaladı

Milli Eğitim Bakanı, meslek liselerinin 11 ayda 5 ülke ile 2 milyon 754 bin lirayı bulan ihracat anlaşması imzaladığını bildirdi.

Bakan, 11 aylık sürede mesleki eğitimde tescili alınan ürünlerin ticarileşmesi çalışmalarına ilişkin yazılı açıklama yaptı.



Görsel 2.43: Haberin görseli

Konu ile ilgili görseli gösterir.

Görsel numarasını ve açıklamasını gösterir.

Meslek liselerinin, ticarileşen ürünleri aynı zamanda ihraç etmeye başladığını vurgulayan bakan, şunları kaydetti:

"Meslek liselerimiz ihracat yelpazesine yeni ülkeler ekleyerek dünya pazarındaki yerini genişletmeye çalışıyor. Bu kapsamda, meslek liselerinin ihracat anlaşması yaptığı ülke sayısı Fransa, Romanya, Irak, Bosna Hersek ve Kuzey Makedonya olmak üzere 5'e yükseldi. Söz konusu ülkelerle yapılan ihracat anlaşmalarının toplam değeri 2 milyon 754 bin lirayı buldu."

İhraç edilen ürünler arasında elektrik elektronik deney seti, şal, demir kapı, fırın sistemi, kimya ve temizlik ürünleri başlıklarının öne çıktığını belirten bakan, «Öğrencilerimiz hem üretimin tüm aşamalarında yer alarak yaparak öğreniyor hem de ülke ekonomisine katkıda bulunan bireyler olarak yetişiyor. Okullarımızla ve öğrencilerimizle gurur duyuyoruz.değerlendirmesinde bulundu (Görsel 2.43)

Meslek liseleri 11 ayda 5 ülkeyle ihracat yapacak

Milli Eğitim Bakanı, meslek liselerinin 11 ayda 5 ülke ile 2 milyon 754 bin lirayı bulan ihracat anlaşması imzaladığını açıkladı.

Milli Eğitim Bakanı, 11 aylık sürede mesleki eğitimde tescili alınan ürünlerin ticarileşmesi çalışmalarına ilişkin yazılı açıklama yaptı.

DERS MATERYALİNİN TANITIMI

Ölçme ve değerlendirme sorularının cevap anahtarını gösterir.

CEVAP ANAHTARI

1. ÖĞRENME BİRİMİ: DİJİTAL MEDYA VE HABERCİLİK

1	2	3	4	5	6	7	8
Yanlış	Doğru	Doğru	Yanlış	Doğru	video	etik	telif
9	10	11	12	13	14	15	
doğruluğunun	güncellenmeye	E	A	E	B	C	

2. ÖĞRENME BİRİMİ: HABER PORTALI

1	2	3	4	5	6	7	8
Yanlış	Doğru	Yanlış	Doğru	slider	ters piramit tekniği	alt başlık	B
9	10						
E	B						

Öğrenme biriminin Ölçme ve Değerlendirme sorularını gösterir.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A) Aşağıdaki cümlelerin başında boş bırakılan parantezlere, cümlelerde verilen bilgiler doğru ise D, yanlış ise Y yazınız.

1. (…) Haber siteleri gelişmiş bir muhabir kadrosuna sahiptir.
2. (…) Haber sitesi hızlı bir şekilde güncel haberleri yayımlamalıdır.
3. (…) Sayfa tasarımında menüler küçük düğmeli olmalı ve sayfanın alt kısmında bulunmalıdır.
4. (…) Online piramit tekniği, daha fazla haberi ilk sayfada sunma imkânı verir.

B) Aşağıdaki cümlelerde boş bırakılan yerlere doğru sözcükleri yazınız.

5. Web sayfasına eklenen slayt ve sunulara ..... denir.
6. Haber sitelerinin en çok kullandığı haber yazma tekniğine ..... denir.
7. Haberin ana başlığını destekleyen ancak gövde ile ilgili detaylı bilgi vermeyen başlığa ..... denir.

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

8. **Aşağıdakilerden hangisi internet gazeteciliğinin okur kitle açısından sunduğu imkânlardan biridir?**

A) Haberin farklı formatlarda sunumu
B) İnteraktif geri besleme
C) Ses ve video dosyalarının kullanımı
D) Arşivleme ve arşive ulaşım kolaylığı
E) Habere ilişkin ek metinlerin sunumu

Ders materyalinin terimler sözlüğünü gösterir.

TERİMLER SÖZLÜĞÜ

A

ajans: Haber toplama, yayma ve üyelerine dağıtma işiyle uğraşan kuruluş.

arama motoru: Kullanıcıların genel ağ üzerindeki kaynaklara anahtar sözcükler yardımıyla ulaşmalarını sağlayan araç.

arayüz: Yazılım ile kullanıcının etkileşimini sağlamak üzere düzenlenmiş ekran görüntüsü.

D

dijital: Bilgisayar, tablet, cep telefonu vb. kullanılarak genel ağ ortamında oluşturulan; sanal.

dijital vatandaş: Sanal ortamlarda haklarının, görevlerinin ve sorumluluklarının farkında olan kimse.

Karekod, ders materyalinde kullanılan genel ağ ve görsel kaynakçası listesini gösterir.

GENEL AĞ KAYNAKÇASI VE GÖRSEL KAYNAKÇASI

Materyalin genel ağ kaynakçasına ve görsel kaynakçasına buradan ulaşabilirsiniz. Karekoda ulaşılmaması durumunda aşağıdaki linki kullanabilirsiniz.

http://kitap.eba.gov.tr/karekod/Kaynak.php?KOD=2067

* Kaynakça, TDK yazım kuralları ve kaynak gösterme biçimi esas alınarak hazırlanmıştır.

1. ÖĞRENME BİRİMİ

DİJİTAL MEDYA VE HABERCİLİK



KONULAR

1.1. DİJİTAL MEDYA VE DİJİTAL HABERCİLİK
1.2. DİJİTAL MEDYA VE GELENEKSEL MEDYA ARASINDAKİ FARKLAR
1.3. DİJİTAL HABERCİLİĞİN AŞAMALARI
1.4. DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞI
1.5. DİJİTAL HABERCİLİKTE ETİK

TEMEL KAVRAMLAR

1. Dijital medya
2. Dijital habercilik
3. Haber siteleri
4. Sosyal medya

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

- İnternetin gelişiminin haberciliğe etkisi
- Geleneksel medya ile dijital medya haberciliğinin karşılaştırılması
- Dijital haberciliğin aşamaları
- İnternet haberlerine eleştirel yaklaşım
- İnternet haberlerinin etik sorunları
- Sosyal medya ve haber sitelerinde yer alan haberlerin etik açıdan karşılaştırılması

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. **Çevrenizdeki insanlar haberleri dijital medya araçlarından mı yoksa geleneksel medya organlarından mı takip ediyorlar? Gözlemlerinizi nedenleriyle açıklayınız.**
2. **İnternet haberlerinin geleneksel medyada yer alan haberlere göre daha güvenli olduğunu düşünüyor musunuz? Düşüncelerinizi nedenleriyle açıklayınız.**
3. **Sizce sosyal medyanın gelişiminin habercilik üzerindeki olumsuz etkileri nelerdir?**

1.1. DİJİTAL MEDYA VE DİJİTAL HABERCİLİK

Medya; temelde en az iki kişi arasında haber, bilgi veya eğlence akışını sağlayan bir kavramı ifade eder. Teknolojinin hızlı ilerlemesi, pek çok sektörde olduğu gibi gazetecilik alanında da önemli değişikliklere yol açmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişim diğer alanlardaki değişimlerden daha hızlıdır. Bunun en önemli sebebi, insanların iletişim teknolojilerine olan taleplerinin artış göstermesidir.

Dijitalleşen iletişim; insan davranışlarını, sosyal yaşamın sınırlarını yeni baştan düzenlemekte ve geleneksel yapıdaki pek çok kurumu ve ortamı değiştirmektedir.

Geleneksel medyayı meydana getiren gazete, dergi gibi iletişim araçlarının tirajları ile radyo dinlenme oranları sürekli düşerken dijital medyayı meydana getiren gazetelere, video ve ses kaydı oynatıcı platformlara olan talep sürekli bir artış göstermektedir.

1.1.1. Dijital Medya

Dijital medya, dijital içeriklerin yayınlandığı tüm platformları kapsar (Görsel 1.1). Dijital medya; dijital kablolar veya uydular aracılığıyla tablet, telefon, bilgisayar gibi araçlara gönderilen 1 ve 0'lardan meydana gelen ikili kodun ses, video, grafik, metin gibi içeriklere dönüştürüldükten sonra ikinci kişilere sunulmasıdır. Videolar, makaleler, reklamlar, müzikler, canlı yayınlar, sesli kitaplar, sanal gerçeklik ya da dijital sanat unsurları dijital medyayı meydana getirir.



Görsel 1.1: Dijital medya içerikleri

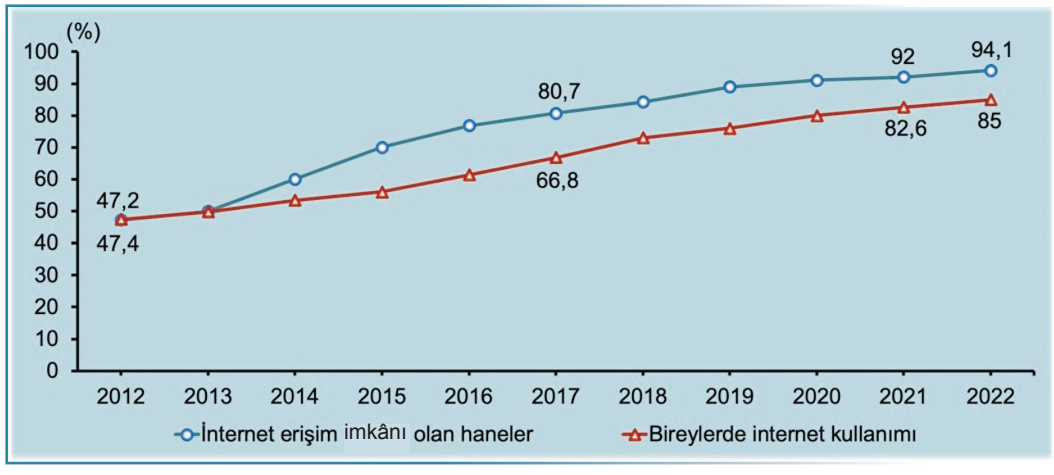
1.1.2. Dijital Medya Türleri

Geleneksel medyayı meydana getiren gazete, dergi, kitap gibi yayınlar matbaanın icadıyla hız kazanmıştır. 1800'lü yıllarda telgrafın, 1900'lü yıllarda radyo ve televizyonun bulunması medyanın biçimini ve gücünü artırmıştır. Günümüzde bilgisayarın ve özellikle internetin gelişimiyle birlikte geleneksel medya unsurları yeni medya içerisinde yeni bir biçime kavuşmuştur.

Dijital medya türleri; işitsel [audio (adıyo)], hem işitsel hem görsel (video), sosyal medya ve yazılı araçlar olarak kategorilere ayrılır. İnternetin pek çok haneye girmesi ve bireysel kullanımın da artmasıyla bütün dijital medya türleri, bilgiyi üretmede ve yaymada geleneksel medyaya göre çok daha hızlı hâle gelmiştir.

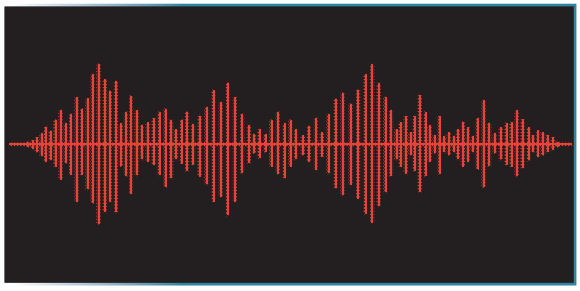
Dijital medya araçları her geçen gün çeşitlenmekte ve etkisini artırmaktadır. Bu artışta, hanelerin internete erişiminin kolaylaşması etkili olmuştur. TÜİK verilerine göre ülkemizde hem hanelerin hem de bireylerin internete erişimi her yıl artmaktadır (Tablo 1.1).

Tablo 1.1: Hanelerde İnternet Erişim İmkânı ve Bireylerde İnternet Kullanımı (2012-2022)



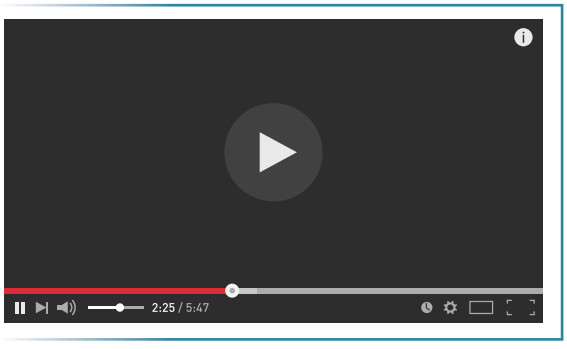
Günümüzde kullanılan dijital medya türleri şunlardır:

İşitsel: Dijital radyo istasyonları, podcastler (potkest), sesli kitaplar, sesli röportajlar ve etkileşimli ses kayıtları işitsel dijital medya araçlarını meydana getirir (Görsel 1.2). Günümüzde pek çok şarkıdan oluşan veri tabanları bulunan müzik platformları, sesli röportajlara yer veren sosyal medya kanalları, seslendirilmiş binlerce kitabı dinleyicilere sağlayan platformlar, sadece internet üzerinden yayın yapan radyolar bulunmaktadır.



Görsel 1.2: İşitsel dijital medya kaydedici

Görsel: Sinema, dizi platformları, video yayını yapan siteler görüntülü veya dijital medya araçlarını meydana getirir (Görsel 1.3). İnternetin gelişimi ve telefon, tablet gibi her yere taşınabilen iletişim araçlarının kullanımının artması görsel dijital medyanın gücünü artırmıştır.



Görsel 1.3: Dijital video oynatıcı

Sosyal Medya: Dijital medya araçları içinde gücünü en çok artıran araçların sosyal medya platformları olduğu söylenebilir. Günümüzde sosyal medya hem içerik hem de etkileşim açısından oldukça güçlüdür. Kullanıcıların her an her yerde cep telefonlarıyla bile metin, görsel, ses kayıtları ve video paylaşmaları; paylaşılanları paylaşabilmeleri, yorum yapmaları veya beğenilerini göstermeleri sosyal medya platformlarının güçlenmesinde önemli etmenlerdir (Görsel 1.4).

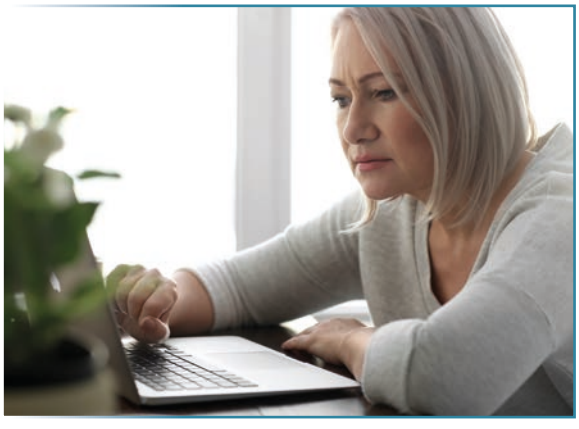


Görsel 1.4: Cep telefonundan sosyal medyaya ulaşım

Kullanıcıların popüler kültürden edebiyata, sinemadan spora, günlük yaşamı kolaylaştıran pratik eşya yapımından yemek tariflerine kadar her alanda hızlı bir şekilde paylaşım yapmaları, kişisel haberleri yaymaları, başka kullanıcılarla etkileşim içinde olmaları sosyal medyayı dijital medya içinde en önemli platformlardan biri hâline getirmiştir.

Pazarlama ve Reklamcılık: Dijital medyanın hızlı bir şekilde her eve girmesi ve her bireyin internete kolay erişimi, dijital medya türleri arasında pazarlama ve reklamcılığı öne çıkarmıştır. Özellikle reklam veren şirketler ve kurumlar dijital medyayı etkili bir şekilde kullanmaktadır.

Reklamların kullanıcının isteği dışında otomatik olarak yayınlanması önemli bir tartışma konusudur.



Görsel 1.5: İnternetten haber okumak

Haber Siteleri: Dijital medya araçları ne kadar çeşitlenmiş ve güçlenmiş olursa olsun insanların okuma isteği devam etmektedir. İnternet yayını yapan gazetelerin hızlı bir şekilde haberi duyurması, bu gazetelerin basılı medya araçlarından daha çok okunmasını sağlamaktadır (Görsel 1.5).

Günümüzde dijital medya organları edebiyat, magazin, spor, beslenme, siyaset gibi birbirinden oldukça farklı alanlardaki haberleri bir arada verebilmektedir. Ayrıca bu alanlara yönelik özel hazırlanmış dijital medya organları da vardır.

1. ETKİNLİK

Bir haber sitesi belirleyiniz. Bu haber sitesinde yer alan haberlerin içeriklerini, güncel haber verme sıklıklarını, sitede yer alan reklamların içeriğini ve sayısını aşağıda boş bırakılan yere yazınız.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

1.2. DİJİTAL MEDYA VE GELENEKSEL MEDYA ARASINDAKİ FARKLAR

Dijital medya ile geleneksel medya arasındaki farklar, internet ve mobil teknolojisindeki gelişmelerle her geçen gün daha da artmaktadır.

İnternetin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte farklı medya biçimleri bir arada verilebilmekte ve çok yönlü iletişim biçimlerine olanak tanınmaktadır. Bu da dijital medya kullanıcılarının istedikleri zaman ve mekânda habere, bilgiye ve eğlenceye hızlı bir şekilde ulaşmalarını sağlamaktadır.

Gazete (Görsel 1.6), dergi, televizyon gibi kitle iletişim araçları geleneksel medyayı oluşturur. Geleneksel medyaya erişmek her zaman mümkün değildir. Dijital medyaya ise cep telefonu, bilgisayar, tablet, yeni nesil televizyon gibi medya araçları (Görsel 1.7) aracılığıyla her an her yerde ulaşılabilmektedir.

Dijital medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özellik, kullanıcıların çift yönlü etkileşim içine girebilmeleridir.



Görsel 1.6: Geleneksel medya araçlarından gazete



Görsel 1.7: Dijital medya araçları

Geleneksel medya ile dijital medya arasındaki farklar şu şekilde sıralanabilir:

a) Geleneksel medyada yer alan haber, geçmiş bir zamanda olup bitmiştir. Gazete ve dergilerde en az bir gün önceki haberler verilirken televizyon ve radyoda haber bültenlerinden önceki saat dilimlerinde gerçekleşen haberlere yer verilir. Geleneksel medya içerikleri bu açıdan durağandır. Dijital medyadaysa haber sürekli güncellendiğinden yeni bilgiler içerir. Başka bir deyişle haber dinamiktir. Özellikle büyük internet kuruluşları güncel bilgileri kullanarak yedi gün yirmi dört saat yayın yapabilmektedir.

b) Geleneksel medya araçlarının okuyucuya ulaşması sınırlıdır. Dijital medyadaysa okuyucu habere dilediği zaman ulaşabilir.

c) Geleneksel medyada haber, yer aldığı kitle iletişim aracına göre tek formatta verilir. Dijital medyadaysa bir haber; yazılı ve sesli olarak, grafiklerle veya görüntülü dosyalarla desteklenerek verilebilir. Bu da dijital medyanın multimedya ve hipermetinsellik özelliğini gösterir.

ç) Geleneksel medyada haberlerin arşivlenmesi büyük bir emek gerektirir. Ayrıca dergi ve gazetelerin arşivlenmesi (Görsel 1.8) mekân açısından sıkıntılar da yaratır. Dijital medyadaysa haberler kolay arşivlenir ve kullanıcı istediği zaman bu haberlere hızlı bir şekilde ulaşabilir.



Görsel 1.8: Gazetelerin arşivlenmesi

d) Geleneksel medya haberleri tek yönlüdür. Dijital medya haberleriyse interaktif etkileşim sağlar. Okuyucu veya dinleyici / izleyici içeriklere anında yorum yapabilir.

e) Geleneksel medya, kamuoyunun genelini ilgilendiren haberlere yer vermek zorundadır. Dijital medyada belirli gruplara yönelik haberler de yer alır. Geleneksel medyada yer alamayan pek çok haber, dijital medyada yayınlanabilmektedir.

BİLGİ KUTUSU

Hipermetinsellik, arayüz veya ağ üzerinden başka alternatif mecralara ve metinlere linkler ve etiketler yardımıyla kolaylıkla erişim anlamına gelir.



Görsel 1.9: Geleneksel medyada çalışan profesyonel gazeteci

f) Geleneksel medyada yer alan haberleri karşılaştırmak masraflı ve sınırlıdır. Dijital medyada kullanıcı birçok haber sitesini anında karşılaştırma imkânına sahiptir.

g) Geleneksel medyada haberleri yapanlar profesyonel gazetecilerdir (Görsel 1.9). Dijital medyada kullanıcılar da içerik üretebilmektedir.

ğ) Geleneksel medyada haberler bir denetim sürecinden geçerek yayımlanırken dijital medyada haberlerin bir kısmı bu denetim mekanizmasından geçmeden yayımlanabilmektedir. Bu da dijital medya haberlerinde etik sorunlara neden olmaktadır.

h) Dijital medya haberciliği, geleneksel medya haberciliğine göre daha az maliyetlidir.

Aşağıda hem dijital hem de geleneksel medyada yer alan aynı içerikli bir habere yer verilmiştir.

Dijital Medyadan Alınan Haber Örneği

OKYANUSLARIN SESSİZ ŞAMPİYONLARI: DENİZ KAPLUMBAĞALARI REKOR YUVALAMA SEZONUYLA DÖNÜYOR

YAYIN TARİHİ: 22 Temmuz 2026 | KATEGORİ: Çevre & Doğa / Teknoloji / Bilim
OKUMA SÜRESİ: 6 Dakika

Akdeniz kıyılarında yürütülen kapsamlı koruma çalışmaları, yapay zekâ destekli izleme sistemleri ve yerel toplulukların etkin katılımı sayesinde, deniz kaplumbağalarının (Caretta caretta) yuva sayısında ve denize ulaşan yavru oranında son yılların rekor seviyesine ulaşıldı.

Dijital Haritalar ve Yapay Zekâ Sahillerde Nöbette

Okyanus ve deniz ekosistemlerinin en kritik gösterge türlerinden biri olan deniz kaplumbağaları, bu sezon Akdeniz sahillerine büyük bir umut taşıyor. Çevre araştırma merkezleri, üniversitelerin deniz biyolojisi bölümleri ve gönüllü çevre koruma derneklerinin ortaklaşa yürüttüğü proje kapsamında, bu yıl teknolojinin gücünü arkasına alarak tarihi bir başarıya imza attı.

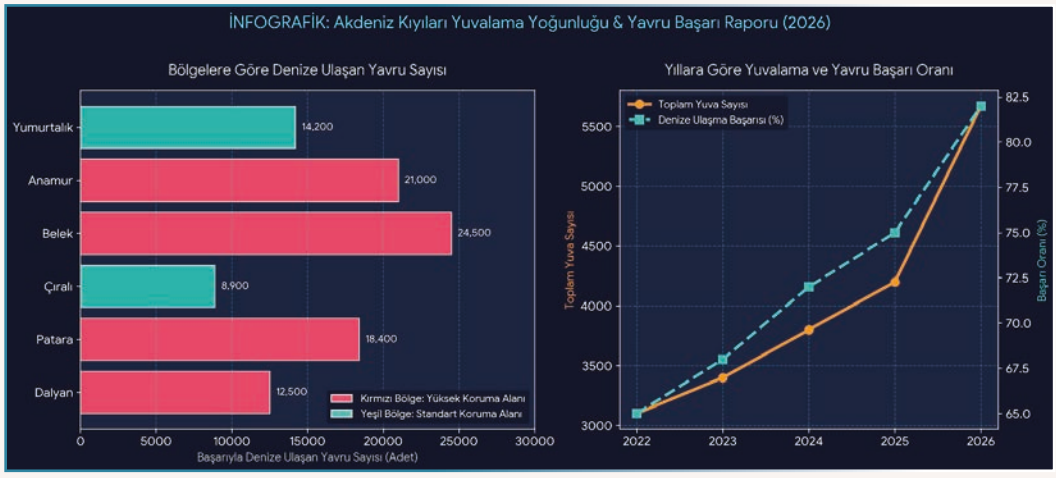
Geçmiş yıllarda yalnızca insan gücüne dayalı sahil devriyeleriyle yürütülen izleme çalışmaları, bu sezondan itibaren Sahil güvenlik ve çevre örgütlerinin entegre ettiği termal kameralar, otonom drone devriyeleri ve yapay zekâ algoritmaları ile 24 saat kesintisiz hale getirildi. Sahile çıkan ana kaplumbağaların izleri yapay zekâ tarayıcıları tarafından anında tespit edilerek dijital haritalara işleniyor; bu sayede yuvanın tam koordinatları saniyeler içinde koruma ekiplerine iletiliyor.

Veriler Netleşti: Yuva Sayısında ve Yavru Başarısında Rekor Artış!

Saha ekiplerinden gelen son veriler ve kapsamlı raporlar, bölgede yürütülen koruma çalışmalarının somut ve sevindirici sonuçlarını net bir şekilde ortaya koyuyor. Geçtiğimiz yıla oranla tespit edilen yuva sayısında %35'lik belirgin bir artış kaydedilirken, Akdeniz kıyılarındaki toplam yuva sayısı 5 bin 600'ü aşarak tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştı.

Bu başarıda özellikle turistik tesislerin sahil aydınlatmalarını kırmızı ve düşük spektrumlu ışıklarla yenilemesi ile sahillerde devreye alınan dijital çit sistemleri büyük rol oynadı. Yapılan bu teknolojik ve çevresel düzenlemeler sayesinde yumurtadan çıkan minik yavruların denize güvenle ulaşma oranı %82,5 seviyesine kadar yükseldi.

Bölgesel bazda incelendiğinde ise Belek, Anamur, Patara ve Dalyan sahilleri en yüksek yuvalama yoğunluğunun kaydedildiği ana merkezler olarak öne çıktı. Öte yandan Çıralı ve Yumurtalık gibi hassas kıyı bölgelerinde kararlılıkla uygulanan kontrollü turizm protokolleri de yavru çıkış oranlarında rekor seviyede bir artış yaşanmasını sağladı (Görsel 1.10).



Görsel 1.10: Akdeniz Kıyıları Yuvalama Yoğunluğu ve Yavru Başarı Raporu

Ekosistemin "Mimar Başı" Deniz Kaplumbağalarının Kritik Rolü

Deniz biyologları, koruma altındaki türlerin sadece görsel bir zenginlik sunmakla kalmayıp deniz ve kıyı ekosistemlerinin sürdürülebilirliği için hayati bir işlev üstlendiğini vurguluyor. Caretta caretta ve deri sırtlı deniz kaplumbağaları (Dermochelys coriacea), denizanası popülasyonlarını doğal bir şekilde baskılayarak balıkçılık sektörünü ve sahil turizmini doğrudan koruma altına alıyor. Aynı zamanda deniz çayırlarını otlayarak bu alanların genç, sağlıklı ve yüksek miktarda oksijen üretebilir kalmasını sağlayan canlılar, okyanusların en önemli karbondioksit yutak alanlarının canlı kalmasında başrol oynuyor. Üstelik kaplumbağaların üreme döneminde kumsallarda bıraktığı yumurtalar ve kabuklardaki organik maddeler, sahil kumullarındaki bitki örtüsünün besin ihtiyacını karşılayarak kıyı erozyonuna karşı doğal bir kalkan oluşturuyor (Görsel 1.11).



Görsel 1.11: Deniz Kaplumbağası

Dijital Dönüşüm ve Toplumsal Farkındalık El Ele

Projenin başarısındaki bir diğer kritik faktör ise yerel halkın ve turizm işletmelerinin sürece aktif katılımı oldu. Akıllı şehir ve koruma konseptlerinin birleştiği bu modelde, sahil kentlerindeki ışıklandırmalar yavru çıkış saatlerinde otomatik olarak kısılarak minik kaplumbağaların ay ışığını takip edip denize yönelmesi sağlandı.

Ayrıca, turizm beldelerinde tatil yapan yerli ve yabancı turistler için geliştirilen mobil bildirim sistemleri sayesinde, kaplumbağa yuvalama alanlarına yaklaşıldığında telefonlara bilgilendirme uyarıları gönderilerek kumsal kullanımı kontrol altına alındı (Görsel 1.12).



Görsel 1.12: Yavru Deniz Kaplumbağalarının Denize Ulaşması

Geleneksel medyadan alınan haber örneği (Görsel 1.13).

OKYANUSLARIN SESSİZ ŞAMPİYONLARI:
DENİZ KAPLUMBAĞALARI REKOR YUVALAMA SEZONUYLA DÖNÜYOR



Akdeniz kıyılarında yürütülen kapsamlı koruma çalışmaları, yapay zekâ destekli izleme sistemleri ve yerel toplulukların etkin katılımı sayesinde, deniz kaplumbağalarının (Caretta caretta) yuva sayısında ve denize ulaşan yavru oranında son yılların rekor seviyesine ulaşıldı.

Dijital haritalar ve yapay zekâ sahillerde nöbette

Okyanus ve deniz ekosistemlerinin en kritik gösterge türlerinden biri olan deniz kaplumbağaları, bu sezon Akdeniz sahillerine büyük bir umut taşıyor. Çevre araştırma merkezleri, üniversitelerin deniz biyolojisi bölümleri ve gönüllü çevre koruma derneklerinin ortaklaşa yürüttüğü proje kapsamında, bu yıl teknolojinin gücünü arkasına alarak tarihi bir başarıya imza attı. Geçmiş yıllarda yalnızca insan gücüne dayalı sahil devriyeleriyle yürütülen izleme çalışmaları, bu sezondan itibaren sahil güvenlik ve çevre örgütlerinin entegre ettiği termal kameralar, otonom drone devriyeleri ve yapay zekâ algoritmaları ile 24 saat kesintisiz hale getirildi. Sahile çıkan ana kaplumbağaların izleri yapay zekâ tarayıcıları tarafından anında tespit edilerek dijital haritalara işleniyor; bu sayede yuvanın tam koordinatları saniyeler içinde koruma ekiplerine iletiliyor.

Veriler netleşti: Yuva sayısında ve yavru başarısında rekor artış!

Saha ekiplerinden gelen son veriler ve kapsamlı raporlar, bölgede yürütülen koruma çalışmalarının somut ve sevindirici sonuçlarını net bir şekilde ortaya koyuyor. Geçtiğimiz yıla oranla tespit edilen yuva sayısında %35'lik belirgin bir artış kaydedilirken, Akdeniz kıyılarındaki toplam yuva sayısı 5 bin 600'ü aşarak tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştı. Bu başarıda özellikle turistik tesislerin sahil aydınlatmalarını kırmızı ve düşük spektrumlu ışıklarla yenilemesi ile sahillerde devreye alınan dijital çit sistemleri büyük rol oynadı. Yapılan bu teknolojik ve çevresel düzenlemeler sayesinde yumurtadan çıkan minik yavruların denize güvenle ulaşma oranı %82,5 seviyesine kadar yükseldi.



Bölgesel bazda incelendiğinde ise Belek, Anamur, Patara ve Dalyan sahilleri en yüksek yuvalama yoğunluğunun kaydedildiği ana merkezler olarak öne çıktı. Öte yandan Çıralı ve Yumurtalık gibi hassas kıyı bölgelerinde kararlılıkla uygulanan kontrollü turizm protokolleri de yavru çıkış oranlarında rekor seviyede bir artış yaşanmasını sağladı.

Dijital dönüşüm ve farkındalık el ele

Projenin başarısındaki bir diğer kritik faktör ise yerel halkın ve turizm işletmelerinin sürece aktif katılımı oldu. Akıllı şehir ve koruma konseptlerinin birleştiği bu modelde, sahil kentlerindeki ışıklandırmalar yavru çıkış saatlerinde otomatik olarak kısılarak minik kaplumbağaların ay ışığını takip edip denize yönelmesi sağlandı. Ayrıca, turizm beldelerinde tatil yapan yerli ve yabancı turistler için geliştirilen mobil bildirim sistemleri sayesinde, kaplumbağa yuvalama alanlarına yaklaşıldığında telefonlara bilgilendirme uyarıları gönderilerek kumsal kullanımı kontrol altına alındı.



Görsel 1.13: Geleneksel medyadan alınan haber örneği

İki Haber Örneği Arasındaki Farklar

Geleneksel gazetede fiziksel alan sınırlı olduğu için metin ve görseller yan yana yerleştirilmiş, dikkat çekmek için başlık iki renk kullanılarak tasarlanmıştır. Dijital haberde ise alan sınırlaması olmadığından görsel üste genişçe konmuş, başlık tek renk ve net bir tipografiyle verilmiştir. Dijital haberde okuyucuya kolaylık sağlayan yayın tarihi, kategorisi ve "6 dakika" gibi okuma süresi detaylarına yer verilirken; geleneksel gazetede sadece gazetenin basım tarihi yer almıştır. Dijital yayınlar okuyucunun haberin altına anlık yorum yapabilmesine ve içerikle etkileşime girmesine olanak tanırken, basılı gazete yapısı gereği tek yönlü bir iletişim sunar ve anlık yorum imkânı sağlamaz.



2. ETKİNLİK

Pek çok medya kuruluşunun hem basılı hem de internet gazetesi bulunmaktadır. Böyle bir medya kuruluşunu belirleyiniz. Bu medya kuruluşunun hem internet hem de basılı gazetesinde yer alan aynı içerikli bir haber seçiniz. Seçtiğiniz haberin internette yer alan şekli ile basılı gazetedeki şeklini aşağıdaki soruları cevaplayarak karşılaştırınız.

1. İnternet gazetesindeki haberin başlığı ile basılı gazetedeki haberin başlığı aynı mıdır? Başlık farklıysa bu farklılığın sebebi sizce neler olabilir?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Hangi medya aracındaki haber daha ayrıntılıdır? Bunun nedeni ne olabilir?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Hangi medya aracındaki haberde daha fazla görsel kullanılmıştır? Bunun nedeni ne olabilir?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. ETKİNLİK

Hem geleneksel medyada hem dijital medyada yer alan aşağıdaki aynı içerikli haber örneklerini inceleyiniz (Görsel 1.14). İki haber arasındaki farkları tespit ediniz. Tespitlerinizi haberlerin altında yer alan tabloya yazınız.

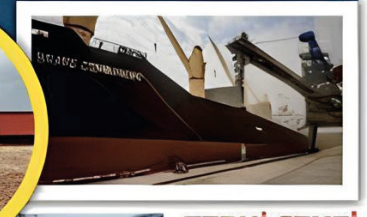
Geleneksel Medyadan Alınan Haber Örneği

Ukrayna'ya kızan Rusya uygulamayı askıya aldı

TAHIL KORİDORUNDA SEVKIYAT DURDU







Rusya'nın Ukrayna'nın Sivastapol üsstüne düzenlediği iddia edilen SİHA saldırısına mislleme olarak tahıl koridoru anlaşmasını askıya alması üzerine Ukrayna'dan tahıl sevkiyatı durdu. ABD, Rusya'yı gıdayı silah olarak kullanmakla suçladı, AB, Moskova'ya 'Karardan geri dönün' çağrısı yaptı.

RUSYA'nın Kırım Yarımadası'ndaki deniz üssüne Ukrayna tarafından gerçekleştirilen saldırıyı gerekçe göstererek Tahıl Koridoru anlaşmasını askıya alması Ukrayna'dan tüm tahıl sevkiyatını durdurdu. Onlarca yük gemisi Odessa limanı açıklarında beklemeye alınırken, İstanbul Boğazı girişinde de yüzlerce yük gemisi konuşlanmıyor. Anlaşmanın çalışmalarına devam edileceğini açıklayan Rusya'nın anlaşmadan tamamen çekilmesi yerine askıya alma kararı alması önümüzdeki günlerde tahıl koridorunda yeni çatışmalar yaşanacağına işaret ediyor.



Bilgi notu
Tahıl Koridoru anlaşması çerçevesinde şu ana kadar Ukrayna limanlarından 403 yük gemisiyle yaklaşık 9,2 milyon ton tahıl taşınmıştı. Ukrayna stoklarında 20 milyon tondan fazla tahıl olduğu belirtiliyordu.

KRİZ NASIL ÇIKTI

Ukrayna Altyapı Bakanı Aleksandr Kubrakov, dün yaptığı açıklama da Ukrayna limanlarından sevkiyatın durduğunu teyit etti. İstanbul Boğazı girişinde demirlemek geçiş bekleyen gemi sayısı ise 218 olarak gösterildi. Cumartesi sabahı alınacak karar ile Ukrayna ordusuna ait olduğu sanılan bir kaç SİHA, Rusya'nın Karadeniz donanmasının konuşlandığı Sivastopol deniz üssü bölgesine saldırı gerçekleştirdi. Ruslar, SİHA'ların yanı sıra insansız hücum botlarını da kullandığını öne sürdü. Buna göre sahilden 320 mil uzaklıktaki Rus deniz zırhlı gemisi 'Amiral Makarov' isimli gemi ile iki gemi de hasar aldığı iddia edildi. Ukrayna'ya saldırı iddiasını reddetti. Rusya Savunma Bakanlığı, önceki gün ilerleyen saatlerde yaptığı açıklamada Sivastopol saldırısını gerekçe göstererek Tahıl Koridoru anlaşmasını askıya aldığını duyurdu.

İNGİLİZLERİ DE SUÇLADILAR

Açıklamasında İngiltere'ye de değinmek, "Ukrayna tarafından Tahıl Koridoru rotası kötü amaçlı kullanılarak Karadeniz'deki savaş ve ticari gemilerimize yönelik terörist saldırı gerçekleştirilmiştir. Tahıl Koridoru anlaşmasına rağmen askıya alıyoruz. İngiliz askeri uzmanlar SİHA'lara yerinde destek vermiştir" dendi. Kiev'e Ruslara 'gıda tahıl bırakın' çağrısı yapıldı.



Nardan

TEPKİ ÇEKTİ

ABD: GIDAYI SİLAH YAPMAYIN

ABD Dışişleri Bakanı Antony Blinken, Rusya'nın tahıl anlaşmasını askıya alma kararına sert tepki açıklamıştı. "Rusya yeryüzünden gıdayı silah olarak kullanıyor" dedi. Blinken, "Karadeniz Tahıl Girişimi'nden bugüne 9 milyon metrik tondan fazla gıdayı taşıdı. Rusya'nın bu kritik tahıl ihracatını bozmaya yönelik herhangi bir hareketi, ucuzun düşünün dört bir yanındaki insanların ve ülkelerin yüzyüzlük için daha fazla bütün yapması veya ac kalmasıyla sonuçlanır" diyerek Rusya'yı anlaşmaya sadık kalmaya çağırdı.

AB: KARARDAN GERİ DÖNÜN

AB Dış İşleri ve

Görsel 1.14: Geleneksel medyada yer alan haber örneği

Dijital Medyadan Alınan Haber Örneği

Tahıl koridorunda sevkiyat durdu: Ukrayna'ya kızan Rusya uygulamayı askıya aldı

Güncelleme Tarihi: Ekim 31, 2022 07:00

Rusya'nın Ukrayna'nın Sivastapol üssüne düzenlediği iddia edilen SİHA saldırısına misilleme olarak tahıl koridoru anlaşmasını askıya alması üzerine Ukrayna'dan tahıl sevkıyatı durdu. ABD, Rusya'yı gıdayı silah olarak kullanmakla suçladı, AB, Moskova'ya 'Karardan geri dönün' çağrısı yaptı.

RUSYA'nın Kırım Yarımadası'ndaki deniz üssüne Ukrayna tarafından gerçekleştirilen saldırıyı gerekçe göstererek Tahıl Koridoru anlaşmasını askıya alması, Ukrayna'dan tüm tahıl sevkıyatını durdurdu. Odessa limanı açıklarında beklemeye alınırken, İstanbul Boğazı girişinde de yüzün üzerinde tahıl yüklü gemi koordinasyon merkezinin çalışmaları durdurulduğu için boğazdan geçiş yapamaz hale geldi (Görsel 1.15). Rusya'nın anlaşmadan tamamen çekilme yerine askıya alma kararı alması önümüzdeki günlerde tahıl konusunda yeni çetin pazarlıklar yapılacağına işaret ediyor.



Görsel 1.15: Tahıl sevkiyatı yapan yük gemisi

KRİZ NASIL ÇIKTI

Ukrayna Altyapı Bakanı Aleksander Kubrakov, dün yaptığı açıklamada Ukrayna limanlarından sevkıyatın durduğunu teyit etti. İstanbul Boğazı girişinde denetlenerek geçiş bekleyen gemi sayısı ise 218 olarak gösterildi. Cumartesi sabahı alacakaranlıkta Ukrayna ordusuna ait olduğu sanılan birkaç SİHA, Rusya'nın Karadeniz donanmasının konuşlandığı Sivastopol deniz üssü bölgesine askerî harekât gerçekleştirdi. Ruslar, SİHA'ların yanı sıra insansız hücum botlar da kullanıldığını öne sürdü. Buna göre saldırı dört saat sürdü. Rusların Karadeniz'deki ana gemisi 'Amiral Makarov' fırkateyni ile iki geminin de hasar aldığı iddia edildi (Görsel 1.16). Ukrayna ise saldırı iddiasını reddetti. Rusya Savunma Bakanlığı, önceki gün ilerleyen saatlerde yaptığı açıklamada Sivastopol saldırısını gerekçe göstererek Tahıl Koridoru anlaşmasını askıya aldığını duyurdu.



Görsel 1.16: Rus fırkateyni

İNGİLİZLERİ DE SUÇLADILAR

Açıklamada İngiltere de suçlanarak, 'Ukrayna tarafından Tahıl Koridoru rotası kötü amaçlı kullanılarak Karadeniz'deki savaş ve ticari gemilerimize yönelik terörist saldırı gerçekleştirilmiştir. Tahıl Koridoru anlaşmasını süresiz askıya alıyoruz. İngiliz askeri uzmanlar İHA'lara yerinde destek vermiştir' dendi. Kiev ise Ruslara "şantajı bırakın" çağrısı yaptı.

KREMLİN: PUTİN, YAKINDA ERDOĞAN İLE GÖRÜŞME PLANLAMIYOR

Rusya'nın Tahıl Koridoru anlaşmasını askıya almasıyla gözler Türkiye-Rusya eksenine çevrildi. Kremlin sözcüsü Dmitriy Peskov'a "Rusya Devlet Başkanı Putin tahılla ilgili Moskova'nın aldığı kararı Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan'ı arayarak bilgi vermeyi planlıyor mu" sorusuna "Başkan Putin'in yakın bir tarihte Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan ile telefon görüşmesi planlanmıyor" yanıtını verdi.

BM Genel Sekreteri Antonio Guterres ile Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın yoğun çabalarıyla iki ay devam eden çalışmalar neticesinde şekillenen Tahıl Koridoru anlaşması 22 Temmuz'da İstanbul'da imzalanmıştı. İki bölümden oluşan BM, Türkiye, Rusya ve Ukrayna arasındaki anlaşmaya göre Ukrayna kendi tahıl ürünlerini, Rusya da kendi tahıl ürünlerini dünya piyasalarına çıkaracaktı. Ancak Rusya'ya yönelik uygulanan yaptırımlar yüzünden Rus tahılı ambarlarda kaldı. Rusya yönetimi ağustos ayı ortalarından bu yana anlaşmanın sadece Ukrayna lehinde çalıştırıldığı siteminde bulunuyordu. 120 gün geçerlilik süresi bulunan Tahıl Koridoru anlaşmasının 18 Kasım tarihinde yeni dört aylık dönem için yenilenmesi gerekiyordu.

ABD: GIDAYI SİLAH YAPMAYIN

ABD Dışişleri Bakanı Antony Blinken, Rusya'nın tahıl anlaşmasını askıya alma kararı sonrası yaptığı açıklamada, "Rusya yeniden gıdayı silah olarak kullanıyor" dedi. Blinken, "Karadeniz Tahıl Girişimi şimdiden 9 milyon metrik tondan fazla gıdayı taşıdı. Rusya'nın bu kritik tahıl ihracatını bozmaya yönelik herhangi bir hareketi, esasen dünyanın dört bir yanındaki insanların ve ailelerin yiyecek için daha fazla ödeme yapması veya aç kalmasıyla sonuçlanır" diyerek Rusya'yı anlaşmaya sadık kalmaya çağırdı.

AB: KARARDAN GERİ DÖNÜN

AB Dış İlişkiler ve Güvenlik Politikası Yüksek Temsilcisi Borrell, sosyal medya hesabından yaptığı açıklamada, "Rusya'nın Karadeniz anlaşmasına katılımını askıya alma kararı, Ukrayna'ya karşı savaşının neden olduğu küresel gıda kriziyle mücadele etmek için çok ihtiyaç duyulan tahıl ve gübrelerin ana ihracat rotasını riske atıyor. AB, Rusya'yı kararından dönmeye çağırıyor" dedi.

BİLGİ NOTU

Tahıl Koridoru anlaşması sayesinde şu ana kadar Ukrayna limanlarından 403 yük gemisiyle yaklaşık 9.2 milyon ton tahıl taşınmıştı (Görsel 1.17). **Ukrayna** silolarında 20 milyon tondan fazla tahıl olduğu belirtiliyordu.



Görsel 1.17: Karadeniz'deki yük gemisi

GELENEKSEL MEDYA HABERİ İLE DİJİTAL MEDYA HABERİ ARASINDAKİ FARKLAR	
GELENEKSEL MEDYA	**DİJİTAL MEDYA**

1. UYGULAMA
Geleneksel Medya ve Dijital Medyada Yer Alan Haber Örneklerini Karşılaştırma ve Tablo Oluşturma

Amaç: Geleneksel medya ve dijital medyada yer alan haber örneklerini karşılaştırmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Geleneksel ve dijital medyada yer alan haber örneklerini aşağıdaki işlem basamaklarına göre karşılaştırınız. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Kalem, defter, internet.

Süre: 120 dk.

İşlem Basamakları

1. Geleneksel ve dijital medyayı temsil eden medya kuruluşlarını belirleyiniz.
2. Hem geleneksel hem de dijital medyada yer alan aynı içerikli haberler belirleyiniz.
3. Haberleri yazıldığı teknik, detayların ele alınışı, görsellerin kullanılışı yönünden inceleyiniz.
4. Defterinize veya A4 kâğıdına karşılaştırma tablosu çiziniz.
5. Tablonuzu arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Yaptığınız Geleneksel Medya ve Dijital Medyada Yer Alan Haber Örneklerini Karşılaştırma ve Tablo Oluşturma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Geleneksel Medya ve Dijital Medyada Yer Alan Haber Örneklerini Karşılaştırma ve Tablo Oluşturma Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	Geleneksel ve dijital medyada yer alan aynı içerikli haberleri belirledi.		
2	Haberleri içerikleri, teknikleri ve biçimleri yönünden inceledi.		
3	İnceleme sonucundaki tespitleri tablo üzerinde gösterdi.		
4	Tablonun sunumunu yaptı.		

Sunumunuzu arkadaşlarınızın sunumuyla karşılaştırınız. Benzerlikler ve farklılıklar üzerinde tartışınız.

1.3. DİJİTAL HABERCİLİĞİN AŞAMALARI

İletişim teknolojisinde meydana gelen değişimlerin ortaya çıkışı, 1960-1980 yılları arasındaki teknolojik gelişmelerin sonucudur. İletişim alanındaki bu gelişmeler aynı zamanda yeni bir toplumsal düzen oluşturmuştur. Uzak coğrafyalarda yaşayan insanların etkileşimi güçlenmiş, düşüncelerin hızlı bir şekilde yayılması sağlanmış ve belirli güç odaklarının bunu propaganda aracı olarak kullanmasının önü açılmıştır. Buna da **Yeni Dünya Düzeni** denmiştir.

Dijital haberciliğin gelişiminde en önemli faktör internettir. İnternetin hızlı bir şekilde gelişmesi ve yaygınlaşması yeni iletişim modellerini ve iletişim araçlarını geliştirmiştir. İlk cep telefonlarının fonksiyonel özelliklerinin çok az olduğu bilinmektedir. Günümüzde cep telefonlarının fonksiyonlarının inanılmaz bir hızla arttığı ve artmaya devam ettiği görülmektedir. Bugün cep telefonları, telefon özellikleri dışında birer bilgisayar, kamera, yer bulucu gibi çok yönlü özellikleriyle hayatı kolaylaştırmaktadır. Böyle olunca da iletişimin en hızlı, en yaygın şekline cep telefonları aracılığıyla ulaşılmaktadır.

Günümüz haberciliğinde geleneksel medyadan dijital medyaya sürekli bir geçiş gözlenmektedir. Sadece okuyucu veya izleyicilerin değil medya çalışanlarının da medya araçlarını yoğun şekilde kullandıkları gözlenmektedir. Dijital medyanın öne çıkan en önemli özelliği, haberin yapılmasının ve yayılmasının sadece profesyonel gazeteciler aracılığıyla değil, dijital medya teknolojisine sahip herkes tarafından gerçekleştirilebilmesidir. Hızlılık, interaktiflik, kolaylık, küreselleşmek, katılım gibi özellikler sayesinde dijital medyanın neredeyse her kullanıcıyı aktif kıldığı görülmektedir. Bunların gerçekleşmesinde etkin olan bir diğer unsur, hiç şüphesiz enformasyon dağıtımının düşük maliyetli oluşudur.

Dünyada dijital gazeteciliğin kökleri, 1970'li yıllara dayanmaktadır. BBC tarafından geliştirilen ve uygulanan teletekst, dijital yayıncılığın ilk gazetecilik örneği kabul edilmektedir. Bu uygulama daha sonra yaygınlaşarak dünyanın pek çok ülkesinde de kullanılmıştır. Ülkemizde de bilgisayarların yeterince gelişmediği yıllarda hava durumundan önemli haber başlıklarına, spor karşılaşmalarından borsa verilerine kadar pek çok bilgi bu uygulama aracılığıyla televizyon ekranlarından evlere ulaşmıştır.

İnternet üzerinden metin temelli ilk yerel çevrimiçi gazetecilik uygulaması 1992'de Chicago Tribune (Şikago Tirübin) tarafından yapılmıştır. Sonraki yıllarda gerek ABD'de gerekse başka ülkelerde pek çok gazete internet üzerinden yayına başlamıştır.



4. ETKİNLİK

"Teletekst" adlı metni okuyunuz. Ardından metinle ilgili verilen soruları cevaplayınız.

Teletekst

Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüştürülmesi hedefine katkı sağlamak amacıyla 1990 yılında teletekst yayınına başlayan Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, kaliteli yayıncılık anlayışından ödün vermeden, Avrupa Yayın Kuruluşu EBU'nun teletekst yayıncılığı konusundaki teknik ve içerik biçim kriterlerini de dikkate alarak yayın yapmaktadır.

Teletekst yayınları (Görsel 1.18), televizyon kanalları üzerinden sürekli güncellenen ortalama 550 sayfa ile teletekst yayıncılığı ve haberciliği konusunda özel olarak eğitilmiş deneyimli bir ekip tarafından gerçekleştirilmektedir.



Görsel 1.18: TRT'nin Teletekst yayını

Teletekst sayfalarında; gerçek zamanlı İMKB hisse senetleri bilgilerinden kamunun işçi taleplerine, eğitim sayfalarından döviz kurlarına, güncel haberlerden (Türkiye, dünya, ekonomi, spor, sağlık, kültür-sanat haberleri) Türkiye'de gerçekleşen son deprem bilgilerine ulaşılabilmektedir. Ayrıca şans oyunu sonuçlarından Devlet İstatistik Enstitüsü verilerine, konsolosluk hizmetlerinden asker alma ve seferberlik işlemlerine, televizyon ve radyo yayın akışlarından TRT market bilgilerine kadar birçok bilgiye ulaşmak mümkün olmaktadır.

TRT Haber Merkezi ve ajanslardan alınan haberler, yayın ekibimiz tarafından yeniden biçimlendirilerek yayına hazırlanmakta, bir haberin yazıldıktan sonra yayına verilmesi ise birkaç saniye içinde gerçekleşmektedir.

Bugün sorumlu yayıncılık anlayışının getirdiği bilinçle yapılan yayınımızda, doğru indeksleme, bilgi ve haberin en kısa zamanda yayına verilmesi, sayfaların estetiği ve izleyiciye okuma kolaylığı sağlayacak süre ve renk ayarlaması gibi pek çok unsur dikkate alınarak teletekst sayfaları hazırlanmaktadır.

https://www.trt.net.tr/Kurumsal/Teletext.aspx

1. İnternetin yaygınlaşmadığı yıllarda teletekst uygulamasının önemi neydi?
2. Günümüzde teletekst uygulamasına gerek var mıdır? Neden?

Türkiye'de internette yer alan ilk basılı medya organı Aktüel dergisidir. Xn isimli gazete ise geleneksel medya organı olmayıp sadece internette yayın yapan ilk medya kuruluşudur. Ulusal pek çok gazete, 1997 yılından beri internet gazetesi olarak da yayınlanmaktadır. O günden bu yana dijital gazetecilik sürekli çeşitlenerek büyümekte ve yaygınlaşmaktadır.

Dijitalleşme sürecinden bu yana haber üretim aşamaları değişimlere uğramış, dijital platformlarda üretilen haberler içerik ve biçimsel olarak dönüşümler yaşamıştır.

Dijital teknoloji, yeni iletişim modelleri geliştirdiği gibi mevcut iletişim kanallarını ve cihazları da etkilemektedir. Analog sinyal ile çalışan radyo, televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçları dijital teknoloji sayesinde sayısallaşmıştır. Uydu sistemleri, 5G alt yapıları, fiber kablolar gibi dijital teknolojinin birer unsurunu meydana getiren gelişmeler iletişimin niteliksel dönüşümünü de sağlamıştır.

Dijital medya kuruluşları ürettikleri haberleri farklı çevrelerden kullanıcılara çok hızlı bir şekilde ulaştırır. Dijital habercilik, geleneksel haber yazma tekniklerinin tamamını kapsayan bir yaklaşımı temsil eder. Bu yaklaşım; televizyon, radyo ve gazetenin olumlu yönlerini birleştirerek yeni bir yayıncılık anlayışını yansıtır.

Dijital habercilikte bir diğer önemli özellikse haberin bireysel ihtiyaçlara ve isteklere göre şekillendirilebilmesidir. Kullanıcılar sadece ilgi alanlarına giren haberlere erişim konusunda sıkıntı yaşamazlar.

Dijital habercilikte, geleneksel medya organlarında kullanılan ters piramit tekniğiyle birlikte T modeli, online piramit tekniği, doğrusal olmayan teknik, kümelem tekniği gibi yazım ve sunum teknikleri de kullanılmaktadır. Dijital haber yazma teknikleri şunlardır:

Ters Piramit Tekniği

Ters piramit tekniği, gerek geleneksel medyada gerekse dijital mecralarda en çok kullanılan tekniktir. Hedef kitleye göre haberle ilgili bilgilerin önemli olandan daha az önemli olana doğru sıralanarak verilmesidir. Haber, giriş ve gövdeden oluşur.

Örnek

Hindistan'da köprü çökmesi sonucu can kaybı 141'e yükseldi

Güncelleme Tarihi: Kasım 01, 2022 17:26

Hindistan'ın Gucarat eyaletinde asma köprünün çökmesi sonucu yüzlerce kişi Macchu Nehri'ne düştü (Görsel 1.19). Olayda can kaybı 141'e yükselirken, yaklaşık 100 kişinin de tedavi gördüğü aktarıldı. Yerel medya, köprünün bakım çalışmasının ardından planlanandan önce halka açıldığını bildirdi.



Görsel 1.19: Hindistan'da Macchu Nehri'ne düşen kazazedeleri kurtarma çalışmaları

Gucarat eyaletindeki Morbi kentinde bulunan asma köprünün çökmesi sonucu can kaybı 141'e yükseldi, yaklaşık 100 kişinin de tedavi gördüğü ifade edildi. Hindistan merkezli NDTV kanalı, köprünün bakım çalışmalarının özel bir şirket tarafından yapıldığını, ancak planlanandan tarihten önce halka açıldığını bildirdi.

Öte yandan şirketin, yetkili makamlardan köprü için uygunluk sertifikası almadığı bilgisi paylaşıldı. Yerel medya, köprüde yaklaşık 500 kişinin olduğunu ve kalabalığın Chhath festivali için orada toplandığını duyurdu. Ayrıca köprünün sadece 125 kişinin ağırlığını kaldırabileceği ifade edildi.

BAŞBAKAN MODİ ZİYARET EDECEK

Hindistan Başbakanı Narendra Modi'nin 1 Kasım'da köprünün bulunduğu bölgeyi ziyaret edeceği belirtildi. Modi, sosyal medya hesabından yaptığı açıklamada, "Morbi'deki trajedi beni derinden üzdü. Yetkililerle görüştüm ve bilgi aldım. Yardım ve kurtarma çalışmaları tüm hızıyla devam ediyor ve etkilenenlere gerekli tüm yardımlar yapılıyor" dedi.

T Modeli

T modeli, dijital habercilikte sıklıkla kullanılan haber yazma tekniğidir. Bu teknikte olayın amacı T'nin yatay çizgisini oluşturur. Yatay çizgiden kasıt, olayın özetlenmesidir. Bu tekniğe göre olayın sonucunun sonda verilmesine gerek yoktur. Olayın içeriğini özetleyen ifadeler ile olayın sonucu en başta verilir.

Olayın nasıl gerçekleştiğini anlatan haberin detayı, T'nin dikey çizgisini oluşturur. Gazeteci, dikey kısmı farklı tekniklerle yazabilir. Hatta haberi öznel bir bakış açısıyla bile ele alabilir.

Örnek

İyileştiren güç triflo! Yaşadıkları değişim inanılmaz: 10 kere çek ve üfle

Uyku bozukluğunu düzenliyor, stresi engelliyor, bağışıklığı güçlendiriyor, hızlı kilo vermeye yardımcı oluyor! Pek çok hastalıkta iyileşmeye destek olduğu söylenen triflo, son dönemde tüm dikkatleri üzerine çekmiş durumda. Üstelik sırrı da sadece nefesi doğru kullanmada saklı. Her gün trifloyla egzersiz yapanlar yaşadıkları değişimi anlattı (Görsel 1.20).


İyileştiren güç triflo! Yaşadıkları değişim inanılmaz: 10 kere çek ve üfle

Betül Topaklı

01.11.2022 - 07:02 | Son Güncelleme: 02.11.2022 - 10:05

Uyku bozukluğunu düzenliyor, stresi engelliyor, bağışıklığı güçlendiriyor, hızlı kilo vermeye yardımcı oluyor! Pek çok hastalıkta iyileşmeye destek olduğu söylenen triflo, son dönemde tüm dikkatleri üzerine çekmiş durumda. Üstelik sırrı da sadece nefesi doğru kullanmada saklı. Her gün trifloyla egzersiz yapanlar yaşadıkları değişimi anlattı.

Görsel 1.20: Triflo kullanan insanlar

Doğru nefes almak sağlıklı bir yaşam için büyük önem taşıyor. Çünkü alınan her doğru nefesle akciğerlerden organlara giden oksijen miktarı artarken, dokuların yenilenme süresi hızlanıyor. Böylece dokularda biriken toksinlerden arınma sağlanıyor. Başta beyin olmak üzere tüm organlar bu durumdan olumlu bir şekilde etkileniyor. Doğru nefes aldığımızda akciğerlerimizin son kısmında yer alan alveollere kadar oksijen ulaştırabildiğimizi söyleyen **Göğüs Hastalıkları Uzmanı Dr. Öğr. Üyesi Ali Vefa Öztürk**, "Oksijene her organın ihtiyacı varken, karbondioksitin de tüm organlardan atılması gerekiyor. **Aldığımız doğru nefesle kan dolaşımındaki karbondioksiti de dışarı verebiliyoruz. Böylece aldığımız havadan daha iyi faydalanabiliyoruz. Bu yüzden de doğru nefes almak büyük önem taşıyor**" dedi.

‘UYKUYU DÜZENLİYOR, KİLO VERDİRİYOR’

Doğru solunum tekniklerinin uyku bozukluğunu engellediği bilgisini veren Uzm. Dr. Ali Vefa Öztürk, “Uyku bozuklukları, gece boyunca iyi nefes alamamaktan kaynaklanıyor. Solunum yolları daraldığı için insanlar uyku problemiyle karşılaşıyor. **Alınan iyi bir nefes ise uykumuzu düzenleyerek, kaliteli bir gece geçirmemizi sağlar.** İyi bir uykuda oksijene ihtiyaç olduğu gibi vücudun yağ yakımında da yine oksijene gereksinimi vardır. **Hücrelere ulaşan oksijen miktarı arttıkça yağ moleküllerinin yakılması kolaylaşır. Böylece kişi daha hızlı kilo verebilir”** diyerek sağlıklı yaşamda doğru nefesin önemine dikkat çekti. Peki, solunum kasları hangi durumlarda zayıflar?

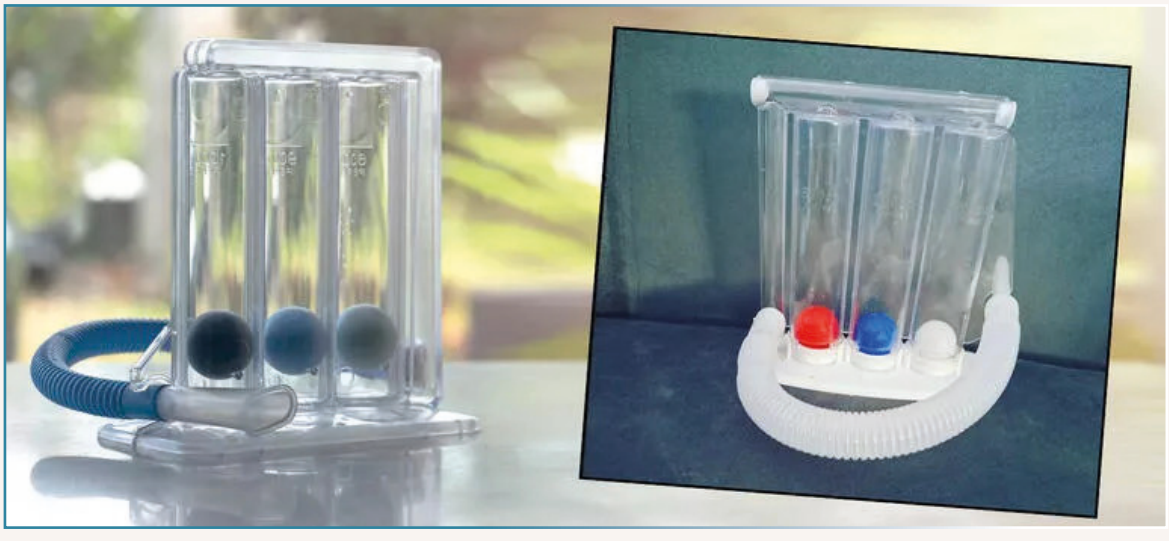
“Cerrahi müdahalelerle, kas ve akciğerleri etkileyen hastalıklar yaşanmasıyla, göğüs kafesini dıştan saran korselerle, anestezi ve kortizon içeren ilaçlarla, uzun süren yatak istirahatiyle, obezite ve fiziksel aktivitenin olmamasıyla solunum kasları güçsüzleşir.”

TÜM ORGANLARA FAYDASI VAR

Bir nefes egzersiz cihazı olan triflo, doğru nefes almamızı sağladığı için hastalıklarda iyileşmeye yardımcı oluyor. Kullanımı basit, fiyatı ucuz olan trifloyla yapılan egzersizler sırasında alınan derin nefesler sonucu akciğerlere bol miktarda hava giriyor. Böylece vücuttaki dokulara daha fazla oksijen ulaşıyor. Bu sayede hücrelerin metabolizması hızlanıyor, damarların genişlemesi sağlanıyor ve kan akışı artıyor. Triflo ile yapılan egzersizin vücuda birçok faydası olduğunu söyleyen Dr. Öğr. Üyesi Ali Vefa Öztürk, “Solunum kaslarını güçlendiriyor. Akciğere negatif basınç uyguluyor. Yani akciğerlerde sekresyondan ya da hastalıklardan dolayı kapanmış alveoller varsa bunları açıyor. Bizim doğru nefes almamıza yardımcı oluyor. **Alınan her nefes vücuda oksijen girmesine, dolayısıyla akciğer sağlığımızın daha iyi olmasını sağlar. Bu durum da tüm organlarımıza olumlu olarak yansıyor**” diye konuştu.

“Triflo (Görsel 1.21) özellikle atelektazi (akciğerin tamamı veya bir kısmına hava gidememesi) hastalarına büyük fayda sağlıyor. Çünkü bu hastaların akciğerin son kısmında yapışıklık oluyor. Söz konusu yapışıklığı açmakta triflo bizim en önemli aracımız. Bunun dışında kalp ve akciğer ameliyatları başta olmak üzere çoğu ameliyattan sonra triflo kullanıyoruz. Çünkü bu operasyonlardan sonra anestezi nedeniyle akciğerde ciddi yapışıklıklar meydana geliyor. Triflo hem buna engel oluyor hem de solunum kaslarını güçlendiriyor. Özellikle son yıllarda Kovid-19 nedeniyle hastaların tedavilerinin uzun sürmesi ve kortizon kullanmaları kas zayıflamasına neden oldu. Biz de bu süreçte trifloyu akciğer egzersiz cihazı olarak kullandık.”

(Kısaltılmıştır.)



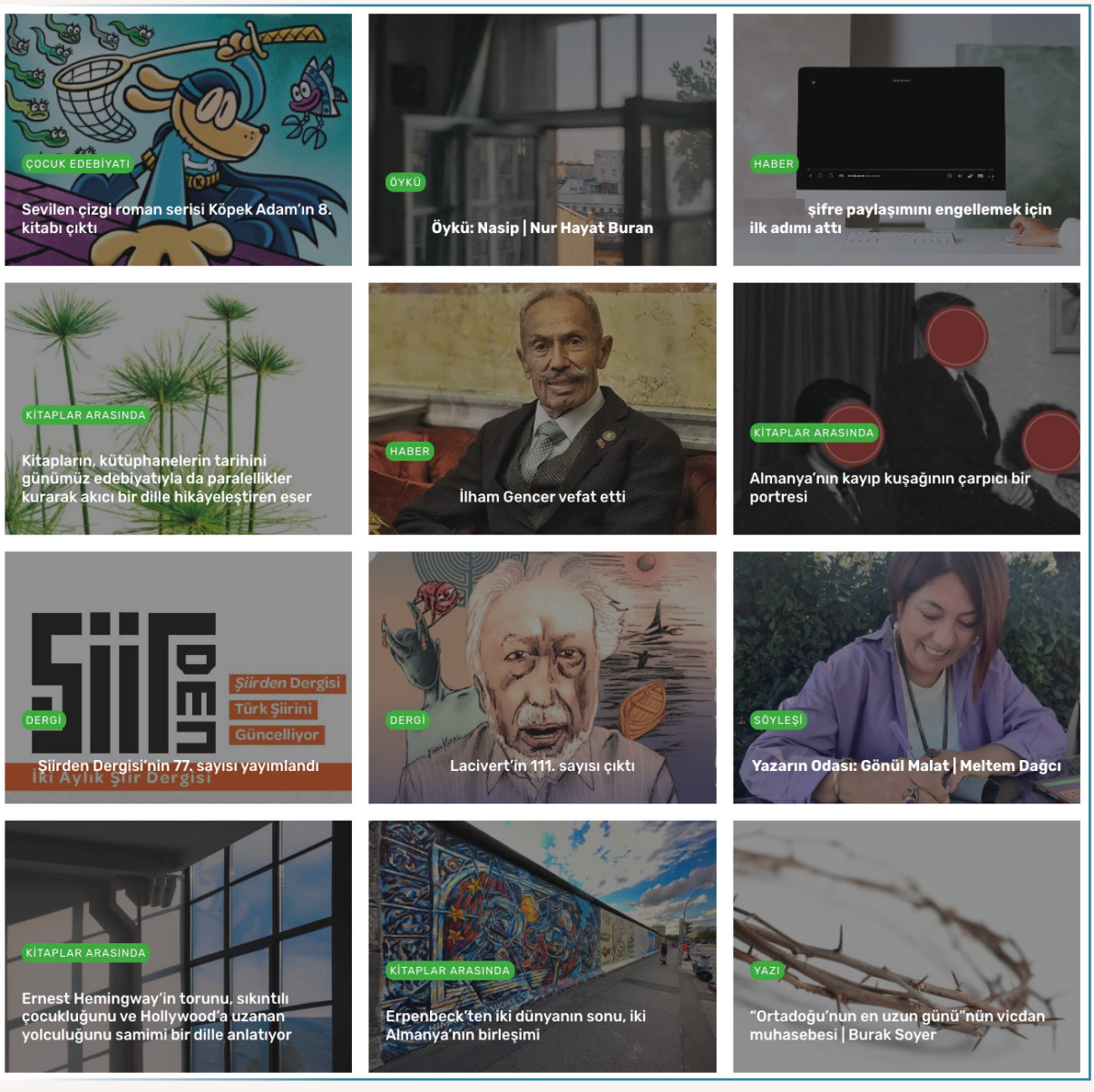
Görsel 1.21: Triflo

Online Piramit Tekniği

Online piramit tekniğinde web sitesinin üst katmanına, başlık ve haberin önemli ayrıntılarını içeren giriş paragrafı yerleştirilir. Haberin detayları ise bağlantılarla bir veya birkaç katmana geçiş verecek şekilde düzenlenir. Online piramit tekniği, ters piramit tekniğine benzemektedir. Bu tekniğin ters piramit tekniğinden farkı, haberin detayının yeni açılan sayfalarda ele alınmasıdır. Online piramit tekniğinde amaç, okuyucunun ya da izleyicinin haberin girişinden sonra merak unsurunu ön planda tutarak sonraki sayfalara veya videolara gitmesini sağlamaktır.

Örnek

İnternet yayını yapan bir sitenin sayfa örneğinde (Görsel 1.22) her haberin özeti bir paragraf şeklinde verilmiştir. Habere veya görsele tıklandığında haberin detayları yeni bir sayfada açılmakta ayrıca bazı haberler de açılan yeni sayfalarda verilmektedir.



Görsel 1.22: İnternet yayını yapan bir sitenin giriş sayfası

Doğrusal Olmayan Teknik

Doğrusal olmayan teknik, dijital habercilikte en çok kullanılan tekniklerdendir. Haberin unsurları belirli bir sırayla ara başlıklara veya bölümlere ayrılarak verilir. Haberle ilgili detayların bulunacağı çeşitli erişim bağlantıları verilir. Bu teknikte temel amaç, okurun haberi anlamak için baştan sona kadar okumak zorunda kalmamasıdır. Başka bir deyişle kullanıcı, haberin ilgi duyduğu bölümünü okuyup sonrasını okumayabilir.



5. ETKİNLİK

https://www.trthaber.com/haber/saglik/healthturkiye-ile-uluslararasi-saglik-hizmetleri-dunyaya-tanitilacak-720360.html adresini internet servis sağlayıcısında açınız. Bu haberde kullanılan katmanları tespit edip açıklayınız. Haberi destekleyen başka haberlerle birlikte Health Türkiye kuruluşunun web sayfasına yönlendirmenin nasıl yapıldığını da açıklayınız.

Kümelem Tekniği

Kümelem tekniği, dijital habercilikte kullanılan tekniklerden biridir. Bu teknik sunum tekniği olarak kabul edilir. Son dakika haberlerinin önceki haberlerin üzerine kümelenmesidir. Haberin önemli olması değil son gelen haber olması önemlidir.

İnternette yayın yapan gazete, televizyon veya haber siteleri incelendiğinde bu tekniğin sayfanın en başında kullanıldığını görmek mümkündür.

Online piramit ve doğrusal olmayan tekniklerin en önemli özelliği hiper metinler olmasıdır. Bu tekniklerde bilgi ya da haber, doğrusal olmayan bir yapıda bulunur. Kullanıcı, bunlar arasında oluşturulan bağlarla sayfalara ve görüntülere ulaşabilir.

Dijital habercilik tekniklerinin bir başka önemli özelliği haberin etkileşimli olmasıdır. Kullanıcı aktif olarak habere katkı sunabilmektedir. Ayrıca yazıyla birlikte ses ve görüntü kullanılması da haberlerde çoklu ortam sağlamaktadır.



6. ETKİNLİK

1. **Sınıf mevcudunuzu dikkate alarak belirli sayıda gruplar oluşturunuz.**
2. **Kitabınızda anlatılan haber yazma tekniklerinden birini, grubunuzla birlikte seçiniz.**
3. **Dijital medya kuruluşlarındaki haberleri inceleyerek seçtiğiniz tekniğe uygun yazılanları belirleyiniz.**
4. **Seçtiğiniz haberleri sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız. Bu haberlerde yazım tekniğinin özelliklerinin nasıl kullanıldığını açıklayınız.**
5. **Siz de grup olarak seçtiğiniz tekniğe uygun bir haber yazınız.**
6. **Grup çalışmanızı etkinlik kontrol listesindeki ölçütlere göre yorumlayınız.**

Değerlendirme: Çalışmanız, kontrol listesinde verilen ölçütlere göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

6. ETKİNLİK KONTROL LİSTESİ			
ÖLÇÜTLER			
		Evet	Hayır
1	Grup çalışmasını iş birliği içinde gerçekleştirdi.		
2	Birbirinden farklı pek çok dijital medya kuruluşundaki haberleri inceledi.		
3	Seçilen tekniğe uygun haberler belirledi.		
4	Haberlerin seçilen tekniğin özelliklerini hangi yönlerden desteklediğini açıkladı.		
5	Konu dışına çıkmadan sunumu yaptı.		
6	Haberi, belirlenen tekniğe uygun olarak iş birliği içinde yazdı.		
7	Haberi sınıfta okudu.		

1.4. DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞI

Teknolojinin henüz çok gelişmediği ve bilgi akışının hızlı bir şekilde gerçekleşmediği dönemlerde "okur-yazar" olmak önemli bir beceriydi. Bilginin gittikçe önem kazandığı günümüzdeyse dijital vatandaşlık kavramı öne çıkmaktadır. Dijital okuryazarlık da dijital vatandaş olmanın önemli becerileri arasında yer alır. Günümüzde internetsiz hane, cep telefonsuz birey sayısının yok denecek kadar az olması bu becerinin geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Verilerin yorumlanması, dijital teknolojinin ve iletişim araçlarının doğru kullanılması bu becerilerdendir.

Dijital medya okuryazarlığı, dijital medyanın olumlu yönlerinin kullanımını geliştirirken olumsuz yönlerini en aza indirmeyi amaçlar.

İnternet; eğlence, alışveriş, bilgi edinmek, haber takibi yapmak gibi pek çok amaç için kullanılmaktadır. Günümüzde pek çok insan cep telefonundan, tabletinden, bilgisayarından internete giriş yapmakta ve çok hızlı bir şekilde etkileşime girmektedir (Görsel 1.23).

Dijital medya okuryazarı olan bir birey, dijital medya kavramları konusunda önemli bilgilere sahip olmasının yanında başkalarının hakkına saygı duyma, mahremiyet ilkelerine uyma ve düşünce özgürlüğü konusunda da temel becerilere sahip olabilmektedir.

Dijital medya okuryazarı; internetteki haberleri olduğu gibi kabul etmez, onları bir süzgeçten geçirir, yönlendirici etkiye sahip haberleri ayırt eder ve çevresindeki insanları da bu konuda uyarır.

İnternet ortamında pek çok yanıltıcı haberin yanında uydurma haberlere de rastlamak mümkündür. İnternetteki haberlerin güvenilir olup olmadığını anlamak için bazı noktalara dikkat etmek gerekir. Bu noktalar şunlardır:



Görsel 1.23: İnternet için kullanılan dijital araçlar

- Haberin sadece bir sitede mi yoksa birden çok sitede mi olduğuna bakılmalıdır. Haber sadece tek bir haber sitesinde yer alıyorsa bu haberin gerçek olup olmadığını anlamak için sitenin künyesine bakılmalıdır. Sitenin sahibini ve çalışanlarını tanıtan, görev tanımını yapan bilgiler bulunmuyorsa o haberin gerçek dışı olma olasılığı yüksektir.
- Haberi yapan gazetecinin bilgisine ulaşılabilmelidir. Gazetecinin adı yoksa ve haber bilinen bir ajanstan alınmamışsa haberin gerçek olmasından kuşku duyulmalıdır.
- Sitede yer alan haberlerin güncel olup olmadığına bakılmalıdır. Güncelliğini kaybetmiş haberlerin sitede yer alması, haber sitesinin güvenilir olmadığını düşündürtmelidir.

- Haber sitesindeki haber-reklam dengesine bakılmalıdır. Gazeteciliği misyon edinmiş bir sitede haber sayısı reklam sayısından çok daha fazladır. Aksi bir durumda haber sitesinin güvenilir olmadığı düşünülmelidir.
- Sitedeki haber çeşitliliği de önemlidir. Yalnızca bir partinin, bir kuruluşun veya kişilerin haberlerine yer verilmesi o sitenin propaganda amaçlı oluşturulduğunu akla getirmelidir.
- Haberlerin içeriğindeki açık ve gizli mesajlara bakılmalıdır. İçeriğinde gizli mesaj olan haberler bir örgütün çıkarları doğrultusunda kamu düzenini bozmak ya da kamu düzenine zarar vermek amacıyla kullanılıyor olabilir.



2. UYGULAMA

İnternet Ortamındaki Haberlerle İlgili Eleştirel Bir Medya Okuryazarlığı Sunumu Yapma

Amaç: İnternet ortamındaki haberlere eleştirel yaklaşarak medya okuryazarlığı yapmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Kalem, defter, internet.

Süre: 120 dk.

İşlem Basamakları

1. İnternet gazeteciliği yapan iki site belirleyiniz.
2. Hem geleneksel hem de dijital medyada yer alan aynı içerikli haberleri belirleyiniz.
3. Haber sitelerinin yapısını inceleyiniz.
4. Sitede yer alan haberlerin güncel olup olmadığını kontrol ediniz.
5. Sitedeki haberlerin çeşitliliğini defterinize not ediniz.
6. Bölümlere ayırdığınız haberleri inceleyiniz. Haberlerin kamuoyunu ilgilendiren, okuyucuların yararına olan bilgiler içerip içermediğini not alınız.
7. İncelediğiniz iki sitedeki haberleri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendiriniz ve elde ettiğiniz bilgileri kullanarak sunumunuzu yapınız.

Değerlendirme: Yaptığınız İnternet Ortamındaki Haberlerle İlgili Eleştirel Bir Medya Okuryazarlığı Sunumu Yapma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

İnternet Ortamındaki Haberlerle İlgili Eleştirel Bir Medya Okuryazarlığı Sunumu Yapma Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İnternet haberciliği yapan iki internet sitesini belirledi.		
2	Haber sitelerinin içeriğini inceledi.		
3	Haber sitelerindeki haberlerin güncel olup olmadığını, oluşturduğu tabloya yazdı.		
4	Haberleri bölümlerine ayırarak tablodaki yerlerine yazdı.		
5	Haberlerin kamuoyunu bilgilendirme, propaganda amaçlı veya reklam içerikli olup olmadığını tespit etti.		
6	Elde ettiği bilgilerle sunumunu yaptı.		

1.5. DİJİTAL HABERCİLİKTE ETİK

Etik, ahlakla ilgili olan her şeyi kapsar. Etik, sadece belirli bireyleri ya da kuruluşları kapsayan bir değer olmayıp toplumun tümünü yakından ilgilendiren bir kavramdır.

Gazetecilik açısından **etik**; gazetecinin uyması ve kaçınması gereken davranışlar bütünü olarak ele alınmalıdır. Gazetecilikte etik sorunu, geçmişten bugüne önemli bir problem olarak ortaya çıkmaktadır. İnternetin hızlı bir şekilde gelişmesiyle dijital medyadaki etik sorunu daha büyük bir hâl almıştır. Yeni medya olarak bilinen dijital medyada kullanıcılar, haberin sunumundan içeriğindeki gizli mesajlara kadar pek çok etik sorunla karşı karşıyadır.



BİLGİ KUTUSU

Etik sözcüğü Yunanca "karakter" anlamına gelen "ethos" sözcüğünden gelir. Ünlü Yunan düşünürü Aristoteles, Nikomakhos'a Etik adlı kitabında etik olanın bireysel ve toplumsal mutluluk için gerekli olduğunu yazar.

Dijital haberciliğin en önemli özellikleri; interaktif olarak kullanıcıların aktif bir şekilde katılımcı olması, haberlere çok kolay ulaşılması, haberlerin kişiselleştirilmesine elverişli olmasıdır. Özellikle sosyal medya araçlarının yaygınlık kazanmasıyla pek çok haber, kişiselleştirilerek verilebilmektedir. Sosyal medya kullanıcıları, sadece kendilerini ilgilendiren haberlere ulaşırken kendileri de haber kaynağına dönüşebilmektedir. Bazı sosyal medya kullanıcılarının paylaşımları haber olarak verilebilmektedir. Bu nedenle günümüzde, dijital medyanın kitle yayıncılığı yaparken bireysel olduğu da söylenebilir.

Dijital medyanın önemli bir diğer özelliği zaman kısıtlamasını ortadan kaldırmasıdır. Geleneksel medya araçları, süreli ve süresiz yayınlar olarak belirlenmiş bir zaman aralığındaki haberleri verirken dijital medya haberleri sürekli güncellenmektedir. Bunun yanında kullanıcılar; istedikleri mesajları, bilgileri veya oluşturdukları bir içeriği istedikleri zaman alıcılara ulaştırabilmektedirler (Görsel 1.24).



Görsel 1.24: Sürekli güncellenen dijital medya içerikleri

Birçok araştırmacıya göre geleneksel medya etiği dijital medya etiği için de geçerlidir. Ancak dijital medyanın yüksek bir etkileşim alanı yaratması, zaman ve mekân kısıtlamasını ortadan kaldırması geleneksel medya için geçerli olmayan yeni bazı etik sorunlara neden olmaktadır. Özellikle sosyal medya platformlarındaki kullanıcı sayısının sürekli artışı, bu sorunları daha da artırmaktadır. Sosyal medya platformlarında anlık olarak dolaşıma giren haberlerin yüksek etkileşim almasıyla birlikte yaşanan etik sorunlar katlanmıştır. Dijital habercilikteki etik sorunlar şöyle sıralanabilir:

- **Özel Hayatın Gizliliği:** Her bireyin kendine ait özel bir yaşam alanı vardır. Bir insanın yaşam tarzı, başka insanların yaşam tarzlarına benzerlik göstermekle birlikte onu özel kılan yönlere de sahiptir. Bireyin başkalarının görmesini ve haberdar olmasını istemeyeceği bu yaşam alanı, kanunlarla güvence altına alınmıştır. Anayasa'nın 20. maddesi bu hakkı düzenler: "Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz."

Dijital medya içeriklerine bakıldığında bireylerin özel hayatının sık sık ihlal edildiğini görmek mümkündür. Özellikle kişilere ait görsellerin, görüntülerin veya seslerin izinsiz paylaşımı buna örnektir. Kamu yararına olmayan haberlerin paylaşılması etik açıdan önemli bir sorun teşkil etmektedir.

Özel hayatın gizliliği; büyük bir yolsuzluk, toplumu olumsuz yönde etkileyecek bir olay, sağlığı ve güvenliği zedeleyen bir gelişme veya halkı yanıltan bir bilgi paylaşımı durumunda hükümsüz kabul edilir.

- **Telif Hakları:** Dijital medyada yer alan her haber, metin veya farklı bir içerik telif haklarına girer. Başkalarının ürettiği içeriklerin izin alınmadan dolaşıma sokulması önemli bir etik sorundur. Bu yüzden içeriğin asıl kaynağının mutlaka belirtilmesi gerekmektedir. Kaynağın belirtilmemesi hukuki açıdan sorun teşkil eder. İntihal suçlamasına da neden olur.
- **İçeriklerin Doğruluğunun Teyit Edilmesi:** Doğruluğundan emin olunmayan hiçbir haber paylaşılmamalıdır. Dijital medyada her türlü haberin çok hızlı bir şekilde dolaşıma girmesi, yalan yanlış pek çok haberin yolunu da açmaktadır. Haberin aslının ortaya çıkarılması bile yanlış haberin yarattığı tahribatı ortadan kaldıramamaktadır. Doğru olmadığı sonradan ortaya çıkarılan pek çok haberin kişilerin ruhsal veya fiziksel sorunlar yaşamasına neden olduğu görülmektedir.
- **Kişisel Verilerin Güvenliği:** Dijital teknolojinin geldiği boyutlara bakıldığında pek çok kişinin bilgilerinin ticari amaçla kullanıldığı görülmektedir. Bireylerin kimlik, adres vb. bilgileri; yasa dışı yollarla (Görsel 1.25) ya da bireyler tuzağa düşürülerek ele geçirilebilmektedir. Özellikle sosyal medya platformlarında paylaşılan içerikler buna neden olmaktadır. Aile bireylerinin fotoğraflarının paylaşılması, tatil yapılan yerlerin anlık paylaşımları, ev ortamının görüntülenerek sosyal medya platformlarına konulması kişisel verilerin ele geçirilmesini kolaylaştırmaktadır.



Görsel 1.25: Siber saldırılar

- **Reklam İçerikleri**: Bazı dijital medya organlarında habere ulaşmak için reklamlara tıklamak gerekmektedir. Pek çok sitede, görüntülü olarak yüklenen bir habere ulaşmak için haberin üzerine yerleştirilmiş reklam videosunu izlemek gerekir. Bu durum, reklam aracılığıyla bir üründen haberdar olmak değildir. Reklama maruz kalmaktır. Kişinin isteği dışında izlemek veya okumak zorunda kaldığı reklam içerikleri önemli bir etik sorun olarak ortaya çıkmaktadır.
- **Nefret Söylemi:** Dijital medyanın yaygınlaşmasıyla nefret söylemleri hız kazanmıştır. Bunun sorumlusu elbette teknoloji değildir. Onu kullanan insanların düşünce özgürlüğüne sığınarak istedikleri her şeyi söyleyebileceklerine inanmalarıdır. Sadece bireysel kullanıcıların değil, haber üreten gazetecilerin de bu tür davranışlar sergiledikleri görülebilmektedir. Görüşleri ne olursa olsun gazetecilerin doğru bilgiyi kullanarak yönlendirme ve yorum yapmadan haberlerini vermesi en temel meslek ilkelerindendir.
- **Yönlendirme:** Dijital medya ortamında birçok haberde yanıltıcı başlıklar kullanıldığını görmek mümkündür. Bu tür haberlerde başlığın haberin içeriğiyle doğrudan ilişkili olmadığı ya da haber içeriğini çok az yansıttığı görülmektedir.

Habercilik ister geleneksel medyada ister dijital medyada yapılsın, başlık içerikten bağımsız olarak düşünülemez. Yanıltıcı başlıkların kullanılması, okuyucuyu yanıltması dışında habere tıklanması için yönlendirme aracı olarak kullanılmasıyla da ilgilidir. Haber veya içerik ne kadar çok tıklanırsa internet sitesinin sanal ortamda görünme oranı da o kadar çok yükselir.

Başlıkla yönlendirme veya yanıltma, genellikle başlık yarım bırakılarak ya da flaş, şok, son dakika gibi anonslar kullanılarak yapılmaktadır. Yine farklı görsellerin kullanılması, içerikte kamuoyunu ilgilendirmeyen bilgilere yer verilmesi de bu amaca hizmet etmektedir.

3. UYGULAMA

Sosyal Medyada ve Haber Sitelerinde Yer Alan Haberleri Etik Açıdan İnceleme

Amaç: Sosyal medyada ve haber sitelerinde yer alan haberleri etik açıdan inceleyerek etik olmayan haberleri ayıklamak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Kalem, defter, internet.

Süre: 120 dk.

İşlem Basamakları

1. Sosyal medya platformlarında ve haber sitelerinde yer alan beş haber belirleyiniz.
2. Önceki uygulamalarda olduğu gibi defterinizde veya A4 boyutundaki bir kâğıt üzerinde tablo oluşturunuz.
3. Haberleri tek tek inceleyiniz.
4. Haberlerin etik açıdan taşıdığı sorunları tablodaki ilgili bölümlere yazınız.
5. Haberlerde belirlediğiniz etik sorunları arkadaşlarınıza sununuz.
6. İnternet haberciliğinde ve sosyal medya platformlarında rastlanan etik olmayan haberlere karşı neler yapılabileceği hakkında bir tartışma ortamı oluşturunuz.
7. Bölümlere ayırdığınız haberleri inceleyiniz. Haberlerin kamuoyunu ilgilendiren, okuyucuların yararına olan bilgiler içerip içermediğini not alınız.
8. İncelediğiniz iki sitedeki haberleri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendiriniz ve elde ettiğiniz bilgileri kullanarak sunumunuzu yapınız.

Değerlendirme: Yaptığınız Sosyal Medyada ve Haber Sitelerinde Yer Alan Haberleri Etik Açıdan İnceleme uygulaması, kontrol listesi kullanılarak değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Sosyal Medyada ve Haber Sitelerinde Yer Alan Haberleri Etik Açıdan İnceleme Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İnternet haberciliğinde ve sosyal medyada etik açıdan sorunlu olan beş haber belirledi.		
2	Haberlerdeki etik sorunları, oluşturduğu tabloya yazdı.		
3	Haberlerdeki etik sorunlarla ilgili sunumunu yaptı.		
4	Sunumların ardından sosyal medyadaki ve internet haberciliğindeki haberlerde en sık karşılaşılan etik sorunları listeledi.		
5	Sunumların ardından "sosyal medya ve internetteki haberlerde etik sorunların ortadan kaldırılması için yapılması gerekenler" konulu tartışmaya katıldı.		
6	Tartışmada çözüm önerileri üretip sundu.		
7	Tartışma sürecinden sonra varılan ortak tespitlerin yazılı hâle getirilmesini sağladı.		

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A) Aşağıdaki cümlelerin başında boş bırakılan parantezlere, cümlelerde verilen bilgiler doğru ise D, yanlış ise Y yazınız.

1. (…) Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişim, diğer alanlardaki değişimlerden daha yavaş olmaktadır.

2. (…) Geleneksel medya, matbaanın icadıyla; dijital medya da internetin ortaya çıkışıyla hız kazanmıştır.

3. (…) Sosyal medya platformları geleneksel medya araçlarına göre daha hızlı bir şekilde büyümektedir.

4. (…) Düz piramit tekniği, dijital medya haberciliğinde en çok kullanılan haber yazma tekniğidir.

5. (…) Dijital medyada bir haberin güvenilir olduğunu anlamanın yollarından biri de haber yapan gazetecinin bilgisine ulaşmaktır.

B) Aşağıdaki cümlelerde boş bırakılan yerlere doğru sözcükleri yazınız.

6. Dijital medya türlerini audio ……. ve yazılı araçlar olarak kategorilere ayırmak mümkündür.

7. Gazetecilikte …….... gazetecinin uyması ve kaçınması gereken davranışlar bütünüdür.

8. Dijital medyada yer alan her haber, metin veya farklı bir içerik …… haklarına girmektedir.

9. Dijital medyadaki haberlerin …….. teyit edilmesi etik açıdan sorunlu olmadığını gösterir.

10. Dijital medyadaki haberlerin olumlu yönlerinden biri, yedi gün yirmi dört saat …….. uygun olmasıdır.

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

11. Aşağıdakilerden hangisi dijital medyayı geleneksel medyadan ayıran farklardan biri değildir?

A) Geleneksel medyada haber geçmiş bir zamanda olmuş bitmişken dijital medyada haberler çoğunlukla anlıktır.

B) Geleneksel medya araçlarının okuyucuya ulaşması sınırlıyken dijital medya araçlarına okuyucu istediği zamanda ulaşır.

C) Geleneksel medyada haberlerin arşivlenebilmesi, dijital medya haberlerine göre daha kolaydır.

D) Geleneksel medya haberleri tek yönlüyken dijital medya haberleri interaktif etkileşim sağlar.

E) Geleneksel medya haberlerini karşılaştırmak dijital medya haberlerine göre daha az masraflıdır.

12. Aynı içerikli haberlerin geleneksel medyaya göre dijital medyada daha geniş yer almasının nedeni nedir?

A) Dijital medyada sayfa veya zaman sınırlamasının olmaması

B) Okuyucunun / izleyicinin dijital medya haberlerine daha kısa sürede ulaşması

C) Okuyucunun dijital medya araçlarını kişiselleştirebilmesi

D) Dijital medya araçlarının belirli yerlerde sergilenebilme imkânının olmaması

E) Dijital medyada farklı haber yazma tekniklerinin kullanılması

13. Ülkemizde internet gelişmeden önce TRT'nin kullanıcılarına pek çok güncel konu hakkında bilgi akışı sağladığı yazılı uygulaması aşağıdakilerden hangisidir?

A) Alt yazılar B) Broşür C) Dergi D) Gazete E) Teletekst

14. Olayın sonucu haberin sonunda verilmez, olayı özetleyen ifadeler en başta verilir. **Dijital habercilikte kullanılan bu yazma tekniğinin adı nedir?**

A) Ters piramit tekniği

B) Online piramit tekniği

C) Kare tekniği

D) Kümelem tekniği

E) T modeli tekniği

15. Bir haber sitesinin propaganda amaçlı yayın yapıp yapmadığını anlamak için öncelikle o sitenin hangi özelliğine bakmak gerekir?

A) Haber çeşitliliğinin ve görsel kullanımının fazla olup olmadığına

B) Reklam içeriklerinin haber sayısından çok olup olmadığına

C) Belirli bir kişinin, grubun ya da partinin haberlerinin çok olup olmadığına

D) Sitedeki haberlerin güncel olup olmadığına

E) Haberi yapan gazetecilerin bilgisine ulaşılıp ulaşılmadığına

Ç) Aşağıdaki soruları okuyarak cevapları altta verilen boşluklara yazınız.

16. Özel hayatın gizliliği etik açıdan neden önemlidir?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

17. Dijital habercilikteki hangi uygulamalar telif hakları ihlaline girmektedir?

18. Bir haberin doğru olup olmadığını anlamak için neler yapılabilir?

19. Kümelem tekniğiyle yazılmış kısa bir haber örneği yazınız.

20. Hiper metinlerin dijital gazeteciliğin gelişimine katkısını örnekler vererek açıklayınız.

2. ÖĞRENME BİRİMİ

HABER PORTALI



KONULAR

2.1. HABER SİTELERİNİN ÖZELLİKLERİ
2.2. HABER PORTALI KULLANIMI
2.3. İNTERNET HABERİ İÇİN VERİ TOPLAMA
2.4. İNTERNET HABERİ İÇİN METİN DÜZENLEME
2.5. İNTERNET HABERİ İÇİN GÖRSEL DÜZENLEME
2.6. HABER PAYLAŞIMI

TEMEL KAVRAMLAR

1. Haber siteleri
2. Haber portalı
3. Haber sitesi tasarımı
4. Veri toplama yöntemleri
5. Görsel düzenleme yöntemleri
6. Haberleri kategorize etme
7. Haberin paylaşımı

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

- Türkçe haber sitelerinin özellikleri
- Yabancı haber sitelerinin özellikleri
- Haber portalının kullanımı
- İnternet haberi için yazılı ve görsel veri toplama
- Multimedya kavramı
- Yazılı ve görsel verileri düzenleme
- İnternet haberinde başlığın önemi
- İnternette haber etiketinin önemi
- Haberi paylaşma

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. **İnternet sitelerinde araştırma yaparken bir sitenin güvenli olup olmadığını nasıl anlarsınız? Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.**
2. **Yaşadığınız bir olayla ilgili verileri internet sitelerinde paylaşırken nelere dikkat ediyorsunuz? Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.**
3. **Haber sitelerinde paylaşılan görsellerin haberlerin okunurluğuna etkisi hakkındaki düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.**

2.1. HABER SİTELERİNİN ÖZELLİKLERİ

Haber, yaşamın vazgeçilmez bir parçasıdır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte internet kullanımındaki artış, habercilik anlayışını da değiştirmiştir. Günümüzde medya kuruluşları, yaşanan değişimle birlikte okurlarına hızlı bir şekilde ulaşmayı amaçlamaktadır.

Farklı alanlarda haber alma imkânı sağlayan haber sitelerinin sayısı oldukça fazladır. Farklı coğrafyalarda yaşayan insanlar tarafından kurulan haber siteleri, insanlara dünyada olup bitenler hakkında bilgi verir (Görsel 2.1). Haber siteleri, okurlarına gazeteleri ile de iletişim olanağı sağlar.



Görsel 2.1: Haber portalı

2.1.1. Haber Sitesinde Bulunması Gereken Özellikler

İnternet çağında bilgiye ulaşmak oldukça kolaydır. Herkesin bilgiye ulaştığı dijital çağda haber siteleri rekabet hâlindedir. Bazı haber siteleri başarılı olurken bazıları aynı başarıyı elde edemez. İnternet kullanıcılarının tercih ettiği haber sitelerinin bazı özelliklere sahip olması gerekir. Başarılı haber sitelerinin sahip olması gereken özellikler şunlardır:

- Dijital teknolojileri çok iyi kullanmalıdır.
- Video haber gibi ilgi gören haberleri ön plana çıkarmalıdır.
- Güncel haberleri hızlı bir şekilde yayınlamalıdır.
- Anlaşılır ve kullanımı kolay bir tasarıma sahip olmalıdır.
- İnternet kullanıcılarıyla iletişim hâlinde olmalıdır.
- Sosyal medya kanallarından haber çekebilmelidir.
- 24 saat yayın yapabilmelidir.
- Güvenilir olmalıdır.
- Yurt dışı kaynaklarından haber alabilmelidir.

Kitle iletişim araçları, haber toplama ve yazma işlemini kendi bünyesinde çalışan muhabirlerle gerçekleştirir. Yeterli düzeyde mali imkânlara sahip olmayan internet siteleri bünyesinde muhabir kadrosu bulundurmaz. Haber sitelerinin en büyük haber kaynağını haber ajansları oluşturur. Haber ajanslarının haber siteleri tarafından kullanılmasının nedeni, haber sitelerinin gelişmiş bir muhabir kadrosuna sahip olmamasıdır.

Haber ajansları tarafından yayımlanan haberler; gazete, radyo ve televizyon kanalları tarafından ilgi çekici bulunmadığı ya da yer sıkıntısı olduğu için elenerek kullanılır. İnternet gazeteciliğinde ise haberlerin tamamına yakını kullanılır. Haber siteleri; ajansların dışında internet sitelerinden, elektronik postalardan ve kendi kaynaklarından yararlanır.

Haber siteleri, son dakika haberlerinin yanında geleneksel medyadan aldığı haberleri de okurlarına duyurur. Gazetelerden ve dergilerden derlediği haberleri özet hâlinde ya da haberin linkini vererek okurlarına sunar.

Haberler yorum içermeyen metinlerdir ancak bazı haberlerde, okuru farklı açılardan aydınlatmak için habere yönelik yorumlar yapılır. Bu yorumlar gazete ve dergilerde köşe yazısı, televizyonda ise yorum programı olarak karşımıza çıkar. Haber sitelerinde de yayımlanan haberlerin yanında toplumsal konularla ilgili fikir yazılarının bulunması gerekir. Haber siteleri köşe yazarlarını istihdam etmek yerine gazete ve dergilerde yayımlanan köşe yazılarını kullanır.

Türkiye'de haber siteleri, genellikle bir genel yayın yönetmeni veya bir haber müdürüne bağlı çalışan ve eşit yetkilere sahip olan editörlerden oluşur. Birçok haber sitesinde genel yayın yönetmenleri ya da haber müdürleri, editörler gibi haber üretimi ve yazımıyla uğraşır.

Haber siteleri, haberlerini belli bir zaman kısıtlaması olmadan hazırlar. Haber sitesi, sayfalarını sürekli güncel tutmak zorundadır. Haber sitelerindeki güncelleme işlemi az sayıda gazeteci tarafından yapıldığı için internet gazetecileri yoğun bir şekilde çalışır.

İnternet gazetecileri; bir günlük mesailerinin en önemli bölümünü, haber yazmaya ve internette araştırma yapmaya ayırır. Bu işleri, yayımlanmış haberin yeniden yazılması ve haberlerin internete teknik uyumunun sağlanması işlemleri takip eder.

Haber sitelerinin çalışmaları diğer internet sitelerine göre daha önemlidir. Arama motorlarında üst sıralarda yer almayan haber siteleri ilgi görmez. Başarılı bir haber sitesi olmak için arama motorlarının beklentilerine cevap verecek altyapı olanaklarının sağlanması gerekir. Alan adı ve yazılım dikkat edilmesi gereken ilk konulardır. Haber siteleri için senaryo ve özel yazılım kullanmak önemlidir. Site içeriğine uygun senaryo [script (sıkript)] kullanmak gerekir. Kullanıcıların haberlere kolay ve hızlı bir şekilde ulaşması için tercih edilen yazılımın da başarılı olması şarttır. Haber sitelerinde akış oldukça hızlı ve dinamiktir. Bu hızı kaldırabilecek yazılımların kullanılmasına dikkat edilmelidir. Haber sitelerinde içeriğin kalitesi, aktarılan haberlerin sayısına göre de değişir.

2.1.2. Ülkemizdeki Haber Sitelerinin İncelenmesi

Türkiye'de internet gazeteciliğinin gelişimi üç dönem olarak ele alınır. İlk dönem, internetin gelişmeye başladığı ve gazeteciler arasında yeni tanındığı dönemdir. Bu dönemde haber siteleri, gazetelerin sanal ortamdaki kopyaları durumundaydı. Gazeteler, var olan içeriğin üzerine hiçbir ekleme yapmadan haberi haber sitelerinde yayımlardı.

İkinci dönem, gerçek anlamda internet gazeteciliğinin başladığı dönemdir. Bu dönemde haber sitelerinin sayısı hızla artmış ve yalnızca internet üzerinden yayın yapan haber portalları devreye girmiştir. İkinci dönem, gazetecilerin web sayfası için özgün haber içerikleri üretmeye başladığı dönemdir.

Üçüncü dönem ise okuyucuların haber içine girebilmesine ve haberlerin içeriğinde gezebilmesine imkân sağlayan dönemdir. Günümüzde internet gazeteciliğindeki her üç döneme ait uygulamalar web sayfalarında mevcuttur.

Web sitelerinin tasarlandığı ilk zamanlarda tasarım anlamında verimli sayfaların olmaması hedef kitlenin çok fazla dikkate alınmamasından kaynaklanır. İnternet kullanımı yaygınlaştıkça tasarlanan sayfalar; kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayan, kullanımı kolay ve görsel unsurlara dikkat edilen tasarımlara dönüşmüştür. Web sitesinin tasarımının işlevsel olması ve estetik açıdan güzel olması önemlidir. Sayfada kullanılan videoların kalitesine, sitenin sunumuna, grafik ögelerinin çekici olup olmamasına dikkat edilmelidir.



BİLGİ KUTUSU

Arayüz: Bilgisayar yazılımlarının kullanıcı tarafından çalıştırılmasını sağlayan ve çeşitli resimlerin, grafiklerin, yazıların yer aldığı ön sayfadır.

Haber sitelerinin en önemli unsurlarından biri, kullanıcıların bilgiye ilk olarak ulaştıkları arayüzlerdir. Arayüz, kullanıcı ve program arasındaki iletişimin başladığı yerdir. Kullanıcı ile haber siteleri arasında iletişimi ve etkileşimi sağlamak için ihtiyaç duyulan unsurların sayfanın arayüz tasarımında bulunması gerekir. Haber sitesinin tasarımında görüntünün estetik kalitesine özen göstermek önemlidir. Özellikle ses, animasyon, metin ve bilgilerin uyum içinde sunulması gerekir. Kullanıcılar, haber sitesinde kendilerine sunulan konuyu en kısa zamanda öğrenmeyi ister. Sayfa tasarımında metinle görsel arasındaki dengeyi sağlamak önemlidir. Tasarım açısından iyi olan haber sitelerinde kullanıcılar sayfada aradığı bilgiye kolayca ulaşır. Yan yana, alt alta boşluk bırakılmadan tasarlanan bir sayfadaki haberler, okuyucunun dikkatini çekmez.

Haber sitelerinde menülerin yerleşim düzeni, tasarım yapan kişiye göre değişiklik gösterebilir. Menülerin belli bir yerleşim düzeni olmalı ve menüler bir bütünlük içinde sunulmalıdır. Kullanıcılar; küçük düğmeli, soluk renkli olan ve sayfanın alt kısmında bulunan menülere dikkat etmez.

Web siteleri tasarlanırken sadelik, öngörülebilirlik ve tutarlılık ilkelerine dikkat edilmelidir. Haber sitelerindeki haber metinleri ve fotoğraflar, çevrim içi (online) okumayı kolaylaştırması için açık, uygun ve dengeli yerleştirilmelidir.

Reklamlar, bir konu hakkında dikkat çekmede ve ziyaretçileri sayfada tutmada önemli bir yere sahiptir. Reklamların haberin okunmasına engel olacak kadar büyük ve dikkat dağıtıcı olmaması gerekir.

Arayüz tasarımında renk kullanımı, kullanıcıların sitede daha çok vakit geçirebilmesi açısından önemlidir. Renk ve uyum açısından bakıldığında parlak renkler, izleyicinin konuya odaklanmasını sağlar.

Günümüzde yayımlanan ulusal boyuttaki haber sitesi tasarımlarında yaygın olarak kayan fotoğraflar kullanılır. Bu kullanım İngilizce **slider** (slaydır) olarak adlandırılır. Türkiye'deki haber sitelerinde üç farklı kayan fotoğraf kullanımı vardır. Bu fotoğraf türleri; yatay kayan fotoğraflar, dikey kayan fotoğraflar ve haber türüne göre seçmeli kayan fotoğraflardır.

Yatay Kayan Fotoğraflar: Soldan sağa veya sağdan sola doğru kayan fotoğraflardan oluşur. Genellikle fotoğrafın üzerinde haber başlığı yer alır. Fotoğrafların altındaki veya üstündeki küçük tuşlarda fotoğraf ya da rakamlar bulunur. Rakamlar üzerinden istenen habere geçilebilir (Görsel 2.2).



Görsel 2.2: Yatay kayan fotoğraf

Dikey Kayan Fotoğraflar: Yukarıdan aşağıya ya da aşağıdan yukarıya doğru kayan fotoğraflardan oluşur. Genellikle fotoğrafın üzerinde haber başlığı yer alır. Fotoğrafın solunda veya sağında küçük tuşlarda fotoğraf ya da rakamlar bulunur. Tuşlar kullanılarak istenen habere geçilir.



ARAŞTIRMA

Dikey kayan fotoğrafların kullanıldığı bir haber sitesi bulunuz ve siteyi inceleyiniz. Haber sitesi hakkındaki değerlendirmelerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.

Haber Türüne Göre Seçmeli Kayan Fotoğraflar: Görselin hem üstünde hem altında tuşlar bulunur. Üstteki tuşlarda genellikle haber türleri, alttaki tuşlarda ise haberler yer alır. Üstteki haber türünden hangisi seçilirse alttaki tuşlar da o haber türüne göre değişir.



ARAŞTIRMA

Seçmeli kayan fotoğrafların kullanıldığı bir haber sitesi bulunuz ve siteyi inceleyiniz. Haber sitesi hakkındaki değerlendirmelerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.

Sık kullanma oranlarına sahip haber sitelerinin tasarımları birbirine benzer. Bu haber sitelerinin tasarım benzerlikleri göz önünde bulundurulduğunda dört tür haber sitesi tasarımı ortaya çıkmaktadır.

Birinci Tür Haber Sitesi Tasarımı: Manşet haberleri yatay fotoğrafla verilir. Yatay bir görsel alanın üstünde sürmanşet haberleri yer alır. Sürmanşet haberleri, fotoğraf ve başlık şeklinde sıralanır.

Kayan görsellerin alt kısmında görsel, başlık ve spot şeklinde haberler sıralanır. Haber sitesinde aşağıya doğru inildikçe magazin, foto galeri, video galeri ve spor haberleri yine kayan görsel uygulamaları olarak verilir. Manşetteki kayan görsel uygulamanın yanında haber başlıkları bağlantı olarak verilir.

İkinci Tür Haber Sitesi Tasarımı: Ana sayfanın en üstünde sürmanşet, dikey kayan pul fotoğraflar ve büyük bir görsel alanı bulunur. Sürmanşetin altında iki adet büyük fotoğraf alanı ve görselle birlikte verilen haber başlığı vardır. Altında şerit hâlinde küçük fotoğraf haber başlığı ve onun altında da yatay kayan fotoğraflar şeklinde devam eden sayfa düzeni kullanılır.

Üçüncü Tür Haber Sitesi Tasarımı: Sitenin en üstünde büyük bir fotoğraf ile manşet haber yer alır. Bu tür haber sitelerinde kayan görsel uygulaması kullanılmaz. Alta doğru daha küçük alanlarda diğer haberlere yer verilir. Fotoğrafın yanında ya da altında haberin başlığı, spotu ve girişi bulunur. Sadece haberin başlığı verilir ve okur, bağlantılar aracılığıyla habere yönlendirilir.

Dördüncü Tür Haber Sitesi Tasarımı: Haber sitesinin en üstünde büyük bir fotoğraf ile manşet haberi verilir. Ana sayfada haberin fotoğrafı, başlığı, spotu ya da haberin bir kısmı verilerek ziyaretçiler bağlantıyla habere yönlendirilir. Alta doğru haberin önemlilik derecesine göre tek sütun ya da iki sütun şeklinde haberler sıralanır.

Basılı gazetelerde fotoğraf kullanımı ile gazetelerin internet sayfalarında fotoğraf kullanımı arasında belirgin farklar vardır. İnternet sayfasında fotoğrafın öne çıkarıldığı, yazının arka planda bırakıldığı bir tasarım görülür.

Türkiye'deki haber siteleri, kayan resimleri (slider) yaygın olarak kullanır. Her türlü haber konusuna yer verilen kayan resimlerde foto galeri ve video galeri de bulunur. Haber sitelerinde kullanılan sliderlar genellikle haber sitelerinin en üstünde yer alır. Bazı sitelerde sürmanşet slideri üç haber içerecek şekilde kullanılır. Sürmanşetin altında ise manşet haberlerinin yer aldığı, yatay şekilde on ile yirmi arası haber bulunan ve her türlü haber konusunu içeren slider bulunur. Türkçe haber sitelerinde fotoğraf kullanımı, Amerika ve Avrupa'daki örneklerine göre daha yaygındır. Görselliğin haberi anlatmadaki önemi haber sitelerine de yansımıştır.

Haber sitelerinde bazı haberler, fotoğraf galeri ya da video şeklinde verilir. Sitelerin ana sayfalarında siyaset, polis-adliye, magazin, sağlık, spor, ekonomi konularıyla ilgili haberler ve fotoğraflar ile köşe yazıları yer alır.

BİLGİ KUTUSU

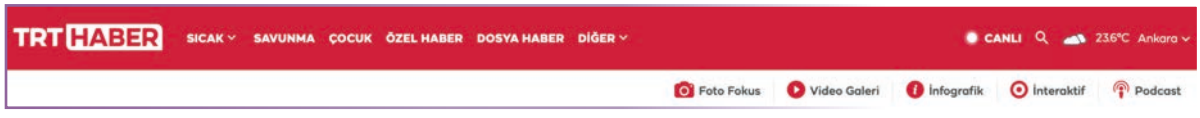
Slider, web sayfasına eklenen slayt ve sunulardır. Genellikle öne çıkan ya da en son eklenen güncel içeriklerin gösterildiği görsel bölümler olarak kullanılır.

Türkiye'de online haber sitelerinde birinci ve ikinci tür haber sitesi tasarımları kullanılır. Sitelerin ana sayfaları görsel ağırlıklıdır ve ana sayfalarda farklı haber türlerinde 10'dan fazla haber yer alır. Haberlerde kullanılan fotoğrafların üzerinde başlık ve spot bulunur. Diğer haberlerin başlığı ve spotu haberin altında ya da yanında yer alır. Haber sitelerinin görsel ağırlıklı olmasının sebebi, kullanıcıların görsel malzeme ile desteklenen haberi daha kolay ve hızlı algılamasıdır. Bu nedenle haber siteleri, haberi gerçek fotoğraf olmasa bile arşiv fotoğrafı ile destekler.

Kayan görsel kullanımı; Amerika, İngiltere ve Almanya'da ülkemizde bulunan haber sitelerindeki kadar yaygın değildir. İnternet sitesi verilerine göre en çok kayan görsel kullanımı sıklığına sahip ve ana sayfasında manşet haberlerini kayan görsel uygulamasıyla veren haber siteleri Türkiye'dedir. Amerika, İngiltere ve Almanya'daki haber sitelerinde manşetler; sitenin üst tarafında büyük bir haber fotoğrafı ile birlikte bu fotoğrafın üstünde ya da altında, başlık ve haberin bir kısmı verilerek kullanılır.

Türkçe Bir Haber Sitesinin İncelenmesi

TRT Haber sitesinde logo sayfanın sol tarafında yer alır. Logo ve isim dikdörtgen şeklinde konumlandırılmıştır. TRT ismi; kırmızı zemin üzerine beyaz harflerle, "haber" yazısı da beyaz zemin üzerine kırmızı renkle okunaklı olarak yazıldığı için tipografik olarak uygundur (Görsel 2.3). Kırmızı renk, birden fazla haberin içinden kritik olanın gösterilmesi ve kullanıcıların dikkatinin çekilmesi için tercih edilmiştir. TRT Haber sitesinin logosunun kırmızı olarak belirlenmesi, ziyaretçilerin logoyu kolayca görebilmesini sağlar. Haber sitelerinin büyük bir çoğunluğu, online okuma alışkanlıklarına göre gözün ilk olarak sol üst köşeye odaklandığı düşüncesinden dolayı logoyu sol üst köşeye konumlandırmıştır.



Görsel 2.3: TRT Haber sitesinde logo kullanımı

TRT Haber sitesinde menüler, kırmızı zemin üzerine beyaz renkle yazılmıştır. Her menünün üzerine gelindiğinde alt menüde hangi sekmelerin olduğu görülür. Menü; Sıcak, Savunma, Çocuk, Özel Haber, Dosya Haber ve Diğer şeklindedir. Menülerin dizilişi ise diğer sitelerde olduğu gibi soldan sağa doğrudur (Görsel 2.4).



Görsel 2.4: TRT Haber sitesinde menü tasarımı

Web sitelerini tasarlarken üç ilkeye dikkat etmek gerekir. Bunlar; sadelik, öngörülebilirlik ve tutarlılıktır. Haber sitelerinde haber metinlerinin ve fotoğraflarının online okumaya uygun hâle getirilmesi için bunların açık, uygun ve dengeli bir şekilde yerleştirilmesi gerekir. Web tasarım ilkelerinden ritim duygusunu yaratan bir tasarım, bir menüden başka bir menüye yönlendirebildiği için ziyaretçileri sitede daha uzun süre tutmada etkili olur.

TRT Haber sitesi ana sayfanın sonuna kadar üç sütun olarak tasarlanmıştır. Çok sayıda sütun, fotoğraf ve yazı kullanılmaması karmaşıklığı engellemiştir. Tasarımda görsel hiyerarşiye göre haberler yerleştirilmiştir (Görsel 2.5).

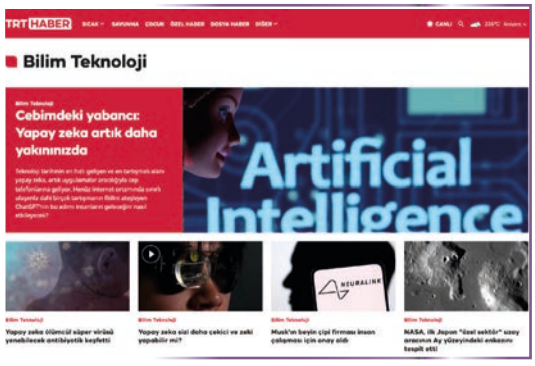
Reklamlar, ziyaretçileri sayfada tutmak ve bir konu hakkında dikkat çekmek için önemlidir. Haberin okunmasına engel olacak kadar büyük ve hareketli reklamlar, ziyaretçi sayısının azalmasına neden olmaktadır.

TRT Haber sitesinin ekonomi sayfasında reklam kullanılmamıştır. Haber sitesinde ziyaretçilerin dikkatini dağıtacak herhangi bir reklam yoktur. Sitenin tasarımı sadedir (Görsel 2.6).

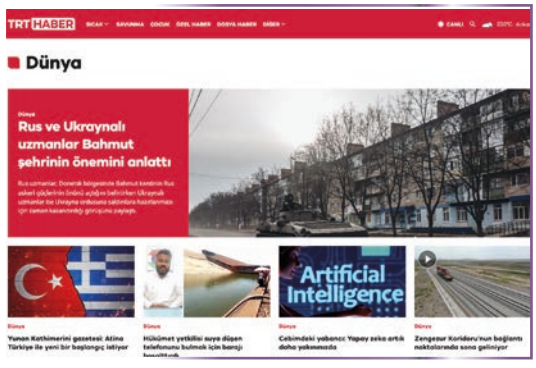
TRT Haberde menülerdeki sözcüklerin baş harfleri büyük yazılmıştır. Banner (banır) olarak verilen haberlerin başlıkları alt kısımda verilmemiş, başlıklar fotoğrafın üzerine beyaz yazı kullanılarak yazılmıştır.Site renk kullanımı bakımından okumayı kolaylaştıracak şekilde tasarlanmıştır. (Görsel 2.7).

İnternet yaygınlaşmadan önce kullanılan gazeteler; günümüzde geleneksel medya olarak adlandırılan iletişim araçlarının dışında, yeni habercilik türüyle internet ortamında, okura yeni bir yöntemle ulaştırılmaktadır.

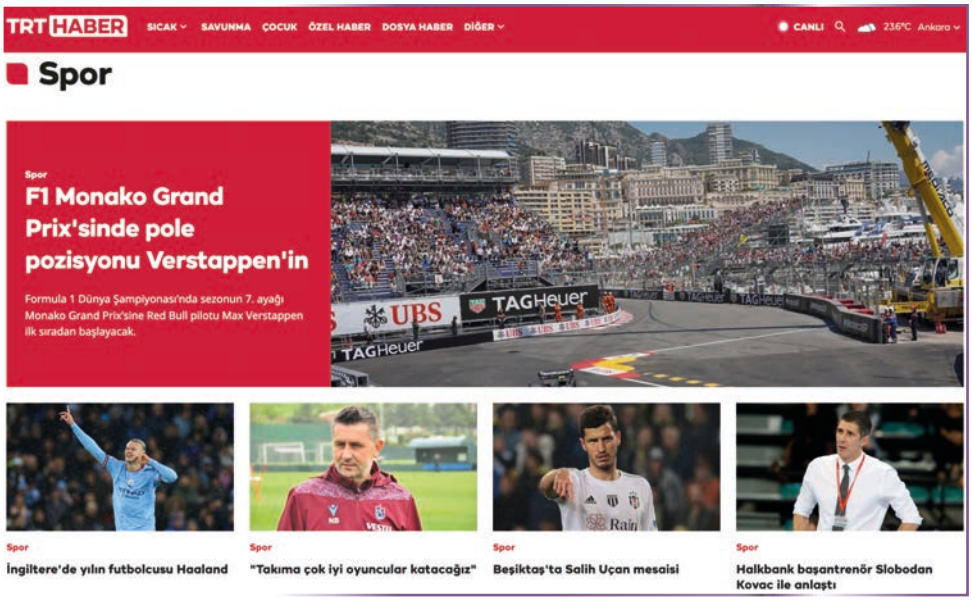
İnternetteki gelişme, basılı gazetecilikteki tiraj kaygısını ortadan kaldırmış; bu kaygının yerini tıklanma, izlenme, beğeni, paylaşım gibi unsurlar almıştır.



Görsel 2.5: TRT Haber sitesinin fotoğraf ve metin tasarımı



Görsel 2.6: Reklam kullanmayan TRT Haber sitesi



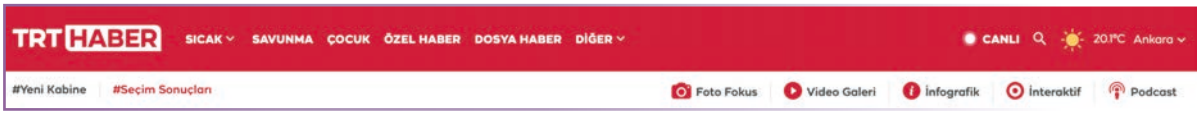
Görsel 2.7: TRT Haber sitesinde renk kullanımı

İzleyicilerin ve okuyucuların sitede daha uzun süre kalmalarını sağlamak için sayfa tasarımına önem vermek gerekir. Her tarafında görüntü ve yazı olan bir web sitesinde, dikkat çekilmek istenen haberler gözden kaçabilir. Haberlerin çok yakın bir şekilde konumlandırılması, kullanıcıların dikkatlerinin dağılmasına neden olabilir. Yeteri kadar boşluk kullanılmaması, açıklığı ve sadeliği yakalamada yetersiz kalabilir. Bu nedenle haber siteleri, ana sayfa tasarımlarına özen göstermelidir.

2.1.3. Haber Kategorileri

Gazetecilik mesleğinin temelini haber oluşturur. Haberlerin yorumlanması, basılı ya da sesli görüntülü yayın araçları için görüntülenmesi, tasarımı, kurgusu, yayımı, arşivi, basımı, dağıtımı gibi üretim ve işlem aşamaları haberin etrafında döner.

Gazetecilikte toplum, siyaset, ekonomi, hukuk, kültür-sanat, sosyal olaylar, din, eğitim, bilim, turizm ve sansasyon kategorileri vardır. Kategoriler zamanla gelişerek kendi içinde de kategorilere ayrılmaya başlamıştır. Kitle iletişim araçlarında haberler; politika haberciliği, polis-adliye haberciliği, sağlık haberciliği, teknoloji haberciliği, spor haberciliği, magazin haberciliği, savaş haberciliği şeklinde isimlendirilmiştir. Haberler, TRT Haber sitesinin menüler kısmında da kategorilere ayrılmıştır (Görsel 2.8).



Görsel 2.8: TRT Haber kategorileri

Diğer menüsünde Son Haberler, Foto Fokus, Video Galeri, Dosya Haber, Sağlık, Teknoloji, Eğitim, Hava Durumu, TRT'den Haberler, TRT Arşiv, Tüm Manşetler, Dünya Dışı, Kültür-Sanat, Yaşam, Çevre, Güncel, Podcast (podkest), Vime, Programlar ve Koronovirüs kategorileri vardır (Görsel 2.9).



Görsel 2.9: Diğer menüsü başlığı altında bulunan haber kategorileri

Yurt Dışı Kaynaklı Haber Sitesinin İncelenmesi

Yurt dışı kaynaklı haber sitesi incelenirken sitenin logosuna, menü kullanımının kolaylığına, sayfada kullanılan zemin rengine ve sayfanın reklam kullanma oranına dikkat edilir.

2.1.4. Haber Sitelerinin Güncel Olması

Hızlılık ve doğruluk, haberciliğin en önemli ilkelerindendir. Kitle iletişim araçları topladıkları bilgileri bir an önce habere dönüştürmek ve hızlı bir şekilde kamuoyuna ulaştırmak ister. Yazılan haberlerin güncelliğini yitirmeden okuyuculara ve izleyicilere ulaştırılması gerekir. Haber sitelerinin en önemli özelliği güncel olmalarıdır. Bazen bir dakikalık gecikme bile haberin güncelliğini kaybetmesine neden olabilir.

Haber sitesinin ziyaretçileri; günün her saatinde dilediği habere, dilediği kaynaktan ulaşabilme imkânına sahiptir. İnternetin hızla gelişmesiyle birlikte iletişim araçlarına sağladığı multimedya olanaklar (hız, veri depolama, veri işleme; görüntü, ses ve metnin bir arada kullanımı) farklı bir izleyici kitlesi oluşturmuştur. İnternet, ziyaretçilerine hem en hızlısını hem de daha fazlasını sunmaktadır.

İnternet haberciliğinde verilerin doğruluğu da çok önemlidir. İnternet kullanıcıları en hızlı şekilde en doğru habere ulaşmak ister. Hızlı olmayan ve bilgiyi doğru şekilde aktarmayan haber siteleri varlıklarını devam ettiremez. Haber sitelerinde yayımlanan haberlerin doğru olmaması sitelere olan güveni azaltır.

2.1.5. Haber Sitelerinin Dijital Habercilik Bağlamında Değerlendirilmesi

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte haber siteleri meydana gelen olaylarla ilgili bilgileri anında kullanıcılara ulaştırmaktadır. İnternet gazeteciliği ile son dakika haberleri ve flaş haberler haber sitelerinde sıkça yer almaya başlamıştır.

Gazete ve televizyon gibi geleneksel medya kuruluşlarının haber merkezleri, belli bir hiyerarşik örgütlenme yapısına sahiptir. Online haber merkezleri ise esnek bir örgütlenme yapısına sahiptir. Türkçe haber sitelerinin haber merkezleri de esnek bir yapıyla örgütlenmiştir.

Dijital medya, geleneksel medya kuruluşlarına göre hızlıdır. Haber siteleri, içeriklerini belli bir zaman kısıtlamasına bağlı kalmaksızın çok hızlı ve sürekli olarak günceller. Haber denetimlerinin hızlı bir şekilde yapılması, haberlerin bazen çeşitli kaynaklar tarafından doğrulanmasını engeller. Haberin her an düzeltilebilmesi ve yayından kaldırılabilmesi haberlerin eksik, yanlış ya da özensiz olarak hazırlanmasına neden olabilir. Bu riskler, haber sitelerinin güvenilirliğini zedeler.

İnternetin sağladığı teknik ve teknolojik altyapı sayesinde haber sitelerinde sürekli haber akışı yapılır. Haberi yapılan bir olayla ilgili sonradan ortaya çıkan yeni gelişmeler ve küçük olaylar haber sitelerine hemen düşer. Son dakika haberleri aynı sitelerin sosyal medya sayfalarına da eklenir. Haber sitelerinde hızlılık ilkesi ön plandadır.

Kullanıcılar, hızlı olması nedeniyle günlük gazeteleri kısa sürede sanal ortamda tarayabilir ve son dakika haberlerini takip edebilir. Bu olanaklar, okuyucuyu internet gazetelerine yönlendirmiştir.

İnternet gazeteciliği, gazeteci açısından şu imkânları sağlar:

- Haberi hızlı bir şekilde yayımlama
- Habere ilişkin bilgilere kolay ulaşma
- Haberin farklı formatlarda sunumu
- Ses ve video dosyalarının kullanımı
- Gazeteciler arasında interaktif iletişim
- Arşivleme ve arşive ulaşım kolaylığı
- Habere ilişkin ek metinlerin sunumu

İnternet gazeteciliğinin okur kitle açısından imkânları şunlardır:

- Habere hızlı erişim
- İnteraktif geri besleme
- Daha fazla enformasyona ulaşabilme
- Ücret açısından sunduğu olanaklar

İnternet gazeteciliğinin gazete işletmecisi açısından sunduğu imkânlar ise şöyle sıralanabilir:

- Kâğıt kullanımının olmaması
- Matbaa ihtiyacının olmaması
- Dağıtım kolaylığı
- Daha ucuza daha fazla reklam sunma olanağının olması

1. UYGULAMA

Türkçe Bir Haber Sitesini İnceleme

Amaç: Türkçe bir haber sitesini incelemek.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Türkçe bir haber sitesi belirleyiniz.
3. Haber sitesinin logosunu ve adını inceleyiniz.
4. Haber sitesinde bulunan menüleri inceleyiniz.
5. Haber sitesinde hangi kategorilerde haberler olduğunu belirleyiniz.
6. Sitede kullanılan reklamların sayfada kullanılma oranlarını tespit ediniz.
7. Sitedeki haberlerin güncelliğini kontrol ediniz.
8. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Türkçe Bir Haber Sitesini İnceleme uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Türkçe Bir Haber Sitesini İnceleme Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Türkçe bir haber sitesi belirledi.		
3	Haber sitesinin logosunu ve adını inceleyerek yorumlarını deftere not aldı.		
4	Haber menülerini inceledi.		
5	Haber kategorilerini belirledi.		
6	Sayfada kullanılan reklam oranlarını inceleyerek not aldı.		
7	Haber sitesinin güncelliğini diğer sitelerle karşılaştırarak kontrol etti.		
8	Uygulama sonundaki değerlendirmelerini sınıfta paylaştı.		

2. UYGULAMA

Yabancı Kaynaklı Bir Haber Sitesini İnceleme

Amaç: Yabancı kaynaklı bir haber sitesini incelemek.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Yabancı kaynaklı bir haber sitesi belirleyiniz.
3. Haber sitesinin logosunu ve adını inceleyiniz.
4. Haber sitesinde bulunan menüleri inceleyiniz.
5. Haber sitesinde hangi kategorilerde haberler olduğunu belirleyiniz.
6. Sitede kullanılan reklamların sayfada kullanılma oranlarını tespit ediniz.
7. Sitedeki haberlerin güncelliğini kontrol ediniz.
8. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Yabancı Kaynaklı Bir Haber Sitesini İnceleme uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Yabancı Kaynaklı Bir Haber Sitesini İnceleme Uygulaması Kontrol Listesi			
Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Yabancı kaynaklı bir haber sitesi belirledi.		
3	Haber sitesinin logosunu ve adını inceledi.		
4	Haber sitesinde bulunan menüleri inceledi.		
5	Haber sitesinde hangi kategorilerde haberler olduğunu belirledi.		
6	Haber sitesinde kullanılan reklamların sayfada kullanılma oranlarını tespit etti.		
7	Haber sitesinde bulunan haberlerin güncelliğini kontrol etti.		
8	Uygulama sonundaki değerlendirmelerini sınıfta arkadaşlarıyla paylaştı.		

2.2. HABER PORTALI KULLANIMI

Haber sitelerinin yönetici admin paneli vardır. Editör ve muhabirler, hazırladıkları haberleri yönetici paneli aracılığı ile haber sitesine yükler. En sık kullanılan araçlar ise metin, görsel ve habere etiket ekleme araçlarıdır. Admin panelinde bulunan **Yeni Ekle** seçeneği tıklanarak habere ait başlık ve içerik eklenir.

Haber metni eklendikten sonra sayfada bulunan görsel simgesi seçilerek habere ait görsel eklenir. Görselle ilgili gerekli düzenlemeler **Görsel sekmesi**nde yapılır. Haberin içeriği ve görseli eklenir. Haber için belirlenen etiketler **Yeni etiket** ekle kısmı tıklanarak eklenir. Haberle ilgili bütün düzenlemeler bittikten sonra **Yayımla** butonu tıklanır. Haber, seçilen kategoride yayımlanır.

2.2.1. Haberi Öne Çıkarma ve Haberi Kategorize Etme

Haber sitelerinde içeriğin uygun etiket ve kategoriler kullanılarak hazırlanması, okurun ilgilendiği içeriklere kolay ulaşabilmesini sağlar. Kategorilere yer vermek ve haberleri okurun ilgisini çekecek diğer haberlerle birlikte sunmak hem haber tasarımı hem de haber tüketimi açısından önemlidir.

Haberler, okuyuculara bir seçme ve eleme işleminden sonra ulaşır. İnternet gazeteciliğinde aynı anda pek çok haber okuyucuya ulaştırılır. İnternet kullanıcılarının beğeni ve beklentileri ölçülebildiğinden her kullanıcının ilgi ve ihtiyaçlarına yönelik içerik oluşturulabilir. Web sayfalarına konulan linklerle okuyucu beğendiği ve ihtiyaç duyduğu diğer sayfalara rahatlıkla yönlendirilebilir.

Haber sitelerinde yayımlanacak haberler belirlenirken en çok kamu yararına olan ya da halkın çoğunluğunu ilgilendiren konular seçilir. Yayımlanan haberleri öne çıkarma işlemi yapılırken haberin ilgi çekici olmasına dikkat edilir. Ayrıca haber başlıkları haberi öne çıkarmada önemli bir yere sahip olduğu için başlık seçimine de dikkat edilir.

1. Örnek Haber

Karadeniz'de 'Z kuşağı', çay tarımından uzak

Doğu Karadeniz'de, 830 bin dekar alanda üretici ailelerin yaptığı yaş çay tarımında 2'nci sürgün sezonu açıldı, olgunlaşan ürünlerin hasadına başladı. Ziraatçi uzmanlar, 'üretecinin kendi çayını kendi toplasın' çağrısında bulunurken, üreticiler ise gençlerin bahçeye girip hasada yardımcı olmamasından yakındı. Rize Ziraat Odası Başkanı Bünyamin Arslan, "Bölgede yeterli işçi olmayışı, gençlerin de aile tarımına katkı sağlamaması, hasadı oldukça zorlaştırıyor. Gençlerimiz, çay tarımından çok uzak" dedi.

Rize, Trabzon, Artvin ve Giresun illerinde, 830 bin dekar alanda 1 milyon üretici tarafından yapılan yaş çay üretiminde 2023 yılı 2'nci sürgün sezonu açıldı. Son hazırlıklarını tamamlayan üreticilerin bazıları, bahçeye girip olgunlaşan ürünlerinin hasadına başladı.

Birinci sürgünde 48 bin tonu aşkın alım yapılan bölgenin önemli ürünü çay tarımında, hasat için bu yıl bölgeye gelmeyen yabancı işçilerin yerini de yerli işçiler aldı. Ziraatçi uzmanlar, üreticinin kendi çayını kendi toplayıp, 'yabancı mevsimlik işçi göçü olmasın' çağrısı yaparken, üreticiler ise gençler ve çocuklarının bahçeye girip, hasada yardımcı olmamasından dert yandı. Bölgede kimi aileler yerli işçiye yönelirken, kimileri ise işçi sorununu aile fertleriyle bahçeye girip çözüyor. Üreticiler, gençlerin tarıma ilgisinin az oluşunu, çayın geleceğinde tehlike olarak görüyor.

3. UYGULAMA

Haberi Öne Çıkarma

Amaç: Haberi öne çıkarma işlemini yapmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. "81 il valiliğine genelge: Servislerde ve okul çevrelerinde tedbirler arttırılacak" başlıklı haberi dikkatlice okuyunuz.
3. Haberin ilgi çekici tarafını belirleyiniz.
4. Habere dikkat çekici görsel ekleyiniz.
5. Habere ilgi çekici bir başlık ekleyiniz.
6. İnternet sitesinde yayımlanacak habere son şeklini veriniz.
7. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Haberi Öne Çıkarma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Haberi Öne Çıkarma Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

	Ölçütler	**Evet**	**Hayır**
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Haber metnini dikkatlice okudu.		
3	Haber verilerinden en önemli olan kısmı belirledi.		
4	Sitede yayımlayacağı haber için dikkat çekici bir görsel seçti.		
5	Haberin içeriğini yansıtan dikkat çekici bir başlık belirledi.		
6	Haberi sitede yayımlanacak şekilde hazır hâle getirdi.		
7	Uygulama sonundaki değerlendirmelerini sınıfta paylaştı.		

Uygulama İçin Örnek Haber

81 il valiliğine genelge: Servislerde ve okul çevrelerinde tedbirler artırılacak

İçişleri Bakanlığı, 81 il valiliğine "2023-2024 Eğitim Öğretim Yılında Alınacak Asayiş ve Trafik Tedbirleri" konulu genelge gönderdi. Genelgeye göre, eğitim öğretim dönemi boyunca okul servislerinde ve okul çevrelerindeki tedbirler artırılacak, denetim, bilgilendirme ve farkındalık çalışmaları yürütülecek.

Genelgede yeni eğitim öğretim döneminde okul servislerinde ve okul çevrelerinde alınacak tedbirler ile denetim ve bilgilendirme-farkındalık çalışmaları 4 başlık altında aktarıldı.

Genelgeye göre, okul servis aracı şoförlerine yönelik eğitimler düzenlenecek, denetimler artırılacak. Jandarma Genel Komutanlığı ile Emniyet Genel Müdürlüğünün kurumsal sayfasındaki trafik kampanyası içeriklerinin sosyal medya üzerinden paylaşılması, uygun alanlara asılması ve ilgililerle paylaşılması sağlanacak.

Ayrıca okul önlerinde ve çevrelerinde oluşacak trafik yoğunluğuna zamanında müdahale edilebilmesi için okul giriş ve çıkış saatlerinde ekip ve personel görevlendirilecek.

Yayalara geçiş hakkını vermeyen sürücülerin denetimleri sıklaştırılacak

Yaya veya okul geçitlerinden geçen öğrencilere ve diğer yayalara ilk geçiş hakkını vermeyen sürücülere yönelik denetimler sıklaştırılacak.

Genelge uyarınca, trafik işaretlemeleri ve fiziki durumlar dikkate alınarak ilgili yolların yapım ve bakımından sorumlu kurum ve kuruluşlarca eksiklikler giderilecek.

Haber Kategorileri

Haber sitelerinde yer alan haber kategorileri; anasayfa, magazin, istihbarat, kültür-sanat, yaşam, ekonomi, siyaset, spor gibi kategorilerdir. Bütün dünyada gazetelerin içerik bölümlendirmeleri benzer şekillerde yapılmaktadır. Ana bölümlerin her birinin alt kategorilerinin belirlenmesi ve bu alt kategorilerin her birinin içinin doğru haberler ve uygulamalarla doldurulması gerekir.

Ekonomi kategorisi altında şu alt kategoriler yer alır:

- Finans
- Turizm
- Şirket haberleri
- Makroekonomi
- Otomobil
- Emlak
- Vergi

Spor kategorisi altında şu alt kategorilere yer verilir:

- Futbol
- Avrupa'dan futbol
- Basketbol
- NBA
- Formula 1
- Voleybol
- Tenis
- Diğer

İstihbarat kategorisi altında şu alt kategoriler yer alır:

- Polis haberleri
- Yargı haberleri
- Kent haberleri
- Belediye haberleri

Alt başlıkların faaliyete geçmesi ve içlerinin doğru içerikle doldurulması okurlara içerik açısından başarılı bir yapı sunar.

1. ETKİNLİK

Farklı kategorilerde yayımlanmış haber örnekleri verilmiştir. Örnek haberleri inceleyerek haberlerin ana kategorilerini ve alt kategorilerini belirleyiniz. Değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

2. Örnek Haber

Taraftarlardan Dünya Kupası'nın "ikonik stadı" 974'e veda

Katar'ın denizcilik ve ticaret mirasından esinlenerek 974 konteynerden inşa edilen ve Dünya Kupası'nın ardından sökülecek Stadyum 974'e taraftarla veda ediyor.

Dünya Kupası'nda oynanan 7 maça ev sahipliği yapan ve taraftarların en sevdiği statlardan olan Stadyum 974, artık maç oynanmayacak olmasına karşın taraftarların uğrak noktalarının başında geliyor.

Taraftarlar, Brezilya'nın Güney Kore'yi 4-1 mağlup ettiği son 16 turu karşılaşmasıyla kapılarını kapatan Stadyum 974'ün önünde fotoğraf ve video çekmek için gün boyu stadı ziyaret ediyor. Fotoğraf için en çok tercih edilen noktalar ise stat dışında bulunan ve aynı zamanda Katar'ın ülke telefon kodu da olan 974 yazılı sarı konteyner, dünya kupasının dev maketi ve stadyumun adının yazılı olduğu bölüm.

Yalnızca Katarlılar değil, birçok farklı ülke bayrağı ve formasıyla gelen taraftar da bu farklı stadyum sökülüp kaldırılmadan önce fotoğraf çektirmeyi ihmal etmiyor (Görsel 2.10).



Görsel 2.10: Haberin görseli

Dünya Kupası tarihinin ilk sökülebilir tesisi

İngiliz-İspanyol ortaklığı tarafından inşa edilen iki katlı stadyum, Dünya Kupası tarihinin ilk sökülebilir tesisi olmasıyla da tarihe geçti.

Katar'da Dünya Kupası'na ev sahipliği yapan statlar içinde klima olmayan tek stadyum olan 974, sürdürülebilir özelliğiyle de dikkat çekiyor.

Yarın bir defileye de ev sahipliği yapacak stadyum, söküldükten sonra Tunus'a gönderilecek ve Safakes şehrinde yeniden inşa edilecek.

Farklı bir tezahürat alışkanlığı getirdi

Konteynerlerden inşa edilen stadyum, farklı görüntüsü ve yapısıyla taraftarların tezahürat şekillerine de katkıda bulundu.

3. Örnek Haber

İpek Böcekçiliği UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde

Türkiye'nin "İpek Böcekçiliği ve Dokuma İçin İpeğin Geleneksel Üretimi" Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatının (UNESCO) İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne girdi (Görsel 2.11).

Dışişleri Bakanlığından yapılan açıklamada, Türkiye'nin yanı sıra Afganistan, Azerbaycan, İran, Tacikistan, Türkmenistan ve Özbekistan'ın "İpek Böcekçiliği ve Dokuma İçin İpeğin Geleneksel Üretimi" adlı başvurusunun kabul edildiği belirtildi.

Açıklamada, "İpek Böcekçiliği ve Dokuma İçin İpeğin Geleneksel Üretimi' adlı çok uluslu adaylık dosyamız 28 Kasım-3 Aralık 2022 tarihlerinde Fas'ın başkenti Rabat'ta düzenlenmekte olan Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Hükümetlerarası Komitesinin 17. oturumunda UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'ne kaydedilmiştir." denildi.

Ayrıca açıklamada, "Böylece ülkemizin Somut Olmayan Kültürel Miras Listelerinde kayıtlı kültürel unsurlarının sayısı 23'e ulaşmıştır. Köklü tarihimizden gelen zengin kültürel değerlerimizi korumayı, yaşatmayı ve tanıtmayı kararlılıkla sürdüreceğiz." ifadeleri kullanıldı.

UNESCO da haberi paylaşarak adı geçen ülkeleri tebrik etti.



Görsel 2.11: Haberin görseli

2.2.2. Haber Sitesinin Görünümünün Farklı Formatlarda Düzenlenmesi

Tasarımı yapılan haber sitelerinin görüntüsü farklı formatlarda düzenlenmektedir. Bunlar PNG, JPEG ve web formatıdır.

PNG Dosyası

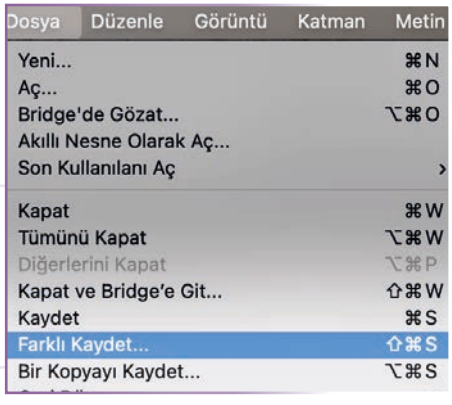
Portable Network Graphic'in (Portıbıl Netvork Grafik) kısaltması olan PNG, bir raster görüntü dosyası türüdür. PNG'ler, grafikleri saydam veya yarı saydam arka planlarla işleyebildiği için özellikle web tasarımcıları arasında sık kullanılan bir dosya türüdür. PNG dosyaları PNG uzantısını kullanır ve 16 milyon rengi işleyebilir. Bu da PNG dosya formatının birçok dosya türü arasından öne çıkmasını sağlar.

Tasarımcılar, PNG dosya formatını logoların tasarımları için kullanır. Bunun nedeni, formatın saydam arka planları desteklemesidir. Bu da tasarımcıların logo dosyalarını farklı arka planlara doğal görünecek şekilde katmanlayabileceği anlamına gelir. PNG formatı kayıpsız sıkıştırma kullanır. Dosyalar sıkıştırıldığında tüm orijinal verilerini korur. Önemli bilgilerin hiçbiri kaybedilmediğinden PNG'ler, web sitelerindeki ayrıntılı grafikler ve çizelgeler için kullanılır.

PNG Dosyası Oluşturma ve Düzenleme

Görseli PNG dosya formatında kaydetmek için şu işlemler yapılır:

- Görüntü Düzenleme Programı açılır.
- Görüntü dosyası açılır.
- **Farklı Kaydet** Shift + Ctrl + S tıklanır (Görsel 2.12).



Görsel 2.12: Görüntü dosyası kaydetme

- Açılan kutuda format menüsünden **PNG** seçilir (Görsel 2.13).
- Yeni **PNG** dosyası istenen konuma kaydedilir.



Görsel 2.13: PNG formatı seçme

JPEG Dosyası

JPEG, formatı 1980'lerin sonunda ve 1990'ların başında standartlaştıran uluslararası bir kuruluş olan Joint Photographic Experts Group'un (Coint Potogırapik Eksperets Grup) kısaltmasıdır. JPEG, dijital görüntüler için en iyi dosya formatıdır ve fotoğrafçıların görüntüleri dijital fotoğraf makinelerinde ve diğer reprografik aygıtlarda yakalamaya ve depolamaya başlamasından beri bu özelliğini her zaman korumuştur.

JPEG görüntüleri şu dosya adı uzantılarını bir araya getirir:

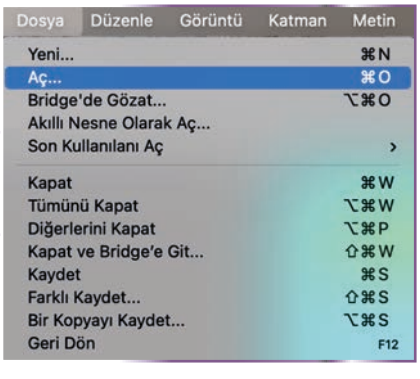
- .jpg
- .jpeg
- .jpe
- .jif
- .jfif
- .jfi

JPEG dosyası 24 bite kadar rengi destekler. Görüntüleri sıkıştırarak daha rahat saklama ve gönderme sağlamak için kayıplı sıkıştırma kullanır. Bu özellik, JPEG'leri günlük kullanım için daha iyi hâle getirir. JPEG dosyaları, dijital fotoğraf makineleri ve World Wide Web'in gelişiyle birlikte görüntü dünyasındaki yerini sağlamlaştırmıştır.

Büyük yayıncılar, haber siteleri, blog yazarları web sitelerinde JPEG dosyaları kullanır. JPEG dosyaların sayfaya hızlı yüklenmesi, okuyucuların içeriğe daha hızlı erişmesini sağlar.

Haber sitesini JPEG formatında kaydetme basamakları şunlardır:

- Görüntü Düzenleme Programı açılır.
- Görüntü dosyası açılır (Görsel 2.14).



Görsel 2.14: Görüntü dosyası açma

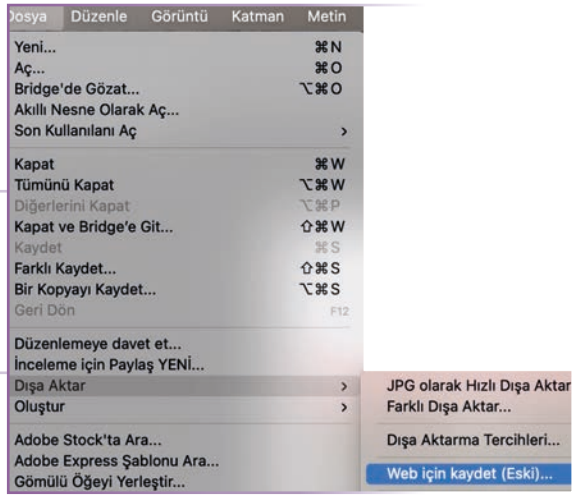
- Görüntü Düzenleme Programı açılır.
- Açılan kutuda format menüsünden JPEG seçilir (Görsel 2.15).
- Yeni JPEG dosyası istenen konuma kaydedilir.



Görsel 2.15: JPEG formatı seçme

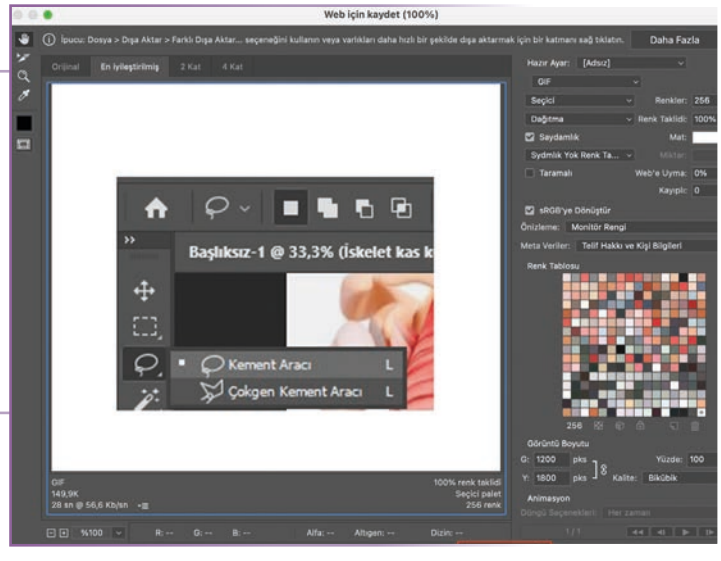
Web Formatında Kaydetme

- Görüntü dosyası açılır (Görsel 2.16).
- **Dışa Aktar** seçeneği tıklanır.
- Açılan kutudan **Web için kaydet** seçeneğine tıklanır.



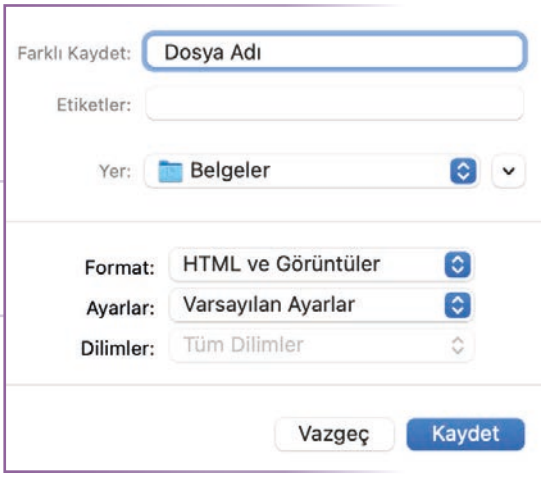
Görsel 2.16: Görüntü dosyası açma

- Görüntü Düzenleme Programı açılır.
- Açılan kutudan **Web için Kaydet** seçeneğine tıklandıktan sonra ekrana gelen sayfada görsel ile ilgili düzeltmeler yapılır (Görsel 2.17).
- Sayfanın altında bulunan **Kaydet** seçeneğine tıklanır.



Görsel 2.17: Web sayfası için düzenleme ekranı

- Görüntü Düzenleme Programı açılır.
- Yeni web dosyası istenen konuma kaydedilir (Görsel 2.18).



Görsel 2.18: Web dosyası kaydetme



2. ETKİNLİK

Görsel Düzenleme Programı'nı açınız. Bir haber sitesi belirleyerek siteyi PNG, JPEG ve WEB formatında kaydediniz. Haber sitesini farklı formatlarda kaydetme işlem sürecini sınıfta paylaşınız.

2.3. İNTERNET HABERİ İÇİN VERİ TOPLAMA

Geleneksel kitle iletişim araçlarında haber toplamak için kullanılan çeşitli kaynaklar vardır. Geleneksel medyada haber toplamak için kullanılan kaynaklar, internet haberciliği için de kullanılır. İnternet haberciliğinde kullanılan kaynaklar; ajanslar, bültenler, internet ortamında araştırma, e-posta ve diğer ulusal ve uluslararası haber kaynaklarıdır.

2.3.1. Ajanslar

Haber sitelerinde, düzenli bir şekilde çalışmasa bile genellikle sorumlu editör veya editörler bulunur. Bu siteler, haber takibini ve toplamayı genellikle muhabirler kullanmadan yaparlar. Bu durum, internet sitelerinin haber ajanslarına bağlı olmasına ve haberlerin tamamına yakınının ajans kaynaklı kullanılmasına neden olmaktadır. Haber ajansları, internet haberciliğinin en önemli haber kaynaklarındandır. Tıpkı geleneksel kitle iletişim araçlarında olduğu gibi haber siteleri de belirli bir ücret karşılığında haber ajanslarına abone olur. Haber siteleri, ajanstan aldıkları haberleri sitelerinde yayımlarlar. Siteler, birçok haberi sistem üzerinden otomatik olarak alır. Ajansların yayımladıkları haberlerin yaklaşık %10'u gazete, radyo ve televizyon tarafından kullanılırken %90'ı ise ilgi çekmediği ya da televizyon ve gazetelerde yer sıkıntısı olduğu için elenir. İnternet gazeteciliğinde ise ajans haberlerinin tamamına yakını kullanılır. Haberler, herhangi bir ölçüte bağlı kalınmadan doğrudan yayımlanır. Haber ajanslarının haberleri güncel, ekonomi, siyaset, spor, magazin gibi başlıklar altında kategorize etmeleri haber sitelerinin işini kolaylaştırır.

2.3.2. Bültenler

Haber siteleri için Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) gibi resmî kurumlar, büyük şirketler, tanınmış kişiler (sanatçılar, sporcular, siyasetçiler vb.) tarafından yayımlanan duyurular veya basın bültenleri, medya için önemli haber kaynaklarıdır. Bütün basın kuruluşları bültenlerden yararlanarak haber yazar. Bültenler; yer ve zaman sıkıntısı bulunmayan, sürekli güncellenen ve sınırsız güncel içeriğe ihtiyaç duyan haber siteleri için kolaylık sağlar. TÜİK'in her ay yayımladığı düzenli veriler ile belirli zamanlarda yayımladığı ekonomik ve toplumsal veriler de internet medyası için bilgi kaynağıdır. Kurum ve kuruluşların yaptığı basın açıklamaları ile çeşitli vakıfların ve derneklerin kamu yararına yönelik çalışmalarına ilişkin yayımladıkları bildiriler de haber kaynağı olarak kabul edilir.

2.3.3. Özgün Kaynaklar

Habercilikte aslolan medya kuruluşunun kendi haberini üretmesidir. Bu durum internet haberciliği için de geçerlidir. Özgün haber elde etmek için özgün kaynaklara ihtiyaç vardır. Özgün kaynaklara sahip olmak için ise habere yakın olan kişilerle iletişim hâlinde olmak gerekir. Bazen kritik noktalarda görev yapan bir bürokrat, bazen çoğu konuda bilgi sahibi olan bir müsteşar, bazen de devletin en üst kademesinde görev alan bir özel kalem müdürü özgün kaynak olarak değerlendirilir.

Özgün kaynaklara ulaşmak ve bu kaynaklardan haber almak zordur. Haber ile ilgili bilgi alabilmek için habercinin öncelikle dürüst, ilkeli ve güvenilir olması gerekir. Özgün kaynaklar sadece resmî kurumlar için geçerli değildir. Benzer durum siyasi partiler, spor kulüpleri, özel şirketler, dernekler, vakıflar ve diğer sivil toplum kuruluşları için de geçerlidir.

2.3.4. İnternet Ortamında Araştırma Yapma

İnternetin gazetecilere habercilik alanında sağladığı yenilik, bilgiye ulaşmadaki kolaylıktır. İnternetin gelişmesi ile birlikte geleneksel yöntemlerle ulaşılması zor olan bilimsel bilgilere anında ulaşılabilir hâle gelmiştir. Kitle iletişim araçlarında çok fazla yer almayan araştırma haberleri, internet sayesinde haber sitelerinde sıkça yer almaya başlamıştır.

Toplumun hızla değişen gündemi, medyanın da hızlı bir şekilde değişmesine neden olur. Ekonomik, teknolojik, siyasal ve sosyal alanda aniden ortaya çıkan bir konu ya da başlık; günün, haftanın hatta ayın en önemli konusu hâline gelebilir. Böyle durumlarda bilimsel bilgiye ihtiyaç duyulur. İnternet sayesinde oluşan gündemle ilgili konularda ihtiyaç duyulan bilimsel bilgiye alternatif kaynaklardan ulaşmak mümkündür. Geleneksel kitle iletişim araçları ve haber siteleri bu tarz haberlere yer vererek konuyu anlaşılır hâle getirebilir. Hatta internet siteleri aynı başlık altında derledikleri bu tarz haberleri okuyucularına günlük olarak sunabilir. Haber siteleri, hem zengin içerik oluşturarak hem de okuyuculara daha nitelikli haber ve bilgi sunarak işlevlerini sürdürür.

2.3.5. E-posta Yoluyla Haber Toplama

Kitle iletişim araçlarına e-posta veya telefon yoluyla gelen ihbarlar, haberciler için önemli bir kaynaktır. Haberciler, gelen e-postalar sayesinde çok önemli ve özel bilgilere ulaşabilirler. E-posta ile elde edilen haberler, geleneksel kitle iletişim araçlarında olduğu gibi internet haber siteleri için de önemli bir kaynaktır.

Teknoloji çağında kullanılan alternatif iletişim yöntemleri vardır. Bu sayede olaylar veya durumlar hakkında ilgili kişilere haber ve bilgi vermek de kolaylaşmıştır. Kitle iletişim araçlarına gelen e-postalar, haberciler için çok önemli bilgiler verebileceği gibi bazen yanıltıcı ya da uydurma bilgiler de verebilir. Haberciler; kişisel meselelere, ticari rekabete alet olmamalıdır.

2.3.6. Diğer Ulusal-Uluslararası Yayın Organları

Sosyal medyada ve ulusal-uluslararası internet sitelerinde yer alan bazı haberler, geleneksel medyada haber olabilir ya da haber konusu olarak değerlendirilebilir. İnternet haber siteleri için de aynı durum geçerlidir. Geleneksel medyada yer alan haber ve programlarda yaşanan önemli ve ilginç olaylar internet siteleri tarafından haberleştirilerek okuyuculara aktarılır. Geleneksel medyanın içeriği, internet siteleri için önemli bir haber kaynağı olarak değerlendirilir.

Haber siteleri içerik oluştururken ve haber hazırlarken günlük gazetelerin haberlerinden, internet sitelerinden, televizyon ve radyolardan yararlanır. Haber yayını yapan televizyon kanalları haber siteleri tarafından gün boyu takip edilir. Kanallar tarafından canlı olarak yayımlanan etkinlikler, basın açıklamaları, programlar, basın toplantıları, meclis kararları gibi son dakika gelişmeleri hızlı bir şekilde haberleştirilerek yayımlanır. Bazı gazetelerin internet sitelerindeki haberler de kaynak gösterilebilir. Haberler aynen alınır ya da gazetenin ilgili sayfası link (bağlantılı) verilerek kullanılır.

4. UYGULAMA

Çevrim İçi Haber Sitesinden Gündem Takibi Yapma

Amaç: Çevrim içi haber sitesinden gündem takibi yapmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 40 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Çevrim içi bir haber sitesi belirleyiniz.
3. Haber sitesinin haber akışını inceleyiniz.
4. Haber sitesinde bulunan manşet haberleri inceleyiniz.
5. Haber sitesinde bulunan diğer haberleri belirleyiniz.
6. Haber sitesinden seçtiğiniz haberleri önem derecesine göre sıralayınız.
7. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Çevrim İçi Haber Sitesinden Gündem Takibi Yapma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Çevrim İçi Haber Sitesinden Gündem Takibi Yapma Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

	Ölçütler	**Evet**	**Hayır**
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	İncelemek istediği çevrim içi bir haber sitesini belirleyerek not aldı.		
3	Haber sitesinin haber akışını takip ederek haberleri not etti.		
4	Ana sayfada yer alan diğer haberleri inceleyerek habere ait yorumları not aldı.		
5	Haber sitesinden seçtiği haberleri önem derecesine göre sıraladı.		
6	Sitedeki haber kategorilerini belirleyerek not aldı.		
7	Uygulama sonundaki değerlendirmelerini sınıfta paylaştı.		

5. UYGULAMA

Haber Ajansından Gündem Takibi Yapma

Amaç: Haber ajansından gündem takibi yapmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 40 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Gündem takibi yapacağınız haber ajansını belirleyiniz.
3. Haber ajansının haber akışını inceleyiniz.
4. Haber ajansının ana sayfasında yer alan haberi inceleyiniz.
5. Haber ajansının sitesinde bulunan diğer haberleri belirleyiniz.
6. Haber ajansında yer alan haberleri önem sırasına göre hazırlayınız.
7. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Haber Ajansından Gündem Takibi Yapma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Haber Ajansından Gündem Takibi Yapma Uygulaması Kontrol Listesi			
Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Gündem takibi yapacağı haber ajansını belirledi.		
3	Haber ajansının haber akışını inceledi.		
4	Haber ajansının ana sayfasında yer alan haberi inceledi.		
5	Haber ajansının sitesinde bulunan diğer haberleri belirledi.		
6	Ajanstan seçtiği haberleri önem derecesine göre sıraladı.		
7	Uygulama sonundaki değerlendirmelerini sınıfta arkadaşlarıyla paylaştı.		

Masabaşında Haber Sitelerinden ve Kitle İletişim Araçlarından Yazılı ve Görsel Veri Toplama

Gazeteciler teknolojinin sunduğu imkânlarla haberlerini hızlı bir şekilde iletebilme kolaylığının yanında, haber kaynağı olarak veya haber kaynağına ulaşmak için internetten faydalanır. İnternet sayesinde arşivlere, çok büyük ölçekli haberlere, video ve ses kayıtlarına ve haberi destekleyici materyallere ulaşmak kolaylaşmıştır. İnternet üzerinden ulaşılan haber verileri yeniden düzenlenerek haber sitelerinde yayımlanır.



3. ETKİNLİK

Kitle iletişim araçlarından yazılı ve görsel olarak toplanan verilerin habere dönüştürülerek yayımlanmış örnekleri verilmiştir. Farklı kitle iletişim araçlarından alınan örnek haberler üzerinde yapılan değişiklikleri inceleyiniz ve sınıfta değerlendiriniz.

4. Örnek Haber

Haberin İlk Hâli

Özel tiyatrolara 55 milyon TL destek kararı

Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023-2024 sanat sezonunda 476 özel tiyatroya toplam 55 milyon TL destek verileceğini açıkladı.

Bakanlıktan yapılan açıklamaya göre; Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Batuhan Mumcu başkanlığında, Bakanlığa bağlı sanat kurumlarının Genel Müdürleri ve komisyon üyelerinin katılımıyla 'Özel Tiyatrolara Maddi Destek Değerlendirme Komisyonu' toplantısı düzenlendi.

Özel tiyatroların projelerine yapılan yardımlardan yararlanmak üzere 2023-2024 sanat sezonu için yapılan başvuruları değerlendiren komisyon, başvurusunu eksiksiz tamamlayan bütün tiyatrolara destek verilmesi kararı aldı.

Bu kapsamda, 77 geleneksel tiyatro, 95 çocuk oyunu tiyatrosu ve 304 profesyonel olmak üzere 476 özel tiyatroya toplam 55 milyon TL destek verilecek.

Özel tiyatrolara ait salonların sanat hayatına katkısının artırılması ve devamlılığının sağlanması, tiyatro alanında kayıtlı istihdamın özendirilmesi ve son yıllarda olduğu gibi başvurularda daha çok Türk oyun yazarlarına ait eserlerin tercih edilerek Türk tiyatrosunun gelişmesine katkı sağlanması amaçlandı.

Bakanlığın maddi destek sağladığı özel tiyatrolara Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü'nün resmi internet sitesinden ulaşılabilecek.

Haberin Değişiklikler Yapılarak Yayımlanmış Hâli

Özel tiyatrolara 55 milyonluk destek

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından, 2023-2024 sanat sezonunda 77 geleneksel tiyatro, 95 çocuk oyunu tiyatrosu ve 304 profesyonel olmak üzere 476 projeye toplam 55 milyon lira destek verileceği duyuruldu.

Özel tiyatrolara 55 milyonluk destek

Böylece özel tiyatrolara ait salonların sanat hayatına katkısının artırılması ve devamlılığının sağlanması, tiyatro alanında kayıtlı istihdamın özendirilmesi ve son yıllarda olduğu gibi başvurularda daha çok Türk oyun yazarlarına ait eserlerin tercih edilerek Türk tiyatrosunun gelişmesine katkı sağlanması amaçlandı. Bakanlığın maddi destek sağladığı özel tiyatrolara Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü'nün resmi internet sitesinden ulaşılabilecek.

5. Örnek Haber

Haberin İlk Hali

Muğla'da yeni bir endemik bitki türü keşfedildi

Muğla'nın Ula ile Marmaris ilçeleri arasındaki Balan dağ serisinde yeni bir endemik bitki türü keşfedildi. 'Balan sümbülü' olarak bilim dünyasına tanıtılan bitki 70 santimetreye kadar uzayabilen, üzerinde uzun bir salkım şeklinde çiçeklere sahip.

Zeytinyağı üreticisi olup, bitkiler üzerine de amatör çalışmalar yapan Buse Topçuoğlu, 2020'de bulduğu bir bitkinin fotoğraf ve örneklerini Ege Üniversitesi (EÜ) Fen Fakültesi Biyoloji Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hasan Yıldırım'a ulaştırdı.

Prof. Dr. Yıldırım, türün literatürde bulunmayan bir bitki olduğunu anlayınca Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Köyceğiz Meslek Yüksekokulu'ndan Dr. Öğretim Üyesi Kenan Akbaş ve doktora öğrencisi Tuğkan Özdöl ile ortak çalışma başlattı. 3 yıl süren çalışmaların ardından yeni bitkinin 'taksonomik botanik' türü olduğu belirlendi.

Bilimsel ismi adı 'Leopoldia buseana' olan bitki, bilimsel dergi Phytotaxa'da yer alarak dünyaya tanıtıldı. Bitkinin Türkçe ismi ise yayılış gösterdiği dağ silsilesinden yola çıkarak 'Balan sümbülü' olarak adlandırıldı (Görsel 2.19).



Görsel 2.19: Haberin görseli

"Balan sümbülü ile cinsin dünyadaki tür sayısı 30'a yükseldi"

'Leopoldia'nın diğer bir adı ile 'Morbaş' cinsinin dünya genelinde 29 türle temsil edildiğini anlatan Prof. Dr. Yıldırım, "Cinse ait türler Akdeniz havzasında, Orta-Doğu ve Güney Avrupa, Kafkasya ve Güneybatı Asya'da doğal bir yayılışa sahiptir. Cinsin çeşitlenme ve gen merkezi, Batı Anadolu ve Ege adalarıdır. Bu bakımdan Muğla ili, 'Leopoldia' cinsi için oldukça önemli bir alandır. Yeni keşfedilen 'Balan sümbülü' ile cinsin dünyadaki tür sayısı 30'a, Türkiye'de de 16'ya yükselmiştir. Türkiye'deki endemik 'Leopoldia' tür sayısı ise 9'a çıkmış oldu. Bu bitkiye isminden de anlaşılacağı üzere 'Leopoldia buseana'yı keşfeden Buse Hanım'ın ismine atfettik. Bu bitkinin enteresan bir şekilde Marmaris'in yakın zamanda büyük yangın geçiren alanlarında, Hisarönü civarında da popülasyonlarını tespit ettik" diye konuştu.

"Bu türün geleceği için bilim insanları endişeli"

Türün Balan dağ serisi üzerinde popülasyonu bulunduğunu ancak yol çalışmaları ve orman yangınları nedeniyle risk altında olduğunu vurgulayan Prof. Dr. Yıldırım, "Gerek yol çalışmaları gerekse orman yangınları için potansiyel bir alan olmasından dolayı bu türün geleceği için bilim insanları endişeli. Balan dağ serisi üzerindeki popülasyonun olduğu alanda yangın mevcut değil; ama potansiyeli çok yüksek. Yerel yönetimler ve bilim insanları olarak bu bitkinin acil bir şekilde koruma stratejilerini ortaya koyarak bir an önce çalışmalarına başlamamızda fayda görmekteyim" dedi.

Süs bitkisi potansiyeli yüksek olan

Bitkinin fiziksel özelliklerine de değinen Prof. Dr. Yıldırım, "70 santimetreye kadar uzayabilen, üzerinde uzun bir salkım şeklinde çiçeklere sahip. Bitki mavimsi renkten, mora doğru da hatta kahverengiye değişen, tomurcukta farklı renkte, olgunlaştıktan sonra farklı renge doğru dönüşen çiçeklere sahiptir. Çok güzel bir çiçek renk geçişi vardır. Süs bitkisi potansiyeli olan, üzerine kültür çalışmaları yapılma olasılığı yüksek bir bitki" diye konuştu.

Haberin Değişiklikler Yapılarak Yayımlanmış Hâli

Muğla'da yeni bir endemik bitki türü keşfedildi

Muğla'nın Ula ile Marmaris ilçeleri arasındaki Balan dağ serisinde yeni bir endemik bitki türü keşfedildi. 'Balan sümbülü' olarak bilim dünyasına tanıtılan bitki 70 santimetreye kadar uzayabilen, üzerinde uzun bir salkım şeklinde çiçeklere sahip.

Zeytinyağı üreticisi olup, bitkiler üzerine de amatör çalışmalar yapan Buse Topçuoğlu, 2020'de bulduğu bir bitkinin fotoğraf ve örneklerini Ege Üniversitesi (EÜ) Fen Fakültesi Biyoloji Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hasan Yıldırım'a ulaştırdı.

Prof. Dr. Yıldırım, türün literatürde bulunmayan bir bitki olduğunu anlayınca Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Köyceğiz Meslek Yüksekokulu'ndan Dr. Öğretim Üyesi Kenan Akbaş ve doktora öğrencisi Tuğkan Özdöl ile ortak çalışma başlattı. 3 yıl süren çalışmaların ardından yeni bitkinin 'taksonomik botanik' türü olduğu belirlendi.

Bilimsel ismi adı 'Leopoldia buseana' olan bitki, bilimsel dergi Phytotaxa'da yer alarak dünyaya tanıtıldı. Bitkinin Türkçe ismi ise yayılış gösterdiği dağ silsilesinden yola çıkarak 'Balan sümbülü' olarak adlandırıldı.

"Balan sümbülü ile cinsin dünyadaki tür sayısı 30'a yükseldi"

'Leopoldia'nın diğer bir adı ile 'Morbaş' cinsinin dünya genelinde 29 türle temsil edildiğini anlatan Prof. Dr. Yıldırım, "Cinse ait türler Akdeniz havzasında, Orta-Doğu ve Güney Avrupa, Kafkasya ve Güneybatı Asya'da doğal bir yayılışa sahiptir. Cinsin çeşitlenme ve gen merkezi, Batı Anadolu ve Ege adalarıdır. Bu bakımdan Muğla ili, 'Leopoldia' cinsi için oldukça önemli bir alandır. Yeni keşfedilen 'Balan sümbülü' ile cinsin dünyadaki tür sayısı 30'a, Türkiye'de de 16'ya yükselmiştir. Türkiye'deki endemik 'Leopoldia' tür sayısı ise 9'a çıkmış oldu. Bu bitkiye isminden de anlaşılacağı üzere 'Leopoldia buseana'yı keşfeden Buse Hanım'ın ismine atfettik. Bu bitkinin enteresan bir şekilde Marmaris'in yakın zamanda büyük yangın geçiren alanlarında, Hisarönü civarında da popülasyonlarını tespit ettik" diye konuştu.

"Bu türün geleceği için bilim insanları endişeli"

Türün Balan dağ serisi üzerinde popülasyonu bulunduğunu ancak yol çalışmaları ve orman yangınları nedeniyle risk altında olduğunu vurgulayan Prof. Dr. Yıldırım, "Gerek yol çalışmaları gerekse orman yangınları için potansiyel bir alan olmasından dolayı bu türün geleceği için bilim insanları endişeli. Balan dağ serisi üzerindeki popülasyonun olduğu alanda yangın mevcut değil; ama potansiyeli çok yüksek. Yerel yönetimler ve bilim insanları olarak bu bitkinin acil bir şekilde koruma stratejilerini ortaya koyarak bir an önce çalışmalarına başlamamızda fayda görmekteyim" dedi.

"Üzerine kültür çalışmaları yapılma olasılığı yüksek bir bitki"

Bitkinin fiziksel özelliklerine de değinen Prof. Dr. Yıldırım, "70 santimetreye kadar uzayabilen, üzerinde uzun bir salkım şeklinde çiçeklere sahip. Bitki mavimsi renkten, mora doğru da hatta kahverengiye değişen, tomurcukta farklı renkte, olgunlaştıktan sonra farklı renge doğru dönüşen çiçeklere sahiptir. Çok güzel bir çiçek renk geçişi vardır. Süs bitkisi potansiyeli olan, üzerine kültür çalışmaları yapılma olasılığı yüksek bir bitki" diye konuştu.

6. UYGULAMA

Basın Bülteninden Topladığı Verileri Habere Dönüştürme

Amaç: Basın bülteninden topladığı verileri habere dönüştürmek.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Kullanacağınız basın bültenini belirleyiniz.
3. Haber için gerekli olan yazılı verileri toplayınız.
4. Haberde kullanacağınız görselleri toplayınız.
5. Topladığınız verileri habere dönüştürünüz.
6. Habere dönüştürdüğünüz verileri sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Basın Bülteninden Yazılı ve Görsel Veri Toplama uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Basın Bülteninden Topladığı Verileri Habere Dönüştürme Uygulaması Kontrol Listesi			
Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Kullanacağı basın bültenini belirledi.		
3	Haber yazımında kullanacağı verileri topladı.		
4	Haberde kullanacağı görselleri belirledi.		
5	Yazılı ve görsel verileri birleştirerek habere dönüştürdü.		
6	Yazdığı haberi sınıfta arkadaşlarıyla paylaştı.		

7. UYGULAMA

Sosyal Medya Platformlarından Yazılı ve Görsel Veri Toplama

Amaç: Sosyal medya platformundan topladığı yazılı ve görsel verileri habere dönüştürmek.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Veri toplayacağınız sosyal medya platformunu belirleyiniz.
3. Haber için gerekli olan yazılı verileri toplayınız.
4. Haberde kullanacağınız görselleri toplayınız.
5. Topladığınız verileri habere dönüştürünüz.
6. Habere dönüştürdüğünüz verileri sınıfta arkadaşlarınızla değerlendiriniz.

Değerlendirme: Sosyal Medya Platformlarından Yazılı ve Görsel Veri Toplama uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Sosyal Medya Platformlarından Yazılı ve Görsel Veri Toplama Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

	Ölçütler	**Evet**	**Hayır**
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Çalışma yapacağı sosyal medya platformunu belirledi.		
3	Haberde kullanacağı yazılı verileri topladı.		
4	Haberde kullanacağı görselleri topladı.		
5	Yazılı ve görsel verileri birleştirerek habere dönüştürdü.		
6	Yazdığı haberi sınıfta arkadaşlarıyla paylaştı.		

2.4. İNTERNET HABERİ İÇİN METİN DÜZENLEME

İnternet gazeteciliğinde haber metni oluşturmak için farklı yazım teknikleri kullanılır. En yaygın kullanılan yöntem ters piramit tekniğidir. Bu teknik dışında T modeli, online piramit, doğrusal ve doğrusal olmayan, kümeleme, anlatım ve kum saati gibi diğer yazım ve sunum teknikleri de internet haberciliğinde kullanılır.

İnternet Haber Dilinin Özellikleri

Haberin yeni, doğru, dengeli ve özellikle kapsayıcı olması gerekir. Haberde kullanılan cümleler, herkesin rahatlıkla anlayacağı şekilde olmalı ve imlâ kurallarına dikkat edilmelidir. Haber metninin giriş bölümü haberin ne olduğunu açıklayıcı özellikler taşımalıdır. İnternette verilen haberler 5N 1K formülüne uygun olarak düzenlenmelidir. İnternet haber dili şu özellikleri taşımalıdır:

- İnternet haberi öz olmalıdır.
- Paragraflar 2-5 cümleden oluşmalıdır.
- Kurallı cümle yapısı kullanılmalıdır.
- Her cümlede bir fikir olmalıdır.
- Açık ve anlaşılır bir dil kullanılmalıdır.
- Yüklem kuvvetli olmalıdır.
- Mantıklı bağlantılar kullanılmalıdır.

2.4.1. İnternet Haberinde Başlığın Önemi

Haber ajanslarından veya muhabirlerden gelen haberler, redakte edilir ve haberin hangi sayfada yayımlanacağına karar verilir. Bu aşamadan sonra haber, çeşitli unsurlarla desteklenerek sayfaya yerleştirilir. Bu unsurların başında başlık kullanımı gelir. Bir haberin başlığı, haberin ne ile ilgili olduğu hakkında bilgi verir ve haberin okunurluğunu artırır. Günümüzde birçok medya kuruluşu, başlığı tıpkı fotoğraf gibi haberin vitrini olarak görür. Haberin başlığı, içerikle okur arasında ilk bağlantıyı kuran ögedir. Başlık, en hızlı sürede okurun haberi okumasını sağlayan çarpıcı ve ilgi çekici nitelikler taşıması gereken en önemli ögedir. Bir haber başlığı; üst başlık, ana başlık ve alt başlık olmak üzere üçe ayrılır.

Üst başlık, haberin ana başlığını destekleyen ancak içerikle ilgili kapsamlı bilgi vermeyen kısımdır. **Alt başlık** ise haberin ana başlığını destekleyen ve üst başlığı da kapsayan, açıklayıcı niteliğe sahip başlıktır. Üst ve alt başlığın amacı, ana başlığı desteklerken aynı zamanda okurda ilgi çekiciliği ve merakı uyandırmaktır. Haber başlıklarının özellikleri şunlardır:

- Haber başlığı açık ve anlaşılır olmalı, bunun için de sade bir dil kullanılmalıdır.
- Haberin başlığı 3-5 kelimeyle yazılmalıdır.
- Bir gazete, hitap ettiği okur kitlesini iyi tanımalı ve okur profilinde meydana gelen değişimleri, ihtiyaçları ve beklentileri sürekli takip etmelidir. Örneğin bir bilim ya da kültür haberinin başlığında teknik bir terim kullanılacaksa haberi yazan gazete, okur kitlesinin bu terimi anlayıp anlamayacağını bilmeli ve haberin başlığını buna göre oluşturmalıdır.
- Bir haberin başlığı çarpıcı ve ilgi çekici niteliğe sahip olmalıdır. Okunurluğu arttırmak için kullanılan başlık, kimi zaman başlığın içerikten kopmasına yol açabilir. Okurun haber başlığı ile içerik arasında bir bağ kurması gerekir.

Haber başlığı ile ilgili diğer bir öge spottur. **Spot**, haber başlığını destekleyen ve aynı zamanda haberi ana hatlarıyla ele alan özet bölümdür. Spotta haberin en değerli unsurları ön plana alınır ve haber bilgileri mümkün olan en kısa cümlelerle verilir. Bir haberin spotu 15-20 kelimeyi geçmemelidir. Sınırlı kelime sayısı hem haberi özetleyebilmeli hem de okurdaki merak duygusunu uyandırabilmelidir. Günümüz okur profili ele alındığında bir haberin başlık ve spottan okunduğu söylenebilir. Bu yüzden haberin spotu iyi bir dille yazılmalı ve tıpkı başlıkta olduğu gibi içerikle bütünlük sağlamalıdır. Bir haberin spotu aynı zamanda haberin girişine ve gövdesine soft (yumuşak) geçişler sağlar. Spot başlık, haber metninin belirli bir düzen ve bütünlük içinde ilerlemesini destekler. Okurun merakını uyandırır ve aklında yanıtlanmasını isteyeceği sorular oluşturur.

Örnek Haber Başlıkları

Bu kez yüzü asık: NASA'dan yeni Güneş fotoğrafı

ABD Uzay ve Havacılık Dairesi'ne (NASA) bağlı Güneş Dinamikleri Gözlemevi, Güneş'in 'suratını astığı' fotoğrafını yayınladı (Görsel 2.20).



Görsel 2.20 Haberin görseli

Plastik içeren ürünler çocuk ve bebek sağlığını tehdit ediyor

Oyuncaklar ve bazı bebek ve çocuk ürünlerinin yapımında plastik türevi PVC maddesinin kullanılabildiğini belirten uzmanlar, bu ürünlerin insan sağlığına ve çevreye zararlı olduğunu söyledi (Görsel 2.21).



Görsel 2.21: Haberin görseli

Filtre kahvenin kanserden koruyucu genetik şifreleri çözüldü

Filtre kahvenin içindeki hangi bileşenlerin kanseri önlediğine yönelik 13 Türk bilim insanının yürüttüğü araştırma sonucunda, kahvede karaciğer kanser hücrelerinin üremesini baskılayan 15 yeni mikro RNA zinciri saptandı (Görsel 2.22).



Görsel 2.22: Haberin görseli

Alışveriş yapmak, mutluluk hormonu olan serotonini artırıyor

İhtiyacınız olmasa da, alışveriş yaptığınız oluyor mu hiç? Peki bunun altındaki sebebi düşündünüz mü? Araştırmalara göre, alışveriş yapmak serotonin hormonunu artırarak mutluluk veriyor (Görsel 2.23). Çoğu kişi bu nedenden dolayı alışveriş yapmayı çok seviyor. Ancak, kontrolü kaybetmemek bu noktada oldukça önem taşıyor.

Kimi gerginliğini atıyor kimininse olmazsa olmazı arasında yer alıyor. Nedenleri değişse de alışveriş yapmak, birçok kişiyi mutlu ediyor. Peki bunun sebebi ne? Klinik Psikolog Tuğçe Erdoğdu, alışverişin insanı mutlu ettiğine dair çalışmalar olduğunu şu sözlerle paylaştı:



Görsel 2.23: Haberin görseli

TEKNOFEST Helikopter Tasarım Yarışması'na başvurular sürüyor

TEKNOFEST Havacılık, Uzay ve Teknoloji Festivali kapsamında düzenlenen Helikopter Tasarım Yarışması için başvurular devam ediyor (Görsel 2.24).

TEKNOFEST açıklamasına göre, arama kurtarmadan lojistiğe, ulaşımdan keşif ve gözetlemeye kadar pek çok alanda hizmet veren helikopterler, günümüzün vazgeçilmez hava araçları olarak avantajlar sağlıyor. Helikopterlerin rolleri ve misyonları karşısında hem işletim hem de tasarım aşamasında mühendislik faaliyetlerinin önemi ise her geçen gün artıyor.



Görsel 2.24: Haberin görseli

8. UYGULAMA

Haber İçin Başlık Oluşturma

Amaç: Haber için başlık oluşturmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Seçtiğiniz bir haber sitesinden kültür-sanat haberi belirleyiniz.
3. Belirlediğiniz haberin 5N 1K analizini yapınız.
4. Yeniden oluşturacağınız haberin başlığını kısa, öz ve anlaşılır bir şekilde yazınız.

Değerlendirme: Haber İçin Başlık Oluşturma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Haber İçin Başlık Oluşturma Uygulaması Kontrol Listesi			
Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Bir kültür-sanat haberi belirleyerek defterine not aldı.		
3	Haberin 5N 1K analizini yaptı.		
4	Yeniden oluşturduğu haber başlığını sınıfta paylaştı.		

2.4.2. İnternet Sitesi İçin Haber Metni Yazma Örnekleri

Haber sitelerine her gün farklı kategorilere ait çok sayıda haber gelir. Sitelere gelen haberler redaksiyon işleminden geçirilerek yayımlanır. Siteye gelen haberlerin redaksiyon işlemi yapılırken kullanıcıların ilgisini çekecek bir başlık kullanılmalıdır. Spot, her zaman haberin okunmasını sağlamak için yazılmalıdır. Haber sayfasında kullanılan spot, başlığı açıklamak için yazılır. Habere son şekli verilir ve haber yayıma hazır hâle getirilir.

4. ETKİNLİK

Farklı kaynaklardan alınan haberlerin siteler için internet haberine dönüştürülmüş örneği verilmiştir. Haber yayımlanmadan önce yapılan değişiklikleri inceleyiniz. Değişikliklerle ilgili fikirlerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

6. Örnek Haber

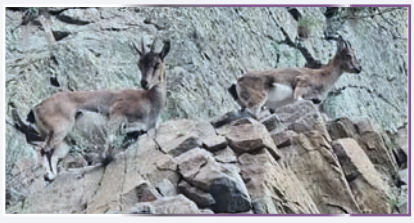
Haberin İlk Hali

Nesli koruma altındaki yaban keçileri, kara yoluna indi

Erzurum'da nesli koruma altında olup, avlanması yasaklanan yaban keçileri, Artvin kara yoluna indi. Sürü halindeki keçiler, otlarken ajans muhabiri tarafından görüntülendi.

Geniş ormanları ve zengin yaban hayatı ile dikkati çeken Çoruh Vadisi, ayı, kurt, tilki, vaşak, su samuru ve domuz gibi hayvanların yanı sıra Dünya Doğayı Koruma Birliği'nin (IUCN) yayımladığı nesli tükenme tehlikesi altında olan türlerin kırmızı listesinde yer alan yaban keçilerine ev sahipliği yapıyor.

Nesli koruma altında olup, avlanması yasaklanan yaban keçileri, Erzurum-Artvin kara yolunda görüntülendi. Sürü halinde ve otlarken ajans muhabirinin kadrajına takılan yaban keçileri, uzun süre bölgede dolandıktan sonra sarp kayalıklara tırmanarak kayboldu (Görsel 2.25).



Görsel 2.25: Haberin görseli

VURMANIN CEZASI 250 BİN LİRA

Keçiler, kara yolundan geçen sürücüler ile yolcuların da dikkatini çekti. Ahmet Polat, "Yaban keçilerini ilk kez yol kenarında gördük. Araçların hızla gitmesine rağmen rahat tavırları bize şaşırttı. Onlara ilk kez bu kadar yakın olduk, çok şaşırdık" dedi.

Doğa Koruma ve Milli Parklar (DKMP) Erzurum Şube Müdürlüğü ekipleri de yaban keçisi vurmanın cezasının 250 bin lira olduğunu, koruma altındaki keçi sayısının 500'ü bulduğunu ve bu sayının her yıl arttığını söyledi.

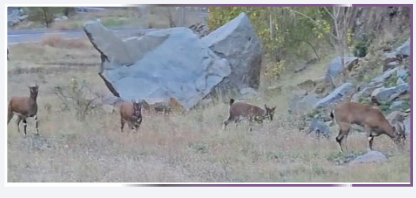
Haberin Değişiklikler Yapılarak Yayımlanmış Hâli

Nesli koruma altındaki yaban keçileri Artvin kara yolunda görüntülendi

Erzurum'da nesli koruma altında olup, avlanması yasaklanan yaban keçileri Artvin kara yoluna indi.

Geniş ormanları ve zengin yaban hayatı ile dikkati çeken Çoruh Vadisi, ayı, kurt, tilki, vaşak, su samuru ve domuz gibi hayvanların yanı sıra Dünya Doğayı Koruma Birliği'nin (IUCN) yayımladığı nesli tükenme tehlikesi altında olan türlerin kırmızı listesinde yer alan yaban keçilerine ev sahipliği yapıyor.

Nesli koruma altında olup, avlanması yasaklanan yaban keçileri, Erzurum-Artvin kara yolunda görüntülendi (Görsel 2.23). Sürü halinde ve otlarken kadraja takılan yaban keçileri, uzun süre bölgede dolandıktan sonra sarp kayalıklara tırmanarak kayboldu.



Görsel 2.26: Haberin görseli

Avlanmanın cezası 250 bin lira

Keçiler, kara yolundan geçen sürücüler ile yolcuların da dikkatini çekti. Ahmet Polat, "Yaban keçilerini ilk kez yol kenarında gördük. Araçların hızla gitmesine rağmen rahat tavırları bize şaşırttı. Onlara ilk kez bu kadar yakın olduk, çok şaşırdık" dedi.

Doğa Koruma ve Milli Parklar (DKMP) Erzurum Şube Müdürlüğü ekipleri de yaban keçisi vurmanın cezasının 250 bin lira olduğunu, koruma altındaki keçi sayısının 500'ü bulduğunu ve bu sayının her yıl arttığını söyledi.

9. UYGULAMA

Haber Sitesi İçin Haber Oluşturma

Amaç: Haber sitesi için haber oluşturmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Görsel 2.27'de verilen haberi okulunuzun internet sitesi için yeniden yazınız.
3. Yeniden yazdığınız haberi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Haber Sitesi İçin Haber Oluşturma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.


TRT HABER

2022'de bin 120 tarihi eser ait olduğu topraklara döndü

Türkiye'den kaçırılan birbirinden değerli eserler yapılan çalışmalar sonucu iade ediliyor. 2022'nin başından bu yana bin 120 eser yeniden ülkemize getirilerek sergilenmeye başladı.

Mine Yoğucı Çiftci

Görsel 2.27: Haberin görseli

Haber Sitesi İçin Haber Oluşturma Uygulaması Kontrol Listesi			
Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Haberi okulun internet sitesi için yeniden düzenledi.		
3	Yazdığı haber metnini arkadaşlarıyla paylaştı.		

10. UYGULAMA

Topladığı Yazılı ve Görsel Verilerden Haber Oluşturma

Amaç: Topladığı yazılı ve görsel verilerden haber oluşturmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Topladığınız haber verilerini okulunuzun internet sitesi için yeniden yazınız.
3. Yazdığınız haberi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Topladığı Yazılı ve Görsel Verilerden Haber Oluşturma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Topladığı Yazılı ve Görsel Verilerden Haber Oluşturma Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Haber verilerini yeniden düzenledi.		
3	Yeniden yazdığı haberi arkadaşlarıyla paylaştı.		

2.5. İNTERNET HABERİ İÇİN GÖRSEL DÜZENLEME

İnternetteki gelişmeler, site kullanıcılarına farklı haber sitelerindeki haberleri okuma ve haberlerle ilgili farklı görüşleri karşılaştırabilme imkânı sağlar. Haberciliğin en önemli unsuru olan fotoğraf, geleneksel medyada olduğu gibi internet haberciliğinde de önemli bir yere sahiptir. Haber siteleri, içeriği kadar görselliğiyle de okuyucuları çekmeye çalışır. İnternet sitelerinde görselliği sağlayan en önemli araç fotoğraftır. İnternet gazeteciliğinde hedeflenen amaçlardan biri de okurun sitede kalma süresini uzatmaktır. Haberlerde fotoğraf yoğunluğunu artırmak, infografik gibi multimedya yöntemleriyle haberi desteklemek okurun sitede kalma süresini etkiler.

BİLGİ KUTUSU

İnfografik: Karmaşık verileri anlaşılır hâle getirmek için grafikler ve semboller kullanarak bilgileri görselleştiren bir yöntemdir. Bu yöntem, okuyuculara veya izleyicilere tek bir metinle aktarılamayacak ayrıntılı ve derin bilgileri sunma imkânı tanır (Görsel 2.28).



Görsel 2.28: İnfografik haber görseli

BİLGİ KUTUSU

Multimedya: Ses, video, animasyon veya grafiklerin aynı anda kullanılarak görsel bir sunum hâline getirilmesidir. Multimedya, birden çok duyuya hitap ettiği için her kitle için ilgi çekicidir ve sunulan kitle tarafından tüketilme şansı standart bir yazıya oranla daha yüksektir (Görsel 2.29).



Görsel 2.29: Multimedya

Türkiye'deki haber siteleri, diğer ülkelerdeki haber siteleri gibi belirli bir sayfa düzenine sahiptir. Haber sitelerinin ana sayfasındaki fotoğrafların kalitesi, sitenin kimliği hakkında önemli bilgiler sunar. Özellikle ana sayfa tasarımında fotoğrafın kullanımı, sitenin görünümünü belirleyen en kritik unsurdur. Fotoğrafların boyutları, okuyucuya sunuluşu, etik ve estetik değerleri, kullanılan görseller site hakkında çok şey anlatır.

Haber siteleri fotoğrafta merak unsurunu kullanarak okuyucuyu siteye çekmeye çalışır. Özellikle manşet haberleri, okuyucuyu metin desteğiyle haberin içine çeker. Fotoğraf, sayfaya canlılık ve hareketlilik sağlayarak haberin kolay okunmasına yardımcı olur. Haber siteleri, okuyucunun ilgisini çekebilecek her unsuru kullanır. Ana sayfa dışında link vererek diğer sayfalara da yönlendirme yapar ve istediği sayıda görsel malzeme kullanır.

7. Örnek Haber

Uzaylıları izleyecek: Dünyanın en büyük teleskobunun inşaatı başlıyor

21'inci yüzyılın büyük bilimsel projelerinden biri bugün inşaat aşamasına başlıyor. Kilometre Kare Dizisi (SKA), 2028'de tamamlandığında dünyanın en büyük radyo teleskobu olacak.

Güney Afrika ve Avustralya'ya bölünmüş, merkezi İngiltere'de bulunan tesis, astrofizikteki en büyük soruları ele alacak.

Einstein'ın teorilerinin en hassas testlerini yapacak ve hatta uzaylıları arayacak.

Projeye liderlik eden sekiz ülkeden delegasyonlar, bugün Batı Avustralya'daki Murchison Shire'da ve Güney Afrika'nın Kuzey Burnu'ndaki Karoo'daki açılış törenlerine katılacak.

Törenler bittiğinde buldozerler devreye girerek inşaat sürecini resmen başlatacak.

Benzersiz bir hassasiyet ve çözünürlük sağlayacak

Teleskopun ilk mimarisi, 200 kadar parabolik anten ile Noel ağaçlarına benzeyen 131 bin çift kutuplu anten içerecek.

Amaç, yüzbinlerce metrekarelik etkili bir toplama alanı oluşturmak.

Bu, SKA'ya gökyüzündeki hedefleri incelerken benzersiz bir hassasiyet ve çözünürlük sağlayacak.

Sistem, kabaca 50 megahertz ile 25 gigahertz arasında bir frekans aralığında çalışacak. Dalga boyu açısından, bu santimetre ile metre aralığında.

Hidrojenin tarihinin izini sürecek

SKA'nın büyük görevlerinden biri, evrendeki en bol element olan hidrojenin tüm tarihinin izini sürmek olacak.

Gözlemevinin bilim operasyonları başkanı Dr Shari Breen, "SKA astronominin pek çok alanına katkıda bulunacak" dedi.

"Bunlardan biri, tespit edilmiş olan bu 'hızlı radyo patlamaları' olabilir. Bu şeyler, saniyenin çok küçük bir bölümünde Güneşimizden tüm bir yıllık enerjiye eşdeğer enerji çıkarıyor ve bunların ne olduğu hakkında hiçbir fikrimiz yok. Bu nasıl oluyor? Mümkün mü? Umarım SKA'nın bir yanıtı olur."

2.5.1. Haber Sitesi İçin Hazır Şablonlar İçerisinde Görsel Materyallerin Düzenlenmesi

Görsel kullanımı haber sitelerinin en önemli ögelerinden biridir. Mesaj iletmenin en hızlı, akılda kalıcı ve etkili yolu olan görseller, görsel mesaj oluşturulmasında önemlidir. Web sitelerinde görsel kullanımı, haber metnini destekleyen ve haberin anlamlandırılmasına yardımcı olan bir unsurdur. Bu nedenle haberi en iyi anlatan görseller seçilmelidir. Haber sitesi tasarımının içeriğine bağlı olarak fotoğraf veya illüstrasyon kullanımı tercih edilebilir. Sitede kullanılan fotoğraf, grafik, illüstrasyon gibi görsel ögelerin sayfanın genel düzenini bozmaması ve karmaşıklığa neden olmaması gerekir.



BİLGİ KUTUSU

İllüstrasyon: Fransızca kökenli bir kelimedir. Gözle görülebilecek olanın abartılarak ya da tamamen hayal ürünü çizgilerle resmedilmesi anlamına gelir. Tarihteki ilk illüstrasyon örnekleri, yüzlerce yıl önce mağaralara yapılan çizimlerdir.

Haber sitelerinde yayımlanan haberler ayrı şablonlarda hazırlanır. Eklenen her haber görseli için haber başlıkları farklı şekilde düzenlenir ve sitede yayımlanır. Magazin, gündem, spor, kültür-sanat haberleri için yapılan görsel tasarımlar farklıdır. Bazı görsellerde haber başlıkları görselin alt tarafında konumlandırılırken bazılarında da görselin üstünde, yanında veya ortasında konumlandırılır.



5. ETKİNLİK

Haber sitesinde görsel kullanımı ile ilgili bir örnek verilmiştir (Görsel 2.30). Haber örneğini inceleyiniz. Belirlediğiniz haber sitesinde yayımlanan haberleri görsel kullanımı açısından değerlendiriniz. Değerlendirmelerinizi sınıfta paylaşınız.



Görsel 2.30: Haber sitelerinde görsel kullanımı

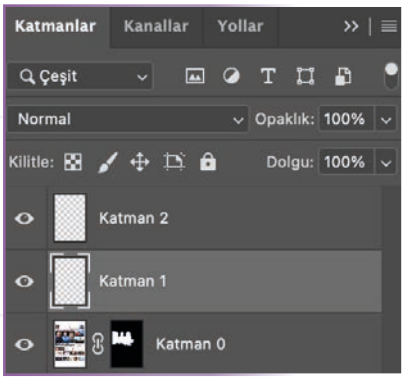
Hazır Haber Şablonunda Görsel Düzenleme

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Şablona fotoğraf almak için **Dosya** menüsünden **Aç** seçeneği (CTRL + O) tıklanır (Görsel 2.31).



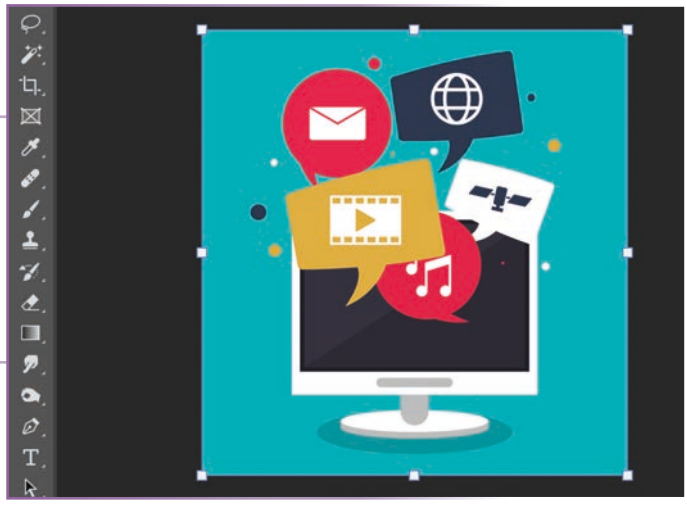
Görsel 2.31: Fotoğraf açma

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Şablon içine fotoğrafı gömmek için **Alt** tuşuna basılı tutulur ve iki katman arasına farenin sol tuşu ile tıklanır (Görsel 2.32).



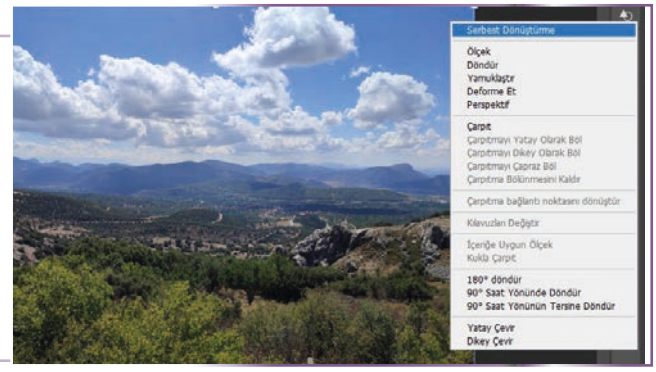
Görsel 2.32: Şablon içine fotoğraf gömme

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- CTRL + T ile fotoğraf seçilir.
- Fotoğrafın boyutu haber şablonuna göre ayarlanır (Görsel 2.33).



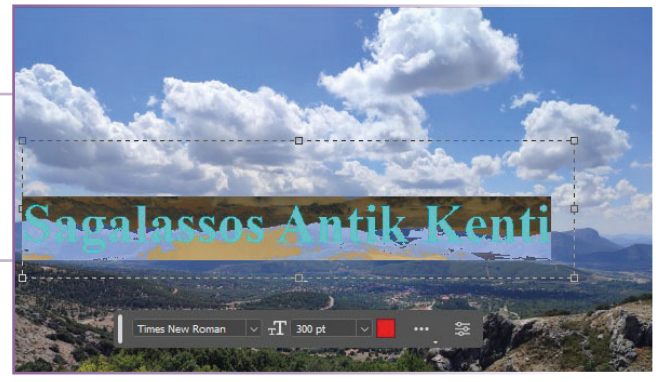
Görsel 2.33: Fotoğrafın boyutunu ayarlama

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Fotoğraf CTRL + T ile seçilir.
- Fotoğraf seçili iken farenin sağ tuşu ile fotoğrafa tıklanır.
- **Serbest Dönüştürme** seçeneklerinden uygun olanı seçilerek fotoğraf düzenlenir (Görsel 2.34).



Görsel 2.34: Fotoğrafın boyutunu ayarlama

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Fotoğraf üzerine yazı seçim aracı T ile yazı alanı açılır (Görsel 2.35).



Görsel 2.35: Serbest dönüştürme

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Metin düzenleme seçeneği ile haber başlığı düzenlenir (Görsel 2.36).



Görsel 2.36: Metin düzenleme

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Yazı karakteri, boyutu, rengi ve efekti metin düzenleme seçeneğinden yapılır.
- Hazır haber şablonunda görsellerin düzenlenmiş hâli Görsel 2.37'de verilmiştir.



Görsel 2.37: Haber şablonuna ait görsel

11. UYGULAMA

Haber Görseli Düzenleme

Amaç: Haber görseli düzenlemek.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Şablonda kullanacağınız görselleri seçiniz.
3. Görsele uygun başlık seçiniz.
4. Görsele yazı alanı açınız.
5. Seçtiğiniz başlığı yazı alanına ekleyiniz.
6. Yazı stilini düzenleyiniz.
7. Düzenlediğiniz hazır haber şablonunu sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Haber Görseli Düzenleme uygulaması kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Haber Görseli Düzenleme Uygulaması Kontrol Listesi			
Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

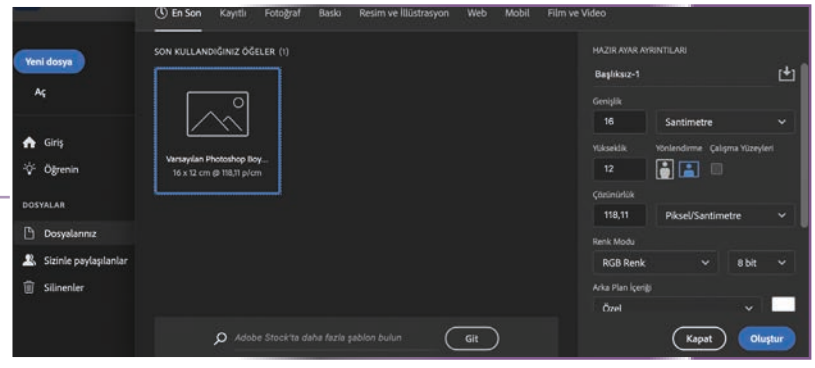
	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Üzerinde çalışma yapacağı şablonu, görsel çalışma programında açtı.		
3	Haber şablonunda kullanacağı görselleri belirledi.		
4	Görsele uygun başlık seçti.		
5	Görsele yazı alanı açtı.		
6	Seçtiği başlığı yazı alanına ekledi.		
7	Yazı stilini düzenledi.		
8	Hazırladığı haber şablonunu sınıfta paylaştı.		

2.5.2. Manşet Görselini Yazıyla Destekleme

Yazılı basında olduğu gibi internet haberciliğinde de haber görselleri önemli bir yere sahiptir. Haber sitelerini ziyaret eden kullanıcıların sayfada ilk dikkat ettiği unsur, yazı ile desteklenmiş haber görselidir. Haber görselleri, kullanıcıların haber sitesinde uzun süre kalmasını sağlar.

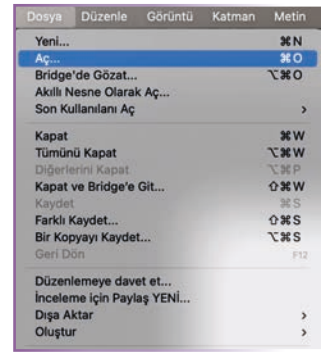
Manşeti yazı ile desteklemek için uygulanacak işlemler şu şekildedir:

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- **Dosya** kısmı tıklanır.
- Yeni (Ctrl + N) tıklanır (Görsel 2.38).
- Varsayılan sayfa seçilir.
- Yeni sayfa açılır.



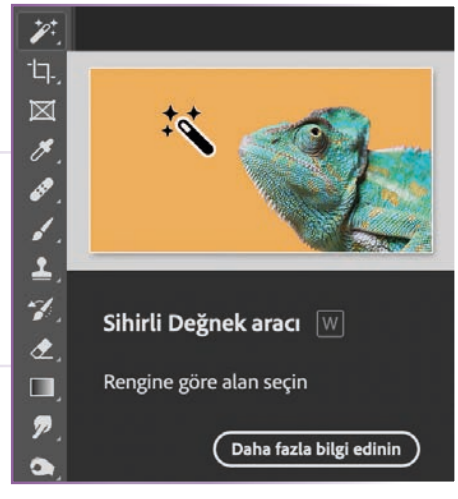
Görsel 2.38: Yeni sayfa açma

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Dosya kısmı tıklanır.
- **Aç** (Ctrl + O) tıklanır.
- Görsel, sayfaya eklenir (Görsel 2.39).



Görsel 2.39: Görsel ekleme

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- **Sihirli Değnek aracı** seçilir (Görsel 2.40).
- Görselin üstüne gelinerek çıkarılmak istenen alan seçilir.

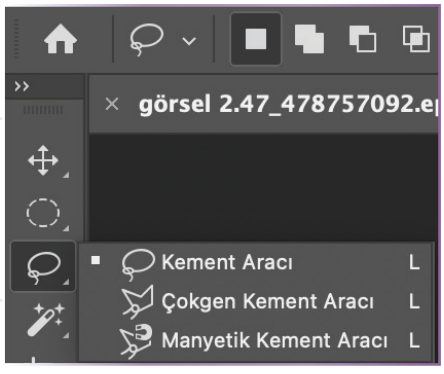


Görsel 2.40: Dekupe etme

BİLGİ KUTUSU

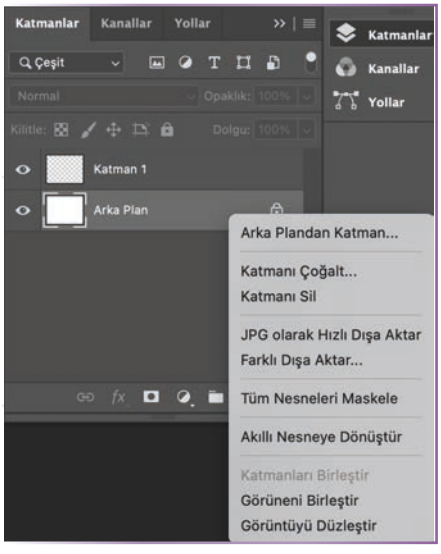
Dekupe: Bir görselin içinden yalnızca istenen alanın alınarak yapıştırılması işlemidir.

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- **Kement Aracı** seçilir (Görsel 2.41).
- Görsel Kement Aracı ile temizlenir.



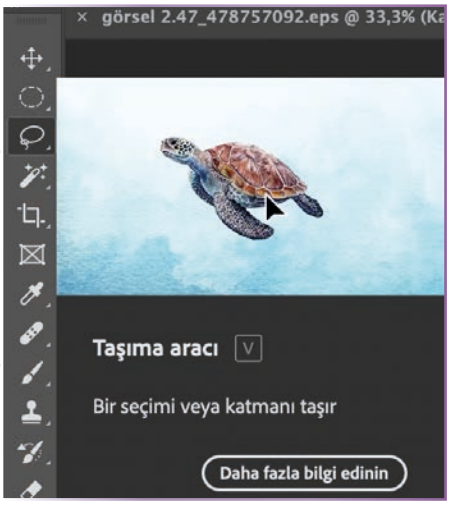
Görsel 2.41: Kement aracı seçimi

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Yeni bir sayfa açılır.
- Yeni bir katman oluşturulur.
- Oluşan yeni katmana sağ tuş ile çift tıklanır ve katmanın kilidi açılır (Görsel 2.42).



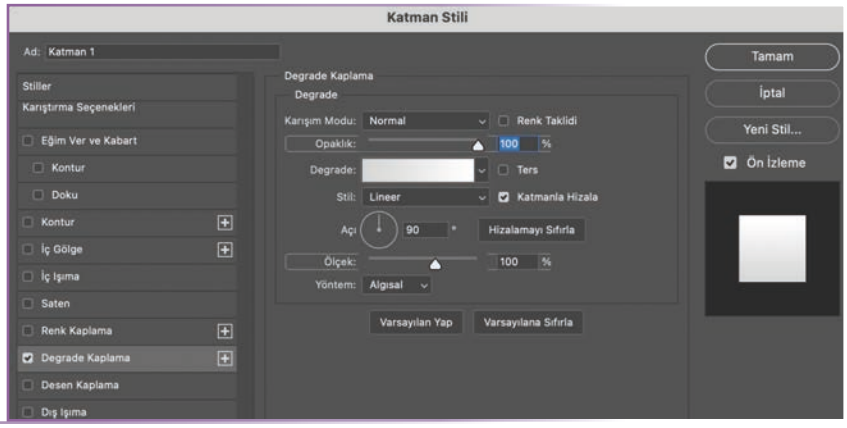
Görsel 2.42: Katman kilidi açma

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- **Taşıma aracı** seçilir (Görsel 2.43).
- Dekupe yapılan görsel, Taşıma aracı ile boş sayfaya taşınır.



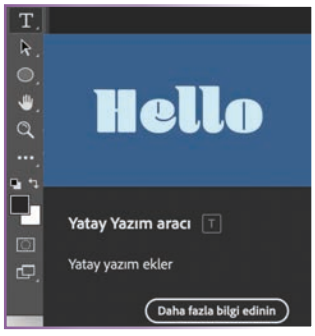
Görsel 2.43: Görseli taşıma

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Görselin bulunduğu katmana farenin sol tuşu ile tıklanır.
- **Katman Stili** seçilir (Görsel 2.44).
- **Katman Stili**'nden **Degrade Kaplama** seçilerek opaklık düşürülür.



Görsel 2.44: Katman stili

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Araç kutusundan yazı alanı seçilir.
- Kullanılacak görselin durumuna göre yatay ya da dikey yazım alanı seçilir (Görsel 2.45).



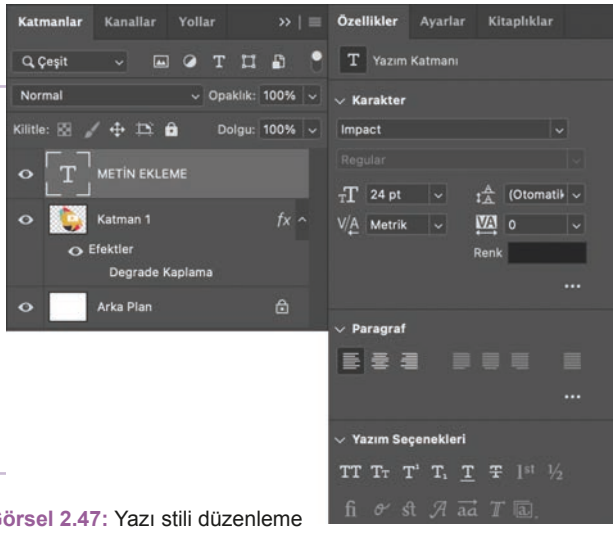
Görsel 2.45: Yazı alanı açma

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Metin eklenecek alan seçilir.
- Eklenecek yazı metin kutusuna yazılır (Görsel 2.46).



Görsel 2.46: Görsele yazı ekleme

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Paragraf sekmesinden yazı stili düzenleme işlemleri yapılır (Görsel 2.47).
- Yazının boyutu düzenlenir.
- Yazı karakteri düzenlenir.
- Yazı alanı rengi ve başlık metninin rengi düzenlenir.
- Satır aralıkları düzenlenir.



Görsel 2.47: Yazı stili düzenleme

- Görsel Düzenleme Programı'nda hazır şablon açılır.
- Yayıma hazır hâle getirilen manşet görseli haber sitesinde yayımlanır (Görsel 2.48).



Görsel 2.48: Manşet örneği

12. UYGULAMA

Manşet Görseli Oluşturma

Amaç: Manşet görseli oluşturmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Haber görselini görsel düzenleme programında açınız.
3. Görseli dekupe ediniz.
4. Görsele uygun başlık seçiniz.
5. Görsele yazı alanı açınız.
6. Yazı alanına seçtiğiniz başlığı ekleyiniz.
7. Yazı stilini düzenleyiniz.
8. Düzenlediğiniz görseli sınıfta arkadaşlarınızla değerlendiriniz.

Değerlendirme: Manşet Görseli Oluşturma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Manşet Görseli Oluşturma Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

	Ölçütler	**Evet**	**Hayır**
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Görseli dekupe etti.		
3	Görsele uygun başlık seçti.		
4	Görsele yazı alanı açtı.		
5	Seçtiği başlığı yazı alanına ekledi.		
6	Yazı stilini düzenledi.		
7	Düzenlediği görseli sınıfta arkadaşlarıyla paylaştı.		

2.6. HABER PAYLAŞIMI

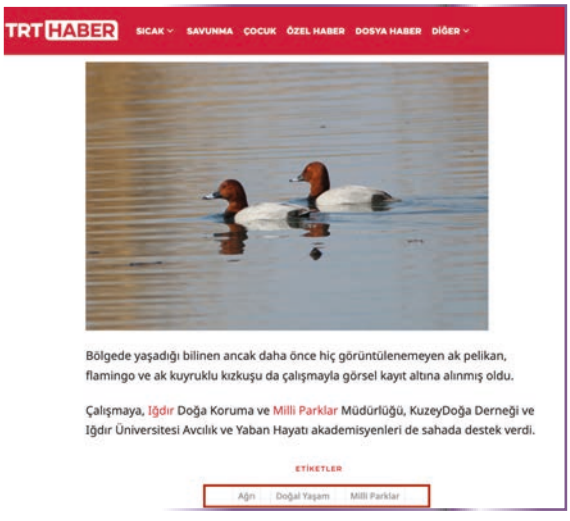
İnternet teknolojisinin gelişimi ile birlikte herhangi bir fiziksel ortamdan bağımsız olarak üretilen bilgi, geçmişe oranla daha hızlı ve kolay biçimde üretilmekte ve kullanılmaktadır. Kullanıcılar, kendileri için gerekli olan bilgiyi haber platformlarında bulur. Çoğunlukla gazete, radyo, televizyon gibi geleneksel haber kaynakları ile sınırlı olan haber aktarımı yerini haber platformlarına bırakmıştır. Haber siteleri genellikle abone oldukları haber ajanslarından çektikleri haberleri kimi zaman değişiklik yapmadan kimi zaman da başlık ve spot bilgilerini değiştirerek kendi web sayfalarından yayımlarlar. Haber organları, internet ortamında sunulan haberlere anında müdahale edebilir, haber metinlerine ekleme yapabilir ve başka sayfalarla bağlantı oluşturabilir.

Haberde Etiketleme

Kullanıcıların habere ulaşması için etiketlerin haberle uyumlu ve haberi destekleyici nitelikte olması gerekir. Haber sitesi için kategorilerin belirlenmesi ve haber sitesinde yayımlanacak kategoriler ile popüler içeriklere sayfanın menü kısmında yer verilmesi gerekir.

Haber siteleri için etiketlerin kullanımı önemlidir. Etiketler hem kullanıcıların sayfa içerisinde içerikleri ziyaret etmesini hem de haberlerin belli bir alanda toplanmasını sağlar. Örneğin **üniversite sınavı** adında bir etiket oluşturulduğunda sınav ile ilgili yapılan her haber, bu etiket altına eklenebilir ve kullanıcılar arama yaptığında bu etiket altından diğer haberlere ulaşabilir. Etiketler indexe (indeks) açılırsa bu etiketler üzerinde de trafik elde edilebilir.

Görsel 2.49 ve 2.50'de haber sitelerinde kullanılan etiket örnekleri verilmiştir.



Görsel 2.49: Haber etiketi örneği



Görsel 2.50: Haber etiketi örneği

2.6.1. İnternet Haber Sitesi Üzerinden Haberleri Yayımlama

Haberler, internet gazeteciliğinde farklı yollarla yayımlanarak okurlarına ulaştırılmaktadır. Haberleri sadece internet sitesinde yayımlamak yeterli değildir. Aynı zamanda sosyal medya kanallarında da uygun formatlarda haber yayınlama yöntemleri kullanılır. Habercilik bu sayede haber iletmenin ötesine geçerek karşılıklı iletişim formuna dönüşmüştür.

- Sosyal medya sayfalarında yapılan yayımların yanı sıra bazı sosyal medya sitelerinin story (hikâye) bölümleri de son dakika haberleri duyurmak ya da sitede yayımlanan bir haberin reklamını yapmak için kullanılan bir yöntemdir.
- Haber siteleri video kanallarına da sahiptir. Haberlerini kısa ve öz video şeklinde ve canlı yayınlar hâlinde yayımlar.
- Haritalar ya da haritalandırma ile haber yapmak için pek çok farklı internet aracı bulunur. Haber; bu haritaların üzerine ses kaydı, görsel ve videolar eklenerek başka bir formatta yayımlanır.

- Grafikler; geleneksel medya içerisinde de kullanılan, yazılı metni belgeleyen kaynaklardır. Özellikle veri gazeteciliğinde veriler habere dönüştürülürken grafiklerden yararlanılır ve haber etkileyici bir şekilde yayımlanır.
- Animasyonlar ile 3D görseller internet haberciliğinde haber anlatımında dikkat çekici ögelerdir. Haberler animasyonlarla hikâyeleştirilerek yayımlanır.
- İnternet haber metinleri artık hypertext (haypertekst) formatında yayımlanmaktadır. Haberler bir metinden çok daha fazlasını ifade eder. Hypertext, internet haber sitelerinin temelini oluşturur.
- Haber yazım işleminden sonra haberi yayımlama işlemi başlar. Haberin hangi kategoriye ait olduğu belirlenir ve haber yayımlanır.

Haberi yayımlamak için haber sitesinin admin paneli açılır. Sekmede **kategoriler** kısmına tıklanarak haberin ekleneceği kategori seçilir. **Yeni ekle** sekmesinden haber metni eklenir. Haber ile ilgili gerekli düzeltme işlemleri yapılır. Haber, siteye yüklendikten sonra **Yayımla** seçeneği ile internet sitesinde yayımlanır.



13. UYGULAMA

Haberi Uygun Kategoride Yayımlama

Amaç: Haberi uygun kategoride yayımlamak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet, kalem, defter.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Haberin hangi kategoride yayımlanması gerektiğini belirleyiniz.
3. Haberin başlığını ekleyiniz.
4. Haberin içeriğini ekleyiniz.
5. Habere ait görselleri ekleyiniz.
6. Haberi anlatan kelimeleri etiket kısmına ekleyiniz.
7. Uygulama sonunda yayımladığınız haber ile ilgili değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Haberi Uygun Kategoride Yayımlama uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Haberi Uygun Kategoride Yayımlama Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Haberi yayımlayacağı kategoriyi belirledi.		
3	Haberin başlığını ekledi.		
4	Haberin içeriğini ekledi.		
5	Habere ait görselleri ekledi.		
6	Habere, haberi anlatan etiket ekledi.		
7	Uygun kategoride yayımlayacağı haberi sınıfta paylaştı.		

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A) Aşağıdaki cümlelerin başında boş bırakılan parantezlere, cümlelerde verilen bilgiler doğru ise D, yanlış ise Y yazınız.

1. (…) Haber siteleri gelişmiş bir muhabir kadrosuna sahiptir.
2. (…) Haber sitesi hızlı bir şekilde güncel haberleri yayımlamalıdır.
3. (…) Sayfa tasarımında menüler küçük düğmeli olmalı ve sayfanın alt kısmında bulunmalıdır.
4. (…) Online piramit tekniği, daha fazla haberi ilk sayfada sunma imkânı verir.

B) Aşağıdaki cümlelerde boş bırakılan yerlere doğru sözcükleri yazınız.

5. Web sayfasına eklenen slayt ve sunulara …… denir.
6. Haber sitelerinin en çok kullandığı haber yazma tekniğine …… denir.
7. Haberin ana başlığını destekleyen ancak gövde ile ilgili detaylı bilgi vermeyen başlığa …… denir.

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

8. Aşağıdakilerden hangisi internet gazeteciliğinin okur kitle açısından sunduğu imkânlardan biridir?

A) Haberin farklı formatlarda sunumu
B) İnteraktif geri besleme
C) Ses ve video dosyalarının kullanımı
D) Arşivleme ve arşive ulaşım kolaylığı
E) Habere ilişkin ek metinlerin sunumu

9. Aşağıdakilerden hangisi haber sitesinde bulunması gereken özelliklerden biri değildir?

A) Hızlı şekilde güncel haberleri yayımlamalı.
B) İlgi çekici haberleri ön plana çıkarmalı.
C) Kullanımı kolay bir tasarıma sahip olmalı.
D) Okurlar ile iletişim hâlinde olmalı.
E) Kaynak olarak basın bültenlerini kullanmalı.

10. Aşağıdakilerden hangisi haber başlıklarının özelliklerinden biridir?

A) Güvenilir olması
B) Haber metninin vitrini olması
C) Her cümlenin bir fikri yansıtması
D) İçeriklerin kullanıcıların ihtiyacına göre hazırlanması
E) İnteraktif bir yapıya sahip olması

Ç) Aşağıdaki soruları okuyarak cevapları altta verilen boşluklara yazınız.

11. İnternet sitelerinde haberlerin güncellenerek yayımlanması niçin önemlidir? Açıklayınız.

12. Geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliği arasındaki farkları açıklayınız.

3. ÖĞRENME BİRİMİ

SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDA HABER ÜRETİMİ



KONULAR

3.1. HABER PLATFORMU OLARAK SOSYAL MEDYA
3.2. SOSYAL MEDYA İÇİN YAZILI İÇERİK ÜRETİMİ
3.3. SOSYAL MEDYA İÇİN GÖRSEL İÇERİK ÜRETİMİ
3.4. SOSYAL MEDYADA HABER PAYLAŞIMI

TEMEL KAVRAMLAR

1. Sosyal medya
2. Sosyal medya haber dili
3. Sosyal medya içeriği
4. Sosyal medya görseli
5. Kelime etiketleme

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

- Serbest gazeteci kavramı
- Sosyal medyada başlığın önemi
- Sosyal medyada görselliğin önemi
- Sosyal medyada etiketin önemi

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. **Sosyal medyada günlük hayatınızda ne tür paylaşımlar yapıyorsunuz? Nedenlerini sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.**
2. **Sosyal medyada genellikle hangi tür haberleri takip ediyorsunuz? Nedenlerini sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.**

3.1. HABER PLATFORMU OLARAK SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, kullanıcıların kendi ürettiği içeriği paylaşarak yayımladığı çevrim içi bir ağdır. Birçok kişi ve kurum tarafından aktif olarak kullanılan sosyal medyada kullanıcılar; makale, haber, fikir, günlük olay ve fotoğraflar paylaşır.

İletişim kurmak amacıyla kullanılan sosyal medya aynı zamanda gelişmelerden haberdar olmak için de kullanılır. Bu amaçla kullanılan sosyal ağlar; bloglar, haber siteleri, anlık mesajlaşma programları, chat (çet) siteleri, bilgi amaçlı kurulan internet siteleri gibi farklı alanlardan oluşur. Kullanıcılar bu ağlar sayesinde bilgiye erişebilmektedir (Görsel 3.1).



Görsel 3.1: Sosyal ağlar

İletişim amacıyla veya haber almak için sosyal medyayı takip eden kullanıcılar, tek taraflı etkileşim içindeyken bu etkileşim son yıllarda karşılıklı olmaya başlamıştır. Kullanıcılar, kendi bölgelerinde meydana gelen olayları veya kendi deneyimlerini diğer kullanıcılarla paylaşarak interaktif bir ağ oluşturmuşlardır.

Sosyal medyanın içeriğinde katılma, açıklık, konuşma, topluluk oluşturma ve bağlantılılık (link yardımıyla diğer sitelere, kaynaklara ve insanlara ulaşabilme) yer almaktadır (Görsel 3.2).



Görsel 3.2: Sosyal medyalar arasında iletişim ağı

Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya araçlarının işlevleri farklılık gösterir. Bu farklılıklardan dolayı sosyal medya araçları farklı kategorilere ayrılır. Sosyal ağlar; fotoğraf, yazı, video, oyun, film gibi verilerin paylaşıldığı ve yorum, beğeni gibi etkileşimlerin olduğu alanları kapsar. Sosyal medya araçlarında her alan, kendine özel nitelikleri ile kullanıcılara hizmet verir.

Karakteristik özelliklerine göre kategorilere ayrılan sosyal medya araçları; mesajlaşma tabanlı ağlar, bloglar, mikrobloglar, wikiler, sosyal işaretleme / etiketleme ağları, video paylaşım siteleri, sanal dünyalar ve sosyal ağlardır. Sosyal medya araçlarının kendine özgü altyapısı ve özellikleri vardır. Sık kullanılan sosyal medya araçları, kullanıcılara sosyal medya araçlarının barındırdığı özelliklerin çoğunu bir arada sunar. Farklı alanlarda yapılan farklı üretim ve dağıtım, sosyal medya gazeteciliğini çeşitlendirerek farklı türlerde habercilik yapılmasını sağlamıştır.

3.1.1. Sık Kullanılan Sosyal Medya Araçlarının Habercilik Açısından Özellikleri

Sosyal medya araçları, kullanıcıların etkileşim kurması için oluşturulan web tabanlı sitelerdir. Sosyal medya gerçek zamanlı bilgi paylaşımı için temel bir araçtır. Sosyal medya araçları ile bilgi alışverişi yapılırken sosyal ağlarda kullanıcılara metin, ses, video gibi paylaşımların yanı sıra direkt mesajlaşma, beğeni gibi özellikler sunulur. Bu özellikleriyle etkileşimli bir ağ sistemi oluşturan sosyal medya araçları, gazeteciler tarafından sıklıkla kullanılır. Kullanıcılar tarafından olaylar ile ilgili enformasyon verilmesi, habercilerin işini kolaylaştırmıştır. Sosyal medya araçları, haber üretiminde ve paylaşımında habercinin vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Özellikle veri toplama ile haber takibi, analizi, üretimi ve dağıtımı açısından haberciler için önemli bir ağdır. Gazetecilikte yoğun bir şekilde kullanılan sosyal medya araçları, teknolojik ve toplumsal gelişmeler alanında bazı değişim ve dönüşümlere de neden olmuştur. Sosyal medya aracının gazetecilik uygulamalarında oluşturduğu farklılaşmalar şunlardır:

- Haber veren ile haber alan arasında bir bağ oluşturmuştur.
- Haber, durağan yapıdan uzaklaşarak sürekli genişletilebilen bir alan hâline gelmiştir.
- Haber; biçimsel düz yazı, ses ve görüntü olmaktan çıkıp ses, görüntü, metin, video, infografik gibi farklı bileşenlerle oluşan ve kullanıcı yorumlarıyla da zenginleşen bir yapıya dönüşmüştür.
- Metin içinde farklı bağlantılar verilerek kullanıcıların metinler arasında gezinmelerine imkân sağlanmaktadır.
- Ana haber bültenlerinde hashtag [heşteg (etiket)] belirlenmekte ve gündeme dair tartışmalar sosyal medya araçları ile yapılmaktadır.

Sosyal Medya Haberciliğinde Video

Haberci, haber üretiminde sosyal medya araçlarını sıkça kullanır. Video izlenen alan, habercilik alanında kullanılan bir sosyal medya aracıdır. Sosyal medya aracının kullanıcılara video içerik üretici olarak yer vermesi ve etkileşimli bir video sitesi olması, geleneksel video araçlarının dönüşümüne neden olmuştur (Görsel 3.3).

Habercilikte video kullanımı, haberin doğruluğunu kanıtlamak ve değerini artırmak için önemlidir. Dijitalleşen habercilikte video habercilik hem haber üretiminin bir parçası hem de haber dağıtımı için önemli bir araçtır. Video haber çekimleri, geleneksel medyada televizyon aracılığıyla dağıtılırken yeni medyada sosyal medya araçlarına yüklenerek kullanıcılarla paylaşılır. Gazetecilerin araştırma, olay takibi gibi işlerinde kolaylık sağlar. Ayrıca kişisel veya medya kuruluşu tarafından oluşturulan kullanıcı hesapları ile içerik üretilerek diğer kullanıcılar ile paylaşılır. Üretilen video haberler tüm dijital medya mecralarında paylaşılmaktadır.



Görsel 3.3: Dijital haber videosu

Sosyal medya araçlarında üretilen haber içerikleri, alanın özgünlüğüne göre şekillenir. Özgünlüğü belirleyen unsurlar ise alanın teknolojik altyapısı ve kullanıcıların bu altyapıyı kullanım alışkanlıklarıdır. Mobil cihaz, tablet gibi teknolojik aletler sayesinde haberciler olay ile ilgili görüntüleri anında kullanıcılarına canlı yayın ile aktarabilir. Yeni teknolojilerin bu özellikleri sayesinde, medya kuruluşlarının yanı sıra serbest gazeteci olarak çalışan haberciler, sosyal medya aracı üzerinden kullanıcılarına ulaşır.



BİLGİ KUTUSU

Serbest gazeteci, herhangi bir medya kuruluşuna bağlı olmadan belirli bir ücret karşılığında medya kuruluşlarına içerik üreten gazetecidir. Bu gazeteciler, medya kuruluşlarına verdikleri içeriklerin yanı sıra dijital platformlarda kendi içeriklerini üretmektedirler.

Sosyal Medyada Haberlere Ulaşım

Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte sosyal ağ hizmetleri, kullanıcılarına bilgiyi her yerden daha kolay ve hızlı bir şekilde ulaştırmaya başlamıştır. Mobil cihazlarda kullanılan uygulamalarla birlikte hızlı ve kolay bir şekilde iletişime geçilmesi bilgi akışını etkiler. Sosyal medya aracında metin mesajları göndermenin yanı sıra bilgi paylaşımında ifadeler, resimler, sesli notlar, videolar, web bağlantıları vb. veriler gönderilir. Bu platform, anlık mesajlaşmanın yanında habercilikte haber üretim, dağıtım ve istihbarat için kullanılır.

Sosyal medya aracı; bilgi üretiminin, dağıtımının yapıldığı ve gruplar içinde bir istihbarat ağının oluşturulduğu bir ağdır. Mesaj uygulamalarında kolaylık sağladığı için son yıllarda haberciler tarafından sıklıkla kullanılır.

Kurumsal medya kuruluşları, kullanıcılara ulaşarak okur / izleyici içeriklerinin oluşturulmasına imkân verir. Bu durum hem kullanıcıların haber içeriği oluşturmasını hem de kullanıcıların ses, görüntü, video gibi verileri paylaşarak medya kuruluşlarının dünyanın her yerinden her zaman olaylara ulaşılabilirliğini sağlamaktadır.

Gazeteciler ve haber kuruluşları, hedef kitlelerine ulaşabilmek için sosyal medyayı aktif olarak kullanır. Her sosyal medya platformunun ön plana çıktığı bir özelliği vardır. Sosyal medya aracı, görselliği ile ön plana çıkmaktadır. İlk zamanlar sadece fotoğraf paylaşılan sosyal medya aracına sırasıyla video, 24 saat sonra silinen hikâyeler, canlı yayın ve uzun süreli video paylaşılmasını sağlayan özellikler eklenmiştir.

Platform, haber kuruluşlarının genç kitlelere ulaşmasını sağlayan haber içeriklerini paylaşan fotoğraf ve video paylaşım uygulaması olan bir alandır. Ayrıca gazetecilerin ve haber kuruluşlarının görsel içeriğe ulaşmak ve güncel gelişmeleri takip etmek için kullandığı bir alandır. Fotoğrafa ulaşamayan gazeteciler, kullanıcıların ürettikleri içeriklere etiketler ve hashtagler aracılığıyla kolayca ulaşırlar. Tanınmış kişilerin, kurumların ve siyasetçilerin onaylanmış hesaplarından yaptıkları anlık paylaşımlar ise habere konu olmaya başlamıştır. Bu kişiler kendilerini ve çevresini ilgilendiren durumlarda kimi zaman post paylaşımı ile kimi zaman hikâyelerle kimi zaman da açtıkları canlı yayınlar ile gazetecilerin takip ettiği alanları oluştururlar. Bu bağlamda sosyal medya, gazeteciler için hem haberin üretimini hem de dolaşımını etkileyen bir alan hâline dönüşmüştür.

Haber kuruluşları, sosyal medya uygulamalarından etkili bir şekilde yararlanmak için kendi içinde bir yapılanmaya başvurmuştur. Bazı kuruluşlar, var olan gazetecilerin görevlerine sosyal medya yönetimini de eklerken bazı kuruluşlar da sosyal medyada içerik üretiminden sorumlu yeni birimler oluşturmuştur.

Bazı kurumlar paylaşımlarını insan müdahalesi olmadan, otomatik olarak yeni yayınlanan haberlere bağlantılı gerçekleştirir. Daha büyük haber kuruluşlarında ise kurumsal sosyal medya hesabında her türlü haber içerikleri yer alır. Aracın görsel içerikli olması magazin haberciliği açısından gazetecilere önemli görsel veriler sunar. Ünlülerin ve sosyal medya fenomenlerinin özel hayatlarına dair paylaştıkları görsel ve içerikler, magazin haberciliği açısından önemli haber verileridir. Habere konu olan kişilerin paylaşımları magazin haberciliğine katkı sağlar. Magazin habercilerinin kendi kişisel hesaplarından gerçekleştirdikleri anlık paylaşımlar ve canlı yayınlar da kullanıcılar tarafından ilgiyle takip edilmektedir.

3.1.2. Sosyal Medyada Yayımlanan Haberlerin Yazılı ve Görsel İçeriklerinin Özellikleri

Mobil cihazlar ve sosyal medya araçları, haber üretim aşamasında kullanıcıların ilgisini çekecek yeni anlatı yöntemleri geliştirmiştir. Okuyucu kitlesinin haber tüketim tarzının değişmesi, haber anlatılarının da değişmesine neden olmuştur. Sosyal medya araçlarında üreten konumunda olan bireysel kullanıcılar, yeni medyadaki anlatı tarzlarını da belirleyici bir konuma gelmiştir. Yeni medyada yayımlanan dijital hikâye formatları habercilik alanına uyarlanarak kullanılmaya başlanmıştır.

Sosyal Medya ve Mobil Videolar

Yeni medyada hikâye anlatıcılığı, kullanıcının hikâye tüketimine göre şekillenmektedir. Sosyal medya ve mobil videoların formatı; metin, video, grafik, seslendirme ve müzikle güçlendirilen ve 1 ile 5 dakika arasında değişen video haber formatlarıdır.

Sosyal medya uygulamaları, sınırsız sayıdaki verilerin hızlı bir şekilde tüketildiği dijital bir mecradır. Dijital medyada kullanıcıların içerikleri hızlı ve kolay tüketmesi, haber içeriklerini de bu doğrultuda değişime zorlamıştır. Geleneksel medyadaki uzun ve didaktik anlatım, yerini okuyucuya bilgiyi öz olarak verebilecek nitelikte haber anlatılarına bırakmıştır.

Sosyal medya araçlarında haberin kullanıcıyı çekmesi ve haberin beğenilmesi, paylaşılması, yorumlanması gibi etkileşimler için çeşitli anlatı formatları ve sunumlar geliştirilmiştir. Habercilikte sosyal medya araçlarında ve mobil videolarda sıkça kullanılan üç format bulunmaktadır. Bu formatlar; news stories [niv storys (haber öyküleri)], video explanier [vidyo ekspleynır (video açıklayıcısı)] ve W/Presenterdır [dabulu piresıntır (W/Sunucu)].

Haber Öyküleri

Haber öyküleri, sosyal medyada rutin veya özel haberlerin anlatımı için metin, fotoğraf ve seslerden yararlanılarak oluşturulan bir formattır. Video formatında olan bu anlatı, haberin özetini içeren ve 5N 1K içeriğine sahip kısa videolardan oluşur.

Video Açıklayıcısı

İnternet haber videolarının yeni medyada izlenme süresi 1 ile 5 dakika arasında iken sosyal medyanın yapısı gereği ve kullanıcının tüketimine bağlı olarak 1 dakikadan daha az süreli videolar oluşturulur. Çevrim içi haber videoları; sosyal medya araçlarına, telefon veya tablet formatına göre uyarlandıkça kısalır. Bu video tarzı, sosyal medyada kullanıcı içeriklerinde içerik üreticileri tarafından sürekli kullanılır. Video öyküleri, genellikle grafik animasyonlar ve vektörel görseller ile seslendirilerek kurgulanan haber anlatımıdır. Bu anlatı formatı; araştırma, grafik, seslendirme gibi kurgusal birleştirmesi uzun süren bir anlatı türü olduğundan haber değeri olan ve özel haberler için hazırlanan videolardır (Görsel 3.4).



Görsel 3.4: Video açıklayıcı haber örneği

W/Sunucu

Sosyal medya ve mobil videolar; çoklu ortamın kattığı metin, görüntü ve ses özelliklerinin bir arada kullanıldığı videolar ile haber anlatıları gerçekleştirir. Sunucu ile haber anlatısı ise medya kuruluşuna bağlı bir haber spikerinin olay anlatısına dâhil olmasıdır. Her sosyal medya videosu gibi oluşturulan haber videosunun içinde kullanılan ses, metin ve görüntülerin haricinde sunucu olayı anlatarak videoya dâhil olur. Televizyon haberciliğinden esinlenerek oluşturulan bu anlatılar, sosyal medya kullanıcılarının ilgisini çekecek şekilde hazırlanır.

Sosyal medya araçlarında kullanılan özellikler haber anlatılarını da etkilemiştir. Son dönemde kullanıcılar tarafından sıkça kullanılan hikâye tarzı paylaşımlar, kısa videolar ve kaydırmalı görsellerle dijital hikâye anlatısı oluşturulur. Bu anlatı tarzları arasında hikâyeler (story) ve uzun biçimli kaydırmalı anlatım, sosyal medya uygulamalarındaki paylaşım yerlerine göre uyarlanmış anlatı biçimleridir. Sosyal medyada kullanıcıların yeni yönelimi olan hikâye paylaşımları, medya kuruluşları tarafından siteye yönlendirilebilecek görseller hazırlanarak oluşturulur. Hikâye paylaşımları 5-10 saniye arasında değişen ve sadece 24 saat paylaşımda kalabilen paylaşımlardır.

İnfografikler

İnfografik haber anlatı formatları, verilerin görselleştirilmesidir. **İnfografik**, veri üzerinden görselleştirilen bilgi grafiği çerçevesinde haberin özetlenmesidir. Bu yöntemde haber, uzun yazılacak haber metninin yerine parça parça görsellerle resim formatında okuyucuya sunulur. İnfografikler haber içeriğine zenginlik katarken metin içinde de okuyucuya duraklama verir.

İnfografikler, uzun metin yerine görsel formatla hazırlanan haberin sosyal medyada yazı karakter sınırına takılmadan istenen miktarda bilgi aktarımı sağlaması nedeniyle haberciler tarafından sıkça tercih edilir. İnfografik haber formatı, araştırmacı gazeteciler tarafından kullanıcının ilgisini çekecek şekilde vektörler kullanılarak hazırlanır (Görsel 3.5).



Görsel 3.5: İnfografik örneği

1. Örnek Haber

83 santimetre boya ve 13 kilogram ağırlığa ulaşabilen pudu, dünyanın en küçük geyik türüdür. Güney Amerika'da yaşayan ve nesli tehlike altında olan pudular; kısa bacaklara, küçük bir vücuda ve çok kısa boynuzlara sahiptir. Kuzey ve güney pudusu olarak ikiye ayrılan bu canlılardan kuzey pudusu, güney pudusundan daha küçüktür. (Görsel 3.6).



Görsel 3.6: Sosyal medyada yayımlanmış haber

Haber Dili

Dikkat çekici bir giriş ile başlanan haberde içerik birkaç cümle ile özetlenmiştir. Kullanıcıya verilmek istenen mesaj açık, anlaşılır ve sade bir biçimde iletilmiştir.

Haberin Görseli

Habere ait olan görsel, haber metninin içeriğini destekleyecek şekilde düzenlenerek haberde kullanılmıştır.

2. Örnek Haber

Yalnızca 5 uçuş için üretilen NASA'nın Mars helikopteri 51. uçuşuna hazır (Görsel 3.7).



Görsel 3.7: Sosyal medyada yayımlanmış bir haber

Haber Dili

Örnek olarak verilen ikinci haber, infografik yöntemi kullanılarak yayımlanmıştır. Haberin içeriği kısa tutularak haber içinde yer alan diğer bilgiler infografik yöntemi ile kullanıcılara iletilmiştir.

Haber Görseli

Haber metni görselleştirilerek sitede yayımlanmıştır.

3. Örnek Haber

Ünlü atlet Usain Bolt'un hesabındaki 12 milyon 700 bin dolar kayboldu, geriye sadece 12 bin dolar kaldı…
Kaybın nedeni henüz bilinmezken hukuki süreç başlatıldı (Görsel 3.8).



Görsel 3.8: Sosyal medyada yayımlanmış haber

Haber Dili
Habere konu olan kişinin dünyaca ünlü bir atlet olması okuyucularda haberle ilgili merak uyandırmıştır. Haber kısa, öz ve anlaşılır bir biçimde yayımlanmıştır. Haber ile ilgili detaylı bilgiler TRT Haber sitesinde verilmiştir.

Haber Görseli
Haberde dünyaca ünlü atletin koşu pistinde çekilmiş bir fotoğrafı kullanılmıştır.

4. Örnek Haber

TSK'nın düzenlediği ve Cumhuriyet tarihinin en geniş katılımlı 'Kış Tatbikatı-2023' Kars'ta devam ediyor. Tatbikata 17 ülkeden personel katılıyor (Görsel 3.9).



Görsel 3.9: Sosyal medyada yayımlanmış haber

Haber Dili
Haber iki cümle ile açıklanmıştır. 5N 1K'nin en önemli sorularından olan kim ve ne sorularının cevabı haberde yer almıştır. Haberin detayına ise haber sitesinde yer verilmiştir.

Haberin Görseli
Haberde metnin içeriğini destekleyecek dört görsel kullanılmıştır.

1. ETKİNLİK

Aşağıda verilen haberi ve haberin görselini inceleyiniz (Görsel 3.10). Haberi sosyal medya haberciliğinde dil ve görsel kullanımı açısından değerlendiriniz. Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.



Görsel 3.10: Haberin görseli

1. UYGULAMA

Haberin Yazı Dilinin İncelenmesi

Amaç: Sosyal medya aracında yayımlanan bir haberi haber dili açısından değerlendirmek.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Kalem, defter, bilgisayar, internet.

Süre: 40 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Sosyal medya ortamında yayımlanan bir haber bulunuz ve bu haberin başlığını inceleyiniz.
3. Haberin dilini değerlendiriniz.
4. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Haberin Yazı Dilinin İncelenmesi uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Haberin Yazı Dilinin İncelenmesi Uygulaması Kontrol Listesi			
Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Haber başlığını uygunluk açısından kontrol ederek deftere not aldı.		
3	Haberin dilini inceleyip deftere yazdı.		
4	Uygulama sonunda yaptığı çalışmayı sınıfta paylaştı.		

3.1.3. Sosyal Medyada Yayılan Haberlerin Kitleyi Yönlendirici Etkisi

İnternetin bir haber platformu olarak kullanılması, insanların günlük yaşamlarında sosyal medyayı kullanma alışkanlıklarını değiştirmiştir. İnsanlar haberleri filtrelemek, değerlendirmek ve haberlere tepki vermek için sosyal ağlarını ve sosyal ağ teknolojilerini kullanmaya başlamıştır.

Sosyal medya alanlarında bir haberin paylaşılması haberin kapsamını genişletir. Tüm dünyada yaygın olarak kullanılan sosyal ağlar, haberin anında global bir konuşma konusu olmasını sağlar. Bu durum, sosyal medyada paylaşılan haberin içeriğinin dünya çapında etki yaratma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Sosyal medya, dünyanın dört bir yanında meydana gelen olayların anında duyulmasında ve kamuoyu oluşturulmasında önemli bir rol üstlenir. Özellikle doğal afetlerin (deprem, kasırga vs.), toplumsal hareketlerin ve halk eylemlerinin tüm kamuoyuna yansıması sosyal medyanın önemli işlevlerindendir. Sosyal medyada yer alan bir haberin kişileri etkileyebilmesi için haberin objektif olması ve farklı kaynaklarda aynı içeriğe ve kaynak güvenilirliğine sahip olması gerekmektedir.

Sosyal medya; bireylerin inanç, tutum ve davranışlarında olumlu ve olumsuz birçok etkiye sahiptir. Sosyal medyada gönderilen iletilerin güncel, geri bildirimlerin anlık olması sosyal medyanın kişiler üzerindeki etkisini artırmıştır. Ülke gündemine etki eden birçok konu, sosyal medya üzerinden gündeme gelmektedir.

Sosyal medya, belirli konularda kamuoyu oluşturma ve bireyleri etkileme konusunda güçlü bir etkiye sahiptir. Bu etki, paylaşılan içerikler ve görsellerle daha da artırılmaya çalışılır. Sosyal medya, tüm kullanıcılara düşüncelerini ve bilgilerini iletmek ve paylaşmak için eşit fırsatlar sunar. Sosyal medya üzerinden çevrim içi olarak sürece katılan kullanıcılar; yorum, video klip, fotoğraf, çevrim içi anket biçimindeki bireysel dijital etkinlikleri gerçekleştirmek için imkân bulur. Bu süreç içinde ise ortak noktalarda bir araya gelen topluluklar oluşur (Görsel 3.11).



Görsel 3.11: Sosyal medyada bir araya gelen topluluklar

Bilgi iletişim teknolojilerinin ve internetin etkisinde gelişen ve sanal toplulukların iletişim kurduğu alanı oluşturan çevrim içi iletişim şu özellikleri içerir:

- Sosyal medya, bireyleri belli bir amaç etrafında toplar ve somut eylemlere geçebilmek amacıyla bireyleri harekete geçirir.
- Hızlı haber üretiminden dolayı kaynağı ve doğruluğu sorgulanmamış haber ve bilgiler; bireyleri, grupları ve toplumları etkileyebilir.
- Sosyal medya araçları, haberleri oluştururken gündem değiştirerek ve dikkat çekerek takipçi sayısını artırmak amacıyla asparagas haber yapabilir ve bireyleri etkisi altına alabilir.
- Uydurma haberler; sosyal medya araçları ile insanlara, kurumlara ya da gruplara ulaşarak toplumlarda kaosa neden olabilir.

Geniş kitlelerin sıkça kullandığı sosyal medya platformlarında güvenilir haber ve bilgi içerikleri oluşturmak için belirli denetim mekanizmaları gereklidir. Bireylerin sosyal medyada gördükleri haberleri tarafsız bir şekilde değerlendirmeleri ve kendi düşünce süzgeçlerinden geçirerek haberlerin doğruluğunu değerlendirmeleri önemlidir.

3.1.4. Ham Verilerin Dijital Medya İçin Habere Dönüştürülmesi

Habercilik hız işidir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile birlikte yeni medyanın önemli özelliklerinden olan hız, gazetelerin haberi ilk veren olma kaygısını etkilemiştir. Özellikle sosyal ağlardan yayılan duyumlar, genellikle bir doğrulama sürecinden geçmeden haber metnine dönüşebilmektedir. Bu tür durumlarda veri ile etkin bir şekilde çalışma becerisi olan gazetecilerin önemi çok daha fazla olmaktadır. Hızlı bir şekilde konu ile ilgili verilere ulaşabilen, haberin doğruluğunu teyit edebilen ve haberle ilgili verileri destekleyen haber merkezleri diğer rakiplerinden önde olmaktadır.

Bir haberin haber olabilmesi için verilere dayanması gerekir. Veriler ile desteklenmeyen haberler sadece söylenti olarak kalır. Gazetecilik sektörü, teknolojik gelişmelerden en hızlı etkilenen alanların başında gelir. İnternet teknolojisinde yaşanan gelişmeler, yeni medya ve sosyal ağlarda oluşan büyük miktardaki verinin incelenmesini ve anlamlandırılmasını gerekli kılmıştır.

Sosyal medyada haberleştirme ve haberin yayına verilmesi açısından ön şart, haberin doğrulatıldıktan sonra yayımlanmasıdır. Katılımcılar, özellikle anlık olaylarda sıradan kullanıcıların ürettikleri içeriklerin doğrulatılması gerektiğini düşünmektedir. Haber kuruluşları, haberin doğrulatılmasında daha çok geleneksel yöntemlere başvurmaktadır. Böyle olduğunda sosyal medya içerikleri, günlük haber rutini içinde kendisine düşük bir oranda yer bulabilmektedir.

Sosyal medya üzerinde kullanıcıların ürettiği içeriklerin haber değeri, büyük ölçüde haber kuruluşlarının yayın politikaları ölçüt alınarak belirlenir. Yayın politikalarına uygun içeriklerin seçilerek uygun olmayan içeriklerin de çöpe gittiği haber kuruluşlarında artık editöryal süreç başlamıştır. Haberle ilgili seçilen içeriğin standart haber diline uyarlanarak yazılması, haber kuruluşlarının yayın politikalarıyla yakından ilgilidir.

Haberin üretim aşaması; vatandaşlar, resmî kaynaklar ve haberciler tarafından birlikte gerçekleştirilir. Haberin üretimi; sıradan kullanıcıların kendi edindikleri bilgilere, resmî kaynaklardan gelen verilere ve sonunda gazetecilerin elde ettikleri bu verileri yeniden yorumlayarak habere dönüştürmesine dayanır. Haber üretiminde sürecin bu şekle dönüşmesi sosyal medya haberciliğinin farkını ortaya koyar. Örneğin kullanıcıların patlama olaylarında ya da toplumsal eylemlerde olay yerinden aktardıkları enformasyon, doğrudan haber olmak yerine, gerek resmî kaynaklarca yapılan açıklamalarla gerek gazetecilerin yeniden yorumlarıyla standart haber diline çevrilir. Haberlerin hızlı servis edilmesi, editör / muhabirlerin haberi geliştirmesine ya da yeni haberler üretmesine engel olur.

3.2. SOSYAL MEDYA İÇİN YAZILI İÇERİK ÜRETİMİ

Haberin hedef kitlesine ulaştırılmasında kullanılan araç yazı dili olduğu için haber metinlerinde dilin doğru kullanımı önemlidir.(Görsel 3.12).



Görsel 3.12: Sosyal medyada yazı kullanımı

Haberci; yazı dilini kullanırken kullandığı dilin cümle yapısına, imla kurallarına dikkat etmelidir. Habercinin kamuoyuna açık bir iletişim aracını doğru kullanması ve okuyucuya mesajı anlaşılır şekilde verebilmesi için dilin kurallarını en iyi şekilde bilmesi gerekir. Haber metni, dil bilgisi kurallarına uygun bir metin olmalıdır. Haberin toplumdaki her kesimin anlayabileceği bir biçimde oluşturulması, haberde sade dil kullanılmasına bağlıdır. Haberlerde kullanılan kelimelerin toplum kültüründeki anlamının bilinmesi, cümlelerin kısa ve sade bir şekilde oluşturulması, haberlerin okur tarafından daha iyi anlaşılmasını sağlayan önemli etkenlerdir.

Sosyal ağlarda geçirilen zaman içinde gerçekleştirilen eylemler; Türkçe olarak ifade edildiğinde ileti, girdi, içerik, durum güncellemeleri, takipleşme, yorum yazma, başlık açma vs. olarak adlandırılabilir. Sosyal medyada kullanılan dili üreten bireyler aynı zamanda bu dili konuşan kişilerdir. Dolayısıyla günlük konuşulan dilin sosyal medyada kullanılan dile, sosyal medyada kullanılan dilin de Türkçeye etkisi kaçınılmazdır. Sosyal medya kullanıcıları her bir alan için ayrı söz varlığı oluştururken aynı zamanda bir dil kurmaktadır.

Sosyal medyada kullanılan çeşitli kelime ve kavramlar sadece kullanıldıkları genel ağ ortamında değil, günlük konuşma dilinde de yer etmiş durumdadır. İnternet ve dolayısıyla sosyal medya dili, sadece ses ve harflerden oluşan bir dil değil; aynı zamanda anlam taşıyan farklı şekil, resim ve işaretleri de içerir. Tüm bu yapı, göstergebilimin incelediği bir konudur. İnternet ve sosyal medya, tamamen bu göstergelerin bir araya gelmesiyle oluşur.

3.2.1. Sosyal Medya İçin Haber Girişi Yazma

Haber metninde en önemli unsur haberin girişidir. Giriş bölümü Türkiye'de flaş olarak tanımlanır. Haber girişinde ne zaman, nerede, nasıl, niçin, kim sorularının cevaplarının olması gerekir. Haber girişinde temel ilke, ana unsurdan başlayarak adım adım ayrıntılara doğru gitmektir. Giriş, okuyucuya haberde neyi bulacağını gösteren bazı unsurları içermelidir. İnternet haberciliğinde kullanılan farklı haber yazım teknikleri vardır. Haberin yayımlanacağı sosyal medya aracının kendine has özelliği dikkate alınarak sosyal medyaya uygun olan haber tekniği ile haber girişi oluşturulur.

Haber Girişi Örnekleri

1. Örnek

Semih Saygıner ve Tayfun Taşdemir'den oluşan mili takımımız, Dünya 3 Bant Şampiyonası'nda finalde İsveç'i mağlup etti ve şampiyonluğa ulaştı (Görsel 3.13).

Haber girişinin 5N 1K analizi

Kim: Semih Saygıner, Tayfun Taşdemir

Ne: Dünya Şampiyonu

Nasıl: Finalde İsveç'i yenerek



Görsel 3.13: Haberin görseli

2. Örnek

Yarından itibaren yurt genelinde soğuk hava ve kar yağışı etkili olacak (Görsel 3.14).

Ne: Soğuk hava ve kar yağışı

Ne zaman: Yarından itibaren

Nerede: Yurt genelinde



Görsel 3.14: Haberin görseli

3. Örnek

Yüzeyi yaklaşık 40 santim buz tutan Çıldır Gölü'nde kazma ve küreklerle buz kıran köylüler, Eskimo usulü balık avlıyor (Görsel 3.15).

Kim: Köylüler

Ne: Balık avlamak

Nerede: Çıldır Gölü

Nasıl: Kazma ve kürekle buz kırarak



Görsel 3.15: Haberin görseli

4. Örnek

Muş'ta baharın gelişiyle yüzlerce süt kuzusu anneleriyle buluştu (Görsel 3.16).

Kim: Süt kuzusu

Ne: Anne ile buluşma

Nerede: Muş



Görsel 3.16: Haberin görseli

2. ETKİNLİK

Aşağıda verilen bilgileri kullanarak haberinizi yayımlayacağınız sosyal medya aracına uygun bir haber girişi yazınız. Yazdığınız haber girişini sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Ne: Uzay aracının tamir edilmesi

Kim: NASA

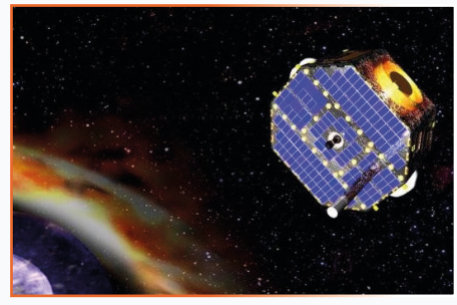
Nerede: Dünya yörüngesinde

Neden / Niçin: Uzay aracı bozuldu.

Nasıl: Basit bir yöntemle kapatıp açarak

Ne Zaman: 2 Mart 2023

Habere Ait Diğer Bilgiler: Yıldızlararası Sınır Kâşifi (IBEX) adlı araç, Dünya yörüngesinde dönüyor ve Güneş Sistemi'yle yıldızlararası uzay arasındaki etkileşimleri araştırıyor. NASA 18 Şubat'ta beklenmedik bir arıza ile karşılaştı. 2008'de fırlatılan araç, 15 yıldır haritalama görevi yürütüyor (Görsel 3.17).



Görsel 3.17: Haberin görseli

2. UYGULAMA

Sosyal Medya Platformuna Uygun Haber Girişi Yazma

Amaç: Sosyal medya platformuna uygun haber girişi yazmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Kalem, defter, bilgisayar, internet.

Süre: 60 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Habere ait verileri toplayınız.
3. Haberi yayımlayacağınız sosyal medya aracını belirleyiniz.
4. Belirlediğiniz sosyal medya aracına uygun şekilde haber girişi oluşturunuz.
5. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Sosyal Medya Platformuna Uygun Haber Girişi Yazma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Sosyal Medya Platformuna Uygun Haber Girişi Yazma Uygulaması Kontrol Listesi			
Sınıf:	**No.:**	**Öğrenci Adı Soyadı:**	**Tarih:**

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Haberde kullanacağı verileri belirledi.		
3	Haberi yayımlayacağı sosyal medya aracını belirledi.		
4	Sosyal medya aracına uygun bir haber girişi oluşturdu.		
5	Uygulama sonundaki değerlendirmelerini sınıfta arkadaşlarıyla paylaştı.		

3.2.2. Sosyal Medya İçin Haber Gövdesi Yazma

Ayrıntıların ve geçmiş hakkında bilgilerin olay ve önem sırasına göre verildiği bölüm, haber metninin gövdesini oluşturur. Giriş bölümünde yer alan özet daha ayrıntılı bir biçimde, nesnel bir dille anlatılır. Haber gövdesi; kaynakların, bilgi ve belgelerin de sunulduğu bölümdür. Örneğin ölülerin ve yaralıların isimleri, kazaya karışan araçlarla ilgili bilgiler, kazanın nasıl olduğu, hız sınırları, kazanın olduğu yerle ilgili ek bilgiler haberin gövdesinde verilir.

Haber Gövdesi Örnekleri

1. Örnek

Van'da yüksek kesimlerde ve kırsal bölgelerde kar yağışı etkili oldu

Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nün uyarısının ardından Van ve ilçelerinde gece saatlerinde kar yağışı başladı. Şehir merkezine yakın kırsal mahallelerde 5 santimetreyi bulan kar kalınlığı, yüksek kesimlerde ve kente yaklaşık 80 kilometre uzaklıkta bulunan Bahçesaray yolundaki yaklaşık 3 bin rakımlı Karabet geçidinde ise 15 santimetreye ulaştı (Görsel 3.18).



Görsel 3.18: Haberin görseli

2. Örnek

Kazı çalışmasında ortaya çıkan mutfakta 1600 yıllık tohumlar bulundu

Karabük'ün Eskipazar ilçesinde Hadrianopolis Antik Kenti'nde 20 yıldır süren kazı çalışmaları kapsamında bir yapı içerisindeki mutfak bölümü ortaya çıkarıldı. Yapılan incelemede mutfakta 1600 yıl öncesine ait olduğu düşünülen tohumlar bulundu. Kazı çalışmasında ortaya çıkan mutfakta 1600 yıllık tohumlar bulundu (Görsel 3.19).



Görsel 3.19: Haberin görseli

3. Örnek

Onlarca yılkı atı doğaseverler tarafından görüntülendi

Dağcılık ve Doğa Sporları (SANDOS) üyeleri Kumalar Dağı'na yürüyüş etkinliği gerçekleştirdi. Gezide doğaseverler onlarca yılkı atıyla karşılaştı. Sürüler halinde gezen ve otlayan yılkı atlarının fazlalığı doğaseverlerin dikkatini çekti. Yürüyüşe katılanlar yılkı atlarını telefon kamerasıyla görüntüledi (Görsel 3.20).



Görsel 3.20: Haberin görseli

3. UYGULAMA

Sosyal Medya Platformuna Uygun Haber Gövdesi Yazma

Amaç: Sosyal medya platformuna uygun haber gövdesi yazmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Bilgisayar, internet.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Habere ait verileri toplayınız.
3. Haberi yayımlayacağınız sosyal medya aracını belirleyiniz.
4. Belirlediğiniz sosyal medya aracına uygun şekilde haber gövdesi oluşturunuz.
5. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Sosyal Medya Platformuna Uygun Haber Gövdesi Yazma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Sosyal Medya Platformuna Uygun Haber Gövdesi Yazma Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Haber yazımında kullanacağı verileri belirledi.		
3	Haberi yayımlayacağı sosyal medya aracını belirledi.		
4	Haberi yayımlayacağı sosyal medya aracına uygun haber gövdesi oluşturdu.		
5	Uygulama sonunda çalışmasını sınıfta paylaştı.		

3.2.3. Sosyal Medya İçin Haber Başlığı Yazma

Haber başlığı büyük önem taşır. Başlık, haberi fark ettirmeyi ve dikkat çekmeyi amaçlar. İlgi çekici bir başlık, sıradan bir haberin okunmasını sağlarken sönük bir başlık, ilgi çekici bir haberin okuyucu tarafından göz ardı edilmesine neden olabilir. Başlık; haberin ana fikrini vermeli, haberi özetlemelidir. Açık, özlü ve dikkat çekici olmalıdır.

Haber Başlığı Örnekleri

Milli Bilardocularımız Dünya Şampiyonu
Endonezya'daki Merapi Yanardağı patladı: 1,5 kilometrelik lav akışı gözlemlendi
Karadeniz'deki hamsi bereketi balıkçıların yüzünü güldürdü
Bu defa yumruklar değil boynuzlar konuştu
İstanbul'a mevsimin ilk karı düştü
Sadece 1 ay buzla kaplı kaldı
Temizlik işçileri greve gitti, sokaklar çöple doldu



3. ETKİNLİK

Öğretmeninizin size verdiği haber verilerinden yararlanarak haber metnine uygun bir başlık yazınız. Yazdığınız haber başlığını sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.



4. UYGULAMA

Sosyal Medya Platformuna Uygun Haber Başlığı Yazma

Amaç: Sosyal medya platformuna uygun haber başlığı yazmak.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Kalem, defter, bilgisayar, internet.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Habere ait verileri toplayınız.
3. Haberi yayımlayacağınız sosyal medya aracını belirleyiniz.
4. Belirlediğiniz sosyal medya aracına uygun şekilde haber başlığı oluşturunuz.
5. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Sosyal Medya Platformuna Uygun Haber Başlığı Yazma uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Sosyal Medya Platformuna Uygun Haber Başlığı Yazma Uygulaması Kontrol Listesi			
Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Habere ait verileri topladı.		
3	Haberi yayımlayacağı sosyal medya aracını belirledi.		
4	Yeniden haber başlığı oluşturdu.		
5	Uygulama sonunda yazdığı haber başlığını sınıfta paylaştı.		

3.3. SOSYAL MEDYA İÇİN GÖRSEL İÇERİK ÜRETİMİ

Sosyal medyada en önemli konu görsel kullanımıdır. Kullanılan görseller metnin içeriğine uygun olmalıdır. Sosyal medya paylaşımlarında kullanılacak görsellerin seçimi ve boyutu son derece önemlidir. İnsanlar; görsel unsurları değerlendirerek estetik paylaşımlarla bilgi paylaşabilmek, sorunlarına çözüm bulabilmek gibi pek çok amaç ve istekle medyayı kullanır.

Dünyaca ünlü infografik üreticisi bir sitenin yaptığı araştırma, görsel kullanımının sosyal medyada ne kadar önemli olduğunu göstermiştir. Yapılan araştırma sonucunda insanların gün içinde birden çok bilgi bombardımanına maruz kaldığı tespit edilmiştir. İnsanların gelen bilgiyi anlamlandırabilmesi için yazılı içerikten çok görsel içeriğe ihtiyacı vardır. Günümüzde hızlı bir yaşam içinde olan insanlar, etkileşim için çok kısa zaman bulabilmektedir. Görsel içerikler bu etkileşimi kısa zamanda hızlı bir şekilde sağlamaktadır. İnternet ve teknoloji alanındaki gelişmeler de görsel kullanımını daha etkin hâle getirmiştir.

Beyin, yazılı içerikten önce görsel içeriği algılar. Yapılan araştırmalara göre bir insan, bir görseli saniyenin 10'da 1'i gibi kısa bir sürede anlayabilirken 200-250 kelimelik bir metni 60 saniyede okuyabiliyor. Bu yüzden görsellerle mesaj iletmek, daha kolay ve daha kalıcı olur.

Görsel iletişim, sözlü iletişimden önce gerçekleşir ve görsel olmayana göre daha etkileyici ve ikna edicidir. İnsanlar öğrendiklerinin %1'ini deneyerek, %2'sini dokunarak, %4'ünü koklayarak, %10'unu duyarak ve %83'ünü çevresindeki olayları gözlemleyerek öğrenir. Bu nedenle görsel kullanımı, sosyal medyada her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır.

3.3.1. Sosyal Medyada Haber Görseli Örnekleri

Görsel kullanımı sosyal medyanın her alanında çok önemlidir. Geleneksel medyada olduğu gibi sosyal medya haberciliğinde de doğru görsel kullanımı, verilmek istenen mesajın tam olarak karşılanmasına destek olmaktadır (Görsel 3.21, 3.22, 3.23, 3.24, 3.25).

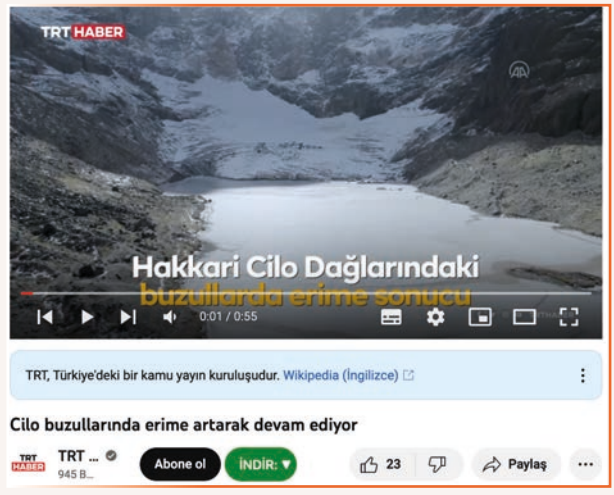
Örnek Haber Görselleri



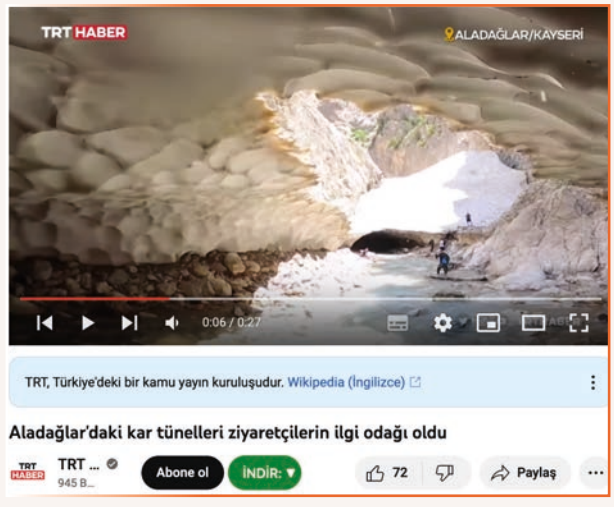
Görsel 3.21: Haber görseli örneği



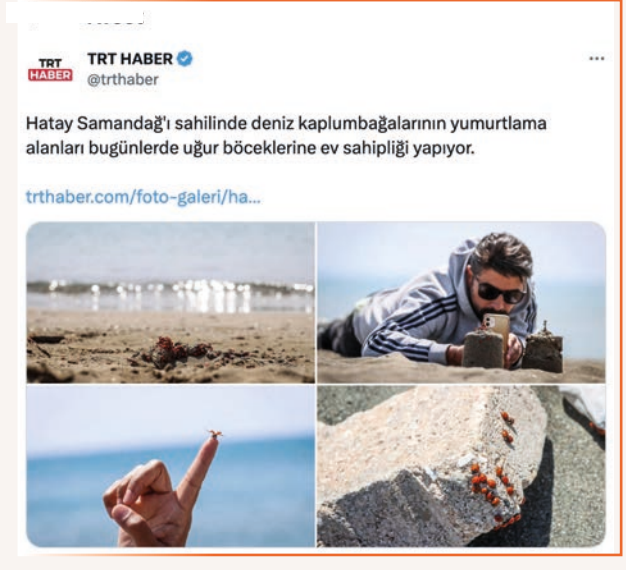
Görsel 3.22: Haber görseli örneği



Görsel 3.23: Haber görseli örneği



Görsel 3.24: Haber görseli örneği



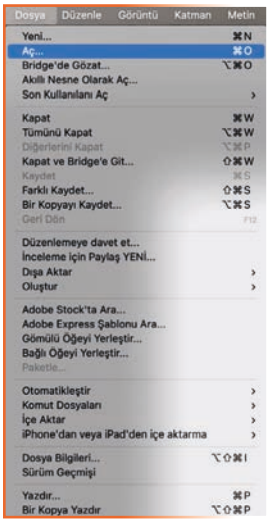
Görsel 3.25: Haber görseli örneği

3.3.2. Görselin Sosyal Medya Uygulamalarına Uygun Biçimde Düzenlenmesi

Her sosyal medya ağının kendine has özellikleri vardır. Her sosyal ağda kullanılan görsellerin boyutlarında farklılıklar bulunur.

Sosyal Medya Aracı İçin Görsel Düzenleme

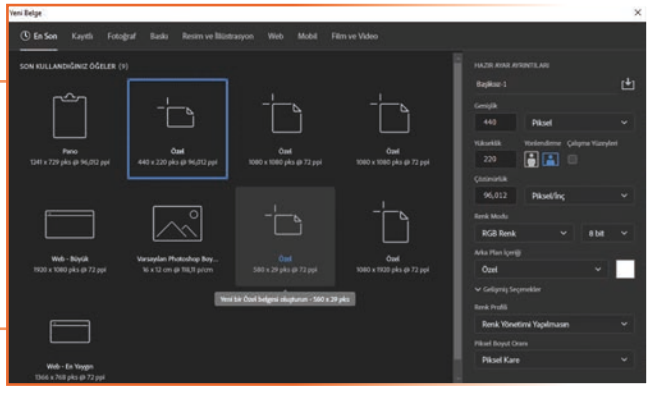
- Görüntü Düzenleme Programı'nda sosyal medya platformuna uygun fotoğraf alanı açılır.
- Dosya menüsünde CTRL + O tıklanarak haberde kullanılacak fotoğraf açılır (Görsel 3.26).



Görsel 3.26: Fotoğraf açma

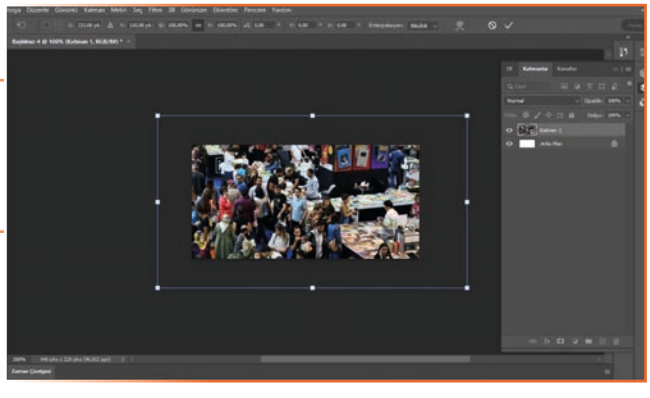
Sosyal Medya Aracında Kullanılan Görsel Boyutları

- Görüntü Düzenleme Programı'nda profil fotoğrafının 1:1 formatında 400x400 piksel olması yeterlidir. Kapak fotoğrafında ise minimum 1500x500 piksele kadar bir görsel kullanılabilir. Paylaşım görselinde de görsel boyutu 440x220 pikseldir (Görsel 3.27).



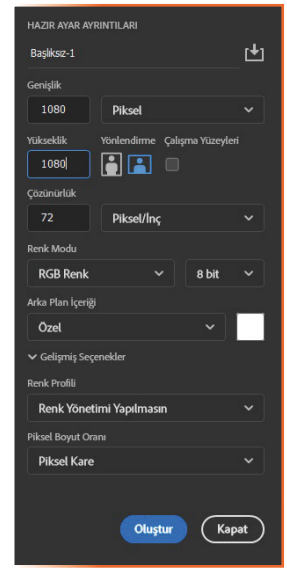
Görsel 3.27: 440x220 fotoğraf alanı açma

- Görüntü Düzenleme Programı'nda CTRL + T tıklanır ve görsel, açılan sayfa boyutlarında düzenlenir (Görsel 3.28).



Görsel 3.28: Görselin boyutunu düzenleme

- Kare gönderiler 1:1 formatında 1080x1080 pikseldir (Görsel 3.29). Kare bir gönderi için en uygun ebat budur. Bu alan, görsel ağırlıklı bir mecra olduğu için paylaşımlarda yazıdan çok görsele yer verilmesi oldukça önemlidir. Dikey gönderi için 1080x1350 piksel uygundur. Yatay gönderiler için kullanılacak olan ebat ise 1080x566 pikseldir. Story için 1080x1920 piksel uygundur.



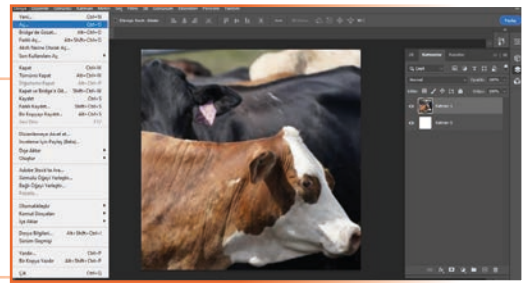
Görsel 3.29: 1080x1080 fotoğraf alanı açma

Profil görseli minimum 180x180 piksel, kapak görseli minimum 851x351 piksel, yatay gönderi 1200x630 piksel, dikey gönderi 1080x1352 pikseldir. Story görsel boyutu ise 1080x1920 pikseldir.

Alan için görsel hazırlanırken kullanılacak profil fotoğrafı 800x800 pikseldir. Banner, maksimum 6 MB, 16:9 oranında; minimum 2048x1152 pikseldir. Video boyutu ise 16:9 oranında, minimum 1280x720 pikseldir.

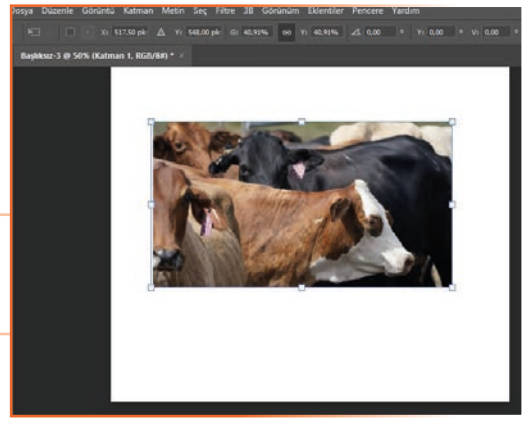
Sosyal Medya Aracı Haberciliği İçin Görsel Düzenleme Aşamaları

- Görüntü Düzenleme Programı'nda sosyal medya platformuna uygun fotoğraf alanı açılır.
- Dosya menüsünde CTRL + O tıklanarak haberde kullanılacak fotoğraf açılır (Görsel 3.30).



Görsel 3.30: Fotoğraf açma

- Görüntü Düzenleme Programı'nda CTRL + T tıklanır ve görsel, açılan sayfa boyutlarında düzenlenir (Görsel 3.31).



Görsel 3.31: Görselin boyutunu düzenleme



4. ETKİNLİK

Sosyal medya ağlarında yayımlanan görselleri inceleyiniz. Görseller üzerinde ne gibi düzenlemeler yapıldığını not alınız. Aldığınız notları sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.



5. UYGULAMA

Sosyal Medya Platformuna Uygun Görsel Düzenleme

Amaç: Sosyal medya platformuna uygun görsel düzenlemek.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Kalem, defter, bilgisayar, internet.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Görsel düzenleme programını açınız.
3. Kullanacağınız görselleri belirleyiniz.
4. Görsellerin boyutunu sosyal medya platformuna uygun olarak düzenleyiniz.
5. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Sosyal Medya Platformuna Uygun Görsel Düzenleme uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Sosyal Medya Platformuna Uygun Görsel Düzenleme Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Görsel düzenleme programını açtı.		
3	Sitede kullanacağı görselleri belirledi.		
4	Kullanacağı görselin boyutlarını düzenledi.		
5	Uygulama sonunda çalışmasını sınıfta paylaştı.		

3.4. SOSYAL MEDYADA HABER PAYLAŞIMI

Sosyal medya, 21. yüzyılda kitlelere ulaşmanın en etkili yolu hâline gelmiştir. Sosyal medya alanları, sundukları içeriklerin ve kullanıcıların özelliklerine göre farklı kitlelere hitap edebilmektedir.

Her sosyal medya alanının kendi içinde farklı amacı vardır. Bazı sosyal medya araçlarında görsellik ön plana çıkarken bazılarında daha kurumsal çalışmalara yer verilir. Sosyal medya platformları içinde ağırlıklı olarak yazılı ve görsel içerikler sunan araçlar, gündemi takip eden insanların yoğun olarak kullandığı bir alan hâline gelmiştir. Sosyal medya; devlet başkanlarının, parti liderlerinin, spor kulüplerinin ve sivil toplum kuruluşlarının bilgi paylaşımında ilk sıraya koydukları, kampanyaların yürütüldüğü, resmî açıklamaların paylaşıldığı ve kitleler üzerindeki etkisinin kanıtlandığı bir alandır.

Sosyal medyada kullanılacak metin içeriği, kullanışlı ve faydalı olmalıdır. Haber bülteni; popüler konularla ilgili bilgi içerikleri, tüketicilerin dikkatini çekebilecek fıkralar ve komik karikatürlerle renklendirilebilir.

Sosyal medya, herhangi bir konuda aynı anda çok sayıda kullanıcıya ulaşma imkânına sahiptir. İnsanlar birbirlerini sosyal medya aracılığıyla bulabilir ve bir araya gelebilir. Farklı görüşlere sahip olan kişiler, sosyal medya sayesinde yalnızlık hissetmez. Sosyal medya, toplumsal meseleler hakkında artan bir farkındalık oluşturur. Afet ve kriz yönetiminde, hızlı bir şekilde topluluk oluşturarak gerekli yardımın sağlanmasında etkili olur.

Sosyal medya bilgi ve haber yayma aracı, eğlenme, rahatlama, boş zamanları değerlendirme, mesaj gönderme ya da mesaj alma, gündemi takip etme, bilgiye erişme vb. birçok konuda kullanım amacı oluşturmakta ve bir araç olarak kullanılmaktadır. Günlük hayatta yapılan pek çok şey, internete ve sosyal medyaya endeksli hâle gelmiştir.

3.4.1. İçeriğin Kolay Ulaşılabilir Olması İçin Kelime Etiketleme

Sosyal medyanın ve sosyal ağların artan kullanımı ile binlerce insanın tek bir birey gibi birbirleri ile iletişim sağlamaları çok kolaylaşmıştır. Din, dil, yaş, politik düşünceler, hobiler, ilgi alanları gibi özelikler ile etiketleme ve sınıflandırma sosyal paylaşım sitelerinden yapılabilmektedir.



Görsel 3.32: Hashtag

Hashtag, sosyal medyada öne çıkma yöntemlerinden biridir (Görsel 3.32). Hashtagler ulaşılmak istenen kitleyi spesifik bir şekilde belirlemeye yardımcı olur. Örneğin üniversiteli gençlere ulaşılmak isteniyorsa #üniversite, #kampüs gibi hashtagler kullanılarak hedef kitle belirlenmiş olur. Güncel içeriklerin takip edilmesi, sosyal medya hesaplarının yönetilmesinde daha bilinçli ve etkili kararlar verilmesini sağlar. Ayrıca yapılan yarışmaların, etkinliklerin tanıtımını yapmak ve bunlara verilen tepkiyi, katılımı belirlemek için ideal bir araçtır. Hashtagler, özellikle aynı konu üzerinde birçok kişinin görüşünü gözlemleme imkânı sağlar.



Görsel 3.33: Mention

Sosyal medya araçlarında hashtag (#) ve mention (@) (Görsel 3.33) kullanımları ile içeriğin daha geniş kitlelere ulaştırılması ve benzer içeriklere kolaylıkla erişilmesi mümkündür. Kullanıcılar, # sembolü ile fotoğraflarını ve videolarını tanımlamakta, diğer kullanıcıları etiketlemek için de @ sembolünü kullanmaktadır. Bu kullanım, etiketlenen kullanıcı hesabına etkili bir bağlantı oluştururken kullanıcıların herhangi bir sayıda başka bir kullanıcıyı takip etmesi için sosyal bir bağlantı sağlar.

Sosyal medya uzmanlarına göre doğru etiket seçilirse mesaj sosyal ağlarda daha çok kişiye erişebilir. Etkileşimi yüksek olan sosyal ağlarda yapılan paylaşımlar kullanıcılar tarafından daha hızlı yayılır. Etiketleme sayesinde paylaşımlar, hedef kitleye ve konuyla ilgili kişilere etkili bir şekilde ulaşır ve paylaşımın sosyal medyada görünürlüğü artar (Görsel 3.34).



Görsel 3.34: Haber etiket örneği

5. ETKİNLİK

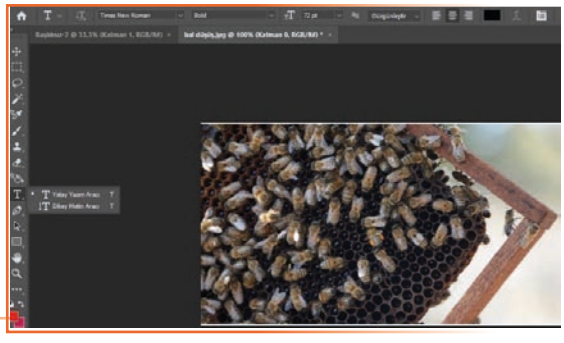
Görsel 3.35'te verilen haberi etiketleyiniz. Etiketleme işlemini yaptıktan sonra değerlendirmelerinizi sınıfta paylaşınız.



Görsel 3.35: Haberin görseli

3.4.2. Görsel Üzerine Yazı Yazma Uygulamaları

- Üzerine yazı eklenecek görsel, Görsel Düzenleme Programı'nda açılır.
- Araç çubuğundan T (yazı alanı açma) simgesi tıklanır.
- Görsele uygun yatay ya da dikey yazı alanı seçilir.
- Görsel üzerinde yazı yazılacak alan tıklanarak yazı alanı açılır (Görsel 3.36).



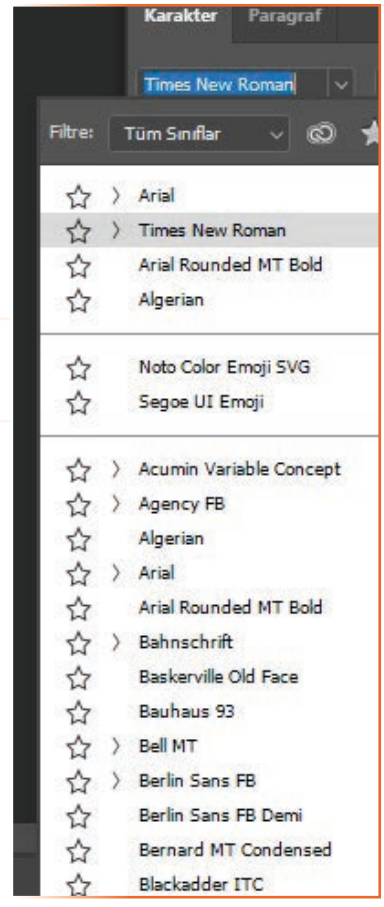
Görsel 3.36: Yazı alanı açma

- Menülerden **Metin** menüsüne tıklanır.
- **Paneller** seçeneğinden **Karakter Paneli** seçilir (Görsel 3.37).



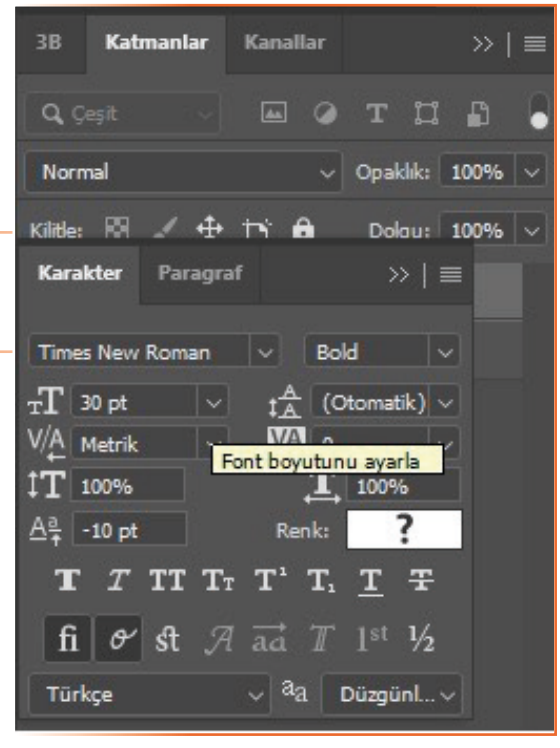
Görsel 3.37: Karakter paneli seçme

- **Karakter Paneli**'nden yazı karakterine tıklanır.
- Görsele uygun yazı karakteri seçilir (Görsel 3.38).



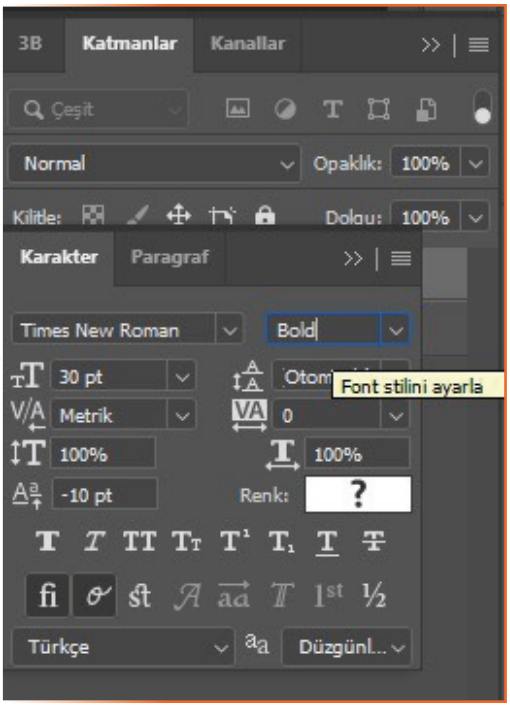
Görsel 3.38: Yazı karakteri seçme

- **Karakter Paneli**'nden yazı font boyutu seçilerek metin istenen boyutta ayarlanır (Görsel 3.39).



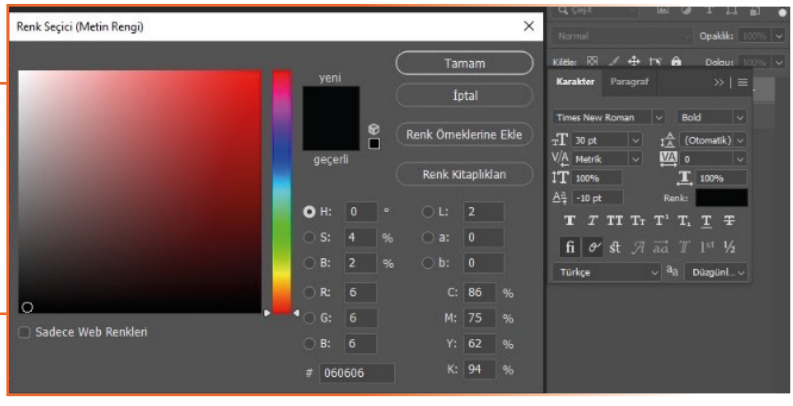
Görsel 3.39: Font boyutu ayarlama

- **Karakter Paneli**'nden font stiline tıklanır.
- Görsele uygun yazı font stili belirlenir (Görsel 3.40).



Görsel 3.40: Font stili belirleme

- **Karakter Paneli**'nden renk seçeneği tıklanır (Görsel 3.41).
- Renk seçiciden istenen renk seçilerek metin rengi belirlenir.



Görsel 3.41: Metin rengi ayarlama

- Yayıma hazır hâle getirilen görsel, sosyal medya araçlarında yayımlanır (Görsel 3.42).



Görsel 3.42: Yayımlanmaya hazır görsel

6. UYGULAMA

Görsel Üzerine Metin Ekleme

Amaç: Sosyal medya platformuna uygun görselin üzerine metin eklemek.

Yönerge: Bu uygulamanın işlem basamaklarını sırasıyla takip ediniz. Çalışmanızı planlarken kontrol listesinde yer alan ölçütleri dikkate alınız.

Kullanılacak Araç Gereç: Kalem, defter, bilgisayar, internet.

Süre: 80 dk.

İşlem Basamakları

1. İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini alınız.
2. Görsel üzerinde kullanacağınız haber metnini belirleyiniz.
3. Kullanacağınız görselleri belirleyiniz.
4. Görselin üzerine haber metnini ekleyiniz.
5. Uygulama sonundaki değerlendirmelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Değerlendirme: Görsel Üzerine Metin Ekleme uygulaması, kontrol listesine göre değerlendirilecektir.

"Hayır" olarak işaretlenen ölçütler için konu tekrarı yapınız.

Görsel Üzerine Metin Ekleme Uygulaması Kontrol Listesi

Sınıf:	No.:	Öğrenci Adı Soyadı:	Tarih:

	Ölçütler	Evet	Hayır
1	İş sağlığı ve güvenliği önlemlerini aldı.		
2	Görsel üzerinde kullanacağı haber metnini belirledi.		
3	Kullanacağı görselleri belirledi.		
4	Kullanacağı görselin üzerine haber metnini ekledi.		
5	Uygulama sonunda görsel üzerine yazdığı haber metnini sınıfta paylaştı.		

3.4.3. Haber İçeriklerinin Birden Fazla Sosyal Medya Platformunda Paylaşılması

Sosyal medya, çok kısa bir zamanda birçok kullanıcıya ulaşan bir alandır. Sosyal medyada paylaşımı yapılan ve en çok tıklanan metinler; haber değeri olan, eğlenceli, esprili, komik, sıra dışı, şaşırtıcı, duygusal ve aksiyon çağrısı olan paylaşımlardır.

Sosyal medyada paylaşım yaparken dikkat edilmesi gereken bazı hususlar vardır. Bu hususların başında sosyal medyada paylaşımı yapılacak olan habere uygun görsel seçimi gelir. Haber metnine uygun görsel seçiminden sonra ilgi çekici bir başlıkla haberi paylaşmak gerekir.

Kullanılan görsellerin üzerine yazı yazılırken şu hususlara dikkat edilmelidir:

- Metin, arka plan ile yakın renklerde olmamalı; metin ile görsel birbirine karışmadan kolayca okunabilmelidir.
- Kullanılacak görsellerin boyutları da paylaşım yapılacak sosyal medya sayfasına göre ayarlanmalı, görsel üzerine yazılan metinler ekranın dışına taşmamalıdır.

Oluşturulan haber metninin ve seçilen görselin hangi sosyal medya aracında yayımlanması gerektiğine karar verilmelidir. Sosyal medya araçlarının kendine özel içerikleri dikkate alınarak haber paylaşımı yapılmalıdır. Bazı sosyal medya araçlarında yayımlanan haber içerikleri, teknik özellikler dikkate alınarak aynı anda birden çok sosyal medya aracında da yayımlanabilir.

Sosyal Medya Aracında Haber Paylaşımı Yapma

Paylaşım başlığı ile haber başlığının aynı olması zorunlu değildir. Daha ilgi çekici, merak uyandırıcı başlıklar tercih edilmelidir. Paylaşım yapılırken kullanılacak linkler kısaltılarak verilmelidir. Sosyal medya platformlarında video ve fotoğraf paylaşma imkânı bulunmaktadır. Öncelik videoya verilmeli, haberin videosu yoksa fotoğraf galerisi, galeri yoksa tek fotoğraf kullanılmalıdır.

Bir galeri veya video içeren haber paylaşılırken okuyucunun içeriğin bu özelliğinin de olduğunu anlaması sağlanır. Bunun için metnin başına [Video], [Galeri], [Belgesel] veya [İnfografik] yazısı eklenebilir. Bu tür içerikler [**Galeri] + Başlık + Link + Görsel** veya **[İnfografik] + Başlık + Link + Görsel** şeklinde paylaşılır.



6. ETKİNLİK

Öğretmeninizin size verdiği bir haberi birden fazla sosyal medya ağında paylaşınız.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A) Aşağıdaki cümlelerin başında boş bırakılan parantezlere, cümlelerde verilen bilgiler doğru ise D, yanlış ise Y yazınız.

1. (…) Sosyal medya; yerel, ulusal ve uluslararası gelişmelerden haberdar olmak için kullanılır.
2. (…) Sosyal medyada gerçek zamanlı bilgi paylaşımı yapılır.
3. (…) Haberde en önemli unsurun bulunduğu kısım haberin gövdesidir.
4. (…) Haber metinlerinin parça parça görselleştirilerek verilmesine multimedya denir.

B) Aşağıdaki cümlelerde boş bırakılan yerlere doğru sözcükleri yazınız.

5. Sosyal medyada rutin veya özel haberleri anlatmak için fotoğraf ve videolardan oluşan formata …… denir.
6. …… haber üretiminde ve paylaşımında habercinin vazgeçilmez bir parçasıdır.
7. Veri üzerinden görselleştirilen bilgi grafiği çerçevesinde haberin özetlenmesine …… denir.

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

8. **Aşağıdakilerden hangisi sosyal medya araçlarında kullanılan videonun özelliklerinden biridir?**
   A) Kendi içinde özel dijital bir dünyaya sahip olması
   B) Haber veren ile haber alan arasında bir bağ oluşturması
   C) Metin içinde farklı bağlantılar vererek kullanıcıların metin i çinde gezinmesini sağlaması
   D) Haberin doğruluğunu kanıtlamak için önemli olması
   E) Mesaj uygulamalarında kolaylık sağlaması

9. **Aşağıdakilerden hangisi video açıklayıcı formatında kullanılan bir türdür?**
   A) Araştırma
   B) Seslendirme
   C) Özel haberler
   D) Grafikle hazırlanan haberler
   E) W/sunucu

10. **Aşağıdakilerden hangisi çevrim içi iletişimin özelliklerinden biri değildir?**
    A) Bireyleri belli bir amaç etrafında toplar.
    B) Sosyal medya araçları, haberleri oluştururken gündemi değiştirebilir.
    C) Haber metni görsellerle resim formatında okuyucuya sunulur.
    D) Asparagas haberler toplumlarda kaosa neden olabilir.
    E) Hızlı haber üretiminden dolayı kaynak doğrulanmamış olabilir.

Ç) Aşağıdaki soruları okuyarak cevapları altta verilen boşluklara yazınız.

11. Sosyal medyada paylaşılan haberlerin bireyleri nasıl yönlendirdiğini yorumlayınız.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

12. Sosyal medyada kullanılan görseller, paylaşımları olumlu yönden nasıl etkilemektedir? Düşüncelerinizi açıklayınız.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

TERİMLER SÖZLÜĞÜ

A

ajans: Haber toplama, yayma ve üyelerine dağıtma işiyle uğraşan kuruluş.

arama motoru: Kullanıcıların genel ağ üzerindeki kaynaklara anahtar sözcükler yardımıyla ulaşmalarını sağlayan araç.

arayüz: Yazılım ile kullanıcının etkileşimini sağlamak üzere düzenlenmiş ekran görüntüsü.

D

dijital: Bilgisayar, tablet, cep telefonu vb. kullanılarak genel ağ ortamında oluşturulan; sanal.

dijital vatandaş: Sanal ortamlarda haklarının, görevlerinin ve sorumluluklarının farkında olan kimse.

H

hipermetinsellik: Arayüz veya genel ağ üzerinden başka alternatif metinlere/sitelere linkler ya da etiketler aracılığıyla kolay şekilde ulaşılması.

İ

illüstrasyon: Dergi, kitap, gazete vb. içinde yer alan bir metinle ilgili, onu açıklayan, resim.

infografik: Karmaşık verilerin herkesin kolayca anlayabileceği bir şekilde görselleştirilmesi.

M

medya okuryazarlığı: Radyo, televizyon, gazete, dergi gibi elektronik veya yazılı basın organlarıyla video, sinema, reklam vb. görsel yayınlara ulaşma, bunları eleştirel olarak okuma, çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği.

multimedya: Ses, video, animasyon veya grafiklerin aynı anda kullanılarak görsel bir sunuma dönüştürülmesi.

P

podcast: Çoğunlukla seri hâlindeki sayısal ses ve dijital medya ürünlerinin (videolar, radyo programları vb.) genel ağ üzerinden bilgisayar ya da taşınır cihazlara indirilecek biçimde yayınlanması.

S

sanal gerçeklik: Yapay zekâ kullanılarak gerçek ortamların taklitlerinin verilmesiyle oluşturulan, gerçek olmayan ortamların gerçekmiş gibi deneyimlenebildiği, karmaşık sorunları çözme, bilgi aktarımı, eğlence vb. amaçlarla kullanılan üç boyutlu ortam.

serbest gazeteci: Herhangi bir medya kuruluşuna bağlı olmadan belirli bir ücret karşılığında medya kuruluşlarına içerik üreten gazeteci.

T

tiraj: Baskı sayısı.

V

video: Manyetik bantlar üzerinde yer alan veya sayısal olarak derlenmiş hareketli resimler dizisi.

CEVAP ANAHTARI

1. ÖĞRENME BİRİMİ: DİJİTAL MEDYA VE HABERCİLİK							
1	2	3	4	5	6	7	8
Yanlış	Doğru	Doğru	Yanlış	Doğru	video	etik	telif
9	10	11	12	13	14	15	

2. ÖĞRENME BİRİMİ: HABER PORTALI							
1	2	3	4	5	6	7	8
Yanlış	Doğru	Yanlış	Doğru	slider	ters piramit tekniği	alt başlık	B
9	10						
E	B						

3. ÖĞRENME BİRİMİ: SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDA HABER ÜRETİMİ							
1	2	3	4	5	6	7	8
Doğru	Doğru	Doğru	Yanlış	haber öyküleri	sosyal medya araçları	infografik	D
9	10						
E	C						

KAYNAKÇA

- AKARSU, Adem, Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkisi, Toplum Bilimleri Dergisi, Ocak, 2016.
- AKAYDIN AYDIN, Ayşegül, EKŞİOĞLU SARILAR, Naciye Beril, Dijital Gazetecilik ve Büyük Veri: Haberin Metalaşması ve Tüketimi, Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 2021.
- AKSAKAL, Tuğba, Yazılı ve Elektronik Basında Haber Kalitesindeki Farklılıklar ve Güvenilirlik Olgusu, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Doktora Tezi, 2016.
- ALGÜL, And, SÜTCÜ, Cem S., Değişen Haber Algısı: Kullanıcılar Sosyal Medyada Haberleri Nasıl Değerlendiriyorlar? Global Media Journal TR Edition, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü; Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, 2015.
- ALGÜL, And, ÜÇER, Neda, Yeni Medya'da Demokrasi, Literatürk Academia Yayınları, İstanbul, 2013.
- ALMASOODİ, Ali Talib Rahdi, SUCU, İpek, Habercilikte Geleneksel Medyadan Yeni Medya Platformlarına Geçiş Yönünde Haber Oluşumu, Kadim Akademi, Sosyal Bilimler Dergisi, 2021.
- ASLAN, Alaattin, KÜÇÜKVARDAR, Mert, BAYRAKÇI, Serkan, Bilişim Çağında Geleneksel Gazeteciliğin Dönüşümü: Veri Gazeteciliği, Marmara İletişim Dergisi, 2016.
- AVANAŞ, Emin, Yeni Medyada Manipülatif Haber Dili, İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- AYDOĞAN, Filiz, İkinci Medya Çağında Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet, Alfa Yayınları, İstanbul, 2010.
- AYDOĞDU KARAASLAN, İlknur, Online Gazeteciliğe Geçişte Değişen Haber Tüketim Pratikleri: Yetişkinler Üzerine Bir Araştırma, Araştırma Makalesi, 2018.
- BASMACI, Göksel, İnternet Gazetelerinin Haber Yazım Kuralları Çerçevesinde Analizi, İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, 2022.
- BEDİR ERİŞTİ, Suzan Duygu, Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Pegem Akademi, 2021.
- BİLGİÇ, Alican, AKYÜZ, Selman Selim, Türkiye'de Covid-19 Pandemisi Döneminde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Sosyal Medya Kullanımı: Twitter Paylaşımları İçerik Analizi, Araştırma Makalesi, 2020.
- BİRİNCİOĞLU, Yıldız Derya, Haber Toplama ve Yazma Teknikleri
- BÜLBÜL OĞUZ, Betül, Sosyal Medya Dilinin Görüntüsel Gösterge Boyutu ve Bunun Dile Etkisi, Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 7/4, Fall, 2012.
- CENGİZ, Mahmut Fevzi, PATAN, İlknur, Haberde Gerçeklik: Sosyal Medyada Gerçeklik Algısı Üzerine Bir Analiz, Anadolu Akademi, Sosyal Bilimler Dergisi, 2021.
- ÇİLEK, Esma, Haber Değeri Kriterlerinin Geleneksel ve Yeni Medya Bağlamında Karşılaştırılması: Hürriyet Gazetesi ve ensonhaber.com Örneği, Yeni Medya Hakemli, Akademik, E-Dergi, 2019.
- ÇELİK, Tolga, Dijital Çağda Gazetecilerin Büyük Veri Kullanımı, Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi C-iasos, Çeşme-İzmir, 2019.
- ÇETİNKAYA, Aysel, Magazin Haberciliğinin Yeni Platformu: Instagram, Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Araştırma Makalesi, 2020.

- ÇEVİKEL, Tolga, Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler, 2004.
- ÇÖMLEKÇİ, Mehmet Fatih, Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Haber Doğrulama Platformlarının Pratikleri, Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2019.
- DEMİREL, Simge Deniz, Dijital Medyada Haber Üretim Sürecinde Okuyucu Odaklılık, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2018.
- DİNGİL, Ali Emre, Türkçe haber siteleri tasarımları ve görsel kullanımı1 (IJ§ER ISSN: 2149-5939), 2015.
- DUMAN, Kenan, Arama Motorları ve İnternet Haberciliğine Etkileri: Türk İnternet Haber Medyası Örneği, Konya Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2018.
- DUMAN, Kenan, İnternet Haberciliği: Kuram, Uygulama ve Eleştiri, Beta Basım, İstanbul, 2018.
- DUMAN, Kenan, Haber Kaynağı Olarak Sosyal Ağların Kullanımı: Türk İnternet Haber Siteleri Üzerine Bir Analiz, Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2019.
- DUMANLI KÜRKÇÜ, Duygu, Yeni Medyanın Gençlerin Medya Alışkanlıkları Üzerine Etkisi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, 2015.
- EREN, Muhammed, NARMANLIOĞLU, Haldun, Gazetelerin Sosyal Medyada Paylaştığı Haberlerin İncelenmesi, Yeni Medya Elektronik Dergi, 2016.
- EREN, Veysel, AYDIN, Abdullah, Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 16 (Özel Sayı I), 2014.
- ERKMEN, Özlem, Büyük Veri ve Gazetecilik: Veri Gazeteciliği Demokrasi, Katılım ve Gazeteciliğe Dair Anlayışımızı Nasıl Dönüştürebilir? Derleme Makalesi, 2018.
- İNCE, Mustafa, Haber Edinme Aracı Olarak İnternet ve İnternet Haberciliği, Eğitim Yayınevi, Konya, 2018.
- İNCE, Mustafa, İnternet Haberciliğinde Çok Tıklanma Beklentisi ve Tuzak Başlıklar, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Karabük Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Karabük, 2018.
- KAHRAMAN, Mehmet Emin, YAVUZ, Volkan, İnternet Haber Sitelerinin Arayüz Tasarımlarının İncelenmesi, 2. Uluslararası Türk Dünyası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bililer Kongresi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Polatlı Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, 2018.
- KALENDER, Ahmet Buğra, İnternet Haberciliğinde Clıckbant Savaşları: Bir Okuyucu Tepkisi Olarak Limon Haber Örneği, Adnan Menderes Üniversitesi Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergisi, 2019.
- KARAMAN, Murat, Yurttaş Gazeteciliğinin Ana Akım Medyaya Etkisi: Whatsapp İhbar Hatları Örneği, Erciyes İletişim Dergisi Akademia, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, 2017.
- KARAOĞLU, Gülhanım, Haber Toplama ve Yazma Teknikleri, Atatürk Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi,
- KAVURAN, Tamer, ALTAY, Recep, İnternet Gazeteciliği Yapan Haber Sitelerinin Ana Sayfa Tasarımları Üzerine Bir İnceleme: Independent ve Habertürk Gazeteleri Örneği, Iğdır Üniversitesi, Tuzluca Meslek Yüksekokulu, Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, Iğdır, Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Elâzığ, 2021.
- KILIÇ, Osman, Türkiye'de Dijital Gazeteciliğe Geçiş: Habertürk Gazetesi Örneği İstanbul Aydın Üniversitesi, 2019.

- KILIÇ, Seyfi, Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Twitter ve İnternet Gazetelerinin Karşılaştırılması: Hürriyet ve Milliyet Gazeteleri Örneği, Araştırma Makalesi, 2020.
- KIYAN, Zafer, TÖRENLİ, Nurcan, Sosyal Medyanın Gazetecilikteki Rolü: Türkiye'deki Haber Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme, 2018.
- KOÇER, Mustafa, Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları, Erciyes Üniversitesi, Sayı: 18, 70- 85, 2012.
- KOZ, Konur Alp, İnternet Gazeteciliğinde Web Ölçümleme ve Haber Üretim Sürecine Etkileri, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 2022.
- KÜÇÜKÖZYİĞİT, Uğur, Teknolojiyle hızlanan haber akışı ve bir haber değeri unsuru olarak güncelliğin dönüşümü, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR), 2016.
- KÜLÜR, Himmet, YAŞİN, Cem, Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği, Ütopya Yayınevi, İstanbul, 2017.
- MAYETİN, Özge, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı Radyo Televizyon Bilim Dalı Sosyal Medya Kullanım Pratikleri Bağlamında TV Haberciliğinde Dönüşüm, İstanbul, 2019.
- MEB, Gazetecilik Alanı Çerçeve Öğretim Programı, Ankara, 2020.
- NARİN, Fatma Bilge, İnternet Gazeteciliğinde Hipermetin Üretimi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2016.
- OKAY, Ahmet Serkan, Gelenekselden Dijitale İçeriğin Üretimi ve Dönüşümü: Dijital Habercilik Bağlamında Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, 2021.
- ÖZTERMİYECİ, Murat, İnternet Gazeteciliği Geleneksel Gazeteciliğe Karşı, Türk Dünyası Araştırmaları, 2017.
- ÖZYAL, Burak, Tık Odaklı Habercilik: Tık Odaklı Haberciliğin Türk Dijital Gazetelerindeki Kullanım Biçimleri (Araştırma Makalesi), Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2016.
- ÖZYAL, Burak, Dijital Medya Teorileri ve Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Gazetecilik: Türkiye'deki Dijital Haber Odaları Üzerine Bir Araştırma, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2022.
- PINARBAŞI, Tuğçe Esin, ASTAM, Fatma Kübra, Haberin Dönü (Şü)Mü: Sosyal Medya Gazeteciliği Pratikleri Araştırma Makalesi, İNİF E- Dergi, 2020.
- SEZEN, Açıl Gazetecilik Bilim Dalı Bir İnternet Gazetesinin Kuruluşu ve Gazeteport Örneği, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.
- SEZER, Nilüfer Online Medya Okuryazarlığının Yetişkinler İçin Önemi "Online Haber Sitelerindeki Bannerlara Yönelik Bir İnceleme" İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Fall/Güz – Cilt/Vol: 4 Sayı/Num: 13, 2013.
- SHİV, Sing, DİAMO Stephanie., Sosyal Medya Pazarlaması, çev.: Asım Veli Başdaş, Nobel Yayınları, İstanbul, 2017.
- SEVİM, Zehra, Toplumsal Bir Hafıza Yaratma Gücü: Medya / "Yeni" Medya, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2019.
- SOLMAZ, Başak, TEKİN, Gökhan, HERZEM, Züleyha, DEMİR, Muhammed, İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama, Konya Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2013.
- SÜAR, Arda, Sosyal Medyanın Geleneksel Reklam Araçlarına Göre Hedef Kitle Belirlemedeki Avantajları, AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 2017.

- ŞENCAN, İpek, Haber Metinlerinin Kategorizasyonunda Varlık İsimleri ve Konu Başlıkları İlişkisi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı, 2014.
- ŞEN, A. Fulya, YILAR, Ömer Enes, Türkiye'de Gazeteciliğin Dijital Dönüşümü: Ensonhaber, Hürriyet ve Medyascope Haber Siteleri Örnekleri, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Araştırma Makalesi, 2020.
- TAFLANOĞLU, Burcu, Dijital Medyada Habercilik: Çevrimiçi Gazeteler ve Sosyal Medya ile Habercilikte Yaşanan Dönüşü, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, 2022.
- TDK Güncel Türkçe Sözlük.
- TOKGÖZ, Oya, Temel Gazetecilik, 5.Baskı, İmge Kitapevi, Ankara, 2003. TOY, Ertan, Üniversite İnternet Sitelerinin Görsel Kullanımı Bağlamında Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi, İMÜ Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dergisi, 2019.
- UTMA, Seçil, Dijital Çağda Medyanın Psikolojik Gücü: Algı Yönetimi Perspektifinden Kuramsal Bir Değerlendirme, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Aralık, 2018.
- Yazım Kılavuzu (2012), Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 27. Baskı.
- YENGİN, Deniz, Yeni Medya ve…, Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 2012.
- YENGİN Deniz, BAYRAK Tamer, Yeni Medya Kuramları 101, Der Yayınları, İstanbul, 2022.
- Yeni Medya Çalışmaları, 2. Ulusal Kongre Kongre Kitabı, editörler: Burak Özçetin, Ceren Sözeri, İdil Sayımer, İrem İnceoğlu, Perrin Öğün Emre, Tuğrul Çomu, Alternatif Bilişim Yayınları, İstanbul, 2015.
- YILDIZ, Münire, Kitlesizleştirme Kavramının Haber Sitelerine ve Tasarıma Yansımaları, IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, (Özel Sayı), 2020.
- YÜKSEL, E., GÜRCAN, H. İ., KESKİN Vural, İ., BİRSEN H., Haber Yazma Teknikleri, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 2013.
- YÜKSEL, Hakan, İnternet Gazeteciliğinde Bilgi Kirliliği Sorunu, Atatürk İletişim Dergisi Sayı 6 / Ocak 2014.
- ZEDELİ, Amine Refika, Bir Dijital Kültür Ögesi Olarak E-Yayıncılık, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul, 2016.

GENEL AĞ KAYNAKÇASI VE GÖRSEL KAYNAKÇASI

Materyalin genel ağ kaynakçasına ve görsel kaynakçasına buradan ulaşabilirsiniz. Karekoda ulaşılmaması durumunda aşağıdaki linki kullanabilirsiniz.

http://kitap.eba.gov.tr/karekod/Kaynak.php?KOD=2067

* Kaynakça, TDK yazım kuralları ve kaynak gösterme biçimi esas alınarak hazırlanmıştır.

NOTLAR

NOTLAR

NOTLAR