HABER ÜRETİM PRATİKLERİ BAĞLAMINDA VERİ GAZETECİLİĞİ: TÜRKİYE'DEKİ GAZETECİLERİN VERİ GAZETECİLİĞİNE YAKLAŞIMI

Duygu Furuncu
141153209

DOKTORA TEZİ
İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
İletişim Bilimleri
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Erman Yüce

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Eylül, 2019

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

DUYGU FURUNCU'ın "Haber Üretim Pratikleri Bağlamında Veri Gazeteciliği: Türkiye'deki Gazetecilerin Veri Gazeteciliğine Yaklaşımı " başlıklı tezi 24.09.2019 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği" nin ilgili maddeleri uyarınca İletişim Bilimleri Anabilim Dalı ~~Yüksek Lisans~~/Doktora tezi oy birliğiyle/~~oy çokluğuyla,~~ başarılı/~~başarısız~~ olarak kabul edilmiştir.

	Unvanı. Adı ve Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı)	Dr.Öğr.Üyesi Erman YÜCE	.....
Üye	Prof. Dr. Gül BATUŞ	.....
Üye	Prof.Dr.Emel Şerife BAŞTÜRK Kocaeli Üniversitesi	.....
Üye	Doç.Dr.Kaan TAŞBAŞI Yeditepe Üniversitesi	.....
Üye	Dr.Öğr.Üyesi Gülseli Aygül ALAN	.....

Prof. Dr. Ahu TUNÇEL ÖNKAL
Enstitü Müdürü

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

maltepe üniversitesi	ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI	Doküman No	FR-178
		İlk Yayın Tarihi	01.03.2018
		Revizyon Tarihi	
		Revizyon No	00
		Sayfa	iv/28

Revizyon Takip Tablosu

REVİZYON NO	TARİH	AÇIKLAMA
00	01.03.2018	İlk yayın.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

24/09/2019

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarından bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; çalışmanın Maltepe Üniversitesinde kullanılan "bilimsel intihal tespit programı" ile tarandığını ve öngörülen standartları karşıladığını beyan ederim.

Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

(Islak İmza)
Duygu Furuncu

Hazırlayan	Kalite Koordinatörü	Kurumsal Yetkili
İlgili Birim	Dr. Öğr. Üyesi Şafak GÜNDÜZ	Prof. Dr. Belma AKŞİT

(Doküman No: FR-178; Yayın Tarihi: 01.03.2018; Revizyon Tarihi: ; Revizyon No:00)

TEŞEKKÜR

Çalışmam boyunca yardımını ve bilgisini esirgemeyen, her an kapısının açık olduğunu hissettiren danışmanım Erman Yüce'ye,

Tez savunmasında yer alan, eleştiri ve önerilerini sunarak tezime olumlu katkılarını sağlayan jüri üyelerine,

Derinlemesine görüşme sırasında bana görüşlerini aktaran medya çalışanlarına ve akademisyenlere,

Ne zaman desteğe ihtiyaç duysam yanımda olan arkadaşlarıma,

Doktora eğitimini iş hayatıyla aynı zamanda sürdürebilmem için elinden gelen destekleri sağlayan Basın İlan Kurumu Genel Müdürlüğü'nde görev yapan üst yönetim ve mesai arkadaşlarıma,

Tez yazım sürecim boyunca tüm sabrını gösteren, strese girdiğimde beni sakinleştiren, yanımda olan ve hiç düşünmeden her türlü desteği veren sevgili eşime,

Ve elbette;

Hayatım boyunca bana olan güvenlerini, desteklerini ve sevgilerini hep hissettiren canım aileme,

Sonsuz teşekkürler.

Duygu Furuncu
Eylül, 2019

ÖZ

HABER ÜRETİM PRATİKLERİ BAĞLAMINDA VERİ GAZETECİLİĞİ: TÜRKİYE'DEKİ GAZETECİLERİN VERİ GAZETECİLİĞİNE YAKLAŞIMI

Duygu Furuncu
Doktora Tezi
İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Erman Yüce
Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019

Teknolojinin gelişmesi ve yaygın olarak kullanılmasıyla birlikte bireysel ve kamusal hayatın içerisine yeni kavramlar girmeye başlamıştır. Farklı alanlarda iş yapış şekillerinin değişmesine neden olan açık veri ve büyük veri gibi kavramlar, veri gazeteciliğinin gelişmesine olanak sağlarken, gazetecilerin iş yapış şekillerini de değiştirmiştir.

Bu tez çalışmasında Türkiye'de veri gazeteciliğinin tanımı yapılarak veri gazeteciliğinin nasıl uygulandığı, iletişim konusunda uzman akademisyenler ve medya profesyonelleri olan geleneksel, dijital ve bağımsız gazetecilerin bakış açışı üzerinden ele alınmış, Türkiye'de veri gazeteciliği algısının ne olduğunun ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda ele alınan tezde veri gazeteciliğini anlamak için veri gazeteciliği çevresinde yer alan medya profesyonelleri ve akademisyenlerden oluşan örneklem evrenine sahip toplamda 40 kişi ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Derinlemesine görüşme yönteminin seçilmesinin nedeni gazetecilerin "veri gazeteciliği" kavramını anlayış ve uygulayış şeklini ölçmektir.

Araştırma sonucunda, Türkiye'de veri gazeteciliğinin gazeteciler tarafından önemsendiği ve gazeteciliğin geleceğine ilişkin önemli bir başlık olarak görüldüğü anlaşılmıştır. Veri gazeteciliğinin haber üretim sürecinin hemen tüm aşamalarında dikkate değer değişimlere yol açtığı, veri gazeteciliğinde haber üretim sürecini gerçekleştirebilmek için gazetecilerin gazetecilik pratiklerine hâkim oldukları fakat veri gazeteciliğinin bugün için Türkiye'de uygulanırlığının düşük olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Veri Gazeteciliği, Gazeteci, Haber, Veri.

ABSTRACT

DATA JOURNALISM IN THE CONTEXT OF NEWS PRODUCTION PRACTICES: THE APPROACH OF JOURNALİSTS TO DATA JOURNALISM IN TURKEY

Duygu Furuncu
Doctoral Thesis
Department of Communication Sciences
Communication Sciences Programme
Advisor: Asst. Prof. Erman Yüce
Maltepe University Institute of Social Sciences, 2019

With the development and widespread use of technology, new concepts have started to enter into individual and public life. Concepts such as open data and big data, which have led to changes in the way they do business in different fields, have enabled the development of data journalism and have changed the way journalists do business.

This thesis made the definition of data journalism in Turkey in the work data journalism of how to apply traditional academics and media professionals in communication, were discussed over the outlooks of digital and independent journalists, data journalism perception in Turkey has aimed to find out what happened. In this thesis, in order to understand data journalism, semi-structured in-depth interviews were conducted with a total population of 40 people from media professionals and academics around data journalism. The reason for choosing in-depth interview method is to measure the way journalists understand and apply the concept of "data journalism".

As a result, the data that are ignored by the journalists and journalism in Turkey was seen as an important topic for understanding the future of journalism. Data journalism news that led to remarkable changes in almost all stages of the production process, from journalists to realize the news production process in data journalism journalism in Turkey today of that, but data journalism dominated the practice was concluded that the low applicability.

Keywords: Data journalism, Journalist, News, Data.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI ii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI iii
TEŞEKKÜR iv
ÖZ v
ABSTRACT vi
İÇİNDEKİLER vii
TABLOLAR LİSTESİ xi
ŞEKİLLER LİSTESİ xii
KISALTMALAR xiii
ÖZGEÇMİŞ xiv
BÖLÜM 1. GİRİŞ 1
1.1. Problem *1*
1.2. Amaç *1*
1.3. Önem *2*
1.4. Varsayımlar *3*
1.5. Sınırlıklar *4*
1.6. Yöntem *4*
BÖLÜM 2. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE VERİ GAZETECİLİĞİ 13
2.1. Veri Gazeteciliği ve Veri Gazetecisinin Tanımı, Özellikleri *15*
2.2. Veri Gazeteciliğinin Geleneksel Gazetecilikten Farkı *19*
2.3. Dünyada Veri Gazeteciliği *22*
2.3.1. Büyük Veri Tartışmaları 22
2.3.2. Açık Veri Tartışmaları 25
2.3.3. Bilgisayar Destekli ve Hesaplamalı Habercilik 31
2.4. Veri Gazeteciliği Örnekleri *36*

2.5. Dünyada ve Türkiye'de Veri Gazeteciliği ve Eğitim *54*

BÖLÜM 3. HABER ÜRETİM PRATİKLERİ BAĞLAMINDA VERİ GAZETECİLİĞİ 61

3.1. Haber Üretiminde Farklı Yaklaşımlar *61*

3.1.1. Haber Üretiminde Liberal Yaklaşımlar 62

3.1.2. Haber Üretiminde Eleştirel Yaklaşımlar 69

3.1.3. Haber Üretiminde Teknolojik Yaklaşımlar 75

BÖLÜM 4. VERİ GAZETECİLİĞİNDE HABER ÜRETİM SÜRECİ 80

4.1. Veri Gazeteciliğinde Haber Değerleri *85*

4.2. Veri Gazeteciliğinde Haber Kaynakları *89*

4.3. Veri Gazeteciliğinde Kullanıma Açıklık ve Verilere Erişim *92*

4.4. Veri Gazeteciliğinde Denetim *95*

4.5. Veri Gazeteciliği Döneminde Gazeteciler *97*

4.6. Veri Gazeteciliğinde Dil ve Görsel Kullanımı *102*

4.7. Veri Gazeteciliği ve Güvenilirlilik *108*

4.8. Veri Gazeteciliğinde Alıcılar *110*

BÖLÜM 5. BULGULAR VE YORUMLAR 115

5.1. Gazetecilerin Veri Gazeteciliğine Bakışı *115*

5.1.1. Veri Gazeteciliğinin Tanımı 115

5.1.2. Gazetecilerin Dünyadaki Veri Gazeteciliğine Bakışı 121

5.1.3. Gazetecilerin Türkiye'de Veri Gazeteciliğine Yaklaşımı 125

5.2. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Haber Değerleri *131*

5.2.1. Veri Gazeteciliğinde Kullanılan Geleneksel Haber Değerleri 131

5.2.2. Veri Gazeteciliği ve Yeniden Üretilen Haber Değerleri 134

5.2.3. Veri Gazeteciliğinde Haber Konuları 136

5.3. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Haber Kaynakları *139*

5.3.1. Veri Gazeteciliği ve Kaynaklara Erişim 139

5.3.2. Veri Gazeteciliğinde Kaynak Kullanımı 142

5.4. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Açık Veri ve Büyük Veri *145*

5.4.1. Türkiye ve Dünyada Açık Veri Karşılaştırması 145

5.4.2. Türkiye ve Dünyada Büyük Veri Karşılaştırması 147

5.4.3. Veri Formatları ve Veri Gazeteciliği 149

5.4.4. Veri Gazeteciliğinde Kullanıma Açıklık ve Veriye Erişim 152

5.5. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Denetim *160*

5.5.1. Gazeteciler Üzerinden Denetim 160

5.5.2. Reklam Veren Denetimi 163

5.6. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliği Döneminde Gazeteciler *165*

5.6.1. Veri Gazetecisinin Özellikleri 165

5.6.2. Veri Gazeteciliği ve Uzmanlaşma 169

5.7. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Dil, Görsel ve Mecra Kullanımı *173*

5.7.1. Veri Gazeteciliğinde Görsel Kullanımı 173

5.7.2. Veri Gazeteciliğinde Dil Kullanımı 178

5.7.3. Veri Gazeteciliğinde Mecra Kullanımı 179

5.8. Gazetecilere Göre Türkiye'de Veri Gazeteciliği ve Güvenilirlik *181*

5.8.1. Yapılan Ürüne Güvenilirlik 181

5.8.2. Gazetecilere Güvenilirlik 183

5.8.3. Erişim ve Yaymak Konusunda Güvenilirlik 185

5.9. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Alıcılar *187*

5.9.1. Kuşaklar Arası Farklılık 188

5.9.2. Veri Gazeteciliğinde Dijital Uçurum 189

5.9.3. Aktif Okuyucu/Pasif Okuyucu Tartışması 191

5.10. Gazetecilere Göre Türkiye'de Veri Gazeteciliği Önündeki Engeller 194

5.10.1. Veri Gazeteciliği ve Yasal Tanımlama 194

5.10.2. Veri Gazeteciliği ve Medya Sektöründe Dönüşüm 197

5.10.3. Patronsuz Gazetecilik Mümkün mü? 201

5.10.4. Veri Gazeteciliğinde Geleceğine İlişkin Beklentiler 203

5.10.5. Veri Gazeteciliği, Haber Üretim Süreci ve Sorunları 206

5.10.6. Veri Gazeteciliği ve İstihdam 208

5.11. Yorumlar 212

BÖLÜM 6. SONUÇ 218

EK'LER 226

KAYNAKÇA 235

SON NOTLAR 248

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1- Derinlemesine Görüşme Yapılan Gazetecilerin Özellikleri 8

Tablo 2- Derinlemesine Görüşme Yapılan Akademisyenlerin Özellikleri.....10

Tablo 3- Ülke/Şehirlere Göre Veri Gazeteciliği Haberlerinin Dağılımı 44

Tablo 4- Veri Gazeteciliği Ödüllerinin Yıllara Göre Dağılımı.....46

Tablo 5- Türkiye'nin Veri Gazeteciliği Ödüllerine Katıldığı Haberlerin Yıllara Göre Dağılımı 51

Tablo 6- Avrupa Ülkelerinde Veri Gazeteciliği Eğitimi Veren Eğitim Kurumları.....56

Tablo 7- Veri Gazetecilerinin Görselleştirme için Kullandıkları Araçlar 107

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Veri Formatları.....27

Şekil 2: 5 Mayıs 1821 Tarihinde The Guardian Gazetesinde Yer Alan İlk Veri Gazeteciliği Haberi.....36

Şekil 3: Cumhuriyet Gazetesinde Verilerle İlgili Haber Örneği.....47

Şekil 4: Hakimiyeti Milliye Gazetesinde Verilerle İlgili Haber Örneği.....48

Şekil 5: Milliyet Gazetesinde Verilerle İlgili Haber Örneği.....48

Şekil 6: Paul Bradshaw'ın Ters Piramidi.....83

Şekil 7: Veri Gazeteciliğinde Görselleştirme Aşamaları.....103

Şekil 8: Haberin Öyküleştirmesi.....104

KISALTMALAR

ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
CAR	:Computer Assisted Reporting (Bilgisayar Destekli Gazetecilik)
DDJ	:Data Driven Journalism
DJ	:Data Journalism
EJC	:European Journalism Centre (Avrupa Gazetecilik Merkezi)
EUROSTATS	:European Statistics (Avrupa İstatistikleri)
ICJF	:International Center or Journalists (Uluslararası Gazetecilik Merkezi)
IDC	:International Data Corporation
ICIJ	:International Consortium of Investigative Journalists (Uluslararası Araştırmacı Gazeteciler Konsorsiyumu)
NICAR	:Bilgisayar Destekli Raporlama Ulusal Enstitüsü
OGP	:Open Government Partnership (Açık Yönetim Ortaklığı)
OKF	:Open Knowledge Foundation
GDPR	:General Data Protection Regulation
FAO	:Food and Agriculture Organization (Gıda ve Tarım Örgütü)
BM	:Birleşmiş Milletler
OECD	:Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
BDDK	:Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
TCMB	:Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
SPK	:Sermaye Piyasası Kurulu

ÖZGEÇMİŞ

Duygu Furuncu

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

Eğitim

Derece	*Yıl*	*Üniversite, Enstitü, Anabilim/Anasanat Dalı*
Y.Ls.	2014	Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı
Ls.	2010	Bilgi Üniversitesi, İletişim Fakültesi Televizyon Haberciliği ve Programcılığı
Lise	2005	Suadiye Hacı Mustafa Tarman Lisesi

İş/İstihdam

Yıl	*Görev*
2016 -…	Memur. Basın İlan Kurumu Genel Müdürlüğü

Alınan Burs ve Ödüller

Yıl	*Burs/Ödül*
2014	Maltepe Üniversitesi Yüksek Lisans Birincilik Bursu

Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler

Engin, Y. & Furuncu, D. (2017). "Ulaşımda QR Kod Kullanımı: Yolcular Üzerinde Niteliksel Bir Araştırma / QR Code Use in Transportation: Qualitative Research Methods on Passengers", TURKISH STUDIES -International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic-, ISSN: 1308-2140, (Prof. Dr. Tahsin Aktaş Armağanı) Volume 12/3, Ankara/TURKEY, ww.turkishstudies.net, DOI Number: http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.10094, p. 187-200.

Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan Ve Bildiri Kitabında (Proceeding) Basılan Bildiriler.

Furuncu D. ,Engin Y. "Karadeniz Temalı Filmlerde Göç Üzerine: Kimlik ve uyum kavramlarının incelenmesi" I. International Symposıum on Migration & Culture, Amasya Üniversitesi, Amasya, 01-03 Aralık 2016

Furuncu D. , Engin Y. " Dijital Mobil Uygulama İşbirliğinin Sağlanması İle Ulaşımda QR Kod Kullanımı", I. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Fırat Üniversitesi, Elazığ, 13-14-15 Ekim 2016

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri ve yılı : İstanbul, 1988
Yabancı diller : İngilizce
E-posta : duygufuruncu@gmail.com

BÖLÜM 1. GİRİŞ

Bu bölümde, araştırmanın kimlik bilgilerinden olan problem, amaç, önem, varsayımlar, sınırlıklar ve tanımlara yer verilmiştir.

1.1. Problem

Geçmişten günümüze veriler günlük hayatımızın en önemli unsurlarıdır. Farkında olmasak da günlük hayatımızın birçok alanında verilerle karşılaşmaktayız. Asıl önemli olan büyük veriler ile karşılaşınca ne yapmamız gerektiği konusundadır. Günümüzde birçok şeyin sayılarla ifade ediliyor oluşu dijital dünyaya olan bakışı ve ilgiyi arttırmıştır. Bu nedenle günümüzde verilerin önemini ortaya çıkartan ve veriyi bir gazetecilik anlayışıyla ele alıp işleme yetkisine dayanan veri gazeteciliği ortaya çıkmıştır.

Ele alınan tez çalışmasının ana problemi, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle önem kazanan veri gazeteciliğinin, dünyada bir uzmanlık alanı olarak ele alınırken, Türkiye'de sadece alternatif medya sitelerinde gözlenmesi ve bu konuda uzman gazetecilerin eksikliğinin hissedilmesi görüşüdür.

Bu görüşten yola çıkılarak tez çalışmasında, veri gazeteciliğinin haber üretim sürecinin kendisi, aktörleri ve ürünleri üzerinde yarattığı dönüşüm sürecine odaklanılmaktadır. Bu kapsamda veri gazeteciliği nedir? Veri gazeteciliğini diğer gazetecilik türlerinden ayıran farklar nelerdir? Veri gazeteciliğinin sınırları nelerdir? Dünyada kavramsallaşan veri gazeteciliğinin Türkiye'de karşılığı nasıldır? Gibi sorulardan yola çıkarak veri gazeteciliğinin gazeteciler için ne anlam ifade ettiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1.2. Amaç

İletişim sürecinde yer alan aktörlerin gözünden Türkiye'de veri gazeteciğinin nasıl algılandığının ve uygulandığının ortaya çıkarılması önemlidir. Bu çalışma veri gazeteciliğinin avantajları ve dezavantajlarını kuramsal düzlemde değerlendirirken, dünyadan ve Türkiye'den örneklerle veri gazeteciliğine ilişkin tartışmaların ele alınması, Türkiye'de veri gazeteciliğinin nasıl ve ne şekilde uygulandığı ve uygulanabilirliği konusunda bir perspektif sunması ve bu perspektifin gazeteciler,

medya sahipleri ve akademisyenler tarafından nasıl anlaşıldığı konusunun ortaya çıkarılması hedeflenmektedir.

Bu amaçla çalışmada odaklanılan araştırma soruları şu şekildedir:

1-Türkiye'de gazeteciler veri gazeteciliğine nasıl yaklaşmakta ve veri gazeteciliği surecinin gazeteciler ve alıcılar açısından nasıl bir etki yarattığını düşünmektedir?

2- Türkiye'deki gazeteciler veri gazeteciliğinin haber üretim sürecine etkileri hakkında ne düşünmektedir?

3- Türkiye'de gazeteciler veri gazeteciliğinin olumlu/olumsuz getirileri ve önündeki engeller, sunduğu fırsatlar hakkında ne düşünmektedir?

1.3. Önem

Bu tez çalışması, Türkiye'de ve dünyada veri gazeteciliği alanındaki gelişmelerin incelenmesi, medya profesyonellerinin gözüyle ülkemizdeki veri gazeteciliği ve geleceğine ışık tutması açısından oldukça önemlidir. International Data Corporation'ın (IDC) 2015 yılında "IDC FutureScape: Dünya Genelinde Büyük Veri ve Analiz 2016 Tahminleri" ismiyle yayınladığı raporunda 10 yıl içinde veri hacminin 40 kattan fazla büyüyeceğini ve hızlı haber akışı nedeniyle verinin de haberin bir kaynağı olarak daha fazla önem kazanacağını belirtmektedir.

Veriye anında ulaşma, verilerle bilgi sahibi olma, internet odaklı araştırmacılık gibi birçok etmen sayesinde veri gazeteciliğindeki araştırma ilgileri, sosyoloji, sosyal psikoloji, ceza adaleti, siyaset bilimi, kamu politikası, medya ve gazetecilik çalışmaları gibi birçok disipline yayılmıştır.

Verinin teknolojik alt yapıyla toplanması, kontrol edilmesi, doğrulanması medya sektörü için habere en hızlı, en doğru şekilde ulaşmanın bir yolu olarak düşünülebilir. Bu süreçte verinin toplanması, işlenmesi, analiz edilmesi ve haberin bir parçası haline gelmesi veri setleri ve geliştirilen araçlarla daha güvenilir içeriklerin oluşturulmasına olanak sağlamaktadır.

Veri gazeteciliği Türkiye'de yeni çalışılmaya başlanan konular arasında yer almaktadır. Bu çalışma veri gazeteciliğinin uygulanırlığının ölçülmesi anlamında

pratik bir alan yaratmayı ve akademik literatüre katkı yapmayı amaçlamaktadır. YÖK'ün Tez Merkezi kayıtları incelendiğinde veri gazeteciliği ile ilgili sadece iki adet yüksek lisans tezinin yapıldığı gözlemlenirken, doktora tez çalışmasının ise yapılmamış olduğu görülmüştür. Gazete Vatan'ın internet sitesinde yer alan (26 Eylül 2018), veri hazinesinin kapısı gazeteciye kapalı başlıklı haberde, Marmara Üniversitesi yüksek lisans öğrencisi Sedat Erol'un veri gazeteciliği konusunda yaptığı araştırmaya değinilmiştir. Bu araştırmada Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapılmasının güç olduğunu bunun en önemli nedenlerinden birinin ise açık veriye ulaşım olduğu dile getirilmiştir. Türkiye'nin diğer dünya ülkeleri ile kıyaslandığında veri bankalarının bulunmaması, verilerin paylaşıldığı sadece belli başlı birkaç platform olması ve erişime açık olan verilerin ise yetersiz olduğuna vurgu yapılmıştır. Bu sebeple, Türkiye'de veri gazeteciliğinin gazetecilik pratikleri üzerindeki etkisi ortaya koymak ve dünyadaki veri gazeteciliği anlayışıyla, Türkiye'deki veri gazeteciliği anlayışı arasındaki farkları ortaya çıkarmak tezin önemini artırmaktadır.

Ele alınan tez veri gazeteciliğinin az çalışılan bir konu olması, gazetecilere veri gazeteciliği hakkındaki görüşlerinin doğrudan sorulması, derinlemesine görüşme hazırlanan soruların sistematik ve gazetecilerin veri gazeteciliğiyle ilgili görüşlerini ortaya çıkaracak şekilde olması, derinlemesine görüşmelerin medya kuruluşlarından farklı pozisyonda çalışılan kişilerle yapılmış olması, haber üretim süreçlerinin hemen hemen hepsi konusunda gazetecilerin fikirlerinin alınması ve veri gazeteciliğinin geleceğine ilişkin ipuçları sunması açısından önemlidir. Ayrıca ele alınan çalışma uzun vadede, veri gazeteciliği ekiplerinin ya da veri gazetecilerinin medya sektöründe yer alan haber odalarında önemli bir yer alabileceğini ve gazetecilerin, kaynak, veri, veri işleme, haber üretim süreçlerindeki konumlarını yeniden ele almalarına yol açacaktır.

1.4. Varsayımlar

Türkiye'de veri gazeteciliğinin gazeteciler tarafından genel anlamıyla bilindiği düşüncesinden hareketle gerçekleştirilen araştırmada gazetecilerin veri gazeteciliğine ilişkin görüşleri olduğu ve bunları özgürce ifade edebilecekleri varsayılmıştır. Ayrıca veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde gazetecilerin gazetecilik pratiklerine hâkim oldukları, veri gazeteciliğinde haber üretim aşamalarına ilişkin bilgilere sahip

oldukları düşüncesinden hareket edilmiştir. Gazetecilerin veri gazeteciliğine ilişkin görüşlerinin doğru ya da yanlış olmasından çok ne olduğunu dikkate alınmış gazeteciler dışında bu alanda çalışan akademisyenlerin görüşleri de bir tür gazeteci oldukları varsayılarak araştırmaya dâhil edilmiştir.

1.5. Sınırlıklar

Veri gazeteciliği yeni bir alan olduğu için sınırlı bir literatür çalışmasına sahiptir. Bu nedenle ele alınan bu çalışmada veri gazeteciliğinin ne olduğunun ortaya koyulması amacıyla literatür taraması yapılırken sınırlı sayıda kitap, makalede ve tez gibi araştırma kaynaklarına ulaşılmıştır. Ayrıca bu çalışmanın konusu Türkiye'de veri gazeteciliği olarak daraltılmış ve Türkiye'de veri gazeteciliği uygulamalarına odaklanmıştır.

Ele alınan çalışmada sınırlı sayıda gazeteci ve akademisyenlere ulaşılabilmiştir. Zaman ve mekân sınırlılıkları nedeniyle ulaşılan her gazeteciyle görüşme gerçekleştirilememiştir.

Görüşülen kişilerin gazeteciler ile sınırlı kalmasından dolayı okur, gazete sahipleri, aboneler çalışma alanının dışında tutulmuştur. Konu seçiminde ise veri gazeteciliğine haber üretim sürecine odaklanıldığı için diğer konular ele alınmamıştır. Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde ilk ele alınan çalışma olduğu için ele alınan çalışmada 10 farklı başlık üzerinden veri gazeteciliği hakkında genel bir değerlendirme ile yetinilmiştir. Ayrıca her başlık ayrı bir makale ya da tez konusu olarak çalışılabilecek yetkinlere sahiptir.

1.6. Yöntem

Jensen (2011, s.45), "New Media, Old Methods- Internet Methodologies and the Online/Offline Divide" adlı kitabında internet çalışmalarında başvurulan araştırma yöntemlerini niceliksel ve niteliksel yöntem ve bunlara bağlı 6 alt kategoride sınıflandırmıştır. Bu kategorilerden, çevrimiçi ya da çevrimdışı anket uygulamaları, web kullanım bilgisini ölçen laboratuvar deneyleri, siyasal enformasyon kaynaklarının veya arama motorları üzerinden içerik çözümlemesi niceliksel

yöntemleri oluştururken; niteliksel yöntemleri ise çevrimiçi ya da çevrimdışı derinlemesine görüşmeler, dijital etnografi ve söylem analizi oluşturmaktadır.

Veri gazeteciliği internet tabanlı yapılan bir gazetecilik türü olduğundan, Jensen'in internet çalışmalarında başvurulan araştırma yöntemleri olarak ele aldığı 6 kategori arasından niteliksel yöntemlerin içerisinde yer alan çevrimiçi ya da çevrim dışı derinlemesine görüşme yöntemi tezde kullanılacak yöntem olarak seçilmiştir. Görüşme yöntemi nitel araştırmalarda en çok kullanılan yöntemlerden biri olup yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme olarak üç farklı türe ayrılmaktadır (Demir, 2014, s.291).

Niteliksel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme yöntemlerinin içerisinde yer alan derinlemesine görüşmede katılımcılara görüşlerini, deneyimlerini ve perspektiflerini öğrenmek için açık uçlu sorular sorulmakta, yanıtlar kaydedilmekte ve ek sorularla araştırma konusu ayrıntılı bir şekilde sorgulanmaktadır. Bu yöntemi kullanan bir araştırmacı, anketlerde ya da odak grup çalışmalarında elde edilen bilgiden çok daha derin bir bilgi edinebilmektedir (Johnson ve Rowlands, 2012, s.100).

Patton'a göre derinlemesine görüşme yöntemi, "sosyal dünyadaki görünür birçok olgu, süreç, ilişkinin görünümünden çok özüne inmeyi, bunların ayrıntılarını kavramayı ve bütüncül bir biçimde anlamayı" sağlayacak bir tekniktir. Bu yöntemin uygulanmasının farklı yaklaşımları arasında "rehber bir görüşme formu ışığında yapılan görüşme" yaklaşımı tercih edilmiştir. Bu tercihin yapılmasıyla görüşme sırasında unutulması olası soruların hatırlanması, görüşme konuları ve soru başlıklarında gerektiğine yeni soruların üretilebilmesi ve görüşme süresince görüşmecilerin başvuracağı bir kontrol aracı olarak kullanılması amaçlanmıştır. Böyle bir form, görüşmecilerin sınırlı olan görüşme sürelerini en etkin şekilde kullanmalarına da yardımcı olacaktır (Aktaran Kümbetoğlu, 2008, s.72-75).

Yarı yapılandırılmış soruların sorulduğu görüşmelerin amacı katılımcılara özellikle konuyla ilgili fikirlerini tartışmak için bir alan açmak ve araştırmayla ilgili tema ve konuları incelemektir. Görüşme soruları katılımcıların, deneyimlerini ve bu gazetecilik türünün doğasına ilişkin düşüncelerini ifade etmeleri için onları teşvik etmek amacıyla tasarlanmıştır. Johnson ve Rowlands'ın (2012, s.100) da ifade ettiği

gibi derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşmelerin amacı katılımcının 'yaşanmış deneyimini', 'değerlerini ve kararlarını', 'mesleki ideolojisini', 'kültürel bilgisini' ya da 'perspektifini' anlatmasını sağlamaktır.

Yukarıda bahsedilen avantajların yanında derinlemesine görüşme yönteminin önemli zorlukları da bulunmaktadır. Örneğin, saha araştırmalarından sonra yapılan ardıl çalışmaların gösterdiğine göre, görüşmelere katılanların sadece yaklaşık yarısı soruları doğru anlamaktadır. Diğer yarısı ise soruları kendi bireysel tecrübelerine ve kendi kişisel değer yargılarına uygun düşecek ve yanıtlama kolaylığı sağlayacak şekilde dönüştürerek anlamaktadırlar. Dahası, bir çok sefer katılımcılar kendilerinden nasıl bir rolün beklendiğini tam anlayamadıklarından görüşme katılımcısı rolünü, "terapi seansı, bürokratik deneyim, politik tercihler üzerine referandum, bir çeşit test ve televizyon röportajı" ve benzeri durumlardaki rolleriyle ikame etmekte ve ona göre hal ve tavır alarak yanıtlar vermektedir. Bu da, alınan yanıtların kalitesini önemli derecede etkileyebilmektedir (Neuman, 2014, s.142).

Araştırma evreni, bir araştırmanın sonuçlarının genellenebileceği en geniş alanı ifade etmektedir. Bu kapsamda Türkiye'de ulusal ölçekte basılı ve online yayın yapan tüm yayın organlarında çalışan gazeteciler ve akademisyenler tezin araştırma evrenini oluşturmaktadır. Araştırma örneklemi ise Türkiye'de yaygın basın olarak tabir edilen ulusal ölçekte yazılı yayın yapan medya profesyonelleri ve internet üzerinden geniş kitlelere ulaşan gazetecilerden ve bu alanda çalışma yapan akademisyenler olmak üzere toplamda 40 kişi olarak belirlenmiştir.

Örneklem oluşturmak için gazetecilerin ve akademisyenlerin seçiminde nitel araştırma yöntemlerinden kartopu ya da zincir örnekleme kullanılmıştır. Bu yöntem araştırma evreninin erişilmesinin zor olduğu ya da araştırma evreni hakkında bilgilerin yetersiz olduğu durumlarda kullanılmaktadır (Patton, 2005, s.237). Kartopu örneklemin seçilmesinin en önemli nedenlerinden biri çalışılan konuyla ilgilenen ya da bilgisi olan kişilere ulaşmaktır. Tavsiye edilen kişilerle yapılan zincirleme görüşmeler veri doygunluğu sağlandığı zaman tamamlanır. Özellikle nitel araştırmalarda kartopu örneklem yöntemi toplumun marjinal grupları, kanun dışı işler yapan kişiler ile toplumun genel davranışlarından sapma gösteren gruplara ulaşmak için kullanılan bir yöntemdir (Neuman & Robson, 2014, s.197).

Veri gazeteciliği Türkiye'de yeni çalışılan konular içerisinde yer aldığından ve bu alanda çalışan kişiler birbirini tanıyan görece küçük bir grubu oluşturduklarından dolayı örneklemler kartopu yöntemiyle seçilmiştir. Örneklem olarak daha çok kişi hedeflenmiş fakat veri gazeteciliği konusunda gazetecilerin çekinceleri olduğu için 40 katılımcı arasından 29 gazeteciye ulaşılmıştır. Diğer 11'i ise üniversitelerin iletişim fakültelerinde çalışan akademisyenlerden oluşmuştur.

Görüşme yapılan gazeteciler, karar vericiler (örn. Yazı işleri departmanları, gazete yöneticileri), veri görselleştirme uzmanları (örn. Dijital grafik ekipleri), köşe yazarları ve veri gazetecilerinden oluşmaktadır. Örneklemin belirlenmesinde özellikle mesleği sahada icra eden, bu süreçte mesleğin uygulanmasında çeşitli zorluklarla mücadele eden ve olabildiğince farklı mecralarda çalışan gazetecilerin seçilmesine dikkat edilmiştir. Buna göre 29 gazetecinin 9'unun gazetede, 5'inin internet gazetesinde, 12'sinin haber ajansında, 1'inin sivil toplum örgütünde, 2'sinin ise televizyonda çalıştığı bir örneklem oluşturulmuştur.

Çalışma asıl olarak gazetecilerin veri gazeteciliğine yaklaşımları üzerine odaklandığın dolayı çalışmanın örneklemine dâhil edilen akademisyenlerin sayısı az tutulmuştur. Çalışma örneklemi içerisinde yer alan akademisyenlerin seçiminde görüşülecek kişi sayısını sınırlamak adına İletişim Fakülteleri'nde çalışmaları ve en az doktor ünvanına sahip olmalarına dikkat edilmiştir.

Araştırma örneklemini oluşturan kişilerle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak yazılı basın ve internette çalışan 29 gazeteci üzerinden gazetecilerin Türkiye'de veri gazeteciliğine bakışı, deneyimleri ve tutumları anlaşılmaya çalışmıştır. Akademisyenlerle görüşmeler üzerinden ise veri gazeteciliğinin Türkiye'deki geleceği ve eğitimi anlaşılmaya çalışılmıştır. Tablo 1'de görüşme yapılan gazetecilerin cinsiyetine, yaşına, eğitim düzeyine, gazetecilik mesleğini ne kadar süre ile yaptıklarına, teknolojiye ne kadar hâkim olduklarına ve veri gazeteciliği konusunda tecrübelerinin bulunup bulunmadığına yer verilirken Tablo 2'de ise görüşme yapılan akademisyenlerle ilgili özelliklere ilişkin bilgiler sunulmuştur.

Tablo 1- Derinlemesine Görüşme Yapılan Gazetecilerin Özellikleri

Katılımcıların Özellikleri		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	7	% 24.14
	Erkek	22	% 75.86
Yaş	X kuşağı, 1965-1979	10	% 34.48
	Y kuşağı, 1980-1999	19	% 65.52
Eğitim	İlkokul	0	0
	Ortaokul	0	0
	Lise	0	0
	Ön Lisans	1	% 3.45
	Lisans	19	% 65.51
	Yüksek Lisans	7	% 24.14
	Doktora	2	% 6.90
Çalıştığı Kurum	Gazete	9	% 31.02
	Televizyon	2	% 6.90
	Dergi	0	0
	İnternet Gazetesi	5	% 17.25
	Haber Ajansı	12	% 41.38
	STK	1	% 3.45
Görev Süresi	0-5 yıl	10	% 34.48
	6-10 yıl	4	% 13.80
	11-20 yıl	9	% 31.02
	20 yıl ve üzeri	6	% 20.70
Teknoloji Kullanımı	0-5 yıl	7	% 24.14
	6-10 yıl	5	% 17.25
	11-20 yıl	10	% 34.48
	20+ yıl	7	% 24.14
Veri Gazeteciliği Tecrübesi	Var	15	% 51.72
	Yok	14	% 48.28

Basın İlan Kurumunun 2018 yılı Kasım ayında yayınladığı Basın Çalışanlarına ait istatistiki rapora bakıldığında, raporda yer alan resmi ilan ve reklam yayınlama hakkını haiz gazetelerin fikir işçisi kadrolarında çalışan kadın fikir işçilerinin sayısının 2,726, erkek fikir işçilerinin sayısı ise 5,957 olduğu görülmektedir. Bu verilerden de anlaşıldığı üzere medya sektöründe kadınların istihdam sayısı erkeklerin istihdam sayısına göre yarı yarıya daha azdır. Tablo 1'de görülebileceği gibi, derinlemesine görüşme yapılan fikirlerine ve deneyimlerine başvurulan 29 gazetecinin cinsiyet dağılımlarına bakıldığında aralarında fark olduğu görülmektedir. Kadınların oranı % 24,14 iken erkeklerin oranının % 75,86 olduğu görülmektedir. Katılımcı cinsiyet oranlarına bakıldığında erkek görüşmeci sayısının kadın görüşmeci

sayısından fazla olmasının nedeni medya sektöründe çalışan erkek sayısının fazla olmasından kaynaklanmaktadır (Basın İlan Kurumu, 2018, 13 Ağustos).

Araştırmaya katılan kişilerin X kuşağı (1965-1979), Y kuşağı (1980-1999) ve Z kuşağı (2000 ve üzeri) olmak üzere yaş aralıklarına bakıldığında yaş dağılımlarının % 65,52 oranında 1980 ve 1999 yılları arasında doğan Y kuşağında olduğu gözlenmektedir. 1965 ve 1979 yılları arasında doğan X kuşağında araştırmaya katılan kişilerin oranı % 34,48 dir, Z kuşağında ise araştırmaya seçilen kişi yoktur. Bunun nedeni araştırmada uzun süredir gazetecilik yapanların veri gazeteciliğine ilişkin görüşlerini ortaya koymaktır.

Araştırmaya katılan kişilerin eğitim durumlarına bakıldığında % 65,51 oranında kişinin lisans mezunu olduğu görülmektedir, bu oranı % 24,14 ile yüksek lisans ve % 6,90 ile doktora mezunları takip etmektedir. Bu oranlara bakıldığında geleneksel gazetecilikte alaylı çalışan kişilerin yerini veri gazeteciliğinde giderek uzmanlaşmış, eğitimli kişilerin aldığı anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan kişiler haber ajansları ağırlıklı olmak üzere gazete, internet gazetesi, üniversite ve sivil toplum kuruluşunda çalışmaktadır. Araştırmaya katılan gazetecilerin mesleğe başlangıç sürelerine ve iş yaşamındaki deneyimlerine bakıldığında ise 0-5 yıl arasında çalışan kişi sayısı %34,48 oranında, 11-20 yıl arasında çalışan kişilerin oranı %31, 02- 20 yıl ve üzeri çalışan kişi sayısı %20,70 ve son olarak da 6-10 yıl arasında çalışan kişi sayısının oranının %13,80 olduğu görülmektedir. Araştırmada yer alan katılımcıların teknoloji kullanımı %34.48'lik oranla teknolojiyi aktif şekilde kullandığı bilgisine ulaşılmaktadır.

Veri gazeteciliği alanını bizzat deneyimlemiş olanlara hem de doğrudan deneyimlememiş olanların görüşlerini öğrenmek üzere görüşme yapılan katılımcıların veri gazeteciliğinde haber üretimi konusunda tecrübelerinin olup olmamasına dikkat edilmiştir. Bu kapsamda gazetecilerin %51,72'lik kısmında veri gazeteciliğinde haber üretim tecrübesi bulunurken %48,28 lik kısmında ise veri gazeteciliği konusunda tecrübe bulunmamaktadır.

Tablo 2- Derinlemesine Görüşme Yapılan Akademisyenlerin Özellikleri

Katılımcıların Özellikleri		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	6	%54.55
	Erkek	5	%45.45
Yaş	X kuşağı, 1965-1979	5	%45.45
	Y kuşağı, 1980-1999	6	%54.55
Görev Süresi	0-5 yıl	0	0
	6-10 yıl	1	%9.10
	11-20 yıl	8	%72.72
	20 yıl ve üzeri	2	%18.18
Teknoloji Kullanımı	0-5 yıl	2	%18.18
	6-10 yıl	4	%36.36
	11-20 yıl	3	%27.28
	20+ yıl	2	%18.18
Veri Gazeteciliği Tecrübesi	Var	0	0
	Yok	11	%100

29 gazetecinin haricinde görüşlerine başvurulan 11 akademisyenin de görüşmeci özellikleri Tablo 2'de verilmektedir. Görüşülen akademisyenlerin cinsiyet dağılımlarına bakıldığında kadın ve erkek sayısının oranlarının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Yaş dağılımları ele alındığında da Y kuşağının yarısının X kuşağına göre bir adım önde olduğunu görebilmek mümkündür. Akademisyenlerin üniversitede çalışma süreleri ele alındığında ise, %72.72'lik oranla 11 ila 20 yıl arası çalışan akademisyenlerden oluşturulmuştur. Teknoloji kullanımı üzerinden akademisyenlerin dağılımı ele alındığında farklı oranların olduğu görülmüştür. 6 ila 10 yıl arasında %36.36'lık oranla teknoloji kullanım süresinin en fazla olduğu gözlemlenirken, 0-5 yıl ve 20 yıl üzeri teknoloji kullanımının ise %18.18'lik sayıyla eşit olduğu gözlenmiştir.

Verilerin Toplanması:

Ele alınan çalışmada niteliksel araştırmanın bir türü olan alan araştırması kullanılarak veriler toplanmıştır. Alan araştırması; uygulamalı araştırma olup alanda gerçekleştirilmektedir. Bizzat inceleme grubunun içerisine girerek grup içerisinde hem gözlem, hem de görüşme yapma imkânı sağlamaktadır (Türkdoğan ve Gökçe, 2012, s.293). Çalışmada Türkiye'de veri gazeteciliğinin uygulanırlığını ve pratik alanda nasıl kullanıldığını anlamak ve gazetecilerin veri gazeteciliğine bakışını ortaya koymak amacıyla veri toplama yöntemi olarak niteliksel araştırma yöntemlerinden

"derinlemesine görüşme" kullanılmıştır. Türkiye'de gazetecilerin veri gazeteciliğinde haber üretim süreçlerini ele alarak gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler veri gazeteciliğinin bugünü, geleceği ve gazetecilik pratikleri üzerindeki etkisi olmak üzere 3 araştırma sorusu üzerine inşa edilmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanırken yüzyüze, telefon ya da mail yoluyla kaynağa erişim yolları seçilebilmektedir. Ele alınan araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme formundaki sorular, literetür taramasından sonra oluşturulan tezin birinci bölümde kuramsal çerçeve ve ikinci bölümde incelenen örnekler üzerinden oluşturulmuştur. Bu yöntem kapsamında, 10 ana tema üzerinden katılımcılara veri gazeteciliği ve haber üretim süreçleriyle ilgili yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme soruları sorulmuştur. Bu 10 ana tema gazetecilerin veri gazeteciliğine bakışı, veri gazeteciliği ve haber değerleri, veri gazeteciliğinde haber kaynakları, veri gazeteciliğinde denetim, veri gazeteciliği döneminde gazeteciler, veri gazeteciliği ve haber (dil ve görsel), veri gazeteciliğinde açık veri, veri gazeteciliğinde büyük veri, veri gazeteciliği ve güvenilirlilik, veri gazeteciliği döneminde okurlar ve Türkiye'de veri gazeteciliğinin genel sorularından oluşmaktadır.

Yarı yapılandırılmış görüşmeyi yapan kişi, formda oluşturulan kılavuz soruları takip ederek, görüşme yapılan kişinin konu hakkındaki detaylı bilgisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır (Demir, 2014, s.291). Çalışmada bu yönde gazetecilik sektöründe farklı kurumlarda çeşitli pozisyonlarda çalışan gazeteciler ve akademisyenlerle yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak 29'u gazeteci 11'i akademisyen olmak üzere toplamda 40 kişiyle görüşmeler yapılmıştır. Türkiye odaklı yapılan araştırmada derinlemesine görüşmelerle yapılan veri toplama aşaması 2018 yılının Aralık ayında başlamış, 2019 yılının Nisan ayında sona ermiştir.

Verilerin Çözümlenmesi ve Yorumlanması:

Yapılan derinlemesine görüşmelerin her biri 60 dakika ila 90 dakika arasında sürmüş ve yüz yüze yapılmıştır. Görüşmelere başlamadan önce, ses kaydı almak için katılımcıların izni istenmiştir. Gerçekleştirilen görüşmeler toplamda 20 saat sürmüş ve görüşmeler ses kayıt cihazı kullanarak kayıt altına alınmıştır.

Derinlemesine görüşmelerde elde edilen verilerin içerikleri önce deşifre edilerek bilgisayar ortamında metne dönüştürülmüş ardından görüşme içerikleri daha önceden oluşturulan görüşme soruları altında toplanmıştır. Toplanan yanıtlar soru temelli olarak yatay bir şekilde bir araya getirilmiştir. Daha sonra çalışma kapsamında belirlenen 10 temaya ilişkin olarak gazetecilerin ve akademisyenlerin görüşleri birlikte analiz edilmiştir. Tezde görüşülen gazetecilerin ve akademisyenlerin veri gazeteciliği ile ilgili görüşlerine yer verilirken görüşmecilerin güvenliği ve özel hayatın gizliliği ilkesi göz önüne alınarak veriler yorumlanırken görüşülen katılımcıların gazeteci olanlarına (G) kodu, akademisyen olan katılımcılara ise (A) kodu verilmiştir. Görüşmecilerin ayrıntılarına Ekler bölümünde bulunan Ek 1'de yer verilmektedir.

BÖLÜM 2. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE VERİ GAZETECİLİĞİ

20. yüzyılda büyük bir ivme kazanan bilim ve teknik alanında yaşanan gelişmeler 21. yüzyılda da devam etmiş ve küreselleşmenin de etkisiyle bu gelişmeler tüm ülkeleri kapsar hale gelmiştir. Askeri, ekonomik ve siyasal nedenlerin de etkisiyle teknoloji alanında önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bilgisayarların giderek ucuzlaması ve iletişim ağlarının daha fazla yaygınlık kazanması ekonomiden gündelik yaşama kadar olan tüm süreçlerde dijitalleşmenin egemenlik kazanmasına neden olan faktörlerdendir.

Bilgisayarların giderek ucuzlaması ve iletişim ağlarının daha fazla yaygınlık kazanması dijitalleşme süreçlerinin başlamasına ve verinin daha hızlı bir şekilde dönüşüme uğrayıp aktarılmasına yol açmıştır. Dijitalleşme süreçlerinin en küçük parçası olan "veri (data)" bu sürecin temel kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Verilerin doğru bir biçimde oluşturulması, hızlı bir şekilde aktarılması ve anlamlı sonuçlar çıkarılacak şekilde işlenmesi iş yaşamından askeriyeye, siyasetten kültüre tüm alanlarda önem taşır hale gelmiştir. Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve internet ile birlikte devasa boyutlara varan veri üretim ve akışı nedeniyle veri hem içerik hem de miktar olarak tüm süreçlerin temel bileşeni olan bir meta olarak öne çıkmaktadır.

Veri üretiminin artması ve verilerin işlenmesi için gereken teknolojik gelişmelerin yaygınlaşması ve ucuzlaması, bu verilerin işlenerek bilgiye dönüştürülmesini de kolaylaştırmıştır. Bu durum, toplumun tüm alanlarında bilgiye dayalı yeni döneme geçildiği düşüncesinin kabul görmesine neden olmuş ve bu yeni dönem farklı isimlerle anılmaya başlanmıştır. Bu adlandırmalardan bir tanesi olan "bilgi toplumu", bilginin (ve dolayısıyla verinin) toplumun tüm süreçlerinin temelinde yer aldığı, bu süreçlerde yaşanan değişim ve dönüşümlerin nedeni olduğuna vurgu yapmaktadır.

Verinin bilgiye dönüştürülmesinden bahsederken bilgi kavramının nasıl ele alındığı da önem kazanmaktadır. "Bilgi (Knowledge)" kavramının literatürde farklı tanımlarına rastlamak mümkündür. Barutçugil (2002, s.10) bilgiyi, *"insanın etrafında*

olup bitenleri tam ve doğru olarak kavramasını sağlayan kişiselleştirilmiş enformasyon" olarak tanımlayarak *"bilgi kendini, düşünceler, öngörüler, sezgiler, fikirler, alınan dersler, uygulamalar ve yaşanan deneyimler şeklinde gösterir"* açıklamasını getirmektedir. Celep ve Çetin'e (2003, s.7) göre bilgiyi, veri ya da enformasyondan ayrı olarak incelemek önemlidir.

Verinin yaygınlık kazanması ve bilgiye dönüştürülmesi süreçleri birbirini izlemiştir. Verinin çeşitli süreçlerden geçerek bilgiye dönüşmesi ve artan bilgi ihtiyacı ile bilgi bolluğu bilgi toplumunun oluşmasının önünü açmıştır. Bilgi toplumu ile birlikte iletişim ve haber alma süreçleri de değişikliğe uğramış, yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve verinin artan önemi/değerinin en yakından etkilediği alanlardan biri de iletişim alanı olmuştur. Verilerin toplanması, işlenmesi, aktarılması tüm iletişim süreçlerinin temelinde yer aldığından gerek kişiler arası gerekse kitle iletişimi köklü bir değişim ve dönüşüm süreci yaşamaya başlamıştır. Bu dönüşümün merkezinde yer alan medya alanında yapılan üretimin bütün aktörleri (gazeteci, muhabir, okur, izleyici vd.) ve ortaya çıkan tüm ürünler (programlar, haberler vd.) ve bu ürünlerin içerik ve sunumları bu süreçten doğrudan etkilenmiştir.

"Haber" açısından bakıldığında pek çok farklı başlıkta bu dönüşümün etkisinin diğer pek çok alandan çok daha fazla kökten yaşandığı görülmektedir. Haberin toplanması, işlenmesi ve tüketiminde farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Değişen ve dönüşüme uğrayan haber alma, verme ve yayma süreçleri sonucunda gazete ve gazeteciler de bu dönüşüme ayak uydurmak için geleneksel haber elde etme ve yayma süreçlerinde değişikliğe gitmek zorunda kalmışlardır. Basılı gazetelerden elde edilen haber bilinen mecraların dışarısına çıkarak bilişim araçları olan bilgisayarlar ve mobil cihazlar üzerinden elde edilir hale gelmiştir. İnternetin kullanımı ile öne çıkan kişiselleştirme, yöndeşme ve etkileşim olguları ile haberin okunması ve yorumlanması süreçlerinin algılanmasına neden olmuştur. Bu farklı algılanma ve internetin sağladığı avantajlar okurların haber alma davranışları ile gazetecilerin haber verme ve medya kurumlarının da haberleri sunma teknikleri kadar bütün çalışma şekillerinin farklılaşmasına yol açmıştır. Manuel Castells (2005, s.440) internetin iletişim süreçleri üzerindeki etkileri konusunda ağ mantığına dayalı yeni bir bütünleşmeye dikkat çekmiştir.

> İnternet sahip olduğu çeşitli teknik özellikler sayesinde gazete, radyo ve televizyon gibi artık geleneksel olarak tanımlanan iletişim araçlarından radikal bir şekilde farklılaşmaktadır. İnternetle birlikte tarihte ilk defa, çeşitli iletişim biçimleri etkileşimli bir ağ içinde bütünleşmekte; insan iletişiminin yazılı, sözlü, görsel-işitsel biçimlerini birleştiren bir hipermetin ve meta-dil oluşmaktadır. Metnin, görüntünün ve sesin, seçilmiş bir zaman diliminde, açık, erişimin mâli bakımdan sorun olmadığı küresel bir ağ içinde çok farklı noktalardan etkileşim içinde olarak aynı sistem içinde bütünleşme potansiyeli, iletişimin karakterini de radikal olarak değiştirmektedir.

Gazetecilik mesleğini icra eden insanların büyük bir bölümü geleneksel haber elde etme yöntemlerini değiştirerek internet mecrasına yönelmişlerdir. Günümüzde gazeteciler internet üzerinde yer alan sınırsız veri ve veri tabanları üzerinden haber çıkarmaya çalışmakta eski arşivlere ulaşarak ya da diğer çevrimiçi bilgi ve belgeleri elde ederek bu veriler arasından çıkarım yapma ve bunları okuyuculara haber olarak aktarmaya çaba göstermektedir. Ayrıca internet üzerinde yer alan sınırsız içerik, gazetecilere geleneksel olarak yapacakları haberler için yol gösterici ve kaynak olarak yararlanabilecekleri bir alan olarak görülmektedir. İnternet aracılığıyla alternatif kaynaklara erişebilen gazeteciler ellerinde olmayan bilgileri diğer ajans ya da kurumların kaynaklarından elde ederek hızlı bir şekilde karşılaştırma yapma avantajlarına sahiptir. Bu durum onları belirli kurum ya da görevlilerin bilgileriyle sınırlı kalmaktan kurtarmıştır.

Halen sürmekte olan bu dönüşüm sürecinde geleneksel gazetecilik alanı farklı adlandırmalarla anılan pek çok alt alanda değerlendirilmeye başlanmıştır. Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin imkân sunması ile ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği, veri miktarının artışına paralel artan uzmanlaşma ihtiyacına denk düşen çevre, barış, hak gazeteciliği buna örnek gösterilebilir. Bunların arasında "veri" açısından yaşanan dönüşümün haberler üzerindeki etkisinin en yoğun olarak vücut bulduğu alan ise veri gazeteciliği olmuştur.

2.1. Veri Gazeteciliği ve Veri Gazetecisinin Tanımı, Özellikleri

Veri gazeteciliği yeni bir gazetecilik alt alanı olarak farklı yaklaşımlara göre farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Her tanım veri gazeteciliğinin farklı bir yönünü öne çıkarmaktadır. Bu tanımlamalara geçmeden önce veri kavramına ilişkin tanımlamalara ve benzer kavramlarla olan ilişkisini ortaya koymak yerinde olacaktır.

Veri, tek başına anlam ifade etmeyen ham sembollerdir. Türk Dil Kurumunun sözlüğünde veri şu şekilde tanımlanmaktadır:

> Veri: İngilizce; "data" Osmanlıca; "malumat" Fransızca. "donnée" 1. Bir araştırmanın, bir tartışmanın, bir muhakemenin temeli olan ana öğe, muta, done: İstatistik veriler. 2. Bir sanat eserine veya bir edebî esere temel olan ana ilkeler: Bir romanın verileri. 3. Bilgi, data. 4. Matematik: Bir problemde bilinen, belirtilmiş anlatımlardan bilinmeyeni bulmaya yarayan şey. 5. Bilişim: Olgu, kavram veya komutların, iletişim, yorum ve işlem için elverişli biçimli gösterimi. 6. Sonuç çıkarmak, çıkarsama yapmak, ya da bir incelemeyi sürdürmek için gerekli olaylara, ilişkilere ve sayısal ham bilgilere verilen ad. 7. Bir araştırmada sorunun çözümünü sağlamak amacıyla derlenen bilgiler (TDK, 2015).

Verinin tek başına bir anlam ifade etmemesi, verinin ele alınıp işlenmesini, enformasyona dönüştürülmesini ve son olarak da araştırma, öğrenme ve gözlem sonucu bilginin ortaya çıkarılması süreçlerini gerektirmektedir. Verinin enformasyona dönüştürülmesi ifadesinden yola çıkılarak enformasyon kavramının ne olduğuna ve nasıl ele alındığına değinmek faydalı olacaktır. Enformasyon kelimesi, Fransızcada enformasyon (information) "danışma, tanıtma, haber alma, haber verme, haberleşme, bilgilendirme" anlamlarında kullanılmaktadır. Davenport ve Laurence (2001, s.24) enformasyonu bir mesaj olarak algılayarak "genellikle belge şeklinde ya da görsel ve işitsel mesaj" biçiminde tanımlamaktadır. Enformasyon iletişim olgusuna dayanmakta, iletişim olgusunu da alınan mesajın enformasyon niteliği taşıyıp taşımadığını belirlemektedir. Enformasyon, bir belge veya buna benzer bir araç yardımıyla genellikle bir mesaj olarak anlaşılmaktadır.

Tüm bu süreçlerin habercilik süreci çerçevesinden işlenmesi bizleri veri gazeteciliği kavramına götürmektedir. Data Journalism ya da Data Driven Journalism olarak akademide yer alan veri gazeteciliği kavramı, en temel tanımıyla birbirinden bağımsız ya da birbiriyle bağlantılı olan genellikle büyük çapta veri setlerinin incelenmesi, bu setlerde yer alan bağlantılar arasındaki ince noktaları analiz etme, okuma ve tüm bu işlemlerin sonucunda bu verilerden hikâye çıkarma işi olarak ele alınabilir.

Veri gazeteciliği hızla gelişen, büyümekte olan bir alan olarak tanımlanmasına rağmen hala net tanımlanamayan ve tartışılan konulardan biridir. Bu nedenle veri gazeteciliği ile ilgili farklı tanımlar ve yaklaşımlar yer almaktadır. Veri gazeteciliği

için yapılan tanımlamalardan ilki hikâye ve görselleştirme unsurunu ön plana çıkarmaktadır. Bradshaw (2012a, s.1), veri gazeteciliğini *"geleneksel haberin yeni olanaklara sahip olması ve büyük ölçekli kitlelere dijital bilgiyle oluşturulmuş hikâyeyi yayma fırsatı sunması"* olarak tanımlarken BBC News Online'da veri uzmanı olarak çalışan Bella Hurrell ve John Walton, veri gazeteciliğinin görselliğe vurgu yapan bir gazetecilik türü olduğunu belirtmektedir.

Veri gazeteciliğinin tanımlanmasında ikinci olarak, veri gazeteciliğinin kullanımına yönelik olarak yapılan tanımlamalar ön plana çıkmaktadır. İnsanların eskiden veriyi sadece tablolar içerisinde belirli alanlarda kullandıklarını, günümüzde ise bunun değiştiğini ve verilerin sadece tablolar oluşturulan sayılar olarak değil, her şeyi anlatan ve açıklayan bir şekilde kullanıldığını ifade eden Liliana Bounegru (Aktaran Gray, Chambers ve Bounegru, 2012, s.22), veri gazeteciliğinin tarihsel bağlamına dikkat çekmektedir. Bounegru, verilerle gazetecilik yapmayı basit bir şekilde tanımlamaktan ziyade veriyi kullanım biçimi, miktarı ve amacı açısından tanımlanmasını ön plana çıkarmaktadır.

Kuzey Carolina Üniversitesi eski öğretim üyesi Philip Meyer,*"Veri gazeteciliğini, veriyle ne yapacağını bilen kişilerin yönettiği yeni hassas gazeteciliğin özü"* (Meyer'den aktaran Royal ve Blasingame, 2015) olarak tanımlarken Prof. Dr. Ralf Spiller ve Prof. Dr. Stefan Weinacht'e göre (2014, s.411-433) veri gazeteciliği bir gazetecilik yayını amacıyla sayısallaştırılmış bilgilerin toplanması, analizi ve hazırlanması olarak ele alınmaktadır. Temple Üniversitesi'nden Profesör Meredith Broussard (Aktaran Howard, 2014, s.5) veri gazeteciliğinin, *"veri gazeteciliği okuyuculara, izleyicilere içeriğin daha fazla filtrelenip, analiz edilip, olgular ve gerçekler üzerinden yalanlara yer verilmeden verinin kullanımını sağlamak"* anlamına geldiğini dile getirirken Arsan ise (2013, Evrensel Gazetesi) veri gazeteciliğini *"gazetecinin adeta bir sosyal bilimci gibi topluma ilişkin verileri (rakamları, istatistikleri tabloları) sistematik şekilde inceleyip o veri üzerinden yeni haber hikâyeleri yaratması"* şeklinde tanımlamaktadır.

Veri gazeteciliğinin tanımlamasında dikkat çeken üçüncü başlık ise veri gazeteciliğinin kimler tarafından yapılıp yapılamayacağını tartışmasını da içermektedir. Bu konuda farklı görüşler mevcuttur. The Guardian'da veri gazeteciliği

ekibi kuran ve yöneten kişi olan Simon Rogers veri gazeteciliğinin kurucu babalarından sayılmaktadır. Veri gazeteciliğinin bilgisayar ve doğru programları kullanan herkes tarafından yapılabilir olduğunu ileri süren Rogers'a göre (2013b), bu "punk movement" hareketi olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca Rogers, veri gazeteciliğinin veri toplama, sorgulama ve analiz yöntemleri, bilgi görselleştirme, istatistik modelleme ve bilgisayar bilimiyle örtüştüğünü dile getirmektedir (Mair, Keeble Lance, Bradshaw ve Beleaga, 2013, s.27). Bazı araştırmacılar Rogers'ın bu fikrine karşı çıkarak veri grafiklerinin derinlemesine yapılmasını ve bu nedenle herkesin veri gazeteciliğini yapamayacağını savunmaktadır (Mair vd., 2013, s.1-2).

Tüm bu tanımlamaların ışığında veri gazeteciliğinin, geliştirilen veri işleme teknikleri, verinin daha etkili kullanılması ve veriden hikâye çıkarılması temeline dayandığı anlaşılmaktadır. Diğer taraftan "WWW" (World Wide Web) mucidi Tim Berners Lee de yakın bir gelecekte veriyi yönetme işi olan veri gazeteciliğinin büyük önem kazanacağını ifade etmektedir (European Journalism Centre, 2012). Özetle, veri gazeteciliği terim olarak gazetecilerin, araştırma ve öykünün temelini oluşturan verileri sunması ve yayınlaması gerektiğine vurgu yaparken aynı zamanda haberlerin arka plan bilgisi vererek okuyuculara geçmişten günümüze bir olay üzerinden daha önce neyin olduğunu ve şimdi olayın hangi aşamada olduğu bilgisini verilerle verilmesine karşılık gelmektedir.

Veri gazeteciliğine ilişkin bu farklılıklar veri gazetecisinin de farklı biçimlerde tanımlanmasına neden olmaktadır. Veri gazetecisi, binlerce dosya içerisinde bulunan bilgiyi süzen ve okuyuculara ileten kişi/kişiler ya da haber merkezlerinde kod bilen, binlerce veri setini analiz edebilen, programlardan anlayan kişiler olarak da tanımlanabilir. Akademisyen ve araştırmacılar veri gazeteciliğine ilişkin yapılan tanımları da dikkate alarak veri gazetecisini ve sahip olması gereken özellikler üzerinden tanımlamaya çalışmışlardır. Örneğin Missouri Gazetecilik Okulu'ndan Profesör David Herzog (Aktaran Howard, 2014, s.5) veri gazetecisini şu şekilde tanımlamaktadır:

> Bir veri gazetecisi günlük şiddet verilerini internet tabanlı elektronik tabloda inceleyen bir polis muhabiri olabilir, şehir haberleri hazırlayan bilgisayar destekli çalışan bir muhabir olabilir ya da televizyonda araştırma bölümünden

sorumlu bir yapımcı, gazeteciler için analiz aracı uygulaması geliştiren yazılımcı gazeteci olabilir.

Tim Berners Lee's e göre veri gazetecileri verileri analiz etmek ve ilginç olanı bulmak için gerekli araçlarla donatılmış kişidir. Veri sadece rakamlardan ibaret değildir. Mahkeme emirleri, polis kayıtları, haberler hepsi bir veridir. İnternet sürekli bilgi akışına izin verdiği için veri gazeteciliğinin önemli işlemlerinden biri verileri yapılandırmak ve temizlemektir (Aktaran Hughes, 2013, s.43). Lievrouw ve Livingstone'e (2009) göre yeni iletişim teknolojileriyle birlikte, veri gazetecilerinin teknolojik cihazları kullanabilen ve bu cihazlar sayesinde iletişim etkinliklerini yeniden düzenleyen becerilere sahip kişilerin olması gerekmektedir. Veri gazeteciliği yapan kişilerden yeni iletişim teknolojilerini kullanabilmeleri, verileri okuyabilmeleri ve büyük verilerden analizler yaparak haberi görselleştirip sunmaları beklenmektedir. Buna göre veri gazetecisinin önemli rolü verilerden hikâye oluştururken neyin önemli olduğunu seçebilmesi ve bir analist gibi değil, bir gazeteci gibi verileri analiz edebilmesidir. En önemli görevi ise mümkün olanı bilmek, fikir üretmek, haberde ya da konuda ne zaman derine ineceğini bilmektir (Hughes, 2013, s.47). Yukarıda ele alınan veri gazeteciliği tanımlarından yola çıkarak veri gazetecilerini özetle *"yaptıkları işi geleneksel hikâye anlatımından farklılaştırarak haberleri sunmak için büyük veri setlerinden ve teknolojiden yararlanıp insanlara sunan kişi"* olarak tanımlayabiliriz.

Özetle, akademi ve gazetecilik alanlarında veri gazeteciliğinin ve veri gazetecisinin farklı tanımlamaları mevcut olduğu anlaşılmaktadır. Veri gazeteciliği tanımları veri gazeteciliğinin kullanımına, hikâye ve görselleştirme unsuruna ve veri gazeteciliğinin kimler tarafından yapılıp yapılamayacağı üzerinden şekillenmektedir. Veri gazetecileri için yapılan tanımlamalarda ise gazetecinin verilerle hikâye oluşturduğuna dikkat çekilmektedir. Bu tanımlamalar aynı zamanda veri gazeteciliği ile geleneksel gazetecilik arasındaki farklara da işaret etmektedir.

2.2. Veri Gazeteciliğinin Geleneksel Gazetecilikten Farkı

Günümüzde geleneksel gazetecilik pratikleri sonucunda ortaya çıkan haberler yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte yetersiz kalmakta bu da dijital kaynaklardan haber arama ve görselleştirme gibi ihtiyaçları beraberinde getirmektedir.

Geleneksel gazetecilik ve veri gazeteciliği arasında yaklaşım ve pratik olarak pek çok farklılık bulunmaktadır. Bu farklılıkların en açık görülebileceği süreçlerden biri de haber üretim süreçleridir. Binark ve Löker'e göre (2011, s.9), yeni medya ortamı, dijitallik, etkileşim, hipermetinsellik, multimedya biçimselliğini, kullanıcı türevli içerik üretimini yaratmaktadır. Gazeteciler de yeni medya araçları sayesinde geleneksel medyadan farklı olarak medyayı etkileşimsel biçimde kullanmaktadır.

Veri gazeteciliği, verinin kamu yararına kullanımında gazetecinin rolüne odaklanırken, haberin ne olduğunu ya da ne olması gerektiğini de sorgulamakta ve önerdiği yöntemlerle geleneksel gazetecilikten ayrılmaktadır. Geleneksel gazetecilikte haber üretim süreci tek yönlü ve dikey olarak ele alınmaktayken veri gazetecileri haber üretiminde bir konuyu başlangıcından itibaren ele almakta ve verilerle ifade etmektedir. Karagöz (2016, s.136), geleneksel gazetecilik ve veri gazeteciliği arasındaki ayrımı haberlerin üretim biçimindeki farklılık olarak ele almaktadır. Karagöz'ün de bahsettiği gibi haberin bilgisayarlar ve mobil cihazlardan elde edilir hale gelmesi gazetecilerin büyük bir bölümünün geleneksel haber elde etme yöntemlerini değiştirmesine ve internet merkezli arayışlara yönelmesine neden olmuştur.

Haber üretim sürecinin tümü için geçerli olan farklılıklar haberin toplanması, yazılması için de geçerlidir. Haber üretim süreçleri içerisinde yer alan haber yazma aşaması geleneksel habercilikte haber ajansından alınan bilgilerin derlenip bir araya getirmesiyle haberin ortaya çıkması şeklinde olurken veri gazetecilerinin yeni medya araçların etkin bir şekilde kullanılarak veri setleri oluşturulması ve veri setlerinin analiz edilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Haber üretim süreçleri kapsamında veri gazeteciliği ile geleneksel gazetecilikte ön plana çıkan bir başka özellik de gazetecilerin teknoloji kullanımı konusundadır. Gazetecilerin artık mesleklerini yapabilmek adına yeni teknolojileri kullanabilme becerilerini artırmaları ve verilere ne şekilde ulaşacaklarını, verileri nasıl sınıflandıracaklarını ve ne şekilde kullanacaklarını bilmeleri gerekmektedir. Veri gazeteciliği yapan gazetecilerin programlama, görselleştirme, analiz gibi konuları bilmeleri ve teknolojiyi etkin bir biçimde kullanmaları, veri kaynaklarını bulmaya, verileri toplamaya, başkalarının analizlerini yeniden yorumlamaya ve sonuçların karşılaştırılmasına ilişkin süreçlerde

yetkin olmaları beklenmektedir. Buna ek olarak veri gazeteciliğinde haber üretim aşamasında kullanılan tüm verilerin nereden edinildiğini ve haber aşamalarını ayrıntılı belirtme ve daha şeffaf bir habercilik yapma olanağı olması, veri gazeteciliğini geleneksel gazetecilikten ayıran bir başka özelliktir. Veri gazetecilerinin haberleri oluştururken kullandıkları veri setlerinin haberlere eklenmesi sayesinde daha şeffaf ve ulaşılabilir bir habercilik mümkün olmaktadır.

Geleneksel gazetecilikle veri gazeteciliği arasındaki en önemli farklardan bir diğeri de, geleneksel gazetecilikte haber hikâyelerinin dağıtımının gazetecinin bir fonksiyonu olarak değerlendirilmemesidir. Veri gazeteciliğinde ise haberin dağıtımını yeni iletişim teknolojileri sayesinde veri gazetecisinin kendisi yapmakatadır. Bunun genel nedeni medyanın dijital dönüşümünün bir sonucu olarak, üretim ve dağıtımın çoğunlukla birbirinden ayrılmaz hale gelmesidir. Veri gazeteciliği yapan kişilerin ya da takımın farklı alanda uzmanlaşmış kişilerden oluşması da en önemli farklardan biridir. Veri gazeteciliği yapılırken verilerin toplanması, analiz edilmesi, görselleştirilmesi ve yorumlanması için bir ekip çalışması gerekmektedir. Bu nedenle görselleştirmeleri yapan bir grafikçi olurken veri toplayan kişi de istatistikçi olabilmektedir. Bu da veri gazeteciliği yaparken farklı uzmanlık alanları olan kişilerin bir ekibin içerisinde çalışmasına imkân sağlamaktadır.

Haber üretim süreçlerinde geleneksel gazetecilikle veri gazeteciliği arasında farklar olduğu gibi ortak özellikler de bulunmaktadır. Veri gazeteciliği haber oluşturma, üretim biçiminde ve süreçlerinde değişikliğe neden olsa da klasik habercilik yapısında bağlı kaldığı alanlar da mevcuttur. Bunların başında geleneksel gazetecilikte kullanılan 5N 1K kurallının veri gazeteciliğinde de kullanılması gelir. Veriden haber çıkarma işleminde sorulan soruların bir bölümü geleneksel haber oluşturma süreçlerinde de yer alan 5N 1K kuralını içermektedir. İki gazetecilik alanına ilişkin benzerliklerin bir diğeri ise veri kaynakları ve haberlerin doğrulanmasıdır. Klasik habercilik yapısında haber yayınlanmadan önce birçok kaynaktan doğrulanmaktadır. Aynı durum veri gazeteciliği için de geçerlidir. Verilerden haber çıkarma işi birçok işlemden (process) geçmesi onun doğrulanma gereksinimini ortadan kaldırmaz (Howard, 2014, s.15). Verilerin doğrulanması geleneksel ve veri gazeteciliğinin ortak özellikleri arasında yerini alır.

Yapılan tanımlardan ve veri gazeteciliğine ilişkin vurgulanan özelliklerden de görüldüğü üzere veri gazeteciliği sahip olduğu özellikler itibariyle bir dizi başlıkta geleneksel gazetecilikten farklılaşmaktadır. Teknolojik gelişmelerin de etkisiyle gazetecilik alanında pek çok başlıkta yaşanan değişim ve dönüşüm bu farklılaşmaya yol açmış ve sonuçta veri gazeteciliği olarak adlandırılan bir alt gazetecilik alanı ortaya çıkmıştır. Bu alt alan hem dünyada hem de Türkiye de gazeteciliğe ilişkin önemli tartışma başlıklarını beraberinde getirmiştir.

2.3. Dünyada Veri Gazeteciliği

Gazetecilik alanındaki görece yeni bir alt alan olan veri gazeteciliği dijital teknolojilerdeki gelişmelere paralel olarak hızlı bir gelişim süreci yaşamaktadır. Halen devam eden bu süreç gazetecilik alanını değiştiren ve dönüştüren bir etki yaratmıştır. Bu etki gerek dünyada gerekse Türkiye'de veri gazeteciliğinin çeşitli boyutlarıyla tartışılmasına yol açmıştır. Veri gazeteciliğiyle birlikte önem kazanan, öne çıkan büyük veri, açık veri gibi kavramlar ve bu kavramlara dayalı tartışmalar literatürde önemli bir yer tutmaya başlamıştır.

2.3.1. Büyük Veri Tartışmaları

Günümüzde veri gazeteciliği kavramının önem kazanmasının en önemli nedenlerinden biri "büyük veri" kavramıdır. Kaynağa erişme oldukça zaman alan ve pek de kolay olmayan bir süreç iken yeni iletişim teknolojileri ile birlikte bilgi yığınları oluşmuş, gazetecilerin görece çok daha kolay erişebileceği olağanüstü büyüklükte veriler mevcut hale gelmiştir. Geleneksel veri tabanı yazılım araçlarının depolayıp yönetemediği ve analiz edemediği veya bunları yapma kapasitesini aşan büyüklükteki bu veriyi anlatmak üzere büyük veri kavramı kullanılmaktadır (Mayer Schönberger ve Cukier, 2013, s.6).

Büyük veri, kullanıldığı alana ve bağlama göre iki farklı açıdan tanımlanmaktadır. Bunlardan ilki verilerin teknik özelliklerini, ikincisi ise verilerin nasıl işlendiğidir. Birincisi verinin büyüklüğünü ifade ederken ikincisi ise büyük verinin analiz etme ve anlamlandırma süreci ile ilişkilidir (Tandoc, 2015, s.6). Büyük veriyle ilgili yapılan tanımları ele alacak olursak; Vinod (2013, s.96) büyük veriyi tanımlarken normal bir veriden yüzlerce kat büyük olmasına vurgu yapmıştır.

Vinod'un görüşünü destekler biçimde Beyer ve Laney de (2012, s.1-9) büyük verinin boyutları üzerinde durmuş, büyük veriyi, *"içgörü ve karar vermeyi artırmak için verinin süreçlenmesinin yenilikçi formları olan ve maliyet-etkinlik gerektiren yüksek hacim, yüksek hız, büyük çeşitliliğe sahip bilgi varlıkları"* olarak tanımlamıştır. Dumbill (2013, s.1) ise büyük veriyi geleneksel veri tabanı sistemlerinin işlenme kapasitesini aşan çok büyük ve çok hızlı hareket eden veri olarak tanımlamıştır.

Veri gazeteciliğinde, veriye kimlerin/hangi grupların sahip olduğundan verinin nasıl elde edildiğine; verinin neyi temsil ettiğinden nasıl analiz edildiğine kadar çok sayıda konu bir başka önemli başlığı oluşturmaktadır. Büyük verinin beraberinde getirdiği temel soru bu denli büyük verinin nasıl işe yarar kullanışlı hale getirebileceği ve verinin neyi temsil ettiğidir. Veri gazeteciliğinde büyük veriye kimlerin sahip olduğu ve veriyi ne şekilde kullandıkları önem kazanmaktadır. Büyük veriye kimlerin sahip olduğunu Manovich'in görüşünden yola çıkarak gruplandırmak ve sınıflandırmak mümkündür. Manovich (2012, s.74), büyük sayısal verinin analiziyle şekillenen büyük veri toplumunda üç farklı kategoriden söz etmektedir. Bunlar; (1) veriyi (hem bilinçli olarak hem de farkında olmadan sayısal izler bırakmak suretiyle) oluşturanlar, (2) veriyi toplamak için gerekli imkânlara sahip olanlar ve (3) veriyi analiz etmede deneyimi bulunanlardır. Gazetecilerin bu sınıflandırmadaki yeri bakış açısına göre değişebilmektedir. İnternet ve mobil teknolojilerin tüketicisi olarak birinci kategoriye giren gazeteciler, haberin kaynağına ulaşırken ikinci kategoriye, veri işleme sırasında ise üçüncü kategoriye dâhil olmaktadır.

Büyük veri üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında genellikle büyük veri ve gazetecilik ilişkisine dayalı oldukları görülmektedir. Lewis ve Westlund'un (2015b., s.447-448) "büyük veri ve gazetecilik" (Big Data and Journalism: Epistemology, Expertise, Economics, and Ethics) eserinde büyük verinin gazetecilik mesleğini nasıl dönüştürdüğü ele alınmaktadır. Makale temel olarak büyük veriyi, gazetecilik mesleğinin epistemolojisi, gazetecilik uzmanlığı, ekonomi ve etik üzerinden değerlendirmektedir. Makale bu konulara ilişkin sorular yönelterek büyük verinin gazetecilik mesleğini nasıl dönüştürebileceği açısından temel oluşturabilecek bir tartışmayı literatüre kazandırmayı hedeflemiştir. Lewis ve Westlund, büyük verinin

gazetecilik sektörüne olan etkisi ne olumlu, ne de tamamen olumsuz olduğunu savunmaktadır.

Seth Lewis (2015a) "Büyük Veri Çağında Gazetecilik" (Journalism in An Era of Big Data) adlı makalesinde benzer bir şekilde büyük veriyi gazetecilikle ilişkili olarak tartışmaktadır. Lewis (2015a, s.323), büyük veri döneminde gazeteciliğe ilişkin değerlendirmelerde bulunabilmek için ampirik olaylara, bu olayları yorumlayabilecek kavramsal çerçevelere ve kanıksanmış normları sorgulayan eleştirel perspektife ihtiyaç olduğunu belirtmektedir. Büyük verinin temel kavramlarının ve büyük veriye yönelik eleştirilerin tartışıldığı çalışmada büyük veri, gazetecilik ve geniş açıdan medya çalışmalarının sosyo-maddesel ilişkisiyle ilgili kritik sorunların ortaya çıkmaya devam edeceği ve bu konu hakkında yapılacak araştırmaların bu soruları cevaplamaya yönelik bir başlangıç noktası olabileceği belirtilmiştir. Lewis, büyük veriyi gazetecilikle ilişkilendiren çalışmaların önemine işaret ederek büyük verinin beraberinde getirdiği sorunların tartışılmasının gerektiğini, çok sayıda kaynağa ulaşmanın gazetecilik açısından olumlu bir durum gibi gözükse de aslında kişisel verilerin korunması ve gözetim gibi konular açısından olumsuz sonuçları olabileceğini vurgulamıştır.

Joshua Fairfield ve Hannah Shtein'in (2014) "Büyük Veri, Büyük Problemler: Gazetecilik ve Veri Bilimi Etiğinde Yeni Sorular" (Big Data, Big Problems: Emerging Issues in the Ethics of Data Science and Journalism) makalesi büyük veri tekniklerini kullanan araştırmalarda ortaya çıkan etik sorunları araştırmaktadır. Makalede ele alınan önemli kavramlardan biri etiktir; çünkü büyük veri kullanımı yeni etik sorunları beraberinde getirmiştir. Örneğin Fairfield ve Shtein'a göre (2014, s. 44-48), büyük verinin bir parçası olan kişilerin hepsine ulaşmak pek mümkün değildir, bu nedenle diğer araştırmalarda gördüğümüz bilgilendirilmiş onama formunu büyük veriye dayalı araştırmalarda göremeyiz. Büyük verilerin kimi zaman kişilerin ya da kurumların bilgisi olmadan toplanmakta ve bu yöntemde etik kuralları çiğnemektedir.

Uskali ve Kuutti (2015, s.77-88) tarafından "Models and Streams of Data Journalism" adı ile ele alınan makale, Finlandiya, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki (ABD) haber odalarına odaklanan veri gazeteciliği çalışma pratikleri konusunda iki yıllık bir araştırma projesinde ortaya çıkan ilk sonuçları sunmaktadır.

Makalede veri gazeteciliği veya veri odaklı gazetecilik, büyük veri kümelerine dayalı olarak yapılan gazetecilik türü olarak tanımlanmıştır. Fin, Amerikan ve İngiliz veri gazetecileri ile yapılan 6 görüşmenin yer aldığı araştırmada, veri gazeteciliği için üç farklı organizasyon yapısı olduğu ileri sürülmüştür. Birincisi, geleneksel veri masası modeli, ikincisi ve daha gelişmiş olan esnek veri projeleri modeli ve üçüncüsü de girişimci modelidir. Sonuç olarak, veri haberciliği uygulamalarının, özellikle de büyük veri kümelerinin kullanılmasının birçok haber odasında mümkün olabileceği ortaya koyulmuştur.

Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte büyük verilerin ortaya çıkması gazetecilik pratiklerini de değiştirmiştir. Gazetecilik için büyük veri, enformasyon işinin temel bir paradigması olarak veri setleri, algoritmalar, hesaba dayalı yöntemler ve nicelleştirmeyle ilgili süreç ve perspektifler için faaliyetler ve bunlarla bağlantılı normlar hakkında yeni fikirler içermektedir. Büyük veri setleri ile karşı karşıya kalan gazeteciler için önemli unsurlardan biri verileri daha anlaşılabilir hale getirmektir. Verileri daha anlaşılabilir hale getirmek için gazeteciler hikâye anlatımı ve veri görselleştirme gibi yöntemlerden faydalanmaktadır.

Veri gazeteciliğiyle birlikte önem kazanan, öne çıkan ve tartışma yaratan bir diğer kavram ise açık veri kavramı olmuştur. Bir yandan büyük verinin ortaya çıkışı bu büyüklükteki veriyle nasıl başa çıkılacağı sorununu ortaya çıkarırken diğer yandan bu denli büyük verinin açık olup olmaması tartışma konusu olmuştur. Buna göre, gazeteciliğe ilişkin "kaynağa erişim sorunu" açısından önemli bir başlık olan açık veri tartışmaları bu yeni dönemde veri gazeteciliğinin öne çıkmasıyla çok boyutlu ve merkezi bir tartışma alanı oluşturmuştur.

2.3.2. Açık Veri Tartışmaları

Teknolojinin ortaya çıkması ve gelişmesiyle birlikte eskiden sadece kâğıt üzerinde bulunan ve ulaşılması zor olan veriler artık internet ortamında dünyanın her tarafından insanların katılımıyla oluşturulmakta, güncellenmekte ve şeffaf hale gelmektedir. Birçok kişi ve kuruluş, görevlerini yerine getirmek için geniş bir yelpazede farklı veri türleri toplamaktadır. Medya kurumları ve gazetecilerin yanı sıra devletler de çevrimiçi alanı birer açık veri pazarı olarak görmektedir. Tüm bu

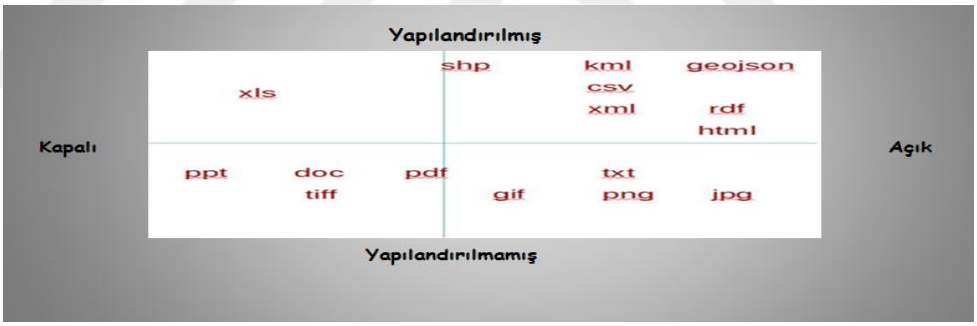
gelişmeler açık veri kavramının tartışılmasını ve gazetecilik mesleği açısından değerlendirilmesini gerektirmektedir.

Açık veri kavramı, kamu ve özel sektörün elinde bulundurdukları verileri ya da bilgiyi şeffaf bir şekilde açık tutması anlamında veri gazeteciliği için önem kazanmaktadır. Açık veri, herkes tarafından ücretsiz, özgürce, tekrar kullanılabilen ve dağıtılabilen veri olarak tanımlanmaktadır (Open Knowledge, 2015). Açık veri yaklaşımı, devlet kurumlarının elde ettikleri verileri ücretsiz olarak paylaşmaları ve verilerin tüm kullanıcılara açık olması gerektiğini savunmaktadır. Bu nedenle de verilerin başkalarının kullanımına açık hale getirilebilmeleri son derece önemlidir. Veri gazeteciliğinin ve verilerin herkes tarafından kullanılabilmesi için açık olması gerektiğini savunması ve bu amaçla açık verileri elde etmesi, halkı bilgilendirmesi açısından açık veri önem taşımaktadır. Açık veri yaklaşımı da tüm verilerin açık ve şeffaf olması gerektiğini savunmaktadır. Açık verilerle gazetecilik yapmak, herhangi bir yasal sınırlama (telif hakkı, patent vb.) olmaksızın açık, şeffaf, hesap verilebilir verilere ulaşmaya ihtiyaç duymaktadır. ABD'de verilerin şeffaf olması gerektiğinin savunucusu olan Sunlight Vakfı, açık verinin nasıl ve ne şekilde olması gerektiği konusunda 8 ilke belirlemiştir (Sunlight Foundation, 2014).

1. Verilerin eksiksiz olması gerekir: tüm genel veriler kullanılabilir durumdadır. Herkese açık veriler, geçerli gizlilik, güvenlik veya ayrıcalık sınırlamalarına tabi olmayan verilerdir;
2. Veriler birincil olmalıdır: veriler, mümkün olan en iyi seviyede parçacık topluluğu veya modifiye edilmiş normlar değil, kaynağında toplanır;
3. Veriler zamanında olmalıdır: verilerin değerini korumak için veriler mümkün olduğunca çabuk kullanılabilir duruma getirilir;
4. Verilere erişilebilir olmalıdır: geniş aralıktaki amaçlar için en geniş kullanıcı aralığında veri mevcuttur;
5. Veriler makine tarafından işlenebilir olmalıdır: veriler otomatik olarak işleme olanak tanıyacak şekilde mantıklı bir şekilde yapılandırılmıştır;
6. Erişim ayrımcılık yapılmaması gerekir: kayıt gerekliliği olmaksızın herkes için veri mevcuttur;
7. Veri biçimleri mülkiyet sahibi olmamalıdır: veriler, hiçbirinin üzerinde münhasır kontrolü bulunmayan bir biçimde mevcuttur;
8. Veri lisanssız olmalı: verilere telif hakkı, patent, ticari marka veya ticari sır niteliğindeki herhangi bir düzenleme tabi değildir. Makul gizlilik, güvenlik ve ayrıcalık kısıtlamalarına izin verilebilir.

Açık verinin kullanıma açıklık, erişim, tekrar kullanım ve dağıtım, evrensel katılım gibi kendine ait özellikleri mevcuttur. İlk özellik olarak verinin kullanıma açıklığını ele alacak olursak, verilere internet üzerinden ücretsiz bir şekilde ulaşılması ve verilerin değiştirilebilir bir biçimde sunulmasıdır. Fiske (2014, s.106), erişim kavramının eş değeri anlamında olan kullanıma açıklık kavramını, hangi bilginin ya da hangi verinin sunulacağına veriyi ya da bilgiyi aktaran kişi ya da kurumun karar vermesi anlamında kullanılmaktadır. Bilgilerin açık ve istenildiği zaman ulaşılabilir olması devletin hesap verilebilirliğini artırmakta, vatandaşın bilgi edinme talebini yerine getirmekte ve insanların verilerden sağladıkları bilgilerle gerçeğe yaklaştırmaktadır.

Verinin kullanıma açıklığı içerisinde veri formatları da yer almaktadır. Veri gazetecilerinin haber üretim sürecinde kullandıkları veriye erişimin kullanıma açık olabilmesi için veri formatları önem kazanmaktadır. Veri formatları Şekil.1'de de görüldüğü gibi açık ve kapalı veri olarak yapılandırılmış ya da yapılandırılmamış veri olarak adlandırılmaktadır.



Şekil 1: Veri Formatları

Kaynak: School of Data

Gazetecilerin haberde veriyi kullanabilmesi anlamında önem kazanan veri formatları, verinin açık veri ya da kapalı veri olmasını sağlamaktadır. Gazeteci haber üretim sürecinde açık veri kaynaklarını kullanarak haber oluşturuyorsa verilerle daha kolay haber yapabilmektedir. Fakat sunum formatı olarak bilinen ppt, bilgileri yazmak ya da okumak için kullanılan pdf veya doc. uzantılı formatlar kapalı veri formatına girmektedir. Bu dokümanlar üzerinde istediğiniz bilgileri almanız ve yapılandırmanız diğer açık veri formatları olan txt, jpg, csv vb. formatlara göre zor olmaktadır. Açık

verinin ikinci özelliği olan tekrar kullanım ve dağıtım ise elde edilen verinin diğer veri setleriyle karıştırılarak kullanılması ve dağıtıma sunulmasıdır. Verinin tekrar kullanım düşüncesi, erişime sunulan verinin herhangi bir kişi tarafından tekrar kullanımı ya da paylaşımında yasal kısıtlamaların olmamasıdır. Son olarak ise evrensel katılım, herkesin verileri kullanabilmesi ve dağıtabilmesine odaklanmaktadır (Güngör, 2013, s.5-7).

Dünyada açık veri tartışmalarının önemli bir kısmı üçüncü dünya ülkelerinde, gelişmişlik düzeyinin görece düşük olduğu bölgelerde gerçekleşmektedir. Bunun en önemli nedeni üçüncü dünya ülkelerinin yolsuzluk iddialarının yoğun olduğu ve medyanın baskı altında olduğu ülkeler olmalarıdır. Bu nedenle bu ülkelerde verinin açık hale getirilmesi talebi yoğunlaşmaktadır. Dünya genelinde çalışan veri gazetecilerinin genellikle bir sivil toplum kuruluşu tarafından çeşitli ülkelere gönderilmesi açık veriyi daha fazla konuşulur hale getirmektedir. Açık verileri farklı platformlar üzerinden elde edilmektedir. Bu platformlardan biri Avrupa ülkelerinin istatistikleri paylaşan European statistics (Eurostats, https://ec.europa.eu/eurostat) adlı internet sitesidir. İnternet sitesinde yer alan veriler halkın kullanıma açık olarak sunulmaktadır.

Açık verinin dünyada başarılı örneklerine bakıldığı zaman, Christopher Cannon, Alex Mcıntyre ve Adams Pearce'ın hazırladığı "Amerika'daki En Ölümcül İşler" isimli haberi (Cannon, Mcıntyre ve Adam, 2015) açık verilerin kullanılarak görselleştirme ve hikâyenin oluşturulması süreçleri açısından başarılı bir şekilde kullanılan veri gazeteciliği örneği olarak tanımlanmaktadır. Açık verilerin Amerikan İstatistik Kurumu'ndan sağlanması, verilerin hazırlanıp, hikâyeleştirilerek sunulması veri gazeteciliğiyle varılmaya çalışılan sonucu temsil etmektedir. Bir diğer örnek de bilgisayar programcısı olan Adrian Holovaty (http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/), 2006 yılında yaptığı bir açıklamada gazetelerin web sitelerinin değişikliğe ihtiyacı olduğundan bahsederek verinin medya kurumları tarafından nasıl görüldüğüne ve veriyi nasıl kullandıklarına odaklanmıştır. Holovaty'nin yaptığı bu açıklama Bill Adair ve Matt Waite'e "Doğruluk Payı" sitesini kurmak için ilham vermiştir. PolitiFact (http://www.politifact.com/) adıyla kurulan bu ilk doğruluk payı sitesi 2009 yılında

Pulitzer ödülüne layık görülmüştür. Şimdilerde dünyanın her yerinde pek çok "Doğruluk Payı" sitesi kurulmaya başlanmıştır.

Veri gazeteciliği konusunda makaleleri bulunan Aitamurto, Sirkkunen, Lehtonen Tabary, Provost ve Trottier, dünyada açık veri kullanımının yetersiz oluşuna ele aldıkları makalede değinmişlerdir. Aitamurto, Sirkkunen ve Lehtonen (2011, s.1-27) "Trends In Data Journalism" adlı araştırma raporunda 2003 yılında Avrupa Komisyonu tarafından verilen direktife rağmen Avrupa ülkelerinde açık veriyle ilgili çalışmaların oldukça yavaş bir şekilde ilerlediğine dikkat çekmişlerdir. Gazetecilerin veri projelerini başlatmasını engelleyen ana nedenin verilerle nasıl çalışılacağı konusunda bilgi eksikliği olduğu ve bu konuda eğitime ihtiyaç duyulduğu da raporda yer alan diğer maddeler arasındadır. "Data Journalism's Actors, Practices and Skills: A Case Study From Quebec" adlı makalede veri gazeteciliğinin uygulanışı ve işleyişinin anlaşılması için 2011-2013 yılları arasında Kanada'nın Quebec eyaletinde yer alan 6 medya kuruluşu üzerinden sayısallaştırma ve istatistiksel veri görselleştirme anlamında yer alan 178 haber ele alınmıştır. Makalede hükümetin sunduğu verilerin eksikliğinden dolayı veri gazeteciliğinin sıkıntıya düştüğü sonucuna varılmıştır (Tabary, Provost ve Trottier, 2016, s.66-84).

Kurucu ülkeler arasında Brezilya, Endonezya, Meksika, Norveç, Filipinler, Güney Afrika, İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkelerin yer aldığı Açık Yönetim Ortaklığı (Open Government Partnership – OGP) 2011 yılında kurulmuştur. Bu ortaklığın kurulma amacı politika yapım süreçlerinde hesap verebilir ve şeffaf yönetim anlayışının geliştirilmesi, yolsuzlukla mücadele edilmesi, vatandaşların ve sivil toplumun karar alma süreçlerine aktif katılımının artırılması ve sivil toplum ile hükümet arasındaki diyaloğun güçlendirilmesidir. Kurulduğu yıl ortaklığa katılan Türkiye "Kamuoyuyla Bilgi Paylaşımı", "Politika Yapma ve Karar Alma Süreçlerine Katılım ve Etkin İşbirliği", "Farkındalık Artırıcı Faaliyetler Düzenlenmesi ve Taraflar Arasında Diyaloğun Artırılması" şeklinde üç başlıktan oluşan bir Eylem Planı hazırlamıştır. Fakat 2011 yılında Türkiye'nin üyelik kapsamında söz verdiği süreci yürütemediği, standartlar ve kriterleri yerine getirmediği gerekçesiyle 2016 yılında üyeliği pasif konuma alınmış ve 2017 yılında ise Türkiye üyelikten çıkarılmıştır **(**https://www.opengovpartnership.org/countries/turkey-withdrawn**).**

Türkiye'nin açık veri açısından ne durumda olduğu ele alındığında, Global Open Data Index 2015 yılı verilerine bakıldığı zaman Türkiye'nin açık veri sıralamasında 47. sırada olduğu görülmektedir. (http://2015.index.okfn.org/place/) 2017 yılında yayınlanan Açık Veri Barometresinde 115 ülkede açık verilerin paylaşımı ve ülkelerin açık veri politikaları ele alınmıştır. Raporda hükümetlerin çoğunun Açık Veri Beyannamesi ilkelerine uymadığı ve kamuoyuna sunulan verilerin yeterince açık ve anlaşılır olmadığı ele alınmıştır. 2018 yılı Eylül ayında yayınlanan "Açık Veri Barometresi" nde ise küresel anlamda ülkelere odaklanmak yerine 30 adet ülkeye odaklanılmış ve bu ülkelerde verilerin altyapısı, açık olması ve yayınlanması konusu incelenmiştir. Rapora göz atıldığında 2018 yılında Türkiye'nin açık veri sıralamasında 100 üzerinden 31 puan aldığı görülmüştür. 2017 yılına oranla karşılaştırıldığında Türkiye'nin daha iyi bir sırada olduğu gözlemlenmiştir. Bunun en önemli nedenlerinden biri, hükümetlerin açık veri konusunda farkındalık sahibi olmasından kaynaklanmaktadır. Fakat 2018 yılında yayınlanan raporda Türkiye'nin açık veri konusunda sivil toplumla birlikte işbirliği yapmasını gereğinin üzerinde durulmuştur. Türkiye bazında 2018 yılı itibariyle 44 adet veri merkezi bulunmaktadır. Bu veri merkezleri İstanbul başta olmak üzere Ankara, Antalya, Denizli, Gaziantep, İzmir, Kayseri, Rize ve Trabzon illerinde yer almaktadır (http://www.datacentermap.com/turkey/).

Türkiye'de açık veri ile yapılan haber üretimleri ele alındığında ise belli başlık örnekler karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan biri Görünür Belediye (http://gorunurbelediye.com/) adlı projedir. Bu projeyle belediyelerin dijital platformlarda görünürlüklerini ve şeffaflıklarını artırmayı teşvik etmek amaçlanmaktadır. Türkiye'de açık veri kapsamında ele alınacak bir diğer örnek ise izlemedeyiz.org (http://izlemedeyiz.org/#baslangic) adlı internet sitesidir. Veri odaklı çalışmalar yapan sitede, açık veri kapsamında yapılan çalışmaların dijital raporları yayımlamaktadır. Bir diğer proje olan Veri Kaynağı projesi, Türkiye'ye dair sosyo-ekonomik verileri kamuya açık resmi kaynaklardan derleyerek toplumun tüm kesimlerinin kullanımına sunan açık veri projelerinden biridir. verikaynagi.com adlı internet adresinden yayın yapan çalışmanın amacı, veri temelli bir tartışma ortamının yaygınlaşmasına ve açık veriye ulaşımla ilgili farkındalık oluşmasına katkı sağlamaktır (http://www.verikaynagi.com/).

Ele alınan bir başka örnek ise yurtdışından Türkiye'ye uyarlanarak geliştirilen Doğruluk Payı adlı internet sitesidir. Bu site Türkiye'de siyasi aktörlerin vatandaşlara karşı sorumlu, seçmenin ise siyaseten daha bilgili olmasına katkı sağlamayı amaçlayan, İzlemedeyiz Derneği tarafından oluşturulan bir açık veri platformudur. Doğruluk Payı (http://www.dogrulukpayi.com/), Haziran 2014 yılından itibaren açık verilere bağlı olarak siyasi ifadeleri ve vaatleri izlemektedir. Doğruluk Payı, Uluslararası Şeffaflık Derneği ve Sabancı Vakfı tarafından verilen "En İyi Vatandaş Girişimi" ve "Fark Yaratanları" ödüllerinin de sahibidir.

Bianet Haber Sitesi'nin Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'ndan alınan verilerle oluşturduğu ve 2008-2014 yılları arasını baz alan çalışması "İllerde erkek şiddeti haritası" (https://www.google.com/fusiontables/data?docid=1vLZFL9jUsX-rhtSJbFUSu1eXU7w4yNelThObNTn#map:id=3) Türkiye'de açık veri paylaşımının bir başka örneğini oluşturmaktadır. Örnek olarak alınan bu haberle okuyuculara erkeklerin kadına yönelik şiddeti konusunda farkındalık yaratması için önemli bir örnek olmuştur. Acar (2018), "veri biliminin bugünü ve yarını" adlı yazısında, veri gazeteciliği örnekleri kapsamında ele alınacak bir örnek olan hastaneler için yapılan veri bilimi uygulamasına bakıldığı zaman, hastanelerin geçmiş yıllardaki veriler incelenerek yeni gelen hastaların hastalık sebebine göre kaç gün kalacağı, hangi hastaların günlük, aylık ve yıllık ilaç ihtiyaçlarının ne olacağını, acil servise her gece gelecek hasta sayısı ve hastalık sebeplerine kadar tahmin edilebilmekte ve buna göre önceden ilaç siparişi ve yatak sayısı ayarlanmaktadır.

Büyük ve açık veri tartışmaları veri gazeteciliğinin gerçek anlamda yapılabilmesine ilişkin temek noktalara vurgu yapmaktadır. Açık veriyle gazetecilik yapmak şeffaflık sunması, sivil otoriteyle güçlü bağlar kurulması, demokrasiyi güçlendirmesi ve gerçek bilgilere yakınlaştırması açısından önemlidir. Dünyada ve Türkiye'de açık veri kullanımı ele alındığı zaman devletin hesap verebilirliğini ve bilgi edinme hakkını işlevsel hale getiren açık verilerin yeteri düzeyde kullanılmadığı görülmektedir.

2.3.3. Bilgisayar Destekli ve Hesaplamalı Habercilik

Veri gazeteciliğinin başlangıcına dair farklı değerlendirmeler yapılmaktadır. Kökü çok gerilere dayansa da veri gazeteciliği 21.yüzyıla ait bir tanım olarak

karşımıza çıkmakta ve terminolojisini bir önceki başlıkta bahsedilen bilgisayar destekli ve hesaplamalı habercilikten almaktadır. Dijital teknolojilerin etkisiyle gazetecilikte yaşanan değişimler Coddington'a göre (2015, s.332), bilgisayar destekli habercilik, hesaplamalı gazetecilik ve veri gazeteciliği olarak üç tipoloji üzerinde temellenmektedir. Coddington tipolojileri söyle açıklamaktadır:

> Bilgisayar destekli habercilik, sosyal bilimler yöntemleri ve araştırmacı gazeteciliğin planlı tarzı ve halkla ilişkiler oryantasyonu içinde kök salmıştır, veri gazeteciliği kendi katılımcı açıklığı ve çapraz alan melezliği ile nitelendirilmiştir ve hesaplamalı gazetecilik soyutlama ve enformasyon otomasyonu süreçleri uygulamasına odaklanmıştır.

Dünyada veri gazeteciliğini anlamak için ilk olarak "Bilgisayar Destekli Habercilik" ve "Hesaplamalı Habercilik" kavramlarının ne olduğuna ve ne zaman ortaya çıktığına bakmak gereklidir. Genellikle soruşturmacı gazetecilik uygulamalarında başvurulan bilgisayar destekli habercilik, haberleri geliştirmek, verileri toplamak ve analiz etmek için bilgisayarları kullanmanın ilk sistematik yaklaşımı "bilgisayar destekli raporlama"dır. Bilgisayar destekli haberciliği (computer-assisted reporting) Philip Meyer "Bilimsel Gazetecilik" kavramı ile açıklamaktadır. Haber üretiminde bilimsel uygulamaların daha aktif olarak kullanılması savının ileri sürüldüğü bilimsel gazetecilik kavramı, bilgisayarın ilk ortaya çıkmaya başladığı dönemde, genellikle bilgisayar tabanlı habercilik pratiklerine işaret etmek için kullanılmaktadır.

Meyer'in bilimsel gazetecilik olarak açıkladığı ve geliştirdiği yöntemin içeriğinde kamu politikalarının etkisini araştırmak için istatistiksel ve niceliksel yöntemlerin kullanılması yatmaktadır. Meyer (2002, s.5), haber kalitesinin yükseltmenin bir yolu olarak gazetecilerin verilerle çalışması gerektiğini vurgulamakta, gazetecilik pratiğinde sosyal ve davranışsal araştırma yöntemlerinin uygulanması gerektiğini savunmaktadır. Bunun önemli nedenlerinden biri bilgisayar destekli raporlama yapan gazetecilerin amaçlarının, kamu kurumları ve özel şirketler tarafından yapılan uygulamaları ortaya çıkarmayı amaç edinmesi olmuştur.

Bu çerçevede "Detroit Ayaklanması" bilimsel gazeteciliğin ilk örneği olarak kabul edilmektedir. 1967 yılında Amerika'da Detroit şehrinde siyahi gençlerin, polis şiddetine karşı başlattıkları olaylarda 43 kişinin ölmesi, yüzlerce kişinin yaralanması

ve 7 binden fazla eylemcinin tutuklanması nedeniyle büyük bir yankı bulmuştur. O dönemde Detroit Free Press gazetesinde muhabir olarak çalışan Philip Meyer, ayaklanmanın gerçek nedenini anlayabilmek için hızlı bir kamuoyu araştırması yapmış ve araştırmanın sonucunda ayaklanmaya katılan siyah gençlerin yoksul ve eğitimsiz olmadığı, olayların bir numaralı nedeninin polis şiddeti, kötü yaşam koşulları ve işsizlik olduğu sonucuna varmıştır.

Bilimsel gazetecilikte Meyer'in de ayaklanmanın nedenini anlayabilmek adına kullandığı arama, filtreleme, tanımlama vb. aşamalar habercilikte hızı beraberinde getirirken aynı zamanda gazetecilere haberlerde kalite, doğruluk ve özgünlük ihtiyacının karşılanması için yeni yöntemler kullanmasına imkân sağlamaktadır (Flew, Spurgeon, Daniel ve Swift, 2012, s.161). Meyer, Detroit Free Press gazetesinin hazırladığı ayrıntılı ayaklanma haberleri sayesinde Pulitzer ödülünü kazanmıştır (Léchenet, 2014, s.5-6).

Veri gazeteciliğiyle ilişkisi ele alınırsa, bilgisayar destekli habercilik disiplinini bilgisayar destekli raporlamadan almaktadır. Ausserhofer, Gutounig, Oppermann, Matiasek ve Goldgruber'in yazdığı makalede (2017, s.1-24) gazetecilerin farklı hesaplamalı teknolojilerle araştırmalar yaptıklarına ve bununda Bilgisayar Destekli Raporlama (Computer Assisted Reporting-CAR) olarak bilinmesine değinmiş, CAR adı verilen raporlama yönteminin gazetecilik alanına uyarlandığı ve bunun da veri gazeteciliği olarak adlandırıldığına vurgu yapılmıştır. Melissma Cox'a (2000, s.6) göre bilgisayarlar gazeteciler tarafından 1952'den bu yana haber hikâyeleri üretmek için kullanılmıştır. Bilgisayar destekli habercilik ilk kez 1952'de Amerika Kanalı CBS tarafından başkanlık seçimlerinin sonuçlarını öngörmek üzere uygulanmıştır (Gray, Bounegru ve Chambers, 2012, s.18). Bu seçimlerde 40 yıllık veriyi ele alan gazeteciler seçimlerle ilgili yaptıkları araştırmalarda elde ettikleri verilerle tahminlerde bulunarak, büyük ve karmaşık veri kümelerinden haberler oluşturmuşlardır (Felle, 2013, s.136).

Amerika Birleşik Devletleri'nde 1970'li yıllarda gazetecilerin araştırmalarında bilgisayar kullanımının yaygınlaşması haber odalarında yapılan haber üretiminin şeklini de değiştirmiştir. 1989 yılında Bilgisayar Destekli Raporlama Ulusal Enstitüsü'nün (NICAR) kurulmasıyla birlikte bilimsel teknikleri uygulayan

muhabirlerin sayısı artmıştır (Fink ve Anderson, 2015). Bu nedenle Meyer'in öne sürdüğü bilimsel gazetecilik anlayışı önem kazanmıştır. Lesage ve Hackett de (2014, s.40) veri gazeteciliğiyle bilgisayar destekli habercilik arasında haberin veriyle nasıl üretilebileceği üzerinde durması açısından fark olduğuna dikkat çekmişlerdir. Bilgisayar destekli habercilik verileri bilimsel yaklaşımla ele alırken veri gazeteciliği veriyi ham veri olarak ele almaktadır.

Coddington ise (2015, s.331-348) bilgisayar destekli raporlama ile veri gazeteciliği arasında bir fark olduğunu savunmaktadır. Veri gazeteciliği verilerin tüm gazetecilik iş akışında nasıl yer aldığına dikkat ederken, bilgisayar destekli raporlama ise veriyi bir araya getirme ve analiz etme için bir yöntem olarak ele almaktadır. Bu anlamda veri haberciliği, verileri yalnızca hikâyeleri bulmak veya geliştirmek için bir araç olarak kullanmaktan ziyade verilere daha fazla önem vermektedir. Bilgisayar destekli raporlama ve veri gazeteciliğinin amaç ve teknikleri bakımından aralarında bir fark olmasa bile "veri gazeteciliği" etiketinin ortaya çıkması, gelişmiş kullanıcı merkezli araçlarla bir araya getirilen, çevrimiçi olarak serbestçe erişilebilen veri hacminin ortaya çıktığı yeni bir aşamayı işaret etmektedir. Bilgisayar destekli raporlama ve veri odaklı gazetecilik, genellikle ilkinden türetilmiş olmasına rağmen, iki farklı uygulama olarak tanımlanmaktadır.

Bilgisayar destekli habercilik gibi bir diğer önemli terim olan hesaplamalı habercilik terimi, bilişim sistemleri ile gazeteciliğin ortak kullanılmasıyla ortaya çıkmıştır. Hamilton ve Turner'a göre (2009, s.3), hesaplamalı gazeteciliğin amacı gazetecilerin büyük miktarlarda verilerle araştırma yapmalarını sağlamaktır. Hesaplamalı habercilik, araştırmalar için gazetecilerin kullanacakları teknolojik araçların geliştirilmesine de odaklanmaktadır.

"Computatıonal Journalısm in Norwegian Newsrooms" adlı makalede, hesaplamalı gazetecilik Norveç haber odaları üzerinden incelenmektedir. Norveç'in en büyük 6 gazetesinde uzman uygulayıcılarla yapılan derinlemesine görüşmelere dayanan araştırma, hesaplamalı gazeteciliğin geleneksel (araştırmacı) gazeteciliğin bir devamı olduğunu ortaya koymaktadır. Makale hesaplamalı gazetecilik yapmak için gerekli olan beceri ve araçların tipik gazeteciden uzaklaşmasına rağmen değerler ve

amaçlar anlamında geleneksel gazetecilikle uyumlu olduğu varsayımına dayanmaktadır (Karlsen ve Stavelin, 2014, s.34-48).

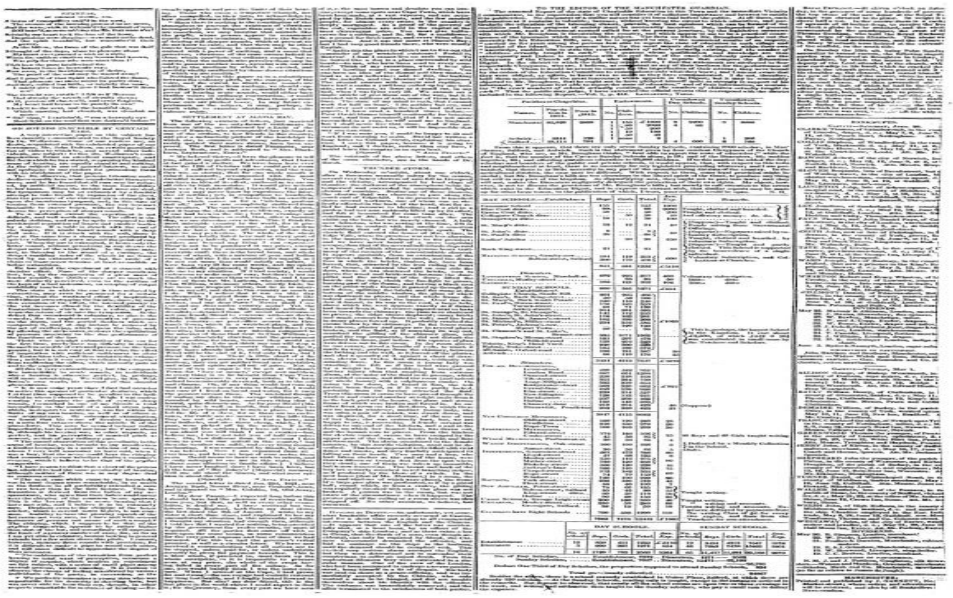
Dünya çapındaki haber kuruluşları tarafından yeni iletişim teknolojileri kullanılarak veri odaklı hikâye anlatımı üretilirken haber odalarında veri analizleri yapmak ve etkileşimli araçlar ve haber uygulamaları oluşturmak için programlama becerilerine giderek daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. "Computational Journalism in The UK Newsroom: Hybrids Or Specialists?" adlı makalede, bugüne kadar akademik araştırmaların çoğunun, gazetecilik ve programcının rollerinin birleştirildiği bir model önerdiği hesaplamalı gazeteciliğin ABD'deki gazetecilikte sınırlı kaldığını bu nedenle dünyanın diğer bölgelerindeki haber odalarında da çoğaltılmasının fizibilitesinin yapılması gerektiği anlayışından yola çıkarak ele alınmıştır. Makalede gazetecilik ve programlama becerilerinin ne ölçüde birleştirildiğini ve farklı profesyonel kimliklerin oluşturulmasını incelemek amacıyla Birleşik Krallıktaki iki haber kaynağı olan BBC ve Financial Times üzerinden bir keşif çalışması yapılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda gazetecilerin ve programcıların iki ayrı meslek olarak kabul edildiği ve görüşme yapılan haber odası personelleri tarafından melez bir rol fikrinin reddedildiği ortaya koyulmuştur. Bu bulgular, gazetecilik eğitimcileri için yenilikçi hikâye anlatma formatları üzerinde ihtiyaç duydukları teknik, beceri ve tutumları belirledikleri için değerlidir (Hannaford, 2015, s.8).

"Data Journalism in Sweden: Introducing New Methods and Genres of Journalism into "Old" Organizations" adlı makalede veri gazeteciliği, araştırmacı gazeteciliğin gelişen bir şekli olarak ele alınırken, İsveç'te veri gazeteciliğinin daha keşfedilmemiş olduğuna vurgu yapılmıştır. Makalenin amacı, İsveç'te bulunan 7 geleneksel medya şirketindeki veri haberciliğinin, eylem araştırma yöntemlerini kullanarak geliştirilmesine genel bir bakış sağlamaktır. Araştırmaya katılan gazeteciler ve editörlerle yapılan derinlemesine görüşmelere dayanan makalede elde edilen sonuçlar veri gazeteciliğinin ortak bir tanımının olduğunu gösterirken aynı zamanda gazeteciliğin yeni yöntem ve türlerinin geleneksel gazetecilikte yer alan kişilere ve kurumlara tanıtılması sürecinde veri haberciliğine yönelik tutumların, veri haberciliği çalışma yöntemlerinde algılanan deneyim düzeyi ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Makalede ayrıca veri haberciliğinin çalışma yöntemleri uygulanırken

karşılaşılan başlıca zorluklar, veri haberciliği becerilerinin geliştirilmesi ihtiyacını oluşturduğu sonucuna da varılmıştır (Appelgren ve Nygren, 2014, s.394-405).

2.4. Veri Gazeteciliği Örnekleri

Dünyada verilerin yaygın olarak kullanılmasının tarihi 16. yüzyıla kadar gitmektedir. 1600'lü yıllarda Londra'da belli bir ücret karşılığında ölüm ve doğum verilerinin haftalık olarak satılması ile verilere farklı değerler yüklenmeye başlanmıştır (Bowers, Rogers, Schwabish, 2017, s.5). Habercilik alanında verinin kullanılması ise 1821 yılına kadar uzanmaktadır (Rogers, 2013a). Bu tarihte Manchester'daki okullar ve okulların ücretleri üzerine verilere dayanılarak yapılan bir çalışma yer almaktadır. Bu çalışmanın, veriler temel alınarak yapılan ilk gazetecilik örneği olduğu kabul edilmektedir. The Guardian gazetesinde yayınlanan ve veri gazeteciliği örnekleri arasında kabul edilen bu haber, Manchester'da, okula giden öğrenci sayısını ve öğrenci başına düşen okul maliyetini listeleyen bir tablo içermektedir. Rogers'a göre, bu tablo ilk kez, ücretsiz eğitim gören öğrencilerin gerçek sayısının resmi rakamların gösterdiğinden çok daha yüksek olduğunu vurgulamaya yardımcı olmuştur.



Şekil 2: 5 Mayıs 1821 Tarihinde The Guardian Gazetesinde Yer Alan İlk Veri Gazeteciliği Haberi

Kaynak:https://www.theguardian.com/news/datablog/2011/sep/26/data-journalism-guardian

2008 yılında veri gazeteciliği kavramını kullanarak ilk çalışmaları başlatan kurumun Datablog'u kuran The Guardian Gazetesi olduğu bilinmektedir. Datablog'da siyasilerin yaptığı harcama verilerinin analiz edilerek görselleştirilmesi ve yayımlanması konuları ele alınmıştır. Fakat veri gazeteciliği infografik ve bilgisayar destekli habercilik gibi iki eski haber pratiğinin mirasçısı olarak görülmekte ve bazı araştırmacılar tarafından yeni bir kavram olarak ele alınmamaktadır. Buna gerekçe olarak araştırmacılar grafikler, çizelgeler, haritalar ve infografiklerden oluşan haberlerin, 19. yüzyılın sonlarına kadar gittiğine dikkat çekmektedir (Knight, 2015, s.55-56).

Ausserhofer ve arkadaşlarının (2017, s.1-24) yazdığı "The Datafication Of Data Journalism Scholarship: Focal Points, Methods And Research Propositions For The İnvestigation Of Data İntensive Newswork" adlı makale, 1996 ile 2015 yılları arasında yayınlanan veri gazeteciliği ile ilgili literatür taramasını içermektedir. Makalede 40 bilimsel çalışma seçilmiş, makaleler nicel ve nitel yöntemler kullanılarak oluşturulmuştur. Makalede içerisinde, Lugo-Ocando ve Brandao (2015) tarafından İngiltere'de gazetecilerin ürettiği haberleri analiz eden bir yazıyla Guardian Data Blog'un haber değerlerine, Loosen ve ark.'ın (2017), 2013 ve 2014 yıllarında veri gazetecilik ödüllerine aday gösterilen parçalara odaklandığı, Segel ve Heer'in (2010), çevrimiçi medyada yer alan 58 haberin veri haberciliğinin görselleştirmesi örneklerini incelemesi, Dick (2014) ise BBC News Online Specials ekibini gözlemleyerek 8 saat geçirdiği çalışması gibi farklı konu başlıkları yer almıştır. Ayrıca makalede veri gazeteciliğinde veri, hem bir süreç hem de bir ürün olarak konumlandırılmakta, gazetecilik sürecinin yanı sıra veri gazeteciliğinin özel bir sunum şeklinin olduğuna da vurgu yapılmaktadır.

"Clarifying Journalism's Quantitative Turn: A Typology for Evaluating Data Journalism, Computational Journalism and Computer Assisted Reporting" adlı makale, bilgisayar destekli gazetecilik, veri gazeteciliği ve hesaplamalı gazetecilik olmak üzere gazetecilik değerleri ve uygulamaları arasında örtüşen ve farklılaşan noktaları inceleyen üç nicelikli gazetecilik biçimini tanımlamakta ve karşılaştırmaktadır (Coddington,2015, s.331-348). Bu üç veri gazeteciliği biçimi ele alındığında farklı şekilde adlandırılmanın kökenleri, her birinin sahip olduğu kültürel

altyapıya sahiptir. Computer Assisted Reporting (CAR), sosyal bilimin modernle evlenme çabalarından doğmuş, veri gazeteciliği ve hesaplamalı gazetecilik ise meslek mensuplarının kesişiminden kaynaklanmaktadır.

Günümüzde siyasi, ekonomik ve sosyal hayata dair toplanan veri setleriyle veri gazeteciliği projeleri hazırlamaya devam eden Datablog dışında dünya genelinde veri gazeteciliği çalışmaları yapan diğer önde gelen kurumlar ise The New York Times "UpShot", "Indy100" Independent, ZeitOnline, The Washington Post "Wonkblog", FiveThirtyEight, Propublica, Datenschaetze, Datenjournalist, La Nacion Data, Badhessian.org gibi kurumsal gazete ve veri haber siteleridir (Bayraktar, 2018, s.73). Bu haber sitelerinde yer alan veri gazeteciliğine ilişkin örnekler veri gazeteciliğinin ne gibi farklı çeşitlerinin olduğunun anlaşılmasını da sağlamaktadır.

BBC News: İngiliz yayın kuruluşu BBC veri gazeteciliğini oldukça etkili biçimde kullanan yayın kuruluşlarından birisidir. BBC News web sitesi için veri gazeteciliği üreten ekip yaklaşık 20 gazeteci, tasarımcı ve geliştiriciden oluşmaktadır. BBC'de veri gazeteciliğinde haber üretimini gerçekleştiren ekip, veri projeleri ve görselleştirmelerin yanı sıra web sitesinde tüm infografik ve interaktif multimedya haberlerini de üretmektedir. Hurrell ve Leimdorfer (2012, s.31), BBC'de yer alan ekip üyelerinin özellikle verileri analiz etmeleri için Excel ve Google Dokümanlar gibi temel e-tablo uygulamalarını kullanmak konusunda uzman olması gerektiğini vurgulamaktadır.

BBC'de veri gazeteciliğinin ilk örneklerinden biri 1999 yılından itibaren okulların sınavlardaki başarılarını gösteren haritadır. BBC'nin bir başka başarılı veri gazeteciliği örneği ise, 1999-2010 yılları arasındaki tüm trafik kazalarının işlediği haberidir (http://www.bbc.co.uk/news/uk-15975564). Verilerden hareketle etkileşimli bir harita oluşturulmuş, haritada, kazanın nerede olduğu, nasıl olduğu, kaç kişinin öldüğü veya yaralandığı gibi temel bilgiler yer almıştır. Bu harita aynı zamanda trafikte riskli bölgeler hakkında da bilgi vermiştir.

BBC News web sitesi veri bölümünde haber editörü olarak çalışan Daniel Wainwright, BBC'nin veri gazeteciliği için çok önemli bir yapı taşı olduğunu ve sahte haber teriminin dolaştığı bir dönemde veri gazeteciliğinde haber üretim süreciyle gerçeği yansıtmanın ve yanlışı çürütmenin bir yolu olarak karşımıza çıktığını

söylemiştir. Wainwright ayrıca karmaşık haberlerin veri gazeteciliğinde haber üretim süreciyle daha anlaşılır hale geldiğini de dile getirmiştir **(**https://datajournalism.com/read/handbook/one/in-the-newsroom/data-journalism-at-the-bbc**).**

WikiLeaks: Medya kuruluşlarının veri gazeteciliğine yönelmelerinin en önemli nedenlerinden biri WikiLeaks belgeleridir. 2010 yılında WikiLeaks sürecinin başlaması veri gazeteciliği kavramının ön plana çıkmasını sağlamıştır. WikiLeaks süreci Amerikan ordusunun Afganistan savaşında tutmuş olduğu binlerce belgeyi açıklamasıyla başlamış, Julian Assange ismi ise WikiLeaks'ın ortaya çıkışında kilit rol oynayan gazeteci olarak hafızalara kazınmıştır (Roger, 2013a, s.71-72). WikiLeaks olayında yer alan veri tabanları 1,2 milyondan fazla dokümanla veri gazeteciliğinin gelişimine ve gelecekte olaylar arasındaki bağlantıların kurulmasında önemli rol üstlenmiştir (What is WikiLeaks?, 2011). WikiLeaks, büyük veri kümelerinin medya ve sivil toplum ortaklığıyla genel tabloyu resmetmek üzere etkin olarak kullanımına iyi bir örnektir. Belgelerin incelenmesi ve haber değeri olanların bulunup ayıklanması ancak veri gazeteciliği yöntemiyle mümkün olmuştur.

Bilgiye serbest erişim ve açık veri kaynaklarından dolayı veri gazeteciliği örneği olarak ele alabileceğimiz WikiLeaks'ın veri odaklı gazeteciliğinin gelişmesindeki önemli etkenlerden biri olarak görülmesinin üç ana sebebi vardır. Bunlardan ilki, büyük miktarlarda ham verinin analiz edilerek görselleştirilmesi ve hikâye diliyle anlatılması; ikincisi, sızıntıların uluslararası bir konu haline gelip kendi içerisinde kitle oluşturması, üçüncüsü ise, yurtdışında bulunan farklı medya kuruluşlarının olayı yakından takip ederek olaya yer vermesidir. Bu açıdan bakıldığında, yeni medyanın özelliklerinden "kitlesizleştirme" ve "eş zamansızlık" da WikiLeaks internet sitesinin özellikleri arasında yer almaktadır. Zira internete erişimi olup sitenin yayınladığı belgelere erişme olanağına sahip milyonlarca insan bulunmaktadır ve bu insanlar aynı zamanda söz konusu içeriklere istedikleri zamanda ulaşma imkânına sahiptirler.

WikiLeaks sitesinde bugüne kadar ortaya çıkan belgelerin "savaş, cinayetler ve tutukluluk, ticaret, şeffaflık, ifade ve basın özgürlüğüne baskı, diplomasi, casusluk, karşı istihbarat, ekoloji, iklim, doğa ve bilim, yolsuzluk, finans, vergiler, sansürleme

teknolojisi, internet filtrelemesi, tarikatlar ve diğer dini örgütler, şiddet, ihlal ve suistimal" gibi konular üzerine olduğu belirtilmektedir (Turgut, 2011, s.5). WikiLeaks ham verilerin dağıtımı sürecinde sadece ana akım medya organlarını kullanmamıştır. Uçkan ve Ertem'in aktardığına göre, ana akım medyanın kullanımını WikiLeaks stratejisinin sadece bir parçasıdır. Bu strateji, bağımsız gazetecileri, alternatif haber plâtformlarını, internet medyasını, ayna siteleri, Tor gibi anonim ağları, P2P ağlarını ve sosyal medyayı da kapsamaktadır (Uçkan ve Ertem, 2011,s.94-95). Veri gazeteciliğinin sızıntı kültürü ile başladığını belirten Dağ habercilerin daha sonra bir ekiple birlikte çalışmasının zorunlu hale geldiğine vurgu yapmaktadır:

> Veri gazeteciliği çok eskilere dayansa da, bu süreci bu çağda tekrar şekillendiren WikiLeaks dosyalarının medyaya sızmasıdır. Binlerce dosya ile başa çıkma, bunu bilgisayar desteğini alarak habere entegre etme ve bilgiyi tüm karmaşasına rağmen ham halinden en iyi filtrelenmiş, analiz edilmiş hale dönüştürme ihtiyacı haber odalarını programcılar, veri mühendisleri, hackerler, yazılımcılar, tasarımcılarla daha fazla çalışır hale getirmişti ve getirmeye de devam ediyor (Aktaran Mersin İmece Haber, 2018).

Veri odaklı gazeteciliğin iş akışına ilişkin olarak WikiLeaks adı verilen süreçte veri gazetecileri elde ettikleri büyük verileri kamu yararına kullanmakta ve bu süreçte WikiLeaks olayları içerisinde yer alan dokümanların görselleştirme kullanılarak veri gazetecileri tarafından anlatılması okuyucu için haberi anlamasını kolaylaştırmıştır.

The New York Times "UpShot": 2014 yılında Upshot ismini verdiği internet site üzerinden veri gazeteciliği yapmaya başlamış olsa da The New York Times gazetesinin 2009 yılında verilere dayanarak hazırlamış olduğu işsizlik etkileşimli grafikle veri gazeteciliği yapmaya başladığını söylemek mümkündür. The New York Times Upshot isimli internet sitesinin kurulmasının iki nedeni olduğunu söyleyen David Leenhardt bunlardan ilkinin birçok insanın aktarılan haberleri anlamadıklarını ve büyük, karmaşık hikâyeler içinde kaybolduklarını düşündükleri için böyle bir sitenin kurulması ihtiyacının ortaya çıktığını dile getirmiş ve *"insanlar, politik kampanyaları, emlak ve hisse senedi piyasalarını kavramak ve bu haber öykülerini arkadaşlarına, akrabalarına ve meslektaşlarına olayı neden ve sonuç ilişkileriyle açıklamak istiyorlar"* sözleriyle açıklamıştır.

Leenhardt, Upshot adlı internet sitesinin kurulmasının ikinci nedenini ise internetin ve dijital verilerin yayılmasının gazetecilere yeni fırsatlar yaratması olarak

açıklamaktadır. The New York Times Upshot'ın okuyucuların farklı öyküler arasında bağlantı kurmasına ve bu hikâyelerin birbirine nasıl uyduğunu anlamasına yardımcı olan bir gazetecilik üzerine inşa edildiğini ve haberin ele alınırken neden yaşandığı ve gelecekte ne olacağı konusunda analitik bilgiler verdiğini ve böylece konuyla ilgili okuyucuların geçmişle ilgili bilgi sahibi olmasının yanı sıra gelecekle de ilgili çıkarımlar yapabileceğini aktarmıştır. Upshot'ın diğer internet sitelerinden farkı gazetecilerle okuyucular arasında aktif olarak etkileşime fırsat tanımasıdır. İnternet sitesinde verilere dayalı raporlama yapılırken veri setleri açık bir şekilde okuyucuya sunulmaktadır (Leonhardt, D. 22 Nisan, 2014).

Five Thirty Eight: ABD'de seçim tahminleri üzerine yoğunlaşan Five Thirty Eight Blogu 2009 yılında The New York Times'ın uzantısı olarak yayın yapmaya başlamış ve Nate Silver tarafından kurulmuştur. 2014 yılında ise ESPN tarafından satın alınmıştır. Veri gazeteciliği yapan internet haber sitelerinden bir tanesi olan Five Thirty Eight ismini ABD'deki Seçmenler Kurulu'nu oluşturan 538 delegeden almaktadır. 20 kişilik bir çalışma ekibine sahip olan blogta politika, ekonomi, bilim, yaşam ve spor konularına odaklanarak veri haberleri üretilmektedir (https://fivethirtyeight.com/features/what-the-fox-knows/). Haber üretimininde açık verinin öneminin farkında olan blog, aynı zamanda gazetecilere 2014'den itibaren üretilmiş veri içeriklerine ücretsiz olarak, farklı formatlarda ulaşım imkânı da sunmaktadır.

Washington Post- Wonkblog: Washington Post gazetesinde Ezra Klein 2009 yılında Wonkblog'u kurmuş ve 2014 yılında gazeteden ayrılana kadar bu blog veri gazeteciliğinin popüler sitesi haline gelmiştir. Wonkblog hala aktif bir şekilde ekonomi, enerji, sağlık ve ulaştırma konularında veriye dayalı haberler üretmektedir. Washington Post'tan ayrılan Ezra Klein, 2014'te Melissa Bell ve Matthew Yglesias ile birlikte Wox Media'yı kurmuştur. "Wox haberi açıklar" sloganıyla hareket eden sitede siyasetten ekonomiye, kültüre, pek çok alanda veri gazeteciliği kullanılarak haberleri üretilmektedir.

Luxemburg Leaks (Lüksemburg Sızıntıları): Luxembourg Leaks, 2014 yılında Uluslararası Gazeteciler Konsorsiyumu (ICIJ) tarafından Lüksemburg'un Avrupa'nın ortasında bir vergi cenneti olarak nasıl çalıştığını küresel ölçekte ilk kez

ortaya çıkaran ve her ülkeyi ilgilendiren verilerin analiz edildiği bir örnek olarak ele alınmaktadır. Uluslararası Araştırmacı Gazeteciler Konsorsiyumu, 26 ülkede 80'den fazla muhabirle işbirliği yaparak Lüksemburg hükümeti tarafından dünyanın en büyük şirketlerine verilen özel vergi anlaşmalarını düzenleyen yaklaşık 28 bin sayfa sızdırılmış gizli belgeyi analiz etmiştir. ICIJ ve dünyada birlikte çalıştığı medya ortakları veri analizi, raporlama ve çevrimiçi işbirliği araçlarını kullanarak konuyla ilgili veri gazeteciliği çalışmaları yürütüp analiz edilen verileri hikâyeleştirerek okuyuculara sunmuştur (ICIJ, 5 Kasım, 2014).

Swiss Leaks (İsviçre Sızıntıları): 2015 yılı başındaki Swiss Leaks (İsviçre Sızıntıları) olarak adlandırılan haber veri gazeteciliğinin bir başka örneği olarak sayılmaktadır. İngiliz bankası olan HSBC'de (The Hongkong and Shanghai Banking Corporation) 2007 yılına ait bilgilere dayanarak milyarlarca dolar vergi usulsüzlüğü yapıldığı ileri sürülmüştür (Reuter ve Garcia, 2008). Fransız gazetesi Le Monde'nin ifadesine göre usulsüzlüğün ortaya çıkarılmasındaki araştırma sürecinde 130'un üzerinde gazeteci görev almıştır (Serge, Lhomme ve Davet, 2015). Sızıntılarda yer alan bilgilerin 2007 yılına ait oluşu veri gazeteciliği görevini yerine getiren habercilerin o döneme ait ilgili kurum ya da devlet kademelerinde yer alan görevlilerle bağlantı kurmaları ve olay örgüsünü ona göre şekillendirmeleri üzerine işlemiştir. Türk medyasında HSBC skandalı olarak adlandırılan haberlerde uyuşturucu ve silah kaçakçılarının, politikacıların, ünlülerin İsviçre'deki HSBC şubesinde gizli hesaplar açtıkları ve vergi kaçırdıkları anlatılıyordu. Uluslararası Gazeteciler Konsorsiyumu bu iki sızıntı haberiyle 2015 yılında veri gazeteciliği ödülünü kazandı.

Panama Belgeleri: 2016 yılında Uluslararası Araştırmacı Gazeteciler Konsorsiyumu'nun ortaya çıkardığı Panama Belgeleri veri gazeteciliğinin bir diğer örneğidir. Panama Belgeleri, Mossack Fonseca isimli hukuk firması tarafından 1970'li yıllardan günümüze kadar off-shore hesaplar üzerinden vergi kaçırıldığını göstermiştir. Bu belgeler üzerinde 400'e yakın gazeteci çalışmış ve 2.6 terabayt büyüklüğündeki 11.5 milyon belgeyi veri gazeteciliği yaparak halkı bilgilendirmiştir. Konsorsiyum, yaptığı veri gazeteciliği haberi sayesinde 2017 yılında "Açıklayıcı Habercilik" kategorisinde Pulitzer ödülü kazanırken aynı zamanda Global Editors Network tarafından verilen veri gazeteciliği ödülünün de sahibi olmuştur. Uluslararası

Araştırmacı Gazeteciler Konsorsiyumu'na benzer şekilde Los Angeles Times Gazetesinde de, veri bilimcilerinden oluşan "datadesk" adı verilen bir birim kurulmuştur. Bu ekip eyaletler, belediyeler, polis, mahkeme, okullar v.b. kurumlardan gelen milyonlarca veriyi analiz etmekte, anormal harcamaları bulup üzerinde çalışmalar yaparak ses getiren haberlere imza atmaktadır.

Dünyada veri gazeteciliğinin ne durumda olduğunu, veri gazeteciliği anlamında nelerin değerli ve önemli olduğunu kavramak için uluslararası veri gazeteciliği ödülleri önemli ve kullanışlı bir ölçüttür. Veri gazeteciliği ödülleri Küresel Editörler Ağı (Global Editors Network) tarafından verilmektedir. Bu kuruluş dünyanın dört bir yanındaki haber odalarında dijital yeniliği teşvik etmek amacıyla kurulmuş olup, 6 binin üzerinde editör ve medya yöneticisini içinde barındırmaktadır.

Tasarlanmış çeşitli programlarla haber odalarını güçlendirmek ve medyada içerik ve katılımla yeniliğine ve sürdürülebilir bir gazetecilik amacıyla kurulan Küresel Editörler Ağı, haber medyasının bilgi özgürlüğünü ve bağımsızlığını arttırmaya yönelik çabaları desteklemektedir. Ayrıca, editörler laboratuvarı, veri gazeteciliği ödülleri ve uluslararası veri gazeteciliği topluluğu olan "Data Journalism Den" olmak üzere 3 ana başlık kapsamında çalışmalar yapmaktadır. Bu kapsamda düzenlenen veri gazeteciliği ödülleri, büyük medya gruplarından bölgesel gazetelere, basın derneklerine, araştırma gruplarından, girişimci gazetecilere kadar birçok farklı alanda katılımcılardan oluşmaktadır.

2012-2018 yılları arasında düzenlenen bu veri gazeteciliği yarışmalarına katılım sayısı, kategorilerin başlıkları, veri gazetecilği ödüllerini alan projelerin içerikleri veri gazeteciliğinin hem yıllar içindeki değişimine işaret etmekte hem de veri gazeteciliğinin tanımına katkı sağlayacak özellikleri ortaya koymaktadır. Genel bir çerçeve olması açısından öncelikle 2012-2018 yılları arasında ülke bazında veri gazeteciliği ile ilgili haberlerin dağılımına ilişkin verileri değerlendirmek yerinde olacaktır. Bu verilere ilişkin aşağıda sunulan tabloya göre; veri gazeteciliği alanında en çok çalışma yapan ülkeler arasında ilk sıralamayı 507 tane veri haberiyle Amerika Birleşik Devletleri, ikinci olarak 263 adet veri haberiyle İngiltere, üçüncü sıralamayı ise 106 adet veri haberciliği yapan Almanya ve İspanya almıştır.

Tablo 3- Ülke/Şehirlere Göre Veri Gazeteciliği Haberlerinin Dağılımı[i]

Amerika Birleşik Devletleri (507)	Güney Kore (38)	Meksika (17)	Tunus (6)	Rusya (2)
Birleşik Krallık (263)	Japonya (37)	Çek Cumhuriyeti (16)	Afganistan (5)	Somali (2)
Almanya (106)	Portekiz (36)	Senegal (15)	Gürcistan (5)	Ürdün (2)
İspanya (106)	Mısır (34)	İsrail (12)	Şili (5)	Bolivya (1)
Fransa (86)	Polonya (34)	Danimarka (11)	Moldova (5)	Bulgaristan (1)
Avusturalya (80)	Güney Afrika (33)	Kolombiya (11)	Küba (4)	Ermenistan (1)
Hindistan (77)	Avusturya (29)	Norveç (11)	Slovakya (4)	Etiyopya (1)
Brezilya (75)	Belçika (25)	Suudi Arabistan (7)	Uruguay (4)	Filistin (1)
Kanada (67)	İsveç (22)	Lübnan (9)	Bosna Hersek (3)	Hırvatistan (1)
İtalya (65)	Romanya (21)	Gana (8)	Nepal (3)	Irak (1)
Endonezya (55)	Honk Kong (17)	Kenya (8)	Venezuela (3)	İran (1)
Arjantin (54)	Kosta Rika (20)	Macaristan (8)	Yeni Zelanda (3)	Kazakistan (1)
Filipinler (43)	İrlanda (19)	Peru (8)	Bangladeş (2)	Libya (1)
Hollanda (43)	Singapur (19)	Sırbistan (8)	Barundi (2)	Makedonya (1)
İsviçre (43)	Finlandiya (18)	Türkiye (7)	Kamboçya (2)	Malavi (1)
Nijerya (42)	Pakistan (18)	Katar (6)	Kamerun (2)	Sao Tome (1)
Çin (40)	Ukranya (18)	Tayvan (6)	Malezya (2)	Slovenya (1)
				Toplam: 2439

Kaynak: http://community.globaleditorsnetwork.org/projects

İkinci olarak veri gazeteciliği ödüllerinin hangi kategori başlıkları kapsamında verildiğine bakacak olursak; Global Editörler Ağı tarafından düzenlenen Veri Gazetecilik Ödülleri farklı kategorilerde verilmekte ve her yıl yeni kategoriler eklenmektedir. Genel olarak veri gazeteciliği ödüllerinde 11 farklı kategorinin yer aldığı görülmekte ve her yıl farklı alanda bir kategori eklenmektedir. Bu kategoriler ve içerikleri aşağıda sıralanmıştır.

Yılın veri görselleştirmesi haberi/projesi: Bir veya birkaç veri kümesine dayalı en iyi etkileşimli veya statik görselleştirme projelerine ya da haberlerine verilen ödüldür. Gazetecilik amacıyla yapılan haberde verilerin kullanılması önemlidir.

Yılın incelenmesi haberi/projesi: Veri toplama ya da veri analizini kullanan gazetecilerin haberlerinin konusunun, kamunun bilgi edinme ihtiyacını giderecek şekilde veri temelli araştırılmasın kökenine dayanarak kazanılan ödül kategorisidir.

Yılın haber veri uygulaması projesi: Etkileşimselliğin önemli olduğu bu kategoride haber konusunun hem kullanıcı katılımlı olması hem de veriler kullanarak açıklama sağlaması önemlidir.

Yılın veri gazeteciliği web sitesi: İçeriğin kalitesi, kapsam ve sıklığı temel alan, en iyi verilere dayalı gazetecilik web sitesi.

Son dakika haber bültenlerinde verinin kullanımı: Son dakika olaylarında kullanılan verilerin ilk 36 saatte nasıl kullanıldığına odaklanan ve en iyi verilere dayalı gazetecilik projesi ortaya çıkmasını temel alan kategoridir.

Açık veri: Veri temelli gazetecilik projelerini ve hikâyelerini oluşturmak için verinin açık olmasını temel alan kategoridir.

En iyi bireysel portföy: Oluşturulan haberin içeriğinin kalitesini ve kapsamını konu alan kategoridir.

Halkın seçimi: Halk tarafından en çok okunan beğenilen haberin seçilmesidir.

Küçük haber odaları: 30 kişi veya daha az çalışanı bulunan kuruluşlara verilen ödül kategorisidir.

Büyük haber odaları: 30 kişi veya üzeri çalışanı bulunan kuruluşlara verilen ödül kategorisidir.

Yılın öğrenci ve genç veri muhabiri: 28 yaşın altındaki tüm veri gazetecilerine açık olan ödül, veri gazeteciliğindeki yeni yeteneklerin, hala eğitim görürken veya mesleki kariyerinin başlarında yapılan projeler için seçkin çalışmaların ele alındığı kategoridir.

Veri gazeteciliği ödülleri bize yıllar bazında gazetecilikte ele alınan haberler konusunda bilgi verirken aynı zamanda konuları derinlemesine incelememizi sağlamıştır. 2012 ve 2018 yılları arasında ele alınan veri gazeteciliği ödülleri başvurularının yıllara göre dağılımı aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 4- Veri Gazeteciliği Ödüllerinin Yıllara Göre Dağılımı

YILLAR	KATILIM
2012	300
2013	72
2014	75
2015	482
2016	470
2017	573
2018	86
	Toplam: 2058

Kaynak**:** http://community.globaleditorsnetwork.org/projects

2012-2018 yıllarında veri gazeteciliği ödüllerine başvuran projelerin konularına bakıldığı zaman % 48,2'lik oranla daha çok politika konularının ağırlıklı olduğu görülmüştür. İkinci sırayı sosyal olaylar alırken, üçüncü sırayı ise ekonomi çalışmalarıyla alakalı konular almıştır. Projelerde, görselleştirme anlamında çubuk, pasta, harita gibi farklı grafik türlerinin kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Loosen, Reimer ve Schmidt (2017, s.1-26) tarafından yazılan "Data Driven Reporting– An On-Going (R)Evolution?: An Analysis Of Projects Nominated For The Data Journalism Awards 2013–2016" adlı makalede 2013'ten 2016 yılına kadar veri gazeteciliği ödüllerine aday gösterilen projeler, veri kaynakları ve türleri, görselleştirmeler, etkileşimli özellikler, konular ve üreticiler üzerinden incelenmektedir. Makalede elde edilen araştırmanın sonucuna bakıldığında veri gazeteciliği için ele alınan örnekler gazetelerin ve araştırmacı gazetecilik örgütlerinin projelerini, resmi kurumların kamuya açık verilerinin yanı sıra basit görsel anlatımları olarak ortaya çıkmaktadır.

Ödüllere ilişkin yapılan değerlendirmelerden de anlaşıldığı üzere veri gazeteciliğine ilişkin olarak dünyada yaşanan gelişmeler ülkeler bazında farklılıklar göstermektedir. Her ülkenin kendi siyasal, ekonomik, kültürel, toplumsal özelliklerine ve gazetecilik alanının yapısına göre veri gazeteciliği farklı şekilde biçimlenmektedir. Buna göre Türkiye'de veri gazeteciliği dünyadaki örnekleriyle kimi ortak özellikler taşısa da kendine özel bir gelişim ve değişim çizgisi izlemektedir.

Türkiye'den Veri Gazeteciliği: Her ülkenin kendine özgün koşulları, tarihi nedeniyle veri gazeteciliğinin hızı, gelişim yönü, işleyiş biçimi ve bu alanda çalışanların karşılaştıkları zorluklar, avantajlar da farklılaşmaktadır. Teknolojik gelişmelerin hızlı bir şekilde yayılması ve küreselleşmeyle birlikte dünyada yer edinen veri gazeteciliği uygulamalarının Türkiye'de de haber üretim süreçlerine yansıması aslında eskilere dayanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında veri gazeteciliği Türkiye'deki gazeteciler için de farklı anlamlar kazanmıştır. Tarihçe açısından bakıldığında, Türkiye'de verilerle haber yapılmasının başlangıç tarihinin 1900'lü yıllara dayandığı görülmektedir. Cumhuriyet gazetesinde 1930 yılında veremle ilgili yapılan bir haber için veriler kullanılmıştır.



Şekil 3: Cumhuriyet Gazetesinde Verilerle İlgili Haber Örneği

Kaynak: http://www.gecmisgazete.com

Türkiye'de 1930 yıllında Hakimiyeti Milliye Gazetesinde bir bankanın verilerini kullanarak okuyuculara neden tasarruf yapmaları gerektiğini bir çizimle anlatılmıştır. Bu da günümüzdeki anlamıyla olmasa da Türkiye'de verilerle yapılan haber örneklerine benzerlik göstermektedir.



Şekil 4: Hakimiyeti Milliye Gazetesinde Verilerle İlgili Haber Örneği

Kaynak: http://www.gecmisgazete.com

1970 yılında da Milliyet gazetesinde gıda ürünlerine yapılan zammı veriler ve istatistikle anlatan bir haberin yer alması verilerle habercilik yapılmasının Türkiye'de de yeni olmadığının bir kanıtı niteliğindedir.



Şekil 5: Milliyet Gazetesinde Verilerle İlgili Haber Örneği

Kaynak: http://www.gecmisgazete.com

Veri gazeteciliğine ilişkin yapılan akademik çalışmalar açısından bakıldığında Türkiye'de yapılan sınırlı sayıda çalışma olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Veri gazeteciliğiyle doğrudan ilgili çok az sayıdaki yüksek lisans tezinden iki tanesi öncü çalışmalar olmaları açısından değerlidir. Bunlardan ilki 2017 yılında "Türkiye'de Veri

Gazeteciliği Uygulamalarına Yönelik Bir Nitel Araştırma" adıyla yapılmıştır. Bu çalışmada veri ve veri kullanımının medya alanındaki durumu ele alınarak, veri gazeteciliği konusunda eğitim sahibi ya da tecrübesi olan 8 kişiyle yarı-yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Ana akım medya, alternatif medya ve serbest gazeteci temsilcileriyle yapılan görüşmeler sonucunda, ana akım medyanın, daha fazla ekipmana sahip olmasına rağmen, veri gazeteciliğine fazla zaman ve çaba sarf etmediği ancak sınırlı bütçeli ve daha az sayıda çalışanı olan alternatif medyanın veri gazeteciliğinde daha fazla çaba harcadığı bulgusuna ulaşılmıştır (Oran, 2017).

Veri gazeteciliğiyle ilgili yapılan bir diğer tez çalışması da, "Türkiye'de Veri Gazeteciliği: Medya Profesyonellerinin Veri Gazeteciliği Algısı Üzerine Bir Araştırma" adı ile yapılan yüksek lisans tezidir. Çalışmada, 151 medya çalışanının veri gazeteciliğine olan ilgileri ve veri gazeteciliği hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları anlaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmada Sergio Splendore tarafından geliştirilen "Veri gazeteciliği Anketi" ölçeği kullanılmıştır. Ankette elde edilen bulgulara göre, medya kurumlarının daha çok veri haberleri üretmesi için teşvik edilmesi, medya çalışanlarına bu konuda eğitimler verilmesi ve kamu kurumları ve diğer şirketlerin veri gazeteciliği için en önemli gereksinimlerinden biri olan veriyi açık bir şekilde paylaşması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Bayraktar, 2018).

Yüksek lisans tezlerinin dışında Türkiye'de yer alan kitap bölümlerinin içerisinde çok az sayıda makale yayınlanmıştır. Doğu'nun (2015, s.181-197), "Veri Haberciliği: Demokratik Medya İçin Olanaklar" adıyla yazdığı makale, veri gazeteciliğinin, haberlerin üretim rutinlerindeki değişiklikler, açık veri politikaları ve büyük veri kavramı bağlamında nasıl konumlandırıldığı incelemekte ve Türkiye'de veri gazeteciliği üzerinde yapılan çalışmalar arasında yerini almaktadır. Dağ'ın (2015, s.1-32), "Gazeteciliğin Geleceği: Veri Gazeteciliği" adlı makalesinde, dünyada ve Türkiye'de veri gazeteciliğinin nasıl ele alındığı, bugün veri gazeteciliğinin haber merkezlerinde nasıl anlaşıldığı ve neden gerekli olduğu örneklerle ele alınmıştır.

Aslan, Bayrakçı ve Küçükvardar'ın (2016, s.55-70), "Bilişim Çağında Geleneksel Gazeteciliğin Dönüşümü: Veri Gazeteciliği" adlı makalesinde veri gazeteciliği kavramı ve süreçleri ele alınmış olup veri gazeteciliği kavramının gazetecilik anlayışına etkisi tartışılmıştır. Makalede elde edilen sonuca göre, haberin

veriler ile hikâyeleştirilerek sunulması ve açık verilerin haberde kullanılması okuyucunun habere güvenilirliğini sağlamaktadır. Çelik ise (2017, s.169-181), "Değişen Habercilik Anlayışı: Veri Gazeteciliği" adlı makalesinde internet teknolojilerindeki gelişmelerin yarattığı farklılıklar ve yenilikler kapsamında büyük veri kavramını ele alarak haber üretim pratiklerindeki değişimini veri gazeteciliği üzerinden ele almıştır. Bu çalışmada, veri gazeteciliği ve veri haberciliği süreçleri konusunda hangi becerilere sahip olunması gerektiği örneklerle açıklanmıştır.

Kürkçü (2018, s.101-116), "Veri Gazeteciliği: Gazeteciliğin ve Gazetecilerin Geleceği" adlı makalesinde gazetecilerinin yeni iletişim teknolojileriyle birlikte haber yapış şekillerinin değiştiğine vurgu yaparken gazetecilerin veri gazeteciliği yapabilmeleri için sahip olması gereken teknoloji kullanımı becerilerinin de artması gerektiğine değinmiştir. Ayrıca açık verilerin veri gazeteciliğinde haber üretim süreçlerinde kullanılarak daha demokratik ve şeffaf bir yönetim düzeni ortaya koymayı amaçlamasının veri gazeteciliğini daha ön plana çıkardığı sonucuna varılmıştır. 21. yüzyılda gazetecilikte büyük verinin kullanımı ile birlikte haberlerin daha okunur kılınması için gazetecilikte infografik kullanımını ele alan "Veri Gazeteciliğinde İnfografik Kullanımı" adlı makalede, veri gazeteciliğinin bir türü olarak değerlendirilen infografikler, örnekleriyle birlikte ele alınıp incelenmiştir (Can, Koz, Işık, 2018, s.156-171).

Veri gazeteciliğinin örnekleri geçmişte de görülmüş olsa da geçmişten günümüze bakıldığında, tanımladığımız anlamda veri gazeteciliği dijital iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte 21. yüzyılda yapılmaya başlanmıştır. Pınar Dağ tarafından 2012 yılında kurulan verigazeteciliği.com sitesi, Türkiye'de veri ile gazetecilik yapma pratiklerini geliştirmek ve desteklemek için gazeteciler, tasarımcılar, editörler, yazılımcılar, iletişim öğrencileri ve akademisyenler için bir haber ve kaynak noktası olma yolunda önem taşımaktadır.

Veri gazeteciliği, 2013 yılında bazı gazeteciler ve akademisyenler tarafından yazılan köşe yazılarında ya da makalelerde yer almıştır. Mine Gencel Bek (Şubat,2013) Milliyet gazetesinin internet sitesinde "Dijital Çağda Yeni ve Değişen Gazetecilik" adıyla yayınlanan yazısında veri gazeteciliğinin ne olduğuna ve nasıl yapılması gerektiğine dikkat çekerken dünyada yapılan veri gazeteciliğinden örnekleri

de ele almış ve veri gazeteciliğinin önemine değinmiştir. Cemre Zekiroğlu (2015) "Gaia" adlı dergide yayınlanan "Google Maps Evinizin Sular Altında Kalıp Kalmayacağını Gösteriyor" adlı yazısında veri gazeteciliğinde görsel anlamda haritaların kullanıldığı ve bu kapsamda ele alınan örneklere yer verildiği görülmektedir.

Birçok bilginin internet ortamında bulunması ve verilerin sistematik halde olmamasından dolayı Türkiye'de veri gazeteciliği, büyük verilerle baş etmek için önemli bir gazetecilik pratiği olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de veri gazeteciliği gazetecilik pratikleri arasında yerini yeni yeni almaya başlamıştır. 2012-2018 yılı aralığına bakıldığında Türkiye'de veri gazeteciliği yarışmalarına katılan sadece 6 adet haberin olduğu gözlemlenmiştir. Haberin yılları ve başlıkları ise şöyledir:

Tablo 5- Türkiye'nin Veri Gazeteciliği Ödüllerine Katıldığı Haberlerin Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Yayınlandığı Platform	Haber Başlığı
2015	Dağ Medya	Türkiye'de Ölen İşçilerin Açık Veritabanları (Open Database of Deceased Workers in Turkey)
2016	avvg.org.tr	School of Data Turkey
2016	Dağ Medya	Son 10 yılda Din eksenli eğitimin değişimi
2017	Noon Post	Altın Generalleri (The Generals of Gold)
2017	Turkey Blocks	Türkiye'de gerçek zamanlı kitlesel sansür raporlama platformu engelleniyor (Turkey Blocks realtime mass-censorship reporting platform)
2017	siddetsizeylem.org	Türkiye'de kadınların öldürülme haritası (Femicide map in Turkey)

Kaynak:

http://community.globaleditorsnetwork.org/search?search_api_views_fulltext=turkey

Günümüzde kullanılan anlamıyla veri gazeteciliğinin Türkiye'de yapılan ilk projesi 2011-2015 yılları arasındaki işçi ölümlerine (http://platform24.org/veri-gazeteciligi/598/kasim-ayinda-en-az-134-isci-hayatini-kaybetti) ilişkin verilerin Türkiye haritası üzerinde görselleştirilerek hangi şehirde kaç işçinin iş kazalarında öldüğü bilgisinin edinilebilmesi amacıyla Dağ Medya tarafından yapılmıştır. 2015

yılında gerçekleştirilen Veri Gazeteciliği Ödülleri Ön Jüri Seçkisi olarak projeyle yarışmaya başvurulmuş fakat ödül alamamıştır.

Türkiye'de veri gazeteciliği anlamında önemli adımlardan biri de, Açık Veri ve Veri Gazeteciliği Derneği ve School of Data Turkey'in kurulmasıdır. Kurulan bu dernekle, toplumda veri okuryazarlığını artırmak, veri ve açık veri konusunda toplumu bilgilendirmek amaçlanmıştır. Ayrıca School of Data Turkey adıyla kurulan kuruluş ise, dünyada açık veri ve veri gazeteciliğiyle ilgili faaliyetler yürüten benzer kuruluşlarla ortaklıklar geliştirerek, veri gazeteciliği konusunda farkındalık yaratmak amacıyla Türkiye'de eğitim, atölye, konferans vb. etkinlikler düzenlemektedir.

Dağ Medya'nın bir başka projesi, Türkiye'deki İmam Hatip Liselerinin durumuyla ilgili olarak 2006-2015 yılları arasında hazırlanan veri gazeteciliği haberidir (https://dagmedya.net/85244-2/). Haber, Milli Eğitim Bakanlığı eğitim istatistiklerinden yararlanarak öğrenci sayıları, öğrencilerin cinsiyeti, öğretmen sayıları, derslik sayıları gibi konularda etkileşimli grafikler hazırlanarak oluşturulmuştur. Altın Generaller adlı proje, Mısırlı askeri generallerin ve işadamlarının ilişkilerinin iç içe geçtiğini veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde ağ görselleştirmelerle ortaya koymuştur. Bu projeyle, ordunun ve iştiraklerinin iç içe geçmiş ve karmaşık ağları konusunda halkın bilinçlendirilmesidir. Türkiye Blokları ise Türkiye'de kitlesel sansür olaylarını izleyen, veri odaklı bir gerçek zamanlı sansür izleme ve dijital şeffaflık gazeteciliği projesidir. Proje, son dakika haber gazeteciliğini otomatik veri analizi ile birleştirerek, Türkiye'de acil durumlarda internet ve sosyal medya kesintileri gibi sansür olaylarını veri gazeteciliğiyle sunmaktadır.

2017 yılında Şiddetsizlik Eğitim ve Araştırma Merkezi tarafından oluşturulan şiddetsiz eylem takvimi de veri gazeteciliği örneklemi olarak ele alınacak çalışmalardan biridir.

"www.siddetsizeylem.org" (http://www.siddetsizeylem.org/tumu/liste) adlı internet sitesinde 90'lı yıllardan başlayarak çevre, savaş karşıtı ve kadın hareketleri kapsamında gerçekleştirilen eylemler veriler aracılığıyla listeleme ve haritalama yöntemiyle verilmektedir. Üç ayrı hareket kapsamında toplamda 117 farklı şiddetsiz eylemin yer aldığı sitede, kullanıcılar yer, tarih, eylem tipi, gerçekleştirenler olayların sonuçlarını görme gibi ayrıntılı arama seçeneği bulunmaktadır. Sitede yer alan veri

tabanları kullanıcının yeni veri girmesine açık olarak tasarlanmış olup kullanıcıların veri tabanında yer almasını düşündüğünü eylemleri siteye yüklemesine imkân sağlamaktadır.

Diğer bir örnek ise genelizleyici.com (https://blog.genelizleyici.com/) adıyla sosyal medya izleme ve veri gazeteciliği platformu alt başlığıyla yer alan internet sitesidir. 2016 yılında siyaset ve medya konu başlıklarıyla yayınlanmaya başlayan veri gazeteciliği haberleri etkileşimli haritalarla desteklenmektedir. Journo.com sitesi ise, medya profesyonellerine yönelik bağımsız bir dijital platform olarak kendini tanımlamakta ve yeni medya yayıncılığı, gelişen haber üretim teknolojilerine ve gazetecilerin yaşamına odaklanarak haberler oluşturmaktadır. Kendi kategorileri altında veri gazeteciliğini alt dal olarak ele almasa bile sitede veri gazeteciliğiyle ilgili haberlere rastlamak mümkündür.

Türkiye'de veri gazeteciliği örnekleri arasına 2018 yılında giren ve dijital gazetecilik akademisi olarak anılan "newslabturkey" (https://www.newslabturkey.org/) adlı internet sitesi, The Guardian ve İsveç Başkonsolosluğu tarafından fonlanmakta olup veri gazetecilerinin kullanacağı araçlara ve veri gazeteciliğiyle ilgili haberlere yer vermektedir. Doç. Dr. Sarphan Uzunoğlu'nun öncülüğünde oluşturulan internet sitesi gazetecilerin modern anlamdaki ihtiyaçlarını karşılamak için kurulduğuna dikkat çekerek Türkiye'de gazetecilerin kendi projelerini kurabilmeleri ve sürdürebilir hale getirmek amacı taşımaktadır. Gazetecilerin dijital yeteneklerini her zaman hatırlayabilmesi, veri gazeteciliği yapabilmesi için araçlara sahip olması için oluşturulan internet sitesi, gazetecilerin ulaştıkları bilgilerle her yerde habercilik yapmalarını kolaylaştıracaktır. "Newslabturkey" adlı internet sitesinde yer alan alet çantası bölümünde veri gazeteciliği yapmak için araçların olduğu bir bölüm yer almaktadır (Medyascope.tv, 03 Ekim 2018).

Orman'ın, (27 Eylül 2018, BİA Haber Merkezi) "Dijital Gazetecilik Akademisi NewsLabTurkey Açılıyor" başlıklı haberinde Doç. Dr. Sarphan Uzunoğlu'nun şu sözlerine yer verilmiştir; *"Teknolojiye adapte olmuş, hikâye anlatmayı bilen yeni kuşak gazeteciler yetiştirmeyi, sektördeki gazetecileri ise daha donanımlı hâle getirmeyi hedefliyoruz"*.

Türkiye'de veri gazeteciliği için önemli adımlardan biri olan ve 2018 yılında açılan Newslab adlı internet sitesi, Türkiye'de veri gazeteciliği konusunda gazetecileri bilgilendirmek ve onlara veri gazeteciliği araçlarını sağlamak için önemli örneklerden birini oluşturmaktadır.

Özetle, dünyada veri gazeteciliği konusunda yapılan haberlerin çok eski olduğu görülmekte ve dünyada yer alan önemli medya kuruluşlarının veri gazeteciliğiyle ilgili çalışmalara Türkiye'den çok erken başladığı sonucuna varılmaktadır. Türkiye'de ise veri gazeteciliğiyle ilgili sınırlı miktarda çalışma karşımıza çıkmaktadır. Çalışmalar genellikle Türkiye'de veri gazeteciliğinin durumuna ve veri gazetecilerinin aktörleri olarak nitelendirilen gazetecilere odaklanmıştır. Türkiye'de veri gazeteciliği örnekleri ele alındığında ise geçmişten günümüze üretilen haberlerde verilerin kullanıldığı fakat Türkiye'de yeni iletişim teknolojileri kullanılarak veri gazeteciliğinin yaygınlık kazanmasının 2012 yılından sonra olduğu görülmektedir.

2.5. Dünyada ve Türkiye'de Veri Gazeteciliği ve Eğitim

Dünyada ve Türkiye'de veri gazeteciliğinde eğitim ile alakalı birçok çalışma ve araştırma yer almaktadır. Bölüm 3'te ayrıntılı olarak bahsedilen bilgi açığı/uçurumu/gediği kuramı, medya yoluyla yayılan bilgilere eğitim almış ve sosyal ekonomik statüsü yüksek kişilerin ulaşma oranının, dar gelirli, ekonomi statüsü düşük kişilere göre daha yüksek olduğunu savunmaktadır. Mutlu'nun da (2004, s.48) belirttiği gibi *"eğitim almış kişiler medya üzerinden verilen mesajları daha çabuk ve doğru alma eğilimindedirler"*. Bu nedenle dünyada ve Türkiye'de veri gazeteciliği eğitimi önem kazanmaktadır. Bu kapsamda ilk olarak veri gazeteciliği ve eğitim sürecinin dünyada nasıl ele alındığına bakılacak, ikinci olarak ise Türkiye'de veri gazeteciliğinde eğitim süreci incelenecektir.

John Mair'in editörlüğünü yapmış olduğu "Data Journalism: Mapping the Future" adlı kitabı, veri gazeteciliğinin ne olduğu, veri gazeteciliği için becerilerin nasıl geliştirilebileceğini, yerel, ulusal ve uluslararası anlamda veri gazeteciliğinin yansımaları ve son olarak da veri gazeteciliğinde eğitim konularının ele alındığını önemli bir kaynaktır (Mair, Keeble Lance, Bradshaw ve Beleaga, 2013). Kitap

içerisinden veri gazeteciliği ve eğitim konusunda Liz Hannaford (2014, s.175-187) tarafından yazılan "Recalculating the newsroom: The rise of the journo-coder? adlı makaleye baktığımızda veri gazeteciliğinde teknoloji kullanım becerilerinin çok önemli olduğu, veri gazetecilerinin kodlama konusunda çok iyi olmasa bile kodlama hakkında en azından birazcık bilgiye sahip olması ve birlikte çalışabilir olmayı öğrenmeleri gerektiği üzerine vurgu yapılırken bu özelliklerin okullarda eğitimle alınabileceğine değinilmiştir.

Veri gazeteciliğine ilişkin yapılan literatür taramalarında karşılaşılan araştırma makalelerinin önemli bir kısmının veri gazeteciliğinde eğitimin önemine ve etkisine odaklandığı görülmektedir. Örneğin, "Veri Haberciliğinde Eğitim Stratejileri: Altı Avrupa Ülkesinin Karşılaştırmalı Bir Çalışması" (Educational strategies in data journalism: A comparative study of six European countries) adlı makalede 6 farklı Avrupa ülkesinde (Almanya, İsviçre, Hollanda, İtalya, Polonya ve Birleşik Krallık) yüksek öğretimde veri gazeteciliği eğitimi veren kurulumlarda eğitim alan 16 kişiyle derinlemesine görüşmeler yapılarak veri gazeteciliğinin eğitim ile ilişkisi ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Araştırmanın sonucunda veri gazeteciliği üzerine çalışan kurumlar ya da kuruluşlarda yer alan eğitimcilerin 16 kişisinden 10'unun akademik olmayan bir alt yapıya sahip oldukları görülmüştür (Splendore, Di Salvo, Eberwein, Groenhart, Kus ve Porlezza, 2016, s.146).

Dünyada da veri gazeteciliğinde eğitim veren kurumlara göz atıldığında özellikle Avrupa Gazetecilik Merkezi veya Gazetecilik Araştırmacı Merkezinin öncü rol oynadığı görülmektedir. Akademik boyutta olmayan bu merkezler veri gazeteciliği ile ilgili ücretsiz çevrimiçi kurslar ve materyaller sunmaktadır. Almanya, Hollanda ve Birleşik Krallık da, veri gazeteciliği eğitimi hem akademik hem de mesleki müfredat öğrencileri için nispeten yaygın bir şekilde sağlanmaktadır. Bu ülkelerde meslek kuruluşları (diğer bir deyişle medya şirketleri, sendikalar ve dernekler) veri gazeteciliğiyle ilgili kısa süreli eğitim programları düzenlemektedir.

Tablo 6- Avrupa Ülkelerinde Veri Gazeteciliği Eğitimi Veren Eğitim Kurumları

	ALMANYA	HOLLANDA	İNGİLTERE	İŞVİÇRE	POLONYA	İTALYA
AKADEMİ	*TU Dortmund Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation Universität Bamberg *Hochschule Magdeburg	*ilburg University *Groningen University *University of Amsterdam *Leiden University *Utrecht University	*City University in London *Cardiff University *Birmingham City *University of London	*University of Zürich *Maria Curie-Skłodowska University	*Strzeminski Academy of Art	*University of Bologna *International School of Advanced Studies
MESLEK	*Berliner Journalismschule *Leipzig School of Media	*Fontys School of Journalism *Utrecht School of Journalism *Windesheim School of Journalism	*Centre for Investigative Journalism	* Die Schweizer Journalistenschule	N.A.	*Perugia International Journalism Festival
PROFESYONEL	*Medien akademie of the broadcaster ARD/ZDF *Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V.(dernek)	NJV Academy European Journalism Centre Groene Amsterdammer and others Journalisten-Training B. Oswald	*Online webminars BBC Academy Journalism.co.uk webinars	N.A.	*Media Lab Katowice Gazeta Wyborcza and Press with Google	N.A.
YURTTAŞ	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	*EuroHack e-learning on the DataBlog.pl	Associazione OpenPolis and Associazione giornalismo investigative Fondazione Ahref OpenCoesione

Kaynak: https://medium.com/ucd-ischool/where-in-the-world-can-i-study-data-journalism-44c006e55ea5

Ynag ve Du tarafından yazılan (2016) “Büyük Veri Çağında Hikâye Anlatımı: Hong Kong Öğrencilerinin Veri Gazeteciliğine Hazır Olma Durumları ve Tutumları” (Storytelling in the Age of Big Data: Hong Kong Students’ Readiness and Attitude towards Data Journalism) adlı makale kapsamında veri gazeteciliği konusunda 121 gazetecilik öğrencisiyle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen sonuca göre gazetecilik öğrencileri veri gazeteciliği konusunda yeterli bilgiye sahip değildir. Verilerle çalışan gazetecilik öğrencileri veri gazeteciliği konusunda pek ılımlı yaklaşım sunmamaktadır. Veri gazeteciliği alanında çalışan kişilerin verilerle ve teknolojiyle arasının iyi olmasının gerekli olması ve öğrencilerin sayılarla çalışmaktan korkmaları ve onların veri gazeteciliği konusunda çalışmalarını engellediği anlaşılmıştır. Makalede yer alan araştırmanın odaklandığı soru HongKong’da veri gazeteciliği dersi alan öğrencilerin bilgi, kariyer ve özel beklentilerinin neler olduğu ve bu beklentilerin, düşüncelerin yıllara ve cinsiyete göre dağılımının nasıl olduğu sorusudur. Makalenin sonucunda, gazetecilik öğrencilerinin veri gazeteciliğini derinlemesine anlamadığı, eğitim alan öğrencilerden erkeklerin kadınlara göre daha fazla bilgi sahibi olduğu ve veri gazeteciliği eğitimi veren kişilerin yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır (Yang, Du, 2016).

2016’da yayınlanan “Veri Gazeteciliğini Öğretmek: Yenilik, Etki ve Sınırlılıklar” (Learning To Teach Data Journalism: Innovation, İnfluence And Constraints) adlı makalede ise, veri gazeteciliğinin İngiltere’de eğitimin içeriğinde nerede ve nasıl olduğunu ele alınmıştır. Araştırmada gazetecilik eğitiminde iki ana sorunun var olduğuna dikkat çekilmiştir. Bunlardan ilki öğrencilerin pratik kazanarak sektöre hazırlanması, diğeri ise gazetecilik anlamında eleştiri yapacak hâkimiyete sahip olmalarının önemi üzerinde durulmuştur. Makalede, Veri gazeteciliğinin eğitiminin yeri nedir?, Veri gazeteciliği öğrencilere seçmeli mi yoksa zorunlu ders olarak mı sunulmaktadır? Veri gazeteciliği dersi kapsamında teori, uygulama ve deneyin kullanım dengesi nasıl olmalıdır?, Veri gazeteciliği 'mesleki' ve 'akademik' gazetecilik eğitimi arasındaki algılanan bölünmüşlüğün ötesine bizi götürebilir mi? sorularına yanıtlar aramıştır (Hewett, 2016).

Berret ve Phillips ise (2016, s.33), Amerika'da bulunan 113 gazetecilik programını veri gazeteciliği açısından ele aldığında bu programlardan neredeyse yarısının veri gazeteciliği kursu sunmadığını ve çoğu kursun giriş düzeyinde olduğunu tespit etmiştir. 113 program üzerinden 59'u veri gazeteciliğinde raporlama konusunu ele alırken 27'si veri gazeteciliğine girişi, 18'i ise veri gazeteciliğinde elektronik tabloların, istatistiksel yazılımların, ilişkisel veri tabanlarının veya programlamanın kullanıldığı dersleri sunmaktadır. Martin (2017, s.463), Amerika Birleşik Devletleri'nde 4 yıllık eğitim veren gazetecilik programlarını incelendiğinde bu programların hiçbirinin kendi istatistik dersini vermediğini, gazetecilik dersi veren programların istatistik dersi ihtiyacını farklı fakülte ve bölümlerden karşıladığı sonucuna ulaşmıştır.

Johnson (1992, s.31-34), gazetecilik okullarının veri gazeteciliği öğretme becerisi olmak üzere, veri gazeteciliği konusundaki bilgilerin genişletilmesi için veri gazeteciliğinin müfredata eklenmesi gerektiğini ve bu konuda az çalışma yapıldığını belirtmiştir. Veglis ve Bratsas (2017, s.225-244) tarafından yazılan "Reporters in The Age Of Data Journalism" adlı makalede veri gazeteciliği Yunanistan'da bulunan gazeteciler üzerinden irdelenmiştir. Yunanistan'da internet gazeteciliği yapan gazetelerin çoğunluğunun veri gazeteciliği konusunda fikir sahibi oldukları fakat Johnson'ın da belirttiği gibi veri gazeteciliği konusunda eğitimin eksik olduğu sonucuna varılmaktadır. Heravi ise (2018, s.9), 24 ülkede yer alan 219 veri gazeteciliği modülünü ve programlarını incelemiş ve dünyada yalnızca 25 üniversitede veri gazeteciliği programının var olduğu sonucuna ulaşmıştır. Heravi, çok az sayıda programın ileri düzeyde veri analizini yaptığını ve ileri düzeyde eğitim veren programların yüksek lisans derecesinde olduğunu belirtirken genellikle ülkelerde açılan veri gazeteciliği programlarının veri gazeteciliğini anlamak için oluşturulan başlangıç seviyesindeki programlar olduğunu belirtmiştir.

Türkiye'de veri gazeteciliğine ilişkin eğitim durumuna bakıldığında veri gazeteciliği ile ilgili en büyük sorunlardan biri eğitimdir. 2018 yılında, Türkiye'de yer alan üniversitelerde 62 iletişim fakültesi bulunmaktadır. Bu iletişim fakültelerinin içerisinde 84 bölümde lisans düzeyinde gazetecilik ile ilgili eğitimi verilmektedir. Ancak, bu 84 programın ders içerikleri incelendiğinde sadece 16'sında veri haberciliğiyle ilgili derslere yer verildiği görülmektedir. Büyük verilerle ilgili kurslar bulunmakta ve bu kurslar çoğunlukla "yeni medya ve gazetecilik" altındadır. Bu nedenle, veri haberciliği eğitiminin şu anda iletişim fakültelerinde yaygın olmadığını söylemek mümkündür (Oran, 2017, s.47). İlk adımlardan biri olarak 2014 yılında Kadir Has Üniversitesi'nde Yeni Medya bölümünde veri gazeteciliği dersinin verilmeye başlandığı görülmektedir. İlgili fakültelerde eğitimler olmadığı için veri gazeteciliğinde eğitimin önemini kavrayan bazı medya kuruluşların ve üniversitelerin düzenlenen atölyeler sayesinde veri gazeteciliği eğitimi aldığı görülmektedir. Örneğin artık dijitale geçen Habertürk gazetesinin veri gazeteciliğine önem verdiği ve bu konuda gazete çalışanları atölyeler düzenlendiği görülmektedir (Dağ, Ağustos 2018).

Akademik çalışmaların yanı sıra gerek akademisyenlerin gerekse gazetecilerin bu konuya artan ilgisi çerçevesinde pek çok değerlendirme, köşe yazısında veri gazeteciliği ele alınmaktadır. Yeni gelişen bir alan olmasının da etkisiyle, gerek yurt içine gerekse yurt dışında ve akademi dışı araştırmalarda da veri gazeteciliğinde eğitim boyutu öne çıkan bir başlık olmuştur. Buna göre, veri gazeteciliğiyle ilgili Türkiye'de yer alan kurumların ve uzmanların açıkladığı görüşler[ii] ve düzenledikleri atölyelerde[iii] ağırlıklı olarak veri gazeteciliği yaparken sahip olunması gereken becerilerin ve eğitimin önemi üzerinde durulmuştur.

Özetle, veri gazeteciliği üzerine yapılan çalışmaların, alternatif bir yaklaşım ya da açılım getirme potansiyelini ve veri gazeteciliği alanında ortaya çıkan avantajları ve dezavantajları ortaya koymaya çalıştığı anlaşılmaktadır. Bu süreçte dünyada ve Türkiye'de veri gazeteciliği alanında yaşananlar ve süregelen tartışmalar veri gazeteciliği döneminde haber üretim süreçlerinin nasıl etkilendiğini anlamak için temel öneme sahiptir. Veri gazeteciliği ile ilgili yapılan literatür çalışmaları ele alındığında, gazetecilik anlamında mesleki üretimin sorgulanması, haberlerin analiz edilerek veri gazeteciliğinin alt yapısının irdelenmesi ve veri gazeteciliği ile

geleneksel haberciliği karşılaştıran çalışmaların yapıldığı gözlemlenmektedir. Veri gazeteciliğinin gelecekte daha fazla tartışılacak konular arasında yeri alacağı ve yeni iletişim teknolojilerinde gazetecilerin araçları kullanmaları gerektiği konusu üzerinde de durulmaktadır.

BÖLÜM 3. HABER ÜRETİM PRATİKLERİ BAĞLAMINDA VERİ GAZETECİLİĞİ

Haber alma insanlık tarihi boyunca iletişim en önemli ihtiyaçlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması sonrasında iletişimin en temel kavramlarından biri de haber olmuştur. Bu nedenle iletişim alanında yapılan kuramsal araştırmaların önemli bir kısmı doğrudan haber üzerinde odaklanmış ya da dolaylı olarak haberin özellikleri, yapısı, üretimi, alımlanması vb. üzerine yapılmıştır.

Diğer taraftan teknolojik gelişmelerin hızla gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte enformasyonun ve haberin yapısı, üretimi, ulaşılabilirliği, tüketimi gibi konularda köklü değişimler yaşanmıştır. Bu değişimler gazetecilik pratiklerini de etkilemiş, yeni tanımların ve kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Çevrimiçi gazetecilik, çözüm gazeteciliği, ağ gazeteciliği, veri tabanı gazeteciliği, multimedya gazeteciliği, internet haberciliği ve mobil gazetecilik olarak adlandırılan gazetecilik uygulamaları ortaya çıkmıştır. Bunların arasında en dikkat çeken alt alanlardan biri veri gazeteciliği kavramıdır.

Bu çerçevede, çalışmanın bu bölümünde önce haber üretim süreçlerini anlamak üzere haber üzerine kuramsal çalışmalar ele alınmaktadır. Daha sonra habere ilişkin bu yaklaşımlar da dikkate alınarak veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinin özellikleri, belirlenen bir dizi başlık altında değerlendirilmektedir. Çalışmanın uygulama kısmında Türkiye'de gazetecilerin, veri gazeteciliğine ve veri gazeteciliğinde haber üretim sürecine ilişkin yaklaşımları bu başlıklar üzerinden analiz edilmektedir.

3.1. Haber Üretiminde Farklı Yaklaşımlar

Haber üretimi bağlamında medyanın etkileri liberal ve eleştirel yaklaşım olarak iki farklı şekilde incelenmektedir. İletişim alanındaki çalışmları sınıflandırmak üzere 1982 yılında Stuart Hall "anadamar" ve "eleştirel" araştırma ayrımını ortaya koymuştur (Hall, 1982, s.52-53). John Fiske (2014, s.72) ise literatürdeki iletişim çalışmalarını "süreç/etki çalışmaları" ve kültürel çalışmalar olmak üzere iki ayrı

şekilde sınıflandırmıştır. İki yaklaşım türü de iletişim alanına farklı pencerelerden haber konusunda da farklı yaklaşımlara sahiptir.

3.1.1. Haber Üretiminde Liberal Yaklaşımlar

Liberal anlayışın bir düşünce akımı olarak ortaya çıkması 17. yüzyılda Amerika Birleşik Devletleri'ne dayanırken bu akımın iletişim modellerine uyarlanışı ise 1920'ler de gerçekleşmiştir. Çoğulcu-liberal toplum değerlerini korumak üzerine medyanın işlevsel olarak kullanıldığı liberal iletişim araştırmalarının temelini medyanın etkileri oluşturmaktadır. Bu yaklaşımda iletişim süreci, iletilerin aktarımı olarak görülmekte, alıcı, aktarıcı ve kodlamayı hedef alan çalışmalar yapılmaktadır (Yaylagül, 2016, s.45).

Haber üretimi açısından liberal çoğulcu yaklaşım; demokratik toplumlarda her ideoloji ve düşüncenin serbetçe dolaştığı varsayımından hareketle, medyayı toplumsal olay ve gerçekleri yansıtan bir ayna olarak tanımlamakta ve nesnellik, tarafsızlık ve dengelilik gibi değerleri en önemli kavramlar olarak ele almaktadır. Bu anlayış çerçevesinde medya yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olarak görülmektedir. Medyanın dördüncü güç olarak tanımlanması halkın isteklerini duyurmada ve iktidarın işlevlerini yerine getirip getirmediğini denetlemede medyanın diğer üç güç üzerinde gözetim rolü üstlenmesi anlamına gelmektedir (Tılıç, 2009, s.58).

"Basın toplumun aynasıdır" görüşünü savunan liberal çoğulcu yaklaşım, etik meslek ilkeleri gereği gazetecilerin ve medyanın izleyiciye/okuyucuya doğru bilgi aktaracağını ve bu bilgilendirmenin demokrasi için önemli olduğu görüşünü savunmaktadır (Tılıç, 2009, s.58). Gurevitch, Bennett, Curran ve Woollacott (1982, s.7) liberal çoğulcu yaklaşımı şöyle özetlemektedir:

> Çoğulcular toplumu bütünüyle hiçbirinin hakim olmadığı rekabet halindeki grup ve çıkarlardan oluşan bir kompleks olarak görürler. Medya örgütleri bağımsız olsalar dahi, medyanın kontrolü yine büyük ölçüde özerk bir yöneticinin elindedir. İzleyiciler ise liberal çoğulcu yaklaşımda, gereksinimlerine uygun olarak medyayı manipüle etme kapasitesinde kişiler olarak görürler.

Liberal basın anlayışı anlamak ve kavramak adına liberal basın düşüncesinin hâkim olduğu dönemde yer alan iletişim kuramlarını ele almak faydalı olacaktır. İletişim araştırmalarının ilk temsilcileri ve kurucu babaları Paul F. Lazarsfeld, Harrold

D. Laswell, Carl I. Howland ve Kurt Lewin 1930'lu yılların başlarında çalışmalar yapmaya başlamışlardır. Lasswell siyasal yaklaşım, Lazarsfeld alan araştırması yaklaşımı, Lewin küçük grup yaklaşımı, Hovland ise deney yaklaşımı konusunda çalışmalar yapmıştır (Tokgöz, 2015b, s.33).

Bu kapsamda liberal yaklaşımlarda ele alınan çalışmalara iletişimin işleyişini açıklayan modeller üzerinden bakıldığında Lasswell ile Shannon ve Weaver'ın iletişim modellerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Lasswell'e göre (1948), iletişimin temel işleyişi kime, kime, hangi kanaldan, hangi etkiyle, ne söyler şeklinde formüle edilmektedir. Kim – iletişim sürecini başlatan, sürece rehberlik eden kişiyi, Kime - mesajın ulaştırılmak istediği birey, toplum ya da topluluğu, kanal- söz, yazı, teknolojik araç vb. şeyler ile iletilen mesajı, Etki – mesajın alıcı üzerindeki yarattığı etkiyi, Ne - ise ileti, içerik, mesajı betimlemektedir. Harold Lasswell, II. Dünya savaşı döneminde yaptığı çalışmalarla işlevselci yaklaşımın temelini oluşturmuştur. Lasswell'e göre, medya mesajları bireylerin duyguları üzerinde bir kursun ya da sihirli mermi etkisi yaparak insanların düşünce ve eylemlerinde değişikliğe sebep olup istenilen şekilde tepki vermelerini sağlamaktadır (Tılıç, 2009, s.59).

Lasswell modelinden sonra ortaya çıkan Shannon ve Weaver'ın enformasyon akışının matematiksel modeli, Lasswell modelinden farklı olarak "gürültü" kavramını ön plana çıkarmaktadır. Gürültü, kaynaktan hedefe aktarılan ileti esnasında herhangi bir gürültü olması durumunda içerikteki anlamın hedefe ulaşmayacağı ve beklenen ölçüde etki oluşmayacağı varsayımına dayanmaktadır. Shannon ve Weaver'ın modelinde gönderici tarafından gönderilen ileti, teknik bir takım süreçlerin etkisiyle alıcıya farklı bir anlamsal içerikle ulaşabilmektedir. Alıcı, göndericinin iletmek istediği içeriği alırsa, göndericinin beklentilerini karşılamaktadır.

İletişimin işleyişini açıklayan diğer modeller ise Westley ve Maclean'ın kitle iletişim modeli ve DeFleur'un birleştirici iletişim modelidir. İletişimi karşılıklı işleyen bir süreç olarak tanımlayan Westley ve Maclean'in kitle iletişim modelinde geri besleme öğesi yer alırken, DeFleur'un birleştirici iletişim modeli adından da anlaşıldığı gibi Shannon'dan gürültü öğesini, Westley'den ise geri besleme öğesini almıştır. Westley ve Maclean'in kitle iletişim modeli; kaynak, gönderici, alıcı arasında doğrusal bir ilişkinin olmadığını bunun yerine dairesel bir döngü olduğu varsayımını

dile getirmektedir. Defleur'un modelinde yer alan gürültü ve geri besleme öğesine iletişimin her aşamasında karşılaşılabildiği için döngüsel bir iletişim söz konusudur (Güngör, 2013, s.63-64).

George Gerbner'ın genel iletişim modeline baktıldığında ise diğer modellerden farklı olarak iletişim sürecinde yer alan iletinin ne hakkında olduğu ve erişime odaklandığı görülmektedir. Bilgiye erişimden sonra nasıl algılandığı konusu üzerinde çalışmalar yapan Gerbner, bilginin kimlerin bakış açısından, kimlerin denetiminden, kim tarafından, hangi algıyla alımladığı soruları üzerinde durmaktadır. Gönderici, kanal, araç, geri besleme, kanaat önderleri ve alıcı olarak iletişimin akışını etkileyen tüm ögeler bu model içerisinde yer alırken, Gerbner'a göre bu öğeler sürekli hareket halindedir (Güngör, N., 2013, s.68).

Tarihsel olarak yukarıda özetlenen belli başlı iletişim modellerini de içini alan iletişim kuramları farklı biçimlerde dönemselleştirilmektedir. İletişim çalışmalarını "etki çalışmaları" çerçevesinde dönemselleştiren McQuail bu alanda yapılan çalışmaları tarihsel olarak 3 dönemde ele almaktadır. McQuail'in (1983, s.9) yaptığı sınıflandırmada 1930'ların sonuna kadar kitle iletişim araçlarının inanç ve düşünceleri şekillendirme, yaşam alışkanlıklarını, aktif olarak davranışların değiştirme ve politik sistemi etkilemede karşı konulmasına karşın güçlü etkilere sahip olduğu kabul edilmiştir. 1940'lardan 1960'ların başlarına dek uzanan ikinci dönemde, deneysel yöntemlerin ağırlık kazanmasıyla birlikte kitle iletişim araçlarının etkilerinin sınırlı kaldığı tezi ön plana çıkmıştır. 1960'lardan sonra ise yeniden kitle iletişiminin etkilerinin fazlalığı yönündeki görüşler ağırlık kazanarak günümüze dek varlığını sürdürmüştür.

Kuzey Amerika ve Batı Avrupa ülkelerinde kitle iletişiminin etkilerine yönelik çalışmalarda daha çok araçların güçlü etkilere sahip olduğuna yönelik düşünceler ön plana çıkmıştır. 1930'lara dek süren bu dönemde kitle iletişim araçlarının güçlü etkilerini açıklamak amacıyla Şırınga (iğne) Kuramı ya da Gümüş (Sihirli) Mermi Kuramı gibi görüşler ileri sürülmüştür. Kitle iletişim sürecini açıklayan ilk; ancak oldukça etkili modeller olan bu kuramlarla, kitle iletişim araçlarının bir "iğne" ya da "mermi" gibi izleyenlere hemen etki ettiği ve onları istediği yöne yöneltebildiği görüşünü ele almıştır (McQuail, 1983, s.9).

1940'lardan 1960'ların başlarına dek uzanan ikinci dönemde, deneysel yöntemlerin ağırlık kazanmasıyla birlikte kitle iletişim araçlarının etkilerinin sınırlı kaldığı tezi ön plana çıkmıştır. Sınırlı etki araştırmaları kapsamında iki aşamalı akış, eşik bekçiliği ve yeniliğin yayılımı modeli yaklaşımı da ortaya çıkmıştır (Aktaran Dağtaş, 2000, s.256). Kitle iletişim araçlarının rolünün sınırlı olduğu ele alan kuramlardan ilki olan, iki aşamalı akış modeli Elihu Katz ve Paul Lazarfeld tarafından geliştirilmiş ve iletişim sürecinin iki aşamada gerçekleştiğini öne sürmektedir. Gönderici tarafından kodlanan ileti, alıcı tarafından açımlanacağı sırada kanaat önderinin devreye girmesi ve iletişim modeline dâhil olması, insanların kitle iletişim araçlarından mesajı alırken algı sürecinde etki yapması iki aşamalı modeli oluşturmuştur (Güngör, 2013, s. 103).

Sınırlı etkiler modellerinden ikincisi olan kanalın stratejik bir kısmının kontrol edilmesini ifade eden eşik bekçiliği kavramı Kurt Lewin'e ait bir kuramdır. Lewin, 1947 yılında Human Relations'da yayınlanan 'Grup Yaşamının Kanalları' isimli çalışmasında ilk kez 'eşik alanları' tanımını kullanmıştır. Lewin'e göre, enformasyon her zaman 'eşik alanları' olan bazı kanallardan geçerek aktarılmaktadır. Lewin'e göre eşik bekçisi, denetim yoluyla kanaldan akan bilgi ya da malın gruba ulaşıp ulaşmayacağı konusunda karar veren kişi olarak tanımlanmaktadır (Aktaran Alver, 2011, s.212).

White, Lewin'in eşik bekçiliği tasarımından farklı olarak editörü, bağımsız karar verici olarak basitleştirmiştir. White, günlük yayın yapan bir Amerikan gazetesinde çalışan editörün, hangi haberleri niçin eşikten geçirdiğini ve geçirmediğini incelemiş, gazetelerde yayınlanacak haberlerin seçilmesindeki ilişkileri ve işleyişi eşik bekçiliği kavramından yararlanarak çözümlemiştir (Aktaran Alver 2011, s.213).

Temel işlevi topluma haber ve bilgi sunmak olan kitle iletişim araçlarına her gün değişik kanallardan yüzlerce bilgi ve belge ulaşmaktadır. Ancak kitle iletişim araçlarına ulaşan haber materyallerinin tümü haber haline dönüşmemekte ve kamuoyuna ulaşma şansı bulunmamaktadır. Kitle iletişim araçlarından mevcut haber bolluğu içinden hangisinin kullanılacağına karar veren haberciler, fotoğrafçılar, editörler, yorumcular, yazı işleri müdürleri, genel yayın yönetmenleri ve medya

sahipleri eşik bekçisi olarak işlev görürler. Bu kimseler, hangi olayın, hangi sırada ve ne süreyle haber olacağına karar verirler. White ve Lewin'in ele aldığı eşik bekçiliği kavramına baktığımız zaman temel medyada hangi olayın, hangi nedenle yer aldığı, hangi haberin nasıl ve ne kapsamda yayınlanacağının kim tarafından belirlendiği soruları ön plana çıkmaktadır (Aktaran Toruk, 2008, s.170).

Sınırlı etkiler modelleri kapsamında değerlendirilen yeniliklerin yayılması modeline göre, üçüncü dünya ülkelerinin gelişip kalkınması için teknoloji ve gerekli çalışma alışkanlıklarının kazandırılması gerekmektedir. Rogers ve Shoemaker tarafından geliştirilen yeniliklerin yayılması yaklaşımı, kırsal kesimlerde yaşayan ve geleneksel tutum ve değerlere sahip olan kişilerin yeniliklerin öğrenmesini ve modern davranışları benimsemelerini amaç edinmiştir. Bu yaklaşıma göre yenilikler bilgi, ikna, karar ve onaylama aşaması olmak üzere dört aşamada yayılmaktadır. Bilgi aşaması, kişinin sahip olduğu özellikleri, kültürel birikimi; ikna aşaması yeniliğin bireye sağlayacağı avantajları; karar aşaması bireyin yeniliği benimsemesi ya da kararını değiştirmesini; son olarak ele alınan onaylama aşaması ise bireyin yeniliği onaylamasını ya da sürekli ret etmesini açıklamaktadır (Tokgöz, 2015b, s.254).

Kullanım ve doyumlar yaklaşımı, gündem belirleme, medya sistemleri bağımlılığı, bilgi gediği ve suskunluk sarmalı modeli medyanın sınırlı etkiden güçlü etkiye geçtiği konusunu ele alan modeller arasında yer almaktadır (Tokgöz, 2015b, s.283). İletişim kuramları açısından yaklaşım ve modeller arasında kesin çizgiler çizilmesi mümkün olmasa da bu yaklaşım ve modellerde ilk modellerden farklı biçimlerde de olsa etkinin güçlü olduğuna yeniden vurgu yapıldığı görülmektedir.

Medya etkisi üzerine yapılan araştırmalar sadece medyanın tek taraflı etki yapmadığını, bireyler tarafından bilgi ve gereksinimlerini karşılamak için de kullanıldığını ortaya çıkarmıştır. Katz'ın ele aldığı kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı insanların medyayı bilgi edinme ve eğlence gibi belli hazları gidermek için kullandığı varsayımına dayanmaktadır (Tılıç, 2009, s.59). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı kitle iletişim araçlarının halka ne yaptığından çok "halkın bu araçlarla ne yaptığına" dikkat edilmesi gerektiği görüşü üzerine odaklanmaktadır. Yaklaşım Lasswell, Shannon ve Weaver Modeli ve Lazarfeld modelinden farklı olarak karar

mekanizmasında bireye odaklanarak, izleyicinin seçim yapmasına dikkat çekmenin yanı sıra izleyicinin de aktif olduğunu öne sürmektedir.

Medyanın etkisi açısından bir diğer önemli kavram olan gündem belirleme kavramının isim babaları Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw'dır. 1968 yılında gerçekleştirilen Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanlık seçimlerinde medya gündemindeki konuların önemlilik sıralaması sorgulayan çalışmasıyla "gündem belirleme" kavramını tanımlamışlardır. Bu yaklaşımına göre "gündem" kavramı, zamanın belirli bir noktasında önemlilik sırasına göre dizilmiş konu ya da olayların listesi biçiminde tanımlanmaktadır. Gündem sıralamasına giren olayın ait olduğu kategori ya da konu ise "gündem maddesi" olarak tanımlanmaktadır (McCombs, Shaw, 1972, s.177). Gündem belirleme yaklaşımı, medyada öne çıkan konuların kamunun zihninde de önemli olarak algılandığını ve dolayısıyla medyada ve kamuoyunda önemli görülen konulara karşı siyasilerin de duyarsız kalamayacağını açıklamaya çalışır (Yüksel, 1997, s.571-586).

Bağımlılık modeli ise 1975 yılında DeFleur ve Sandra Ball Rokeach tarafından geliştirilmiş olup kuram bireylerin bilgi almak için kitle iletişim araçlarına bağlılığını ele almaktadır. Kitle iletişim araçları ile toplumsal sistemin arasında karşılıklı olarak bir bağ olduğu ifade edilen modelde, bireyler ne kadar medya araçlarıyla zaman geçirirse medyanın etkilerinin de o kadar fazla olacağı vurgusu yapılmaktadır (Tokgöz, 2015, s.292-293). Bağımlılık modelinde ele alınan, modern toplumlarda yaşayan bireylerin medya araçlarına bağımlı oldukları ve toplumsal yaşamlarını yönlendirilmek üzere kitle iletişim araçlarını kullanmalarıdır. Bu modelde medya araçları, modern toplumun sosyal örüntüsünün önemli bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

Bilgi açığı/uçurumu/gediği kuramı, ilk olarak 1970 yılında ABD'de Minnesota Üniversitesi'nde çalışan Phillips J. Ticheneor, George A. Donohue ve Clarice N. Olien'ın "Kitle Medyasının Akışı ve Bilgideki Farklı Büyüme'' adlı çalışmaları ile birlikte ortaya çıkmıştır (Güz ve Yanık, 2017, s.2). Bilgi açığı/uçurumu/gediği modeline göre, medya yoluyla yayılan bilgilere eğitim almış ve sosyal ekonomik statüsü yüksek kişilerin ulaşma oranı, dar gelirli, ekonomi statüsü düşük kişilere göre daha yüksektir. Eğitim almış kişiler medya üzerinden verilen mesajları daha çabuk ve

doğru alma eğilimindedirler (Mutlu, 2004, s.48). Teknolojinin kullanımıyla, sosyoekonomik faktörlerin arasında bağ bulunduğunu ve bilgi farkının bu şekilde ortaya çıktığının savunan bu kuram, temelde ekonomik alanın barındırdığı eşitsizliklerin kültür alanında yeniden üretildiğini varsayarak, medyanın herkese bilgi veriyormuş gibi görünmesini eleştirmektedir.

Elizabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen suskunluk sarmalı modeli ise, medyanın belirli konu ve başlıkları kamunun görüş ve tartışma alanından uzaklaştırabilme yeteneği üzerinde durması bakımından gündem koyma modelinden farklılaşmaktadır. Suskunluk Sarmalı modeli, bireylerin toplumda çoğunluk tarafından benimsenmeyen tutumlar, inançlar ya da kanaatlar benimsemekten kaçınarak yalıtılma ya da dışlanmaya maruz kalmamaya çalıştıkları varsayımına dayanmaktadır (Taylan, 2017, s.34). Bu modele göre, insanlar yalnız bırakılma korkusu nedeniyle, ancak kendi düşüncelerinin egemen kamuoyu ile benzer olduklarını düşündükleri zaman düşüncelerini ifade etmeye yönelirler. Kişiler kendi düşüncelerinin azınlıkta olduğunu anladıkları zaman ise düşüncelerini hiçbir şekilde ifade etmez, bastırırlar. Çoğunluğun görüşü egemen görüş olarak kabul edilir (Aktaran Tokgöz, 2015, s.309).

Neumann, medyanın suskunluk sarmalını, egemen olan fikirler, bir konu yönünde artış gösteren fikirler ve bireylerin kamusal alanda yalnız kalmadan açıkladığı görüşleri gibi üç yönden etkilediğini dile getirmektedir (Aktaran Severin ve Tankard, 2010, s.273). Suskunluk Sarmalı teorisinde 'Sarmal' sürekli değişim halindedir. Kişiler ve/veya gruplar çevrelerindeki değişimi takip ederek kendilerini bunlara uydurmaya çalışır. Bir görüş artık yaygınlığını kaybedip geri plana düşmeye başladığında kişiler saf değiştirip 'yükseliş trendine' giren görüşe yaklaşır. Teori içinde; 'yaygınlığını kaybeden görüşü her koşulda/daima savunan' kişi/grupların yeri bir istisnadır. Çünkü bu kişiler için toplum tarafından 'dışlanmak' veya 'saygı görmek' önemli değildir (Noelle-Neuman, 1977, s.143-158).

Medyanın izleyici üzerindeki etkisine ilişkin bu beş model, toplumsal rollerin gayri resmi yoldan öğrenilmesi, medyanın üstü kapalı olarak ideoloji taşıması, kanaat ikliminin oluşumu, toplum içinde farklılaşan bilgi ve genel olarak kültür, kurumlarda ve toplumsal yapıda görülen uzun vadeli değişmeler gibi konuların üzerinde

durmalarından ötürü, diğer davranışsal modellerden ayrılmaktadır (Fejes, 2005, s.296).

Başlıca ilgilerinin "medyanın etkisi" olduğu görülen bu yaklaşımların genel eğilimi, kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki kısa dönemdeki etkisine odaklanılması, izleyicilerin/dinleyicilerin "pasif alıcılar" olarak adlandırılması ve kitle iletişim araçlarının genel anlamda "güçlü etkiler"e sahip olduğunun temel alınmasıdır. Bu genel eğilimin dışına doğru yönelimler içeren sosyolojik temelli yaklaşımlar da süreçleri "etki" merkezli analiz ettikleri için Anadamar Yaklaşım içinde değerlendirilmektedir. Bir diğer iletişim kuramı hattı olan Eleştirel Yaklaşım ise iletişim süreçlerini daha farklı bir bağlamda ele almaktadır.

3.1.2. Haber Üretiminde Eleştirel Yaklaşımlar

Liberal çoğulcu kurama karşıt olarak geliştirilen ve kültürel farklılıkların önemsenmesi ve bu farklılıkların ortaya çıkartılması için disiplinler arası bir yöntem arayışında olan eleştirel yaklaşımlar, kitle iletişim araçlarını temel bilgi kaynağı ve bilginin kontrol edilebilmesinin temel aracı olarak görmektedir. Fejes (2005) tarafından eleştirel yaklaşımlar; yapısal yaklaşım (Frankfurt Okulu), ekonomi politik yaklaşım ve kültürel çalışmalar olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Diğer yandan Erdoğan ve Alemdar'a göre (2002, s.303) eleştirel yaklaşımların kitle iletişimine bakışı, ekonomi politik ve kültürel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Eleştirel yaklaşımların ayrılma noktası, ideoloji sorunu ve medya metinlerini farklı olarak ele almasından kaynaklanmaktadır.

Eleştirel kuramının çıkış noktası Frankfurt Okulu'na dayanmakta olup iletişim araçlarının davranışlar üzerindeki etkilerini sistematik olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Eleştirel yaklaşımının gelişimi Amerikan ticari endüstrisinin gelişmesi nedeniyle izleyicilerin medyaya daha yakın ilgisini gerektirmesi ve II.Dünya Savaşı'nın patlak vermesiyle birlikte askeri, siyasal propaganda tekniklerinin güncelleştirilmesi talebine bağlıdır (Dağtaş 2000, s.258). Theodor Adorno, Jurgen Habermes, Herbert Marcuse, Max Horkheimer Frankfurt Okulu'nun en önemli temsilcilerindendir. Bu temsilciler, kitlesel üretimin getirdiği kültürel düzeyin gerileyişiyle birlikte geleneksel kültürden ayrıldığını ve iletişim araçlarının günlük hayatta çok fazla yer tuttuğunu belirtmektedirler. Eleştirel Teori'nin en etkili

olduğu alan onların geliştirmiş oldukları kültür kuramıdır. Okul, bu alandaki kavramsallaştırmasını daha çok kitle kültürü ve kültür endüstrisi tanımlamalarıyla ortaya koymaktadır (Tılıç, 2009, s.69).

Adorno ve Horkheimer "kültür endüstrisi" kavramını, 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlarında Amerika ve Avrupa'da yükselmeye başlayan eğlence endüstrisinin kültürel biçimlerinin metalaşmasını vurgulamak amacıyla kullanmışlardır. Adorno'ya göre sanat pazarda satılan ve izleyici kitlelerinin eğlendirilmesine hizmet eden bir hale dönüşmüş, eğlence endüstrisinin yükselmesi kültürel ürünlerin standartlaşmasına yol açmıştır. Horkheimer, Adorno'nun bu görüşüne "akıl tutulması" kavramı ile yanıt vermektedir. Akıl tutulmasından kastedilen ise aydınlanmanın yarattığı öznel akılın yerini kültür egemenliğine bırakarak nesnelleşmiş bir aklın almasıdır. Horkheimer'ın bahsettiği "akıl" kültür aracılığıyla kalıba sokularak yeniden belli kalıplar içerisinde formüle edilmekte ve öznelerin araç haline dönüşmesi, yani nesneleştirilmesiyle, kültür endüstrisi tarafından bireylerin kontrol edilmesi için kullanılmaktadır (Kutzli, 2016). Marcuse ise (1975, s.27), kültür endüstrisi ürünü olarak tanımlanan medya araçlarının, bireye bir yaşam biçimi ve dünya görüşü benimsettiğini, bunun sonucundaysa izleyicilere yanlış bilinç yayarak tek boyutlu düşünce ve davranış biçimleri ortaya çıkarttığını ileri sürmektedir.

Frankfurt Okulu'nun geç dönem temsilcisi olarak tanımlanabilecek olan Habermas, medyanın kendini ekonomiden siyasetten farklı bir yerde konumlandırması gerektiğini ve böylelikle eleştirel kamusal iletişimin güçleneceğini savunmaktadır. Habermas'ın en önemli kavramlarından biri "İletişimsel Eylem" kuramıdır. Bireylerin özgür olabilmeleri için bağımsız ve eleştirel düşünebilme alanlarına sahip olmaları için iletişimsel eylem içerisinde olmaları gerektiğini ileri sürmüştür. İletişimsel eylem teorisinin içerisinde 'Sistem' ve 'Yaşam Dünyası' kavramları yer almaktadır. Habermas'a göre (2001, s.97) bireyler ekonomik alanda ne kadar bağımsız olurlarsa olsunlar; eğer özgür iletişim kurabilme imkânına sahip değillerse gerçekte özgür değillerdir. Bu sebeple Habermas, *"günümüzde özgür iletişimin önünü tıkayan engelleri ortadan kaldırmak gereklidir"* düşüncesini ortaya koyar. Bunun yolunun da, sivil toplum alanı olması gereken ancak bürokrasinin

çökerttiği "Kamu Alanı"nın İletişimsel Eylem yoluyla, yeniden inşa edilmesinden geçtiğini belirtmektedir.

Ekonomi Politik Yaklaşım:

Ekonomi politik yaklaşım, medya üretiminin ekonomik yapısı ve süreçleri üzerinde yoğunlaşarak kitle iletişim ürünlerinin üretim, dağıtım ve tüketim aşamalarını bir bütünlük içerisinde incelemektedir. Medyanın gelişmesi, büyümesi, küreselleşme, iletişim politikalarının saptanması devlet ve hükümet politikalarıyla Reklam veren lerin rolünü bütünsel olarak ele alınmasına imkân sağlamaktadır (Yaylagül, 2016, s.147). Ekonomi politik yaklaşımın önde gelen temsilcilerinden Golding ve Murdock'a göre (2014) medyanın ekonomi politiğinin temel görevi kapitalist toplumlardaki ekonomik ve siyasi ilişkilerden kaynaklanan üretim stratejilerinin medyanın üretim sürecinde çalışanların faaliyetlerini nasıl biçimlendirdiğinin incelenmesidir. Ekonomi politiğin iktidarın sürdürülmesi için anlam üretimi, metin çözümlemesi ve tüketim olmak üzere üç çözümleme alanı bulunmaktadır.

İktidarın sürdürülmesi için anlam üretiminde odak soru, kültürel üretim ve dağıtım üzerinde denetim uygulayan güçlerin kamusal alanı nasıl sınırlandırdığını ya da özgürleştirdiğidir. Ekonomi politikcilerin amacı, bu özerkliğin nereye kadar uygulanabildiğini ve medyanın ekonomik yapısının bazı anlatım formlarının popüler bir çıkış yolu ve izlerkitle bulmasını ne ölçüde önlediğini keşfetmektir. Bu kapsamda ekonomi politik yaklaşım kurumların mülkiyet yapısı ve etkinlikleri, devlet düzenlemesiyle iletişim kurumları arasındaki ilişki üzerinde odaklanmaktadır. Kültürel üretimin ekonomi politiği ise sahne gerisindeki geniş iktidar ve mülkiyet modellerinin medya ürünlerini üretmesinin mahiyeti ve işleyişi üzerindeki somut sonuçlarıyla ilgilenirken, eleştirel ekonomi politik ve metin çözümlemesi, üretimin ekonomik dinamiklerinin belirli kültürel formları diğerlerinin üstüne yükselterek kamusal söylemin nasıl yapılandırdığını açıklamakla ilgilenmektedir (Golding ve Murdock, 2014, s.85).

Medyanın ekonomi politik yaklaşımını kendi içerisinde araçsalcı ve yapısalcı yaklaşım olarak ikiye ayırmak mümkündür. Medyayı kapitalist sınıfın bir aracı olarak gören araçsalcı yaklaşım, iletişim ve kültür endüstrilerinin egemen sınıf tarafından kontrol edildiği görüşünü savunmaktadır. Egemen sınıfların iletişim süreçlerini kendi

çıkarları koruma ve konumlarını sürdürme amaçları doğrultusunda bir araç olarak nasıl kullandığına odaklanan araçsalcı yaklaşım, tek yönlü bir egemenlik ilişkisinin varlığını açıklamaya çalışmaktadır.

Ekonomi politik yaklaşımın önde gelen temsilcilerinden Herbert Schiller'ın tezine göre, Amerikan sermayeli küresel şirketler bütün insanları kontrol edip denetlemek ve kapitalizmin ekonomik ve ideolojik çıkarlarına uygun tüketici ve seçmenler yaratmak için hegemonik mesajlar üretmektedir. Bu görüş sonucunda, medya araçlarının kesinlikle ekonomik işlevlerin yanında ideolojik bir araçtır. Medya toplumu manipüle ederek zihinleri yönlendirmekte ve topluma paketlenmiş bilinç sunmaktadır (Yaylagül, 2016, s.158-162)

Ekonomi politik yaklaşım, özellikle haber medyasının ekonomi politiği, çerçevesinde çalışmalar yapan Herman ve Chomsky ise Amerikan medyasında haber üretiminin ekonomi politiğini inceleme sürecinde "propaganda modeli"ni geliştirmişlerdir. Bu modele göre medyanın amacı propaganda yaparak egemen değerleri topluma aşılamaktadır. Egemen yapının kendini üretmesi için medyanın işlevi geniş kitlelerin rızasını üretmektedir. Propaganda modelinin haber eleme süzgeçleri şu biçimde sıralanmaktadır (Herman ve Chomsky, 2012, s.72):

1- Medyanın büyüklüğü, mülkiyet ve kar amaçlı oluşu, 2- Reklam ruhsatı: Reklam verenlerin seçimi medyanın durumunu etkiler. 3- Medyanın haber kaynakları: medyanın haber kaynakları çıkar odaklıdır. 4- Tepki ve yaptırımcı kurumlar: medya ve kitlelerin tepkisi, 5- Denetim mekanizması olarak anti-komünizm.

Herman ve Chomsky propaganda modelinde, medyanın mülkiyet yapısını ve ideolojik içeriği arasındaki ilişkiyi göstermek için çeşitli açılardan benzeşen toplumsal olayların haber haline getirilirken nasıl şekillendiği gösterilmiştir. Propaganda modeli kimi araştırmacılar tarafından bir komplo teorisi olarak yorumlanmış, medya profesyonelliğinin göz ardı edildiği bildirilmiş, muhalefeti açıklamada yetersiz kaldığı ve aşırı mekanik ve işlevselci olduğu için eleştirilmiştir (Gadimov, 2015, s.225).

Yapısalcı yaklaşım ise medya endüstrileri ve ekonomik alt yapı ilişkisine dikkat çeker. Yapısalcı yaklaşımı önemli bir biçimde etkileyen Althusser'e göre

ideoloji kavramını bireyler kendileri edinmezler, ekonomik bir tarafı da yoktur. İdeoloji okul, din, aile ve medya gibi devletin ideolojik aygıtları aracılığıyla bireylere belli kimliklerle aktarılır. Gramsci ise Althusser'den farklı olarak, hegemonya kavramını kullanmaktadır. Hegemonya kavramı, siyasal ve ekonomik bir kontrolün ifadesi değil, hâkim sınıfın genel bir doğru benimsettirebilme yeteneğidir. Hegemonik ilişkide rıza vardır. Ayrıca Gramsci'ye göre kamuoyu durağan değil sürekli değişen bir yapıya sahiptir.

Özetle; ekonomi politik yaklaşım, medyanın devletle ilişkisine odaklanarak medya pratiklerinin ekonomik yapı tarafından belirlendiğine dikkat çekmektedir. Bu yaklaşımda medyanın rolü; yanlış bilinç üretimi sağlayıp kitlelere kontrol eden sınıfların çıkarlarını ve düşüncelerini iletmektir. Ekonomi politik yaklaşım için belirleyicilik açısından daha güçlü ve dolayısıyla önemli olan alıcılar/izleyiciler değil kodlayan taraftır.

Kültürel Yaklaşım:

İletişim disiplininde kültürel yaklaşımların temeli İngiliz Kültürel çalışmalarına dayanırken kuramsal temelleri ise Frankfurt Okulu'nun eleştirel geleneğinden gelmektedir. Kültürel çalışmalar; Althusser, Gramsci ve Stuart Hall gibi Neo-Marksizm düşüncesini benimseyen aydınların siyasal düşünce geleneklerinden, Raymond Williams'ın kültürel, Saussure'ün dilbilim çalışmalarından, Freud ve Lacan'ın psikanaliz birikimden, Claude Levi Strauss ve Roland Barthes'in çıkış noktasını sağladığı entelektüel birikimden almakta ve bu yönüyle iletişim alanında belirli bir düşünce ve anlayışı temsil etmektedir (Curran, Gurevitch ve Woollacott, 1990, s.244).

Kültürel çalışmalar bir toplumun kendisini anlatması için bir kültürel söylem üretmesi anlayışından yola çıkarak sınıfsal ve alt kültürel özelliklerini, medya mesajlarının alımlanması, yorumlanmasını ve davranışa dönüşmesini incelemektedir. Kültürel çalışmalarda medya kültürel söylemin oluşturulmasında bir araç olarak ele alınmakta ve oluşturulan söyleme, alıcı, kaynak ve söylemin kendisi de dâhil edilmektedir. Buna göre kaynak tarafından üretilen metin, okuyucu ya da izleyici tarafından alımlandıktan ve benimsendikten sonra toplumsal söylemin bir parçası olmaktadır.

Liberal yaklaşım izleyiciyi "pasif" olarak değerlendirirken, eleştirel paradigma kapsamında ele alınan Frankfurt Okulu ise kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerini sadece klasik altyapı-üstyapı ilişkisi çerçevesinde çözümlemektedir. Kültürel yaklaşım içinde değerlendirilen araştırmacılar, ekonomi-politik yaklaşımın savunduğu altyapı-üstyapı ayrımının yeterli olmadığını ve kültürün bu yaklaşımla açıklanamayacağı kadar karmaşık bir diyalektiği olduğunu ileri sürmektedir (Dağtaş, 2000, s.262). Stuart Hall'ın medya tüketicilerinin nasıl ve hangi biçimlerle alımladıklarına dair ortaya attığı "okuma biçimleri" tezi bu karmaşık işleyişin varlığını göstermek açısından önemli bir katkı olmuştur.

Hall'a göre, medya mesajları izleyici tarafından 3 farklı şekilde okunabilir. Bunlardan ilki Baskın-Hegemonik Okuma olarak adlandırılmaktadır. Bu okuma şekli izleyiciler medyanın direk vermek istediği mesajı alır ve mesajı sorgulamadan doğru olduğunu kabul eder. İkinci olan Müzakereci Okuma'da ise, medya tüketicileri medya üzerinden aldıkları mesajların içinden çıkarılması istenen hâkim anlamın ne olduğunun farkındadır. Müzakereci Okuma hem benimsenen hem reddedilen unsurların karışımından oluşur. Son olarak ele alınan Muhalif Okuma'da ise izleyici metnin içerdiği bütün anlam ve yan anlamları çözer ve bunlara karşı tutum alır (Hall 2003, s.309-326).

Kültürel yaklaşımda izleyici/okuyucuların aktif yönüne vurgu yapılırken medya araçları egemen sınıfın görüşlerini halka aktaran bir ideolojik alan olarak tanımlanmakla birlikte bu alan tek taraflı işleyen ve her zaman egemen sınıfın düşüncelerinin galip geldiği bir çerçevede değerlendirilmemektedir. Kültürel yaklaşımın gerek kültüre gerekse dile araçsal olmayan yaklaşımı iletişim süreçlerinde ayrıntı gibi görünen pek çok başlığın (cinsiyet, dilsel farklılıklar vd.) önemli birer çalışma alanı olarak dikkate alınmasını sağlamıştır.

Anadamar ve Eleştirel Yaklaşımlar arasındaki ya da ekonomi politik ve kültürel yaklaşımlar arasında yapılan ayrımlar bu yaklaşımların özellikle vurgu yaptığı noktalar üzerinden yapılmıştır. Örneğin, anadamar yaklaşımda iletişim süreci ağırlıklı olarak gönderen, mesaj, alıcı şeklinde çizgisel modelde ve etki merkezli olarak ele alınırken eleştirel kuramda etki sürecinden daha çok ideolojik egemenlik, sahte bilinç üretimi öne çıkmaktadır. Buna göre her bir yaklaşımın kendi bakış açısı

çerçevesinde iletişim sürecinin anlaşılması açısından farklı katkılardan bulunduğu ancak kimi zaman aynı kavramları kullansalar bile çok farklı bağlamlarda ele alabildikleri görülmektedir. Örneğin anadamar çalışmalarda mesajın izleyiciye ulaşmasına engel olan şeyleri tanımlayan "gürültü" kavramı eleştirel yaklaşım içinde çok farklı boyutlarıyla dikkate alınmıştır.

İletişim kuramlarına ilişkin olarak kimi araştırmacılar bu ayrımların yanında "izleyici araştırmaları", "dibilimsel araştırmalar" gibi alt başlıklar açarak daha ayrıntılı bir sınıflandırma yapmışlardır. Ana damar ve eleştirel olmak üzere iki yaklaşımın içerisinde de yer alan ve çok farklı şekillerde anlamlandırılan "teknoloji" de bu alt başlıklardan birini oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışmanın teknoloji ile olan yakın ilişkisi nedeniyle "haber üretiminde teknolojik yaklaşımlar" ayrı bir başlık olarak ele alınmaktadır.

3.1.3. Haber Üretiminde Teknolojik Yaklaşımlar

Yeni iletişim teknolojilerinin birbiri ardına ortaya çıkışıyla birlikte teknolojik yaklaşımlar ayrı bir başlık olacak büyüklükte bir ilgi merkezi haline gelmiştir. Teknolojiyi merkeze alan bu çalışmalar uzun bir geçmişe sahip olsa da iletişim alanıyla bağlantılı olarak tartışmalı kavram olarak teknolojik determinizm ve simgesel isim olarak Marshall McLuhan öne çıkmaktadır.

McLuhan teknolojiyi tüm gelişmelerin merkezine koyan teknolojik determinizm ile ilgili tezini geliştirirken Harold Innis'in düşüncelerinden yararlanmıştır. Harold İnnis'e (2006) göre; Batı'nın tarihi geçmişten bugüne iletişim ve basın üzerine kurulmuş olan bilgi tekelinden oluşmaktadır. Bunun en önemli nedeni toplumsal dönüşümün temelindeki belirleyici etmenin iletişim araçları olmasıdır.

Teknolojik belirleyicilik/belirlenimcilik (determinizm), teknolojiyi insanlığın ve toplumun merkezinde konumlandırmakta, içerik yerine aracın daha önemli olduğuna vurgu yapmaktadır. Mcluhan'ın teknolojinin her şeyi değiştirdiği ve dönüştürdüğü savı günümüzde yeni iletişim teknolojileri sayesinde bilginin eşit dağıtıldığına ilişkin düşünceyi de desteklemektedir. Fakat McLuhan'ın eleştirilen yanı teknolojik araca önem verip insanları ve toplumdaki güç ilişkilerini bunun dışında

tutmasıdır. Bu nedenle McLuhan'a ek olarak Alvin Toffler'in görüşünden de yararlanılmalıdır. Toffler'e göre teknolojinin kökeninde bilgi yer almaktadır. Değişen sadece teknolojik boyut değil, değişimi başlatan ve hızlandıran bilgidir. Bu nedenle önemli unsurlardan birisi teknolojik kültür diğeri de bireylerin teknolojiye olan yatkınlıklarıdır (Aktaran, Kılıçer, 2008, s.218-219).

Özetle, Toffler ve McLuhan'ın görüşleri ele alındığında McLuhan'ın teknolojik determinizm kavramında önem verdiği teknolojik vurgusuna, Toffler bireysel kullanım boyutunu da eklemiştir. McLuhan'ın teknolojik determinizm kavramına bakarken bu düşüncenin alt yapısını oluşturan "küresel köy" ve "araç mesajdır" kavramlarını ele almakta faydalı olacaktır. McLuhan küresel köy kavramıyla iletişim araçlarının sınırları ortadan kaldırdığını belirterek yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı küreselleşmeyle insanların enformasyonu dünyanın neresinde olursa olsun her an alabildikleri yaklaşımını savunmaktadır (Aktaran Altay, 2003, s.11). McLuhan "araç mesajdır" sözüyle de, iletişimin içeriğinden çok aracın önemli olduğuna vurgu yapmaktadır.

McLuhan, teknolojiye daha iyimser yaklaşırken; teknolojiyle bir gözetim toplumu oluşturulduğunu ve teknolojinin insana ait ne varsa alıp götürdüğüne dair karamsar yaklaşımlar da bulunmaktadır. Teknolojinin olası olumsuz etkileri nedeniyle eleştirel yaklaşanlara göre, teknolojinin egemen güçlerin elinde olması bu güçlerin, insanı ve doğayı denetleme gücüne sahip olmalarına yol açmaktadır. Bu egemen güçlerin bu teknolojileri dolayısıyla da toplumu giderek daha fazla sömüreceği, denetlemeye alacağı ve ele geçireceği kaçınılmaz bir gerçek olduğu görüşü hâkimdir. Bu görüşe göre teknoloji, insanları sürekli tüketime, sığ bilgilere, yaşam kolaylığıyla uyuşukluğa ve bağımlılığa sürüklemektedir (McLuhan'dan aktaran Kabakçı ve Odabaşı 2004, s. 21). Spresser ise teknolojik kötümserliğin uç noktasını "teknoloji korkusu (technophobia)" olarak ifade etmektedir. Teknoloji korkusu, her tür teknolojiyi reddederek, teknolojiye uyum sağlayamama, teknoloji ürünlerine yönelik, korku, rahatsızlık ve kaygı duymak olarak tanımlanmaktadır (Spresser'dan aktaran Kabakçı ve Odabaşı 2004, s.21). Teknoloji korkusuna sahip bireyler, mümkün olduğunda tüm teknolojilerden uzak durmayı ve kaçmayı tercih etmektedirler.

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sanayi sonrası toplum, bilgisayar teknolojisine dayalı olarak enformasyon toplumu ismiyle de anılmaktadır. Hamelink, geçmişten günümüze doğru bakıldığında enformasyon toplumunu tamamen bir değişim süreci olarak görmeyip, önceki dönemin devamı niteliğinde değerlendirmektedir. Ayrıca Hamelink, sanayi toplumunda yaşanan ilk gelişmeler toplumda nasıl bir etki yarattıysa, enformasyon toplumunda yaşanan gelişmelerin de aynı etkiyi yarattığını ifade etmektedir (Hamelink'ten aktaran Kaplan, 1991, s.14).

Toplumsal formasyonu tanımlamada sıklıkla kullanılan enformasyon toplumu, iletişim toplumu gibi kavramların yerine günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin önemini vurgulamak adına ağ toplumu kavramı kullanılmaktadır. Ağ toplumu; iş, iletişim ve yönetime yönelik amaçlarla küresel ağları düzenli olarak kullanan bir toplumu ifade etmektedir. Castells'e göre ağ toplumunun en belirgin karakteristik özellikleri zaman ve mekân kavramlarında ortaya çıkmaktadır. Ağ toplumu sayesinde zaman ve mekân kavramlarının ortadan kalktığını ileri süren Castells, enformasyon teknolojileri sayesinde yeni bir zaman ve uzam algısının ortaya çıktığı görüşünü savunmaktadır (Göksel ve Doğan, 2011, s.178-179). Castells'in ağ toplumu kuramını, diğer teknolojik kuramlardan ayıran ve etkin kılan en önemli özellik iki yönlü iletişimdir ve ayrıca Castells (2006, s.505), liberal yaklaşımda bahsedildiği gibi medyayı dördüncü güç olarak değil, iktidar güçlerinin mücadele ettiği bir alan olarak tanımlamaktadır. Manuel Castells, McLuhan'ın teknolojik determinizm fikrini ekonomik determinizm tezine dönüştürerek, enformasyonun biçimlenmesinde ve dağıtılmasında teknolojinin önemli rol oynadığı bir iş alanı olarak gazeteciliğin de küresel enformasyon akışı ile şekillendiğini söylemektedir.

Post yapısalcı düşünür olarak tanımlanan ve teknoloji temelli görüşleriyle dikkat çeken Baudrillard; Marx, Hegel ve Frankfurt Okulu'ndan Thedor Adorno'dan etkilenmiştir. Baudrillard'ın öne sürdüğü en önemli tezlerden biri, medyanın; gerçeğin üstünü kapattığı ve kendi gerçeğini oluşturduğu, böylece simülasyon evrenin ortaya çıktığını iddia etmesidir. Postmodern bir sosyolog olarak nitelenen Jean Baudrillard Simülasyon kuramıyla ekonomi, sanat, bilim, siyaset, medya ve sinema üzerinden özellikle de Amerika üzerine yoğunlaşarak bu alanlarda gerçekliğin nasıl yerinden

edildiğini ve simülasyon aracılığıyla gerçeklikten kopuk nasıl sanal bir dünya oluşturulduğunu detaylarıyla incelemektedir.

Baudrillard, Simulakrlar ve Simülasyon kitabında bilişim teknolojileriyle birlikte gösteri çağına geçiş yapıldığını ve bu sayede haberdeki görsellik kullanımının da ön plana çıktığına vurgu yapmaktadır. Baudrillard, gösteriye yenik düşen ve anlamın ortadan kaybolduğu bir medyadan bahsetmektedir. Bunun bir gösteri çağı olduğunu vurgular. Gösteri çağında kitlelerin sessiz kalması gerektiğini yoksa tüm akışı kaçıracakları görüşünü desteklemektedir. Ayrıca politikanın medyayı elinde bulundurduğunu ve güç olarak kullandığını bu nedenle kitlelerin egemen gücün altında olduğuna dikkat çekmektedir (Baudrillard, 2014).

Ağ temelli yaklaşımlar, erişim alanı, toplum kuramları, eleştirel kitle iletişim kuramları gibi eski medya kuramlarından yararlanmaktadır. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte bireylerin çevrimiçi ya da çevrimdışı bilgilere erişimi olarak tanımlanan ağ temelli yaklaşımlar içerisinde yer alan erişim kavramı daha da önem kazanmıştır. Erişme kavramını liberal ve eleştirel kuram farklı biçimde ele almaktadır. Eleştirel kuram erişme kavramını iletişim araçlarına sahip olma ve bu araçların içeriğini tüketme olanağının varlığı veya yokluğu anlamında kullanılmaktayken, liberal yaklaşımda ise, halkın bilgi edinme hakkı kapsamında istediği bilginin verilmesi ve sonucunda iletişim araçlarının üretiminde kullanılması anlamında kullanılmaktadır.

Quandt (2004, s.459), erişim alanı kuramları kapsamında kaynak, araç/ içerik ve alımlayıcı alanlarının açıklanması gerektiğini söylemektedir. Kaynak alanında eşik bekçisi araştırmaları yer almaktadır. Bunun önemli nedenlerinden biri internette yer alan sınırsız içeriklerden dolayı kullanıcıların yoğun enformasyon karşısında hangisini seçeceği konusunda zorlanmasıdır. Bilgilerin konumlandırılması ve analiz edilmesi için eşik bekçisi olarak konumlandırılan gazetecilerin görev yapması gerekmektedir.

Yeni medyanın yükselişi ve yurttaş gazeteciliği kavramı sayesinde eşik bekçisi kavramı form değiştirmiştir. Bunun en önemli sebeplerinden biri haberlerin alıcısına filtrelenmeden doğrudan ulaştırılabilmesiydi. Veri gazeteciliğinde, yurttaş haberciliğinden farklı olarak, her geçen gün daha da artan büyük verilerin ortaya

çıkması ve bunları düzenleyecek, filtreleyecek iyi editörlere ihtiyaç duyulması veri gazetecisini bir nevi eşik bekçisi rolüne sokmuştur. Bu kapsamda veri gazetecisi eşik bekçisi olarak değerlendirilebilir. Haberlerin kategorisinin yapılması, bilgilerin filtrelenmesi gibi işlevleri olan veri gazetecileri, büyük yığınlar arasında yer alan bilgileri seçerek inandırıcılığı yüksek veriler ortaya çıkarmaktadır.

Ağ temelli iletişim yaklaşımlarında ele alınması gereken önemli bir düşünür de Manuel Castells'dir. Manuel Castells'in Bregtje Van Der Hakk ve Mıchael Parks (2012, s.2923-2938) ile ele aldığı çalışma, medya sektöründe dijital dönüşümü olumlayan yaklaşımları savunurken, enformasyon üretimi sürecinde gazeteciliğin nasıl değiştiği, araç ve pratiklerin bu değişime nasıl etki ettiği anlatılmaktadır. Çalışmada ayrıca teknolojik değişimin, bağımsız ve nitelikli gazetecilik yapılması açısından önemli olduğuna da vurgu yapılmıştır. Anadamar olarak adlandırılan ve etki araştırmaları kapsamında ele alınan bu model ve yaklaşımların her biri iletişim sürecine ilişkin farklı bir noktaya dikkat çekmiştir.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte internetin kullanımının dünya çapında yaygınlaşması iletişim ağlarının güçlenmesine katkı sağlamış, internet üzerinden teknoloji tartışmaları yeniden önem kazanmıştır. Alver'e göre (2007, s.225), teknolojik gelişmelere iyimser (optimist) ve kötümser (pesimist) olmak üzere iki farklı bakış açısı mevcuttur. İyimser düşünürler teknolojinin iletişim kurma, özgür bir toplum oluşturmada iyi bir olanak olduğunu, internet sayesinde geleneksel medyanın tekelci yapısının kırıldığını ve gazetecinin okuru yönlendirme yetisinin kırıldığını düşünmektedir. Kötümser yaklaşımcılar ise, teknolojiyle birlikte gazeteciliğin sonunun geldiğini ve gazetenin bütünleştirici işlevini yitirdiğini savunmaktadırlar.

Teknolojik gelişmelerin hızla gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte enformasyonun ve haberin yapısı, üretimi, ulaşılabilirliği, tüketimi gibi konularda köklü değişimler yaşanmıştır. Bu değişimler gazetecilik pratiklerini de etkilemiş, yeni tanımların ve kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu çerçevede çalışmada haber üretim süreçlerini anlamak üzere haber üzerine kuramsal çalışmalar ele alınmıştır.

BÖLÜM 4. VERİ GAZETECİLİĞİNDE HABER ÜRETİM SÜRECİ

Veri gazeteciliğini geleneksel gazetecilik alanında özellikle yeni iletişim teknolojileri temelinde yükselen ve verilere dayalı yapısıyla farklılaşan bir alt gazetecilik alanı olarak tanımlamak mümkündür. Bu tanımın doğal bir sonucu olarak veri gazeteciliği geleneksel gazetecilik alanı ile pek çok alanda ortak işleyiş, üretim, tüketim özelliklerine sahiptir ve benzer sorunlarla karşılaşmaktadır.

İzleyici/okur sayısının artırılması, farklı kesimlerden gelen sansür girişimlerinin engellenmesi, içeriğin kalitesinin artırılması, editoryal bağımsızlık, demokratik çoğulculuğa katkı sunma, dağıtımın demokratikleşmesi, kamu yararı ve haklar dengesinin kurulması gibi pek çok başlık geleneksel gazeteciliğinin olduğu gibi veri gazeteciliğin de önündeki konu/soru başlıkları olmaya devam etmektedir. Diğer taraftan daha önce geleneksel gazetecilik için sorun olmayan ya da küçük olan sorunların bazıları veri gazeteciliğinde çözülmüş, bazıları ise çok daha büyüyerek yayılmıştır. Bazı sorunlar ise ilk kez veri gazeteciliği alanında ortaya çıkmıştır.

Bu sorunlara bakıldığında haber üretiminde veriye ulaşma sıkıntısı, veri gazeteciliği alanında çalışan gazetecinin azlığı ve medya patronlarının veri gazeteciliği için yatırım yapmaması olarak görülmektedir. Tez için gerçekleştirilen araştırma kapsamında görüşlerini belirten **G-1** ve **G-13**, Türkiye'de veri gazeteciliği alanında çalışan gazetecilerin çok az sayıda olması, medya patronlarının bu alana özel istihdam sağlayarak böyle bir külfetin altına girmek istememeleri, açık veri kavramının tam anlamıyla gelişmemesi konularının Türkiye'de veri gazeteciliğinin önündeki engelleri oluşturduğuna işaret etmiştir. Haber üretim sürecinde açık veri, gazeteciler için haberde verinin kullanılabilmesi için önem kazanan veri formatları, üzerinde durulması gereken konular arasında yer almaktadır. Veri formatlarının açık ya da kapalı olması gazetecilerin haber üretim sürecini etkilemektedir.

Veri gazeteciliği döneminde haber üretim sürecine odaklanan tez çalışmasında bu süreç 1- Haber Değerleri, 2-Haber Kaynakları, 3- Kullanıma açıklık ve verilere erişim, 4- Denetim, 5- Gazeteciler, 6-Dil ve görsel kullanımı, 7- Güvenilirlik, 8-Alıcılar olmak üzere 8 ana başlık üzerinden ele alınmaktadır. Veri gazeteciliğinde

haber üretim biçiminde yaşanan dönüşüm farklı aşamaların ve işlemlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Robert Niles'e göre (2009), veri gazeteciliğinde haber oluştururken enformasyonun kullanımı üç aşamada gerçekleşmektedir: Enformasyonun Toplanması (Gathering information): Dokümanların incelenmesi, kaynaklarla konuşulması, görselleştirmelerden yararlanması vb. gibi basit raporlama tekniklerinin kullanımı. Enformasyonun Damıtılması (Distilling information): Editoryel aşama olan bilginin damıtılması, enformasyonun hangi aşamasının önemli ve birbiriyle bağlantılı olduğuna karar verilmesi süreçlerini içermektedir. Enformasyonun Sunulması (Presenting information): Enformasyonun haber formatına getirilip yayınlanması.

Niles'in veri gazeteciliğinde enformasyonun kullanımının üç aşamasına ilişkin vurgusu yanında veri gazeteciliğinin haber üretim sürecine farklı aşamalar ekleyen yaklaşımlar da bulunmaktadır. Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinin; veri bulma, toplama, doğrulama, temizleme, analiz etme ve görüntüleme işlemlerini içerdiği ve bu nedenle veri gazeteciliğinde verilerin yorumlanması ve haber elde edilmesi için belirli süreçlerin uygulanması gerektiği savunulmaktadır. Örneğin, veri gazeteciliğindeki bu süreçler ve veriden haber çıkarma işlemleri "Veri Gazeteciliği El Kitabı" (Data Journalism Handbook'unda 8 aşamada tanımlanmış ve veri gazeteciliğinin nasıl yapılması gerektiğini aşamalı olarak anlatılmıştır (Gray, Chambers ve Bounegru, 2012). Kitapta yer alan 8 aşama birbiriyle harmanlanarak Veri gazeteciliği haber üretim aşamaları, veri elde etme, verilerin ayıklanması, verilerin görselleştirilmesi ve öyküleştirme, analiz ve yorumlama, uygulama tasarımı olmak üzere 5 başlık altına toplanmış ve sistematik bir biçime getirilmiştir.

1-Verileri Elde Etme (Obtain Data Set): Çok sayıda kurum açık veri elde etme standartlarını açıklamaya çalışmasına rağmen veri setinin elde edilmesi oldukça zahmetli bir iştir çünkü kamuya açık verilere ulaşmak hayli zordur.

2-Verilerin Ayıklanması (Clean Up Data): Veri setinin elde edilmesi sürecinin bir diğer aşaması ise verilerin ayıklanarak temizlenmesidir. Günümüzde çok sayıda veri, birbirinin içerisine karışmıştır. Enformasyon bombardımanı altında bu verilerden

bilginin çıkarılması için veri içerisinde hangi kısmın önemli olduğunun belirlenmesi veri gazetecisi için önem taşımaktadır.

3-Veri Görselleştirmesi ve Öyküleştirme (Data Visualization): Veriyi anlamlandırmanın diğer bir koşulu da verinin görselleştirilmesidir. İstatistik programları bu aşamada devreye girerek, tablolar, grafikler, haritalar vb. kullanılarak verileri anlamlandırmaya çalışır. Veri haberciliğinde hikâye, enformasyonun anlaşılabilir, anımsanabilir, tartışılabilir ve paylaşılabilir bir bağlam içerisine yerleştirildiği etkileşimli bir iletişim biçimi olarak tanımlanabilir (Van Ham, 2010).

Bradshaw'a (2012a) göre ise, veri haberciliğinin kaynağı olan veri, aynı zamanda hikâye anlatımında kullanılan bir araçtır. Bu nedenle verinin hikâyenin bağlamı içerisinde anlam kazanması beklenir. Hikâyenin oluşturulmasından sonra halkı bilgilendirme aşamasında haber görselleştirme tekniği kullanılarak zenginleştirilmektedir. Görselleştirme tekniği ile zorlayıcı mevcut bilgiler halkın kolayca anlayabileceği şekilde özetlenmektedir.

4-Analiz ve Yorumlama (Analyze & Interpret): Verilerin görselleştirme işlemi tamamlandıktan sonra görsellerden analizler ve yorumlamalar yapılmaktadır. Kurulacak haber hikâyesi yapılan bu analiz ve yorumlamalarla desteklenip zenginleştirilmektedir.

5-Uygulama Tasarımı (Application Design): Son aşama olan uygulama tasarımı temel olarak, okuyuculara haberin (hikâye) perde arkasında yer alan verileri inceleme fırsatı sunmasını amaçlamaktadır. Bu sayede okuyucular hikâyeyi oluşturan unsurları daha açık şekilde görebilmekte ve anlamlandırma süreçleri daha çabuklaşmaktadır. Verileri temizlerken ilgisiz verilerin veri setinden çıkarılması ve birbiriyle olan veri setlerinin birleştirilmesi temizleme aşamasında veri gazetecisinin işini kolaylaştıracak yöntemlerden birisidir.

Gray, Chambers ve Bounegru'un veri gazeteciliği kitabında haber üretim aşamalarını bu şekilde sıralarken Bradshaw (2011) "veri haberciliğinin ters piramidi" (the inverted pyramid of data journalism) olarak uyarladığı çalışmasında, veri haberciliğinin beş temel aşamasına vurgu yapmaktadır: 1-Derleme (compile), 2-

temizleme (clean), 3-bağlam (context), 4-birleştirme (combine) ve 5-iletme (communicate).



Şekil 6: Paul Bradshaw'ın Ters Piramidi

Kaynak: https://www.icfj.org/blogs/five-steps-get-started-data-journalism

1-Derleme (Compile), habere temel teşkil eden verinin sağlandığı aşamadır. Gazeteci, bu noktada DataCatalogs (http://datacatalogs.org), Datahub (http://datahub.io), Freebase (https://www.freebase.com) gibi kaynakların sağladığı hazır veri kümelerine başvurabilir ya da uygulama programlama ara yüzlerini (Application Programming Interface-API) kullanarak veriyi kendi çabasıyla oluşturmak yoluna gidebilir. Derlemenin nasıl yapılacağı, gazetecinin gündemine aldığı konu hakkındaki motivasyonuna göre belirlenir.

2-Temizleme (Clean) aşamasında veriyi hatalardan arındırmak ve tüm veri kümesini belli bir formatta standart hâle getirmek söz konusudur. Verinin kullanılabilir formata konulması, sonraki aşamaların öncülüdür.

3-Bağlam (Context), haberin odağını belirleyen temel unsurdur. Haberde tek veri kümesinden hareket edilebilir ya da birden fazla veri kümesinden yararlanılabilir.

4-Birleştirme (Combine) aşamasında verinin karşılaştırma yapmak, zaman içerisindeki değişimi göstermek ya da belli bir coğrafya özelinde yoğunlaşmak gibi amaçlarla derlenmesi söz konusudur. Dokümantasyon, bu aşamanın temel bileşenlerindendir.

5-İletme (Communicate) ise, hikâyenin sunumunda izlenmesi gereken detayları kapsar.

Veri gazeteciliğinde haber üretim süreçlerinde ele alınan 5 temel aşamalı Bradshaw'ın ters piramiti ile geleneksel habercilikte kullanılan ters piramit kavramsallaştırmaları farklılık göstermektedir. Geleneksel habercilikte ters piramit en önemli bilgilerin en başa koyulduğu ve olayın en vurucu noktasının başta verildiği haber yazım şeklidir. Haberde anlatılmak istenen olay 5N 1K formatıyla haberin girişinde verilir ve okuyucu bu şekilde bilgilendirilir (Tokgöz 2015a, s.313-314). Bradshaw'ın ters piramit yöntemi ise haberin "işleniş aşamalarına" ilişkindir ve buna göre haber ilk önce derlenir daha sonra derlenen veriler temizlenerek verilerin birbirleriyle bağlamı yaratılarak birleştirildikten sonra okuyucuya iletilir.

Ayrıca Bradshaw (2011), çıktının iletişimselliğini artırmaya yönelik 6 unsurdan bahsetmektedir. Bunlardan ilki görselleştirme (visualisation) verinin anlaşılabilirliğini artırmaya hizmet eden ve veri okuryazarlığını makro ölçekte pekiştiren bir araçtır. İkincisi anlatı (narration) rakamların belli göndermelerle ilişkilendirilerek okur için anlamlı hâle getirilmesini sağlar. Üçüncüsü sosyalleştirme (socialise) daha çok kitlekaynak (crowdsource) kullanımında başvurulan bir yöntemdir. Verinin kamuya mal edilmesini teşvik eder. Dördüncüsü insanileştirme ise (personalise) veriyi insan ölçeğine indirgemek suretiyle belirginleştirmeyi öngörür. Bu sayede başta ilgisiz gibi görünen verinin okur için önemi ortaya çıkar. Beşincisi kişiselleştirme (customization) de kişisel verinin etkileşimli ara yüze tanımlanmasıyla hikâyenin kişiye özel tasarımını mümkün kılar. Son olarak kullanışlı hale getirme (utilise) verinin gündelik kullanımını sağlamak üzere araç geliştirmeyi kapsar. Sayılan bu aşamalar, veri haberciliğinin uygulama süreçlerini bütün olarak tasvir etmekte ve projelerin nasıl planlanması gerektiği konusunda fikir vermektedir.

Bradshaw ve Gray, Chambers ve Bounegru veri gazeteciliğinde veri toplama, yorumlama, hikâye anlatımı ve dağıtım aşamalarının bulunduğuna ve veri gazeteciliğinin bu konuda geleneksel gazetecilikten ayrıldığına dikkat çekmiştir. Veri gazeteciliğinde haber üretim süreci içinde ele alınan veri toplama, veri işleme, görselleştirme, hikâye/haber gibi aşamalar yer almaktadır. Geleneksel gazetecilikte haber oluşturulurken belli bir sıralamayla gidilmekte, veri gazeteciliğinde ise haber

yazımı ters piramit şeklinde yazılmakta ve bir hikâyeden yola çıkılarak veri toplama işine girişilmektedir.

2017 yılında "veri gazeteciliğinin mevcut durumu ve alanın karşılaştığı zorluklar" adlı raporda veri gazeteciliğinde haber üretim süreci veri ile hazırlanmış haberler, araştırma için verinin kullanıldığı haberler, verileri açıklayan haberler olmak üzere 3 şekilde ele alınmıştır (Bowers, Rogers ve Schwabish, 2017, s.2-3). Veri ile hazırlanmış haberler genellikle geleneksel haberlerdeki gibi veri kullanımına dayanmaktadır. Sadece metnin içerisinde verilerin enjekte edilmesiyle oluşturulur. Araştırma için verinin kullandığı haberlerde ise gazeteci verilere açıklık getirir veya verilerde gizlenmiş bir detayı ortaya çıkarır. Bu tür haberlerin üretiminde, algoritma oluşturma, etkili görselleştirmeler oluşturmak uzun sürebilir ve bir dizi beceri gerektirmektedir. Verileri açıklayan haberler ise, veriye erişimin giderek kolaylaşması, gazetecilerin; okuyuculara veri araçlarını kullanarak sayılardan daha fazla anlam sunabilmelerini sağlamak adına yapılmaktadır.

4.1. Veri Gazeteciliğinde Haber Değerleri

Hall ve arkadaşlarına göre (1979) haberler belli olaylar ve konuların seçilmesi ve sınıflandırılmasıyla oluşmaktadır. Bu kapsamda haber konularının seçiminde haber değerleri kavramı da önem kazanmaktadır. Geleneksel habercilikte yer alan haber değerleri ile veri gazeteciliği haber değerleri arasındaki farklar dikkat çekmektedir. Bu farkların önemli bir kısmı veri gazeteciliğinde haber üretim biçiminin farklı olmasından kaynaklanmaktadır.

Geleneksel habercilikte haber üretim süreçleri haber değerlerinin, haberlerin yayınlanma aşamasında neyin destekleneceği, göz ardı edileceği, nereye öncelik verileceği, haberin okuyucuya sunumunda nelere dikkat edileceği konusunda rehber olarak kullanıldığı şeklidir (Kılıç, 2005, s.142-151). Kılıç'ın da ele aldığı haber üretim sürecinde haberin değerlerinin kullanımına veri gazeteciliği üzerinden bakıldığında; veri gazeteciliğinde haberler üretilirken geleneksel gazetecilikten farklı teknikler kullanılarak farklı bir yöntem izlenmekte bu nedenle haber değerleri de değişim göstermektedir.

Geleneksel habercilikte haber değerlerini ele aldığımız zaman asıl karşımıza çıkan soru çok sayıda olay varken neden bazı bilgilerin diğerine göre haber değerinin daha fazla olduğu ya da habere haber değerini veren şeyin ne olduğu sorularıdır. Bu nedenle ilk önce geleneksel gazetecilikte haber değerini etkileyen bileşenlerin ne olduğuna bakmak yerinde olacaktır. Haber değeri, haberin tanımlanmasının önemli bir bileşeni olarak gazeteciliğin temel tartışma başlıklarından birini oluşturmuştur. Haber değeri konusuna ilk olarak 1922 yılında Lipmann'ın yazdığı Kamuoyu adlı kitabında değinilmiştir. Lipmann haber ve doğrunun aynı şey olmadığını belirterek, günlük haberlerin bulunduğu günde yaşanan olayların temsili bir dökümünün olmadığını dile getirmiştir. Ayrıca haberin okuyucuya ulaşıncaya kadar birçok müdahaleye maruz kaldığını da dile getirmiştir (Tılıç,1998, s.164-165).

Johan Galtung ve Mari Holmboe Ruge göre, haber seçimindeki değerlendirmelerde haber değeri olarak 12 unsur ön plana çıkmaktadır. Bunların 8'i evrensel 4'ü ise bölgeseldir:

Sıklık: Olayın meydana geliş aralığı medyanın yayın aralığına ne kadar uygunsa haber olma ihtimali o kadar yüksektir.

Şüphesizlik: Olayın anlamı belirsizlik içermiyorsa haber olma değer o kadar yüksektir.

Uyumluluk: Olayı medya okuyucu ve izleyicilerinin taleplerine ve beklentileri uygunsa haber olma ihtimali artar.

Eşik Değeri: Bir olayın yoğunluğu yükseldikçe haber olma ihtimali artar.

Anlamlılık: Olay kültüre yakınlık ve ilgililik unsurlarını bünyesinde taşıyorsa haber olma ihtimali yüksektir.

Devamlılık: Bir olay bir kez haber yapılmışsa takip eden olayların haber olma ihtimali yüksektir.

Beklenmedik lik: Ansızın meydana gelen, beklenmeyen sürpriz olaylar daha kolay haber olur.

Çeşitleme: Haberin çeşitlenmesi amacıyla kimi konular denge olarak daha kolaylıkla haber olurlar.

Bölgesel haber değeri unsurları ise şunlardır;

Seçkin kişilerle ilgililik: Olay ne kadar seçkin insanlarla ilgiliyse haber konusu olma şansı yüksektir.

Kişiselleştirebilme: Belli bireylerle özdeşleştirilmek suretiyle bir olaya ne kadar kişisel plandan bakılıyorsa, haber olma ihtimali o kadar fazladır.

Negatif bağlantı: Bir olay sonuçları açısında ne kadar olumsuzsa haber olma ihtimali o kadar artar.

Seçkin milletlerle ilgililik: Olay ne kadar seçkin milletleri ilgilendiriyorsa, haber konuşu olma ihtimali o kadar yüksektir (Aktaran Toruk, 2008, s.173).

Galtung ve Ruge haber değerlerini 12 farklı grupta sıralarken, Brooks ve Moen (Aktaran Toruk, 2008, s.174-175) ise haber değerlerini belirleyen unsurları 7 grupta toplamaktadır. Bu başlıklar şöyledir:

Hedef kitle (Audience): Haber değeriyle ilgili değerlendirmede ağır basan unsurlardan hedef kitle (okuyucu/izleyici), diğer haber değeri kriterlerinden farklı olarak, gazetecinin ve editörlerin haber değerini sorguladıkları arka plana ilişkin olmaktadır.

Etki (İmpact): Haber değeri kriterleri arasında en önemlisi "etki" olmaktadır. Dinleyicilerin ne kadar etkilendiği, bu etkinin ne kadar doğrudan olduğu ve etkinin ne çabuklukta gerçekleştiği haberi etkisini belirleyen unsurular olarak kabul edilmektedir.

Yakınlık (Proximity): Genel bir ifadeyle, benzer önemi taşıyan olaylardan daha yakında gerçekleşen haber değerinin yüksek olması daha olasıdır. Haber değerinin belirlenişinde yakınlık etkiye göre daha az önem taşımaktadır. Çünkü bazı olaylar yalnızca meydana geldikleri çevrede ilgi görür ve haber değeri taşır.

Zamanlılık (Timeliness): Günümüzde kitle iletişim araçlarının rekabet içerisinde oldukları en önemli konu büyük bir olayı ilk olarak aktarabilmektir. Ancak bu rekabet ortamında yazılı basın ortamıyla görsel basın arasında zamansal olarak eşitsizlik söz konusudur. Bir olay eğer yeterince önemliyse görsel basın birkaç dakika içerisinde kayıta geçerken yazılı basın ise bunu ancak ertesi gün aktarabilmektedir.

Bu nedenle gazete ve dergiler, olayın zamanından çok neden ve nasıl olduğu konusunda yoğunlaşmaktadır.

Önemlilik (Prominence): Burada söz konusu olan tanınmış kişilerin özel yaşamlarına ait haberlerin her zaman merak konusu olduğudur. Günümüzde merak konusu olmadığı zamanlarda bile, gazeteciler bu isimleri yazma ve basma çabası içerisindedirler. Ancak, kişinin özel yaşamına ait eylemleriyle konumu arasında bağlantılar net olmadığında, gazeteci için birtakım belirsizlikler de söz konusu olmaktadır.

Sıradışı olma (Unusualness): "İlkler", "sonlar" ve "tekler" 19. yüzyıldan beri gazeteliğin temel unsurlarını oluşturmaktadır. Aynı şekilde sıra dışı (tuhaf) olaylar ve bilimsel olguların öyküleri de insanlık deneyiminin bir parçasıdır. Haber değeri taşıyan hemen hemen her olayda olağan dışı bir unsur vardır. Nitekim haberin bir tanımı da "olağandan sapma" olarak yapılmaktadır. Bir başka deyişle olağan dışılık haberi oluşturmakta çünkü olağandışı ve beklenmedik olaylar hayal gücünü ele geçirmektir, bir anlık şaşkınlık yaratmakta ve geri kalan günlük haberlerin yarattığı sıkıntıyı hafifletmektedir.

Çatışma, anlaşmazlık (Conflict): Çatışma, çoğu haberin merkezi özelliğini oluşturmaktadır. Bazen bir haber değeri, savaş durumunda olduğu gibi fizikseldir. Politik çatışma ise, ikinci kategoriye girer ve bazen daha gizli ve karmaşık olabilir. Çünkü zaman zaman fiziksel mücadeleye de yol açabilmektedir. Toplumsal ve ekonomik çatışmalar da kan dökülmesine neden olabilse de çoğunlukla sözcüklerle ifade edilen bir çatışmaya işaret etmektedir.

Tokgöz (2015b, s.176) ise, haber değerlerinin her gazeteciye ve uzmana göre değiştiğine dikkat çekerken yakınlık, önemlilik, zamanlılık, insanın ilgisini çekme ve sonuç gibi haber değerlerinin herkes tarafından ortak olarak kullanılabildiğini dile getirmiştir. Bu haber değerlerine ek olarak ise anlaşmazlık, kuşku, gariplik, duygulara yönelme, yenilik, şimdilik gibi unsurların da eklenebileceğini belirtmiştir.

Haber değerlerini etkileyen unsurlar farklı biçimlerde değerlendirilmiştir. Haber değerinin belirlenmesi Tuchman'a göre kurum içi bürokratik ilişkiler, haber toplayan unsurların konumlandırılması ve haber üretim döngüsü içinde ele alınırken

Fisher, toplumdaki bürokratik kurumların mekanizmalarıyla uyumlu olarak haber değerinin belirlendiğini savunmaktadır. Eleştirel yaklaşımlar haber ise üretim sürecinin iktidar tarafından belirlendiği görüşünü yansıtmaktadır. Eleştirel yaklaşımların içerisinde yer alan ekonomi politik yaklaşımın temsilcilerinden Chomsky ve Herman, haber üretiminin propaganda modeli çerçevesinde gerçekleştiğini ve haber seçimi yapılırken haber içeriğinin iktidarı destekleyecek şekilde olduğunu vurgulamıştır (Aktaran Tılıç, 2009, s.184).

Yukarıda bahsedilen araştırmacıların geleneksel gazetecilik için kullandığı haber değerleri veri gazeteciliğinde de kullanılmaktadır. Haber değerleri açısından farklı olan nokta zamanlılıktır. Veri gazetecilerinin belli konularda haber yapmaları için geleneksel habercilere göre daha fazla zamanı bulunmaktadır. Veri gazetecilerinin bol zamanı olduğu için ayda bir veri gazeteciliği haberi çıkabilir. Fakat geleneksel gazetecilik anlayışını sürdüren büyük medya kuruluşları, gazetecilere veriyle haber yapmaları için uzunca bir zaman tanımazlar. Bu nedenle büyük medya gruplarının veri gazeteciliği yapabilmesi için ayrı bir ekibinin olması gerekmektedir.

4.2. Veri Gazeteciliğinde Haber Kaynakları

Geleneksel gazetecilikte haber üretim sürecinin temel unsurlarından birini haber kaynağı olarak adlandırılan ve gazetecinin habere temel teşkil eden enformasyonu edindiği her türlü yazılı, görsel vd. materyaller ve kişiler oluşturmaktadır. Haber kaynaklarını tespit etmekten erişebilmeye, edinilen enformasyonu başka kaynaklar aracılığıyla doğrulatma, haber kaynağıyla ilişkileri etik ilkeler çerçevesinde yürütmeye uzanan bir dizi başlığa haberin oluşturulması sürecinde dikkat edilmesi gerekmektedir. Haber kaynaklarının özellikleri haberlerin güvenirliliği ve etki gücü açısından hayati önem taşıdığından haber kaynakları üzerine pek çok araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmacılar gazetecilerin haber üretim sürecinde başvurduğu haber kaynakları, birinci el ve ikinci el kaynaklar olmak üzere iki açıdan sınıflandırmaktadır. Tokgöz'e göre (2015a, s.281) birincil haber kaynakları, gazetecinin yüz yüze görüştüğü ya da olayı gözlemleyerek haber topladığı kaynaklardır. İkincil haber kaynakları ise basın bülteni, raporlar, belgeler gibi bilginin

öğrenilmesiyle haberin oluşturulmasıdır. Veri gazetecisinin birincil kaynağı veridir. Veri gazetecileri birincil kaynak olarak verileri toplayıp saha araştırması yaparken ikincil olarak yararlandıkları kaynak ise raporlardır. Geleneksel habercilikte gazeteciler insanlarla röportaj yaparken veri gazetecileri daha çok veri setlerinden enformasyon almaya çalışırlar. Veri seti ise satırlarında gözlem birimleri, sütunlarında ise değişkenler bulunan iki boyutlu matris olarak tanımlanmakta ve verilerin gazeteciler tarafından çeşitli işleme süreçlerinden geçip yapılandırıldıktan sonra veri seti haline gelmektedir.

Geleneksel habercilikte kaynağa erişilmesi oldukça zaman alan ve pek de kolay olmayan bir durumken yeni iletişim teknolojileriyle gazetecilerin erişebileceği olağanüstü büyüklükte veriler mevcut hale gelmiştir. Curran'e (1981, s.75) göre haberler haber ajansları, haber merkezleri ve özel haber çıkaran uzmanlar olarak üç ana kaynak üzerinden üretilmektedir. Curran'ın özel haber çıkaran uzmanlar olarak bahsettiği kişilerin bir bölümünü aynı zamanda veri gazetecilerinin oluşturduğunu söylemek mümkündür.

Veri Gazeteciliği geleneksel gazetecilikten farklı olarak kaynak açısından çok daha fazla sayıda kaynağa ulaşmayı merkeze almaktadır. Veri gazetecileri internette yer alan ve veri gazetecileri için ana haber kaynağı olan büyük verileri işleyerek kendi ürettikleri enformasyona dayalı haberler üretebilmektedir. Veri gazetecileri bunun yanı sıra başkaları tarafından hazırlanmış raporlar ve belgeler gibi önemli ikincil kaynakları kullanarak da ses getiren haberler üretebilmektedir.

Challenge & Change: Reassessıng Journalısm's Global Future adlı kitapta yer alan "Data-driven journalism" adlı makalede, veriye dayalı gazeteciliğin temeli olan veri ve veri kümelerini bulma yöntemlerinin önemine değinilmektedir. Gazetecilere kamu veri setlerinin kullanımı, çevrimiçi bilgi arayıcısı olmaları ve arama deneyimlerini zenginleştirmek için keşfedilebilecek örnekler elde edilmesi için bir temel oluşturmaktadır (Henninger, 2013, s.157-184). Bu kapsamda, geleneksel gazetecilikten farklı olarak çok çeşitli haber kaynaklarına başvuran veri gazeteciler için 4 temel kaynaktan bahsetmek mümkündür:

1-Arama motorları: Csv, xls, pdf dosyaları, endekslenmiş veritabanları, school of data

2-Veri sağlayan kurumlar: Devlet kurumları-Bilgi Edinme Hakkı/ Freedom Of Information, Datacatalogs.org, Tüik, Tübitak, Nasa, Birleşmiş Milletler vb.

3-Özel veri sağlayan siteler: Datahub.io, Scraperwiki, Scraper (Plugin), Silk, Gap Minder vb.

4-İşin uzmanları: Veri gazetecileri, veri uzmanları, veri madencileri, veri bilimcileri, forumlar, school of data, soru-cevap platformları, data driven journalism.net, ddj mailing grupları, Google form oluşturma /Anket oluşturma, get the data, quora (Dağ, 2016).

Veri gazeteciliğiyle birlikte geleneksel gazetecilikten çok farklı özelliklere sahip olan bir kaynak türü de ortaya çıkmıştır: Kitlekaynak (Crowdsourcing): Kavram, veri gazeteciliğinde haber üretim aşamasında kullanıcı kaynaklı içeriğe önem kazandırmaktadır. Katz'ın ele aldığı kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının savunduğu izleyicinin aktif olma tezi tam da burada devreye girmektedir. Veri gazetecilerinin kullandığı kitlekaynak yöntemi haber organizasyonu ile izleyici arasındaki işbirliğine dayanmaktadır (Aktaran Hülür, 2017, s.33). BBC ve The Guardian'nın özellikle başı çektiği çoğu haber kuruluşu kitle kaynağı kullanmaktadır. Kullanıcı türevli içeriği çeşitli şekillerde entegre etmeleri sayesinde BBC'nin haber merkezindeki kıdemli bir gazeteci olan Silvia Costeltoe, kitlekaynağı kullanımını şu şekilde açıklamaktadır;

> Kitlelerin gazeteciliğin tamamının bir parçası olmalıdır. Yeni değildir, şu anda olduğu şey yönünde büyümüştür. Buradaki herkes (BBC'deki) bu ekstra kaynakları kullanmaya oldukça heveslidir… İki kere kontrol etmedikçe bir kaynağı kullanmıyoruz. Kaynak bulmak ve hikâyelerin izini sürmek için tüm sosyal medya kaynaklarını kullanıyoruz. Sahada her zaman gazeteciniz olmalıdır. Birinin Twitter'da "Hackney'de yeni ayaklanmalar var" diye yazdığını görürsem ve bunu BBC Twitter'da yayınlarsam bu çok kolay olur. Aynı yorumları diğer sosyal ağlarda görürsem, tekrar kontrol ederim ve bir muhabir yollarım. Bunun sosyal ağları kullanmanın doğru yolu olduğunu düşünüyorum (Costeltoe, 2011).

The Guardian gazetesi Avam Kamarası milletvekillerinin kişisel harcamaları kamuya açılınca, yayımlanan 700 bin belgeyi incelemek için belgelerin tamamını bir internet sitesine yüklemiş ve okurlarına belgeleri inceleme çağrısı yapmıştır (İrvan, 2017). Crowdsourcing (kitlekaynak) adı verilen yöntemle halk tarafından incelenen

binlerce belge sonunda bazı milletvekillerinin kişisel harcamalarını devlete ödettiği haberi ortaya çıkarmıştır.

Frank Dance'ın iletişimde aktif süreklilik tezi iletişimin statik değil, dinamik bir süreç olduğunu ve bireyin bu süreç içerisinde etkin bir rolü olduğu varsayımına dayanır. İnsanların deneyim ve birikimleriyle iletişim sürecini değişime uğrattığı, iletişimin genişleyen bir sarmal olarak işleyiş gösterdiği kabul edilir. Okurların katılımına ilişkin olarak bir başka uygulama olarak The Guardian gazetesi oluşturulan haftalık hikâye listelerini kamuya açık hale getirmekte, muhabirlerin üzerinde çalıştıkları hikâyeler hakkında okuyucuları yorum yapmaya davet etmekte, böylelikle kitleleri aktif, haber üreticisi olmalarını sağlamaktadır.

Kitlekaynak ile oluşturulan bir başka veri gazeteciliği örneği ise, The Telegraph gazetesinin Londra'da yer alan parlamento üyelerinden bazılarının harcama raporları konusunda haber yapmasıdır. 458.832 sayfa belge internet sitesine yüklenmiş ve herkesin kendi milletvekiline bakması için kitlelere çağrıda bulunulmuştur. Kitlekaynağı ile oluşturulan 32.755 kişi belgeler üzerinde incelemelerde bulunmuştur (Hülür, 2017, s.77).

Özetle kitlekaynak, enformasyonu toplamak ve kontrol etmek için kolektif zekâyı kullanan çeşitli pratikleri kapsar. Kitlekaynak yönteminin, veri gazeteciliğinde en faydalı yöntem olarak görülmesinin en önemli nedeni binlerce veriyi tek bir kişinin analiz edememesi ve veriyi toplamak ve çözümlemek için kitlekaynakları ile veri gazetecisinin beraber çalışmasıdır.

4.3. Veri Gazeteciliğinde Kullanıma Açıklık ve Verilere Erişim

Yeni iletişim teknolojileri sayesinde bilgi paylaşımı ve erişim olanaklarında farklılıklar meydana gelmiş ve verilere erişim hususunda açıklık kavramı ön plana çıkmıştır. Verilerin açık ve erişilebilir olması veri gazeteciliğinde haberlerinin yapılabilmesi ve en önemlisi de gazetecilerle okuyucular arasında şeffaflığın sağlanması için önem kazanmaktadır. Açıklık ve şeffaflık kavramları, gazetecilerin haber aktarımını açık, anlaşılır ve güven verici şekilde yapması olarak ele alınabilir. Açıklık kavramı, verilerin erişebilirliğine vurgu yaparken, şeffaflık kavramı ise, daha çok gazetecilikte haber üretim süreçlerinin doğrudan izlenebilmesi olarak

tanımlanmaktadır (Eroğlu, 2018, s.18). Avrupalı gazetecilerin hazırlamış olduğu veri gazeteciliği manifestosunda, veri gazetecileri kullanıma açıklık ve şeffaflığı desteklediklerini şu maddeyle aktarmışlardır.

> Kodlanan şeylerin ve verilerin açık olması demek bunların kolayca yüklenebilir ve işlenebilir olması demektir. Açık olmak bunların kamunun malı olması anlamına gelmez ve veri gazetecilerinin oluşturdukları şeyler için herhangi bir yetkilendirme ve izin tipi tercih edebilirler. Özel verilmiş izinler, insan haklarını tehlikeli ve güvencesiz yerlerde destekleyen korumasız kaynakların kimliklerini korumak için yapılır (Grasso, 2016).

Veri gazeteciliğinde verilerin kullanıma erişimi ve kullanıma açıklığı kapsamında bazı kısıtlamaların olduğu görülmektedir. Bu kısıtlamalardan ilki bilgisayara ya da gerekli erişime sahip olmamak olarak adlandırılan dijital uçurumdur. İkinci olarak gazetecilerin teknoloji kullanımda yeterli kabiliyete sahip olmaması, üçüncüsü ise verilere yeni iletişim teknolojileri üzerinden ulaşılamaması yani verilerin erişim ve kullanım kısıtının olmasıdır.

İlk olarak vurgulanan dijital uçurum kavramı, kitle iletişim araçlarına ulaşmada gelişmiş ve geri bırakılmış ülkelerdeki farklılığa işaret eden bir kavram olup, bireylerin veya ülkelerin bilgi iletişim teknolojilerine erişiminde ve kullanımında yaşadığı eşitsizlik olarak tanımlanmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri nedeniyle artma eğilimi/ihtimali dijital uçurum, internete ulaşan kitlenin bilgi edindiği, internete erişemeyen kesimin ise bilgi eksikliğine maruz kalmasını ifade etmektedir. İkinci olarak ele alınan kavram ise gazetecilerin teknoloji kullanımında yetersiz kalmasıdır. Veri gazeteciliğinde haber üretim süreçlerinde verilerin filtrelenmesi ve görselleştirilmesi için ücretsiz araçlar kullanılmaktadır. Gazetecinin teknoloji kullanımındaki yetersiz bilgisi nedeniyle veri gazeteciliğinde haber üretim süreci sekteye uğrama tehlikesine sahiptir.

Üçüncü olarak ele alınan kısıt ise verilerin erişim ve kullanım kısıtının olmasıdır. Gazetecilerin haber üretim süreci içerisinde yeni iletişim teknolojilerini kullanarak istedikleri verilere ve kaynaklara ulaşamaması olarak adlandırılabilir. Kullanıma açıklık ve verilere erişim kavramı, kitle iletişim kuramlarından ekonomi politik yaklaşımla birlikte ele alınması, bireylerin ekonomik statülerinin yeni iletişim teknolojilerine ulaşmadaki etkisini yansıtmaktadır. Yüksek statü ve düşük statüdeki

bireylerin arasındaki bilgi açığının Tichenor vd.'e (1970) göre sebepleri aşağıdaki yer almaktadır (Aktaran Bal, 2017, s.130).

• Yüksek statü ve düşük statüdeki bireyler arasındaki eğitimden dolayı iletişim becerisi farklılığı bulunmaktadır.

• Depolanmış bilgi miktarının farklılık gösterebilmektedir. Daha önce edinilen bilgi ya da medya ile ilişki düzeyleri farklıdır.

• Yüksek sosyo-ekonomik sınıfa ait olan toplumların bireyleri daha uygun sosyal ilişkilere uygun olabilmektedir.

• Her iki kesimde de seçicilik, kabul etme ve eleştirme mekanizmaları farklı işlemektedir. Düşük sosyo-ekonomik statüye sahip kişiler kamusal işlere ve bilimsel haberlere çok daha az ilgi duymaktadırlar.

Bununla birlikte toplumların bilgi iletişim teknolojilerine ulaşımının yanı sıra Van Dijk ve Hacker (2003, s.315-316)'in belirttiği erişime ilişkin 4 adet farklı engel başlığı da bulunmaktadır.

1. Psikolojik Erişim (ilgi eksikliği, bilgisayar kullanımından korkmak vb.)

2. Malzeme Erişimi (bilgisayara ve gerekli erişime sahip olmamak)

3. Yetenek Erişimi (toplumsal destekten mahrum olmak ya da kullanımda yetersiz kabiliyet)

4. Kullanım Erişimi (gerekli olan önemin anlaşılmamış olması)

Van Dijk ve Hacker'ın belirttiği ve 4 erişimin engellenmesine sebep olan bilgi eksikliği, bilgisayara ya da gerekli erişime sahip olmamak, kullanımda yetersiz kabiliyet ve bilgi iletişim teknolojilerinin öneminin algılanmamış olması hem dijital uçurumun doğmasına hem de toplumlararası bilgi eksikliğinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu sebeple toplumların; bilgi iletişim teknolojilerine ulaşmada ve bu teknolojilerin anlamlandırılmasında soyut ya da somut engelleri aşması gerekmektedir.

Özetle, yukarıda bahsedilen verilere erişim ve kullanıma açıklık başlığı altındaki kısıtlamalar içerisinde yer alan üç ana başlık olan dijital uçurum,

gazetecilerin teknoloji kullanımda yeterli kabiliyete sahip olmaması ve verilerin erişim ve kullanım kısıtının olmasıdır.

4.4. Veri Gazeteciliğinde Denetim

Veri gazeteciliğinde denetim ele alındığında, geleneksel gazeteciliğe benzer şekilde veri gazeteciliğinde de haberlere ilişkin olarak denetim mekanizmaları haberden önce ve haberden sonra ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu denetim mekanizmaları kaynak denetimi, kurum denetimi, okur denetimi, devlet denetimi, gazetecinin denetimi ve reklam veren denetimi olmak üzere birçok denetim şeklini içermektedir. Bu denetimlerin veri gazeteciliğinde de geçerli olduğu görülmektedir.

Denetim türleri kapsamında ilk olarak ele alınan kaynak denetiminde, veri gazetecileri haber üretim aşamasında birçok veri setinden ya da kaynaktan yararlanmakta ve gazetecilerin yararlandığı kaynakların doğruluğu ve bağımsız bilgi kaynaklarına ulaşımları haber üretim aşamasında önem kazanmaktadır. Bu kapsamda gazetecilerin haber üretirken kullanacakları bilgilere ulaşırken dikkat etmeleri gereken en önemli faktörlerin başında veri elde ettikleri kurumların ya da kişilerin paylaştıkları verilerin herkes tarafından ulaşılabilir olmasıdır. Bunun yanı sıra gazeteciler kaynaklardan verileri elde ederken kurumun ya da kişinin verilere yüklediği anlamın farkında olarak haber üretimini gerçekleştirmesi ve verileri seçerken tarafsız davranması da önemlidir.

Okur denetimi açısından bakılacak olursa alıcıların/okuyucuların haberde yer alan verilere yaptıkları müdahaleler ya da yorumlar veri gazeteciliğinde denetimin bir diğer aşamasını oluşturmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve etkileşimli bir iletişimin mümkün olmasıyla birlikte alıcılar/okuyucular da web 3.0 getirdiği teknolojiyle birlikte gazetecinin yazdıklarını denetleyebilmekte ve böylelikle okuyucu üçüncü bölümde Katz'ın değindiği gibi pasif izleyici konumundan çıkıp aktif izleyici/okuyucu olarak kendini konumlandırmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği etkileşimlilik ve katılımcılık özellikleri sayesinde izleyici/okuyucu gerekli gördüğü hallerde veri gazetecilerine geri dönüş yapmaktadır.

Devlet denetimi açısından ise yeni iletişim teknolojilerinin kullanımındaki artışla birlikte devletin toplumu gözetlemesi daha da kolaylaşmıştır. Haber üretirken

gazetecilerin internet kaynaklarını kullanarak veri toplaması, sınıflandırması ve analiz etmesi veri gazetecileri içinde denetim sürecini beraberinde getirmiştir. Gazetecilerin ürettikleri haberler teknoloji araçları sayesinde kolayca denetlenebilir hale gelmiştir.

Gazetecinin denetimi olarak ele alınan öz denetim (otokontrol) sistemi, otoritenin basına müdahalesini engellemenin yanında, okuyucuyu yanlış haberlerden korumak, dürüst olmayan gazetecileri disiplin altına almak, yorumları inanılır kılmak ve okuyucunun güvenini sürdürmek için tesis edilmiştir (Alemdar ve Erdoğan, 1990, s.388). Gazetecilerin aktör olarak görev aldıkları otokontrol mekanizması basının kendi içerisinde geliştirdiği etik ilkelere uyulup uyulmadığını kontrol etmek ve bunun sonuçlarını ilgililerle birlikte kamuoyuyla paylaşmak esasına dayanan bir sistemi oluşturmaktadır (Alemdar ve Erdoğan, 1990, s.23). Gazetecilerin kendi denetimleri yani özdenetimleri oluşturmaktadır. Gazeteciler, çalıştıkları kurumun ideolojisini, gazetenin sahiplik yapısını, reklam verenle ilişkisini korumak adına kendilerine denetim uygulamaktadır. Tokgöz (2015a, s.95) gazetecinin kendi kendine denetimini şu şekilde ele almıştır:

> Gazetecinin kendini denetimi, kamuoyuna karşı sorumsuz davranmama anlayışının bir göstergesi olarak ortaya atılmıştır. Yani, basın, radyo ve televizyon, önce kendine bakıp eksikliklerini ve yanlışlarını görecek, bunları elinden geldiği kadar düzelterek, kendine göre benimsediği sorumluluk anlayışı ile kamuoyuna sunacaktır. Bu görüşler doğal olarak ideali yansıtmaktadır.

Son olarak reklam veren denetimi açısından bakıldığında ise günümüzde reklamcılık gazeteciliğin devam etmesi adına önemlidir. Reklam gelirlerinin sağladığı avantaj ile daha çok dağıtım ve tasarım olanağı bulan medya kuruluşları daha çok kişiye ulaşma ve büyüme oranına sahiptir. Yıllar içerisinde medya sektöründe meydana gelen değişime ve gelişmeler sonucunda medya araçlarında yayınlanan reklamlar üzerinde de denetim söz konusu olmaktadır. Reklam verenlerin müdahalesinin devreye girmiş olmasıyla birlikte haber içerisinde geçen bir markanın bile sansürlenmesi söz konusu olmaktadır. Bu noktada Walter Lippman tarafından kullanılan ve daha sonra da Noam Chomsky ve Edward Herman tarafından geliştirilen rızanın imalatı kavramı önem kazanmaktadır. Bu kavramı Lippman, kitlelerin yönetilmesi ve yönlendirilmesi adına kullanırken Chomsky ise medya denetimi anlamında kullanmıştır.

Chomsky ve Herman tarafından ortaya konulan propaganda modelinin beş temel süzgecinden biri olan reklamcılık ruhsatı, ticari medya kuruluşlarının reklama bağımlılığını anlatmaktadır. Kitle medyasının işlevleri arasında eğlendirmek, avutmak, bilgi vermek ve bireyleri toplumların bütününe eklemleyen değerleri, inançları ve davranış kodlarını aşılamak yer alır. Kitle medyası uygulama ve seçimleri gerektiği gibi düşünen insanların orada olmasıyla sürdürülür. Bu taraflı seçimler, içselleştirilmiş ön kavrayışlardan ve personelin mülkiyet yapısı, örgütlenme tarzı, piyasa ve siyasi gücün kısıtlamalarına uygun davranmasından kaynaklanır. Bu kapsamda yukarıda behsedilen tüm bu denetim türleri veri gazeteciliği açısından ele alındığında denetimin veri gazeteciliğinde de devam ettiği görülmektedir.

4.5. Veri Gazeteciliği Döneminde Gazeteciler

Geleneksel medyada haber üretim süreçlerinde hâkim olan ideoloji etkisinin ele alındığı Elisabeth Noelle-Neumann'ın Suskunluk Sarmalı Kuramı, gündem belirleme ve kamuoyu oluşturma konularıyla ilgilidir. Bu bağlamda ele alınan kuram medya etkilerine ilişkin olarak şunları öne sürmektedir: Toplum, tartışmalı bir konudaki tarafların güçlülüğü veya zayıflığı hakkındaki bilgiye iki şekilde ulaşabilir. Birincisi, birey kendi deneyim alanı içinde doğrudan gözlem yapabilir. İkincisi ise medyanın sağladığı haber ve enformasyonu takip edebilir. Günümüzün modern toplumlarında ise bireylerin kendi yaşam ve kişisel deneyimiyle ilgisi olmayan tüm konularda fikir iklimine ilişkin bilgilenmeler önemli oranda medya aracılığıyla olmaktadır (Cangöz, 2012, s.57). Medya aracılığıyla bilgilenen kitleler medya kuruluşlarında görev yapan gazetecilerin sunduğu bilgilerle yetinmektedir. Bu nedenle geleneksel habercilikte gazeteciler haberi inşa ederken eşik bekçileri olarak konumlanmaktadır.

Eşik bekçiliği kavramı ilk defa 1950'li yıllarda kullanılmıştır. Kavram, gazete editörlerinin gazetelerinde basmak üzere sınırlı sayıda haberi seçip diğerlerini elemek suretiyle okuyucularının neleri öğrenip neleri öğrenmeyeceklerini belirlediklerini anlatmak üzere kullanılmıştır (Singer, 2005, s.178). Özellikle serbest çalışan veri gazetecileri internet ortamında dağıtım koşullarının ucuzlamasının ve kolaylaşmasının da etkisiyle artık eşik bekçileriyle görece daha az karşılaşmaktadır.

Veri gazeteciliğinde eşik bekçisi kavramı üzerine iki farklı görüş bulunmaktadır. İlki, veri gazetecilerinin görevi de yığınlardan bilgileri süzerek haberleri ortaya çıkarmaktır. Mevcut haber bolluğu içinden hangisinin kullanılacağına karar veren haberciler, fotoğrafçılar, editörler, yorumcular, yazı işleri müdürleri ve genel yayın yönetmenleri eşik bekçisi olarak işlev görmektedir (Mutlu, 2004, s.13). Bir diğer görüşe göre, veri gazeteciliğinde eşik bekçiliği kavramı daha farklı bir şekilde de konumlandırılmaktadır. Bunun sebebi ise internetin en başından beri geleneksel gazetecilikte kullanılan eşik bekçiliği kavramını her açıdan zorlayan bir mecra olmasıdır. Web 2.0 uygulamasıyla birlikte internet kullanıcıları çevrimiçi ortama her türden haber ve enformasyon ekleyebilme yeteneğine ve imkânına sahiptir. Enformasyon kaynaklarının erişim ve kullnılmasının görece çok kolay olduğu bir medya ortamında eşik bekçiliği kavramının öneminin giderek azaldığını savunan görüşler de bulunmaktadır. Eşik bekçiliği rolüne soyunanların otoritesinin azalması, yalnızca çevrimiçi ortamın açıklığından değil, bu ortamdaki anlık yayınların hızından da kaynaklanmaktadır.

Liberal kuramda bahsedilen eşik bekçisi kavramı, veri gazeteciliğinde de görülmektedir. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte ortaya çıkan bilgi kirliliği sayesinde neyin doğru, neyin yanlış olduğu eşik bekçileri tarafından okuyucuya ya da izleyiciye aktarılmaktadır. Veri gazeteciliği haber üretim sürecinde ise gazetecinin rolü eşik bekçiliğinden kanaat önderliğine doğru bir geçiş yaşamaktadır. Veri gazetecileri üretilen veriyi ve içeriği yönlendirebilir. Eşik bekçisi, kanaat önderine göre daha sınırlı bir imkâna sahiptir. Örneğin haberi yayınlanıp yayınlanmayacağına karar verir fakat kanaat önderi bilgiye ilk ulaşan ve bilginin başka kişilere ulaşmasında etkili olan kişidir. Bir ya da birden fazla kişiden oluşan veri gazeteciliği ekiplerinde eşik bekçiliği kavramı etkisi azalsa da varlığını sürdürdüğü sonucuna varılabilir. Geleneksel medyada eşik bekçilerinin onayıyla haberler kamuoyuyla paylaşılırken veri gazeteciliğinde ikinci bir onay mekanizması olmadan birey ya da gruplar haberlerini online ortamda yaptıkları haberleri yayınlama özgürlüğüne sahiptir.

Curran'ın ele aldığı 'geleceğin gazeteciliği' adlı makale gazeteciliğin sektör olarak değişim yaşadığını 4 unsurla anlatmaktadır. İlki, kalite ve artışı sağlayan farklı görüş ve yaklaşımların erişiminin kolaylaşmasıdır. İkincisi, bilginin artışıyla içeriğin

zenginleşmesidir. Üçüncüsü, eski ve yeni gazeteciliğin bir araya gelerek ağ gazeteciliği şeklini almasıdır. Dördüncüsü ise, klasik gazetecilikte yer alan eşik bekçiliği mekanizmasının ağ gazeteciliğinde yatay ve karşılıklı iş birliğine dayanmasıdır. Ağ gazeteciliğinde raporlama ve yorum ön planda yer almaktadır (Aktaran Hülür, 2017, s. 31). Curran'ın da ele aldığı gibi veri gazetecileri yatay ve karşılıklı işbirliğine dayalı eşik bekçileri olarak ele alınabilmektedir.

Günümüzde büyük verilerin öneminin artması veriyi işleyecek kişiye ihtiyaç duyulmasını da beraberinde getirmiştir. Bu kapsamda veri gazetecilerini ele alınacak olursa, bilginin toplanması ve birleştirilmesi süreçlerinde, binlerce doküman arasındaki bağlantıların sağlanması, grafiklerden interaktif hikâyelerin oluşturulması, hükümetin gündeminde yer tutan verilerin işlenmesi ve bunlar arasındaki bireysel bağlantıları kullanıp hikâye yaratma işi veri gazetecileri tarafından yapılmaktadır (Aktaran Gray, Chambers ve Bounegru, 2012, s.1-5).

Verinin öne çıkışıyla birlikte, veriye dayalı haber üretmenin bir tür zorunluluk halini alması gazetecilerin de bir dönüşüm yaşamasına neden olmuştur. Bu dönemde çalışma koşullarından sahip olunması gereken niteliklere, kullanmaları gereken teknolojik araçlardan ekip çalışmasına kadar pek çok alanda yaşanan değişimler gazetecileri etkilemiştir. Bu etki sonucunda bazı açılardan gazetecilerin işlerinin kolaylaştığı, verilerin büyüklüğü ve karmaşıklığı gibi başlıklarda ise çeşitli zorluklarla karşılaştıkları bilinmektedir. Bu koşullar üzerinden gazetecileri biçimlendiren olumlu/olumsuz tüm bu başlıkların ayrı ayrı ele alınması gerekmektedir.

Bunlardan ilki, son yıllarda gazetecilerin yaptıkları görevlerin, ihtiyaç duydukları becerilerin ve haber kuruluşlarında sahip oldukları konumların önemli ölçüde değişim göstermesidir. Gazeteciliğin değişmesi konusundaki söylemin odak noktası, özellikle yeni iletişim teknolojileri nedeniyle farklılaşan haber üretim şekillerinden kaynaklanmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin beraberinde getirdiği kişiselleştirme ve etkileşim özellikleri, haber toplama tekniklerinden gazetecilerin haber verme ve medya kurumlarının da haberleri sunma tekniklerine kadar bütün çalışma şekillerinin farklılaşmasına yol açmıştır. Bu farklılaşma da birçok gazetecinin yönetici ve bilgi küratörü olarak konumlanmasına neden olmuştur. Heather

Billings'de (2012, s.31) gazeteciler üzerinden farklılaşmayı *"Modern gazeteciler kod yazmayı bilmeli, fotoshop, flash v.b. gibi dizayn içeriklerini düzenleyebilmeli, video montajı ve fotoğraflarla hikâye anlatımı yapabilecek becerilere sahip olmalıdır."* sözleriyle ifade etmiştir.

Van Der Hakk, Parks ve Castells (2012, s.2925) ağ toplumu bağlamında gazetecilik uygulamalarını; gazetecinin önemli gördüğü konuları gözlemleyerek ilgililere sorular sorması, sorulara verilen cevapları çözümlemesi ve çözümlemelere uygun bir dilde hikâyelendirilmesi olarak üç aşamada tanımlamıştır. Veri gazeteciliğinde ise bu yaklaşım veri toplama, analiz ve yorumlama, son olarak da hikâye anlatımı şeklinde ele alınabilir.

İkinci olarak, 21. yüzyıldan önce gazeteciler iş bulabilmek için kaleminin gücüne güvenmekteyken günümüzde bu yaklaşım değişerek kendini yeni iletişim teknolojilerini kullanma becerisine bırakmıştır. Gazetecinin yalnızca yazı yazması yeterli olmayıp, bilgisayarda haberin arka planında veri işleyebilmesi, yazılımları kullanarak grafikler ya da görseller oluşturabilmesi ön plana çıkmıştır. Veri gazetecisi, yeni iletişim teknolojileri kullanarak veri tabanlarından haber değeri olan bilgiyi bulmaktadır. Ayrıca farklı veri tabanlarını karşılaştırma, topluluk hakkında yeni bilgi üretme, sonuçları metin ve görsel olarak yaymaktadır. Veri gazetecileri sonsuz veri akışına anlam kazandırmak için analiz yaparken aynı zamanda haberin okuyucusunun kafasında önemli olanı ve konuyla ilgili olanı ortaya koymak için çaba harcamaktadır.

Üçüncü olarak ele aldığımız farklılık ise gazetecilerin yeni iletişim teknolojisinin imkânlarından faydalanarak çalışma biçimlerini ve iş bulma ve yapma anlayışlarının değişmesine ilişkindir. Bir yandan veri gazetecileri farklı uzmanlık alanlarından olan bireyler ile ekip halinde çalışmakta diğer yandan ise veri gazeteciliği ekibinde yer alan uzmanların bilgisayar programcılığı, tasarım gibi bilgilere sahip olması gerekmektedir. Marco Tulio Pines, veri gazetecisinin bir takım halinde çalışması gerektiğini vurgulamakta ve veri gazeteciliğinde çalışma şeklini 4 gruba altında toplamaktadır (Aktaran Dağ, 2013, s.3). Bir kişi tek başına veri güdümlü projeler üretebilir çünkü OpenRefine, Datawrapper, Tableau, GoogleFusionTables, CartoDB gibi bir dizi ücretsiz araç vardır. İki kişilik ekibiyle de veri gazeteciliği

çalışması yapılabilir. Buna örnek olarak Amerika'da The Guardian gazetesinde çalışan iki kişilik ekibin ödül alan çalışması gösterilebilir. (LGBTI hakları Rehberi) 4-6 kişilik ekip etkili projeleri kısa sürede üretebilir. WYNC'nin Sandy Fırtınası örneği verilebilir. Büyük ekipler (20 üstü) stratejileri olan, haberi anlatmanın yöntemlerini en fazla geliştiren, çevrim içi haberciliğin çok farklı olabileceğini de gösteren ekiplerden oluşmaktadır. The New York Times'ın 2012 Olimpiyatları buna örnek olarak gösterilebilir.

Pines'in söylediklerinden yola çıkılarak, veri gazetecilerinin ekip olarak çalışmasının en büyük nedenlerinden birinin gazetecinin tek kişi olarak milyonlarca veriyi tek başına analiz edememesi olduğu söylenebilir. Rogers'a göre (2013b, s.17), veri gazeteciliğinde oluşturulacak grubun çok büyük olmasından daha önemli olan haberin iyice araştırılmasına uygun sayıda kişinin birlikte çalışmasıdır. Bunun en önemli nedeni veri gazeteciliğinde haber seçimleri yapılırken kıyıda köşede kalmış toplumsal olayların halka aktarılması, veriler kullanarak halkın bilinçlenmesini ve fikir sahibi olmasını sağlamasıdır. Bu noktada veri gazetecilerinin veriye ulaşabilmek, veriyi düzenleyebilmek, veriyi analiz edebilmek ve veriyi sunabilme gibi 4 yetkin özelliği devreye girmektedir.

Haber kuruluşlarında veri gazetecilerinin görevlerine bakıldığı zaman, veri görselleştirme ile bilgileri okuyanlar için anlamlı kılmaları, elde ettikleri verileri filtreleyip analiz ettikten sonra haberleri hikâyeleştirip okuyucuya sunmaları beklenmektedir. Rapeli (2013) tezinde "Data journalism: An Outlook for the Future Processes" adlı yüksek lisans, veri gazeteciliğinde haber oluşturma sürecini, haberin sunulma şeklinin nasıl gerçekleştiğini veri gazeteciliği süreçleri üzerinden ele almakta veri gazeteciliğinin gelecekte nasıl olacağına dair tartışmalara yer vermektedir. Aynı zamanda gazetecilerin bu süreçteki rolü de tartışılmaktadır. Tezde, veri haberciliğinde haber üretimine yönelik şirket içi veri gazeteciliği ekibi, veri gazeteciliği oluşturmada bir kuruluşla ortaklık kurmak, her bir haber üretim sürecini ayrı bir ekibin yönetmesi ve bahsedilen tüm üçünün karışımı olmak üzere 4 yaklaşım önerilmektedir.

Veri gazeteciliğini gazeteciler üzerinden ele alan bir diğer çalışma da Felle (2016, s.85-96) tarafından yazılan "Digital Watchdogs? Data Reporting and The News Media's Traditional 'Fourth Estate' Function" adlı makaledir. Makalede 17 ülkede 26

veri gazetecisiyle yapılan bir dizi nitel görüşme sonucunda veri gazeteciliğinin, geleneksel gazetecilik üzerindeki etkisi incelenmektedir. Makale sonucunda elde edilen bulgulara göre, dijital veri raporlaması veri gazeteciliğinde hesap verebilirlik anlamında önemli bir araçtır. Ayrıca veri gazeteciliği, hikâyeleri kamuoyuna daha geniş çapta bilgi ve iletişim kurabilecek şekilde araştırmak ve anlatmak için yeni bir yöntem olarak görülmektedir.

Özetle, verilerin bol miktarda olması gazetecilik yapma şeklini de etkilemiş, gazeteler ve gazeteciler bu dönüşüme ayak uydurmak için geleneksel haber elde etme ve yayma süreçlerinde değişikliğe gitmek zorunda kalmışlardır. Mevcut verilerin daha etkili şekilde kullanılması, ham halde bulunan kapsamlı ve çeşitli verilerin alınıp özet haline getirilmesi ve araştırma hedefleriyle elde edilen veriler arasında bağlantı kurulması ve bu bağlantıların şeffaf ve ulaşılabilir olmasının sağlanması veri gazetecileri aracılığıyla olmaktadır.

4.6. Veri Gazeteciliğinde Dil ve Görsel Kullanımı

Geleneksel habercilikte olduğu gibi veri gazeteciliğinde de dilin kullanımı ve görsellik haber üretiminin ve sunumunun temel bileşenlerindendir. Veri gazeteciliğinde, geleneksel gazetecilikten farklı iletişim ortamları kullanmakta, haber üretim sürecinde farklı tekniklerle üretim yapılmaktadır. Veri gazeteciliğinde teknolojik imkânlar doğrultusunda kullanılan bu teknikler sayesinde yazılı metinlerin yanı sıra haberleri verilerle görselleştirme mümkün olmaktadır.

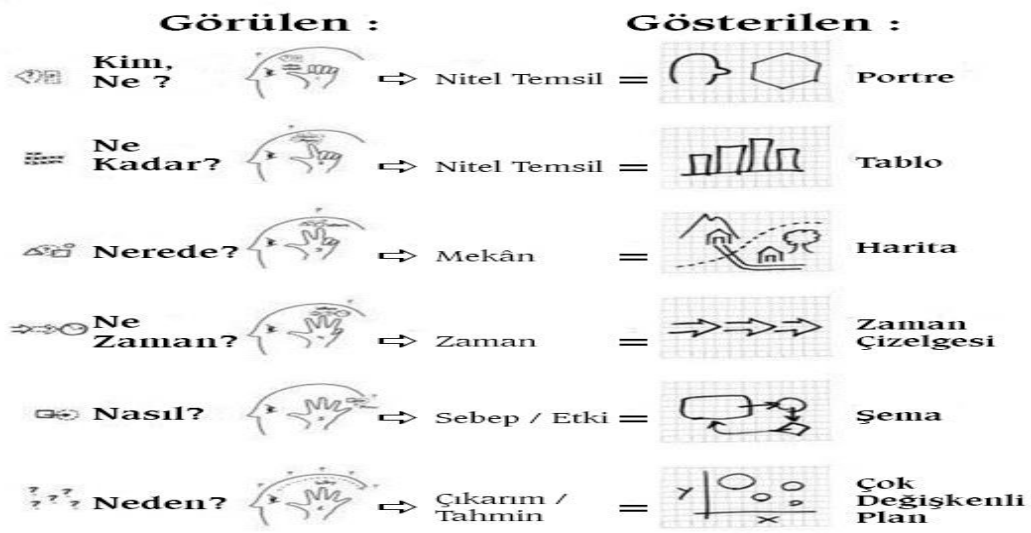
Haberlerin oluşturulmasında görsel kullanımı bir dizi avantajı beraberinde getirmektedir. Verilerle haberler oluşturulurken kullanılan görseller, içeriği sadece metinle oluşturulan haberlere göre daha akılda kalıcı olmaktadır. Görselleştirmelerle ve verilerle haberlerin ayrıntılarının sunulması okuyucuların dikkatini çekmektedir. BBC News Online'da veri uzmanı olarak çalışan Bella Hurrell ve John Walton, veri gazeteciliğinin görselliğe vurgu yapan bir gazetecilik türü olduğunu belirtmektedir. Veri gazeteciliğinde kullanılan görsellik, karmaşık olan haberlerin anlaşılmasını kolaylaştırmakta ve aynı zamanda insanları veriler temelinde bilgilendirmeyi hedeflemektedir (Mair vd. ,2013, s.1-2).



Şekil 7: Veri Gazeteciliğinde Görselleştirme Aşamaları

Masud, Valsecchi ve Ciuccarelli (2010, s.446) veri gazeteciliğinde görselleştirmelerin nasıl yaratıldığını açıklamak için Şekil 7'deki süreci ele almışlardır. Veri-Bilgi-Enformasyon çerçevesinde ele alınan süreç, ilk önce veri, bilgi ve enformasyonun haberi üreten tarafından toplanmasıyla başlar, daha sonra enformasyonun görselleştirilmesi süreciyle devam eder. Bu süreç verilen veri kümesini veya bilgisinin neye ve nasıl görselleştirileceğine karar verilen aşamadır. Daha sonra süreç alıcının bilgi görselleştirmesiyle, etkileşime girmesiyle sonlanmaktadır. Bu kapsamda veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde gerçekleştirilen görselleştirme geleneksel gazetecilikten ayrılmaktadır. Diğer taraftan Guardian Data Blog'un kurucu olan Simon Rogers ise "Facts Are Sacred: The Power of Data" adlı kitabı, veri gazeteciliğinin tarihi, veri gazeteciliğinde görselleştirmelerin nasıl yapıldığına dair örneklerin ele alınıp, incelendiği bir kaynak olarak dikkat çekmektedir (Rogers, 2013a).

Veri gazetecileri veriyi anlamlandırmak, görselleştirmek ve haritalandırmak için internette çevrimiçi olarak yer alan araçlardan faydalanmaktadır. Haberlerde görselin kullanımında imgeler, haritalar ve infografi gibi veri görselleştirmenin anlatı unsurları yer almaktadır. Bradshaw'a göre (2014, s.202) veri gazeteciliği ağ tabanlı ve disiplinler arası iş birliğine dayalı yöntemleri, küresel paylaşımı, görsel iletişime yönelimi, etkileşimselliğin ve/veya kişiselleştirmenin başını çektiği kullanıcı türevli hikâye anlatımı formlarını beraberinde getirmektedir. Hikâye formlarının veri gazeteciliği açısında nasıl şekillendiği ve görselleştirildiği Şekil 8'de anlatılmaktadır.



Şekil 8: Haberin Öyküleştirmesi

Kaynak: School of Data

https://docs.google.com/presentation/d/1pu4daM0wLxjArvcZhbDyphetişoqe3jUGDgxP58mUd4/edit#slide=id.gaebb5cf49ş1ş96

Veri gazeteciliğinin haber üretim aşamalarından bir olan hikâyeleştirme, enformasyonun verilebilmesi için oluşturulan görsellerin anlaşılabilir bir dille hikâyeleştirilerek anlatılması ve grafiklerle sunulmasına dayanmaktadır. Veri gazeteciliğini geleneksel gazetecilikten ayıran en önemli özellik haberlerin 5N 1K formatında verilirken haber dilinin hikâyeleştirilmesi ve görsel kullanarak anlatımıdır. Tuchman'a göre (1976, s.97) haber metninin bir öykü olduğunu söylemek onun değerini azaltmaz ya da onu gerçek dışı (fictitious) olmasıyla suçladığımız anlamına gelmez. Bu haberin tüm diğer kamusal dokümanlarda olduğu gibi kendi içsel geçerliliğini taşıyan inşa edilmiş bir gerçeklik olduğu konusuna daha duyarlı olunmasını sağlar.

Haber inşa edilirken haberin yazımında kullanılan 5N 1K formatı veri gazeteciliğinde görselleştirme aşamasında değişiklik göstermektedir. Şekil 8'de ele alınan görselde de görüldüğü üzere; haberde yer alan "kim/ne" sorularının veri gazeteciliğinde portre olarak aktarılır. Portrelerin amacı, söz konusu habere konu olan kişiyi tüm yönleriyle tanıtmaktır. "Ne kadar" sorusu genellikle çubuk tablolarıyla aktarılmaktadır. Haber içeriğinde bulunan verilerin istatistiksel olarak aktarımı

karmaşık ve kafa karıştıran verilerin kolay algılanabilirliğini artırmaktadır. "Nerede" sorusunun cevabı da haritalarla gösterilmektedir. Coğrafi bilgiler içeren haberlere hazırlanan infografiklerde, yer bilgisini içeren haritalardan yararlanarak olay ve bilginin transferi sağlanır. Okuyucuya en önemli bilginin yer aldığı bir cümle spot verilirken harita üzerindeki yer gösterici ikonlar, simgeler, çizgiler, renkler ve tipografi kullanılarak haberin yorumlanması kolaylaştırılmaktadır. "Ne zaman" sorusuna karşılık gelen zaman çizelgesi olayların meydana geldiği zamana göre sıralanarak veya belirli zaman aralıklarına yerleştirilerek anlaşılması sağlanır. Belli bir tasarım kuralına göre hazırlanan bilgiler zaman ve oluş sırası daha anlaşılır hale getirmektedir. "Nasıl ve neden" soruları ise şema olarak, olayın hangi ilişkiler içerisinde olduğunu okuyucuya anlatmak için kullanılmaktadır.

Veri gazeteciliği sadece görsellik, haberde tabloların ve şekillerin kullanımından ibaret olmadığından dilin kullanımı da hayati önem taşımaktadır. Bazen şekiller ve görseller olayları daha güzel anlatırken bazen de kelimeler ve yazılar anlatır. Bu nedenle haberde kullanılan dilin sadeliği ve anlaşılır olması en önemli unsurlardan biridir. Görsel ya da yazılı haberlerde yer alan metinlerin okuyucunun anlayacağı şekilde sadeleştirilmesi ve basite indirgenmesi gerekmektedir. Arsan'a göre (2005, s.143) haberde öncelikle bilgiler belirlenmeli, olgular açık ve anlaşılır aktarılmalı ayrıca haber ayrıntıya boğulmadan yalın şekilde verilmelidir. Girgin (1998, s.16) ise haberin anlaşılırlığı konusunda cümlelerin kısa tutulması, haber metinini içinde bilinmeyen kelime, anlaşılmayan cümle ve haberin anlaşılırlığının önünde en büyük engellerden biri olan devrik cümlenin asla bulunmaması gerektiğine vurgu yapmaktadır.

Veri gazeteciliği mecra olarak yeni iletişim teknolojilerinden interneti daha fazla kullandığı için veri gazeteciliğinde dil kullanımı konusunda internet gazeteciliğinde ele alınan haberin öz, açık ve anlaşılır olması hususlarına dikkat edilmesi gerekmektedir. Ignacio Ramonet (2000), internet gazeteciliğinde haberin yapılandırılmasına ilişkin olarak üç temel özelliği ele almıştır: Ramonet'in kolay olarak bahsettiği kavram haberin kısa, anlaşılır ve basit ifadelerle bir bakışta okunabilecek şekilde yazılması; hızlılık özelliği, haberin en kısa sürede okuyucuya iletilmesidir. Son olarak ele alınan haberin eğlenceli oluşu ise okuyucuyu olumsuz

duygular içerisinde bırakmayan, tam tersine gülümseten bir haber yapılanmasının öngörülmesidir. İyi bir internet haberinde her şeyden önce basit, açıklayıcı tümceler kullanılmakta ve her tümcede bir düşünce ortaya konmaktadır. Uzun yan tümcelerden ve edilgen yazılardan kaçınılır. İnternet ortamındaki haber bu genel kavramları kullanarak olayın anlaşılmasını kolaylaştırır ve okurun dikkatini kullandıkları araçlar nedeniyle daha fazla çekmektedir (Toruk, 2008, s.191).

Geleneksel gazetecilikte haber fotoğraf, video ve haber metninin yazılması sonucunda elde edilirken, veri gazeteciliğinde yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu kaynaklardan yararlanılmaktadır. Bu kapsamda veri gazetecileri haber üretim süreçlerinde haberleri görselleştirmek için bir takım ücretsiz araçlar kullanmaktadır. Bu araçlar veri tabanlarının analiz edilerek bilgiye ulaşılabilmesi anlamında online olarak ulaşılabilen ücretli ya da ücretsiz yazılımlardan oluşmaktadır. Veri gazetecilerinin görselleştirme için kullandıkları araçların bazıları Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7- Veri Gazetecilerinin Görselleştirme için Kullandıkları Araçlar

Issuecrawler:	Bir network'ün webdeki haritasını çıkarmak için kullanılır.
Data Wrapper:	Paylaşılan tabloları hazırlanmak için kullanılır.
Pipl:	Kişi tarama platformu
Videolicious:	Klip yapma programı
Graph Commons:	Kollektif ağ oluşturma işine yaramaktadır.
Geofeedia:	Sosyal medyaya yüklenenler arasında arama yapabilme
Gapminder:	Verilerin görselleştirilmesi için kullanılan program
Tineye:	Görsel tarama
Wolfram Alpha:	Soru bazlı çalışan tarama motoru
Whois:	Domain alan adı sorgulama yapabilme
Wayback Machine:	İnternette yıllar önce alınan screenshootları ve İnternet sitelerinin daha önce nasıl göründüğünü gösterir
Scraperwiki:	Wikipedia verilerinden tablolar hazırlanmasına imkân sağlayan program
Gephi:	Grafiklerin hazırlama
Google Refine:	Veri temizleme ve verilerin formatlarını dönüştürür.
Google Fusion Tables:	Verileri görselleştirme programı
Storyful:	Doğrulama yapan bir site

"Trends In Data Journalism" adlı araştırma raporunun sonucuna bakıldığında veri haberciliği; istatistiksel yöntemler, görselleştirmeler ve bilgi sunmak için etkileşimli yollarla daha iyi bir gazetecilik üretme aracı olarak algılanmaktadır (Aitamurto, Sirkkunen ve Lehtonen, 2011, s.1-27). Değirmencioğlu ise (2016, s.246) veri gazeteciliğinde kullanılan ücretsiz araçların ve görselleştirmenin önemine vurgu yapmaktadır: *"Veri gazeteciliğinde haberler, online sunumlar, interaktif haritalar ve tablolar aracılığıyla analiz edilerek, görsel bir şekilde sunulmaktadır. İzlenen bu yöntem sayesinde haberler, okuyucular ve İnternet kullanıcılarına çarpıcı ve anlaşılır bir şekilde yansıtılabilmektedir."*

Özetle, veri gazeteciliğinde kullanılan araçlar sayesinde haber üretim süreci geleneksel gazeteciliğe göre farklılaşmış, görsellik ve istatistik ön plana çıkmıştır.

Geleneksel gazetecilikte çalışan muhabir ve sayfa tasarımcısının yerini, verilerin görsel tasarımını gerçekleştiren grafik tasarımcılar, programcılar ve dijital verileri işleyen teknik bilgi düzeyi yüksek veri habercileri almaya başlamıştır.

4.7. Veri Gazeteciliği ve Güvenilirlilik

Veri gazeteciliğini geleneksel gazetecilikten farklı kılan en önemli özelliklerden biri, veri gazetecilerinin ortaya çıkan yeni olanaklar sayesinde geleneksel gazetecilere oranla haberleri verilere dayandırarak daha güvenilir, inanılır hale getirme şanslarının daha fazla olmasıdır. İnternetin en güçlü olduğu kullanım alanlarından birisi bilgiyi anlık olarak büyük kitlerin erişimine sunmasıdır. Özellikle kriz anlarında, kitlesel olaylarda veya doğal afetler sonrasında bu bilgi akışının ölçeği nicelik olarak artış göstermektedir. Ancak her internet kullanıcısı birer haber ve içerik kaynağına dönüşünce hangi bilginin doğru olup olmadığı da tartışmaya açık bir konu haline gelmektedir. Bu nedenle verinin doğru olup olmadığı da en çok tartışılan konulardan biridir.

Bu kapsamda veri gazetecileri için verinin doğrulanması ve gazeteciye olan güvenin artması önemli hususlardan biridir. Veri gazeteciliğinde güvenilirlik iki başlıkta ele alınabilir. İlki haberde sayısal veriler kullanıldığı için okuyucu tarafından haberin doğruluğuna olan güvenin artması, ikincisi ise alıcının da ulaşabileceği açık veriler/kaynaklar kullanması nedeniyle gazeteciye olan güvenin artmasıdır.

İlk olarak okuyucunun veri haberinin doğruluğuna olan güveni ele alındığında ilk dikkat çeken, gazetecilerin ürettikleri haberlerdeki bilginin doğrulanması ve kirliliğin önüne geçilmesi için European Journalism Centre (Avrupa Gazetecilik Merkezi) rehber kaynak niteliğinde Verification Handbook (Doğrulama El Kitabı) adlı bir kitap yayınlamasıdır. Verinin doğruluğunun nasıl sağlanması gerektiğini anlatan Doğrulama Kitabı'na (2016, s.16) göre, veri güncelse, kurum güvenilirse, veri düzenli olarak raporlanıyorsa ve çeşitli kaynaklarla kıyaslanma imkânı bulunuyorsa veri doğru bir veridir.

Veri gazeteciliğinin güvenilirliğinin önemli bir parçasını da gerek haber üretiminde gerekse haber kaynaklarında şeffaflığı öne çıkarması oluşturmaktadır. Geleneksel gazetecilikten farklı olarak alıcının pek çok başlıkta haberde geçen

kaynaklara kendisinin dijital olarak ulaşabiliyor olması veri gazeteciliğe olan güven potansiyelini artırmaktadır. Saydamlık beraberinde hesap verilebilirliği getirdiğinden gazetecilerin haber üretimlerinde daha titiz olmalarına yol açmakta bu da güvenilirliklerinin artmasına yol açmaktadır.

İkinci olarak ele alınan ise açık veri kullandığı için gazeteciye olan güvenin artmasıdır. Hughes (2013, s.44), *"veri gazeteciliğinin karşılaştığı sınırlılıklardan biri kullandığı veri toplama araçlarıyla hangi verilere ulaşabildiğiyle alakalıdır. Yüz milyonlarca veri grubu içerisinden erişebildiği verilerin boyutu ve hangisinin doğru veri olduğu önem kazanmaktadır."* vurgusuyla bu yaklaşımı desteklemektedir. Haber açısından bakıldığında yeni iletişim teknolojileri üzerinden elde edilen verilerin güvenilirliği konusunda birçok tartışma yer almaktadır. Geleneksel gazetecilikte haberler hazırlanırken gözlem ve çevresel faktör temel alınarak, gerçekliğe uygun olarak haber değerlerine göre seçilen haber okuyucuya/izleyiciye sunulmaktadır. Fakat internet ortamında gerçekleştirilen veri haberciliğinde, haberler oluşturulurken geleneksel habercilik yöntemlerinden biraz daha farklı yol izlenmekte, belirlenen anahtar kelimeler ve veriyi biçimlendirmek için kullanılan teknolojik araçlar ve arama biçimi temelinde habercilik yapılmaktadır.

Özetle, haber büyük ölçüde verilere dayandırıldığı için verilerin güvenilirliği daha fazla önem kazanmakta ve bu kapsamda doğrulama, veri haberciliğinde öne çıkan bir aşama haline gelmektedir. Örneğin, bu sahada faaliyet gösteren Storyful, her ay bin kadar videoyu doğrulamaktadır. Bunun için Storyful ekibi, paylaşımın nereden yapıldığı, paylaşımı yapan hesabın nerede oluşturulduğu, hesabın kullanım yoğunluğu, hesabın ilişkili diğer hesaplarla olan tutarlılığı, paylaşımlarda kullanılan dilin ne kadar tanımlanabilir olduğu, videonun kalitesi, videodaki topografik detaylar ve benzeri çok sayıda ölçüt üzerinden değerlendirmeler yapmaktadır (Browne, 2012, 24 Nisan). Tüm haberler için olamasa bile özellikle kritik haberlere ilişkin olarak böylesi bir aşamanın (ve bunu yapan organizasyonların) olması veri gazeteciliğinin güvenilirliğini sağlayan ve artıran bir işlev görmektedir.

4.8. Veri Gazeteciliğinde Alıcılar

İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte girilen dijitalleşme süreci, sadece iletişim ortamlarını değiştirmekle kalmamış, aynı zamanda bu iletişim ortamlarının kullanıcılarını da dönüşüme uğratmıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin yaygın biçimde kullanılmaya başlanması karşısında toplumun farklı kesimleri bu dönüşüm sürecine farklı tepkiler geliştirmişlerdir. Geleneksel gazetecilikteki alıcılar arasındaki farklılıklara ek olarak günümüzün alıcıları arasında dijital dünyaya doğan gençler ile dijital kültüre sonradan katılan ve ona uyum sağlamaya çalışan kuşak arasındaki farklar eklenmiştir. Sırasıyla dijital yerliler ve dijital göçmenler olarak adlandırılan bu kuşak veri gazeteciliği döneminin alıcısını anlamada kilit rol oynamaktadır. Veri haberlerinin ağırlıklı alıcısı dijital yerliler olduğundan veri gazetecilerinin haber üretim biçimini de daha çok bu kuşağın beklentileri ve alışkanlıkları etkilemektedir.

Marc Prensky (2001), Dijital Göçmen ve Dijital Yerli kavramlarını ilk dile getiren kişidir. Dijital göçmen; dijital dünyaya doğmamış fakat dijital dünyaya ayak uydurmaya çalışan bireylerden oluşan bir kuşak olarak açıklanmaktadır. Dijital yerliler ise, doğduğu andan itibaren teknolojiyle tanışan ve teknolojiyle büyüyen, dijital dili ana dil olarak kullanan, günlük hayatlarındaki işlerin çoğunu teknolojiyle gerçekleştiren kuşaktır. Prensky, 21. yüzyıl öğrencilerinin hayatları boyunca 5.000 saatten az bir zamanı okumaya ayırdıklarını fakat 10.000 saatten fazlasını video oyunu oynamaya ve 20.000 saati televizyon izlemeye ayırdıklarını belirtmektedir (Prensky, 2001, s.1-3). Bu verilere baktığımız zaman okuyucu kitlesinin artık dijital yerlilere doğru kaydığını ve dijital yerlilerin zamanlarını okumaya ayırmak yerine daha fazla görselliğe harcadığını görülmektedir.

Dijital yerliler, dijital medya araçlarını hayatının merkezine alan ve tüm günlük işlerini bu teknoloji ile yürüten 21. yüzyıl gençlerinden oluşmaktadır. Prensky (2001, s.5), dijital yerlilerin medya araçlarını kullanım şeklini şu şekilde anlatmıştır;

> Mühendislik Fakültesi öğrencilerine uygulamalı ders sırasında kullanılan bir bilgisayar programı çerçevesinde tekerlek tasarlanmasının gösterilmesi gerekmektedir. Bu tekerleğin tasarlanmasının laboratuvar ortamında ve bilgisayar başında olmasının dijital yerliler için sıkıcı olacağı düşüncesinden hareketle Hollywood'dan bir senaristle gerçekleştirilmesi planlanan eylem senaryolaştırılır. Bilgisayar programcısı tarafından senaryolaştırılan hikâye

dijital bir oyuna dönüştürüldükten sonra oyun sırasında savaşı kazanmak için ekipmana ihtiyaç duyan dijital yerli mecburen tekerlek tasarlanmayı uygulamalı olarak öğrenmek zorunda kalmaktadır. Kısacası; dijital yerlilerin ihtiyaç ve anlayışları farklılaşıyor.

Veri gazetecisinin en temel özelliklerinden birisi okuyucuyu veriyle bilgilendirmektir. Veri gazetecileri okuyuculara kelimelerden oluşan gazetecilik yerine sıfırlar ve birlerden oluşan dijital ortamda haberleri olabilecek en iyi şekilde ve görsellikte aktarmaktadır. Bu noktada veri gazetecisinin veri okuryazarlığı konusunda yetkin olması, veri kaynaklarına nasıl ulaşabileceği, ulaştığı kaynaklardaki verileri nasıl haber haline getirebileceğini bilmesi gerekmektedir. Bu noktadan hareketle veri okuryazarlığının nasıl tanımlandığına ve ele alındığına bakmak gereklidir.

'Veri okuryazarlığı', verileri kullanma ve analiz etme becerilerinin etkin olarak kullanılmasının yanı sıra School of Data'nın Defining Data Literacy adlı kitapta, veri okuryazarının hangi yetkinliklere sahip olması gerektiği şu şekilde sıralanmıştır: Veriye farklı yollardan nasıl ulaşılacağını, veriye soru sorabilmeyi bilmesi gerektiğine, veride spesifik çıktılar bulabilmenin önemine, veriyi kişinin kendi kişisel çalışma alanı, hedefleri için kullanabileceği bir güce dönüştürmeyi başarabilmesine, veri ile çalışırken rahat olabilmesine ve temel istatistiksel analizleri yapabilmesidir (Slater, Haziran 8, 2016).

Yukarıda Prensky'nin örnek verdiği şekilde alıcı kitlesi içinde dijital yerlilerin oranının artmasına paralel olarak haber üretim ve sunum biçimi değişirken diğer yandan da geleneksel gazetecilikte okuryazar olması yeterli görülen alıcının artık aynı zamanda veri okuryazarı olması da beklenmektedir. Kısaca, "verileri kullanma ve analiz etme becerileri" olarak tanımlanabilecek olan veri okuryazarlığı dijital ortam için alıcının olmazsa olmaz özelliklerinden biri haline gelmiştir.

Dijital yerliler ve dijital göçmenlerin haber alma mecraları ve araçları da farklılık göstermektedir. Dijital göçmenler haber kaynağı olarak basılı gazetelerden yararlanırlarken dijital medya araçlarını kullanarak yetişen dijital yerliler internet gazeteciliği ve sosyal medyadan yararlanarak güncel gelişmelerden haberdar olmaktadırlar. Alıcıların haber alma değişimlerindeki farklılık haber üretim aşamasına da yansımıştır. Bilgiye hızlı biçimde ulaşmak isteyen, uzun metinler yerine grafik ve

infografikleri tercih eden dijital yerliler, bir metni baştan sona doğrusal biçimde okumak yerine hiperlinkler aracılığıyla rastgele okumayı tercih etmektedirler. Fakat yerel yazılı basına ve gazetelerin basılı versiyonlarına ve internet sitelerine bakıldığı zaman haberlerin içeriğinin, görselinin ve tasarımının hemen hemen aynı olduğu gözlemlenmektedir. Basılı gazetede uygulananların aynısının gazetenin internet sitesinde uygulanması dijital yerliler tarafından haberlerin okunmaması ve takip edilmemesine yol açtığına ilişkin görüşler giderek ağırlık kazanmaktadır. Bu nedenle gazetecilerin haber verme şekillerini dijital yerlilerin haber okuma ve internet kullanma biçimlerine göre yeniden gözden geçirmeleri gereği ortaya çıkmaktadır.

Eleştirel yaklaşımla ele alacak olursak; internet üzerinde alımlayıcının aynı zamanda gönderici olabildiği dikkate alındığında kullanıcı, alımlayıcı ve göndericinin aynı kişi ya da kişiler olması aktörlerin görev farklılıklarını göz ardı etmektedir (Alver, 2007, s.236). Tüm dünyada internetin sağladığı en büyük değişim aslında herkesin içerik üretebilmesi ve dağıtabilmesidir. Sosyal medya hesapları üzerinden ücretsiz içerik üretimi mevcuttur. Artık okuyucunun aldatılması farklı bir boyut kazanmıştır ve okuyucu aynı zamanda içerik üretirken farklı mecralar üzerinden de haberin doğruluğunu sorgulayabilmektedir.

Yeni medya okumaları üzerinden baktığımızda ise, yeni iletişim teknolojileri sayesinde internet üzerinde ulaştığımız bilginin sınırı yoktur. Bilgiler ağ formunda yapılanmış olarak karşımıza çıkmakta hatta haberde yer alan hyperlinkler bizi farklı içeriklere ulaşmak için yönlendirmektedir. Kullanıcının bir konuda bilgi yığınları içinde kaybolmaması için yönlendirici olarak veri gazetecisi önemli bir işlev yüklenmektedir. Ayrıca veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kullanılan verilerin dijital ortam üzerinde yer alması sayesinde okuyucular istedikleri anda bilgiye ulaşma imkânına sahip olabilmektedir.

Diğer yandan, haberi seçme özgürlüğüne sahip olan alıcıların yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu imkânlar yardımıyla haberin üretiminde aktif rol aldığının önemine de vurgu yapmak gerekmektedir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde geleneksel medyada hedef kitlenin sadece okuryazar olması yeterliyken, veri gazeteciliğinin hedef kitlesine bakıldığı zaman teknolojik okuryazarlığa sahip olması beklenmektedir. Bu nedenle veri gazetecilisi alıcıları bilgi aramayı çok iyi

bildiklerinden dolayı yapılan haberlerde belli bir seviyenin üzerinde olması beklenmektedir.

Özetle, veri gazeteciliğin döneminde haber üretim süreci incelendiğinde haber değerlerinden gazetecilere, üretim tekniklerinden okurlara kadar bir dizi başlıkta köklü bir dönüşüm yaşandığı anlaşılmaktadır. Küresel ölçekte gerçekleşen ve eşzamanlı olarak Türkiye'de de kendini hissettiren bu dönüşüm kapsamında artık haber değeri, haberin işlenmesi, kaynakların erişime açıklığı gibi geleneksel haber süreci kavramlarının ancak "veri", "büyük veri", "açık veri" gibi yeni kavramlarla birlikte tanımlanabildiği bir döneme geçildiği görülmektedir.

Bir diğer önemli nokta veri gazeteciliği döneminde daha önce de var olan ancak farklı boyut kazanan sorun alanlarının ortaya çıkmasıdır. Örneğin haberlerde fazla fotoğraf ya da görsel kullanımının okur üzerindeki etkisine ilişkin tartışmanın veri haberciliği örneklerinden sonra daha yoğun tartışılan bir başlık haline geldiği anlaşılmaktadır. Veri gazeteciliği döneminde haber üretiminin okurların katkısına da açık olabilmesi nedeniyle gazeteci ile okur arasındaki ilişkinin ve ayrımın boyutunun değişmesi bir başka tartışma alanını oluşturmaktadır.

Verilerin ayıklanması geleneksel haber süreçlerinde yer almamakta birlikte verilerin görselleştirilmesinin karşılığı geleneksel gazetecilikte gazete sayfalarında yapılan mizanpaj olarak ele alınabilir. Geleneksel habercilikte haberin bir gazete kâğıdı gibi sınırlı bir mekânı vardır. Veri gazeteciliği daha çok internet üzerinden yapıldığı için böyle bir kısıtlamaya maruz kalması söz konusu değildir. Uygulama tasarımında ise veri haberciliğinde ele alınan bir olayın başlangıçtan itibaren olan bütün aşamaları detaylandırılarak anlatılmaktadır. Fakat geleneksel gazetecilikte eğer özel bir haber dosyası hazırlanmıyor ise haberler okuyucuya sınırlandırılarak ulaştırılır.

Türkiye özelinde bakıldığında kuramsal olarak yapılan bu değerlendirmeler veri gazeteciliğinin önümüzdeki yıllarda gazetecilik mesleğinin yapılış biçiminden gazetecilik alanının aktörlerinin pozisyonlarına uzanan bir dizi alanda giderek artan oranda bir değişime yol açacağını göstermektedir. Bu değişimlerin gazetecilik alanındaki önemini, olumlu/olumsuz etkilerini, ilerki yıllarda alacağı olası yönü anlamak için tüm bu sürece ilişkin olarak "Türkiye'deki gazetecilerin"in neler

düşündüğünü öğrenmek önemli bir imkân sağlayacaktır. Bu nedenle çalışmanın uygulamalı kısmında, belirlenen yöntem çerçevesinde Türkiye'de çalışan gazetecilere yukarıda kuramsal çerçevesi tartışılan konulardaki görüşleri/yaklaşımları ortaya konmaya çalışılmıştır.

BÖLÜM 5. BULGULAR VE YORUMLAR

Tezin ikinci ve üçüncü bölümünde veri gazeteciliğine ilişkin kuramsal çerçeveye yer verilmiş, veri gazeteciliği, haber üretim pratikleri bağlamında ele alınarak kuramsal çerçevenin dünyada ve Türkiye'de veri gazeteciliği alanında nasıl bir yansıma bulduğu örnekler üzerinden tartışılmıştır. Bu bölümde, tezde ele alınan araştırma sorularını yanıtlamak üzere gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgulara, bu bulguların kümeler ve bütün halinde anlamlandırılmaya çalışıldığı yorumlara yer verilmiştir.

Yöntem bölümünde modeli, evreni, örneklemi, veri toplama, çözümleme ve yorumlanma biçimi açıklanan tez kapsamında oluşturulan araştırma soruları doğrultusunda Türkiye'de gazeteciler veri gazeteciliğine nasıl yaklaşmakta ve veri gazeteciliğinin gazeteciler ve alıcılar açısında etkisi, Türkiye'deki gazeteciler veri gazeteciliğinin haber üretim sürecine etkileri ve Türkiyede gazetecilerin veri gazeteciliğinin olumlu/olumsuz getirileri ve önündeki engeller, sunduğu fırsatlar kapsamında ele alınan üç araştırma başlığından yola çıkılarak gazeteciler ve akademisyenlerden oluşturulan toplam 40 kişiyle derinlemesine görüşme yapılmış ve bulgulara ulaşılmıştır. Bu bölümde derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular, gazeteci olanlarına (G), akademisyen olan görüşmecilere ise (A) görüşmeci kodu kullanılarak belirlenen 10 ana tema altında sunulmaktadır.

5.1. Gazetecilerin Veri Gazeteciliğine Bakışı

Türkiye'de çalışan gazetecilerin ve akademisyenlerin veri gazeteciliğini nasıl anladıkları ve anlamlandırdıkları bulgusuna ulaşabilmek için ilk olarak veri gazeteciliğinin tanımı, ikinci olarak dünyada veri gazeteciliğine bakışı ve son olarak ise Türkiye'de var olan veri gazeteciliğine yaklaşımları olmak üzere 3 konu başlığı altında deşme soruları sorulmuştur. Bu sorulara görüşme yapılan akademisyen ve gazetecilerin verdikleri yanıtlar aşağıda sunulmaktadır.

5.1.1. Veri Gazeteciliğinin Tanımı

Veri gazeteciliğini tanımlamaları için gazetecilere uluslararası akademisyenler ve gazeteciler tarafından yapılan tanımlamalar gösterilmiştir. Gazetecilere veri gazeteciliği tanımlarının gösterilmesinin ve kendilerini hangi tanıma daha yakın

hissettiğinin sorulmasının temel nedeni, veri gazeteciliği kavramının görece yeni olması nedeniyle kulağa yabancı gelmesi ve bu kavramın tam olarak anlaşılmamasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle dünyada yer alan veri gazeteciliği tanımları gazeteciler ve akademisyenlerle paylaşılarak veri gazeteciliğinin nasıl tanımlanabileceği sorulmuştur.

Temple Üniversitesi'nden Profesör Meredith Broussard'ın *"veri gazeteciliğinin okuyuculara, izleyicilere içeriğin daha fazla filtrelenip, analiz edilip, olgular ve gerçekler üzerinden yalanlara yer verilmeden verinin kullanımını sağlamak"* olarak nitelendirdiği veri gazeteciliği tanımını **G-2**, **G-3**, **G-4**, **G-6**, **G-10**, **G-12**, **G-16**, **G-22**, **G-24**, **G-26**, **G-29**, **A-7**, **A-9** ve **A-11** kendine daha yakın bulduğunu ifade etmiştir. Broussard'ın ele aldığı bu veri gazeteciliği tanımı aynı liberal kuramın ele aldığı görüşlerden biri olan 'haber gerçekliğin aynada yansımasıdır' yaklaşımına benzetilebilir.

Haber ajansında yönetici olarak çalışan **G-2**, Temple Üniversitesi'nden Profesör Meredith Broussard'ın tanımının veri gazeteciliğini çok güzel özetlediğini, veri gazeteciliği yapılırken temel hedefin okuyuculara ya da izleyicilere içeriğin daha fazla filtrelenip, analiz edilip, görseller üzerinden anlatılmak olduğunu ve bu nedenle ele alınan tanımı kendisine daha yakın bulduğunu belirtmiştir.

G-2'nin kendi veri gazeteciliği tanımlaması ise, *"istatistiki anlamda kamuoyuna duyurulması gereken bilgilerin uygun şartlarla ve doğru kaynaklar ile bulunup, gerekli haber metotları süzgecinden geçirildikten sonra kamuoyuna aktarılmasıdır"* şeklinde olmuştur. Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde de haber değerleri ele alınarak haberler üretilmektedir. Bu üretilen haberleri okuyucuya aktarırken kanaat önderleri görev yapmaktadır. **G-2** verdiği veri gazeteciliği tanımıyla bölüm 3'de bahsedilen kanaat önderleri ve eşik bekçilerine odaklanmaktadır.

Yukarıda ele alınan görüşülenlerin yorumlarından yola çıkılarak görüşülenlerin kendilerini Profesör Meredith Broussard tanımına yakın hissetmelerinin en önemli nedenlerinden birinin tanımın içerisinde geçen 'yalanlara yer verilmeden, verinin kullanımını sağlamak' ifadesi olduğu gözlemlenmiştir.

Veri gazeteciliği tanımlarından bir diğeri olarak ele alınan Prof. Rolf Spiller ve Prof. Dr. Stefan Weinacht'ın *"veri gazeteciliği bir gazetecilik yayını amacıyla sayısallaştırılmış bilgilerin toplanması, analizi ve hazırlanmasıdır"* tanımını ise

görüşülenlerden **G-1**, **G-5**, **G-8**, **G-13**, **G-15**, **G-18**, **A-2** ve **A-6** kendi tanımlarına daha yakın bulduklarını ifade etmişlerdir. Kendisine gösterilen veri gazeteciliği tanımlarının hepsinin birbirinden farklı ve önemli olduğunu dile getiren internet haber sitesinde yönetici olan **G-4**, veri gazeteciliğinde haber üretimi sırasında verilerin filtrelemesinin objektif bir şekilde yapılması gerektiğini ve Temple Üniversitesi'nden Profesör Meredith Broussard'ın yaptığı veri gazeteciliği tanımının *"Veri gazeteciliği, okuyucu ve izleyicilere içeriğin objektif bir şekilde daha fazla filtrelenip, analiz edilmesi…"* şeklinde devam etmesi gerektiğini belirtmiştir.

İnternet gazetesinde haber editörü olarak çalışan **G-23** ve gazetede muhabir olarak çalışan **G-9**, kendilerine gösterilen veri gazeteciliği tanımlarından farklı olarak Alexander Howard ve Philip Meyer'in veri gazeteciliği tanımlarını daha yakın bulduklarını ifade etmiştir. Alexander Howard'ın Art and Science of Data Journalism raporunda veri gazeteciliğini *"Gazetecilik amaçları ve faaliyetleri için verinin toplanması, temizlenmesi, analiz edilmesi, görselleştirilmesi ve yayımlanmasıdır, bir nevi veri biliminin habercilik süreçleri için kullanılmasıdır"* olarak tanımlarken Philip Meyer ise veri gazeteciliğini *"Veri gazeteciliği, veriyle ne yapacağını bilen kişilerin yönettiği yeni hassas gazeteciliğin özüdür"* olarak tanımlamaktadır. **G-23** ve **G-9** bu iki tanımın çizdiği çerçeveyi kendilerine daha yakın bulduklarını belirtmişlerdir.

Gazeteci ve akademisyenlerin kendi yaptıkları veri gazeteciliği tanımları ele alındığında daha çok teknoloji ve istatistik temelli tanımlar yaptıkları görülmektedir. Örneğin, istatistik temelli tanımlar içinde "veri gazeteciliği" kelimesi geçmeyen veri gazeteciliği tanımının anlamsız olduğunu söyleyen gazete çalışanı **G-1** veri gazeteciliğini, *"Eldeki verilerin anlaşılabilir hale getirilmesinde biraz açıklayıcı ve anlatıcı tarafı olduğu için veri gazeteciliği, çok miktardaki verinin derlenip, analiz edilerek hazırlanması ve bu süreçlerin de gazetecilik amacıyla yapılmasıdır"* olarak veri gazeteciliğini tanımlamaktadır.

Haber ajansında üst yönetici pozisyonunda çalışan **G-10** veri gazeteciliği tanımı "verilerin karşılaştırılmalı olarak habere yansıtılması ve veri haberi oluştururken konuya ilişkin verilerin arka planının verilerek insanların aydınlatılması" şeklindedir. İnternet haber sitesinde çalışan **G-3** ise veri gazeteciliği tanımlamasını

okuyucular üzerinden yapmış ve verilerin doğru bir şekilde okuyucuya iletilmesi gerektiğini şu sözlerle ifade etmiştir:

> Veri gazeteciliği, okuyuculara "gerçek" olan bilgiye, hiçbir çarpıtma olmaksızın veriler sayesinde ulaştırmaktadır. Veri gazetecileri, değerler üzerinden yayın yapmak yerine, veriler üzerinden yayın yapmayı, içeriğin görselleştirme yoluyla aktarılmasını ve bilginin kolayca okuyucuya ulaşmasını sağlamaktadır. **(G-3)**

Gazetede haber müdürü olarak görev yapan **G-5**, veri gazeteciliğini *"gazetecilik için toplanan bilgilerin rakamlarla desteklenerek daha anlamlı hale gelmesi"* olarak tanımlarken, internet gazetesinde spor editörü olan **G-16**, *"belirli bir araştırma sonucu elde edilen verinin sınıflandırılarak ve anlaşılır biçimde okuyucuya aktarılması"* olarak tanımlamaktadır. Haber ajansında çalışan **G-13** ise veri gazeteciliğini yakın bir tarihte başlayan bir süreç olarak ele almakta ve yeni iletişim teknolojileriyle birlikte sayısal ve görsel anlatının daha etkili olmasından dolayı veri gazeteciliğinin bir uzmanlık alanı olarak daha görünür olduğunu *"sayısal verilerle desteklenen bilgilerin uzman kişiler tarafından incelenerek kamuoyuna sunulmasıdır."* sözleriyle ifade etmektedir.

Bazı görüşülen kişiler veri gazeteciliği tanımları analiz ve anlamlandırma üzerine kurulmuştur. Bu kapsamda **A-7** veri gazeteciliğini, belli bir veri setinin analiz edilip bu analizlerin sonucunda ortaya çıkan anlamlı gruplandırmaları görselleştirilerek, kelime gazeteciliğinin de bileşenlerini kullanıp bir gazetecilik türü olarak tanımlanabileceğini söylemiştir. Üniversitede akademisyen olan **A-6** ise veri gazeteciliğini *"büyük veriye dayalı veya içeriğinde büyük verinin yer aldığı olaylarda bu bilgi ve beceriye sahip olan gazetecilerin işini kolaylaştıracak ve öne çıkartacak bir gazetecilik pratiği"* olarak tanımlamıştır. **A-6**, aynı zamanda verileri görselleştirmesinin önemine değinerek, sadece görselleştirmenin de veri gazeteciliği yapmak için yeterli olmadığını ifadelerine eklemiştir. **A-6**'nın bu görüşü üçüncü bölümde haber üretiminde teknolojik yaklaşımların içerisinde yer alan Baudrillard'ın, gösteriye yenik düşen ve anlamın ortadan kaybolduğu bir medyadan bahsettiği görüşünü desteklemektedir. Baudrillard'ın bu görüşünden, insanların artık medyayı haber almak için değil, eğlenmek, zaman geçirmek ve mutlu olabilmek için kullandıklarını anlaşılmaktadır. Bu görüşten hareketle **A-6** da, medyada iyi hikayelerin yer alması gerektiğini ve bununda veri gazeteciliğiyle olabileceğini ifade etmiştir.

Veri gazeteciliğinin gazeteciye veriyle ilgili özgürlük alanı sunduğunu savunan **G-17**, veri gazeteciliğini, bir konuda açıklanan verileri anlamlı hale getirerek, habere bakış açısı kazandırması, veriye anlam yüklemesi olarak tanımlamıştır. **A-11**, veri gazeteciliğini çok fazla sayıdaki haberin içinden gerçeği ifade eden bir haberi ayırt etmenin bir yolu olarak görmektedir. **A-4**, veri gazeteciliğini bilgi toplumunun ortaya çıkardığı teknoloji tabanlı bir süreç olarak tanımlamaktadır. Gazetede köşe yazarı olarak çalışan **G-12** ise, veri gazeteciliğini, okurun dikkatini çekmek için haberde hikâye kısmını ön plana çıkarıp rakamlarla süslemek olarak ele almıştır.

Görüşülen kişiler veri gazeteciliği tanımlarında hem eleştirel kuramda yer aldığı bir anlam inşaa sürecinden bahsedilmekte hem de liberal kuramda yer alan tarafsızlık iddialarına yer verilmektedir. Bu nedenle görüşülen kişilerin veri gazeteciliği tanımlarına bakıldığında veri gazeteciliği tanımı üzerinde dil birliğinin olmadığı görülmektedir.

Diğer görüşülen kişilerden farklı olarak 13 gazeteci ve akademisyen veri gazeteciliğinin yeni yapılan bir gazetecilik türü olmadığını ifade etmiştir. **G-14**, **G-6** ve **A-3**, diğer görüşülenlerden farklı olarak veri gazeteciliğini daha eleştirel bir gözle ele almışlardır. Veri gazeteciliğinin yeni yapılan bir gazetecilik türü olmadığını dile getiren haber ajansı editörü **G-14**, veri gazeteciliğinin ne olduğu konusunda farklı yaklaşımların olduğunu söyleyerek bu yaklaşımları şöyle açıklamıştır:

> Bu yaklaşımlardan ilki, haberin içerisinde veri olmasından dolayı biz haberi veri gazeteciliği diye değerlendirebilir miyiz? sorusunun ele alındığı yaklaşımdır. İkincisi ise, veri gazeteciliğinin sadece verileri vermekle yapılmayacağını verileri yıllara göre, değişik disiplinlerden, birden fazla kaynaktan karşılaştırması yapılarak oluşturulması ve hikâyesi olması gerekiyor anlayışıdır. **(G-14)**

Veri gazeteciliğinin diğer gazetecilik türünden bir farkı olmadığını savunan haber ajansı spor müdürü **G-6** da, bu konudaki düşüncelerini şöyle ifade etmektedir:

> Ben gazeteciliğin genel hatlarıyla televizyon gazeteciliği, yazılı basın gazeteciliği, sosyal medya gazeteciliği ve veri gazeteciliği vb. gibi birbirlerinden ayrıştırılan şeylermiş gibi tanımlardan çok hoşnut değilim. Çünkü gazetecilik aslında bir haber alma ve o haberi kitleye iletme süreci olarak adlandırılır. Onu nasıl yaptığınızın çok fazla önemi yok. **(G-6)**

İletişim Fakültesinde gazetecilik bölümünde akademisyen olan **A-3** veri gazeteciliğine eleştirel bir gözle bakarak veri gazeteciliğini şu şekilde tanımlamıştır:

> Veri gazeteciliği, veri ile ne yapacağını bilen kişilerin veri üzerinden kurdukları bir hakikati bize sundukları bir habercilik çeşidi olarak tanımlanabilir. Veri gazeteciliğinin tanımında olan analizin ortaya koyduğu bilgi gerçektir, kesin olarak bilgi doğrudur iddiası ve verinin yalan söylemediğini okurlara empoze eden bir gazetecilik biçimi var. Ben buna hiç katılmıyorum. **(A-3)**

G-18, **G-24**, **A-5**, **A-8** ve **A-10**, veri gazeteciliğini yeni bir tür olarak tanımlamaktan ziyade geleneksel gazetecilik içerinde yer aldığını belirtmiştir. Veri gazeteciliğinin ayrı bir alan olarak gözükse de aslında geleneksel gazeteciliğin içerisinde var olduğunu, son yıllarda özellikle de teknoloji ve internet gazeteciliği ile birlikte geliştiği söyleyen **G-18**, veri gazeteciliğine şu şekilde değinmektedir:

> Veri gazeteciliği, verilerin analiz edilerek, okuyucuya sunulmasıdır. Veri gazeteciliğinin grafikler ya da çeşitli görsellerle yapılması, bunun için farklı programların kullanılması ve haber merkezlerinde bu programları kullanmayı bilen kişilerin istihdam edilmesiyle yeni bir gazetecilik akımı olup olmadığı tartışılabilir. **(G-18)**

G-24 de, veri gazeteciliğini, gazeteciliğin yeni bir türü olarak görmemektedir. Veri gazeteciliğini yeni medya ve büyük verinin desteğiyle, var olan gazetecilik pratiklerinde ve haber üretim süreçlerinde veriyi merkeze alan yeni yöntem ve tekniklerin kullanılması olarak yorumlamaktadır. Veri gazeteciliğinin var olan gazetecilik pratikleri içerisinde yeni medya ve büyük verinin desteğiyle yer aldığını, yeni bir şey olmadığını söyleyen **A-8**, haber üretim süreçlerinde verinin merkeze alınarak haberlerin üretildiğine vurgu yapmıştır. Gazetecilikte ayrıma gidilmesinin doğru olmadığını düşünen **A-5**, veri gazeteciliğini tipik araştırmacı gazeteciliğin verilerle uğraşan versiyonu olarak değerlendirmektedir. **A-10** da, veri gazeteciliğinin özünde gazeteciliğin alt yapısının var olduğunu dile getirirken veri gazeteciliğini çok sayıda veride saklı olan ama bilinmesinde de fayda olan anlamları elde etmek üzere bir işleme tarzı olarak tanımlamaktadır.

Özetle, 40 gazeteci ve akademisyen içerisinden görüşülen kişilerin kendilerine yakın buldukları veri gazeteciliği tanımlarına bakıldığında, 14 kişi Temple Üniversitesi'nden Profesör Meredith Broussard'ın veri gazeteciliği tanımını kendi tanımına daha yakın bulduğunu ifade etmiştir. Daha sonra bu tanımı Prof. Rolf Spiller ve Prof. Dr. Stefan Weinacht'ın veri gazeteciliği tanımı takip etmiş ve bu tanımı 8 gazeteci ve akademisyen kendi tanımına daha yakın bulduğunu ifade etmiştir. Diğer görüşülenler ise gösterilen veri gazeteciliği tanımlamalarından ziyade kendi veri

tanımlarını ya da gösterilen tanımlar dışında farklı bir veri gazeteciliği tanımını kendisine yakın hissettiğini ifade etmiştir. Yukarıda ele alınan gazetecilerin ve akademisyenlerin kendi veri gazeteciliği tanımlarına bakıldığında ise tanımlamalarda objektiflik, görselleştirme, hikâyeleştirme, sınıflandırma, anlaşılabilirlik, analiz etme, gerçeği yansıtma gibi anahtar kelimelerin çok sık olarak tekrarlandığı görülmüştür. Gazetecilerin ve akademisyenlerin gözünden veri gazeteciliği tanımlamaları ele alacak olursak, tanımların istatistiki ve anlamlandırma üzerine kurulu olduğu görülmektedir.

5.1.2. Gazetecilerin Dünyadaki Veri Gazeteciliğine Bakışı

Bölüm 2'de de bahsedildiği üzere dünyada birçok kurum ve kuruluş veri gazeteciliği alanında kapsamlı çalışmalar yapmaktadır. Bu kapsamda ikinci olarak gazetecilerin ve akademisyenlerin dünyada veri gazeteciliği sürecini nasıl değerlendirdikleri ve veri gazeteciliğinde haber üretim aşamalarına nasıl yaklaştıklarını ele almak için görüşülen kişilere veri gazeteciliğinin dünyadaki uygulamaları ve örnekleri sorulmuştur. Gazetecilerin dünyada veri gazeteciliğinin ortaya çıkma süreciyle alakalı farklı yaklaşımları bulunmaktadır. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinin yeni bir tür olduğunu ileri sürerken bazıları ise veri gazeteciliğini eskiden beri var olan bir gazetecilik türü olduğu üzerinde durmaktadır.

Veri gazeteciliğinin dünya ölçeğinde yeni bir gazetecilik türü olmadığını savunan gazeteci ve akademisyenler verilerle eskiden beri haberler yapıldığını ve bu nedenle veri gazeteciliğinin yeni bir gazetecilik türü olmadığını belirtmişlerdir. Örneğin, 0-5 yıl arasında gazetecilik deneyimine sahip olan gazetecilerden **G-3** dünyada veri gazeteciliği çalışmalarının Türkiye'deki gazetecilik çalışmalarından çok önce başladığına dikkat çekerken yurt dışında haber sitelerinin ya da platformların veri gazeteciliği alanında oldukça faydalı içerikler ürettiğini, özellikle resmi verilerin olmadığı alanlarda kendi çabalarıyla topladıkları verilerle, oluşturdukları görselleri okuyucularına en anlaşılır şekilde sunmaya çalıştıklarının önemine değinmiştir. Geçmişte bilgisayar yokken haberlerde veri görselleştirmelerinin el ile çizildiğini söyleyen ve bir diğer 0-5 yıl çalışma deneyimine sahip olan **G-23** ise veri gazeteciliği kavramının 2010-2011 yılları arasında ortaya çıkan bir terim olsa da bilgisayar destekli gazeteciliğin devamı olarak ele alınması gerektiğine vurgu yapmıştır.

Veri gazeteciliğinin yeni bir gazetecilik türü olmadığını ifade eden 14 kişiden 8'i 11-20 yıl arasında gazetecilik mesleğinde çalışma deneyimine sahiptir. Bu gazetecilerden veri gazeteciliği konusunda çalışmalar gerçekleştiren **G-1**, veri gazeteciliğinin dünyadaki örneği olarak verileri analiz ederek veri gazeteciliğine başlayan Nate Silver'ın kurucusu olduğu "Five Thirtyeight" adlı internet sitesini örnek gösterip konuya ilişkin aşağıdaki açıklamayı yapmıştır:

> Kamusal yarar deyince de dünyada en çok veri gazeteciliği uygulayanlar herkesin bildiği gibi The New York Times, The Guardian ve Almanya'da Der Spiel'in yaptığı yayınlar akla geliyor. Fakat bazen ismi çok duyulmayan projelerle öne çıkan bazı isimler var. Amerika'da ProPublica'nın yaptığı yayınlar var. ProPublica sadece veri analizini değil, veri toplama işini de yapıp farklı konularda çalışmalar yapabiliyor. Benim için veri gazeteciliği diye dünyadaki örnekleri kaydettiğim herhalde 1000 tane örnek olmuştur. **(G-1)**

11 yıldan fazla süredir gazetecilik yapan **G-5** ve **G-6**, veri gazeteciliğinin dünyada yeni bir gazetecilik türü olmadığını ve veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde veri gazetecilerinin verilerle çok iyi tahminler yaptığını ifade etmiştir. **G-5**, dünyanın verileri kullanarak nereye gidebileceğini Amerika'da yapılan seçimleri örnek alarak anlatmış, Amerika'nın eski Başkanı Obama'nın ikinci başkanlık seçimi yarışında bütün eyaletlerde ve seçim bölgelerinde kimin kazanacağını önceden bilmesinin veri analizleri ile mümkün olduğunu vurgulamıştır.

Veri gazeteciliğinin yeni bir gazetecilik türü olmadığına vurgu yapan **G-2**, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve kullanımının artmasıyla veri gazeteciliğinin dünyadaki yansımasının son 10 yılda ciddi anlamda arttığına dikkat çekmiştir. Veri gazeteciliğinin tarihçesinin WikiLeaks olaylarıyla başladığı varsayılsa da aslında gazeteciliğin özünde verinin hep var olduğu görüşünü savunan **A-10** ise, veriden nasıl haber üretilir şeklinde soruların ortaya çıkmasıyla WikiLeaks olaylarında elde edilen binlerce belgenin haber merkezlerinde habere dönüştürülmesinin gerçekleştiğini ve bunun da veri gazeteciliği için bir dönemeç olduğunu bu kapsamda dünyada veri gazeteciliği yapan en iyi örneklerin de The New York Times, Washington Post gibi kurumlar olduğunu belirtmiştir.

G-18, veri gazeteciliği ile ilgili internetten tarama yapıldığında ilk olarak The Guardian'ın 18'inci yüzyıla ait baskılarının çıktığını söylerken, **G-24** ise, veri gazeteciliğinin, gazeteciliğin her zaman vazgeçilmez bir parçası olduğunu, The

Guardian gazetesi içerisinde yer alan veri ekibinin ve aynı zamanda ProPublica adlı internet haber sitesinin dünyada veri gazeteciliği kapsamında güzel işler yaptığına dikkat çekmiştir. **A-9**, veri gazeteciliğini henüz yeni gelişmekte olan bir alan olarak tanımlarken, dünyada veri gazeteciliğinin tarihinin yeni değil çok eski olduğunu savunan **G-29**, teknolojinin gelişmesiyle birlikte veri gazeteciliğine verilen önemin arttığına, The Washington Post, The Guardian, Al Jazeera gibi veri gazeteciliği yapan kurumların varlığına değinmiştir.

Görüşülen kişiler arasında 20 yıl ve üzeri gazetecilik deneyimine sahip olanlar veri gazeteciliğinin modern teknolojiden daha eski bir alanda ortaya çıktığından söz etmişlerdir. Bu gazetecilerden **G-7**, veri gazeteciliğinin, gazeteciliğin var olduğu günden itibaren uygulandığını ve teknolojinin gelişimiyle birlikte ön plana çıktığını dile getirmiştir. 20 yıldır gazetecilik yapan **G-14** de dünyadaki veri gazeteciliği konusunda önemli çalışmalar yapıldığını aşağıdaki gibi anlatmıştır:

> Veri sağlayıcı dediğimiz, mobil iletişim araçları ile beraber bizler de bir veri sağlayıcısı haline geldik. Artık veri toplayıcısı konumundayız. Dünyada Çin bu yönde iyi çalışmalar yapmaktadır. Örneğin, İnxhua haber ajansı veriden edindiği izlenimlerle sanal sunucu oluşturmuştur. Batı medyası, bilgiye kimlik kazandırıyor, verilerden hikâye oluşturuyor ve bunu aktarabilecekleri bir platform kuruyorlar. Batı medyasından The Guardian, The New York Times iyi işler çıkarıyorlar. **(G-14)**

Kitle iletişim araçlarının teknolojiye bağlı olarak gelişmesi, verilere daha kolay ulaşılmasını sağlamış olmasının veri gazeteciliğine verilen önemi arttırdığına fakat veri gazeteciliğinin eskiden beridir yapıldığına değinen **G-26**, veri gazetecisi olarak dünyada örnek aldığı isimleri şu şekilde sıralamıştır:

> Benim veri gazeteciliğinde takip ettiğim isim kuşkusuz John Woodward'dır. Washington Post'ta muhabir olduğu dönemlerde Carl Bernstein'le birlikte 'Watergate' skandalını ortaya çıkarmış ve Başkan Nixon'ı koltuğundan etmiştir. Ayrıca Reagan ve George Bush Jr. Dönemine ait incelemeleri de veri gazeteciliğinin önemli örnekleridir. **(G-26)**

Bazı gazeteciler dünyada veri gazeteciliği isminin WikiLeaks olayları ile duyulduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda gazetecilerin deneyimlerine ve görüşlerine bakıldığında görüşülen 40 kişiden 3 gazeteci ve 2 akademisyenin veri gazeteciliğini yeni biri gazetecilik türü olarak ele aldığı görülmektedir. Bu gazetecilerin gazetecilik deneyimleri ele alındığında ise, 3 kişinin 0-5 yıl arası gazetecilik deneyimine sahip

olduğu, diğer görüşülen iki kişinin ise 6- 10 yıl arasında deneyime sahip olduğu görülmektedir.

G-4, **G-9** ve **G-21**, veri gazeteciliği kelimesinin WikiLeaks ve peşinden gelen Panama ve Paradise Papers örnekleri ile hayatımıza girdiğini ifade etmiştir. Veri gazeteciliği anlamında dünyada en dikkat çeken örneğin WikiLeaks olduğunu söyleyen **A-7**, WikiLeaks'ın ortaya çıkmasının Der Spiegel, The Guardian gibi gazetelere büyük veri setlerinin gitmesi ve gazetecinin bu veri setlerine soru sorması, sonrasında ise bu veri setlerinden haberlerin ana noktasının ortaya çıkarılması olarak tanımlamaktadır.

A-8 de, dünyada veri gazeteciliği kavramının, veri kullanımına ilişkin yöntem/tekniklerinin geliştirilmesine sebep olan WikiLeaks ve Panama Papers örneklerini ele alarak haber üretiminde büyük veri kullanımının olduğuna dikkat çekmiştir. Ayrıca dünyada veri gazeteciliği örneği olarak Der Spiegel, The Guardian ve The New York Times gazetelerini göstermiştir.

Özetle, gazeteci ve akademisyenlerin dünyadaki veri gazeteciliğiyle ilgili görüşleri incelendiğinde gazetecilik deneyimi 10 yıldan fazla olan gazeteciler dünyada veri gazeteciliğinin yeni yapılan bir gazetecilik türü olmadığını söylerken, gazetecilik deneyimi 10 yıldan az olan gazeteciler ise, veri gazeteciliğini WikiLeaks olaylarından sonra ortaya çıkan bir gazetecilik türü olarak ele almaktadır. Ayrıca gazetecilere dünyada ve Türkiye'de veri gazeteciliği örnekleri sorulduğunda New York Times, The Guardian gibi gazetelerin dünyada veri gazeteciliği örneklerini oluşturduğuna değinen kişilerin görüşleri kuramsal açıdan ele alınırsa, iletişim kuramları içerisinde yer alan merkez çevre ayrımına değinmek gereklidir. İletişim sektörüne yön veren çalışmalar merkezden başlar ve çevreye yayılır. Merkez çalışmaları nasıl yapıyorsa çevre de öyle yapmaya başlar. McLuhan'ın teknolojik determinizm tezinde bahsettiği gibi teknolojinin dağılımı merkezden çevreye şeklinde olur ve bu dağılım ideoloji çerçevesinde şekillenir. Bu açıdan Türkiye'de veri gazeteciliğinde haber üretim sürecine bakıldığı zaman veri gazeteciliğinde gazetecilerin haber üretim süreçlerinde merkez olan dünyadan örnek alındığı görülmektedir.

5.1.3. Gazetecilerin Türkiye'de Veri Gazeteciliğine Yaklaşımı

Dünyada veri gazeteciliğinden sonra ele alınan üçüncü başlık Türkiye'de veri gazeteciliğinin nasıl algılandığı ve haber üretim sürecinde nasıl kullanıldığını anlamak sorulan deşme soruları sorulmuştur. Gazetecilerin Türkiye'deki veri gazeteciliğine ilişkin üç farklı yaklaşımı bulunmaktadır. Bazı gazeteciler Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapılmadığını, bazı gazeteciler Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapıldığını söylerken üçüncü bir grup ise aslında veri gazeteciliğinin yapıldığını fakat istenilen düzeyde olmadığını ifade etmişlerdir.

Türkiye'deki veri gazeteciliğinin yapıldığını ve giderek yaygınlaştığını savunan gazeteciler, Türkiye'de veri gazeteciliği yapan haber kuruluşlarından örneklerle bu görüşlerini desteklemişlerdir.

Veri gazeteciliğini maden olarak değerlendiren ve sınırsız bilginin veri gazetecileri tarafından formüle edilerek bir sonrakine kaynak oluşturduğunu dile getiren 11-20 yıllık gazeteci **G-2**, veri gazeteciliğinin Avrupa'da bazı gazeteler tarafından yıllar önce fark edildiğini, Türkiye'de ise Doğruluk Payı ve Veri Kaynağı adlı internet siteleri tarafından veri gazeteciliği yapıldığını dile getirmiştir. Ayrıca son 5 yılda Türkiye'de veri gazeteciliği kapsamındaki haberlerin üretiminde artış olduğunu da sözlerine eklemiştir.

11-20 yıllık gazeteci **G-18**, Türkiye'de Cumhuriyet gazetesinin ilk baskılarındaki TÜİK verileri ile hazırlanmış haberlerin veri gazeteciliğinin ilk örneklerinden olduğu, günümüzde ise veri gazeteciliği çalışmalarının seçim ve ekonomi haberleri başta olmak üzere yapıldığını dile getirmiştir. Ayrıca **G-18**, Türkiye'de bununla ilgili yaklaşık 4 yıl kadar önce açık veri ve veri gazeteciliği adında bir dernek kurulduğunu ve bu dernek sayesinde veri gazeteciliği konusunda gazetecileri bilinçlendirmek üzere eğitimler verildiğini belirtmiştir. Türkiye'de veri gazeteciliği sürecinin sosyal medya ile hızlandığına dikkat çeken ve 10 yıldan fazla gazetecilik deneyimi olan **G-5** ise, veri gazeteciliğinin Türkiye yapılmasının kendi iç dinamikleri sayesinde değil, dünyada ele alınan örnekler sayesinde olduğunu şu sözlerle ifade etmiştir:

> Dünyada infografiği kullanan yayın organları vardı. Sosyal medya ile bu görsellerin yayılmasındaki artıştan dolayı dünyadaki örnekler, Türkiye'deki

> basının da dikkatini çekti. Dolayısıyla yurt dışındaki örneklerden hareketle bizde de veri gazeteciliği örnekleri ortaya çıkmaya başladı. **(G-5)**

11-20 yıl arasında gazetecilik deneyimine sahip olan **G-1** ise, Türkiye'de veri gazeteciliğinin Doğruluk Payı, Veri Kaynağı gibi küçük projeler şeklinde oluşturulduğunu, sivil toplum derneklerinin ve Hürriyet gibi ulusal çapta yayın yapan gazetelerinde veri gazeteciliği konusunda çalışmalar yapıldığını söylemiştir. 0-5 yıl arasında gazetecilik deneyimine sahip olan **G-23** ise Türkiye'de Evrensel, BirGün, BBC Türkçe gibi haber kuruluşlarında veri kullanmaya çalışan muhabirlerin var olduğunu ve veri gazeteciliği çalışmalarının yapıldığını şöyle ifade etmiştir:

> Verilerin medyada çıkan haberlerden topladığı kadın cinayetleri haritası "Femicide Map in Turkey" ve "İmam Hatip Liselerinin Son 10 yılı" adlı çalışma da eğitim verileri kullanılarak veri gazeteciliği haberleri yapıldı. **(G-23)**

G-8, **G-19** ve **G-28** de, Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapıldığı görüşünü destekleyerek haberin daha anlaşılır olması için özellikle ekonomi muhabirlerinin veri gazeteciğini kullandığını ve veri gazeteciliğinin gittikçe yaygınlaştığını dile getirmiştir. Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapıldığını hatta kendi internet sitesini kurup veri gazeteciliği yapan kişilerin yer aldığını söyleyen **G-27**, gazetecilerin kendi uzmanlık alanları kapsamında oluşturdukları internet sitesinde infografik ve tablolarla oluşturulan haberlerin açık kaynak olarak sunulduğunu dile getirmiştir.

G-27 ayrıca Türkiye'nin veri gazeteciliği konusunda kendini geliştirdiğini, gazetecilerin veri gazeteciliğinde ürettikleri grafikleri kendi çalıştıkları kurum dışında dışarıya pazarladıklarını şu sözlerle anlatmıştır:

> Gazeteciler için veri gazeteciliğinin gazete ve televizyonlarda son 5 yıllık süreçte daha çok kullanılmaktadır. Eskiden şablonlar halinde olan görsellerin üzerine sayılar eklerdik şimdi ise gazetelerde bulunan teknik ekip kullanacağı görsel dinamikleri kendileri üretmektedir. Bunun sonucunda oluşturulan infografikler dışarıya pazarlanmaya başladı.(**G-27**)

0-5 yıllık gazetecilik deneyimine sahip olan **G-3** ile 11-20 yıl arası deneyime sahip olan **A-6** ve **A-8** Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapıldığını örneklerle ele almışlardır. İletişim Fakültesinde akademisyen olarak çalışan **A-6**, Türkiye'de veri gazeteciliği konusunda yazıp çizen, araştırmalar yapan, seminerler veren akademisyenlerin var olduğunu ve hatta bu konuda bir dernek kurulduğunu söyleyerek Türkiye'de veri gazeteciliği üzerine çalışmalar yapıldığını vurgulamıştır. **G-3** ise, eski

dönemlerde Cumhuriyet Gazetesinde haber üretim sürecinde TUİK verilerinin sıklıkla kullanıldığını, günümüzde ise internet gazeteciliğinin gelişimiyle birlikte, gazetecilerin toplanan verileri uzun yazılar yayınlamaktan ziyade infografiklere dönüştürülmesi örneklerinin Türkiye'de Doğruluk Payı ve Veri Kaynağı gibi projeler kapsamında görülebildiğini sözlerine eklemiştir. **A-8**, Yeni Şafak Gazetesi'nin 15 Temmuz'a ilişkin hazırladığı internet sitesinin veri gazeteciliği örnekleri arasında güncel seçeneklerden biri olduğuna dikkat çekmiştir. 6-10 yıl arasında çalışma deneyimine sahip olan **A-7** ise, eskiden Türkiye'de veri gazeteciliği yapan Bilim Teknik dergisinin var olduğunu, dergi içerisinde verilerle görselleştirilmiş grafiklerin olduğunu ifade etmiştir.

Türkiye'nin veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde yetersiz olduğunu dile getirenlerin sayısının fazla olduğu görülmektedir. Bu çerçevede 11- 20 yıl üzerinde çalışma deneyimine sahip olan **G-6**, Türkiye'de veri gazeteciliği çalışmalarının yetersiz olduğuna değinirken veri gazeteciliğiyle ilgili haberlerin sadece seçim dönemlerinde yapıldığını dile getiren **G-5** de, bu görüşü destekleyerek Türkiye'de gazetecilerin veri gazeteciliği yapmak gibi bir endişe taşımadığını, Türkiye'de sayıların daha çok konuşulduğu alan olan ekonomi haberciliğinde verilerin daha sık kullanıldığını, özellikle de seçim dönemlerinde veri gazeteciliği örneklerinin daha çok görüldüğünü dile getirmiştir.

Türkiye'de veri gazeteciliği alanında çalışan gazetecilerin olduğunu **G-13**, *"mesleğin gereklerini yerine getirebilecek nitelikte her gazeteci zaten veri gazetecisidir"* yanıtıyla açıklamaktadır. Türkiye'de veri gazeteciliği çalışmalarının yapılabilmesinin basın kuruluşlarının ve gazetecilerin maddi koşullarıyla bağlantılı olduğunu vurgulayan **G-13**, basın kuruluşlarının sadece veri gazeteciliği konusunda çalışacak gazetecileri istihdam edecek güce sahip olmadığından dolayı verilerle çalışan gazetecilerin oranın oldukça düşük olduğuna dikkat çekmiştir.

Veri gazeteciliği konusunda sosyal medya üzerinden hazırlanan haberlerin ve bloglarda yer alan bireysel girişimlerin bir çaba olarak görülebileceğini dile getiren 0-5 yıl arasında gazetecilik deneyimine sahip olan **A-2**, Türkiye'de gelişmiş bir veri gazeteciliği ağının olmadığını savunmaktadır. Haber ajansı çalışanı olan **G-21** de,

Türkiye'de veri gazeteciliği çalışmalarının kısmen yapıldığını şu sözleriyle dile getirmiştir;

> Türkiye'de veri gazeteciliğinin yeterince yaygın olmadığını düşünüyorum. Tıpkı finansal okuryazarlık gibi veriyi anlamlandırma açısından sıkıntı var. Veri gazeteciliği geleneksel haber üretimi sürecine yüzde 100 olumlu katkı sunmaktadır. Veri sayesinde haber zenginliği artmakta, farklı görüş açıları habere kazandırılmaktadır. Türkiye'de veri gazeteciliğinin kısmen de olsa yapıldığını düşünüyorum. **(G-21)**

6-10 yıl arasında gazetecilik deneyimine sahip **A-4** ve 20 yıl üzeri gazetecilik yapan **A-11**, Türkiye'de veri gazeteciliğinin şu an daha çok bilgilendirme ve farkındalık yaratma amacı ile yapıldığına dikkat çekmiştir. **G-24** de bu görüşü destekleyerek Türkiye'de veri gazeteciliğinin dünya ülkelerine göre geri kaldığını fakat az sayıda da olsa veri gazeteciliğiyle haberler üretildiğine değinmiştir. Türkiye'de veri gazeteciliğinin henüz başlangıç aşamasında olduğunu söyleyen 11-20 yıl arasında gazetecilik deneyimine sahip olan **G-29**, haber üretiminde kullanılan karşılaştırılmalı rakamsal verilerin ve grafiklerin veri gazeteciliğine örnek oluşturduğunu dile getirmiştir.

Üniversitede akademisyen olan **A-5** de, Türkiye'de veri gazeteciliği yapılmadığı düşüncesini desteklemiştir. *"Türkiye'de veri gazeteciliği geleneksel ve yeni medya yöndeşmesiyle yapılıyor. Örneğin Trump'ın Twitter'dan attığı bilgiyi gazete sayfalarında görebiliyoruz"* diyen **A-10** ise, Türkiye'de veri gazeteciliği konusunda yeterli farkındalığın oluşmadığını, gazetecilerin verilerle nasıl haberler yapacaklarını bilmediklerini söylerken, Türkiye'de veri gazeteciliğine ilişkin olarak Dağ Medya, verigazeteciliği.com ve veri gazeteciliği derneğini sınırlı sayıda örnek olarak vurgulamıştır.

Üçüncü yaklaşım olarak bazı gazeteciler Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapılmadığı görüşünü savunmaktadır. Gazeteciler veri gazeteciliğinin Türkiye'de yapılmamasının başta medya patronlarının bu alana ilgisiz olması ve yatırım yapmaması, Türkiye'de açık verinin yeteri kadar olmayışından dolayı gazetecilerin veri bulmakta zorlanması ve son olarak da habercilerin zamanla yarıştıkları için üzerlerinde devamlı baskı hissetmeleri ve veri gazeteciliğine istenilen zamanı ayırmaması gibi birçok nedenden kaynaklandığını iddia etmektedir.

Bu bağlamda Türkiye'deki gazeteciler için veri gazeteciliğinin biraz lüks kaldığına değinen **G-1**, medya patronlarının bu alana yatırım yapmadığı için veri gazeteciliğinin yapılmasının Türkiye'de hayal olduğunu savunmaktadır. 5 yıldan az gazetecilik deneyimine sahip olan **G-4**, Türkiye'de gazetecilerin veri gazeteciliği yapabilmesi için fırsat olmadığını ve gazetecilerin veri gazeteciliği yapmaya yönelmemelerinin sebebini şu şekilde ele almaktadır:

> TÜİK başta olmak üzere, bazı dernek ve vakıflar gazetecilere veri gazeteciliği yapmaları için yeteri kadar açık veri sağlamamaktadır. Bunun sebebi ise verileri haber diline dökerek servis etmeleri ve yayıncıların da olduğu gibi bu kaynakları copy-paste yapmalarından kaynaklanıyor. **(G-4)**

5 yıldan az çalışma deneyimine sahip olan gazetecilerden **G-16**, Türkiye'de veri gazeteciliğinin henüz benimsenmediğini, gazetecilerin kendilerini toplumun kanaat önderi olarak gördükleri için veriden ziyade inandıkları görüş üzerinden haber metnini şekillendirdiğine dikkat çekerken **G-22** ise, Türkiye'de veri gazeteciliğinin gazeteciler üzerinde farkındalığının az olduğunu ve bu sebeple veri gazeteciliği çalışmalarının ve haber üretiminin Türkiye'de yeteri kadar sayıya ulaşamadığına değinmiştir.

Özetle, gazetecilere, ilk olarak veri gazeteciliğinin tanımı, ikinci olarak dünyada veri gazeteciliğine bakışı ve son olarak ise Türkiye'de veri gazeteciliğine yaklaşımları olmak üzere 3 konu başlığı altında deşme soruları sorulmuştur.

Görüşülenler üzerinden ilk ele alınan başlık olan veri gazeteciliği tanımlarından bazılarını kendine daha yakın bulurken, bazı görüşülen kişilerse kendi tanımlarını yapmıştır. Verilen tanımlar arasında gazeteciler ve akademisyenler tarafından en çok tercih edilen tanımın Temple Üniversitesi'nden Profesör Meredith Broussard'a ait olduğu görülmektedir. Bu tanımın birçok gazeteci ve akademisyen tarafından seçilmesinin ana nedeni veri gazeteciliğinin aşamalarını ele alıp aktarmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Gazetecilere ve akademisyenlere kendi veri gazeteciliği tanımlarını açıklamaları istenmiş ve elde edilen bulgulardan gazetecilerin ve akademisyenlerin veri gazeteciliğini nasıl ele aldıkları ve veri gazeteciliğinden ne anladıkları sonucuna ulaşılmaya çalışılmıştır. Veri gazeteciliği tanımlamalarında gazeteciler ve akademisyenler arasında iki farklı görüş bulunmaktadır. Gazeteciler, veri

gazeteciliğini tarafsız habercilik yapılmasının şekli, görselleştirmenin ve hikâyeleştirmenin ön planda olduğu bir habercilik anlayışı olarak ele alırken akademisyenler veri gazeteciliğine daha eleştirel bir gözle bakarak verdikleri veri gazeteciliği tanımlarında verileri yorumlamanın önemine ve uzmanlaşmaya değinmektedirler. Gazetecilerin veri gazeteciliği tanımlarına bakıldığı zaman gazetecilerin kendi kültürel birikimlerine ya da içinde bulundukları konumlara göre tanımlamalarda bulunduğu sonucuna varılmaktadır.

İkinci olarak ele alınan başlık ise, gazetecilerin dünyadaki veri gazeteciliğini nasıl algıladıkları ve anlamlandırdıkları üzerine sorulmuş sorulardan oluşmuştur. Bu kapsamda bazı gazeteciler verinin haber üretim sürecinde geçmişten günümüze kullanıldığı görüşünden yola çıkarak dünyada veri gazeteciliğinin tarihinin sanıldığı kadar yeni olmadığını, gazeteciliğin başlangıcından bu yana gerek haberlerde, gerek makalelerde, gerek dizi yazılarda "veri"lerden yararlanıldığına değinmişlerdir. Bazı görüşülen kişiler ise veri gazeteciliğinin yeni iletişim teknolojileri sayesinde daha ön planda olduğunu ve 2010'da yaşanan WikiLeaks olaylarından sonra veri gazeteciliği adını aldığına değinmişlerdir. Ayrıca gazetecilerin dünyada veri gazeteciliği yaklaşımlarına genel olarak bakıldığında veri gazeteciliği yapan The Guardian, The New York Times gibi belli başlı kurumların isimlerinin ön planda olduğu görülmektedir.

Üçüncü olarak, Türkiye'deki gazetecilerin veri gazeteciliğine ilişkin yaklaşımlarına bakıldığında 3 farklı görüşün ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlardan ilki, Türkiye'de veri gazeteciliği yapıldığı görüşünü destekleyen gazeteciler, örneklerle veri gazeteciliğinin yapıldığı haber kuruluşlarını ya da platformları ele almışlardır. İkincisi, Türkiye'de veri gazeteciliği yapılmadığını ileri süren gazeteciler ise veri gazeteciliğinin yapılmamasının nedenlerini, haber üretiminin verileri elde etmek için saha yerine daha çok yeni iletişim teknolojilerini kullanılarak masa basında yapılması, haberlerin yayın organlarının siyasi veya ideolojik görüşlerine uygun biçimde üretilmesi, kamu kuruluşlarının veri paylaşımının kısıtlı olması kapsamında aktarmışlardır. Üçüncüsü ise, Türkiye'nin veri gazeteciliği konusunda yetersiz olduğunu savunan diğer gazeteciler ise, veri gazeteciliğinin dönemsel yapıldığından

ve medya kuruluşlarının veri gazetecilerini istihdam edecek güce sahip olmadığı konusuna değinmişlerdir.

5.2. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Haber Değerleri

Dünyada birçok olay yaşanmakta fakat bunların pek azı haber olarak karşımıza çıkmaktadır. Gazeteciler tarafından haber üretim sürecinde ele alınan olaylar, 'zamanlılık, yakınlık, önemlilik, ilgililik, ilginçlik, nadirlik, heyecanlılık, anlaşmazlık' gibi haber değerleri esas alınarak haber üretim sürecine katılmaktadır. Bu kapsamda bu başlık altında veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde haber değerleri anlayışının nasıl ele alındığı, veri gazeteciliğinin var olan yerleşik haber değerleri anlayışını değiştirip değiştirmediği konusu üzerine odaklanılmış, veri gazeteciliğinin kendi haber değerlerini yaratıp yaratmadığı üzerine de gazetecilerden görüşler alınmıştır. Gazeteciler, veri gazeteciliğinde haber değerleri kullanımını iki farklı açıdan ele almaktadır. Birinci görüş veri gazeteciliğinde gelenekselde var olan haber değerlerinin kullanıldığıdır, ikinci görüşü benimseyenler ise veri gazeteciliğinin kendi haber değerlerini ürettiği görüşünü savunmaktadır. Son olarak da haber değerleri içerisinde veri gazeteciliğinde haber üretim sürecini anlamak için haber konularına değinilmiştir.

5.2.1. Veri Gazeteciliğinde Kullanılan Geleneksel Haber Değerleri

Gazeteciliğin temel kavramlarından biri olan haber değerlerinin veri gazeteciliğinde ne şekilde ele alındığının anlaşılması adına, veri gazeteciliğinin haber değerleri anlayışını değiştirip değiştirmediği sorusundan yola çıkılarak gazetecilerin görüşlerine başvurulmuştur. Haber ajansında üst yönetici olarak çalışan **G-10**, veri gazeteciliğinin geleneksel gazetecilikte kullanılan haber değerlerini içerisinde barındırdığını ve bu değerleri veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde özet bir görüntü olarak verdiğini düşündüğünü dile getirmiştir. Geleneksel gazetecilikte kullanılan haber değerlerinin veri gazeteciliği için de geçerli olduğuna dikkat çeken **G-4**, **G-5**, **G-13** farklı haber değerleri kavramları üzerinde durmuş ve bu kavramları örnekler vererek açıklamışlardır. Örneğin **G-5**, geleneksel haber değerleri içerisinde yer alan güncelliğin önemli olduğuna şu sözlerle vurgu yapmıştır:

> Haberde ele alınan konu 40 yıl öncesine dayanabilir fakat haberin şuan güncel ile bağlantısı yoksa haber değeri taşımaz. Örnek olarak 40 yıl önceki arşivlerin açıldığını ve içinden 12 Eylül'e dair belgeler çıktığını düşündüğümüzde, o belgeler hala tartışılan bir konuya aydınlık getireceği için önem taşır. **(G-5)**

Geleneksel haber değerleri içinde yer alan hedef kitle kavramının veri gazeteciliği için önemli olduğunu söyleyen **G-4**, veri gazeteciliğinde yakınlık, zamanlılık gibi kavramların önemli olmadığını, tam aksine veri gazeteciliğinde haber üretim süreçleri sırasında, haberlerin sıra dışı olaylardan oluşmasının en büyük farklılık olduğunu dile getirmiştir. **G-13**, yakınlık, zamanlılık, sıra dışı olma gibi haber değerini belirleyen unsurlarından bazılarının veri gazeteciliğinde yokmuş gibi göründüğünü ancak veri gazeteciliğinde haber üretim süreci içerisinde haberin önemini belirten haber değeri unsurlarının kullanıldığını belirtmiş, geçmişe yönelik bir verinin gündemle ilişkilendirilmediğinde değer taşıyıp taşımadığının tartışmalı olduğunu ifade etmiştir.

Veri gazeteciliğinde geleneksel habercilikte yer alan haber değerlerinin geçerlilik taşıdığını belirten **A-6**, bir olayın çok miktarda veri içermesinin, o olayın veri gazeteciliğiyle işlenerek hedef kitleye ulaştırılması açısından bir haber değeri olarak ele alınabileceğine vurgu yapmıştır. Haber ajansında çalışan **G-14** ise haber değeri anlayışının değişmediğini ama veri gazeteciliğiyle birlikte bu değerlerin yanına yeni değerlerin eklenebildiğini şu sözlerle ifade etmiştir.

> Haber değerlerinden zamanlılık konusu üzerinden veri gazeteciliğine baktığımız zaman haberin zamanını gazetecinin kendisi belirler, gündemi kendisi oluşturur. Veri gazeteciliği çatışma kültürü içerir mi tamamen içermeye bilir. Elde ettiği verilerden bir durumu ortaya koyar. Veri gazeteciliği haberleri hedef kitlenin yorumlamasına bırakır. (**G-14)**

Haber ajansında muhabir olarak çalışan **G-17**, diğer görüşülenden veri gazeteciliğinde haber değerlerinin tümüyle değişmediğini, var olan yerleşik haber değerlerinin kısmen de olsa varlığını sürdürdüğünü dile getirerek, veri sayesinde hedef kitleye uygun, önemli, sıra dışı ve anlaşılır haberlerin yapılmakta olduğunu dile getirmiştir. Ayrıca veri gazeteciliği zaman konusunda bir kısıtlama getirmediği için istenilen veriden zaman kısıtı olmadan haber çıkartılabildiğine de dikkat çekmiştir. Haber ajansında muhabir olan **G-18**, internet sitesinde editör olan **G-24** ve üniversitede akademisyen olan **A-11**, veri gazeteciliğinin temelinde yine gazetecilik değerleri ve anlayışı olduğu için haber değerleri açısından doğrudan bir değişimden

söz edilemeyeceğini fakat veri gazeteciliğinin sahip olduğu özelliklerin kimi haber değerinin dolaylı olarak değişmesine veya daha ön plana çıkmasına sebep olabileceğini ifade etmiş ve **G-18** görüşünü şu sözlerle dile getirmiştir;

> Yakınlık değeri veri gazeteciliği için geleneksel gazetecilik yaklaşımından daha farklı bir anlam taşıyor. Her ne kadar verinin kaynağı bir yakınlık değeri taşımasa da o veriden ortaya çıkacak haberin ciddi bir yakınlığa sahip olması mümkün. Aynı şekilde veri gazeteciliği için zamanlılık da farklı bir anlam taşıyor. Kimi zaman çok eski veriler bir veri gazetecisi için haberi günümüzde daha anlamlı hâle getirmenin bir aracı olabiliyor. **(G-18)**

Haber ajansında editör olan **G-29** ve **A-8** veri gazeteciliğinde geleneksel haber değerlerinin kullanıldığı görüşünü desteklerken haber değerlerinden 'yakınlılık' kavramına dikkat çekmişlerdir. *"Veri gazeteciliği var olan yerleşik haber değerleri anlayışını değiştirmiyor hatta daha da güçlendiriyor"* diyen **G-29**, bilginin filtrelenip, analiz edilip, doğrulatılıp verilmesinin, yerleşik haber değerleri anlayışına destek olduğunu dile getirmiştir. Ayrıca **G-29** 'yakınlık' gibi haber değerlerinin veri gazeteciliği için pek önemi kalmadığına, teknolojinin gelişmesiyle birlikte dünyanın bir ucunda yaşanan olayın tüm dünyada merak uyandırdığına dikkat çekmiştir. Benzer şekilde **A-8** de veri gazeteciliğinin haber değerlerinden zamansal ve mekânsal yakınlık unsurlarını ön plana çıkardığını dile getirmiştir.

İnternet gazetesinde editör olarak çalışan **G-22** ise veri gazeteciliğinde geleneksel haber değerlerinin kullanıldığını fakat haber değerlerinde kullanım oranı açısından farklar olduğunu ifade ederken 'yakınlık' yerine 'zamanlılık' kavramının üzerinde durmuştur:

> Geleneksel habercilikte 'zamanlılık' haber değeri olarak önem kazanırken, veri gazeteciliğinde bu değer daha az öneme sahiptir. Bunun en önemli nedenlerinden biri veri gazeteciliğinin araştırma ve dosya haberciliği ağırlıklı çalışmasından dolayı geniş bir zamana ihtiyacı olmasından kaynaklanmaktadır. **(G-22)**

Gazetede haber müdürü olarak görev yapan **G-5** de zamanlılık kavramının çok önemli olmadığına değinerek veri gazeteciliğinde zaman sınırı olmadığı için haberin mayalanmasının beklenebildiğini fakat geleneksel gazetecilikte böyle bir imkâna sahip olunmadığına dikkat çekmiştir.

Gazetecilerin görüşlerinden yola çıkılarak veri gazeteciliğinde haber değerleri kapsamında görüşülen 40 gazeteciden 13 kişinin veri gazeteciliğinde kullanılan haber

değerlerinin geleneksel haber üretim şeklinde kullanılan haber değerleri ile aynı olduğu görüşünü desteklediği görülmektedir.

5.2.2. Veri Gazeteciliği ve Yeniden Üretilen Haber Değerleri

Görüşülen gazetecilerin bir kısmı veri gazeteciliğinin geleneksel haber değerlerini kullanmadığını tam aksine veri gazeteciliğinin kendi haber değerlerini yarattığı görüşünü desteklemektedir. Veri gazeteciliğinin kendi haber değerlerini yarattığını dile getiren **G-27**, veri gazeteciliğinde etki oluşturma, sıra dışı olma ve konunun daha anlaşılır olması açısından üretilen haber değerlerinin önemine değinmiştir. Verinin güçlü olmasının haberlerin değerini artırdığına dikkat çeken **G-26**, doğru bir hedefe kitleye ulaşılması için veri gazeteciliğinin önemli olduğunu vurgulamıştır. Veri gazeteciliğini genel gazeteciliğin küçük bir niş alanı (özel ya da ayrılmış alan) olarak değerlendiren **G-1** ise genel gazetecilik için kullanılan haber değerlerinin farklı kat sayılarının olduğunu dile getirerek bunu şöyle bir örnekle açıklamıştır:

> Son dakika ve özel dosya haberciliğine baktığımız zaman ikisi de haber değerleri anlamında birbirinden farklı. Veri gazeteciliğinin de kendine özel haber değeri anlayışı var. Veri gazeteciliğinde haber değerlerinden "zaman", öteki haber değerlerine göre önemli değil. Çünkü veri gazeteciliğinde hızlılık ve zaman kavramları diğer haber değerlerine göre arka planda kalıyor. Kısacası geleneksel habercilikte geçerli olan haber değerleri veri gazeteciliğinde de geçerli fakat kat sayıları farklı. Örneğin, 2018 yılında en çok konuşulan konulardan biri olan Acun Ilıcalı'yı ele alalım. Güncel bir olay olduğu için "Acun Ilıcalı" kelimesi aramalarda daha ön plana çıkar. Ama eğer Acun gündem olmasaydı, Acun'un kendisi değil belki internet sitesi daha üst sıralarda olurdu. Anlatmak istediğim, arama motorları da bir değer analizi yapılıyorlar. Birincisi kategorilere göre diğerleri de hedef kitle, etki vb. haber değerleri oluyor. **(G-1)**

Veri gazeteciliğinde haber yaparken verilerin toplanmasının zamana yayıldığını dile getiren **G-2** de, geleneksel haber değerlerinde kullanılan zamanlılık kavramının veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde önemli olmadığını bir örnekle açıklamıştır:

> TBMM Başkanı olan Binali Yıldırım'ın Ak Parti'den İstanbul Büyük Şehir Belediye Başkanlığı için adaylığı konuşuluyor. Daha önce Milletvekili ve aynı zamanda Parti Başkanı, olup yerel seçimlerde aday olan kimse var mı? Bu hemen cevap verebileceğiniz bir şey değil bunun için araştırma yapmanız lazım. Bütün Belediye Başkanlarının tek tek hayat hikâyelerine bakmanız lazım. Daha sonra bu verileri toplayıp karşılaştırma yapmanız lazım. Yaptığınız bu

karşılaştırmayı da haber haline getirip okuyucuya sunmanız lazım. Bunun için en başından beri sürecin geriye dönüp araştırması gerekiyor. Burada da haber değerlerinden zamanlılık devreye giriyor. **(G-2)**

Gazetede muhabir olarak görev yapan **G-9** da, veri gazeteciliğinde haber değerlerinin değiştiğini şu sözlerle ifade etmiştir:

> Veri gazeteciliği sayesinde manipülasyona kapalı ve objektif haber alma hakkını kullanabiliyoruz. Veriler kullanıldığı için haberlerde yorumdan ziyade olan ne ise o yer alıyor. Dolayısıyla veri gazeteciliği karar alma iradesini okuyucunun kendisine bırakıyor, okuyucu iradesi ile bir olaya aksiyon gösterirse elbette ki bu daha uzun vadeli ve dönüştürücü güce sahip oluyor. **(G-9)**

Veri gazeteciliğinde anlamlılık ve sürekliliğin haber değerlerinden biri olması gerektiğini söyleyen **A-7**, bunu şu şekilde açıklamaktadır:

> Veri gazeteciliğinde ise biz veriler nasıl anlamlı kılacağız sorusu ön plana çıkıyor? Biz kelime gazeteciliğinde cümlenin anlaşılmasına bakarız veri gazeteciliğinde veriyi nasıl bir anlamlılık düzeyi bekliyor ya da biz veriyi nasıl anlamlı kılacağız soruları önemli. Profesyonel şekilde gazetecilik yapan birinin o verinin anlamını hikâyenin içerisine oturtması gerekiyor. Geleneksel haber değeri içerisinde biz bir sürü unsurdan söz ediyoruz ama kompozisyondan söz etmiyoruz. Veri gazeteciliğiyle beraber hikâye oluşturma ve veriyi görselleştirme ön plana çıkıyor. Bu nedenle konunun anlamlılığından ziyade sizin o konuyu nasıl ve ne şekilde sunduğunuz önem kazanıyor. Birde süreklilik mevzunu var kelime gazeteciliğinde siz olan biten bir seyi anlatabilirsiniz fakat veri gazeteciliğinde sürekli değişen bir şeyleri anlatırsınız. Bu bahsettiklerim haber değerleri özelinde gibi görünmese de gazetecinin kendi haber değeri ve çalışmasına yaklaşımı konusunda etik ilkeler olabilir. **(A-7)**

Akademisyenler açısından bakıldığında ise **A-9**, veri gazeteciliği kavramının zaman içinde oturdukça ve kabul gördükçe kendi haber değerini üreteceğini söylerken **A-2**, **A-4** ve **A-10** veri gazeteciliğinin zaten kendi haber değerlerini ürettiğini dile getirmiştir.

Bölüm 3'te haber değerleri ele alınmış olup bu konuda görüşmelerini fikirlerine başvurulmuştur. Gazeteciler, veri gazeteciliğinde haber değerlerinin geleneksel haber değerleriyle aynı olduğunu *"gazeteciliğin sabitleşmiş kuralları var ve gazeteciliğin kuralları 1910'lu yıllar da yapılmış ve bu haber değerleri veri gazeteciliği içinde geçerli"* sözleriyle ifade etmişlerdir.

Özetle, veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde haber değerleri ele alındığında 2 farklı görüşü ortaya çıkmaktadır. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde

haber üretim süreçlerinde geleneksel haber değerlerinin kullanıldığını söylerken bazı görüşmeciler ise veri gazeteciliğinin kendi haber değerlerini oluşturduğu görüşünü savunmaktadır.

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde görüşmecilerden bazıları geleneksel habercilikte kullanılan haber değerlerinin veri gazeteciliğinde de geçerli olduğu görüşünü desteklemiştir. Geleneksel haber değeri anlayışının devam ettiği görüşünü savunan gazeteciler ise haber değerlerinden güncellik, zamanlılık ve hedef kitle gibi haber değerlerinin veri gazeteciliğinde de ön plana çıktığına vurgu yapmıştır. Bazı görüşmeciler de veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde geleneksel haber değerlerinden farklı olarak veri gazeteciliğinin kendi haber değerleri anlayışını ortaya çıkardığını savunmaktadır. Bu görüşü savunan gazeteciler yeni iletişim teknolojilerinin sayesinde geleneksel gazetecilikte yer alan zamanlılık ve hızlılık gibi haber değerlerinin veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kullanılan haber değerlerinden farklı olduğunu vurgulamıştır. Aynı zamanda 'anlamlılık' ve 'süreklilik' gibi geleneksel gazetecilikte yer almayan haber değerlerinin veri gazeteciliğinde yer alması gerektiğine de dikkat çekilmiştir.

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde haber değerleri ele alındığında geleneksel haber değerlerinin hala kullanıldığını savunan görüşmecilerin, veri gazeteciliğinin yeniden haber değerleri ürettiğini söyleyenlere göre daha fazla olduğu görülmektedir.

5.2.3. Veri Gazeteciliğinde Haber Konuları

Veri gazeteciliğinde haber değerleri konusunu ele alınırken özellikle veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde haber konularının seçilmesine değinmek gerekmektedir. Bu kapsamda Türkiye'de veri gazeteciliğinde üretilen haberlerin konuları ele alındığında farklı konuların işlendiği görülmektedir. Veri gazeteciliğinde genel olarak geleneksel medyada yer almayan toplum odaklı konuların işlendiği gözlenmektedir. Veri gazeteciliğinde gündemde yer alıp da altı yeterince doldurulmayan konuların haber yapıldığını söyleyen **A-5**, veri gazeteciliğinde haber üretim aşamasında gazetecilerin sadece bugüne odaklanmak yerine geriye ve ileriye dönük bir projeksiyon çizdiğine dikkat çekmiştir. **G-16**, veri gazeteciliğinde ele alınan haberlerin gündeme gelmeyen toplumsal konuları kapsadığını ve bu nedenle ana akım

medyadan ayrıldığını söylerken **G-20** ise daha çok sayıların yoğun olduğu raporlarda yıllar arasındaki kıyaslamalarda veya siyasilerin hakkındaki iddialarda vb. konularda veri gazeteciliğinin yapıldığına değinmiştir. **G-3**, Türkiye'de yer alan veri haberlerinin genellikle kadınlara, işçilere ve çocuklara yönelik olduğunu ve bu konular üzerinde gerçekten araştırma yapılmasını gerektiğini vurgulamaktadır.

Veri gazeteciliğindeki haber üretiminde konu seçimlerinin ana akıma göre daha bağımsız olduğunu belirten **G-24**, haber konularının kadın hakları, LGBTİ, insan hakları ve ekoloji gibi farklı ve ana akımda yer almayan konular olduğuna değinmiştir. **G-24** ayrıca veri gazeteciliğinin alternatif mecralarda daha fazla gözükmesinin nedeni olarak veri gazeteciliğinin ana akımdan farklarını ortaya koymak için yaratıcı yolları keşfetme ve kullanma konusunda daha istekli olması ve ana akımın kendisini geliştirme ve yenilikleri yakalama konusunda fazlasıyla yavaş ve isteksiz davranması ile açıklamaktadır. **G-18** de aynı görüşü destekleyerek ana akım medyada seçim, enflasyon, ithalat, ihracat ve çarşı-pazardaki fiyatlar gibi konuların ele alındığını, veri haberciliği yaparken bağımsız hareket eden internet sitelerinde ise istismar konusunda verilerin toplanıp haritalandırılıp haber yapıldığının görüldüğüne dikkat çekmiştir.

G-23, medyada daha çok seçim dönemlerinde seçim verilerini / anketleri içeren haberler, işsizlik oranları, pisa sınav sonuçlarıyla alakalı eğitim haberleri, spor ve ekonomi kategorilerinde haberlerin yapıldığını söylemiştir. **G-23**'ün görüşünü destekler biçimde **A-6** veri gazeteciliğinde sağlık, politika, eğitim gibi konulara daha fazla odaklanıldığını ve konu seçiminde hedef kitlenin ilgisinin de önemli bir faktör olduğunu dile getirmiştir. **G-17** ve **G-26** ise daha farklı konu alanlarına dikkati çekerek veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde genelde finansal, bankacılık, para rezervi, tarih ve sanat, konut ve otomobil satışları gibi konulara odaklanıldığını ve veri gazetecilerinin konu seçiminde ana akım medyaya göre daha bağımsız hareket edilebileceğini ancak şu an bunun tam anlamıyla mümkün olmadığının altını çizmiştir.

Okuyucuyu doğrudan ilgilendirmeyen konuların veri gazeteciliği yöntemleriyle işlendiği durumlarda haberin veriliş şekli itibarıyla okuyucunun ilgisini çekebildiğini ifade eden **G-8**, veri gazeteciliğinde konu seçimlerinde ise ağırlıkla ekonomi, eğitim, sağlık ve sosyal yaşama dair konuların ele alındığını belirtmektedir. Diğer görüşmecilerin aksine veri gazeteciliğinde konuların ana akım gündemde yer

alan konular kapsamında belirlendiğini söyleyen **G-27**, bunun nedenini ise gündemin dayatması olarak açıklamaktadır. Ana akım medya gündeminde hangi konu ele alınıyorsa veri haberciliğinde de o konunun tartışıldığını söyleyen **G-2** konuya ilişkin aşağıdaki açıklamayı getirmiştir:

> Ana akım medyada devamlı Fenerbahçe başarısızlığı konuşulduğu için Fenerbahçe'nin başarısızlığı ya da alüminyum, çelik ithalatıyla ilgili karar alındığında bu konuda veri haberi hazırlayabilirsiniz. **(G-2)**

Örneklere bakıldığında ana akım medya gündemde yer alan hangi konuyu ele alırsa veri gazetecilerinin de gündeminde yer alan konunun o olduğu vurgusu yapılmıştır. Veri gazeteciliğinin haber üretim mecrasının daha çok alternatif medya olduğu görüşünü destekleyen **A-3**, veri gazeteciliğinin aynı zamanda ana akım medyadan da yararlandığını dile getirmiştir. **G-6** ise veri gazeteciliğinde haber konularının seçimini farklı bir açıdan ele alarak haberde gündem konuları belirlenirken habercilerin gündemi belirlemediğini, tam tersine habercilerin gündeme göre hareket ettiğini şu sözlerle savunmaktadır.

> Türkiye'deki gazeteleri alın, birinci sayfalarına bakın, mutlaka ortak dört tane haber bulursunuz. Hepimiz çok farklı pratiklerle çok farklı kültürlerden gelmiş olan insanlarız peki nasıl oluyor da aynı haberleri yapıyoruz. Biz yapmıyoruz ki iş bizi belirliyor gündem bizi belirliyor. (**G-6)**

Üçüncü bölümde haber üretiminde liberal yaklaşımlarda ayrıntılı olarak bahsedilen Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw'ın gündem belirleme kuramından hareketle, veri gazeteciliğinde haber üretim aşamasında yer alan konular ele alındığında; gündemde yer alan konular dışında daha toplumsal konuların ele alındığı görülmektedir. Bu konuda McCombs ve Shaw'ın ele aldığı gündem belirleme kavramı veri gazeteciliğinde değişim geçirme sürecine girmiştir. Görüşülen gazetecilerin görüşlerine göre gündemin dışında olan konuları gündeme taşıyan veri gazeteciliği aynı zamanda toplumda sessiz kalanların sesi olmak için ele alınmayan haber konularını gün yüzüne çıkarmaktadır. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde ele alınan konuların geleneksel gazetecilikle aynı olduğunu dile getirirken bazıları ise veri gazeteciliğinde haber konularının geleneksel medyada yer almayan daha çok toplumsal içerikli konular olduğuna değinmiştir.

5.3. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Haber Kaynakları

Haber kaynakları, haber üretim sürecinin en önemli aktörlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun en önemli nedeni gazetecilerin haber üretim sürecinde eski ve yeni olmak üzere haber kaynaklarına ihtiyaç duyması ve bu kapsamda birincil kaynak olarak devlet yetkilileri ve uzmanlar, ikincil kaynak olarak ise raporlardan, belgelerden yararlanmasıdır. Haber üretim sürecinin en önemli aktöründen biri olarak ele alınan haber kaynaklarına veri gazeteciliği haber üretim sürecindeki kullanımı açısından bakıldığında, veri gazeteciliği ve kaynaklara erişim, veri gazeteciliğinde birincil ve ikincil kaynak kullanımı olarak iki farklı açıdan gazetecilerin görüşlerine başvurulmuştur.

5.3.1. Veri Gazeteciliği ve Kaynaklara Erişim

Gazeteciler haber üretim sürecinde farklı bilgi gereksinimlerini gidermek amacıyla kaynaklara erişim sağlamaktadır. Gazetecilerle yapılan görüşmelerde, veri gazeteciliğindeki haber üretim sürecinde Türkiye'de kaynaklara erişimde neler yaşadıkları ve bu süreç içerisinde verileri elde etmek için kaynaklara ulaşmanın zorluk ve kolaylık derecesinin ne ölçüde olduğu ve bu konuda neler yapılabileceği sorulmuştur. Bu kapsamda bazı gazeteciler kaynaklara erişimin çok kolay olduğunu söylerken, bazılar ise veriye ulaşmanın zorluğundan bahsetmiştir.

Yeni iletişim teknolojilerinden dolayı dijitalleşme ile birlikte son 20 yıl içerisinde gazetecilerin kaynağa erişimi kolaylaşmış aynı zamanda da hiç olmayan kaynaklar da üretilmeye başlanmıştır. Veri gazeteciliğinde kaynaklara erişimin kolaylaştığını savunan gazetecilere göre bu kapsamda gazeteciler elde ettikleri bilgilerden kendi veri setlerini oluşturup haberler üretmektedir. Veri gazeteciliği için en önemli kaynakların TÜİK, ekonomik endeks ve kamu otoritesinin düzenli olarak yaptığı araştırma verileri olduğunu belirten ve gazetede haber editörü olarak görev yapan **G-1**, bu tür veri kaynaklarına erişimin daha önceden sadece arşivler aracılığıyla olduğunu ya da kişilerin kendi arşivlerini kendilerinin oluşturduğuna dikkat çekmiştir. Birincil veri kaynağı toplamanın gazeteci için oldukça masraflı bir aşama olduğunu sözlerine ekleyen **G-1**, gazetecinin veri toplama işini teknolojinin imkânları sayesinde artık kolayca yapılabildiğini de dile getirmiştir. Gazetede haber müdürü olarak görev yapan **G-5**, gazetecilik tarzını ve yapış şeklini değiştirecek derecede kaynak bulmanın

kolaylaştığını ifade ederken haber ajansında editör olarak görev yapan **G-27** de haber kaynaklarına erişim konusunda bir zorluk yaşamadığını şu şekilde ifade etmiştir;

> Müzeyle ilgili haber oluştururken artık müzeye gitmiyoruz. Müzenin internet sitesinden görsel ve sayısal haber değeri taşıyan verilere birebir ulaşılabiliyor. Bu nedenle gazeteci kaynak açısından herhangi bir sorun yaşamıyor, rahatlıkla açık veriye ulaşılabiliyor. **(G-27)**

İnternet gazetesinde editör olan **G-22** ise, veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde yeni iletişim teknolojilerinin verilerin analizi, görselleştirmesi için kullanılmasının önemine değinirken aynı zamanda verileri analiz eden ve görselleştirmeyi sağlayan programların ücretsiz olması nedeniyle verilere ulaşmanın kolaylığının yanı sıra yardımcı araçlar sayesinde haber üretiminin de kolaylaştığına dikkat çekmiştir. Dijital erişimin bu kadar fazla olduğu bir çağda veriye ulaşmanın daha kolay hale geldiğini belirten **G-2**, internet teknolojisinin olmadığı dönemlerde gazetecilerin kaynaklara ulaşmak için mutlaka yazılı bir arşiv oluşturmaları gerektiğine değinerek günümüzde gazetecilerin dijital arşivlerinin olduğunu ya da başka kurumların dijital arşivlerinden yararlandığını vurgulamıştır. Bu görüşü destekler biçimde veri gazeteciliğinin kaynak bakımından çok zengin bir alan olduğunu belirten **G-3**, Türkiye'de haber kaynağı bulma konusunda sıkıntısı yaşanmadığına vurgu yaparken, kaynakları tek bir çatı altında toplayacak TÜİK'den başka bir kurumun olmamasına dikkat çekmiş ve alternatif olarak verikaynağı.com sitesinin oluşturulduğunu şu sözlerle dile getirmiştir:

> Türkiye'deki bu sorunun üzerine gidilerek Veri Kaynağını adlı site oluşturuldu. Bu alanda yayın yapmak isteyen kişilere, hem verileri hem kaynaklarını hem de veri görselleştirme programlarını kullanma imkânı yaratılmıştır. **(G-3)**

Haber ajansında editör yardımcısı olarak görev yapan **G-8**, internet aracılığıyla günümüzde birçok kurumun tuttuğu istatistikler ya da verilere ulaşılmasının daha da kolaylaştığını dile getirmektedir. Teknoloji ile veri bulmanın kolaylığına dikkat çeken ve gazetede köşe yazarı olarak çalışan **G-12**, bilgilerin eskiden arşivlerden elde edildiğini, şimdilerde ise internetten üzerinden ulaşılabildiğine değinerek, internetten erişilen verilerin doğruluğundan emin olunamayacağını ise *"İnternette elde ettiğiniz veri kaynağınızı göstermenize rağmen eğer veri yanlışsa sizi cezalandırabiliyor ve hatta hakkınızda soruşturma açılabiliyor"* şeklinde açıklamıştır.

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde haber kaynaklarına kolay erişilebildiğini savunan ve üniversitenin İletişim Fakültesinde akademisyen olarak görev yapan **A-6**, geleneksel gazetecilikte haber kaynaklarıyla gazeteci arasında daha sıkı ilişkiler kurulduğuna, veri gazeteciliğinde ise kullanılan açık veriler sayesinde haber kaynağına daha kolay ulaşılabildiğine ve haber kaynağına bağımlılığın azaldığına dikkat çekmiştir. Haber kaynaklarının, internet ve yeni medya sayesinde oldukça çoğaldığına değinen **A-8**, verinin toplanmasına ilişkin doğru yöntem ve tekniklerin kullanılması halinde haberciler açısından veri setlerinin çok önemli haber kaynağı haline gelebildiğine vurgu yapmaktadır. Veri gazeteciliği denildiğinde sadece nicel verilerin akla geldiğini söyleyen **A-10** ise, verilerin nicel ve nitel olmak üzere ikiye ayrıldığını ve sadece nicel verilerle değil nitel verilerle de veri gazeteciliği yapılabileceğini dile getirmiştir. Veri gazeteciliğinde kaynaklara ulaşmanın kolaylaştığını ifade eden **A-7**, veri gazeteciliğinde kaynak kullanımının avantajından bahsederken gazetecilerin kendi veri setlerine *"Geleneksel gazetecilikte birincil kaynak konuşmak istemeyebiliyor. O zaman önemli olan biz bu kaynağa ulaştık fakat kaynak bize görüş vermek istemedi demek de önemli. Ama gazeteci kendi veri setlerini oluşturarak bu dezavantajı avantaja çevirebilir"* sözleriyle dikkat çekmiştir.

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde görüşmecilerin çoğu yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesinden dolayı kaynaklara erişimin kolaylaştığından bahsetmişlerdir. Buna karşın bazı görüşmeciler veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde verilere ulaşmanın zor olduğuna dikkat çekmiştir. Veri gazeteciliğiyle ilgili sivil toplum kuruluşunda proje koordinatörü olarak görev yapan **G-3**, verilere erişim konusunda Türkiye'nin Ulusal Veri Endeksi'ne göre yüksek bir sırada olmadığını dile getirmiş ve ek olarak Türkiye'de savunma, kadın cinayetleri, işçi ölümleri ve taciz meselesi gibi konularda veri bulmanın neredeyse imkânsız olduğunu belirtmiştir. Benzer şekilde, gazetede muhabir olarak görev yapan **G-20** de verilere ulaşmanın zor olduğunu, verilerin doğrulanması için ciddi bir araştırmanın gerektiğini, bu işin de çok zaman aldığını dile getirmiştir. Veri gazeteciliğinde haber üretim süreci kaynaklara erişim üzerinden ele alındığında, kaynaklara erişimin kolaylığından ve zorluğunda bahseden iki farklı görüşün ortaya çıktığı görülmektedir. Görüşülen kişiler veri gazeteciliğinde kaynaklara erişim konusunda çoğunlukla bir sıkıntı

yaşanmadığını tam aksine yeni iletişim teknolojilerinin veri gazeteciliğinde haber üretim sürecine dâhil olmasıyla birlikte hız kazandığını belirtmişlerdir.

5.3.2. Veri Gazeteciliğinde Kaynak Kullanımı

Veri gazeteciliğinde haber kaynaklarının kullanımı haber üretim sürecini etkilemekte, birincil ve ikincil kaynaklardan elde edilen bilgilerin haber haline getirilmesi sonucunda haber üretimi gerçekleşmektedir. Bu kapsamda veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kaynak kullanımının ne şekilde olduğu görüşülen kişilere sorulmuştur. **A-6**, veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde haber kaynağının nasıl kullanıldığını şöyle ele almıştır:

> Bir haber kaynağının söyledikleri veri gazeteciliği için doğrudan bir materyal teşkil etmez. Ama bir haber kaynağının ulaştırdığı dijital veya matbu çok büyük miktarda belge, veri gazeteciliği açısından işlenebilecek bir kaynaktır. Örneğin siyasal partilerin seçim dönemi öncesindeki grup toplantılarında kullanılan dili haberleştirmek istediğinizi varsayalım. Geleneksel gazetecilik pratikleriyle örneğin 1 aylık zaman diliminde grup toplantısı yapan partilerin saatler süren toplantılarını ve liderlerin konuşmalarını yeniden izlemeniz, notlar çıkarmanız, belki küçük çaplı bir içerik analizi yapmanız, bunları kıyaslamanız, kullanın dile ve söyleme dikkati çekmeniz, kelime kullanımlarına bakmanız gerekebilir ve bu geleneksel yöntemlerle oldukça zahmetli bir süreci içerir. Ancak veri gazeteciliğiyle grup toplantısı konuşmalarını dijital ortamdan çekerek ve ilgili programlarla – örneğin R Studio – çok kısa zamanda, görselleştirmeye dayalı, belki kelime bulutlarının olduğu bir haber inşa edebilirsiniz. (**A-6)**

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde birincil ya da ikincil kaynak kullanımıyla ilgili farklı görüşler mevcuttur. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde ikincil haber kaynaklarının kullanımının daha fazla olduğuna dikkat çekerken bazı gazeteciler ise birincil ve ikincil kaynak kullanımı arasında fark olmadığına ve bunun haber üretim şekline göre değiştiğine dikkat çekmiştir.

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kaynak kullanımda birincil ve ikincil kaynak olmak üzere bir ayrıma gidilmesinin doğru olmadığını çünkü haber kaynağı kullanımının haberden habere göre değişebildiğini dile getiren **G-26** bunu şu örnekle açıklamıştır:

> Yüz yüze görüşmede elde edilecek bilgi doğru olmayabilir. Keza belge ve rapor cinsi kaynaklar da aldatıcı olabilir. Örneğin söyleşide görüştüğünüz kişi size yalan bilgiler verebilir. Rapora örnek verirsek farklı kaynaklar üzerinden veri toplayan gazeteciler için Türkiye İstatistik Kurumu'nun verdiği bilgilerle, İstanbul Ticaret Odası'nın verdiği bilgiler birbirini tutmayabilir. **(G-26)**

G-26'nın görüşünü haber ajansında müdür olarak çalışan **G-10**, gazete sahibi **G-35**, haber ajansında yönetici pozisyonunda çalışan **G-2**, internet gazetesi çalışanları **G-16** ve **G-23** de destekleyerek veri gazeteciliğinde birincil ve ikincil olmak üzere iki kaynak türünün de kullanıldığına şu sözlerle dikkat çekmişlerdir:

> Biz ajans haberciliğinde her iki kaynağı da kullanıyoruz. Fakat birinci önceliğimiz verilerin doğruluğu ve ana kaynaktır. Örneğin göçmenlerle ilgili bir şey yapılacaksa onunla ilgili ulaşabileceğimiz merci neresi diye sorgularız. Göç İdaresi ise ya birincil kaynak olarak yüz yüze görüşmeler yaparız ya da ikincil kaynak olarak göçmenlerle alakalı raporları inceleriz. **(G-10)**

> Uluslararası haber kaynakları ölçülerine bakıldığı zaman bütün haber kaynakları kullanılır. (**G-35)**

> 1950 sonrası bir haber çalışması yapıyorsanız, yeteri kadar basılı kaynak yoksa ve kaynaklara dijital olarak da ulaşamıyorsanız. O dönemlerde yaşayan ya da o dönem konusunda araştırma yapan kişilere başvurmanız gerekiyor. Dijitalleşmeyle birlikte bu kaynak anlayışı farklılaşıyor. İlerleyen dönemlerde kaynak kullanımını da hedefe yönelik doğrudan kaynaklar olacak. (**G-2**)

> Geleneksel gazetecilikte genellikle birincil haber kaynağı olarak 'kişiler' daha çok kullanılıyordu fakat veri gazeteciliğine baktığımız zaman kaynak olarak olayın her boyutu için ayrı bir değerlendirme söz konusu olduğu için kaynakların da çeşitlendiği gözlemlenmiştir. Başka bir açıdan ele alacak olursak, geleneksel gazetecilikte, kaynağa ulaşmak biraz daha zorken, veri gazeteciliğinde yeni iletişim teknolojileri sayesinde daha rahattır. (**G-16)**

> Veri gazeteciliğinin sadece ikincil kaynaklarla yapılan habercilik olarak nitelenmesi yanlıştır, çünkü birincil ve ikincil kaynak olmak üzere veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde ikisinden de yararlanılmaktadır. (**G-23**)

G-24 ise birincil ya da ikincil kaynak kullanımından daha çok veri gazeteciliğinde kaynak bulmanın bir yandan kolaylaştığını diğer yandan da zorlaştığına değinmiş ve bunu örnek vererek açıklamıştır:

> Veri gazeteciliğinde bazen birincil kaynaklardan öğrenmenizin mümkün olmayacağı bilgileri topladığınız kamuya açık verileri analiz ederek çıkartmanız mümkün. Fakat diğer yandan da gerçekten değerli olabilecek veriler çoğu zaman yasalar ya da başka yollarla gizleniyor ve erişilmesi daha zor hâle getiriliyor. Böyle bir durumda da sızıntı ile bu veriler elinize ulaşsa bile üzerinde çalışmak daha zor ve riskli bir hâl alıyor. **(G-24)**

A-7 ise birincil ve ikincil haber kaynağı kullanımının yerine yol gösterici haber kaynağı ifadesinin kullanılması gerektiğine şu şekilde değinmiştir:

> Artık veri gazeteciliği döneminde birincil ve ikincil kaynak olarak ayırmamız gerekmiyor. Çünkü sizin o veriyi anlamdırmanız gerekiyor bu nedenle yol gösterici haber kaynağı olarak belki adlandırabiliriz. Çünkü haberin tamamı

> veren unsurlardan biri değil, kaynak sadece bize bir yol gösteriyor ve hangi yolda gideceğimizi kendi sorularımızla buluyoruz. O nedenle haber kaynakları yol gösterici olarak tanımlanabilir. **(A-7)**

Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde ikincil kaynağın daha fazla kullanıldığına dikkat çekmiştir. Örneğin İnternet gazetesinde bülten editörü olan **G-24**, üniversitede akademisyen olan **A-4** ve **A-11** veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde ikincil haber kaynaklarının daha fazla kullanıldığına vurgu yapmıştır. Veri gazeteciliğinde kaynak kullanımında rapor ve belgeler gibi ikincil kaynakların daha fazla kullandığına değinen gazete muhabiri **G-20** ve haber ajansı editörü **G-27** de, gazetecilerin haber üretim sürecinde birincil kaynak olarak kişilerden ziyade ikincil kaynak olan raporlardan yararlanıldığına değinmiştir. Gazetede haber müdürü olarak görev yapan **G-5** de veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde ikincil kaynağın daha fazla kullanıldığını şöyle vurgulamıştır:

> Veri gazeteciliğinde birinci haber kaynaklarının yüzdesi ikincil haber kaynaklarına göre daha azdır. Bunu bir örnekle anlatmak gerekirse genellikle veri gazeteciliğinde kullanılan veriler rapordan, araştırma şirketinden, sivil toplum kuruluşundan paylaşılan bilgiler olabilir. Bu bilgiler dolaylı yoldan geldiği için ikincil haber kaynakları veri gazeteciliğinde daha fazla kullanılıyor diyebiliriz. **(G-5)**

Yeni iletişim teknolojilerinin, geleneksel habercilikte olan birincil ve ikincil kaynağa bakış açısını değiştirdiğini ele alan **G-21**, bu teknolojiden dolayı birincil haber kaynağının önemini ikincil haber kaynağına bıraktığını *"Haberciler geleneksel haber yaparken bilgileri arşive, kütüphaneye ya da birincil kaynaklarına giderek topluyordu artık veri gazeteciliği döneminde bilginin internet üzerinden size gelmesini sağlıyorsunuz"* şeklinde özetlemektedir. Veri gazeteciliği sayesinde sayıların resmi makamların önüne geçtiği bir habercilik pratiği oluştuğunu savunan televizyon kanalında editör olarak görev yapan **G-19** ise, *"önceleri bir haber resmi bir kaynaktan gelirse veya muhalefet söylerse değerliydi. Şimdi raporlar ve sayılar da ciddi haber konuları olarak kabul ediliyor."* diyerek değişimin nasıl gerçekleştiğini açıklamaktadır.

Veri gazeteciliğinde haber kaynakları iki farklı başlık altında ele alınmıştır. Bunlardan ilki kaynaklara erişimdir. Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde gazetecilerin kaynağa ulaşma konusunda iki farklı görüşü mevcuttur. Bazı görüşmeciler yeni iletişim teknolojileri ve dijitalleşme ile birlikte son 20 yıl içerisinde gazetecilerin kaynağa erişiminin kolaylaştığına aynı zamanda da hiç olmayan

kaynakların da üretilmeye başlanıldığına ve gazetecilerin elde ettikleri kaynaklardan kendi veri setlerini oluşturup haberler ürettiğine dikkat çekerken, bazı görüşmeciler ise veri gazeteciliğinde kaynağa ulaşmanın zor olduğundan bahsetmiştir.

İkinci başlık ise veri gazeteciliğinde kaynak kullanımıyla alakalıdır. Bu konuda görüşmecilerin farklı görüşleri bulunmaktadır. Gazetecilerin bazıları veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde ikincil kaynak kullanımının daha fazla olduğu görüşünü savunurken, bazı görüşmeciler ise veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde birincil ve ikincil kaynak olmak üzere iki kaynak çeşidinin de kullanıldığına dikkat çekmiştir. Bu kapsamda gazeteciler internette ulaşılan sınırsız veri tabanları üzerinden haber çıkarmaya çalışmakta ve aynı zamanda eski arşivlere ulaşarak ya da diğer çevrimiçi bilgi ve belgeleri elde ederek bu veriler arasından çıkarım yapma ve bunları okuyuculara haber olarak aktarmaya çaba göstermektedir.

5.4. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Açık Veri ve Büyük Veri

Türkiye'de veri gazeteciliği için en önemli sorunlardan biri resmi kurumların kamusal nitelik taşıyan verileri paylaşmamasından dolayı açık kaynakların sınırlı oluşudur. Açık kaynaklı verilerin az olması Türkiye'de veri gazeteciliğinin gelişememiş olmasının temel nedenlerinden biri olarak görülmektedir. Bu kapsamda ilk olarak dünyada ve Türkiye'de açık veri karşılaştırması ele alınmış, daha sonra ise veri formatlarının veri gazeteciliği için engel teşkil edip etmediği veri gazeteciliğinde kullanıma açıklık ve veriye erişim, son olarak da Türkiye'de açık verinin haber üretim sürecinde nasıl kullanıldığı ve verilere nerelerden ulaşıldığı başlıklarından yola çıkarak gazetecilerin görüşlerine başvurulmuştur.

5.4.1. Türkiye ve Dünyada Açık Veri Karşılaştırması

Açık veri barometresi raporuna göre 2018 yılında Türkiye'nin açık veri için aldığı puanın 100 üzerinden 31 olduğu görülmektedir. Raporda yer alan ülkeler, Açık Veri Beyannamesi'ni kabul eden, G20 üyesi 30 ülkeden oluşmaktadır. Türkiye'nin açık veri sıralamasındaki yeri de hatırlatılarak gazetecilere açık veriye ilişkin görüşleri sorulduğunda **G-1**, Türkiye'nin açık veri sıralamasında 31 puana sahip olmasının önemli nedeninin Avrupa Birliğindeki üye ülkelerde verilere erişimin daha rahat olabilmesinden kaynaklandığını belirterek Avrupa'da verilere ulaşım platformu

olarak kullanılan Eurostat'ı örnek göstermiştir. Yapılan çalışmalarda ve oluşturulan raporlarda veri paylaşımlarının kim tarafından hangi amaçla yapıldığının sorgulanmasının önemli olduğuna değinen **G-5** ise bu konuyu yaşadığı bir örnekle ele almıştır:

> Veriye dayalı bir haber gördüğümde ilk önce bunu kim yaptı diye bakarım. Bunu bir örnekle açıklamam gerekirse, önceki senelerde tutuklu gazetecilerle alakalı bir araştırma yapılmıştı. Raporun içerisinde Türkiye basın özgürlüğü açısından çok gerilerde gibi bir yargı vardı. Raporu kimin açıkladığına baktığınız zaman dünyada üst sırada bir kuruluş tarafından yapıldığını görüyorsunuz fakat haberi yapan kişinin kim olduğunu ele aldığını zaman ise FETÖ'den yurt dışına kaçmış biri habercinin olduğu sonucuna varıyorsunuz. Bu nedenle raporlara bakılırken, hangi yazar hazırlamış, hangi ideolojiyle hazırlamış gibi sorular üzerinden bakılmalı. 2018 yılında hazırlanan açık veri barometresi adlı raporda Türkiye'nin 31. Sırada olduğu belirtiliyor, kime göre bu böyle araştırılması lazım. (**G-5**)

"Belki gazetecilik tecrübem belki de yaşam tecrübem gereği Batılı ülkelerin yansıttıkları verilerin bizi hep yanlı olarak gösterdiğine tanık oluyorum" diyen **G-10** da **G-5** ile aynı görüş birliğinde olarak ele alınan raporun doğru ve güvenilir olduğunun sorgulanması gerektiğine değinmiştir. **G-2** ve **G-6** ise teknolojinin iyi kullanılmaması ve dijitalleşmenin tam gerçekleşememiş olmasından dolayı Türkiye'nin 31 puanda olduğuna değinirken bu sıralamanın kabul edilebilir gibi bir şey olmadığını da sözlerine eklemiştir. **A-11**, Türkiye'nin açık veri konusunda dünya ülkelerine göre arka planda kaldığını belirtmiş, **G-24** de Türkiye'nin açık veri ve açık veri paylaşımında yetersiz olduğu görüşünü şu açıklamayla desteklemektedir:

> Devlet her ne kadar dijitalleşmeden ve bu alanda yaptıklarından bahsetse de ellerindeki veriyi herkese açık bir şekilde paylaşma konusunda çok ciddi eksikleri var. Bu konuda daha fazlasını yapabilmeleri mümkün ve mevcut imkânlarla kolayca yapılabilir fakat henüz gerekli adımlar atılmıyor. Devletin bu konuda teşvik edici olmaması, özel kurumların da daha fazla açık veri paylaşma konusunda isteksiz kalmasına neden oluyor. (**G-24**)

Bölüm 2'de Türkiye'de ve dünyada açık veri konusu ayrıntılı olarak tartışılmış olup, bu konu hakkında gazetecilerin ve akademisyenlerin görüşleri ele alındığında görüşmeciler Türkiye'nin açık veriye ulaşım ve açık verinin paylaşımı konusunda politika geliştirmemesi nedeniyle dünya ülkelerine göre daha geri planda kaldığı görüşünü desteklemektedir.

5.4.2. Türkiye ve Dünyada Büyük Veri Karşılaştırması

Veri gazeteciliğinde büyük veri kullanımı ele alındığında yeni iletişim teknolojileriyle birlikte büyük verilerin ortaya çıkması gazetecilik pratiklerini de değiştirmiştir. Büyük veri setleri ile karşı karşıya kalan gazeteciler için önemli konulardan biri büyük veriler içerisindekileri bilgileri daha anlaşılabilir hale getirmektir. Bu kapsamda görüşülen gazetecilere büyük veri içerisinde yer alan verilere kimlerin/hangi grupların sahip olduğundan verinin nasıl elde edildiğine; verinin neyi temsil ettiğinden nasıl analiz edildiği konularına uzanan çerçevesinde yaklaşımlar sorulmuştur. Büyük veri ve veri gazeteciliği ilişkisi ele alındığında ilk olarak gazetecilerin büyük veriyi nasıl algıladığı konusuna değinmek gereklidir. **G-5**, büyük veriyi bir gazetecinin iğne ile kuyu kazması olarak nitelendirmiş, **G-1** ve **G-4** ise, büyük verinin, veri gazeteciliğinin de ötesinde önemli bir konu olduğunu belirterek büyük verinin veri gazeteciliğini yönlendiren önemli bir unsur olduğunu dile getirmiştir.

Belirli kişi/kurumların elinde toplanan veriler sayesinde dünyanın seyrinin etkilendiğini söyleyen **G-13**, ekonomi, siyaset, spor gibi her konuda binlerce verinin analiz edilerek yol haritaları belirlendiğini ve bu kapsamda büyük veri ve veri gazeteciliği ilişkisi ele alındığında ikisinin de iç içe geçmiş kavramlar olduğunu belirtmektedir. **A-5** büyük veriyi, küçük şeylerden yola çıkarak büyük bir hikâye anlatabilmek olarak tanımlarken, **A-6** nın ise büyük veri tanımı, *"gazeteciliğin hammaddesi için haber denir, veri gazeteciliğinin hammaddesi ise büyük veridir diyebiliriz. Çok çeşitli alanlarda (sağlık, iletişim, siyaset, eğitim vb.) ivedi, yoğun, çeşitlilik ile karakterize olan büyük veri, bir anlamda veri gazeteciliğini varlığa çeken bir unsur olarak nitelendirebilir"* şeklinde olmuştur.

Büyük veriler üzerinden haberler üretilirken gazeteciliğin nasıl anlam kazanacağı ve haberlerin hangi değerler üzerinden üretileceği de önem kazanmaktadır. Bu kapsamda ikinci olarak gazetecilerden haber üretim süreçlerinde büyük verileri nasıl kullandıkları konusunda görüşler alınmıştır. **A-6**, büyük veri kullanımının dezavantajına değinerek büyük verinin bireylerin verilerine ulaşım açısından mahremiyeti ihlal etme potansiyeli olan bir alana işaret ettiğine şu sözlerle değinmiştir:

> Bireylerin paylaşımları, beğenileri, yorumları, hatta kimi durumda özel mesajlaşmalarına sizin onayınız olmadan yazılımlar aracılığıyla erişilebilmekte ve buradan hareketle çok sayıda insanın davranış örüntülerine yönelik güçlü çıkarımlar yapılabilmektedir. Cambridge Analytica skandalı olarak anılan olay bunun en somut örneğidir. **(A-6)**

G-9 ise büyük veri kullanımının bir diğer dezavantajı olan herkesin büyük veriye ulaşma imkânının eşit olmaması konusunu ele almış ve algoritmaları oluşturanların güç sahipleri olduğu düşünüldüğünde gazetecilerin büyük veriyi yalnızca güç sahiplerinin çıkarlarına hizmet edecek şekilde kullanabileceği tehlikesinin ortaya çıktığını belirtmiştir. Yukarıda bahsi geçen görüşmecilere ek olarak **G-16** günümüzde birçok kurumun büyük veriyi ticari amaçlarla kullandığını ancak doğası gereği veri gazeteciliğinde kamu yararının gözetilmesi gerektiğine vurgu yapmıştır. **A-5**, büyük veri kapsamında üretilen haberlerde gazeteciler ya da kurum/kuruluşlar için verilerin nerede ve kim tarafından üretildiği sorularının önem taşıdığını dile getirmiştir. **G-13** ise büyük veri ve gazetecilik ilişkisine farklı bir açıdan bakarak her haber odasında büyük veriye dayalı veri gazeteciliği icra edebilen birkaç kişinin olması hususunu ele almış ve bunun önemine şu şekilde anlatmaktadır:

> Hassasiyet taşıyan olaylarla uzmanlar aracılığıyla gazetecilerin yaptıkları haberler kısa zamanda kontrol edilebilir. Gazeteci veri gazeteciliğine kullanıp verileri işleyebiliyorsa, bir başka uzman da büyük veriye dayalı o haberin doğruluğunu sınayabilir. **(G-13)**

Büyük veri ile veri gazeteciliği arasında karmaşık bir ilişkinin söz konusu olduğundan bahseden **G-24**, büyük verinin veri kaynaklarının üretilmesine yardımcı olduğunu diğer yandan ise büyük verinin daha kâr amaçlı yaklaşımı ve şirketlerin kontrolünde bir alan oluşundan dolayı verinin yapısının ve kullanım şekillerinin kaçınılmaz bir şekilde etkilendiğini dile getirmiştir. Vatandaşlar için önemli olan ve haber değeri taşıyan verilerin sahibinin devletler ve çok uluslu şirketlerin olduğunu belirten **A-8**, verilere sahip olanların izin verdikleri ölçüde verilere ulaşılabildiğine dikkat çekmiştir. Veriyi ikiye ayırıp herkese açık olan veri ve saklı olan veri olarak adlandıran **A-10**, bu verilerin birleşmesiyle büyük veri kavramının oluştuğunu dile getirmiş ve veriye Google, Amazon, Facebook gibi büyük grupların sahip olduğunu da sözlerine eklemiştir. **G-29** da büyük veri ile veri gazeteciğinin birbirlerinden beslendiğini dile getirmiştir.

Büyük veriyi ve veri gazeteciliği bir birbirinden ayrılamaz iki unsur olarak ele alan **A-7**, diğer katılımcılardan farklı olarak büyük veriyi kimin tükettiğinin önemli olduğuna aşağıdaki şekilde dikkat çekmiştir:

> Veri gazeteciliği yapsanız da, yapmasanız da haber üretimini yaptığınız kitleyi analiz etmek için büyük veriye ihtiyaç duyulmaktadır. Haber içeriği üretip, okunabilir olmak, tıklanabilmek, içeriği yaygınlaştırmak ve verileri analiz edebilmek gibi birçok nedenden büyük veri önemlidir. Çünkü haberi ürettiğiniz internet sayfanıza kim geliyor sorusundan ziyade benim içeriğimi kim tüketiyor sorusunu bilmek daha önemlidir. Bunu bilmenin tek yolu da büyük veri içerisindeki yerinizi belirleyebilmektir. Eğer bilişim çağında büyük veri içerisinde yerinizin nerede olduğunu çok iyi belirleyebilirseniz o zaman bir veri tabanı ve yazılım üzerinden kendi verilerinizi analiz etmek durumunda kalmazsınız ve nerede olduğunuz bilerek işe başlarsınız. (**A-7)**

A-7 ayrıca gazetecilerin hedef kitlelerin beklentilerine göre gündemi belirlendiğini ve bu gündem üzerinden de elde ettikleri bilgileri bilgisayar destekli ortamda yayınlamayı tercih ettiklerini aktarmış, gazetecilerin büyük veri içinde yer alan haber yığınları arasından süzülen bilgileri nasıl kullanılması gerektiği konusunda yeteri kadar bilgi sahibi olmadığını belirtmektedir.

Gazeteciler büyük veri yığınları içerisindeki verileri kullanarak haberler üretmektedir. Görüşmeciler genellikle veri gazetecilerinin haberleri oluştururken büyük veriler üzerinden seçim yaparak kendi ideolojik fikirlerini habere yansıtabileceği görüşünü desteklemiştir. Görüşmeciler ayrıca internet üzerinden verileri elde eden veri gazetecisinin kullandığı anahtar kelimelerin bile ulaşılan bilginin farklılaşmasını sağlayabildiğine, bu nedenle gazetecilerin haber üretim aşamasında büyük veri kullanımının aynı geleneksel gazetecilikte olduğu gibi ideolojik bir unsur barındırdığını ifade etmişlerdir. Bu kapsamda gazetecilerin çoğu veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde büyük verinin ayrılmaz bir parça olduğunu dile getirmiştir. Bazı görüşmeciler ise büyük verilere herkesin eşit şekilde ulaşamadığı konusuna dikkat çekmiştir.

5.4.3. Veri Formatları ve Veri Gazeteciliği

Veri formatları gazetecilerin açık veriye ulaşmadaki en önemli etmenlerden birini oluşturmaktadır. Gazetecilerin haberde veriyi kullanabilmesi anlamında önem kazanan veri formatları, verinin açık veri ya da kapalı veri olmasını etkilemektedir. Bölüm 2'de yer alan Şekil 1 tablosunda gösterildiği gibi veri formatlarından sunum

formatı olarak bilinen ppt, bilgileri yazmak ya da okumak için kullandığımız pdf veya doc. uzantılı formatlar kapalı veri formatı kısmına girmektedir. Bu dokümanlar üzerinde istediğiniz bilgileri almanız ve yapılandırmanız diğer açık veri formatları olan txt, jgp, csv vb. formatlara göre zor olmaktadır. Bu kapsamda veri formatlarının veri gazeteciliği yapmak için engel teşkil edip etmediği konusunda gazetecilerin görüşlerine başvurulmuştur. Bu konuda gazetecilerin iki farklı görüşü bulunmaktadır. Bazı gazeteciler veri formatlarının veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde engel teşkil etmediğine değinirken bazı gazeteciler ise veri formatlarının açık veri erişimine engel olduğunu görüşünü desteklemektedir.

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde **G-2** ve **G-3** veri formatlarının engel teşkil ettiğini söylerken **G-1** ise veri formatlarını bir engel olarak görmeyip sadece haber üretim sürecini yavaşlattığına değinmiştir. Veri formatlarının açık veri kavramının önündeki engellerden biri olarak karşımıza çıktığı ifade eden **G-2**,

> Dijitalde bile olsa aradığımız kaynak açık olmak zorunda kapalı olursa biz o kaynakları kullanmakta zorluk yaşarız. Haber yaparken zamanla yarıştığımız için pdf formatından bir veri almak için onu manuel olarak yazmak gerekecek fakat bu veri eğer excel dosyasında olsaydı rahatlıkla kopyalayabiliriz. Bir de bakıp yazmakla kopyalamak arasında inanılmaz fark var. Manuel olarak verileri giriş yaparken yanlış ve eksik bir veri de girebilirsiniz
>
> açıklamasını yapmıştır.

Veri formatlarının büyük engel oluşturduğuna değinen **G-3** ise, verilerin genellikle pdf formatında paylaşıldığını ve bu nedenle haber üretim aşamasında rahatça kullanılamadığını ifade etmiştir. Veri formatlarının çok büyük bir engel teşkil etmediğini ama gazeteciyi haber üretim aşamasında yavaşlattığına **G-1** şu ifadelerle yer vermiştir:

> Türkiye'den veri gazeteciliği yapanlar çoğunlukla TUİK verilerini kullanıyorlar. Veri pdf formatında paylaşılmışsa gazeteciler verileri farklı programlara çevirmek durumunda kalabiliyor, bu da haber üretim sürecinde yavaşlamaya neden oluyor. Bu nedenle veri formatları veri gazeteciliğini %100 engelliyor diyemeyiz, ama yavaşlatıyor. **(G-1)**

Gazetecilerin zamanla yarıştığı için veri formatlarının önem kazandığını dile getiren **G-5**, verilerle haber hazırlanacaksa verinin doğrudan kopyalanıp alınabilmesinin mümkün olabilmesi için verilerin veri setleri halinde paylaşılmasının yerinde olacağı görüşünü dile getirmiştir. **G-15**, bazı kuruluşların paylaştıkları veri

formatlarının haber üretim sürecinde büyük bir sorun teşkil ettiğini, **G-23**, bazı kurumların verilerinin açık format olarak adlandırılan csv veya xls formatlarında paylaşmadıkları için kapalı veri formatı olan pdften verileri kazıma konusunda zorlandıklarını ifade etmiştir. **G-27** de aynı görüşü destekleyerek pdf formatı üzerinden veri çekmenin zor olduğunu ifade ederken haber üretiminde oluşturulacak olan tabloların pdf formatı üzerinden değişiklik yapılamadığı için yeni tablo oluştururken veri formatlarının zaman kaybına yol açtığına değinmiştir.

G-24 de veri formatların konusunda yaşanan kapalı veri paylaşımlarının aşılamamasının nedenini gazetecilerin teknoloji ekipmanları yeteri kadar kullanamaması olarak ele alarak verilerin paylaşımında daha açık dosya formatlarının kullanılmasının veri gazetecilerinin işini kolaylaştıracağını belirtmiştir. **A-10** ise veri formatlarının yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olmak üzere iki şekilde olduğuna dikkat çekerek veri formatları konusunda bütün dünyada bir standardizasyon olmasının gerektiğini ve bu şekilde olursa veriyi işlemenin daha da kolaylaşacağını ifade etmiştir.

Veri formatları konusunda gazetecilerin sıkıntı yaşamadığını düşünen **G-10**, teknolojinin gelişmesiyle birlikte verilerin istenilen formata çevrilebildiğini dile getirmiştir. **G-6** da veri formatların konusunda bir sıkıntı yaşanmadığını, uzun zamandır gazetecilik mesleğini yapan birinin işin pratikliğini öğrenip zorlanmadığını dile getirmiştir. **G-13**, verilere erişim konusunun tamamen gazetecinin araştırmacı yönüyle alakalı olduğunu ve veri gazeteciliğinde veri formatlarının haber üretim sürecine etkisinin bulunmadığını ifade etmiştir. **G-8**, verilerin doğru olması halinde verilerin paylaşıldığı dosya formatlarının önemli olmadığını söylemiştir.

Gazetecilerin haberde veriyi kullanabilmesi anlamında önem kazanan veri formatları, verinin açık veri ya da kapalı veri olmasını sağlamaktadır. Veri formatları konusunda gazetecilerin genel görüşü, "haber üretim sürecinde veri formatlarının açık şekilde yer alması gazetecilerin haber üretimini daha da kolaylaştırmaktadır" şeklindedir.

5.4.4. Veri Gazeteciliğinde Kullanıma Açıklık ve Veriye Erişim

Kullanıma açıklık kavramı ikinci bölümde ayrıntılı olarak incelenmiş olup açık verinin kullanıma açıklık, erişim, tekrar kullanım ve dağıtım, evrensel katılım gibi kendine ait özellikleri mevcuttur. İlk özellik olarak verinin kullanıma açıklığını, verilere internet üzerinden ücretsiz bir şekilde ulaşılmasıdır. Bu konuda veri gazeteciliğinde "verilerin ne kadarı kullanıma açık" konusunda gazetecilerin fikirleri alınmıştır. İkinci olarak ise veriye erişim konusunda görüşmecilerin fikirlerine başvurulmuştur.

Açık verinin temel özelliklerinden biri olan kullanıma açıklık verinin şeffaflığını sağlarken aynı zamanda verinin parayla alınıp satılabilen bir meta olmasının da önüne geçmektedir. Türkiye'de verilerin ne kadarının kullanıma açık olup, olmadığı veriye erişimin ne gibi koşullarda gerçekleştiği sorulan gazeteciler farklı noktalara dikkat çekmektedirler. Geçmişten günümüze verilerin toplandığını, Türkiye'nin verilerin kullanıma açıklığı konusunda diğer ülkelere göre daha iyi bir konumda olduğunu dile getiren **G-1**, verilerin ulaşılabilir olduğuna fakat veri formatları konusunda sıkıntılar yaşandığına şu sözlerle değinmiştir.

> Devlet kurumlarında yayınlanan verilerin bazıları açık ve internet üzerinden erişilebiliyor fakat asıl problem verilerin farklı formatlarda yer almıyor oluşundan kaynaklanıyor. Örnek vermek gerekirse TUİK'de yayınlanan veriler üzerinden baktığımızda, bir grafik yayınlandığında sadece jpeg formatında yayınlanıyor. TUİK verilerinin daha anlaşılır ve kullanılabilir bir hale gelmesi için farklı formatlarda da verilerin yayınlanması gerekmektedir. **(G-1)**

Verilen hepsinin kullanıma açık olmadığını ve bu nedenle haber yaparken veri bulmakta zorluk yaşadığına değinen **G-5**, Türkiye'de ulaşılabilir verilerin güncel olmadığını söyle izah etmiştir:

> Resmi bir kurum olan TUİK verilerinden, bakanlıkların paylaştığı raporlardan yararlanıyoruz fakat güncel veriye ulaşma konusunda sıkıntılarımız var. Özellikle kamu kurumları üzerinden bilgi istediğimizde, bilgiyi bizimle hemen paylaşmıyorlar. En azından güncel verileri paylaşmıyorlar. Kısacası şöyle bahsedebiliriz aslında biz veriyi ulaşıyoruz ama o verinin güncelliği konusunda şüphelerimiz var. Veri gazeteciliği yaparken eğer bilgilerinizi doğru değilse zaten veri gazeteciliği yapmanın bir kıymeti olmaz. Bu nedenle doğru ve güncel bilgi çok önemli, kamu kaynakları doğru fakat güncel olmayabiliyor. **(G-5)**

Türkiye'de veriye ulaşmanın zor olduğuna ve verilerin kullanıma açık olmadığına değinen **G-6** ise, *"Veri gazetecisinin ulaştığı veriye bir vatandaş da ulaşabilir.*

Gazeteci, vatandaşın ulaştığı bilgiler dışındaki verilere ulaşabiliyor ve onları okuyucuya sunabiliyorsa veri gazeteciliği o zaman değerli olabilir. Yoksa vatandaşın e-devlet üzerinden, TUİK üzerinden ulaştığı verilerle yapılan haberciliğin benim için pek bir önemi yok." şeklinde açıklama getirmiştir.

Dünyada açık veri konusunda verilerin ne kadarının açık olup olmadığı tartışmaları sürerken açık verileri paylaşan kurum ve kuruluşların paylaştıkları verinin ne kadarının açık olduğunun sorgulanması gerektiğine eleştirel bir gözle yaklaşan **G-13**, açık veri paylaşımıyla ilgili bir yol haritasının çizilmesinin önemine değinmiştir. Veri gazeteciliğinin geleceği için Türkiye'de açık kaynak platformunun yer alması gerektiğine değinen **G-10**, gazetecilerin ulaşabileceklerin kaynakların daha şeffaf olması gerektiğine ve özellikle kamu kurumlarının veri paylaşımı konusunda daha esnek davranmalarının önemine dikkat çekmiştir. Türkiye'de verilere ulaşma konusunda bazı kısıtlılıklar olsa da, verilerin şeffaf olduğunu söyleyen gazete çalışanı **G-1** verilerin şeffaflığı konusunu şu şekilde ele almıştır:

> Gazeteci olarak internet üzerinden bulamadığınız bazı veriler için bilgi edinmeye başvuruyorsunuz. Bilgi edinme kapsamında devlet kurumlarından yapılan geri dönüşler çok kötü. Yasal zorunlulukları olmasına rağmen ya hiç cevap vermiyorlar ya da verdikleri cevap sorularınıza yanıt olmuyor. Haber yaparken bu konuda karşılaştığım bir zorluğu aktarmak istiyorum. 2013 yılında Türkiye'deki mahkûm sayıları ile ilgili verileri TUİK'in internet sitesinde bulamadığım için Meclis, Başbakanlık, Adalet Bakanlığı'ndan konu hakkında bilgi istemiştim. Bu veriler aslında TUİK'in internet sitesine eklenen fakat çok güncellenmeyen veriler. Bilgi edinme başvuruma 15 gün süre içerisinde yanıt gelmedi. Verilerin kullanıma açıklığını yurtdışı ile karşılaştırdığımızda ABD'de internet üzerinden verilerin tamamen açık olduğunu gözlemleyebiliyorsunuz. Türkiye'de de TUİK örneğinden yola çıkarak konuşursak verileri paylaşma periyodları daha sık olabilir. Çünkü veriler geçmişi görmemizi sağlarken, geleceğe de öneri sunmamızı sağlıyor. (**G-1**)

Devletler ve hükümetler bakımından verilerin kullanıma açıklığını ele alan **A-8**, verilerin kullanıma açıklığı ile demokrasinin gelişmişliği arasında doğrusal bir ilişki olduğunu şu sözlerle aktarmıştır:

> İleri demokrasilerde, verilerin açıklığı konusuna daha şeffaf ve hesap verebilir politikalar uygulanmaktadır. Gerek vatandaş gerekse onları yönetenlerde demokrasi bilinci geliştikçe kullanıma açılan veri miktarının artacağı, böylece daha şeffaf ve hesap verebilir yönetim yapılarının ortaya çıkabileceğini düşünüyorum. (**A-8**)

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde verinin kullanıma açıklığı konusunda sıkıntılar olduğuna değinen görüşmeciler, Türkiye'de verinin kullanıma açıklığı konusunda bir yol haritasının oluşturulması ve en önemlisi de paylaşılan verilerin güncel olması gerektiğine vurgu yapmaktadır

Veri gazeteciliğinde kullanıma açıklık kavramı, veriye erişim kavramını da beraberinde getirmektedir. Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde elde edilen açık veri erişim üzerinden ele alındığında veri gazeteciliğinde açık veriye erişmenin zor ve açık veriye erişmenin kolay olduğu yönünde iki farklı görüş ortaya çıkmaktadır.

G-26, G-16 ve **A-3** Türkiye'de açık verinin ulaşılabilir olmadığının altını çizmişlerdir. Gazetede genel yayın yönetmeni olarak görev alan **G-26**, Türkiye'de açık veri kaynaklarına ulaşmanın zor olduğunu bu nedenle sadece belirlenen konular üzerinde araştırılma yapıldığını diğer konularda ise kaynaklara ulaşılamadığını belirtmiştir. Verileri güvenilir istatistik siteleri ve yabancı kaynaklardan elde ettiğini söyleyen internet gazetesi çalışanı **G-16**, Türkiye'nin açık veri kullanımında çok iyi olmadığını ve haberlerde manipülasyonun çok olduğunu sözlerine eklemiştir. Veriyi organik, canlı bir şey olarak tanımlayan **A-3** ise, açık veriyi insanlık hakkı olarak tanımlamıştır. Türkiye'de verilerin çok erişilebilir olmadığı, doğru ve işe yarar veriye erişim probleminin var olduğunu dile getirmektedir.

Gazetede köşe yazarı olan **G-12**, şirketlerin ya da kuruluşların verilerini açık bir şekilde paylaşmadığını, Türkiye'de sadece 4 ya da 5 kurumun düzenli olarak raporlarını paylaştığını ve bu nedenle de Türkiye'de veri gazeteciliğinin sıkıntılı olduğunu söylemiştir. Ayrıca dünyada ve Türkiye'de açık veri paylaşımı konusunda karşılaştırma yapıldığı zaman Ukrayna'da bile açık şekilde bilgilere ulaşılabildiğini Türkiye'de ise verilerin güvenilirliğinin olmadığını dile getirmiştir. Gazetede genel yayın yönetmeni olarak görev yapan **G-26**, açık veri kullanımının yayıncılık açısında çok yararlı olduğunu ancak Türkiye'de açık verinin çok sınırlı olduğunu belirtmektedir. **G-23** ise hassas veriler dışında Türkiye'de açık formatta verilere ulaşma anlamında sıkıntı olduğunu ve Türkiye'de verilerin paylaşıldığı TÜİK'in, güncel verileri ve açık veri formatlarını elde etme açısından sıkıntılı bir platform olduğunu ifade etmektedir.

Belli kurumlara bağlı verilerin paylaşımının sıkıntılı bir süreç olduğunu ve verilerin paylaşımının haberin doğruluğu ve objektifliğini tartışmaya açacak bir şey olduğunu dile getiren **G-2**, gazetecilikte esas olan şeyin hedef kitleye doğru haber verebilmek olduğuna değinmiş ve açık veriye ulaşmanın önemli olduğunun altını çizmiştir. Gazete çalışanı **G-1** hem devletin hem de özel sektörün açık veri kullanımını şu örnekle anlatmıştır.

> Türkiye'de STK verilerinin de çok iyi olduğunu düşünmüyorum. AB'nin tamamı veriler anlamında bizden önde. AB'de sektörün ürettiği veriler kullanılıyor. Örneğin plastik tüketimi konusunda market zincirleri de araştırma yapılabiliyor. Rusya'da bir Türk şirketinin sütleri içinde antibiyotik var diye geri döndü. Sağlık Bakanlığı konu ile ilgili sunduğu raporda 2 tane antibiyotik ismi vermişler hâlbuki daha onlarca antibiyotik var. Bakanlık zaten bu testleri yapıyor. Elindeki test verilerini açıklasa, isteyen bakar ve gazeteciler içinde önemli bir kaynak olur. (**G-1**)

Haber ajansında çalışan **G-18** ve **G-29**, veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde gazetecilerin açık veri portallarından çoğunlukla yararlandıklarını ifade ederken, Türkiye'de açık veri paylaşan platformların çok az olduğunu ve bu nedenle Bilgi Edinme Yasası dâhilinde kurumlardan bilgi talep edildiğini fakat kurumlardan elde edilen verilerin güncel olmamasından dolayı gazetecilerin veri gazeteciliği yapmaktan uzaklaştığını ifade etmiştir. Türkiye'de yeterli ölçüde açık verinin olmadığını savunan **A-8** ise, bunun açık veri sağlayan kurumların yeteri kadar olmayışından kaynaklandığını ve devlet sırrı olmadığı müddetçe devletin her türlü veriyi vatandaşıyla paylaşması gerektiğini dile getirmiştir.

Türkiye'de demokrasi bilincinin gelişmesiyle ve vatandaşın kişisel hak ve özgürlüklerine daha iyi sahip çıkmasıyla birlikte gerek devlet gerekse sermaye gruplarının denetim, şeffaflık ve hesap verebilirlik konularında daha dikkatli davranmak zorunda kalacakları düşüncesinde olduğunu ifade eden **G-30**, Türkiye'de açık veriye ulaşımın olmadığını aşağıdaki gibi izah etmiştir:

> Hak, hukuk ve özgürlük gibi kavramların yeterince gelişmediği toplumlarda kişisel verilerin güvenliğinin sağlanmadığı, vatandaşın devlet tarafından gözetim altında tutulduğu ve devlete ait verilerin saklandığı görülmektedir. Oysa gizli olması gereken kişisel veriler, açık olması gereken ise devletin vatandaşına sunduğu hizmetlere ilişkin verilerdir. **(G-30)**

40 görüşmeciden 11'i Türkiye'de veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde açık veriye ulaşmanın zor olduğunu ifade ederken, farklı platformlardan ya da

kaynaklardan ulaşılan verilerin güvenilirliğinin sorgulanması gerektiğine de değinmişlerdir.

Bazı katılımcılar açık veriye ulaşımın zor değil tam tersine kolay olduğunu ifade etmektedir. Veri sağlayıcıların haber ajansından elde edilen verilere güvenilirliğinin önde olmasından dolayı kapalı verilere de kolay ulaştıklarını belirten **G-10**, ulaştıkları açık ya da kapalı verilerin eğer gizliyse izinsiz kullanmadıklarını dile getirmiştir. **G-10** veri gazeteciliği yaparken açık verilere nasıl ulaştıklarını *"Haberin kaynağına ineriz ve veriler oralardan toplarız. Bu Göç İdaresi de olabilir, Bakanlıklarda, arşivlerde ya da internet üzerinden bilgileri toplarız."* diyerek özetlemektedir.

Haber üretim sürecinde sürekli olarak açık kaynakları kullandıklarını söyleyen **G-4**, verilerin daha objektif olmasını teminat altına almak için dernek ve vakıf olmak üzere sivil toplum kuruluşlarının çalışmalarına ağırlık verdiğini dile getirmiştir. *"Veri Kaynağı adlı internet sitesinin oluşumuna başlamadan önce, Türkiye'de rapor ve istatistik yayınlayan bütün kurumların listesini oluşturduk"* diyen veri gazeteciliğiyle alakalı sivil toplum kuruluşunda çalışan **G-3**, Türkiye'de 170'in üzerinde kurumun veri yayınladığını ve bu verilerin tamamen ücretsiz bir şekilde yayınlandığını dile getirmiş ve verilere ulaşmanın kolay olduğundan bahsetmiştir. **G-3** ayrıca bir verinin açık veri olması için ücretsiz, makine okunabilirliğine sahip, yeniden üretilebilen ve kamuya açık olması gerektiğini söylerken verilerin büyük bir kısmının ücretsiz fakat çoğunun açık veri formatından olmadığını vurgulamıştır. Bu durumu şu örnekle açıklamaktadır:

> Bakanlık raporlarına baktığımızda neredeyse hepsi pdf formatında yayınlanmaktadır. Fakat pdf açık verinin bir formatında değildir. Veri Kaynağı adlı internet sitesine haber hazırlanırken Bakanlıkların, TÜİK'in ve sivil toplum kuruluşlarının verileri kullanılırken aynı zamanda EUROSTAT, OECD, FAO gibi kurumların yayınladığı verilerden de yararlanılmaktadır. (**G-3)**

A-6, **G-23** ve **G-13** Türkiye'de açık veri paylaşımı ve açık veriye ulaşım konusunda hiçbir sıkıntı yaşanılmadığını ifade etmişlerdir. Üniversitede akademisyen olarak görev yapan **A-6**, kamusal aktörlerin ve kurumların çoğunun açık veri paylaşımında bulunduğunu, **G-23**, kamu kurumlarının yeteri kadar veri ürettiğini ve bu verilerin açık veri statüsünde olmasa da veri gazeteciliği faaliyetleri için rahatlıkla kullanabilir formatta sunulduğunu, **G-13** ise, Türkiye'de verilere ulaşma anlamında

sıkıntı olmadığını ancak verilerin doğruluğu konusunun her zaman tartışmanın var olduğunu ifade etmiştir.

Televizyonda haber muhabiri olarak göre yapan **G-21**, diğer görüşmecilerden farklı olarak açık veri kullanımının yeterince yaygın olduğunu ancak verilerin okunmasının her gazetecinin kendi ideolojisi açısından gerçekleştiğini şu örnekle anlatmıştır:

> Bir konut satış istatistiği ile ilgili bir haber yapıldığında genelde iktidara yakın basın kuruluşları olumlu açıdan, muhalifler ise olumsuz açıdan haberi ele alabiliyor. Bu kapsamda bakıldığında gazeteci aynı verilere de ulaşsa kendi ideolojisini habere yansıttığı için iki haberde birbirinden farklı gözükecektir.

Verileri açık ve kapalı olmak üzere ikiye ayıran gazete sahibi **G-25** gazetecilikte bilgilere ulaşmanın kişisel özgürlüklere dikkat edilerek yapılması gerektiğini şöyle ifade etmektedir:

> Teknoloji bazı şeyleri sıradanlaştırdı. Bilgisayar ağınıza bir şekilde giriliyor ve özelinize ilişkin verilere ulaşılabiliyor. Teknoloji buna imkân veriyor. Verilere ulaşmanın suç boyutu da var artık. Fakat gazeteciliğin burada sınırları var. Bunlardan birincisi kişisel özgürlüklerle sınırlıdır**.** Gazetecinin bireysel ahlak ve hukuk anlayışı devreye giriyor. **(G-25)**

Veri gazeteciliği yapılırken açık olan verilerin kullanıldığına dikkat çeken **G-19**, verilerin teyit edilmesi gerektiğini, bunun asıl nedenini ise gazetecinin haberi oluştururken neye göre verileri seçtiğinin ya da açık verileri nerelerden elde ettiği konularının önem kazanması olarak belirtmiştir.

Açık veri ile haber üretim sürecinde verilerin nerelerden elde edildiği de önem kazanmaktadır. Bu kapsamda değerlendirme yapan haber ajansı çalışanı **G-8**, verileri takip ettikleri kurum/kuruluşların internet sitesinde yayımladığı raporlardan ya da talep ettikleri bilgi edinmeler sayesinde ulaştıklarını söylerken, **G-28**, ekonomi finans alanında muhabir olarak görev yapan gazetecilerin açık verileri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB), Borsa İstanbul ve Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) gibi kurumlardan elde ettiklerini dile getirmiştir.

Türkiye'de açık veri portallarının yetersiz olduğunu söyleyen gazete muhabiri **G-9**, TÜİK tarafından resmi istatistik portalı sayesinde açık veriye ulaşılabildiğini, dünyada ise data.gov, data.gov.uk, govdata.de, data.gov.ph,

zimbabwe.opendataforafrica.org, iranopendata.org/en, data.gov.tw, data.gov.au gibi açık veri tabanlarının olduğuna dikkat çekmiştir.

İnternet gazetesinde editör olarak çalışan **G-24**, haber üretim sürecinde açık verileri devletlerin ve diğer kurumların paylaştıkları ya da internet üzerinden farklı yollarla derlenmiş kaynaklar aracılığıyla elde ettiğini, **G-18**, veri haberciliğinde verileri daha çok bilgi edinme yasası üzerinden elde ettiğini, **A-8** ise açık verileri devlet kurumları tarafından kamuyla paylaşılan sayısal verilerden, kullanıcılar tarafından internet ve sosyal medyada üretilen içeriklerden ve en önemlisi otoritelere (kişi veya kurum) ait bilgi ve belgelerin gizlice kopyalanması suretiyle elde edildiğini ifade etmiştir.

Haber ajansında editör olan **G-13**, veri gazeteciliğindeki haber üretim süreçlerinde verilerin açık veri platformu olarak görülen TÜİK'in dışında kurum/kuruluşların aylık ve yıllık dönemlerde açıkladığı raporlar üzerinden elde edildiğini ayrıca buna ek olarak tüm kurumlardan Bilgi Edinme Başvurusu sayesinde bilgi almanın mümkün olduğuna değinmiştir.

Açık verinin semantik yani anlamsal, teknolojik ve teknolojik açıklık olmak üzere üç farklı özelliğine dikkat çeken **A-7**, teknolojik cihazları kullanarak toplanılan, kazınan ya da temizlenen verilerin açıklık yönüne de değinerek, "veriler bilgi edinme kapsamında mı açık? Yoksa her halukarda verileri elde edebiliyor muyuz? Veriler tescil içeriyor mu içermiyor mu?" gibi sorulardan yola çıkarak açık verinin şeffaflığı, denetlenebilirliği ve hesapverilebilirliği ele almış ve bunu şu sözleriyle aktarmıştır:

> Türkiye'de veri gazeteciliğinin sürdürülebilir olması için bilgi edinme hakkı kullanıyoruz. Kamu, STK ya da özel sektördeki verilerin açık olarak paylaşımı veri gazeteciliğinde haber üretim sürecini hızlandıran bir şey ama bir yandan da açıklık savaşları karşımıza çıktığını görüyoruz. Açıklık savaşlarından kastım, farklı mecralar içerik üretirken, önce içeriği üretmek isteyeceği için aralarında verileri gizlemeye başlıyorlar. Bu da veri gazeteciliği ve açık veri ilişkisinde yaratılma kavrayışın tam tersi bir düşünce oluyor. **(A-7)**

A-5, Türkiye'de gazetecilerin kritik veriye ulaşmakta sıkıntı yaşadıklarını, bu nedenle kamu kurumlarının veri paylaşımı konusunda daha şeffaf olması ve ellerindeki verileri kamuyla paylaşması gerektiğini "Amerika'da gün ışığında hükümet" kavramıyla ele alarak bu tanımın her şeyin şeffaf olması gerektiğinin önemine değinen bir söz olduğuna vurgu yapmıştır. Katılımcılardan farklı olarak **G-**

3, **G-23** ve **A-10** ise verilerin nerelerden elde edildiğine değil, açık verinin lisanslaması, uluslararası olması ve hukuksal altyapısına dikkat çekmiştir. Türkiye'de verilere ulaşmanın kolay olduğunu söyleyen **G-3**, Türkiye'de verilerin açık ve şeffaf olduğunu belirterek eğer verilere ulaşılamasaydı ilgili uluslararası derecelendirme kuruluşlarının bu yönde bir açıklama ya da çalışma yapacağını savunmuştur.

Türkiye'de açık veri konusunda hukuksal anlamda eksiklikler bulunduğuna dikkat çeken **A-10**, verinin sadece alınıp işlenmesi ile bilgi toplumu olunmadığını, bu bilgilerin toplumu tüm kesimini etkilemesi ya da bilgi sahibi olmaya teşvik etmesi gerektiğine değinmiştir. **A-10** ayrıca Türkiye'de açık veri konusunda çalışmaların yavaş işlediğini ve açık veri politikalarının desteklenmesi gerektiğini ifade ederek yurtdışında yer alan General Data Protection Regulation (GDPR) Avrupa'da açık verinin kullanımına örnek olarak göstermiştir.

İnternet gazetesinde çalışan **G-23** şeffaf, açık hesap verebilir bir veri gazeteciliğinin haber medyasına olumlu yönde katkı sağlayacağına ve açık veri başlığında şeffaflık dışında açık verinin tanımı içerisinde yer alan verinin lisanslı olması konusuna değinmiştir. **G-23** ayrıca Türkiye'de yapılan paylaşımlarda haber üretim sürecinde kullanılan açık verilerin lisanslı olmadığına dikkat çekmiş ve bu nedenle açık veriler ile haber oluşturulurken yurt dışındaki Dünya Bankası, Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Birleşmiş Milletler (BM), Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) vb. organizasyonların veri tabanlarından verilerin edinildiği bilgisini aktarmıştır.

Bölüm 2'de açık veri tartışmaları başlığı altında bahsedildiği üzere açık veri kavramı kamu ve özel sektörün elinde bulundurdukları verileri ya da bilgiyi şeffaf bir şekilde açık tutması anlamında veri gazeteciliği için önem kazanmaktadır. Veri gazeteciliği, verilerin tüm herkes tarafından kullanılabilmesi için açık olması gerektiğini savunmak ve bu amaçla açık verileri elde etmesi, halkı bilgilendirmesi açısından önem taşımaktadır.

Gazetecilerin görüşlerden yola çıkılarak dünyada ve Türkiye'de açık veri karşılaştırılması yapıldığı zaman, Türkiye'nin açık veri raporuna göre açık veri konusunda 100 puan üzerinden 31 puan alması konusuna gazetecilerin farklı yorumları olmuştur. Bazı gazeteciler bu durumun kabul edilemez olduğunu söylerken

bazıları ise raporların belli ideolojiler çerçevesinde yapıldığını ve bu nedenle Türkiye'nin alt sıralarda olduğuna değinmişlerdir.

Veri gazeteciliğinde haber üretim aşaması veri formatları üzerinden ele alındığında ise bazı gazeteciler veri formatlarının engel teşkil ettiğini ifade ederken bazı gazeteciler için veri formatlarının bir sorun oluşturmadığı görülmüştür. Fakat genel olarak bakıldığında veri formatlarının haber üretim sürecinde gazetecilere zaman kaybettirdiği ve bu nedenle açık veri paylaşımlarında formatların da önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Veri gazeteciliğinde kullanıma açıklık ve verilere erişim başlığı altında ele alınan görüşlerden yola çıkılarak varılan sonuç, gazetecilerin açık verileri haber üretim sürecinde çok sık kullanamadığı, bunun en önemli nedenlerinden biri Türkiye'de verilerin çok erişilebilir olmaması ve kurum/kuruluşların verilerini açık şekilde paylaşmamasıdır. Bir diğeri görüş ise açık veri sağlayacak veri portallarının yetersiz olmasıdır.

Gazetecilerin veri gazeteciliği haber üretim sürecinde verilere nerelerden ulaştığı sorgulandığında ise açık verilerin devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının paylaştığı kaynaklardan elde edildiği gibi, birçok farklı mecradan da bu verilere ulaşıldığı sonucuna varılmıştır.

5.5. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Denetim

Haber üretim sürecinde gazeteciler tarafından karşılaşılan kavramlardan biri de denetimdir. Veri gazeteciliğinde denetim kavramının nasıl ele alındığı, gazeteciler üzerinden denetim ve reklam veren denetimi olmak üzere iki ana başlık üzerinden incelenmiştir.

5.5.1. Gazeteciler Üzerinden Denetim

Veri gazeteciliği döneminde gazeteciler üzerinden denetim, gazetecinin kendi kendini denetlemesi ve devlet tarafından denetlenmesi olmak üzere iki başlık altında üç farklı yaklaşım olduğu anlaşılmaktadır. Bazı gazeteciler devlet denetiminin var olduğunu ve bu nedenle kendini haber üretim sürecine denetim altında hissettiğini söylerken bazı gazeteciler ise haber üretim sürecinde kendilerini özgür hissettiklerini ve denetimin var olmadığını dile getirmektedir. Diğer gazetecilerden farklı olarak bazı

gazeteciler ise veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kendi kendilerine denetim uyguladığını ifade etmektedir.

Bazı gazeteciler, çalıştıkları kurumun siyasi görüşü, yayın politikaları ve devlet denetiminin var olmasından dolayı veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde, kendilerini denetim altında hissettiklerini belirtmektedir. Denetim anlamında kendini özgür hissetmediğini ifade eden internet gazetesinde spor editörü olarak görev yapan **G-16**, çalıştığı kuruluşun yayın politikası gereği bazı kurallara uymak zorunda kaldıklarını dile getirmiş, denetimi yapan olarak ise çalıştığı kurumu göstermiştir. Haber ajansında editör olan **G-13** de **G-16** nın görüşünü destekler şekilde, gazetecilerin daima çalıştıkları kurum ya da kuruluş özelinde denetim içerisinde olduğuna dikkat çekmiştir. İnternet gazetesinde editör olarak çalışan **G-22**, veri gazeteciliği döneminde de denetimin devam ettiğini, hatta denetim konusunda artış yaşandığını, yeni iletişim teknolojileriyle birlikte daha haber üretilmeden zaten denetim altında olunduğunu, bu nedenle özgür olmanın imkânsız olduğunu sözlerine eklemiştir.

Üniversitede akademisyen olarak görev yapan **A-2**, veri gazeteciliği döneminde denetim kavramının sınırının ve denetlenebilirlik olgusunun var olduğuna değinirken **A-10** ise veri gazeteciliğin denetim kavramının gazeteciyi baskı altında tuttuğuna değinmiştir. Diğer akademisyenlerin görüşlerinden farklı olarak **A-7** ise gazeteciler üzerinden devletin denetimi konusuna odaklanarak bunu aşağıdaki örnekle ele almıştır:

> Türkiye'de Gaziantep belediyesi ben artık şeffaf bir belediyecilik anlayışı yürütmek istiyorum dedi. Tüm verilerini internet sitesinde açtı ama belli bir süre sonra internet sitesine baktığınızda o veriler artık sitede yer almıyordu. Bu örnekten yola çıkarsak açıklık ve şeffaflığın çok işler olduğunu ve siyasetçiler tarafından bile fark edildiğini söyleyebiliriz. Denetim açısından hesap verilebilirlik açısından önemli. Vergisini verdiği bir şeyin halkın denetlemesi gerekir. **(A-7)**

Veri gazeteciliğindeki haber üretim sürecinde kendilerini denetim hisseden gazetecilerin çalıştığı kuruluşun yaklaşımından ve yeni iletişim teknolojilerin sunduğu imkânlardan dolayı kendilerini denetim altında hissettiklerini belirtmektedir. Ayrıca kendini denetim altında hisseden görüşmecilerin görüşlerinden yola çıkarak, veri gazetecilerinin aslında bir kanaat önderi rolü üstlenmekle birlikte, onları da

denetleyen medya patronlarının olduğunu ve bu durumun iletişim sürecinin iki aşamada gerçekleştiğini öne süren yaklaşım olan iki aşamalı akış modelini anımsattığı sonucuna varılabilir. Bu modelde alıcılar tarafından mesaj alımlanacağı sırada kanaat önderinin iletişim sürecine dâhil olması ve bu nedenle alımlanan haber sürecinin iki aşamada gerçekleşmesi aynı veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde gazetecilerin yaşadığı denetim sürecinin bir parçası gibidir.

Gazetecilerin bir bölümü veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kendilerini denetim altında hissetmediklerini ifade etmişlerdir. Denetim konusunu gazeteciler üzerinden ele alan ve internet gazetesinde bülten editörü olarak görev yapan **G-24**, veri gazeteciliğinde gazetecilerin kaynakları daha açık bir şekilde ortaya koyabilme ve bunları paylaşabilme imkânlarının arttığına değinerek gazeteci açısından denetimin daha kolaylaştığını söylemiştir. Sivil toplum kuruluşunda yönetici olarak çalışan **G-3** ve gazetede yönetici olarak çalışan **G-7** ise diğer görüşmecilerin aksine reklam kaygısı olmadan iş geliştirebilmelerini dikkate alarak denetim konusunda tamamen kendini özgür hissettiklerini belirtmektedir. Bir haberin devletin izin verdiği ölçüden yapılan gazetecilik sayılmayacağını belirten gazeteciler bu nedenle kendilerini denetim altında görmediklerini vurgulamaktadır. Ancak toplamda 40 kişiyle yapılan görüşme sonucunda veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kendini denetim altında hissetmediğini belirten gazeteci sayısı sadece 3 olmuştur.

Görüşmeciler üzerinde uygulanan derinlemesine görüşme formunda veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde gazeteciler üzerinden denetim başlığı içerisinde özdenetim alt başlığı yer almıyordu. Görüşme formunda yer alan bu başlık altında gazetecilerin verdikleri yanıtlara bakıldığında haber üretim sürecinde kendilerine denetim uyguladıkları ortaya çıktığından dolayı özdenetim başlığı da eklenmiş oldu. Bazı gazeteciler, kendi kendilerine denetim uyguladıklarını ve bunun başlıca nedenlerinin ise işten atılma korkusu, gazetenin sahiplik yapısı, reklam durumu, iktidara yakınlığı ya da uzaklığı gibi birçok etmenden olduğunu ifade etmektedir. **A-6**, gazetecilerin veri gazeteciliğine dayalı haberlerde özdenetim ile hareket ettiğine dikkat çekerken haber ajansında yayın yönetmeni olarak çalışan **G-2**

ise veri gazetecisinin kendi denetimini kendisinin yapması gerektiğini ve gazetecinin kendisi dışında denetim aktörlerinin var olduğunu şu sözlerle özetlemektedir:

> "Gazeteci oluşturduğu veri haberini farklı kaynaklardan teyit etmeli. Birde şu var ki gazetecinin çalıştığı kurum, bağlı olduğu haber şefi ya da editörlerin denetimi de veri gazeteciliği yapılmasını etkileyen faktörlerdendir." **(G-2)**

Türkiye'de haberin okurla paylaşılması aşamasında gazetenin sahiplik yapısı, reklam alma durumu, iktidara yakınlığı ya da uzaklığı gibi birçok unsurdan dolayı veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde oto sansür uyguladığını söyleyen gazetede haber müdür olarak çalışan **G-5**, iktidarın hoşuna gitmeyecek bir veriyi paylaşmanın gazetecilerin işine gelmediğini bunun kendisini sıkıntıya sokabileceğini belirterek yapması gerekenin olumlu/olumsuz düşünceleri vermek olduğunu düşündüğü halde bunun öyle olmadığını vurgulamaktadır.

Ekonomi muhabiri **G-27** veri gazeteciliğinde haber oluştururken Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK), TUİK gibi kurumların verilerini kullandıklarını ve haber oluşturma esnasında bu verileri kendi süzgecinden geçirerek bazen veriler üzerinde oto sansür uyguladığına değinmiştir. Gazetede köşe yazarı olarak görev yapan **G-12** ise haber yaparken siyasi görüşü sol ya da sağ olan okuyucuların bu haberi nasıl yorumlayacak diye düşündüğünden dolayı haber yazarken korkudan değil, yanlış anlaşılma olmasını istemediği için çekinip kendine oto sansür uyguladığını *"Adını vermek istemeyen yetkili ifadesi çok arttı, insanlar çok fazla çekiniyorlar ve kimse kimliğini belli etmek istemiyor. İyi ya da kötü bir şirketle ilgili haber yapılacaksa şirket bunun yazılmasını istemiyor. İnsanlar bilgi verirken beni bulaştırma demeye başladılar"* şeklinde açıklamıştır.

Bazı görüşmeciler veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde denetim hissettiğini bazıları ise bu denetimin var olmadığını ifade etmiştir. Bu görüşlerin yanı sıra bazı gazeteciler ise veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde gazetecilerin özdenetim uyguladıkları görüşünü desteklemektedir.

5.5.2. Reklam Veren Denetimi

Veri gazeteciliğinde denetim kavramının nasıl ele alındığı ve veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde reklam verenlerin denetiminin var olup olmadığı konusunda görüşmecilere sorular yönlendirilmiştir. Görüşülen kişilerin

büyük bir çoğunluğu veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde reklam veren denetiminin var olduğunu ifade etmiştir. Veri gazeteciliği yapılırken reklam veren denetiminin var olduğunu ifade eden **G-1**, reklam veren reklam vermezse ne olur sorusunu her daim tartışmalara neden olduğunu söylemiştir. Bunu da aşağıda yer alan örnekle açıklamıştır:

> Bazı haberleri yaparsak reklam veren bize reklam vermez" düşüncesini 15 yıldır çalıştığım kurumda görmedim. Ama gazeteye haber girdikten sonra reklam servisinin beni arayıp, bize reklam veren firmanın "neden haberini yapıyorsunuz?" diye sitem ettiği olmuştur. Bu nedenle gazeteciler reklam servisleriyle pek anlaşamazlar. Reklamcının da işi bu reklam vereni korumak zorunda, gazetede halkın haber alma hakkını korumak zorunda o nedenle hep bir çatışma yaşanıyor. Bu olayı bir örnekle anlatmam gerekirse, örneğin bir otobüs firmasının otobüsleri kaza yapıyor fakat haber yapılırken otobüsün ismi sansürleniyor. Yıllardır gazeteler gereksiz bir biçimde kendi kendilerine oto sansür uygulamışlar. Bazı gazeteler ve haber ajansları bir araya gelip, artık kaza haberlerinde firma isimlerini vermek üzere karar alıyorlar. Bu olaya özetle bakacak olursak gazeteciler, medyanın iç denetimi anlamında da çok önemli. Burada devletin çok müdahale edebileceği bir şey söz konusu değil. **(G-1)**

Veri haberciliğinde reklam veren denetiminin önemli olduğunu ve haber üretim aşamalarına ister istemez reklam verenlerin de dâhil olduğunu ifade eden **G-2** ise, *"Ülkelerin petrol verilerini hazırlayıp bir haber yapacaksınız burada ister istemez size reklam veren petrol şirketleri de devreye giriyor böyle olunca da asıl denetimi reklam verenler yapıyor. Verilerdeki tutarsızlık, eksiklik doğrudan reklam verenleri de ilgilendiriyor"* örneğiyle aktarmıştır.

Bazı gazeteciler yeni iletişim teknolojilerinin reklam veren denetiminin azalmasına ilişkin imkânlar sunduğunu belirtmektedir. Reklam verenlerin denetimi konusunu internet gazetesinde yönetici konumunda çalışan **G-4** ise, *"Google reklamlarıyla yetinmeye karar verdiğimiz zaman internet ortamında hiç olmadığımız kadar özgürüz"* sözleriyle ele almış ve yeni iletişim teknolojileri sayesinde reklam verenle bağın azalacağını, böylelikle reklam veren denetiminin de en az seviyeye indirgeneceğine değinmiştir.

A-5, Türkiye'de reklam verenlerin kendi ekonomik çıkarlarına zarar verici bir haber yapmak istemediklerini, bu nedenle de gazetecinin üzerinde denetim olduğunu dile getirirken **A-11**, **G-22** ve **G-25** ise, medya sektörü de ticari metalaşma olduğundan dolayı veri gazeteciliğinde reklam veren denetiminin var olduğunu belirtmiştir. Hem

gazeteciler hem de reklam veren üzerinden denetimin var olduğu görüşüne **G-26**, *"Kamu kurumları, gerekse özel sektör reklam unsurunu "Demokles'in kılıcı" gibi medyanın üzerinde sallayıp durmaktadır. Benim istediğimi yazmazsan, sana reklam vermem ve batırırım gibi tehditler alenen yapılmaktadır."* sözleriyle yer vermiştir.

Bazı gazeteciler devlet denetimin var olduğunu ve bu nedenle kendini haber üretim sürecine denetim altında hissettiğini söylerken, bazı gazeteciler ise haber üretim sürecinde kendilerini özgür hissettiklerini ve denetimin var olmadığını dile getirmişlerdir. Bu kapsamda bakıldığında veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kendini özgür hissedenlerin oranı, denetim hissedenlerin oranına göre çok düşük olduğu görülmektedir. Reklam veren denetimi açısından bakıldığında ise gazetecilerin görüşlerinden yola çıkarak veri gazeteciliği döneminde de reklam veren denetiminin var olduğunu söylemek mümkündür.

5.6. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliği Döneminde Gazeteciler

İletişim kuramcısı O'Neil (1992, s.19) gazetecilerin olmazsa olmaz özelliklerinden birinin doğruyu söylemek ve gazetecilik etik ilkelerine uymak olduğunu söylemektedir. Bu tanımlama liberal çoğulcu kuram görüşüne de uygun düşmektedir. Çünkü liberal çoğulcu kuramda gazetecinin özellikleri arasında demokratik ve çoğulcu görüşlerin ifade edilmesinin yanı sıra gazetecinin doğru şekilde haber yapması özelliği de yer almaktadır. Veri gazeteciliği döneminde haber üretiminin aktörleri olan gazeteciler açısından nasıl bir değişimin olduğu, veri gazeteciliği yapan bir kişinin ne tür yetkinliklere sahip olması gerektiği ve veri gazeteciliğinin uzmanlık alanı olabilmesi için eğitime ihtiyaç duyulup duyulmadığı ele alınarak gazeteciler üzerinden veri gazeteciliği anlaşılmaya çalışılmıştır.

5.6.1. Veri Gazetecisinin Özellikleri

Her kurum/kuruluş, belirli aralıklarla yüzlerce konuda binlerce bilgiyi kamuoyunun bilgisine sunmaktadır. Bunlar arasında mevzuatlarla belirlenen ve açıklanması zorunlu olan bilgilerin yanı sıra şeffaflık bağlamında kamuoyuna açıklanan veriler mevcuttur. Bunların hangilerinin analiz edileceği ve sunulacağı veri gazetecisinin işidir. Veglis ve Bratsas (2017, s.226) veri gazeteciliği konusunda çalışacak kişilerin yeni iletişim teknolojilerini kullanmayı iyi bilmesi gerektiğini

söylerken veri gazeteciliğinin yapılabilmesi için ülke ekonomisinin güçlü olması ya da desteklenmesinin önemine de değinmiştir. Bu kapsamda 'veri gazeteciliği yapan bir kişi ne tür yetkinlere sahip olması gerektiği sorusuna yanıt aramak üzere gazetecilerin görüşlerine başvurulmuştur. Gazetecilerin görüşlerinden yola çıkıldığında, veri gazeteciliği yapacak kişinin sorgulayıcı, analiz yeteneklerinin güçlü ve teknoloji kullanımına hâkim olması gerektiği vurgulanmaktadır.

Görüşmecilerin çoğu veri gazeteciliği yapabilecek olan gazetecinin araştırmacı, sorgulayıcı ve analizci olması yönüne dikkat çekmiştir. Veri gazeteciliği yapan kişinin her şeyden önce iyi bir veri okuryazarı, verilerin toplanması ve ayıklanmasında yetkin bir kişi olması, veri setleri içerisinden kullanacağı bilgiyi çıkarması ve özüyle bir hikâye oluşturması gerektiğine değinen **G-3**, aynı zamanda veri gazetecisinin haber üretim sürecinde okuyucunun haberi rahat bir şekilde anlamasını sağlayacak bir aktarım diline sahip olmasını da veri gazetecisinde bulunması gereken özellikler arasına eklemiştir.

Gazeteciler ve akademisyenler veri gazeteciliğinde olması gereken farklı özelliklere dikkat çekmektedirler. Buna göre **G-4**, veri gazetecisinin kolay ikna olmayarak sorgulayıcı olması, **G-8**, verinin ne anlama geldiğini ve gerçek veriyi nerede bulacağını bilmesi, **G-10**, sabırlı bir insan olması ve kaynaklara eriştikten sonra onları analiz edebilecek yeteneğe sahip olması, **G-12**, tarafsız olması, olayları birbirine bağlaması, karşılaştırma yapması, rakamları iyi analiz etmesi, **G-15**, analitik düşünme, temel istatistik bilgisi, matematik bilgisi, sorgulama yetisine sahip olması, **A-2**, doğru bilgisi sunmaya yönelik isteği, araştırma yeteneği ve etik kaygıları, **A-4**, eleştirel, verileri sorgulayan, eleyebilen, analiz yapabilen, **A-6**, dijital okuryazarlık, yazılım ve kodlama bilgisi sahip olması, **A-9**, interneti çok iyi bilme yetisi gibi farklı veri gazeteciliği özelliklerine vurgu yapmaktadırlar.

G-14'e göre veri gazetecisinin olayın bütününü görebiliyor olması, bir veriyi gördüğünde veya veriye maruz kaldığı andan itibaren içeriği detaylı analiz etmesi, görselleştirme yapabilmek için teknolojik programlara hâkim olması ve disiplinler arası bilimlerden besleniyor olması gerektiğini belirtirken **A-3** ise veri gazetecinin sahip olması gereken özellikleri şu sözlerle yer vermiştir:

> Gazetecinin nicel olanında hakikatin kısmi yönünü temsil ettiğini ve bütün hakikati söyleyen bir kurgunun yapılamayacağını bilmesi, mutlaka o verinin geri kalanındaki neden sonuç bağlantılarını gösteren bir çabayla meselenin üstesinden gelebilmesi gerekir. Aynı zamanda istatistiği iyi okuyabilmesi, veriler arasındaki parametrelerle ilişkilendirmeler yapabilmesi de önemlidir. **(A-3)**

Veri gazetecilerinin hem teknik hem haber alanında çalışan kişilerle koordineli bir biçimde çalışıyor olması gerektiğine değinen **G-27**, aynı zamanda gazetecinin verileri okumaya aşina olması gerektiğine de vurgu yapmıştır. **G-26**, veri gazeteciliği yapan bir kişinin önce okuduğunu iyi anlaması, araştırdığı konu hakkında yeterli bilgiye sahip olması ve yabancı kaynaklı bir konuyu değerlendiriyorsa o dili layıkıyla bilmesi gerektiğini belirtmiştir. **G-5** ise, veri gazetecisinin istatistik okumasını çok iyi yapması, günceli çok iyi takip etmesi, yabancı kaynaklara erişebilmesi ve onları anlayabilmesi, büyük veriler içerisinden verileri süzerek çarpıtılmış bilgilerin ayıklanması daha sonra da bilgileri teyit ederek oluşturulan haberleri okuyucuya ulaştırması olarak tanımlamıştır.

Diğer taraftan veri gazetecisi ile geleneksel gazetecilerin sahip olması gereken özelliklerin ilke bazında çok da farklı olmadığına vurgu yapan gazeteciler de bulunmaktadır. Örneğin **G-2**, diğer görüşmecilerden farklı olarak geleneksel gazetecilik ile veri gazeteciliği yapacak kişinin vasıfları arasında hiçbir fark olmadığına şu şekilde dikkat çekmiştir:

> "Geleneksel gazetecilikte olduğu gibi veri gazetecisinin de objektif olması gerekiyor. Eğer veri gazetecisi haberlerini yaparken taraflıysa, yaptığı veri haberi de taraflı olur. Bu nedenle verileri doğru ve tutarlı bir şekilde kamuoyuna aktarması lazım. Eğer veriler üzerinden bir analiz yapacaksa da takdiri ve yorumu okuyucuya bırakmalı."**(G-2)**

Görüşülen gazetecilerden bazıları veri gazetecilerinin sahip olması gereken özellikler içerisinde grafik ve harita kullanımıyla beraber veri gazetecilerinin teknolojik araçları kullanabilmesi gerektiğine vurgu yapmıştır. Gazetede editör olarak görev yapan **G-1**, veri gazetecisinin sahip olması gereken özellikler arasında veri görselleştirme başta olmak üzere, veri tabanlarına hâkim olunması gerektiğini ve gazetecilerin dünyadaki en iyi veri gazeteciliği uygulamalarını takip edebilecek seviyede iyi İngilizce seviyesine vakıf olması gerektiğine odaklanmıştır. Gazetede muhabir olarak çalışan **G-9** ise veri gazetecisinin temel görselleştirme, teknolojik

donanım ve yazılım hâkimiyetine sahip olmasının yanı sıra web temelli verinin analizine dayanan bir araştırmacı gazetecilik alt yapısının olması gerektiğine değinmiştir.

Haber ajansında görev yapan **G-6** ve **G-29**, internet gazetesinde spor editörü olan **G-16** ile televizyon kanalında haber editörü olan **G-19** da veri gazetecisinin teknolojiyi kullanabilmesi, yeniliklere açık bir kişiliğe sahip olması ve gazetecilik yaptığı ülkenin ekonomik, kültürel ve sosyal durumunu çok iyi bilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. Üniversitede akademisyen olarak çalışan **A-8** veri gazetecisinin analitik düşünmesi, temel düzeyde de olsa kodlama bilgisine sahip olması gerektiğine değinmiştir. *"Veriden ürkmemek ve veriyi nerede bulacağını bilmek veri gazetecisinin en önemli özelliklerinden biri"* diyen üniversitede İletişim Fakültesinde akademisyen olarak görev yapan **A-5** ise veri gazetecisinde bulunması gereken özellikleri şu şekilde sıralamaktadır:

> Günümüzde gazeteciler genellikle sözel tabandan geldikleri için matematiksel rakamlar görünce ürküp, bu nedenle veri gazeteciliğinden uzak duruyorlar. Veri gazeteciliği yapacak kişinin veriyi okuyabilmesi, anlamlı bir hikâyeye dönüştürebilmesi, istatistik bilmesi, görsel programları kullanabilmesi ve basit düzeyde kod bilmesi gerekli diye düşünüyorum. **(A-5)**

Haber ajansında editör olan **G-13** veri gazetecilerinin araştırmacı, çok yönlü düşünebilen, teknolojik imkanları ve bazı programları kullanabilen özelliklerinin olması gerektiğini, internet gazetesinde editör olarak çalışan **G-22** ve **G-23**, veri gazetecilerinin veriyi temizleme, analiz etme (istatistik) becerilerine sahip olması ve görselleştirme tekniklerine hakim sahip (tasarım bilgisi) olması gibi temel yetkinliklere sahip olmasının yanı sıra, daha sofistike veri gazeteciliği çalışmaları için ise veri gazetecilerinin ekip çalışmasına yatkın olmasının önemini vurgulamıştır. Haber ajansında muhabir olan **G-17** de veri gazetecilerinin matematikten iyi anlaması, veriyi okuyabilmesi ve veri gazeteciliği yapabilecek düzeyde ilgili bilgisayar programlarına hâkim olması gerektiği üzerinde durmuştur. Veri gazeteciliği yapacak gazetecinin teknoloji ile yaratıcı fikirler üretebilecek kadar yakın olabilmesinin önemini **G-24** şu şekilde ifade etmiştir:

> Verinin kullanımı için teknoloji bugün kaçınılmaz bir araç ve eğer gazeteci veriyi kullanarak bir hikâye anlatmak istiyorsa bu veriyi en yaratıcı şekilde kullanmanın yollarını düşünebilmeli. Burada tüm işi kendisi yapmak zorunda

> değil ama teknik yardım alacağı kişilere derdini anlatabilecek seviyede bilgi sahibi olmalı. Ayrıca büyük yığınlar içerisinde neyin önemli ya da farklı olduğunu görebilecek ya da tahmin edebilecek bir algı geliştirmesi gerekir. Bunun yanı sıra eğer bir alanda uzmanlaşacaksa, o alana iyi bir şekilde hâkim olmalı. Bu sayede haberini hazırlarken hangi tür verilere ihtiyaç duyacağını ve bunları nereden edinebileceğini daha iyi ve hızlı bir şekilde bulur. **(G-24)**

Görüşmecilerden 13'ü veri gazetecisinde bulunması gereken özellikler arasında veri gazetecisi teknolojiye hâkim olmalı görüşünü desteklemektedir. Tablo 8'de yer alan görüşmecilerin özellikleri arasında veri gazeteciliği için görselleştirme program bilgisine bakıldığında görüşmecilerin teknoloji kullanımına ait verilerine ulaşılabilmektedir. Görüşmeciler ayrıca veri gazetecilerinde bulunması gereken özellikler arasında medya sektörü çalışanlarının modüler olmasını, yani artık gazetecilik anlamında her işi yapabilir hale gelmesi gerektiğini desteklemiştir.

5.6.2. Veri Gazeteciliği ve Uzmanlaşma

Veri gazetecileri haber kaynaklarını toplarken yeni medya ve veri bankalarından daha çok yararlanır hale gelmiştir. Bu durum sektörde daha çok uzmanlaşmış kişilerin çalışma zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. Bu görüşten yola çıkarak veri gazeteciliği yapabilmek için bir alanda uzmanlık seviyesinde bilgi sahibi olmak ve bu konuda eğitim almanın gerekli olup olmadığı konusu üzerinden görüşülenlerin bilgilerine başvurulmuştur. Görüşmecilerin bir bölümü veri gazeteciliğinde uzmanlaşma için eğitime gerek olduğunu savunurken diğer bir bölümü veri gazeteciliğinde uzmanlaşma için eğitime gerek olmadığını belirtmişlerdir.

Veri gazeteciliğinde uzmanlık sahibi olmak için eğitim alınması gerektiğini söyleyen gazeteciler arasında yer alan ve günümüzde bilgiye ulaşmak, damıtmak ve onu görselleştirme ile sunmanın önemine değinen **G-5**, veri gazeteciliğinde uzmanlık gerektiren alanların var olduğunu ve uzmanlık bilgisine sahip olunması için iletişim fakültelerinde veri toplama ve veri görselleştirme adları altında derslerin olması gerektiğini dile getirmiştir. **G-10**, **G-16** ve **A-3,** veri gazeteciliğinin üniversitelerin ilgili bölümlerinde mutlaka ders olarak okutulması gerektiğinin altını çizmektedir. Bu konuda **A-3** ve **G-16**, verinin nasıl işleneceği, analiz edileceği ve sınıflandırılacağı konusunda eğitime ihtiyaç olduğunu dile getirirken **G-10** gazetecilikte uzmanlaşma

alanlarının olduğunu ve bu nedenle veri gazeteciliğinde de uzmanlaşma olması gerektiğinin altını çizerken uzmanlaşmanın olabilmesi içinde eğitim anlamında dersler açılması gerektiğini söylemektedir.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte gazeteciliğin de dönüşüm geçirdiği bu nedenle veri gazeteciliğinin ön planda olacağını söyleyen **G-2**, bu öngörü çerçevesinde İletişim Fakültelerinde veri gazeteciliği derslerinin verilmesini ve bu kapsamda gazeteci yetiştirilmesinin iyi olabileceğini belirtmektedir. İnternet gazetesinde genel yayın yönetmeni olarak çalışan **G-4** ise veri gazeteciliği eğitimi konusunda farklı bir noktaya dikkat çekerek veri gazeteciliği eğitiminin lisans alanında değil yüksek lisans alanında okutulmasının daha iyi olabileceğine değinmiş, veri gazeteciliğinin nasıl yapıldığı, nerelerden veri toplandığı, doğru bilgiye ulaşma vb. konularda gazetecilerin eğitim alarak reflekslerinin gelişebileceğine vurgu yapmıştır.

Dijital dönüşüm süreciyle birlikte gazetelerde veri gazeteciliğinin daha da önem kazanacağını düşünen **G-14**, bu konuda gazetelerin mevcut kadrolarında yer alan personelin veri gazeteciliği konusunda eğitmesini ve sahaya personel yetiştiren üniversitelerin İletişim Fakültelerinde veri gazeteciliği konusunda uzmanlaşmış insanların yetiştirilmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. Bu kapsamda **G-13**, **G-17**, **G-23**, **G-27**, **A-4** ve **A-6** da, veri gazeteciliğinin üniversitelerde bölüm olarak okutulmasa bile belirli bir ders olarak yer alması gerektiği, eğitimin uzman kişiler tarafından verilmesi ve daha çok pratiğe dayalı olması konusunda görüş birliği mevcuttur. **A-7** ise İletişim Fakültelerinde veri gazeteciliği dersi verilirken istatistikten korkulmaması gerektiğinin öğretilmesinin önemli olduğuna dikkat çekmiştir.

İnternet gazetesinde bülten editörü olarak çalışan **G-24** veri gazeteciliğinin doğrudan bir bölüm olarak okutulmasa bile, en azından gazetecilerin veri gazeteciliği uygulamaları konusunda makine öğrenmesi, veri analizi gibi teknik derslerin bilgi edinebilmeleri için bir ders olarak tasarlanmasının faydalı olacağına vurgu yapmaktadır. Haber ajansında muhabir olarak çalışan **G-18** de, İletişim Fakültelerinde veri gazeteciliği dersleri verilebilmesinin yanı sıra Cumhurbaşkanlığı İletişim Daire Başkanlığı ve gazeteci örgütleriyle veri gazeteciliği konusunda seminerler ve çeşitli

programların düzenlenmesinin yararlı ve gerekli olduğunu belirtmektedir. İnternet gazetesinde editör olan **G-22** veri gazeteciliği dersinin üniversitelerin ilgili fakültelerinde hatta lisansüstü eğitimlerde yer alması gerektiğini savunarak veri gazeteciliğinin uzmanlaşma alanı olabilmesi için eğitimin şart olduğunu bu nedenle Üniversitelerin iletişim fakültelerinde okuyan öğrencilerin okullarda, veri gazeteciliğine ilgi duyan medya sektöründe çalışanların ise atölye eğitimleriyle veri gazeteciliği hakkında bilgi ve deneyim sahibi olmaları gerektiğini belirtmektedir.

40 görüşmeciden 17 si veri gazeteciliğinde uzmanlaşmaya sahip olabilmek için eğitim alınmasının önemine değinmiş ve veri gazeteciliği dersinin üniversitelerin ilgili bölümlerinde okutulmasının altını çizilmiştir.

Veri gazeteciliğinde uzmanlaşma için akademik ya da özel eğitime gerek olmadığını ifade eden haber ajansında editör yardımcısı olarak görev alan **G-8**, gazetecilerin veri gazeteciliği alanına yönelmek isterlerse kendilerini yetiştirebileceklerini belirtirken televizyonda editör ve muhabir olan **G-19** ve **G-21** ise veri gazeteciliğinde uzmanlaşmanın okuma alışkanlığı ve araştırma yetisiyle kazanılabileceğini, ek olarak eğitim alınmasının gerekli olmadığı görüşünü savunmuşlardır. Gazete çalışanı **G-9,** diğer görüşmecilerden farklı olarak, gazetecilerin Google News Lab gibi internet sitelerinde yer alan ücretsiz eğitim videoları aracılığıyla eğitim alabileceklerine dikkat çekmiştir. **G-1** ve **A-8**, veri gazeteciliğinde uzmanlaşma ve eğitimin gerekli olmadığını şu sözlerle ifade etmiştir:

> Dijitalleşmeyle öne çıkan T şeklinde yönetim modeli ele alındığında, bu modelde aşağıya doğru bir alanda derinleşmenin mümkün olduğu fakat aynı zamanda T'nin üst bölümü gibi de farklı disiplinlerde yüzeysel olarak bilgi sahibi olmanız da bekleniyor. Veri gazeteciliğini bu şekilde ele alacak olursak, ben uzmanlıkta aşırı derinleşmeye çok inanmıyorum. **(G-1)**

> Veri gazeteciliği olarak ayrı bir bölüm olması gerektiğini düşünmüyorum. Geleneksel gazetecilik eğitimi içerisinde veri bilimi, yeni iletişim teknolojileri ve bilişim gibi konularla veri gazeteciliği eğitimi desteklenebilir. **(A-8)**

A-10 de veri gazeteciliğinde eğitime farklı bir bakış açısı getirerek şöyle bir yaklaşımda bulunmuştur:

> Türkiye'de bütün gazetecilik bölümlerinin adı değişerek yerine yeni medya ve gazetecilik olmalı çünkü yeni gelen neslin tüketim alışkanlıkları değişiyor. Şuanda veri gazetecisi yavaş yavaş yetişmeye başladı. Mevcut gazeteciler kendilerini dönüştürmekte zorlanıyorlar veri gazeteciliği bölümleri yeni

> mezunlar verip onlarda sektöre atılınca veri gazeteciliğinin önemi anlaşılmış olacak. Birde gazetecilik öğrencileri eşit ağırlıkla öğrenci alması gerektiğini savunuyorum. Daha iyi istatistiği ve veriyi analiz edebilmeleri için. Ne zaman biz eşit ağırlık puanıyla alıp veri gazeteciliği eğitimi verirsek, o zaman gerçek veri gazetecileri yetiştirmeye başlarız. (**A-10)**

Veri gazeteciliği gazeteciler üzerinden ele alındığında, veri gazetecisinin özellikleri ve veri gazeteciliğinde uzmanlaşma altında iki ana başlık ön plana çıkmaktadır. Görüşmecilerin "veri gazetecisinin hangi özelliklere sahip olmalı?" sorusuna verdikleri cevaplara bakıldığı zaman ilk özellik teknolojiyi kullanabilme yetisine sahip olmanın, ikinci olarak ise elde ettikleri verileri iyi analiz ederek güvenilir kaynak olarak okuyucu aktarabilmenin ön plana çıktığı görülmektedir. Vurgulanan bir diğer özellik ise veri gazetecilerinin verilerden hikâyeler oluşturabilme konusunda yeteneğe sahip olmasıdır.

Veri gazeteciliğinde uzmanlaşma başlığı ele alındığında ise eğitim başlığının dikkat çektiği görülmektedir. Veri gazeteciliğinde eğitim başlığı ele alındığında çoğu görüşmeci veri gazeteciliğinde eğitim alınmasının uzmanlaşma açısından daha iyi olduğunu söylerken verinin nasıl işleneceğinin, analiz edileceğinin ve doğru bilgiye ulaşma konusunda gazetecilerin eğitim almasının iyi olabileceğini dile getirilmişlerdir. Eğitime gerek olmadığını söyleyen görüşmeciler ise ücretsiz bir şekilde veri gazeteciliği dersinin eğitiminin videolar aracılığıyla yapıldığını bunun yanında İletişim Fakültelerinde ders olarak okutulabileceğine ve ayrı bir bölüm olarak açılmasının gerekli olmadığına değinmişlerdir.

Özetle, veri gazetecilerin sahip olması gereken özellikler arasında eğitim konusu ele alındığında genel ortaya çıkan görüş üniversitelerde verilen gazetecilik bilgisinin yetersiz olduğu bu nedenle üniversitelerin ilgili fakültelerine veri gazeteciliği ile ilgili bölümlerin açılması gerektiğidir. Veri gazetecilerinde bulunması gereken özellikler arasında ise teknolojideki yenilikleri anlaması, özellikle internet teknolojisini takip etmesi, sosyal medya araçlarının dil ve tekniğine hâkim olması ve büyük verilerle çalışabilmek için istatistiksel ve verileri analiz etme bilgisine sahip olmasının gerektiği görülmektedir.

5.7. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Dil, Görsel ve Mecra Kullanımı

Günümüzde yeni iletişim teknolojileriyle beraber yaşanan değişimle birlikte haber üretim sürecinde görsel, dil ve mecra kullanımı önemli hale gelmiştir. Bu kapsamda veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde dil, görsel ve mecra kullanımında nelerin farklılaştığı gazetecilerin görüşleri üzerinden ele alınmıştır. Gazeteciler veri gazeteciliğinde görsel kullanımıyla birlikte haberlerin artık okunmadığı, izlendiği ve görsel kullanımının haberlerin okuma süresini kısalttığı yönündeki görüşleri paylaşmışlardır. Veri gazeteciliğinde dil kullanımında ise sadeliğin önemli olduğuna ve haber içerisinde yer alan verileri anlatırken hikâyeleştirmenin ve anlatımın ön plana çıktığına değinilmiştir. Son olarak gazeteciler veri gazeteciliğinde mecra kullanımını, online ve ana akım olmak üzere iki başlıkta değerlendirilmektedir.

5.7.1. Veri Gazeteciliğinde Görsel Kullanımı

Veri gazeteciliğinde görsel kullanımını farklı şekillerde ele alan gazeteciler, veri gazeteciliğinin görsel odaklı bir haber üretim şekli benimsediğine, gazetecilerin infografik, grafik ve tablo gibi görselleştirmelerle haber üretimi gerçekleştirdiğine dikkat çekmişlerdir. Veri gazeteciliğinde görsel kullanımını değerlendiren gazeteciler, haber üretim sürecinde yer alan grafikler nedeniyle okuma süresinin kısalmasını, haberin artık okunmadığına ancak izlendiğine dair düşüncelerini yorumlamışlardır.

Veri gazeteciliğinde görsel kullanımı konusunda haber ajansında editör olarak çalışan **G-27** ve üniversitede İletişim Fakültesinde akademisyen olan **A-5**, yeni kuşak olarak adlandırılan kesimin veri gazeteciliğinde görselleştirmeye daha fazla önem verdiğine değinmiş, yeni kuşağın haberleri yazılı metin üzerinden okumak yerine haberlerin daha görsel ağırlıklı ve kolayca anlayabileceği bir formatta olmasını istediğine dikkat çekmiştir. Yeni kuşağın haberi incelemek ve irdelemekten ziyade sadece görseline odaklandığını dile getiren **G-27** veri gazeteciliğinin de bir parçası olan infografiklerin çıkış amacının ayrıntıya girmeden ana hatları ile haberin anlatılması olarak ele almış ve veri gazeteciliğinde görselleştirmenin özellikle yeni nesil için çok önemli olduğuna değinmiştir. Haber ajansında haber müdürü olarak

görev yapan **G-5**, haber ajansında editör olarak görev yapan **G-13**, üniversitede akademisyen olarak görev yapan **A-8** ve **A-11** ise veri gazeteciliğinde kullanılan görselleştirmelerin haberi daha anlaşılır kıldığına dikkat çekmişlerdir.

G-13, veri gazeteciliğinde haberin sunuluşunun infografik ve sayısal verilerle desteklendiğinde haberlerin insanlar tarafından daha iyi anlaşıldığını ifade etmiştir. İnternetin sahip olduğu hipermetinsellik özelliğinden dolayı kullanıcıların okumak yerine görmeyi ya da izlemeyi tercih ettiğini belirten **A-8**, veri gazeteciliğinde haber üretimi sürecinde görsellerin ve etkileşimli grafiklerin ön plana çıktığını belirtmiştir. Çalıştığı gazetede haber müdürü olan **G-5**, okurun verileri daha iyi anlayabilmesi için görselleştirmeye önem verdiklerine şu sözlerle vurgulamaktadır:

> Mültecilerle ilgili elimize veriler geldiğinde biz onu okuyucuya salt olarak sunmak istemiyoruz. Çünkü içerisinde çok rakam bulunduruyorsa bir haber onu görselleştirmeye çalışıyoruz ki daha kolay anlaşılabilir olsun. Okurun daha iyi anlayabilmesi için veri gazeteciliğine müracaat ediyoruz. (**G-5**)

Veri gazeteciliğinin, sayısal ve görsel grafiklerle desteklenen haberler sunduğu için okuyucu tarafından daha kolay anlaşılabilir olduğunu ifade eden **A-11**, okuyucunun da haberlere anlam verebilmesi için bir alt yapıya sahip olması gerektiğini savunarak okuyucunun sayısal ortalamanın ne olduğunu bilmediğinde grafikleri yorumlayamayacağına bu nedenle de sadece gazetecinin haber yapmasının yeterli olmadığına okuyucunun da bunu anlayabiliyor olması gerektiğine dikkat çekmektedir.

Veri gazeteciliği haberleri görselleştirerek okuma süresini kısaltmakta ve okur açısından zamansal tasarruf sağlamakta mıdır? sorusunu yanıtlayan gazetecilerin genel görüşü veri gazeteciliğinde kullanılan görselleştirmeler sayesinde okuma süresinin kısaldığı yönündedir. Veri gazeteciliğinde görseli okumanın ve idrak etmenin zaman aldığını ifade eden **G-16** ancak dikkat çeken bir görselin, yazıdan daha iyi olabileceğini söylemiştir. **A-3**, veri gazeteciliğinde verinin, eğlenceli, çekici ve anlaşılır bir görsel olarak sunulmasının, okuyucunun okuma süresini daha fazla uzatacağını dile getirmiştir. Veri gazeteciliğinde haber üretim aşamasında kullanılan görseller ve grafikler, okurun anlama kabiliyetinin üstündeyse veri haberlerinin okuyucunun zamanını alacağına dikkat çeken **G-5**, veri haberlerinde görselliğin yer

almasının okuma süresini kısalttığına ve haberin anlaşılabilirliğini sağladığına vurgu yapmaktadır.

Veri haberlerini özet haberler olarak niteleyen **G-13**, **G-22**, **A-4** veri gazeteciliğinin okuyucuya kolaylık ve zaman tasarrufu imkânı tanıdığına değinmiştir. Günümüzde insanların az zaman harcayarak çok bilgiye ulaşmak istemeleri nedeniyle **G-28**, daha az ve kısa olan haberlerin daha çok tercih edildiğini ifade etmiştir. Haber metninin uzun veya yorucu geldiği zamanlarda, özellikle de metin veri odaklıysa veri görselleştirmenin hem daha iyi hem de daha hızlı okuma ve anlamayı sağlayabileceğini ifade eden **G-24**, hız sağlanmak isterken önemli bilgilerin unutulup haberin eksik iletilmesine sebep olabileceğine de dikkat çekmiştir. **A-7** ise veri gazetecisinin veri temizleme ve görselleştirme yapabileceği birkaç basit programı bilmesinin önemine değinmiştir:

> Ben birleri sıfırları gördüm, bunları çok güzel yorumluyorum bir de tablo yaptım ile veri gazetecisi olunmuyor. Veri gazetecilerinin gruplandırılmış, açıklanmış ve tanımlanmış verilere değil, karmaşık verinin tamamına ulaşıyorlar ve o süreçte yapmaları gereken şey ben bu veriye nereden bakıyorum, hangi sütun ve hangi satır bana neler ifade ediyor, ben hangi soru işaretiyle bunu kelimelere dökebilirim ya da görselleştirme yapabilirim anlayışıyla yaklaşmaları gerekiyor. **(A-7)**

Gazetede genel yayın yönetmeni olarak görev yapan **G-26**, veri gazeteciliğinde ele alınan konuların mecraya göre değişiklik gösterdiğini dile getirmiş, **G-3**, diğer görüşlerden farklı olarak veri gazeteciliğinin zaman tasarrufu sağlamasından ziyade akılda kalıcılığı arttırdığına vurgu yapmıştır. Haber ajansında yayın yönetmeni olarak çalışan **G-2**, veri gazeteciliğinde yer alan infografiklerin okuyucuya zaman kazandırmasından dolayı görselleştirmenin önemine şu sözlerle değinmiştir;

> Veri gazeteciliğinin, geleneksel medyanın insanlara zorla dayattığı "gazeteyi alıyorsan okuyacaksın ya da televizyondaki yayınlanan programları izleyeceksin" kalıplarını yıkıyor. Önceden yarım saatte gazetede haber okuyan kişi, veri haberciliği sayesinde infografiği göz gezdirerek ya da multimedya izleyerek, gazetede saatlerce okuyacağı bilgiye, infografik sayesinde kısa zamanda ulaşmış oluyor. **(G-2)**

Diğer görüşmecilerden farklı olarak **G-4**, haber tüketicisi olarak veri gazeteciliğinde görselleştirmenin zaman tasarrufu sağladığını fakat haberi üreten kişi olarak da çok fazla zaman aldığına dikkat çekmiştir:

> "Veri gazeteciliği haberleri görselleştirerek okuma süresini kısaltmakta tüketiciye zaman tasarrufu sağlamaktadır. Üretici açısından bakıldığında ise tam tersidir çünkü gazeteci olarak infografikleri yaparken verilerin görselleştirilmesi bir hayli zaman almaktadır." **(G-4)**

Tezin kuramsal bölümünde ayrıntılı olarak Baudrillard'ın görüşü olan, gösteriye yenik düşen ve anlamın ortadan kaybolduğu bir medyadan bahsedilmektedir. Baudrillard'ın bahsettiği gösteri toplumu kuramında da insanların yazı okumadıkları ve bu nedenle de görmenin önem kazandığı bir toplum anlaşılmaktadır. Bu söylemden yola çıkılarak, veri gazeteciliğinde kullanılan veri görselleştirme programları sayesinde veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde yer alan haberlerin görsel özelliğinin daha fazla önem kazandığını söylemek mümkündür. Bu kapsamda bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde haberlerin artık okunmadığını, grafik kullanımı nedeniyle izlendiği görüşünü farklı örnekler vererek ele almıştır. "Haberler artık okunmayıp, izleniyor" fikrine vurgu yapan **G-2** yaşadığı dönüşümü şöyle bir örnekle açıklamaktadır:

> 7- 8 sayfalık metni mi okumak daha pratiktir yoksa infografiğe bakıp 2 dakikada tüm bilgilere bakıp anlamak mı? Emin olun insanlar artık görsel şeylere daha önem verip, onları okumayı seçiyor. İnfografik varsa onu okuyor, multimedya haber içeriği varsa da onu izliyor. Yeni kuşak artık saatlerce bir yere odaklanıp, uzun uzadıya şeyler okumak istemiyor. Akıllı cihazlarından en kısa ve öz bilgiyi nereden alırım düşüncesindeler. **(G-2)**

İnternet gazetesinde genel yayın yönetmeni olan **G-4** ise, insanların sadece detaylarından emin olmadığı konuları aradıklarını, onun dışındaki haberlere sadece göz gezdirdiklerine değinirken **G-3** de tam aksi görüşte haberlerin aslında günümüzde hala okunduğunu ve haberlerde görselliğin daha ön plana çıkıp akılda kalıcılığı arttırdığını *"Sayfalarca bir raporu okuduğunuzda ve bitirdiğinizde belki aklınızda pek bir şey kalmayabilir. Ama yazınızın üstündeki tek bir infografikle akılda kalıcı bir bilgi aktarımını gerçekleştirebilirsiniz"* sözleriyle ifade etmiştir.

Gazetede haber müdürü olarak görev yapan **G-5**, haberlerin artık okunmadığını ve izlendiğini şu ifadelerle anlatmıştır:

> Bizim her sabah gazeteler önümüze gelir ve kendi aramızda Hürriyet'e baktın mı Cumhuriyete baktın mı gibi ifadeler kullanırız. Oysa Cumhuriyet'i okudun mu, Hürriyet'i okudun mu denmesi lazım. Görselleştirme ön planda olduğun için baktın mı ifadesi daha ön planda yer alıyor. (**G-5)**

Haber ajansında ekonomi müdür olarak görev yapan **G-6**, **G-5** in görüşünün tam tersi olarak haberin hem izlendiğini hem de okunduğunu aşağıdaki gibi izah etmiştir:

> Haberlerin okuma şekli değişti çünkü insanların çok fazla vakti yok. İnsanların otobüste ya da minibüste gazete okuduklarını uzun zamandan beri hiç görmedim ama telefonunda bir şey okuyan insanlarla sürekli olarak karşılaşıyorum. Çünkü insanlar artık gazete almayı tercih etmiyorlar, internet üzerinden okumayı tercih ediyorlar. (**G-6**)

Artık yazının dikkat çekmediği bu çağda görsel kullanımının arttığına değinen **G-16**, veri gazeteciliği sayesinde haberlerin infografik ve videolarla desteklendiği bir alanın yaratıldığına dikkat çekmiştir. *"Televizyon haberciliğinde görüntü olmazsa olmaz, veri haberciliğinde de veri olmazsa olmaz"* diye özetleyen **A-6**, veri gazeteciliğinde görselleştirmenin de önemine vurgu yaparak veri gazeteciliğinde görselleştirmenin de yine olmazsa olmazlar arasında yer aldığını dile getirmektedir. Eskiden birkaç paragrafta anlatılan haberlerin, günümüzde interaktif veri görselleştirme ve hikâye anlatımı teknikleriyle daha iyi ve ilginç olarak okura sunulduğunu ele alan **G-23**, hayatın hızı içinde uzun yazılara zaman ayıramayan okur için veri gazeteciliğinin görseller ve interaktif grafiklerle imdada yetiştiğinin altını çizmektedir. Veri gazeteciliğini görsel kültürün daha egemen olduğu bir habercilik anlayışı olarak ele alan **A-5**, haberde hikâyenin harita ve grafiklerle anlatılmasıyla daha eğitici bir habercilik anlayışının ortaya çıktığını belirterek yeni iletişim teknolojileri sayesinde enformasyon akışının fazlalaştığını ve enformasyonun nasıl anlamlandırılacağı konusunda veri gazetecilerinin devreye girdiğini şu şekilde açıklamaktadır:

> Veri gazeteciliği, mühendisliği içinde barındıran bir alan olarak karşımıza çıkıyor. Veri gazeteciliğinde, veriyi toplamak, verileri anlamlı hale getirmek, kategorileştirmek ve görselleştirmek önemli aşamalardır fakat verilerden anlamlı bir hikâye oluşturulmadığı sürece bir anlam ifade etmiyor. (**A-5)**

Gazetede köşe yazarı olarak görev yapan **G-12** ise insanların haberi okumasının haber başlığı ve fotoğrafıyla ilgili olduğunu, artık haber üretiminde yazıların kısalması ve fotoğrafların artmasından dolayı haberin artık okunması yerine haber izlenmesi kavramını kullanmanın daha doğru olacağına vurgu yapmıştır. **G-8**, **G-17** ve **A-4** de veri gazeteciliğinde görselleştirmenin okuyucuya nasıl bir etki sağlayacağı üzerine farklı fikirler sunmuşlardır. **G-8**, veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde görselin daha etkili olmasından dolayı okuyucudaki etkinin daha

fazla olabileceğine değinmiştir. **G-17** de, bazen bir görselin bir sayfa yazının anlatmak istediğini bir dakikada okuyucuya ulaştırabilme gücünden dolayı veri gazeteciliğinde görsel kullanımının önemi üzerinde durmuştur. Veri gazeteciliğinin görselliğe dayalı bir gazetecilik anlayışı olduğuna dikkat çeken **A-4** ise bu anlamda bireylerin görselliğe daha çok adapte olup metinlerden uzaklaştığı bir sürecin söz konusu olabileceğine vurgu yapmıştır.

Görüşmeciler, veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde görsel olarak grafik, infografik ve istatistiklerden yararlanılması sonucunda "haberler artık okunmuyor izleniyor" ifadesinin ortaya çıktığını ifade etmiştir. Ayrıca veri gazeteciliğinde görselleştirmeye vurgu yapan gazeteciler veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kullanılan görselleştirmelerin okuyucuya zaman kazandırdığına da değinmişlerdir.

5.7.2. Veri Gazeteciliğinde Dil Kullanımı

Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde geleneksel gazetecilikten farklı olarak haber dilinde değişimlerin olduğunu ve bu değişimlerin yeni iletişim teknolojileriyle birlikte ortaya çıktığına değinmişlerdir. Veri gazeteciliğinde kullanılan haber dilinin daha anlaşılır ve kısa ifadelerle oluşturulduğunu ve haberlerde görsel kullanımıyla olayların izahının daha net yapıldığını ifade eden haber ajansında editör olarak görev yapan **G-13**, veri gazeteciliğinde haber üretim ve tüketim süreçlerinde zamanı kısıtlı okuyucuların ilgisini yüksek seviyede tutmanın çok zor olduğunu da vurgulamaktadır.

Haberlerde haritaların kullanıldığını fakat Türkiye'de coğrafyayı iyi bilmeyen gazetecilerin ve okuyucuların var olmasından dolayı harita okuması anlamında zayıf kalındığını dile getiren **G-25**, bu nedenle görselleştirmeyle yapılan habercilik anlayışının zayıf kaldığına dikkat çekmiştir. **A-3** de, haberin hikâyelendirilmesi görüşünü destekleyerek insanların matematiksel ve nicel sayılarla mesafeli olduğuna ve bu nedenle hikâyelendirilmiş içerikle buluşmayı tercih ettiklerine değinmiştir. **G-18** farklı bir konuya dikkat çekerek, veri gazeteciliğinde görsellerin iyi çekilmiş bir fotoğraf görevi gördüğünü dile getirmiştir. *"Klasik gazetecilikte kişinin haberi okumaya karar vermesi için haberde yer alan başlık ve spotun okuyucuyu yakalaması gerekmekteydi, yeni iletişim teknolojileriyle haberin başlığı ve spotu yerini biraz daha görsele bıraktı"* diyen **A-7**, bunu aşağıda ayrıntılandırmıştır:

> Eskiden ilkokulda yaz tatilinden döndüğünüzde tatilin nasıl geçtiğini anlatan bir kompozisyon yazardınız ve yazı yazmaya alıştırıldığınız için resim çizmekte zorlanırdınız. Şimdiki kuşak ise görselleştirme araçları, video kurgu araçları ile görselleştirme konusunda çok başarılı ama yazma konusunda iyi değiller. Örneklerden anlaşıldığı gibi kullanılan beceriler devamlı değişiyor. Artık insanlar büyük veriler içerisinde okumaya yüksündükleri için değil sadece ilgi duydukları alanlarda okumak istiyorlar. Eskiden başlıklara bakılırdı şimdi görsele bakılarak bu benim ilgimi çekiyor mu konusunda karar veriliyor. **(A-7)**

Geleneksel habercilikteki ağdalı dil yapısının veri gazeteciliği için uygun olmadığını söyleyen **G-9**, insanların artık haberde objektiflik, netlik ve şeffaflık aradığını dile getirmiştir. **G-6** ise, haberlerde kullanılan dil konusunda, gazetecinin kitlenin en altına hitap ettiğini düşünerek haber yazması gerektiğini, bu nedenle veriler ve grafiklerle haber yapıldığı zaman insanların habere anlam vermekte zorlandığına dikkat çekmektedir. Haberde görselden ziyade dilin kullanımına da dikkat çeken **G-27** ise *"Türkiye'de öncelikle haberin ilk iki cümlesi okunuyor, sonra görsele bakıyor. İçeride haber okumayan bir kitleye haber okutabilmeniz için haberde görselin yer alması ve sade bir dilinin olması çok önemlidir"* sözleriyle haberde dil kullanımının önemine değinmiştir.

5.7.3. Veri Gazeteciliğinde Mecra Kullanımı

Veri gazeteciliğinde haber üretimlerinin mecra açısından nasıl bir özellik gösterdiği sorulduğunda gazeteciler farklı noktaların altını çizmektedirler. Veri gazeteciliği haberlerinin daha çok online mecrada karşısına çıktığını ifade eden **G-2** bu görüşünü, "Ana akım medya geleneksel gazetecilik işleyişi ile inşa edildiğinden dolayı veri gazeteciliği daha çok online olarak karşımıza çıkıyor. %99 unu dijital mecrada %1 nerdeyse geleneksel medyada karşımıza çıkıyor" sözleriyle desteklemiştir. Geleneksel medyada çalışan **G-5**, veri gazeteciliğine kayıtsız kalmadıklarını fakat internet medyasında daha fazla veri gazeteciliği örneklerinin ortaya çıktığını gözlemlediğini belirtmiştir. İnternet gazetesinde çalışan **G-23**, bu görüşün tam tersine ana akım medyada veri gazeteciliğinin yapılmadığını, özellikle alternatif medyada veri gazeteciliği örneklerine rastladığını belirtmiştir. Geleneksel medyada çalışan **G-9**, Türkiye'de veri gazeteciliğinin ana akım medyada kendine yer bulmasının zor olduğuna değinirken gazetede çalışan **G-12** ise son 5 senedir Türkiye'de medyada da inandırıcılığın kalmadığını ve Türkiye'de veri gazeteciliği işinin olmayacağını ifade etmektedir.

Haber ajansında çalışan **G-8** ve **G-17**, gazetede çalışan **G-26**, üniversitenin İletişim Fakültesinde akademisyen olarak görev yapan **A-1**, **A-2**, **A-6** ve **A-10** veri gazeteciliği örneklerinin etkileşime ve kişiselleştirmeye açık iletişim ortamları olduğu için daha çok internet mecrasında ve sosyal ağ sitelerinde karşılaşıldığına dikkat çekmiştedir. İnternet sitesinde çalışan **G-16**, ana akım medyanın da zaman zaman infografiklerle haberler yapıldığını fakat online mecralarda infografiklerin daha fazla kullanıldığını belirtirken haber ajansında görev yapan **G-14**, **G-16**'nin veri gazeteciliği hakkındaki görüşünü şu şekilde desteklemiştir:

> Eğer bir veri gazetecisi bir yazılım biliyorsa, veriye ulaşıp o veriyi işleyip analitik bir şekilde yorumlayabiliyorsa ve haberin hikâyesini üretebiliyorsa freelance gibi bir konsepte çalışabilir. Fakat bir kişinin sayısal verilerden ve sitelerden bilgi toplaması veriyi kim, neye dayanarak topladı gibi soru işaretlerini de beraberinde getirmektedir. (**G-16**)

Gazetede çalışan **G-1** ve haber ajansında görev yapan **G-13**, diğer görüşmecilerden farklı olarak veri gazeteciliğinin ana akım ve alternatif medya olmak üzere her iki platformda da yer aldığına dikkat çekmiştir. **G-13**, geleneksel medya ve alternatif medya olmak üzere her platformda veri gazeteciliği ürünlerine rastladığını ancak internet ortamının haberlerin sunumuna ve okunmasına daha fazla olanak sağladığı için veri gazeteciliği yapmak adına daha elverişli bir ortam oluşturduğunu savunmaktadır. Veri gazeteciliği kapsamında daha çok kamusal alanda faydası olan konularda çalışmaların önemli olduğuna değinen **G-1**, veri gazeteciliğinin iki mecrada da birlikte olması gerektiğini *"Bir blog açılarak veri gazeteciliğine başlanabilir fakat bu ana akım medyada yankı bulmazsa çok da geniş kitlelere ulaşamaz"* sözleriyle desteklemektedir.

Veri gazeteciliğinde dil, görsel ve mecra kullanımı açısından görselliğin üretim aşamasıyla alakalı gazeteciler farklı görüşler sunmuşlardır. İlk olarak görsel kullanımı ele alındığında, bazı gazeteciler görselliğin veri gazeteciliğini daha anlaşılabilir kıldığını söylerken bazı gazeteciler ise veri gazeteciliğinde görsellik anlamında infografik, haritalama vb. şekilde kullanılan yöntemlerin gazetecilik açısından çok zaman aldığının altını çizmiş ve ayrıca haberlerde görsel ve grafiklerin kullanılarak haberin aslında okunmadığı izlenildiğine vurgu yapılmıştır.

Veri gazeteciliğinde dil kullanımının anlaşılır olduğu ve veri gazeteciliğinde haber üretiminin de haberlerin dilinin hikâyeleştirmeye daha yatkın olduğu sonucuna varılmıştır. Veri gazeteciliğine mecra kullanımı üzerinden bakıldığında ise görüşmecilerin hemfikir olduğu yaklaşım, veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinin genellikle alternatif medya üzerinden yapıldığıdır.

5.8. Gazetecilere Göre Türkiye'de Veri Gazeteciliği ve Güvenilirlik

Haberin ve verilerin büyük önem kazandığı, ilk önce ve doğru bilgiyi elde etmenin siyasetten ekonomiye hemen her alanda hayati önem kazandığı bu dönemde "güven" konusu gazetecilik açısından en çok tartışılan başlıklardan biri olarak öne çıkmaktadır.

Kişiler/kurumlar arasındaki etkileşimin bu denli yoğun olduğu bir dönemde insanlar artık bilginin doğruluğunu sorgulamakta ve bu anlamda da habere güvenilirlik boyutu tartışılmaktadır. Bu bağlamda veri gazeteciliği döneminde güvenilirlik kavramı yapılan ürüne güvenilirlik, gazetecilere güvenilirlik ve erişim ve yaymak konusunda güvenilirlik olmak üzere üç farklı başlıkta ele alınmıştır.

5.8.1. Yapılan Ürüne Güvenilirlik

Shannon ve Weaver'ın enformasyon akışının matematiksel modeli, Lasswell modelinden farklı olarak "gürültü" kavramını ön plana çıkarmaktadır. Gürültü, kaynaktan hedefe aktarılan ileti esnasında herhangi bir gürültü olması durumunda içerikteki anlamın hedefe ulaşmayacağı ve beklenen ölçüde etki oluşmayacağı varsayımına dayanmaktadır. Bu modele veri gazeteciliğinde haber üretim süreci açısından bakıldığında, veri gazeteciliğinin haber üretim sürecinde yeni iletişim teknolojileri üzerinden toplanan verileri iyi temizlememesi halinde bilgi kirliliği ortaya çıkmaktadır.

Shannon ve Weaver'ın modelinde bahsettiği gürültü kavramı, veri gazeteciliği için bilgi kirliliği olarak ele alınabilir. Çünkü bilgi kirliliği sonucunda ileti hedefe istenilen anlamda ulaşamamaktadır. Bu kapsamda veri gazeteciliğinde yapılan ürüne yani yapılan habere güvenilirliğin ne ölçüde olduğu konusunda gazetecilerin görüşlerine başvurulmuştur. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinin yapılan ürüne karşı güvenilirlik duygusunu geliştireceğini söylerken bazıları ise veri gazeteciliğinde

yapılan ürünün güvenilir olmayacağını ve bazı verilerin dezenformasyon yaratabileceği görüşünü savunmuşlardır.

G-4, insanların bir kısmının artık hiçbir şeye güvenmediğini diğer bir kısmının ise verileri yayınlayan ya da kendi fikrine yakın olan mecraya bağlı olarak bilgilere hemen inandığını söylemiş, veri gazeteciliğinin bu tür görüşlerin tersine haberde inandırıcılığı arttıracağına değinmiş ve güvenilirlik kavramını yaşanılan deneyimlerle özdeşleştirerek bunu aşağıda yer alan örnekle açıklamıştır:

> Geçenlerde gündeme bir soğan tedarikçisinin haberi düştü. Habere konu olan adam gazetecilere bir de kapıları kapatın da öyle çekelim dediler, biz de istediklerini yaptık. Daha sonrasında da ortaya çıkan haberde istifçiler depoya kilit vurup kaçmış diye haber yaptılar" dedi. Bu örnekten yola çıkarsak, bu adamın ne veri gazetecisine, ne de muhabire güvenmesi artık mümkün değil. Veri gazeteciliği buna çözüm bulamaz. Ancak bizim popüler kültür ürünlerinden biri olan sinemada rastladığımız April O'Neal, Frost gibi gazeteci tiplemelerine ihtiyacımız var. **(G-4)**

Rakamlarla haberler yapıldığı zaman insanların haberlere daha çok güvendiği dile getiren **G-10**, haberde veri kullandığı zaman haberin gücünün daha da arttığını dile getirmiştir. **A-6**, veriye dayalı habercilik anlayışını içinde barındıran veri gazeteciliğinin daha ikna edici ve güvenilir olarak algılanacağını, **G-17**, veri gazeteciliğinde üretilen haberde gazetecinin şahsi yorumunu katmadan verilere yer vermesi sayesinde güvenilirliğin kazanılabileceği görüşünü savunmaktadır. Verinin hangi kaynaklardan, nasıl elde edildiğinin ve nasıl analiz edildiği veri gazeteciliği için çok önemli olduğunu söyleyen **G-2** ise haberde güvenilirlik açısından veri kaynağının önemine işaret etmektedir:

> Güvenilir bir kaynaktan veriyi elde etmediyseniz, güvenilir bir biçimde bunu analiz etmemişseniz, objektif değil de sübjektif olarak konuya yaklaşmışsanız bu okuyucuyu yanılmak anlamına geliyor. Söyle bir örnek vereyim; bilinen kurumlar tarafından alınan veriler için sıkıntı olmaz fakat x sitesinden bir haberin verilerini alıp o verilerin üzerine bir haber inşa ediyorsanız, verileri aldığınız internet sitesinin doğru veriler sunduğunu kabul etmeniz ya da haberinizde verilere nereden ulaştığınızı belirtmeniz lazım. Diğer türlü paylaştığınız veriler kendi değerlendirmeleriniz gibi olur, bu da sizi sıkıntıya sokar. **(G-2)**

Veri gazeteciliğinin dezenformasyon amacıyla üretilen haberlere karşı büyük katkı sağlayacağını düşünen **A-10**, haber doğrulama yapan hızlı doğrulama (fast checking) sitelerinin varlığına şöyle dikkat çekmektedir:

> Veri gazeteciliğinde haberler üretilirken amaçlardan bir tanesi haberleri insan hatasından arındırmak bir tarafta yapılan yazılımlarla bu yapılmaya çalışılsa bile ortaya çıkan ürüne güvenilirlik konusunda sıkıntılar yaşanabilmektedir. Veri gazeteciliği sihirli bir değnek gibi gazetecilere güvenilirliği sağlamaz fakat uzun vadede bakacak olursak iyi yetişmiş veri gazetecileri olursa zaten biz bu güvenilirlik problemini hiç konuşmuyor olacağız. **(A-10)**

Bazı görüşmeciler kaynakların doğruluğu ve güvenilirliği üzerine odaklanırken **G-23**, **G-26** ve **A-4** ise veri gazeteciliğinin yapılan ürüne karşı güvenilirlik anlamında hiçbir katkı sağlamadığını ifade etmiştir. **G-23**, yapılan ürüne güvenilirlik konusunda veri gazeteciliğinin hiç bir çözüm olmayacağını, hakikat ötesi dönem diye adlandırılan günümüzde, manipülasyon ve dezenformasyon verileri kullanılarak yapılan yalan, yanlış haberlerin, veri gazeteciliği metotlarıyla dah da etkili bir biçimde üretilebileceğini ifade etmektedir.

A-4 de veri gazeteciliğinde haber kaynaklarının sınırsız olduğunu, kaynak bulmanın kolaylaştığını ancak kaynağın güvenilirliğini sağlamanın daha da zorlaştığına dikkat çekmiştir. Kaynak kullanımının zorluğuna farklı açıdan yaklaşan **G-26** ise gazetecilerin haber üretim sürecinde devlet ve özel sektörün verilerinden yararlandığını fakat elde edilen verilerin doğruluğundan şüphe duyduğunu, iktidarın kamu kaynaklarını istediği gibi yönlendirmiş olabileceğini, ideolojisine ters düşen verileri gizleyebileğini veya yok edebileceğini dile getirmiştir.

5.8.2. Gazetecilere Güvenilirlik

Gazetecilere güvenilirlik konusunda veri gazeteciliği iki başlık altında ele alınmıştır. Bazı görüşmeciler veri gazeteciliğinin gazetecilere karşı oluşan güvensizlik problemine karşı bir çözüm getireceğine inanırken bazı görüşmeciler ise veri gazeteciliğinin bu hususta asla bir çözüm yolu sunamayacağını savunmuştur. Veri gazeteciliğinin güvenirliği sağlayamayacağını savunan bazı gazeteciler, Türkiye'deki gazetecilere karşı bir güven problemi olduğunu, veri gazeteciliğinin gazetecilere güvenilirlik konusunda bir fayda sağlamayacağını ve gazetecilerin haber yaparken verileri çarpıtması nedeniyle bu durumun düzelmesinin zaman alınacağı ifade etmişlerdir.

Gazetecilere güvenin önemli olduğunu dile getiren **G-1**, dünya geneline bakıldığında da gazetecilere güvenin düşük olduğunu belirtmiştir. Okurun medyaya

duyduğu güvensizliğin yeni bir şey olmadığını ve veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde bulunan gazetecilerin de buna hemen çare olamayacağını söyleyen **G-23** ise, gazetecilerin okurla güven ilişkisi içerisinde olmasıyla belki bir nebze veri gazetecilerine güvenin artacağını umut ettiğini söylemiştir. **G-28** de, sadece Türkiye'de değil dünyanın her yerinde gazetecilere güven konusunda problemler olduğunu, veri gazeteciliğinin ise bu soruna çözüm olmayacağını dile getirmiştir.

"Haber üretim sürecinde ne kadar çok rakam kullanırsanız haberiniz de inandırıcılığınız o kadar artar" gibi bir algının olduğunu fakat bu görüşe katılmadığını belirten **G-27**, haberin inandırıcılığı arttırabilmek için üretilen içeriğin de önemli olduğunu ifade etmiş, **G-14** ise bu görüşü destekleyerek haber üretim sürecinde verilerin teyit edilmemesi halinde haberin güvenilirliğinden şüphe edildiğini söylemiştir.

G-26, Türkiye'de gazetecilere genel bir güven probleminin olduğunu ve veri gazeteciliğinin de bu güveni sağlayamayacağını ifade etmiştir. Türkiye'de gazetecilere karşı bir güvenilirlik problemi olduğunu dile getiren **G-22**, Reuters'ın 2018 yılında yaptığı Dijital Haber Raporuna bakıldığında dünyada gazetecilere karşı güvensizliğinin olduğu görüşünün yer aldığına dikkat çekmiştir. Türkiye'de ve dünyada herkesin kendi ideolojisini temellendirecek düşünceleri destekleyen haberler yazması nedeniyle basının güvenilirlik konusunda kan kaybettiğini dile getiren **G-5**, haber yaparken verilerin ya da bilgilerin çarpıtıldığını ve bu nedenle gazetecilere güvenin sarsıldığını dile getirmiştir.

G-24, insanların haberlerde veri gördükleri zaman habere güvenme eğilimi gösterdiklerini fakat bunun da riskli olabildiğini "Türkiye'deki gazetecilere güven sorunu maalesef ideolojik temelli, tıpkı günümüzde ABD ve başka ülkelerde gördüğümüz gibi. Bunu aşmada veri gazeteciliği yardımcı olabilir. Veriyi sağlıklı bir şekilde toplamak, analiz etmek ve yorumlamak görevi gazetecinin işi bu nedenle gazeteciye güvenilmesi gerekiyor" sözleriyle ifade etmektedir. **A-2** de, veri gazeteciliğinin güven problemini çözmeyeceği anlayışını destekleyerek içinde bulunan gazetecilik anlayışı devam ettiği sürece sadece haber üretiminde verilerin sunuş tekniğinin değiştirilmesinin hiçbir şeyin çözümü olmayacağını uygulamıştır.

Veri gazeteciliğinin güvenilirliği beraberinde getirdiğini savunan bazı gazeteciler ise veri gazeteciliğinin güveni beraberinde getirdiğini, bunun en önemli nedeninin ise verilere dayalı gazetecilik yapıldığı için içerisinde rakam olan her şeyin doğru kabul edildiği algısı olduğunu ifade etmişlerdir. Dijitalde ele alınan veriye güvenilirlik varsa gazeteciye de güvenilirliğin var olduğunu dile getiren **A-7**, haberi üreten kişinin ya da kurumun paylaştıkları haberlerde bireylerin özgürlüklerini tehdit edecek, dezenformasyona sebep olan bilginin var olmadığına emin olunduğunda gazetecilere güven konusunda bir sorun yaşanmadığını savunmaktadır.

A-8 ve **G-13**, veri gazeteciliği, içerikler ve yorumlardan ziyade sayılara dayanan ve net bilgilerle oluşturulan bir habercilik çeşidi olduğu için, insanlarda bilgilerin daha güvenilir olduğu algısını yarattığını ifade etmiştir. **G-16**, veri gazeteciliğinin hakkı verilerek yapıldığı takdirde gazetecilere güven için en iyi yöntemlerden biri olacağına dikkat çekmiştir. **G-19** ve **G-21** ise, veriye gazetecinin kendisinin ulaşması nedeniyle güvenilirlik tartışmalarının olduğunu dile getirmiştir.

5.8.3. Erişim ve Yaymak Konusunda Güvenilirlik

Veri gazeteciliğinde bilgiye erişim ve bilginin yayılması kapsamında güvenilirlik konusu gazetecilere sorulduğunda iki farklı görüş olduğu ortaya çıkmıştır. Bazı görüşmeciler veri gazeteciliğini erişim ve bilginin yayılması konusunda güvenli bulurken bazı görüşmeciler konuya daha eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır.

Erişim ve yayma konusunda veri gazetecilerinin güvenilir olduğunu savunan **G-3**, veri gazetecilerinin kaynaklarını vererek verileri paylaştığı için güvenilirliğin sağladığını söylerken, yeni iletişim teknolojileri sayesinde haber toplama, habere bakış tarzı, haberin işleniş hızının yirmi yılda değiştiğini dile getiren **G-5**, haberin topladıktan sonra ayrıca teyit edildiği ortamların oluştuğuna dikkat çekmiştir. **G-29** ise veri gazeteciliğinde bilgilerin analiz edilip yetkili kurum ya da kişilerce teyitten geçirilip haber üretim sürecine dâhil olduğu için güvenirliliği artırdığına vurgu yapmaktadır.

Erişim ve yayma konusunda veri gazeteciliğinin güvenilir olmadığını belirten ve Türkiye'de veriye güven açısından sıkıntılar olduğuna değinen **G-10**, ilk gelen

verinin yanlış bilgi içerebileceğinin göz ardı edilmemesi gerektiğine şu sözlerle değinmiştir:

> Güvenilirlik açısından sıkıntı var, veriler manipüle edilebiliyor bunun en önemli nedeni gazetecinin ideolojik yaklaşımını verileri kullanarak anlatması. Gazeteci bir meseleye bakışını temellendirmek için verileri kullanıyor. Verileri hazırlayanlar kimler, verileri hazırlayanlar hangi amaçla verileri hazırlıyor gibi sorular önem kazanıyor. Çünkü verileri hazırlayanlar bazı şeyleri manipüle etmek için de hazırlamış olabilirler. (**G-10)**

G-6 ise haber yaparken kullandıkları verileri genelde Meslek Örgütleri, Odalar, Borsalar, TUİK ve Bakanlıkların internet sitelerinden aldıklarını fakat Türkiye'de veri sağlayan kurumların verilerinin güvenilirliğinin de tartışılmalı olduğunu vurgulamakta ve Türkiye'de verinin güvenilirliği konusunda sorunlar olduğuna dikkat çekmektedir.

> "Türkiye İstatistik Kurumu birçok veri açıklıyor ama ülkenin bir kısmı bunun doğru olmadığını düşünüyor. Herkes kendi dünyasında farklı yorumlar yapabilir ama genel anlamıyla bakarsan veri güvenilirliği çok arttıran bir şey." (**G-6**)

G-4, veri gazeteciliğinde erişim ve yayma konusunda daha karamsar bir tutum izleyerek Türkiye'de verilere ulaşılabildiğini fakat verilerin denetimden geçerek aktarıldığını, bu nedenle de elde edilen verilerin ne kadar doğru olduğunun sorgulanması gerektiğini aşağıdaki örnek üzerinden açıklamıştır:

> Ürünleri nereden ithal ediyoruz, bu ithalatı kimler gerçekleştiriyor, devlet eliyle mi yoksa özel kanallarla mı ithal ediliyor, devlet eliyle ithal ediliyorsa bu ihale nasıl verildi gibi sorular bazen büyük bir muamma olabiliyor. Biz ise sadece TÜİK'in üretim ve tüketim verilerine bakıp geçiyoruz. Ulaşsak bir yere kadar az bir emekle, bir yerden sonra da biraz daha fazla emek vererek ulaşabiliriz. Ancak bu verilerin bir kısmı gizli olabiliyor. Mesela bu ithalat devlet eliyle ama ihale yapılmadan bir yere verilmişse, bunu internette bulamayız. Devlet daireleri ise hayatta vermezler. **(G-4)**

A-2, kaynaklara erişimin hızlı ve çabuk tüketilir olmasının kaynağa ilişkin bilginin kabul edilebilirlik oranını da düşüreceğini, bu nedenle erişim ve yayma konusunda veri gazeteciliğinin güvenilir olmadığına değinirken eleştirel ve sorgulanabilir bir bakış açısı geliştirildiği takdirde daha doğru bilgiler sunularak bu durumun aşılabileceğine dikkat çekmiştir. Yukarıda ele alınan yapılan ürüne güvenilirlik, gazetecilere güvenilirlik ve erişim ve yaymak konusunda güvenilirlik dışında **G-2**, veri haberi üreten kuruma güvenilirliğin de çok önemli olduğunu şu sözleriyle dile getirmektedir:

> Bir haber yapılırken Anadolu Ajansından alınan bir verinin güvenilirliği ile x bir haber kurumunun paylaştığı veriler arasındaki güvenilirlik anlamında ciddi bir fark vardır. Veri haberinin Anadolu Ajansı verdiği zaman daha tutarlı ve doğru bulunur. Ama x bir televizyon kanalı yaparsa bu doğru mu bir bakalım diye araştırılır. (**G-2)**

Özetle, 3 başlık altında ele alınan veri gazeteciliğinde güvenilirlik kavramı yapılan ürüne, gazeteciye ve erişim yayma konusunda güvenilirlik olmak üzere incelenmiştir. İlk olarak ele alınan yapılan ürüne güvenilirlik başlığı konusunda gazetecilerin farklı görüşleri bulunmaktadır. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde yapılan ürünün güvenilir olduğunu dile getirirken, bazıları ise veri gazeteciliğinde üretilen haberlerin tam aksine güven vermediğine vurgu yapmıştır.

İkinci olarak ele alınan gazetecilere güvenilirlik konusunda ise farklı görüşler yer almaktadır. Bu görüşlerden ilki veri gazeteciliğinin gazetecilere karşı oluşan güven problemine çözüm olacağı yönünde olsa bile bir diğer görüş tam aksine veri gazeteciliğinin gazetecilere karşı güven problemi için hiçbir fayda sağlayamayacağı inancını içermektedir.

Son başlık olarak ele alınan veri gazeteciliğinde erişim ve yayma konusunda bazı gazeteciler veri gazeteciliğinin yeni iletişim teknolojilerini daha fazla kullandığı için birçok insana eriştiğini ele alırken diğer gazeteciler ise erişim ve yayma konusunda daha olumsuz bir tutum izleyerek verilere erişimin denetimden geçtikten sonra gerçekleştiğini ve bu nedenle veri gazeteciliğinde de erişim konusunda temkinli yaklaşmak gerektiğini vurgulamışlardır.

5.9. Gazetecilere Göre Veri Gazeteciliğinde Alıcılar

Kuramsal bölümde yer alan kültürel çalışmalarda bahsedildiği gibi medya, kültürel söylemin oluşturulmasında bir araç olarak ele alınmakta ve oluşturulan söyleme alıcı, kaynak ve söylemin kendisi de dâhil edilmektedir. Buna göre kaynak tarafından üretilen metin, okuyucu ya da izleyici tarafından alımlandıktan ve benimsendikten sonra toplumsal söylemin bir parçası olmaktadır. Veri gazeteciliğinde de haber üretim sürecinde içerik oluşturulup anlam inşa edildikten sonra haberin dolaşıma girmesiyle beraber artık haber toplumsal söylemin bir parçası olmaktadır. Bu nedenle veri gazetecilerinin dışında alıcılar da önem kazanmaktadır. Bu kapsamda veri gazeteciliği döneminde haber tüketiminin temel aktörü olan alıcılar açısından

nasıl bir değişim söz konusu olduğu ve veri gazeteciliğinin okuyucu açısından nasıl bir ortam yaratığı kuşaklar arası farklılık, dijital uçurum ve okuyucunun aktif /pasif olması gibi üç başlık altında incelenmiştir.

5.9.1. Kuşaklar Arası Farklılık

Veri gazeteciliği döneminde haber tüketiminin temel aktörü olan genç kuşak ve yaşlı kuşak olarak nitelendirilen alıcılar açısından farklılık olup olmadığı, veri gazeteciliğinin daha çok hangi kuşağa hitap ettiği konusunda görüşmecilerin fikirleri alınmıştır. Bu konuda iki farklı görüş ortaya çıkmaktadır. Bazı gazetecilerin veri gazeteciliğinin yeni kuşağa hitap ettiğini dile getirirken bazıları ise kuşaklar arası bir ayrımın olmadığını ifade etmiştir. Araştırma sonucunda gazetecilerin çoğunun veri gazeteciliğinin yeni kuşağa daha çok hitap ettiği, yeni kuşağın eski kuşağa göre veri gazeteciliğini algılamada daha avantajlı olduğu konusunda görüş birliğinde olduğu görülmektedir.

G-29, veri gazeteciliğinin dijitalleşen çağın gerektirdiği teknolojiyi kullanıldığı için yaşlı nüfusun adapte sorunu olabileceğini ve bu nedenle genç kuşağa hitap ettiğini, **G-2**, **G-8**, **G-27** ve **A-8** genç kuşağın geleneksel yöntemler yerine haberi internet ve sosyal medya aracılığıyla edinmesinden dolayı veri gazeteciliğinde alıcının doğrudan genç kuşak olduğunu ifade etmiştir.

Genç kuşağın veri gazeteciliğine alıştığını söyleyen **G-3**, yaşlı kuşağın genelde hala daha televizyon ve yazılı basından haber aldığı için, yeni olan veri gazeteciliği alanına çok alışkın olmadığını dile getirmiştir. **G-20** de, **G-3** ile benzer şekilde veri gazeteciliğinde kuşak farkına yaş üzerinden değinmiş, ileri yaşlarda olan alıcıların geleneksel metinlerle daha çok ilgilendiğini, gençlerin ise daha çok sayılar ve grafiklere rağbet ettiğini belirtmiştir.

Yaşlı kuşağın veri gazeteciliğine kolay bir şekilde adapte olmasının beklenemeyeceğini söyleyen **G-16**, genç kuşağın iletişim teknolojileriyle iç içe olduğu için veri gazeteciliği konusunda yabancılık çekmediklerine dikkat çekmiştir. **A-2**, veri gazeteciliğinin genç kuşağın haber okuma alışkanlığını artırabileceği görüşünü, **A-4** de yaşlı kuşağın veri gazeteciliğini pek tercih etmediğini, daha çok genç kuşağın ilgisini çektiğini savunmaktadır.

Bazı görüşmeciler ise veri gazeteciliğinde genç veya yaşlı kuşak ayrımının olmadığını ve son zamanlarda farkındalık ve bilgi seviyesinin oluştuğunu dile getirmiştir. Örneğin **G-17** ve **G-24** genç kuşağın veri gazeteciliğini algılamada daha iyi olduğunu fakat zaman içerisinde yaşlı kuşağın giderek daha fazla dijital medya okuryazarlığı alışkanlığı geliştireceği için kuşak ayrımının ortadan kalkacağını savunmaktadır. **A-9** da yaşlı ve genç kuşağın veri gazeteciliği sürecine birlikte adapte olacağını belirtmiştir.

Her veriye dayalı yapılan haberin, yeni bir hedef kitleye ulaştığını ve veri gazeteciliğinin insanların geleneksel medyada edindiği tecrübeleri değiştirmeye başladığına değinen **G-2**, veri gazeteciliğinin kuşaklar arasında bir ayrıma neden olmadığını da sözlerine eklemiştir. **G-23** ise veri gazeteciliğinde kuşaklar arasındaki ayrımın veri okuryazarlığıyla aşılabileceğine şu sözlerle değinmiştir:

> Teknoloji geliştikçe cihazlar içerikler değişiyor ama temel beceri ve yetkinliklerimiz baki kalıyor. Tabi ki veri gazeteciliği içerikleri daha çok dijitale yönelik yapılırsa bu daha çok gençlere hitap eden bir pratik olacaktır. Veri gazeteciliğini geleneksel habercilik içinde kullanmak mümkün. Nitekim gazetelerde ve TV'lerde de haberlerde veri kullanılıyor. Hatta The New York Times manşetten veri görselleştirme ile bile çıkabiliyor. Bu bağlamda her nesil için veri okuryazarlığına sahip olmasının daha önemli olduğuna inanıyorum. Çünkü bu beceriye sahip her yaştan insan haberdeki veri odaklı içeriği analizi anlayabilecektir. Veri okuryazarı bir okurun veri odaklı habercilik faaliyetlerden olumlu anlamda etkileneceğini düşünüyorum. **(G-23)**

Veri gazeteciliğinin genç ve yaşlı kuşak olmak üzere her ikisi için de önemli olduğunu dile getiren gazetecilerin yaş ortalamalarına bakıldığında farklılıkların olduğu gözlenmektedir. Bunun tam aksine veri gazeteciliğinin her iki kuşak içinde önemli olduğuna değinen gazeteciler arasında ise yaş ayrımın yapılmasının zor olduğu görülmektedir.

5.9.2. Veri Gazeteciliğinde Dijital Uçurum

Yeni iletişim teknolojileri nedeniyle ortaya çıkan dijital uçurum, dijital temelli olarak toplumun giderek daha fazla imkânı olanlar ile görece daha az imkâna sahip olanlar arasındaki ayrımı ifade etmektedir. Üçüncü bölümde bahsedilen kuramlardan olan bilgi açığı/uçurumu/gediği kuramından yola çıkılarak gazetecilere veri gazeteciliğinde haber üretim süreçlerinde üretilen haberlerin bilgi uçurumunun ortadan kalkmasındabir işlevi olup olamayacağına veri gazeteciliğinin genç kuşak ile

yaşlı kuşak arasında dijital uçurum yaratıp yaratmadığına ilişkin görüşleri sorulmuştur. Bazı gazeteciler dijital uçurumun var olduğuna değinirken, bazıları ise veri gazeteciliğinde dijital uçurumun mümkün olmadığını savunmaktadır.

Dijital dünyada değişimlerin çok hızlı olduğuna, bu nedenle kuşaklar arasında bir uçurum oluşmamasının mümkün olmadığına değinen **G-14**, kuşaklar arasında dijital veri düzeyini anlamlandırmak adına veri okuryazarlığının mutlaka ele alınması gerektiğine dikkat çekerek şu anki neslin dijital yerli olduğu için veri gazeteciliğine daha yakın olduğunu, kendisinin ise dijital göçmen olarak veri gazeteciliğini kavramaya çalıştığını belirtmiştir. **G-22**, **G-26**, **A-8**, **A-11**'de veri gazeteciliğinin genç ve yaşlı kuşak arasında bir uçurum yaratmadığını, haberin daha kolay anlaşılmasını sağladığı için iki kuşak arasında olumlu etki yarattığını dile getirmişlerdir.

Veri gazeteciliğinde üretilen içeriklerin dijital uçurum yaratmayacağı görüşünün çok ütopik olduğunu savunan **A-7**, okuyucuya neyi nasıl verildiğinin ve bu konudaki hedef analizinin önemli olduğuna ve bu hedef analizi doğruysa dijital uçurumun ortadan kalkacağını belirtmiştir.

G-17 ve **G-24** veri gazeteciliğinin yaşlı kuşak için dijital uçurum yaratabileceğini, bunun önüne geçmek içinse dijital okuryazarlık konusunda verilen eğitimlerin daha hızlı yayılmasının faydalı olacağını dile getirmiştir. **G-13**, veri gazeteciliği ürünü olarak ele alınan haberlerin içerisinde sayısal verilerin yer almasından dolayı bu haberleri herkesin aynı şekilde anlayamayacağından veri gazeteciliğinin genel okuyucu kitlesine hitap etmediğine dikkat çekmiştir.

Kuşaklar arasında dijital uçurumun olduğunu belirten **A-10** da, Rogers'ın kuramı olan "yenilikleri benimseme eğirisi" üzerinden örnek vermiştir: *"X kuşakları etraflarında oluşan yenilikleri sonradan benimseme eğilimdeler, bu açıdan bakıldığında haber tüketim alışkanlıkları değiştikçe, basılı gazete sona erecek ve yeni kuşak veri gazeteciliğine adapte olmak zorunda kalacak"* şeklinde açıklama yapmaktadır. **A-4** de, teknolojiye herkes ulaşamadığı için veri gazeteciliği araçlarından yararlanamayan hedef kitle açısından dijital uçurum yaratacağını ifade etmiştir.

Veri gazeteciliğinde haber üretim süreçlerinde ortaya çıkan haberler bilgi uçurumunu ortadan kaldırmak için bir yol olabilir mi? sorusuna gazetecilerin çoğunluğu, bilgi uçurumunun teknolojiyle orantılı olduğunu ve teknolojiye

ulaşamayan bir insan için geleneksel habercilikte ya da veri gazeteciliğinde haber üretim süreci de olsa bir fark olmayacağını ve bu nedenle veri gazeteciğinin bilgi uçurumunu kapatacak bir yanının olmadığını ifade etmişlerdir.

Veri gazeteciliğinin dijital uçurum yaratacağını söyleyen görüşmecilerin teknolojiye ne kadar hâkim oldukları ve teknolojiyi ne kadar kullandıkları ele alındığında, görüşmecilerin çoğunun 11-20 yıl arasında internet kullanıcısı olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulgudan yola çıkılarak teknolojiyi 10 yıldan fazladır kullanan görüşmecilerin veri gazeteciliğinin dijital uçurum yaratacığı görüşünün hâkim olduğu sonucuna varılmaktadır. Veri gazetciliğinin dijital uçurum yaratmayacağını söyleyen görüşmecilerin teknolojiye ne kadar hâkim oldukları ve teknolojiyi ne kadar kullandıkları ele alındığında ise görüşmecilerin hepsinin 10 yıldan fazladır internet kullanıcısı olduğu görülmektedir.

5.9.3. Aktif Okuyucu/Pasif Okuyucu Tartışması

"Veri gazeteciliğinde okuyuculara bilginin özet halinde sunulması veri gazeteciliğinin okuyucuyu tembelleştirir mi?" sorusunu akla getirmektedir. Bu kapsamda gazetecilere veri gazeteciliğinin okuyucuları tembelleştirip, tembelleştirmediği sorulmuş ve bu konuda iki farklı sonuca varılmıştır. Bazı görüşmeciler veri gazeteciliğinin hap bilgi verdiği için okuyucuyu tembelleştirdiğini görüşünü desteklerken bazı görüşmeciler ise interaktif görselleştirmelerle okuyucunun daha etkin konumda olduğunu ileri sürmektedir.

1950'li yıllardan itibaren ortaya çıkan izleyici merkezli çalışmalar kitle iletişim aracının izleyiciye ne yaptığı değil, izleyicinin kitle iletişim aracıyla ne yaptığı? sorusuna odaklanarak aktif izleyici tezi ortaya çıkmıştır. Üçüncü bölümde de bahsedildiği üzere liberal çoğulcu yaklaşımda izleyici edilgen konumdayken Klapper'ın araştırmaları sonucunda medyanın izleyiciyi yönlendirdiği değil tam tersine izleyicinin medyadan almak istediklerini aldığı yönünde bir yaklaşıma varmıştır (Aktaran Güngör, 2013, s.121). Aktif izleyici tezi isminden de anlaşıldığı gibi izleyiciyi edilgen konumdan etkin konuma taşımakta ve aynı zamanda araç ve teknoloji alt yapısı üzerine inşa edilen kuram ve yaklaşımların yerine izleyiciyi koymaktadır. Bu kapsamda aşağıda yer alan gazetecilerin görüşlerinden yola çıkarak

veri gazeteciliğinin okuyucuyu temebelliğe sevk etmek yerine, okuyucunun aktif rol almasını sağladığı sonucuna varılmıştır.

G-2, alıcının veri gazeteciliği sürecinde pasif değil tam tersine aktif bir rol aldığını şöyle açıklamaktadır:

> Pasif bir okuyucunun olması çok tartışılan konulardan biridir. Burada kast edilen şey daha az gazete okuması mı daha az televizyon izlemesi mi? Çünkü daha fazla televizyon izlemek çalışkanlıksa orada bir çelişki var. Ya da daha fazla gazete okumak ideal bir şeyse orada şüpheli bir durum var. Televizyonun başında 3 saat bir şey izlemekten ziyade iki dakika multimedya görüntü izlemek bence daha mantıklı. Bu nedenle haberin okunmaması tembellikle alakalı bir şey değil. İnsanlar artık gördükleri haberler üzerinde analizlerini kendileri yapıyorlar, bu nedenle haber sürecinde aktif bir konumda yer alıyorlar. Örneğin veriler ile ilgili hazırlanmış bir haberde bunu okuyucuya sunduğunuzda, okuyucu veriler üzerinden analizini hızlı bir şekilde yapabiliyor. Bu nedenle okuyucu pasif değil tam tersine aktif bir konumda yer alıyor. **(G-2)**

G-1 de **G-2**'nin görüşünü destekleyerek, veri gazeteciliğinin pasiflik yaratmanın aksine tüketim açısından bakıldığında fiziksel, bilişsel aktiviteyi artırdığına değinmiştir. **G-4**, **G-9** ve **G-16** ise veri gazeteciliğinde verilerin albenili bir şekilde okuyucuya sunulmasından dolayı okuyucunun pasifleşmediğini, aksine veri gazeteciliğinin okuyucuyu aktif bir şekilde düşünmeye ve analiz etmeye teşvik ettiğini belirtmiştir. Aynı şekilde **G-6** da veri gazeteciliğinin okuyucuyu pasifliğe yöneltmeyeceğini aslında gazetecinin haberi veriş şeklinde olduğunu şu sözleriyle vurgulamıştır:

> Okuyucunun bir dosyayı açıp grafikte yer alan veriyi incelemesi bile bir harekettir. Bu yüzden veriler insanı pasifleştirmez. Buna bakılırsa pasifleştirmekten bahsediyorsak, bu kadar yılda bu mesleğin içinde olan gazeteciler okuyucuları olağan üstü pasifleştirmiştir. Çünkü okuyucuların önüne bilgiyi hap şeklinde yapıp sunmak bizim görevimiz veri gazeteciliğinin buna bir etkisi olduğunu düşünmüyorum. **(G-6)**

G-26 ve **G-17** okuyucunun var olan verilere ulaşmakta sıkıntı yaşadığı ve veri gazeteciliğinin de okuyuculara verileri rahatlıkla ulaştırdığı için pasifleştirmeyeceğini tam tersine okuyucuları verilere ulaşma konusunda teşvik edeceğini savunmaktadır. **G-24** geçmişten bu yana her türlü medya aracının eskiye göre bir şeyleri daha kolay hâle getirdiğini ve bu kolaylıkların tembelleşme olarak görülmemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde alıcının artık pasif değil aktif olduğunu belirten **G-19**, *"geleneksel gazetecilikte alıcının edilgen olduğu varsayılıyor.*

Veri gazeteciliğinde ise verilen haberi artık okuyucu soruşturuyor, yorum yazıyor ya da sosyal medyasında paylaşımda bulunuyor. Bütün bunlara bakıldığında okuyucunun aktif olduğunu gözlemlenmektedir" yorumunda bulunmuştur.

Veri gazeteciliğinin okuyucuyu pasifleştirmediğini tam aksine okuyucunun hayatını kolaylaştırdığını vurgu yapan **A-10**, *"Uzun bir şeyler okumak yerine görseli elde etmeye çalışmak, video izlemek okuyucuyu pasiflleştirdiğini düşünmüyorum. Hayatımızı kolaylaştıran şeyler varken neden onu kullanmayalım"* diyerek görüşünü ifade etmektedir.

Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinin okuyucuyu aktifleştirdiği görüşünün tam tersini savunarak veri gazeteciliğinin hap bilgiler vererek okuyucuyu pasifleştirdiğini ifade etmektedirler. **G-5**, okuyucunun süzgeçten geçen bilgiyi doğrudan aldığını ve bu nedenle bilgiyi araştırmaya ihtiyaç duymadığını belirtirken **G-10**, **A-4** ve **A-2** ise veri gazeteciliğini okuyucuyu okumak yerine görsellere bakmaya yönlendirdiği için okuyucunun pasifleştiğini ifade etmişlerdir. **G-12** ise, veri gazeteciliğinde okuyucuların pasif olmasını aşağıdaki örnek üzerinden ele almıştır:

> Samsun'da 19 Mayıs Üniversitesinde biyoloji mühendisliği bölümünde öğretim görevlisi, bir derginin içine 100 dolar koyuyor. Bir ay sonra öğretim görevlisi tekrar derginin içerisine bakıyor ve öğrencilerden kimse dergiyi alıp okumadığı için para aynı yerinde duruyor. Gazetecilik üzerinden bir başka örnek vermek gerekirse, haber yazarken bazı hatalar yapıyoruz fakat yaptığımız hatalarla ilgili kimse geri dönüş yapmıyor. Bu örneklere bakacak olursa okuyucunun tembel olduğu sonucuna varabiliriz. **(G-12)**

Veri gazeteciliğinde haber üretim şekline bakıldığında okuyucunun pasif olduğunu savunan görüşmecilerin veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde okuyucuların aktif olduğunu savunan görüşmecilere göre daha az olduğu gözlemlenmiştir. Veri gazeteciliğinde haber üretim şekline bakıldığında okuyucunun aktif mi yoksa pasif bir konumda mı olduğu konusu görüşmecilere sorulmuş ve okuyucuların aktif olduğu görüşünü savunan görüşmecilerin veri gazeteciliğinin okuyucuları pasif yaptığı görüşüne göre daha fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecine alıcılar üzerinden bakıldığında, genel olarak gazetecilerin görüşlerine göre, genç kuşağın nüfus olarak fazlalaşması, okuyucu kitlesinin ve sosyolojik olarak toplumumuzun, haber kaynaklarına, kitle iletişim araçlarına yaklaşımının değişmesine neden olduğu ve veri gazeteciliğinin genç kuşağa daha çok hitap ettiği görüşü ortaya çıkmıştır.

5.10.Gazetecilere Göre Türkiye'de Veri Gazeteciliği Önündeki Engeller

Veri gazeteciliğinin yapılması süreci veri gazeteciliğinin önündeki engeller, veri gazeteciliği ve yasal tanımlama, veri gazeteciliği ve medya sektörü dönüşümü, medya organizasyonlarının veri gazeteciliğine geçişi, Türkiye'deki gazetecilerin veri gazeteciğinin geleceğine ilişkin beklentileri, haber üretim sürecinde yaşanan sorunlar ve son olarak da veri gazeteciliğinde istihdam konu başlıkları üzerinden ele alınmıştır.

5.10.1. Veri Gazeteciliği ve Yasal Tanımlama

İnternet sayesinde gazetecilerin haber yapış şekilleri ve adlandırılmalarında farklılıklar görülmektedir. Artık gazeteciler kendi içlerinde geleneksel ve internet gazetecisi olarak ayrışmaktadır. İnternet gazetecileri elektronik ortamda yayın yapmaktadır. Bu nedenle geleneksel gazetecilikte yer alan yasal tanımlamaların internette yayın yapan gazeteciler için bir bağlayıcılığı söz konusu değildir. Bu kapsamdan yola çıkılarak görüşmecilere veri gazeteciliğinin yasal tanımlamaya ihtiyacı olup olmadığı sorulmuş ve iki farklı görüş ortaya çıkmıştır. Bazı görüşmecileri yasal tanımlamaya ihtiyaç olmadığını söylerken bazıları mutlaka bir yasal tanımlamanın altında yer alması gerektiği görüşünü savunmuştur.

Veri gazeteciliğinin yasal tanımlamaya ihtiyacı olmadığını savunan gazeteciler geleneksel gazetecilik için bile yasal tanımlamaların net olmadığını bu nedenle veri gazeteciliğinde yasal tanımlamaya ihtiyaç duyulmadığını belirtirken bazıları ise geleneksel gazetecilik ilke ve kurallarının veri gazeteciliğini de kapsadığını ve bu nedenle ayrı bir düzenlemeye ihtiyaç olmadığını belirtmiştir. **G-2**, veri gazeteciliğinin yasal tanımlamalardan ziyade etik ilkelerle birlikte ele alınması gerektiğini ve veri gazeteciliğinin yasal tanımlamaya sahip olabilmesi için biraz daha zaman geçmesi gerektiğini söylemiştir. Bu görüşünü şöyle bir örnekle de desteklemiştir:

> "Gazeteci ya da kurum etikse yasal bir zorunluluğa zaten gerek yok. Çünkü eğer gazete yanıltmaya ve yalan haber vermeye meyilliyse aynı şeyi veri haberciliği üzerinden de yapacaktır. Sonuçta istatistik de yüzde yüz doğrular içermez." **(G-2)**

Gazetecilikte yasal tanımlamalar hale net değilken ya da yerine getirilmiyorken veri gazeteciliği için tanımlamanın olup olmamasının hiçbir şey ifade

etmeyeceğine değinen **G-4** ise, *"Medya kuruluşları çaycı olarak sigortası yapılan fakat muhabir olarak çalıştırılan insanlarla dolu. İnternet sitelerinde gazetecilik yapanlar için ise durum daha da vahim"* sözleriyle konuya dikkat çekmiştir. **G-3**, gazeteciliğin bir alan olarak dijitalle birlikte dönüştüğünü bu nedenle yeni bir isme ve yasal bir tanımlamaya ihtiyaç olmadığını dile getirmektedir. İnternet gazetecileri için yasal bir tanımlama bulunmadığını söyleyen **G-5**, veri gazetecileri kapsamında yasal tanım yapılabilmesi için zamana ihtiyaç olduğunu söylemiştir. **G-10**, yasal düzenlemenin gerekli olup olmadığı konusunda emin olmadığını şu sözlerle dile getirmiştir*;*

> Her şeye yasal bir çerçeve oluşturmaya kalkarsanız başarılı olamazsınız diye düşünüyorum. Kontrolü siz yasalar çerçevesinde ne kadar yaparsanız yapın, hep eksik bir şey kalıyor. Yasalarımızda hakaretin ve yalan haberin cezası olduğunda basına sansür deniyor, getirmezseniz insan haklarına ihlal oluyor o nedenle çok kaygan bir zemin. (**G-10)**

Veri gazeteciliğinin yasal çerçevesinin bu konuda çalışan akademisyenler, sektör içinde yer alan uygulayıcılar ve okurlar tarafından şekillendirildiğini dile getiren **G-23**, bu nedenle veri gazeteciliğinin genel geçer bir kurala ihtiyacı olmadığını söylemiştir. **A-8** geleneksel gazetecilik ilke ve kurallarının veri gazeteciliğini de kapsadığını bu nedenle ayrı bir düzenlemeye ihtiyaç olmadığını, yapılması gereken yasal düzenlemelerin kişisel verilerin korunması, gözetim ve mahremiyet konularında olması gerektiğine dikkat çekmiştir. **A-3** ise, arka plana bakıldığı zaman veri gazeteciliğinin araştırmacı gazetecilik olduğunu, **G-13** ise, gazetecilikteki Basın Ahlak İlkeleri'nin tüm gazetecilik türlerini kapsadığını bu nedenle veri gazeteciliğine yönelik ayrı bir yasal tanımlamaya ihtiyaç duyulmadığını savunmaktadır. **G-24**, **G-26**, **G-29, A-11** ise gazeteciliğin doğru dürüst şekilde yapıldığında veri gazeteciliği için yasal bir tanımlamaya gereksinim duyulmayacağını söylemiştir.

Görüş belirten gazetecilerin bir bölümü ise veri gazeteciliğinin yasal tanımlama içerisinde yer alması gerektiği görüşünü savunmaktadır. **G-9**, veri gazeteciliğinde kuralların geleneksel gazetecilik kuralları ile aynı olmasının karar alma ve aksiyona geçme süreçlerinde sıkıntılara yol açma ihtimalinin yüksek olduğunu, **A-6**, veri gazeteciliğiyle verilerin süzülmesi, eğilip bükülmesi gibi olumsuz ihtimallerin var olduğunu, **A-7** ise standart mesleğin geliştirdiği etik kodlar dışında verinin yanlış kullanılma ihtimaline karşı başka etik kuralların oluşturulması

hususunda faydalı olacağı düşüncesinden dolayı veri gazeteciliğinin yasal bir tanımlamaya ihtiyaç duyduğunu dile getirmişlerdir.

G-16, meslek ilkeleri alanında faaliyet gösteren dernekler, konuyla ilgili çalışan iletişim akademisyenleri ve sahada bu konuda bilgisi ve ilgisi olan gazeteciler tarafından meslek kuruluşlarının ortak çalışmasıyla yasal tanımlamanın belirlenmesi gerektiğini belirtmiştir. Yasal düzenlemelerin hayatın her alanında önemli olduğunu dile getiren **G-17**, **G-20**, **G-28**, **A-9** veri gazeteciliğinde yasal düzenlemelerin olmasının gazetecilerin ellerini güçlendirip daha iyi haber yapmalarını sağlayacağı görüşünü desteklemektedir.

Veri gazeteciliğinin yasal tanımlamaya sahip olmasının kamu kurumlarının verilerine daha rahat ulaşabilme imkânı sağlanması bakımından önemli olabileceği hususuna dikkat çeken **G-18**, Basın Konseyi ve diğer gazeteci örgütlerinin belirlemesiyle gazeteciliğin meslek ilkeleri içerisinde veri gazeteciliğiyle ilgili bir terimin yer alması gerektiğine, **A-5** ise, kurum ve kuruluşların veri paylaşımında çok ketum davranmasından dolayı gazetecilerin işinin zorlaştığını ve kurumların ellerindeki veriyi açıklamalarına yönelik yasa çalışmaları yapıldığı takdirde hesap verilebilirlik açısından ve istatistiki verilerin her yıl düzenli bir şekilde tutulması bakımından önemli imkânlar savunabileceğine dikkat çekerek veri gazeteciliğinin yasal bir zemine oturtulmasının bu nedenle önemli olduğuna vurgu yapmıştır.

Bilgi toplumunun gerektirdiklerinin günlük yaşama entegre edilmediği sürece eski olanın da korunamayacağını söyleyen **A-2**, veri gazeteciliğinin temelinde mesleki etik değerlerin sabit tutulması koşuluyla yasal tanımlamaların genişletilebilir ya da değiştirilebilir olduğuna dikkat çekmiştir. **A-10** telif hakları boyutu ve veriyi kullanma izni nedeniyle veri gazeteciliğinin yasal bir tanımlamaya ihtiyacı olduğunu, tüm ülkelerin bu konuda kendi yasal düzenlemelerini yapması gerektiği ve bu sürece bilişim hukuku alanında dahil olmasının önemine vurgu yapılmmıştır.**A-10** ayrıca dünyada veri kullanımının global bir düzende olması gerektiğine değinerek GDPR (General Data Protection Regulation)'yi buna örnek olarak göstermiştir.

40 görüşmeciden 13 kişi veri gazeteciliğinin yasal tanımlamaya ihtiyacı olmadığını belirtirken, 12'si ise veri gazeteciliğinin yasal tanımlamaya ihtiyacı olduğunu ifade etmiştir.

5.10.2. Veri Gazeteciliği ve Medya Sektöründe Dönüşüm

Veri gazeteciliğinin ortaya çıkması ya da yaygınlaşmasıyla birlikte medya sektöründe değişikliklerin olup olmadığı konusuna sorulduğunda zaman gazeteciler arasında iki farklı yaklaşım ortaya çıkmaktadır. Bazı görüşmecileri veri gazeteciliği ile birlikte medya sektöründe dönüşüm yaşanmadığını ve medya organizasyonlarının veri gazeteciliğine kolayca geçiş yapabileceği görüşünü desteklerken bazı gazeteciler medya sektöründe dönüşümün yaşandığı ve bu nedenle de sektörün veri gazeteciliğine geçiş yapamayacağı görüşünü savunmaktadırlar.

G-3 ve **G-16**, veri gazeteciliği döneminde medya sektöründe dönüşümün yaşanmadığına dikkat çekmiştir. Bu kapsamda **G-3**, dijital alanda veri gazeteciliğiyle uğraşan dernekler, gazeteler ve ajansların veri bazlı içerikler konusunda çalışma yaptıklarını ve dönüşümün yavaş yavaş olabileceğini söylerken **G-16**, veri gazeteciliği konusunda henüz beklenen dönüşümün yaşanmadığını ancak veri gazeteciliğinin ihtiyaç haline geldiğini ve medya sektöründe yavaş da olsa bir mutlaka yaşanacağını beklediğini söylemiştir. **G-23** ise veri gazeteciliğinin 2010'da ortaya çıkmış bir trend olduğu için medya sektöründe dönüşümden söz etmek için erken olduğunu dile getirmiştir.

G-4 ise veri gazeteciliği sayesinde medyada dönüşüm yaşandığını belirtmiştir. Sosyal medya etkileşimi sayesinde veri gazeteciliğinin yayılma hızının arttığını, haberin sadece infografiğinin sosyal medya araçları sayesinde milyonlarca kişiye ulaştığını, bunun da medyada veri gazeteciliğinin dönüşüm aşaması için önemli olduğunu dile getiren **G-4**, veri gazeteciliğinin bir dönüşüm döneminde olduğunu ve Türkiye'de henüz yeni bir alan olduğu için bu sürecin olumlu ya da olumsuz sonuçlarının ileriki zamanlarda ortaya çıkacağının üzerinde durmuştur. **G-4** ile aynı görüşü paylaşan **G-2** de medya sektöründe yaşanan dönüşümün süreç içerisinde ortaya çıkacağını ve medya sektörünün veri gazeteciliği ihtiyacını hisseder hissetmez ilginin artacağını belirtmiştir. **G-2** ayrıca günümüzde kâğıt fiyatlarının yükselmesinden dolayı gazetelerin kapanıp dijital mecraya geçiş hazırlığında olduğundan dolayı veri gazeteciliğine ihtiyacın en kısa sürede gerçekleşeceği hususunu da sözlerine eklemiştir.

Bazı gazeteciler veri gazeteciliği için medya organizasyonlarının daha hazır olmadığından, bazı medya kuruluşlarının ise veri gazeteciliğine geçiş yapmayı istemediğinden söz etmişlerdir. Medya sektörünün veri gazeteciliğine geçiş yapmasının çok zor olduğunu **G-1** şu sözlerle anlatmıştır:

> Eğer bir medya organizasyonu sadece veri gazeteciliği yapacağım derse bu çok maliyetli bir iş olur. İş modeli sadece veri gazeteciliği üzerine kurulu olan bir yer, son derecede idealist, parasını başka yerden kazanan ve veri gazeteciliğine aktaran bir organizasyon olabilir. Veri gazeteciliğinin bir iş modeli olması için özellikle ana akım medyanın bu işe yatırım yapması gerekiyor. Ama şu an ana akım medya, kâğıt yüzünden zor durumdayken bu iş modeline yatırım yapmak için kendini riske atmaz. (**G-1)**

G-18, **G-19** ve **A-8**, Türkiye'de veri gazeteciliğinin belli haber konularıyla sınırlı kalacağını ve çok yaygın olarak kullanılmayacağını, **G-5**, veri gazeteciliğinin bilgi sahibi olmayı gerektireceği için bir alanda uzmanlaşmış kişilerin itibar göreceğini ve takip edilebileceğini, **G-14**, bütün medya kuruluşlarında analitik düşünen veri gazeteciliği ekibinin olması gerektiğini, **G-9** ise, medya sahiplerinin ancak medya/siyaset/ekonomi alanındaki çıkarları ile veri gazeteciliğinin sağladıkları olanaklar örtüşürse bu alanda yatırım yapabileceğini dile getirmiştir.

G-13 ve **A-6** medya kuruluşlarının en azından şu an için spesifik olarak veri gazeteciliğine geçiş yapmak diye bir yönelimi olmadığını, geleneksel haber odalarında veri gazeteciliği icra ederek buralara katkı sağlayacak İletişim Fakültesi mezunlarına ihtiyaç olduğuna değinmiştir. **G-23**, Türkiye gibi ülkelerde okurun ücret ödemediği, habere güvenmediği, medyanın patron kontrolünde ve siyasi baskıya açık olduğu, finansal ve editoryal bağımsızlıktan yoksun olduğu bir ortamda medyada veri gazeteciliğine geçiş yapılmasının zor olduğunu belirtmiştir. **A-11** ise, medyada bulunan kurum ve kuruluşların bir araştırma merkezi gibi çalışması gerektiğini ve bu merkezde çalışan kişilerin ise analiz yapma ve veri görselleştirme gibi belli uzmanlaşma gerektiren özelliklere sahip olması konusuna dikkat çekmiştir.

Medya organizasyonlarının veri gazeteciliğine geçiş diye keskin bir süreç yaşayacağını düşünmediğini dile getiren **G-17**, Türkiye'de birçok alanda kamu ve özel kurum ve kuruluşların elinde verilerin olduğunu, bunun dışında herhangi bir veriye ulaşmak, özel araştırma veya çalışma yaptırılması konusunda medya sahiplerinin büyük yatırım yapacağını düşünmediğini belirtmiştir.

A-5, haberin içerisinde yer alan verilerin bazen karar vericilerin aleyhine olmasından dolayı medya sahiplerinin hükümetle karşı karşıya kaldığını ve medya kuruluşlarının veri gazeteciliği ekibi kuracak ekonomik güce sahip olmamasından dolayı medya patronlarının veri gazeteciliğine yanaşmadığının altını çizmiştir. 55 yıllık gazeteci olan **G-26**, Türkiye'de hem yazılı, hem görsel, hem de dijital medyada veri gazeteciliğinin gelişeceğine dair inancının olmadığını bunun nedeninin medya patronlarında ve tüketicide böyle bir isteğin bulunmamasından kaynaklı olduğunu söylemiştir.

A-5 ve **G-26**'nın da dile getirdiği gibi Türkiye'de medya organizasyonlarının veri gazeteciliğine geçiş yapması için engeller bulunurken aynı zamanda uluslararası boyuta bakıldığında veri gazeteciliğinde yapısal engellerin de var olduğu görülmektedir. 2017 yılında dünya çapında haber medyasında dijital teknolojilerin benimsenmesi konusunda Uluslararası Gazetecilik Merkezi (ICJF), 130 ülkeden 2 bin 700 haber merkezi yöneticisi ve gazeteciyle "Küresel Haber Odalarında Teknoloji Devleti" adıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu araştırma kapsamında gerçekleştirilen anket sonucunda varılan tespitlerden biri şöyledir:

> Genç gazeteciler yeterli donanıma kavuşmak için istekli olsalar da medya sahipleri bu konuda isteksiz… Gazetecilerin talepleri ile patronların talepleri birbiri ile örtüşmüyor. Genç gazeteciler veri gazeteciliği, siber güvenlik ve kodlama alanında uzmanlaşmak istese de haber merkezlerinin onlardan beklentileri farklı. Onlardan talep edilen sosyal medya üzerinden canlı yayın yapmak ve çoklu medya ortamlarında içerik yaymak (ICJF, s.5).

Aitamurto, Sirkkunen ve Lehtonen (2011, s.1-27) ise yazdığı "Trends In Data Journalism" adlı raporda "haber kuruluşları, veri haberciliğini desteklemek için sürdürülebilir yollar aramakta fakat uygulanabilir iş modeli olarak henüz ele almamaktadırlar" denilmektedir.

Türkiye'de medya organizasyonlarının veri gazeteciliğine geçiş yapabilmesi için 40 görüşmeciden 14'ü medya organizasyonlarının daha hazır olmadığından, bazı medya kuruluşlarının ise veri gazeteciliğine geçiş yapmayı istemediğinden söz etmişlerdir.

Veri gazeteciliği döneminde medyada dönüşüm yaşanıp yaşanmadığı incelendikten sonra medya organizasyonlarının veri gazeteciliğine nasıl geçiş

yapacağı ve bu konuda neler yapması gerektiği konusunda görüşmecilerin fikirleri alınmıştır.

G-4, veri gazeteciliğinin daha fazla alana yayılması için idealist patronların olması gerektiğini, **G-6**, **G-15**, **G-24** birçok alanın dijitale kayması ve işlenebilir veriye dönüşmesinin veri gazeteciliği ile geleneksel gazetecilik arasındaki sınırların iyice bulanıklaşmasına sebep olduğunu ve bu nedenle veri gazeteciliğinin giderek hayati bir alan olarak önem kazandığına değinirken, medya sahiplerinin bu alana yatırım yapmasının önemini de vurgulamıştır. Ayrıca gazeteciler medya sektöründe veri gazeteciliğine yatırım yaparken teknik anlamda gazetecilerin dilinden anlayıp onlara yardım edecek insanları da haber odalarına dahil etmelerinin önemli olduğuna şu sözlerle değinmişlerdir;

> "Gazetecilerin teknik anlamda kendilerini geliştirip bir kat daha yük alması yerine birlikte çalışabilecekleri insanların haber odalarına girmesi hem daha hızlı hem de daha kaliteli işler üretilmesi için şart."

Görüşülen kişilerden farklı olarak yurtdışı ile kıyaslandığında Türkiye'de dijital imkânların çok gelişmemiş olması ve yurtdışında veri gazeteciliği yapan kurum, kuruluş ya da kişilerin dijitalden elde ettikleri gelirlerini veri gazeteciliği aktarması konusunda örnek veren **G-1**, veri gazeteciliğine geçiş konusunda medyanın neler yapmasını gerektiğini şöyle açıklamıştır:

> 2-3 milyon dijital abonesi olan The New York Times geniş ve kaliteli iş gücüne sahip olabiliyorlar. Sahip oldukları iş gücü bir yandan da daha iyi uzmanlar ortaya çıkartıyor. Bu sadece veri gazeteciliği alanında değil, birçok farklı alanda da ürün, yazılım, tasarım takımının ortaya çıkmasını sağlıyor. Gazetenin dijitalleşmeyle ilgili projesi kapsamında bir kaç gazeteyi yurtdışında ziyaret etme imkânına sahip oldum. Örneğin, yurtdışında gazetelerde ekipler kurulurken yazı işlerinden, yazılımdan, tasarımdan, üründen de temsilciler oluyor. Veri gazeteciliği yaparken hikâyelerin oluşma sürecinde tüm ekip dayanışma içerisinde birbiriyle çalışıyor. Örneğin biz iki sene önce bir veri gazeteciliği işi yaptık. Ama yaptığımız iş uygulamada (app) çalışmıyordu. Eğer bizimle çalışan biri olsaydı, daha ürün tasarımı geliştirilirken yardım ederdi. Biz de gerekli önlemi alırdık. **(G-1)**

A-7 de, medya kuruluşlarının dijital haber odaları oluşturacaklarsa kendilerini farklı kılmak açısından farklı sektörlerden kişileri istihdam etmelerinin önemine değinirken yurt dışında yer alan The Guardian Gazetesin'de yer alan veri ekibi içerisinde haberin etik araştırmalarını yapması için bir felsefecinin bulunduğuna

dikkat çekmiştir. Medya sektöründe veri gazetecilerinin istihdam edilebilmesi için veri gazeteciliğinin ilk önce medya kuruluşları tarafından önemsenmesine vurgu yapan **G-10**, istatistik bilgiye sahip, özel haber yapabilecek vb. yeteneği olan kişilerin istihdam edilmesi gerektiğini söylemiştir.

A-9, veri gazeteciliğinin yeni ve parlayan bir alan olması sebebiyle medya sektörünün veri gazeteciliğine geçiş yapabileceğine değinirken, veri gazeteciliğinin kitleyi şekillendirdiğini ve medya organizasyonlarının yavaş yavaş veri gazeteciliği ekibi kurarak haberler yaptığına **G-27** *"Gazetelerde veri gazeteciliği donanımına sahip kişiler ekip halinde çalışmalara başladı. Eskiden gazete operatörleri sayfa planlaması yapardı, şimdi ise infografik, tablolar ve sayısal veriler üzerinde çalışıyorlar"* şeklindeki ifadeleriyle değinmiştir.

40 görüşmeciden 9'u medya organizasyonlarının veri gazeteciliğine kolayca geçiş yapacağını ve altyapılarının hazır olduğunu dile getirmiştir.

5.10.3. Patronsuz Gazetecilik Mümkün mü?

Veglis ve Bratsas (2017, s.225-244) tarafından yazılan "Reporters in The Age Of Data Journalism" adlı makalede veri gazeteciliği Yunanistan'da bulunan gazeteciler üzerinden irdelenmiş ve tartışılmıştır. Makalede 16 sorudan oluşan çevrimiçi bir anket uygulanmış ve 58 katılımcıya ulaşılmıştır. Makalede öne çıkan bulgular şu şekildedir; medya kuruluşlarında çalışan veri gazetecileri yok denecek kadar azdır. Veri gazeteciliği konusunda çalışan kişiler bağımsız olarak çalışmaktadır. Bu kapsamda yeni iletişim teknolojileri kullanılarak yapılan veri gazeteciliğinin patronsuz gazeteciliği beraberinde getirip, getirmeyeceği gazetecilere sorulduğunda farklı yanıtlar alınmıştır. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğiyle patronsuz gazeteciliğin de gelişeceğine vurgu yapmaktadır. Patronsuz gazeteciliğin, web tabanlı yapılan veri gazeteciliğinde etkin olabileceği görüşü savunan ve veri gazeteciliğiyle ileride patronsuz gazeteciliğin olabileceği görüşünü destekleyen **A-6**, **A-7**, **A-8**, **A-9**, **A-11, G-16**, **G-1**7, **G-24** ve **G-29** veri gazeteciliği örneğinin ana akım medyada yer almasından ziyade online mecrada karşılarına çıktıklarını ifade etmiştir.

Her alanda veri gazeteciliği örneklerine rastladığını ifade eden **G-29**, internet sayfalarında, televizyonlarda ve gazetelerde veri gazeteciliği örneklerinin olduğunu söylemiştir. **A-7** de bu görüşü destekleyerek, veri gazeteciliğinin daha çok alternatif

medyada görülmesinin sebebinin alternatif medyanın alt kategori olarak algılanmasından kaynaklandığını ifade ederek gelenekselde çok az veri gazeteciliği örneğinin görüldüğünü, insanların algısında kâğıtla kalemle yapılmayan her şeyin alternatif olarak görüldüğünü, mektup yazmak yerine gönderilen e postanın yeni bir imkân sağladığı için ötekini negatife düşürmediğini ve ikisinin beraber daha anlamlı olduğunu ifade etmiştir. Veri gazeteciliğiyle patronsuz gazeteciliğin olabileceğini fakat bunun zamana göre olduğuna değinen **A-11** bunu *"Eskiden yurttaş gazeteciliği kavramı ilk çıktığında herkes yurttaş gazeteciliği yapıyor gibi bir hava olmuştu fakat şimdi baktığımızda gazetecilik yapma türleri zamana göre çoğalıyor"* sözleriyle açıklamıştır.

G-29, yapay zekânın hızla geliştiği bir dönemde veri gazeteciliğiyle patronsuz gazeteciliğin mümkün olabileceğini, **G-22** yeni iletişim teknolojileri sayesinde gazetecinin kendi internet sitesini açabileceğini ve bu sitede topladıkları verilerle veri gazeteciliği yapabileceğini ve böylelikle de patronsuz gazeteciliğin mümkün olabileceğini dile getirmiştir. **G-17** ve **G-16** da, patronsuz gazeteciliğin özellikle reklam verene bağımlılığı azaltacağını savunurken **A-6** ise veri gazeteciliğiyle gelen patronsuz gazeteciliğin medya sahiplik yapısını çok fazla dönüştürmeyeceğini belirterek reklam verene bağımlılığın azalmayacağına dikkat çekmiştir.

Bazı gazeteciler ise medya sektörünün finansal olarak iyi bir durumda olmamasından ve medya şirketlerinde yer alan yönetim kadrosunun zihniyetinin geleneksel olmasından dolayı veri gazeteciliğiyle patronsuz gazeteciliğin mümkün olmayacağını dile getirmişlerdir. **G-7**, patronsuz gazeteciliğin Türkiye gibi telife önem vermeyen bir coğrafyada mümkün olmadığını dile getirirken **G-18** veri gazeteciliği ile patronsuz gazetecilik yapılabilmesinin mümkün olmadığını ve reklamverene bağımlılığın ortadan kalkmayacağını şu şekilde ifade etmiştir.

> Bugün web sitelerinde magazinsel konuların ya da erotik görsellerle donatılmış haberlerin daha çok tık aldığını biliyoruz. Veri haberciliğinin okuyucuyu ne kadar cezbettiği, gazeteye, televizyona ya da internet sitesine ne kadar okur ya da izleyici getirdiği değerlendirilmeli. Mevcut şartlarda patronsuz gazeteciliğin ya da reklamverene bağımlılığının veri gazeteciliği ile ortadan kalkmasının mümkün olmadığı düşüncesindeyim. **(G-18)**

A-10, veri gazeteciliğinin patronsuz olamayacağını ve tepede bir denetim mekanizmasının olmasının gerektiğini ifade etmiştir. **G-23** her iki görüşü de kısmen destekleyerek patronlu ve patronsuz gazeteciliğin veri gazeteciliği ile

gerçekleşebileceğini ama önce zihniyetin değişmesinin gerekli olduğunu dile getirmiştir. Artık haber merkezlerinde metne ve fotoğrafa dayalı haberciliğe odaklanmak yerine yeni hikâye anlatım tekniklerine yönelmesinin gerekliliğine ve bu konuda yatırım yapılmasının önemine dikkat çekmiştir.

40 görüşmeciden 9'u veri gazeteciliğiyle patronsuz gazeteciliğin etkin olabileceği görüşü savunurken gelecekte veri gazeteciliğiyle patronsuz gazeteciliğin olabileceği görüşünü desteklemiştir. 40 kişiden 4 görüşmeci ise veri gazeteciliğiyle patronsuz gazeteciliğin mümkün olmayacağını belirtmiştir.

5.10.4. Veri Gazeteciliğinde Geleceğine İlişkin Beklentiler

Gazetecilerin veri gazeteciliğinin geleceğine dair beklentiler konusunda farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinin geleceğine olumlu yaklaşmıştır. Veri gazeteciliğinin gelecekte ihtiyaç kadar kullanılacak bir gazetecilik türü olacağını belirten **G-6**, eğitimin artması ve dijitalleşmenin daha üst seviyelere çıkması sayesinde bunun olacağını şu sözlerle dile getirmiştir:

> Türkiye'de en az okunan haberlerin başında ekonomi haberleri gelirken, en çok okunan haberler ise spor ve magazin haberleridir. Veri gazeteciliğinin en rahat yer alabileceği alan ekonomi gazeteciliği olacaktır. Fakat ekonomi alanı çok az okunan bir haber kategorisinin içerisinde yer aldığı için veri haberciliğinde de daha az dikkat çeken bir şey olduğu düşüncesindeyim. 30 yıl sonra nasıl bir toplumda yaşayacağımızı şu an bilmiyoruz. Yeni nesil çok daha farklı gelişiyor, daha farklı şeyler öğreniyorlar belki 30 yıl sonra veri gazeteciliği önemli bir şey olabilir. Bugün için veri gazeteciliği sahada bir yansıması olacağına inanmıyorum. (**G-6)**

Dünya veri gazeteciliğinin öneminin farkına varmış ve uygulamalar yaparken Türkiye'de veri gazeteciliğinin geleceğine medya yöneticilerinin karar vereceğini dile getiren **G-14**, veri konusunda gazetecilere düşenin sadece verinin haberini yapmak yerine verileri tasnif ederek gazetecinin kendi veri setlerini oluşturması ve bunları açık kaynak olarak paylaşması olduğuna dikkat çekmiştir. **G-16** ise kurumların ve kuruluşların gazetecilere veri sağlama konusunda alternatif sunmaları gerektiğine vurgu yapmıştır.

Veri gazeteciliğinin önünü açık görmediğini belirten **A-3**, bunun nedeninin kurumsal ve toplumsal alanda verinin erişilebilir olmamasından kaynaklı olduğunu belirtirken medya sahiplerinin veri gazeteciliğinin öneminin yeterince farkında

olmadığını öne süren **G-14** ise, *"medya sahiplerinin gazetelerinde tek sermaye olan haberlerin içeriklerinin kaybolup gitmesine razı oluyorlar"* diyerek tepki göstermekte ve çözüm yolu olarak medya sahiplerinin haber oluşturmak için toplanan tüm verilerin tekrar kullanılabilir bir ürün olduğunun farkına varmaların ve veri gazeteciliği konusuna eğilmelerini gördüğünü belirtmektedir.

G-38 ve **G-13** veri gazeteciliğinin gelecekte daha da önem kazanacağını *"Veri gazeteciliği, gazeteciler için hem teknik açıdan, hem de araştırılmak istenen konular açısından kolaylık sağlamakta ve daha etkili bir şekilde haber üretimi sunmaktadır"* sözleriyle dile getirmiştir. İnsanların gazete okumadıkları için gazetelerin risk altında olduğunu ve veri gazeteciliğinin buna karşı bir alternatif oluşturabileceğine değinen **A-5**, veri gazeteciliği görünmeyen konuları gün yüzüne çıkarma ve konulara farklı açıdan bakmayı sağlamaimkanı barındırdığı için gelecekte daha önemli olacağına dikkat çekmiştir.

Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinin geleceğine olumsuz yaklaşmıştır. Türkiye'de veri gazeteciliğine çok olumlu bakmayan **G-10**, veri gazeteciliğinin uğraş ve çaba gerektiren bir tür olduğuna işaret ederek geleneksel gazetelerin ajanstan aldıkları haberlerle kopyala yapıştır şeklinde haber oluşturduklarını ve bu nedenle çok az gazetecinin yeni bir şeyler ortaya koyduğunu ya da koyabileceğini dile getirmiştir. **A-10** ise yapay zekâ konusunda dünyada yapılan en ilginç çalışmalardan biri olan yapay zekâ tarafından yazılan "Bir Bilgisayarın Roman Yazdığı Gün" adlı romana dikkat çekerek önümüzdeki zamanlarda veri gazeteciliğinin de robot gazetecilik gibi bir sistem olabileceğini; örneğin spor gazeteciliğinde maç skorlarından otomatik olarak verilerin toplanılıp haberler yapılabileceğine değinmiştir.

G-9 ise insanların artık zamanını daha etkin kullanmak için verilerle işlenen, analiz edilen ve raporlanan haberleri okumak istediklerini, veri gazeteciliği sayesinde kopyala yapıştır haberciliğin son bulacağını ve gelen bilginin işlenip yorumlanmasına yönelik kalifiye habercilik anlaşıyının ortaya çıkacağını savunmaktadır.

G-29, veri gazeteciliğinde gereksiz detaylara yer verilmediği, ele alınan konuların görsellerle desteklendiği ve zamanın değerli olduğu günümüzde veri gazeteciliğiyle yapılan kısa, net ve öz haberlerle gelecekte veri gazeteciliğinin daha da iyi bir konumda olacağına dikkat çekmiştir. **G-24**, veri gazeteciliğinin gazeteciliğin

toplumu bilgilendirme ve gücü denetleme yetisinin güçlendirmesi için önemli bir araç olacağını vurgularken veri gazeteciliğinin gelecekte yaratacağı olumsuz koşullara değinen **A-6** gazeteciliğin giderek veri gazeteciliğine doğru evrilmesi durumunda geleneksel gazetecilik süreçlerini takip eden gazetecilerin giderek 'sıradanlaşma' riski taşıyabileceğine dikkat çekmiş ve veri gazeteciliğinin olumlu olabilecek yanını ise şu sözlerle vurgulamıştır:

> Haber merkezlerinde içeriğinde büyük veri olan olaylarda çıkıp da o haber odasındaki gazetecilerden, muhabirlerden biri bu becerisini konuşturup diğer haber kuruluşlarından daha farklı, daha görsel, daha veriye dayalı bir habere imza attığında bu durum onu öne çıkartacak bir dinamiğe işaret ediyor. (**A-6**)

G-23 ise gazetecilerin teknik beceri eksikliği, kendini geliştirememeleri, Türkiye'de reklama bağımlılık, siyasal baskı, basın özgürlüğü ihlalleri ile oluşan medya ortamı ve kamu verilerinin açık formatta kamuoyu ile paylaşılmamasından dolayı Türkiye'de veri gazeteciliğinin geleceğinin olmayacağına dikkat çekmiştir.

Görüşmeciler arasından 7'si veri gazeteciliğinin Türkiye'deki geleceğine olumlu yaklaşmış ve gelecekte veri gazeteciliğinin daha da önem kazanacağına dikkat çekmiştir. Görüşmeciler arasından 8 kişi veri gazeteciliğinin Türkiye'deki geleceğine olumsuz yaklaşıp ve medya sektörünün veri gazeteciliğine hazır olmadığına değinirken, görüşmeciler ayrıca Türkiye'de veri gazeteciliğinin gelişmemesinin ana nedeninin medya patronlarının veri gazeteciliğini desteklememesi olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca görüşmeciler veri gazeteciliğinin geleceği hakkında şöyle bir ön görüde bulunmuştur; The Guardian, The New York Times gibi gazetelerin internet sitelerinde abonelik sistemine geçmeleri ve bu durumdan para kazanmaları, Türkiye'de de bazı gazeteleri abonelik sistemine geçmeye teşvik etmiş, fakat Türkiye'de insanlar medyadan haberleri ücretsiz olarak aldıkları için kullanıcıların hiçbiri abonelik sistemi için para vermeye yanaşmak istememiştir. Bu nedenle Türkiye'de medya sektöründe abonelik uygulaması faaliyet göstermemiştir. Toplumsal iklimin bu şekilde olduğu bir ülkede abonelik sistemiyle veri gazeteciliğinin finanse edilmesi mümkün görünmemektedir. Merkez ve çevre ayrımından yola çıkarsak, Türkiye'de veri gazeteciliğinin yaygınlaşması için ilk önce merkez olan ulusal medyanın veri gazeteciliğinde haber üretim süreci

gerçekleştirmesi ve gerçekleştirilen uygulamaların yerel medya tarafından takip edilmesi gerekmektedir.

5.10.5. Veri Gazeteciliği, Haber Üretim Süreci ve Sorunları

Bazı görüşmeciler Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapılamaması için bazı engellerin olduğunu belirtmektedir. Bu engeller veriye ulaşma sıkıntısı, veri gazeteciliği alanında çalışan gazetecinin sayısının azlığı ve medya patronlarının veri gazeteciliği için yatırım yapmaması olarak ele alınmıştır. **G-1** ve **G-13**, Türkiye'de veri gazeteciliği alanında çalışan gazetecilerin çok az sayıda olması, medya patronlarının bu alana özel istihdam sağlayarak böyle bir külfetin altına girmek istememeleri, açık veri kavramının tam anlamıyla gelişmemesi konularının Türkiye'de veri gazeteciliğinin önündeki engelleri oluşturduğuna işaret etmiştir. **G-3**, **G-16** ve **G-25**, oto-sansür çerçevesinde haberlerin üretilmesi, veriye nereden ulaşılacağının bilinmemesi, yabancı dil konusundaki eksiklikler nedeniyle kaynakları anlamada sorun yaşanması, Türkiye'de demokrasi ve basın anlayışının olmamasını veri gazeteciliğinin önündeki engeller olarak görmüştür. Veri gazeteciliğinin Türkiye'de çok bilinen bir gazetecilik türü olmadığını belirten **G-29** ise veri gazeteciliğinin önündeki en önemli engelin veriye hemen ulaşamamak ve doğrulayamamak olduğunu dile getirmiştir.

Veri gazeteciliğinde haber üretim süreçleri içerisinde yer alan veri temizleme aşamasının gazetecileri zorlayabileceğine ve Türkiye'deki gazetecilerden bu yetkinlikleri kullananların çok az olduğunu dile getiren **G-1**, uygulama açısından bakıldığında da yapılandırılmamış veriyi toplayıp, excel dosyası haline getiren ve kullanıma açan bir sitenin olamamasından dolayı, gazetecilerin belli sıkıntılar yaşandığını ifade etmiştir. Veri temizleme ve analiz sürecinin teknik anlamda en çok çabayı gerektiren ve sıkıntılı süreç olduğunu söyleyen **G-24**, bu alanda veri gazetecilerinin yazılımcılarla birlikte çalışıp bu sorunları minimuma indirgeyecek çözümler bulmasının mümkün olabileceğini de sözlerine eklemiştir. **G-13** ise, gazetecilerin veri analizine dayanan bilgisayar programlarını ileri derecede kullanamıyor oluşundan dolayı veri gazeteciliğinde haber üretim süreçlerinde sıkıntı yaşadığını ifade etmiştir.

Görüş birliği içerisinde olan **G-2**, **G-4**, **G-10** ve **G-29** veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde yaşanılan en büyük sıkıntılarının farklı kaynaklardan alınan ya da elde edilen verilerin ne kadar doğru olduğunun teyit edilmesi, temizlenmesi ve yorumlanması aşamalarında olduğuna değinmiştir. **G-5** ise veri gazeteciliğinde haber üretim sürecini tarafsızlık boyutu açısından ele alarak dünyada tarafsız gazeteciliğin olduğuna inanmadığını ve veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde tarafsızlığın olmadığı yönündeki görüşünü şu sözlerle anlatmıştır:

> Bir olay meydana geliyor bu olayı haber olarak verirken cumhuriyet gazetesinden bir kişinin yaklaşımı ile benim yaklaşımım arasında fark var çünkü herkes kendi ideolojik unsurları destekleyecek haberleri ön plana çıkarmanın derdinde. Dolayısıyla haber toplama, gazetecinin kendi fikirlerini, kendi ideolojik yapısını besleyecek verileri toplayıp haber oluşturmaktan ibarettir. **(G-5)**

G-5'in söyleminden yola çıkarak veri gazeteciliği ekonomi politik yaklaşım üzerinden değerlendirildiğinde, veri gazeteciliği yapan medya kuruluşları ya da bağımsız kuruluşlar kar amacı gütmektedir. Ekonomi politik yaklaşım, medyayı ticari bir işletme olarak görmektedir. Bu nedenle medyanın mülkiyet yapısından dolayı haberlerin verilerle yapılsa dahi tarafsız olması imkânsızdır.

G-17 ve **G-26**, haber üretim sürecinde en büyük sorunun verilere ulaşma konusunda olduğuna dikkat çekmiştir. **G-18**, veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde bilgiye ulaşmada sıkıntı yaşadığını, haber yaparken verilere ulaşmanın zaman aldığını Bilgi Edinme Yasası ile bilgi talep edildiğinde cevabın 15 gün içerisinde geldiğini ya da bazı kurumlardan cevap alınamadığı konusuna dikkat çekmiştir. Diğer görüşmecilerin aksine **G-16** ve **A-2** veri gazeteciliğinin sıkıntı yaşamak yerine tam tersi haber üretim sürecinde sorunları çözmek için iyi bir yol olduğunu söyle aktarmıştır:

> Kaynak bulma, ikinci bir kaynaktan teyit etme ve filtrelemede zorluk yaşayabiliyorum. Veri gazeteciliği aslında bu sorunlar için iyi bir çözüm seçeneği sunuyor. Kaynakları çeşitlendirmesi ve analiz sonucunda doğruya en yakını bulabilmemiz açısında kilit rol oynayabilir. **(G-16)**

A-2 ise, veri gazeteciliğinde haber üretiminde sorunla karşılaşılmadığını, elde edilen tüm bilgi ve dokümanların daha özgür platformlar aracılığıyla belirli bir kesim gözetilmeden paylaşılabildiğini dile getirmiştir.

Bazı gazeteciler Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapılamaması için bazı engellerin olduğunu belirtmiş, bazıları ise veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde hiçbir sorun olmadığını ifade etmiştir. 40 görüşmeciden 16'sı haber üretim sürecinde veriye ulaşma sıkıntısı, veri gazeteciliği alanında çalışan gazetecinin azlığı ve medya patronlarının veri gazeteciliği için yatırım yapmaması gibi sorunların olduğunu ifade etmiştir. 40 gazeteciden 2'si ise veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde hiçbir sıkıntıyla karşılaşılmadığının üzerinde durmuştur.

5.10.6. Veri Gazeteciliği ve İstihdam

Günümüzde teknolojinin gelişmesi daha çok veri kaynağının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Büyük veri kaynağının olması bazı sıkıntıları da beraberinde getirmiştir. Bu sıkıntılardan en önemlilerinden biri de elde edilen veri kaynaklarının temizlenip, filtrelenip, analiz edilip okuyucuya sunulmasını gerçekleştirecek olan insan kaynağının eksikliğidir.

Bu kapsamda, veriler çoğaldıkça ilerleyen dönemlerde veri kaynaklarını insanlara aktaracak kişilere ihtiyacın ortaya çıkacağı düşüncesinden yola çıkılarak gazetecilere veri gazeteciliğinde istihdam imkânı sorulduğunda bazı gazeteciler istihdam imkânlarının olduğuna değinirken bazıları ise veri gazeteciliği alanında gazetecilerin istihdam edilemeyeceği görüşünü savunmuştur.

Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde istihdam imkânlarının Türkiye şartlarında yaratılamayacağı görüşünü desteklemektedir. Medya patronlarının veri gazeteciliği alanında insanların istihdam etmesine mesafeli yaklaşan ya da veri gazeteciliğinde istihdam imkânı olmayacağını düşünen gazeteciler ise düşüncelerini şöyle ifade etmiştir:

G-26, Türkiye'de yer alan medya kuruluşlarının veri gazeteciliği konusunda gazetecileri istihdam etmek için istekli olmadığını belirtirken **G-1** ve **G-23**, gazetelerin finansal bağımsızlığa sahip olmadığından dolayı veri gazeteciliği konusunda geri kaldıklarını, Türkiye'de haber medyasının reklam dışında okura güven sunacak bir iş modeli geliştirmesi ile istihdam oluşturulabileceğine dikkat çekmektedir.

A-7, geleneksel medya sektörünün veri gazeteciliğinin çok bilincinde olmadığı bu nedenle de istihdamın olamayacağını dile getirirken geleneksel gazetecilikte işe alım süreçlerinde her şeyden biraz bilsin ve benim istediğimi yapsın anlayışının aslında veri gazeteciliğine tekabül ettiğini şu ifadelerle desteklemektedir:

> Aslında geleneksel gazetecilerin bahsettiği "her seyden biraz bilseler anlayışı" tam da veri gazetecilere denk geliyor. Veri gazetecileri kaynaklara erişmeyi de biliyorlar, verilerden hikâyeler çıkarmayı da biliyorlar, görselleştirmeyi de biliyorlar. Yani ayrıca gazetede görsel bir ekip oluşturmanıza gerek kalmıyor. Fakat bizde haberin hikaye kısımına verilen önem daha fazla olduğu için veri gazeteciliği titrini kullanan gazeteciler daha oluşmadı yine desosyal medya hesaplarında kişilerim ünvanlarına baktığımız zaman veri gazetecisi tabiri kullanan insanlara rastlar olduk. İnsanlar bu tabiri kullanarak kendini sadece gazeteci olmaktan farklı olarak vurguluyor. (**A-7**)

Aynı görüşü destekleyen **G-6**, medya sahiplerinin sadece para kazanacakları şeylere yatırım yaptığını, veri gazeteciliğini bir para kazanma vasıtası olarak görürlerse yatırım yapıp istihdam imkânları sağlayacağına değinmiştir. **G-7** de basın sektöründe Demirören ve Turkuaz vb. büyük grupların denetimi var olduğu sürece veri gazeteciliği konusunda medyada istihdam imkânlarının yaratılmayacağını ifade etmiştir.

Türkiye'de veri gazeteciliğinde istihdam olanaklarına olumlu yaklaşan gazetecilerden farklı olarak bazı gazeteciler ise Türkiye'de veri gazeteciliğinde istihdam imkânlarına olumlu yaklaşımad bulunmuştur. **G-27**, Türkiye'de veri gazeteciliğinde istihdam imkânlarının var olduğuna ve geliştiğine şu sözleriyle dikkat çekmektedir:

> Bazı internet sitelerinde infografik çalışmalarıyla veri gazeteciliği yapıldığını görmekteyim bu kapsamda medya sektöründe veri gazeteciliği konusunda istihdamın yavaş yavaş başladığını söyleyebiliriz. Eskiden grafik servisi denildiğinde karikatür anlaşılırdı, içerisinde çizim ekibi vardı. Şimdi ise grafik servisleri içerisinde istatistiki çalışmaları yapan kişiler var. Bu da başka bir açıdan veri gazeteciliğinde istihdam imkânlarının geliştiğinin bir göstergesidir.
>
> sözleriyle dikkat çekmiştir.

G-3 ise, günümüzde veri gazeteciliği alanının oldukça gelişmeye açık göründüğünü ve kendini veri gazeteciliği alanında yetiştiren kişilerin özellikle dijital gazete mecralarında istihdam imkânı bulabileceğine vurgu yapmaktadır. **G-21**, gazetelerde veri analizi yapan ve verileri anlamlı hale dönüştürüp haber yapan kişi

sayısının azlığına dikkat çekerken **G-8** haber ajansları ve ekonomi haberleri veren televizyonlarda, dergilerde ve ulusal günlük gazetelerde veri gazeteciliği konusunda istihdam oluşturulabileceğine değinmiştir.

Medya sektöründe veri gazeteciliği alanında istihdam oluşturabileceği konusuna ılımlı yaklaşan **G-13**, veri gazeteciliğinde belirli programları kullanabilen, bu alanda uzmanlaşan kişilerin diğer gazetecilerin mutlaka önüne geçeceğini, tüm bu gelişmelerin gazeteciler tarafından olumlu karşılanacağını belirtmiştir. **G-5** ise geleneksel medya sürecinde sadece bilginin önemli olduğunu, veri gazeteciliğinde ise bilginin sunumunun da önem kazandığını belirtmiş ve geleneksel medya azalıp, dijital mecradan bilgi alma daha da hızlandığı zaman veri gazeteciliği konusunda istihdamın giderek artacağını şu şekilde dile getirmiştir:

> Geleneksel medyada veri gazeteciliği alanında istihdam olacağını düşünmüyorum. Ama seçim dönemlerinde bol miktarda verilerle haber yapılıyor o yüzden dönemlerde belki dönemsel olarak veri gazetecileri istihdam edilebilir. Belki veri gazeteciliği konusunda görsel medyada daha fazla istihdam olabilir. Grafik programlarını çok iyi kullanan, hareketli videolar yapabilen, grafiği video ile buluşturabilen kişiler kolaylıkla istihdam edilebilir. (**G-5)**

G-2, veri gazeteciliğinde istihdam imkânının olduğunu ve nasıl gerçekleştirildiğini örnekle ele almıştır. Haber ajansı içerisinde yer alan infografik servisini örnek göstererek, 6-7 kişiden oluşan bu bölümün sabah haber toplantısında veri haberi içeriği konusunda bir fikir çıkartarak ilgili infografik çalışmalarını yürüttüğünü dile getirmiş ve tüm medya kuruluşlarında bu tür birimlerin kurulmasının gerekli olduğunu ve televizyonlarda, gazetelerde, sosyal medyayı etkin kullanabilecek veri gazetecilerinin istihdam edilmesi gerektiğini ifade etmiştir.

A-11, Gazetecilerin veri gazeteciliğinde haber üretiminde kullanılan araçları kullanmayı bildikleri koşullarda gazetecilerin iş bulabilme açısından daha şanslı olduklarını ifade etmiş, **G-24** ise veri gazeteciliğinde istihdamın gerçekleşmesi için medya sektörünün çağı yakalaması ve bu alanın önemini kavrayıp yatırım yapmaya başlaması gerektiğini savunmuştur. **G-29**, Türkiye'de veri gazeteciliği alanında istihdam alanlarının özellikle ilerleyen zamanlarda hızla oluşabileceğini, Türkiye için bu alanın gelişmekte olan meslekler arasında yer aldığını ifade etmiştir. **G-23** ana akım medyanın veri gazeteciliğine ilgisiz kaldığını, medya organlarının ise bu alana muhtemelen hibrit becerilere sahip ekipler oluşturarak veya bireysel veri muhabirleri

istihdam ederek gireceklerini dile getirmiş ve buna ek olarak veri gazeteciliğinin hem zahmetli hem de kaynak gerektiren bir gazetecilik türü olduğuna dikkat çekmiştir.

Gazete sahibi olan **G-25**, uzman gazetecilik kavramının önemli olduğunu bu nedenle veri gazeteciliği açısından gerçekten uzmanlık sahibi kişiler olduğunda istihdam edilebileceğini söylemiştir. **A-8**, medya sektöründeki istihdam olanaklarının hali hazırda oldukça sınırlı olduğunu göz önünde bulundurarak, kısa dönemde medyada böyle bir değişimin beklemediğini dile getirmiştir. **A-10** ise, ne kadar çok veri gazetecisi istihdam edilirse haber içeriklerinin bir o kadar zenginleşeceğini, yeni kuşak sayesinde medya sektörünün veri gazeteciliğine ilgisiz kalamayacağını savunmuştur.

40 görüşmeciden 14'ünün Türkiye'de veri gazeteciliğinde istihdam imkânlarının yaratılabileceğine karşı olumlu görüşleri bulunmaktadır. 6 kişinin ifadelerine bakılırsa, veri gazeteciliği alanında insanların istihdam edilmesine biraz mesafeli yaklaştıkları ve veri gazeteciliğinde istihdam imkânı olmayacağını düşündükleri görüşü ortaya çıkmaktadır.

Özetle, Türkiye'de veri gazeteciliğini önündeki engeller ele alındığında, yasal tanımlama, veri gazeteciliğinin medya sektöründe dönüşüm yarattıp yaratmadığı, patronsuz gazeteciliğin veri gazeteciliğiyle mümkün olup olamayacağı, gazetecilerin veri gazeteciliğine ilişkin beklentileri, veri gazeteciliğinde haber üretimi kapsamında sorunlar ve son olarak da veri gazeteciliği sürecinde istihdam konu başlıkları ele alınmıştır. Bu kapsamda görüşmecilerin görüşleri ele alındığında veri gazeteciliğinin yasal bir tanımlamaya ihtiyacı olmadığı görüşünün hâkim olduğu görülmektedir. Veri gazeteciliğinin medya sektöründe dönüşüm yaşayıp yaşamadığı konusu ele alındığında ise veri gazeteciliğinin medya sektöründe bir dönüşüm gerçekleştirmediği sonucuna varılmıştır.

Veri gazeteciliğiyle birlikte patronsuz gazeteciliğin mümkün olup olmadığı konusunda gazetecilerin görüşlerinin eşit olarak iki yaklaşımı da desteklediği görülmüştür. Veri gazeteciliğinin geleceği konusunda gazeteciler, Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapılamaması için bazı engellerin olduğunu belirtmektedir. Bu engellere bakıldığında veriye ulaşma sıkıntısı, veri gazeteciliği alanında çalışan

gazetecinin azlığı ve medya patronlarının veri gazeteciliği için yatırım yapmaması olarak ele alınmıştır.

Görüşülen gazetecilerin medyada veri gazeteciliği konusunda istihdam olanaklarına yaklaşımına bakıldığında ise, bazı gazetecilerin bu konuda umutlu olduğu ve yakın bir gelecekte veri gazeteciliği konusunda istihdam imkânlarının oluşabileceği kanaatine varılırken, bir diğer taraftan ise veri gazeteciliği konusunda bazı gazeteciler için istihdam imkânının yaratılamayacağı bunun en büyük nedenin ise veri gazeteciliğinin medya sahiplerine para kazandırmayacağı için bu alana yatırım yapmak istememelerinden kaynaklanmaktadır.

5.11. Yorumlar

Tez kapsamında oluşturulan 3 temel araştırma sorusunu yanıtlamak üzere gerçekleştirilen görüşmelerde 10 başlık üzerinden gazetecilerin veri gazeteciliğine ilişkin yaklaşımları sorgulanmıştır. Yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular yukarıda sunulmuştur. Sunulan bu bulgular belirtilen 10 alt başlıkta değerlendirilmiş ve gazetecilerin verdikleri yanıtlar temelinde yorumlanmıştır.

Başlıklar içerisinden ilk olarak ele alınan gazetecilerin veri gazeteciliğine bakışı kapsamında akademisyenlerin ve gazetecilerin veri gazeteciliği tanımlarına yer verilmiştir. Bu tanımlamalar içerisinde gazeteciler ve akademisyenler kendilerine yakın veri gazeteciliği tanımını seçerken tanımlar içerisinde yer alan veri ve analiz kelimelerine odaklandıkları dikkat çekmiştir. Birçok gazeteci Broussard'ın veri gazeteciliği tanımını kendi ifadelerine daha yakın bulduklarını belirtmiş ve Broussard'ın veri gazeteciliği tanımı içerisinde yer alan "yalanlara yer verilmeden verinin kullanılması" ifadesinin önemine vurgu yapmıştır. Ayrıca gazetecilerin ve akademisyenlerin kendi yaptıkları veri gazeteciliği tanımları ele alındığında ise objektiflik, görselleştirme, hikâyeleştirme, sınıflandırma, anlaşılabilirlik, analiz etme, gerçeği yansıtma gibi anahtar kelimelerin çok sık olarak tekrarlandığı görülmüştür. Bu kapsamda gazetecilerin veri gazeteciliğinin tanımına ilişkin verdikleri yanıtlardan gazetecilerin önemli bir kısmının veri gazeteciliğini "veri miktarının artması" ve "bilgisayarlarla işlenebilmesi" çerçevesiyle sınırlı, nicel bir gelişme aşaması olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Tanım yaparken dijital göçmen (ve yaşça daha büyük)

gazetecilerin bu yöndeki görece daha az heyecanlı yaklaşımlarına karşın dijital yerli gazetecilerin veri gazeteciliğini nitel bir sıçrama, yeni ve henüz büyüklüğü anlaşılamayan bir çağın başlangıcı olarak ifade ettikleri görülmüştür. Tanım aşamasında ortaya çıkan bu fark gazetecilerin veri gazeteciliğine ilişkin diğer başlıklardaki yaklaşımlarında da ortaya çıkan ikili ayrımı destekler niteliktedir.

İkinci olarak veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde haber değerleri ele alındığında bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde haber üretim süreçlerinde geleneksel haber değerlerinin kullanıldığını söylerken bazı görüşmeciler ise veri gazeteciliğinin kendi haber değerlerini oluşturduğu görüşünü savunmaktadır. Veri gazeteciliğinde geleneksel haber değerlerinin hala kullanıldığını savunan gazetecilerin, veri gazeteciliğinin yeniden haber değerleri ürettiğini söyleyenlere göre daha fazla olduğu görülmektedir. Geleneksel haber değeri anlayışının devam ettiği görüşünü savunan gazeteciler haber değerlerinden güncellik, zamanlılık ve hedef kitle gibi haber değerlerinin veri gazeteciliğinde de ön plana çıktığına vurgu yapmıştır. Veri gazeteciliğinde yeni haber değerlerinin ortaya çıktığı görüşünü destekleyen gazeteciler ise yeni iletişim teknolojilerinin sayesinde geleneksel gazetecilikte yer alan zamanlılık ve hızlılık gibi haber değerlerinin veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kullanılan haber değerlerinden farklı olduğunu vurgulamıştır. Aynı zamanda 'anlamlılık' ve 'süreklilik' gibi geleneksel gazetecilikte yer almayan haber değerlerinin veri gazeteciliğinde yer alması gerektiğine de dikkat çekilmiştir. Veri gazeteciliğinde haber değerleri kapsamında iki farklı görüş olsa da medya sektöründe uzun yıllar çalışan gazetecilerin görüşlerinden yola çıkılarak veri gazeteciliğinin kendi haber değerini üretmediği ve daha çok geleneksel gazeteciliğin içerisinde yer alan haber değerlerini kullandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Üçüncü olarak haber üretim sürecinin en önemli aktöründen biri olarak ele alınan haber kaynaklarına veri gazeteciliği haber üretim sürecindeki kullanımı açısından bakıldığında gazetecilerin haber üretim sürecinde birincil kaynak olarak devlet yetkilileri ve uzmanlardan, ikincil kaynak olarak ise raporlardan, belgelerden yararlandığı görülmüştür. Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde birincil ya da ikincil kaynak kullanımıyla ilgili farklı görüşler mevcuttur. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde ikincil haber kaynaklarının kullanımının daha

fazla olduğuna dikkat çekerken bazı gazeteciler ise birincil ve ikincil kaynak kullanımı arasında fark olmadığına ve bunun haber üretim şekline göre değiştiğine dikkat çekmiştir. İkincil kaynak kullanımına dikkat çeken gazetecilerin genç kuşak olduğu ve gazetecilik alanında en az beş yıl deneyime sahip oldukları anlaşılmaktadır. Görüşülen kişiler veri gazeteciliğinde kaynaklara erişim konusunda çoğunlukla bir sıkıntı yaşanmadığını tam aksine yeni iletişim teknolojilerinin veri gazeteciliğinde haber üretim sürecine dâhil olmasıyla birlikte hız kazandığını belirtmişlerdir. Bu söylemden de anlaşıldığı üzere veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kaynak erişimi genellikle yeni iletişim teknolojileri üzerinden gerçekleşmektedir. Bu nedenle veri gazetecilerinin teknoloji bilgisine sahip olduğu görüşü hâkimdir. Ayrıca veri gazeteciliğinde gazeteciler elde ettikleri kaynaklardan kendi veri setlerini oluşturup haber üretim sürecini sağlamaktadır.

Dördüncü olarak veri gazeteciliğinde kullanıma açıklık ve verilere erişim başlığı altında ele alınan görüşlerden gazetecilerin açık verileri haber üretim sürecinde çok sık kullanamadığı olmuştur. Bunun en önemli nedenlerinden birinin Türkiye'de verilerin çok erişilebilir olmaması ve kurum/kuruluşların verilerini açık şekilde paylaşmaması olduğu anlaşılmaktadır. Bir diğer görüş ise açık veri sağlayacak veri portallarının yetersiz olmasını neden olarak görmektedir. Gazetecilerin veri gazeteciliği haber üretim sürecinde verilere nerelerden ulaştığı sorgulandığında ise açık verilerin devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının paylaştığı kaynaklardan elde edildiği gibi, birçok farklı mecradan da bu verilere ulaşıldığı sonucuna varılmıştır.

Beşinci olarak veri gazeteciliği süreci içerisinde yer alan büyük veri kavramı ele alındığında gazeteciler büyük veri yığınları içerisindeki verileri kullanarak haberler üretmektedir. Gazeteciler genellikle veri gazetecilerinin haberleri oluştururken büyük veriler üzerinden seçim yaparak kendi ideolojik fikirlerini habere yansıtabileceği görüşünü desteklemiştir. Gazeteciler ayrıca internet üzerinden verileri elde eden veri gazetecisinin kullandığı anahtar kelimelerin bile ulaşılan bilginin farklılaşmasını sağlayabildiğini, bu nedenle gazetecilerin haber üretim aşamasında büyük veri kullanımının aynı geleneksel gazetecilikte olduğu gibi ideolojik bir unsur barındırdığını ifade etmişlerdir. Bu kapsamda gazetecilerin çoğu veri gazeteciliğinde

haber üretim sürecinde büyük verinin ayrılmaz bir parça olduğunu dile getirmiştir. Bazı görüşmeciler ise büyük verilere herkesin eşit şekilde ulaşamadığı konusuna dikkat çekmiştir.

Altıncı olarak ele alınan denetim kavramı veri gazeteciliği açısından ele alındığında, geleneksel habercilikteki denetim anlayışının veri gazeteciliğinde azaldığını söyleyen gazetecilere göre bunun en önemli nedenleri; veri gazeteciliğinin geleneksel gazeteciliğe oranla daha rahat hareket etmesi ve bağımsız platformlar üzerinden de haber üretimlerinin sürdürülebilir olmasıdır. Geleneksel gazetecilikte ise bir medya kuruluşuna bağlı olma söz konusu olduğu için medya kuruluşu üzerinde devletin bazı denetim mekanizmalarının işlemesi daha etkili olabilmektedir. Veri gazeteciliğinde denetimin var olduğunu söyleyen gazeteciler ise genellikle çalıştıkları kurum ve kuruluşun yaklaşımından, yeni iletişim teknolojilerinin denetim imkânı sunmasından dolayı kendilerini denetim altında hissettiklerinden bahsetmişlerdir.

Yedinci olarak veri gazeteciliğinin Türkiye'deki durumu gazeteciler üzerinden ele alındığında görüşmeciler gazetecilerin sadece haber yapan değil, istatistik bilgisine, sosyal medya yönetimine, internette veri aramayı bilecek kadar teknoloji kullanımına sahip olan kişiler olması ve dili iyi kullanıp hikâye üretmeleri gerektiğini de dile getirmiştir. Gazetecilerin değindiği veri gazetecisinde bulunması gereken özelliklere bakıldığında genellikle teknik bilgi karşımıza çıkmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden biri veri gazeteciliğinin yeni iletişim teknolojileriyle iç içe geçmiş bir gazetecilik türü olmasından dolayıdır.

Sekizinci başlık olarak ele alınan veri gazeteciliğinde görsel kullanımı gazeteciler üzerinden ele alındığında veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde görsellerin kullanılmasının okuma süresini kısalttığını ve okuyucuya zaman kazandırdığı sonucuna varılmıştır. Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde görsellerin kullanılması sonucunda verilerin daha anlaşılır hale geldiğini ve verilerin görsel kullanımı ile anlatılmasının haberleri daha özet olarak verdiğini dile getiren görüşmecilere göre veri gazeteciliği, infografik ve grafikleri bir araya getirilerek ürettiği haberler ile geleneksel haberciliğin pratiklerini değiştirmiştir. Ayrıca gazeteciler, veri gazeteciliğinde haber üretim aşamasında kullanılan verileri tablolar, grafikler ve interaktif haritalarla daha anlaşılır olarak okuyucuya aktarılmasının

gelecek zamanlarda daha anlamlı olacağını ifade etmiştir. Veri gazeteciliğinde dil ve görsel kullanımı görüşmecilerin görüşleri üzerinden ele alınırsa, veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde zayıf bir içerik ya da doğru seçilmemiş yazı karakterleri veya tasarım yüzünden okuyucunun konuya olan ilgisinin çabucak yitirilebileceği diğer taraftan haberin tüm ayrıntılarıyla etkili bir şekilde sunulduğundan okur tarafından kolayca algılanabileceği aktarılmıştır.

Dokuzuncu olarak ele alınan veri gazeteciliğinde güvenilirlik yapılan ürüne, gazeteciye ve erişim yayma konusunda güvenilirlik olmak üzere 3 başlık altında ele alınmıştır. İlk olarak yapılan ürüne güvenilirlik başlığı ele alındığında bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde yapılan ürünün güvenilir olduğunu dile getirirken, bazıları ise veri gazeteciliğinde üretilen haberlerin tam aksine güven vermediğine vurgu yapmaktadır. İkinci olarak ele alınan gazetecilere güvenilirlik konusunda ise farklı görüşler yer almaktadır. Bu görüşlerden ilki veri gazeteciliğinin gazetecilere karşı oluşan güven problemine çözüm olacağı yönünde olsa bile bir diğer görüş tam aksine veri gazeteciliğinin gazetecilere karşı güven problemi için hiçbir fayda sağlayamayacağı inancını içermektedir. Son başlık olarak ele alınan veri gazeteciliğinde erişim ve yayma konusunda bazı gazeteciler veri gazeteciliğinin yeni iletişim teknolojilerini daha fazla kullandığı için birçok insana eriştiğini ele alırken diğer gazeteciler ise erişim ve yayma konusunda daha olumsuz bir tutum izleyerek verilere erişimin denetimden geçtikten sonra gerçekleştiğini ve bu nedenle veri gazeteciliğinde de erişim konusunda temkinli yaklaşmak gerektiğini vurgulamışlardır.

Onuncu başlık olarak veri gazeteciliğinin alıcılar açısından nasıl bir etki yarattığı ele alındığında gazetecilerin görüşlerine göre genç kuşağın nüfus olarak fazlalaşması, okuyucu kitlesinin ve sosyolojik olarak toplumumuzun, haber kaynaklarına, kitle iletişim araçlarına yaklaşımının değişmesine neden olduğunu ve veri gazeteciliğinin genç kuşağa daha çok hitap ettiği görüşü ortaya çıkmıştır. Bu görüşün ortaya çıkmasında ki en büyük nedenlerden birinin veri gazeteciliğiyle yeni iletişim teknolojilerinin kurduğu ilişkiden kaynaklanmaktadır. Gazeteciler haber üretim süreçlerinde yeni iletişim teknolojileri üzerinden ücretsiz veri gazeteciliği araçları kullanmaktadır. Veri gazeteciler haber kaynaklarını toplarken yeni medya ve veri bankalarından daha çok yararlanır hale gelmiştir. Bu durum sektörde daha çok

uzmanlaşmış kişilerin çalışma zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. Veri gazeteciliğinin okuyucular arasında dijital uçurum yaratıp yaratmadığı konusunda ise iki farklı görüş mevcut olup görüşmeciler arasından dijital uçurum yaratmaz diyenlerin sayıca daha fazla olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulgudan yola çıkılarak teknolojiyi 10 yıldan fazladır kullanan görüşmecilerin veri gazeteciliğinin dijital uçurum yaratmayacağı görüşünü desteklediği görülmektedir. Derinlemesine görüşme yapılmadan önce veri gazeteciliğinde kuşaklar arası fark olacağı düşüncesi hâkim olup görüşmeler sonucunda ortaya çıkan sonuç veri gazeteciliği için alıcının yaş faktörü önemli bir kıstas oluşturmamaktadır.

BÖLÜM 6. SONUÇ

Geçmişten günümüze veriler günlük hayatımızın en önemli unsurlarıdır. Farkında olmasak da günlük hayatımızın birçok alanında verilerle karşılaşmaktayız. Günümüzde birçok şeyin sayılarla ifade ediliyor oluşu dijital dünyaya olan bakışı ve ilgiyi arttırmıştır. Bu nedenle günümüzde verilerin önemini ortaya çıkartan ve veriyi bir gazetecilik anlayışıyla ele alıp işleme yetisine dayanan veri gazeteciliği ortaya çıkmıştır.

Ele alınan tez çalışmasının ana problemi, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle önem kazanan veri gazeteciliğinin, dünyada bir uzmanlık alanı olarak ele alınırken, Türkiye'de sadece alternatif medya sitelerinde gözlenmesi ve bu konuda uzman gazetecilerin eksikliğinin hissedildiğine ilişkin görüştür. Bu görüşten yola çıkılarak tez çalışmasında veri gazeteciliğinin haber üretim sürecinin kendisi, aktörleri ve ürünleri üzerinde yarattığı dönüşüm sürecine odaklanılmıştır.

Kitle iletişim süreçlerinin işleyişi liberal ve eleştirel olmak üzere iki farklı yaklaşımda ele alınmıştır. Basını toplumun aynası olarak gören liberal kuram ve medyanın iktidar ilişkilerinden bağımsız olamayacağını savunan eleştirel kuram çerçevesinde gazetecilerin veri gazeteciliğine bakışı açıklanmaya çalışılmış, veri gazeteciliğinde haber üretim süreci analiz edilmiştir. Liberal, eleştirel ve teknolojik yaklaşımlar bu sürecin açıklanmasında kullanılmıştır.

Çalışmada Türkiye'de veri gazeteciliğinin uygulanırlığını ve pratik alanda nasıl kullanıldığını anlamak ve gazetecilerin veri gazeteciliğine bakışını ortaya koymak amacıyla veri toplama yöntemi olarak niteliksel araştırma yöntemlerinden "derinlemesine görüşme" kullanılmıştır. Türkiye'de gazetecilerin veri gazeteciliğinde haber üretim süreçlerini ele alarak gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler Türkiye'de gazeteciler veri gazeteciliğine nasıl yaklaşmakta ve veri gazeteciliğinin gazeteciler ve alıcılar açısında etkisini nasıl görmektedir?, Türkiye'deki gazeteciler veri gazeteciliğinin haber üretim sürecine etkileri hakkında ne düşünmektedir? ve Türkiyede gazetecilerin veri gazeteciliğinin olumlu/olumsuz getirileri ve önündeki engeller, sunduğu fırsatlar hakkında ne düşünmektedir? gibi soruları üzerine inşa edilmiştir.

Derinlemesine görüşme yöntemiyle farklı kurumlarda çeşitli pozisyonlarda çalışan 29'u gazeteci 11'i akademisyen olmak üzere toplamda 40 kişiyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Ele alınan araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme formundaki sorular, literatür taramasından sonra oluşturulan tezin birinci bölümde kuramsal çerçeve ve ikinci bölümde incelenen örnekler üzerinden oluşturulmuştur. Bu yöntem kapsamında, 10 ana tema üzerinden katılımcılara veri gazeteciliği ve haber üretim süreçleriyle ilgili yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme soruları sorulmuştur.

Gazetecilerin veri gazeteciliğine yaklaşımları tanım, dünyada veri gazeteciliğine bakış ve son olarak Türkiye'de veri gazeteciliği yaklaşımları olmak üzere 3 konu başlığı altında incelenmiştir. Gazetecilere ve akademisyenlerin veri gazeteciliği tanımları ele alındığında iki farklı görüş ortaya çıkmıştır. Gazeteciler, veri gazeteciliğini tarafsız habercilik yapılmasının şekli, görselleştirmenin ve hikâyeleştirmenin ön planda olduğu bir habercilik anlayışı olarak ele alırken, akademisyenler veri gazeteciliğine daha eleştirel bir gözle bakarak verdikleri veri gazeteciliği tanımlarında verileri yorumlamanın önemine ve uzmanlaşmaya değinmişlerdir.

İkinci olarak ele alınan başlık ise, gazetecilerin dünyadaki veri gazeteciliğini nasıl algıladıkları ve anlamdırdıkları üzerine sorulmuş sorulardan oluşmuştur. Bu kapsamda bazı gazeteciler verinin haber üretim sürecinde geçmişten günümüze kullanıldığı görüşünden yola çıkarak, dünyada veri gazeteciliğinin tarihinin sanıldığı kadar yeni olmadığını, gazeteciliğin başlangıcından bu yana gerek haberlerde, gerek makalelerde, gerek dizi yazılarda "veri"lerden yararlanıldığına değinmişlerdir. Bazı görüşmeciler ise veri gazeteciliğinin yeni iletişim teknolojileri sayesinde daha ön planda olduğunu ve 2010'da yaşanan WikiLeaks olaylarından sonra veri gazeteciliği adını aldığına değinmişlerdir.

Üçüncü olarak, Türkiye'deki gazetecilerin veri gazeteciliğine ilişkin yaklaşımlarına bakıldığında 3 farklı görüşün ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlardan ilki, Türkiye'de veri gazeteciliği yapıldığı görüşünü destekleyen gazeteciler, örneklerle veri gazetecinin yapıldığı haber kuruluşlarını ya da platformları ele almışlardır. İkincisi, Türkiye'de veri gazeteciliği yapılmadığını ileri süren gazeteciler

ise veri gazeteciliğinin yapılmamasının nedenlerini, haber üretiminin verileri elde etmek için saha yerine daha çok yeni iletişim teknolojilerini kullanılarak masa basında yapılması, haberlerin yayın organlarının siyasi veya ideolojik görüşlerine uygun biçimde üretilmesi, kamu kuruluşlarının veri paylaşımının kısıtlı olması kapsamında aktarmışlardır. Türkiye'nin veri gazeteciliği konusunda yetersiz olduğunu savunan diğer gazeteciler ise, veri gazeteciliğinin dönemsel yapıldığından ve medya kuruluşlarının veri gazetecilerini istihdam edecek güce sahip olmadığı konusuna değinmişlerdir.

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde haber değerleri ele alındığında ise iki farklı görüşü ortaya çıkmaktadır. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde haber üretim süreçlerinde geleneksel haber değerlerinin kullanıldığını söylerken, bazı görüşmeciler ise veri gazeteciliğinin kendi haber değerlerini oluşturduğu görüşünü savunmaktadır.

Veri gazeteciliğinde haber kaynakları da iki farklı başlık altında ele alınmıştır. Bunlardan ilki kaynaklara erişimdir. Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde gazetecilerin kaynağa ulaşma konusunda iki farklı görüşü mevcuttur. Bazı görüşmeciler, yeni iletişim teknolojileri ve dijitalleşme ile birlikte son 20 yıl içerisinde gazetecilerin kaynağa erişiminin kolaylaştığına ve aynı zamanda da hiç olmayan kaynakların da üretilmeye başlandığına, gazetecilerin elde ettikleri kaynaklardan kendi veri setlerini oluşturup haberler ürettiğine dikkat çekerken, bazı görüşmeciler ise veri gazeteciliğinde kaynağa ulaşmanın zor olduğundan bahsetmiştir. Haber kaynaklarında ele alınan ikinci başlık ise veri gazeteciliğinde kaynak kullanımıyla alakalıdır. Bu konuda görüşmecilerin farklı görüşleri bulunmaktadır. Gazetecilerin bazıları veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde ikincil kaynak kullanımının daha fazla olduğu görüşünü savunurken, bazı görüşmeciler ise veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde birincil ve ikincil kaynak olmak üzere iki kaynak çeşidinin de kullanıldığına dikkat çekmiştir. Bu kapsamda gazeteciler internette ulaşılan sınırsız veri tabanları üzerinden haber çıkarmaya çalışmakta ve aynı zamanda eski arşivlere ulaşarak ya da diğer çevrimiçi bilgi ve belgeleri elde ederek bu veriler arasından çıkarım yapma ve bunları okuyuculara haber olarak aktarmaya çaba göstermektedir.

Veri gazeteciliğinde kullanıma açıklık ve verilere erişim başlığı altında ele alınan görüşlerden yola çıkarak varılan sonuç, gazetecilerin açık verileri haber üretim sürecinde çok sık kullanamadığı bunun en önemli nedenlerinden birinin Türkiye'de verilerin çok erişilebilir olmaması ve kurum/kuruluşların verilerini açık şekilde paylaşmamasından kaynaklanmasıdır. Bir diğeri görüş ise, açık veri sağlayacak veri portallarının yetersiz olması olarak aktarılmıştır. Gazetecilerin veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde verilere nerelerden ulaştığı sorgulandığında ise, açık verilerin devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının paylaştığı kaynaklardan elde edildiği gibi birçok farklı mecradan da ulaşıldığı sonucuna varılmıştır.

Gazeteciler büyük veri yığınları içerisindeki verileri kullanarak haberler üretmektedirler, bu kapsamda gazetecilerin çoğu veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde büyük verinin ayrılmaz bir parça olduğunu dile getirmiştir. Bazı görüşmeciler ise büyük verilere herkesin eşit şekilde ulaşamadığı konusuna dikkat çekmişlerdir.

Veri gazeteciliği döneminde gazeteciler üzerinden denetim, gazetecinin kendi kendini denetlemesi ve devlet tarafından denetlenmesi olmak üzere iki başlık altında ele alınmıştır. Gazeteciler üzerinden denetim kavramı ele alındığında katılımcılarının çoğunun veri gazeteciliği yaparken de kendilerini denetim altında hissettiklerini ve bunun en önemli nedeninin ise çalıştıkları kurumun siyasi görüşü, yayın politikaları ve devlet denetimi dolayısıyla olduğunu ifade etmişlerdir. Bazı gazeteciler devlet denetimin var olduğunu ve bu nedenle kendini haber üretim sürecine denetim altında hissettiğini söylerken, bazı gazeteciler ise haber üretim sürecinde kendilerini özgür hissettiklerini ve denetimin var olmadığını dile getirmişlerdir. Bu kapsamda bakıldığında veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinde kendini özgür hissedenlerin oranı, denetim hissedenlerin oranına göre çok düşük olduğu görülmektedir.

Veri gazeteciliği gazeteciler üzerinden ele alındığında veri gazetecisinin özellikleri ve veri gazeteciliğinde uzmanlaşma altında iki ana başlık ön plana çıkmaktadır. Görüşmecilerin veri gazetecisinin hangi özelliklere sahip olmalı sorusuna verdikleri cevaplara bakıldığı zaman ilk özellik teknolojiyi kullanabilme yetisine sahip olma, ikinci olarak ise elde ettikleri verileri iyi analiz ederek, güvenilir kaynak olarak okuyucu aktarabilmenin ön plana çıktığı görülmektedir. Dikkat çeken

bir diğer özellik ise, veri gazetecilerinin verilerden hikâyeler oluşturabilme konusunda yeteneğe sahip olmasının gerektiğinin üzerinde durulmuş olmasıdır.

Veri gazetecilerin sahip olması gereken özellikler arasında eğitim konusu ele alındığında genel yaklaşım olarak üniversitelerde verilen gazetecilik bilgisinin yetersiz olduğu bu nedenle, üniversitelerin ilgili fakültelerine veri gazeteciliği ile ilgili bölümlerin açılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Veri gazetecilerinde bulunması gereken özellikler arasında ise teknolojideki yenilikleri anlaması, özellikle internet teknolojisini de takip etmesi, sosyal medya araçlarının dil ve tekniğine hakim olması ve büyük verilerle çalışabilmek için istatistiksel ve verileri analiz etme bilgisine sahip olmasının gerektiği görülmektedir.

Veri gazeteciliğinde dil kullanımı konusunda zayıf içerik ya da doğru seçilmemiş yazı karakterleri veya tasarım yüzünden okuyucu konuya olan ilgisini çabucak yitirebilir. Bunun yanı sıra bir haber tüm ayrıntılarıyla harmanlanır, iyi sınıflandırılır ve etkili bir şekilde sunulursa okur tarafından kolayca algılanır. Veri gazeteciliğine medya kuruluşlarında çalışan gazeteciler, haber üretim aşamasında kullanılan verilerin, tablolar, grafikler ve interaktif haritalarla daha anlaşılır olarak okuyucuya aktarılmasının gelecek zamanlarda daha anlamlı olacağını ifade edilmiştir.

Veri gazeteciliğinde güvenilirlik kavramı, yapılan ürüne, gazeteciye ve erişim yayma konusunda güvenilirlik olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir. İlk olarak ele alınan yapılan ürüne güvenilirlik başlığı altında gazetecilerin farklı görüşleri bulunmaktadır. Bazı gazeteciler veri gazeteciliğinde yapılan ürünün güvenilir olduğunu dile getirirken, bazıları ise veri gazeteciliğinde üretilen haberlerin tam aksine güven vermediğine vurgu yapmıştır. İkinci olarak ele alınan gazetecilere güvenilirlik konusunda ise, farklı görüşler yer almaktadır. Bu görüşlerden ilki veri gazeteciliğinin gazetecilere karşı oluşan güven problemine çözüm olacağı yönünde olsa bile bir diğer görüş tam aksine veri gazeteciliğinin gazetecilere karşı güven problemi için hiçbir fayda sağlayamayacağı inancını içermektedir. Son başlık olarak ele alınan veri gazeteciliğinde erişim ve yayma konusunda ise, bazı gazeteciler veri gazeteciliğinin yeni iletişim teknolojilerini daha fazla kullandığı için birçok insana eriştiğini ele alırken, diğer gazeteciler ise erişim ve yayma konusunda daha olumsuz bir tutum izleyerek, verilere erişimin denetimden geçtikten sonra gerçekleştiğini ve

bu nedenle veri gazeteciliğinde de erişim konusuna temkinli yaklaşmak gerektiğini vurgulamışlardır.

Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecine alıcılar üzerinden bakıldığında, genel olarak gazetecilerin görüşlerine göre, genç kuşağın nüfus olarak fazlalaşması, okuyucu kitlesinin ve sosyolojik olarak toplumumuzun, haber kaynaklarına, kitle iletişim araçlarına yaklaşımının değişmesine neden olduğunu ve veri gazeteciliğinin genç kuşağa daha çok hitap ettiği görüşü ortaya çıkmıştır.

Türkiye'de veri gazeteciliğini önündeki engeller ele alındığında, yasal tanımlama, veri gazeteciliğinin medya sektöründe dönüşüm yaratıp yaratmadığı, patronsuz gazeteciliğin veri gazeteciliğiyle mümkün olup olamayacağı, gazetecilerin veri gazeteciliğine ilişkin beklentileri, veri gazeteciliğinde haber üretimi kapsamında sorunlar ve son olarak da veri gazeteciliği sürecinde istihdam konu başlıkları ele alınmıştır. Bu kapsamda görüşmecilerin görüşleri ele alındığında veri gazeteciliğinin yasal bir tanımlamaya ihtiyacı olmadığı görüşünün hâkim olduğu görülmektedir. Veri gazeteciliğinin medya sektöründe dönüşüm yaşayıp yaşamadığı konusu ele alındığında ise, veri gazeteciliğinin medya sektöründe bir dönüşüm gerçekleştirmediği sonucuna varılmıştır. Veri gazeteciliğiyle birlikte patronsuz gazeteciliğin mümkün olup olmadığı konusunda gazetecilerin görüşlerinin eşit olarak iki yaklaşımı da desteklediği görülmüştür.

Veri gazeteciliğinin geleceği konusunda gazeteciler, Türkiye'de veri gazeteciliğinin yapılamaması için bazı engellerin olduğunu belirtmektedir. Bu engellere bakıldığında veriye ulaşma sıkıntısı, veri gazeteciliği alanında çalışan gazetecinin azlığı ve medya patronlarının veri gazeteciliği için yatırım yapmaması olarak ele alınmıştır. Görüşülen gazetecilerin medyada veri gazeteciliği konusunda istihdam olanaklarına yaklaşımına bakıldığında ise, bazı gazetecilerin bu konuda umutlu olduğu ve yakın bir gelecekte veri gazeteciliği konusunda istihdam imkânlarının oluşabileceği kanaatine varılırken, bir diğer taraftan veri gazeteciliği konusunda bazı gazeteciler için istihdam imkânının yaratılamayacağını savunmaktadır. Bunun en büyük nedeni olarak ise veri gazeteciliğinin medya sahiplerine para kazandırmayacağı için bu alana yatırım yapmak istemeyeceklerini görmektedirler.

Yargı

Bu çalışmada, veri gazeteciliğinin avantajları ve dezavantajlarını kuramsal düzlemde değerlendirilmiş, dünyadan ve Türkiye'den örneklerle veri gazeteciliğine ilişkin tartışmalar ele alınmış ve Türkiye'de veri gazeteciliğinin nasıl ve ne şekilde uygulandığı ve uygulanabilirliği konusunda gazeteciler, medya sahipleri ve akademisyenlerle derinlemesine görüşme yöntemiyle fikirleri ortaya çıkarılmıştır.

Araştırma sonucunda gazetecilerden elde edilen görüşler doğrultusunda ortaya çıkan sonuçlar şöyledir;

1- Veri haberciliği, gazeteciliğin geleceği için yeni fırsatlar sunmaktadır. 2- Haber değeri için içeriğin kalitesi önemli bir ölçüdür. 3- Veri gazeteciliği için açık veri anlayışının yaygınlaşması ve verilerin erişime açıklığı önemlidir. 4- Türkiye'de medyanın günümüzdeki yapısı veri gazeteciliğinin gelişimi için yatırım yapmaya uygun değildir.

Veri gazeteciliğine ilişkin yapılacak tüm çalışmalar bu alt gazetecilik alanının güçlenmesine katkı sağlayacaktır. Bu katkı, daha özgür bir iletişim ortamının oluşması için önemli bir adım atılmasını da kolaylaştıracaktır. Türkiye'de veri gazeteciliği çalışmalarının sınırlı olduğuna fakat veri gazeteciliğinin geleneksel gazeteciliğin kan kaybettiği dönemde sektörü olumlu etkileyeceğine ilişkin güçlü işaretler bulunmaktadır.

Öneriler

Türkiye'de ve dünyada ele alınan veri gazeteciliği çalışmalarına bakıldığı zaman ünlü gazetelerin dışında veri haberciliği hakkında çok az şey bilindiği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, yerel ve mobil veri gazeteciliğine, veri projelerinde çalışan küçük haber merkezlerine ve haber kuruluşlarına hizmet sunan pek çok serbest çalışana yönelik olarak yapılan araştırmaların üzerinde durulması gerekmektedir.

Medyanın teknolojiye entegrasyonu veri ve yeni becerilere duyulan ihtiyaçla, tüm bunların haberciler tarafından kullanımı insanlarla iletişimde daha önemli bir rol oynayacaktır. Ayrıca veri gazeteciliği, yanlış bilgi, propaganda ve manipülasyonun önlenmesinde önemli bir rol üstelenecektir. Yakın gelecekte haber işleyen gazetecilik organizasyonları bu teknikler sayesinde büyük fırsatlar yakalayacaklardır. Bu nedenle veri gazeteciliğinin okuyucusu, medya sahibi, organizasyon yapısı, teknolojisi,

hukuki durumu gibi başlıklarda akademik araştırmaların konusu yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

EK'LER

EK.1 Derinlemesine Görüşme Formu Çerçevesi

MALTEPE ÜNİVERSİTESİ, SBE, İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
Türkiye'de Gazetecilerin Haber Üretim Süreçleri Bağlamında Veri Gazeteciliğine Bakışını Anlamak Niteliksel Çalışma, 2018
FORM 1
DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME ÇERÇEVESİ
G-Kodu:
Görüşmenin kiminle yapıldığı:
Görüşmenin tarihi:
Görüşmenin saati ve süresi:
Görüşmenin yapıldığı yer:
Tanıtım Yapılacak görüşme çerçevesinde belirlenen sorular, Veri gazeteciliğini tanımlamanın yanı sıra veri gazeteciliğinin nasıl uygulandığını ve Türkiye'de Veri Gazeteciliği profesyonellerinin değerlerini, inançlarını ve davranışlarını incelenmesi için amaçlanmıştır. Derinlemesine görüşme yönteminin seçilmesinin nedeni gazetecilerin "veri gazeteciliği" kavramını anlayış ve uygulayış şeklini ölçmektir.
Görüşmenin teybe kaydedilmesini uygun buluyor mu? 1. Uygun 2. Uygun değil.
Kişisel özellikler **Cinsiyetiniz: K** ☐ **E** ☐
Doğum Tarihiniz:
Eğitim Durumu: İlkokul( ) Ortaokul( ) Lise( ) Ön Lisans( ) Lisans( ) Yüksek Lisans( ) Doktora( )
Hangi Fakülte ve Bölümden Mezun oldunuz ?.....
Çalışılan Kurum: Gazete( ) Televizyon( ) Dergi( ) İnternet Gazetesi( )
Çalışılan Kurum İsmi:……
Çalıştığınız Kurumda göreviniz ……
Görev süreniz: 0-5 yıl( ) 6-10 yıl( ) 11-20 yıl( ) 20+ yıl( )
Siz kaç yılından beri İnterneti etkin biçimde kullanıyorsunuz? 0-5 yıl( ) 6-10 yıl( ) 11-20 yıl( ) 20+yıl( )
Veri gazeteciliği konusunda tecrübeniz bulunuyor mu? Evet ( ) Hayır ( )

DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME SORULARI

VERİ GAZETECİLİĞİ VE HABER ÜRETİM SÜREÇLERİ

1. **Geleneksel Gazeteciliğin bir alt alanı olarak ortaya çıkan Veri Gazeteciliği nedir, özellikleri ve Geleneksel Gazetecilikten farklılıkları nelerdir?**
    i. Veri gazeteciliği için birden fazla tanım bulunmaktadır. Bu tanımlardan hangisini kendinize yakın hissediyorsunuz, bu tanımlara eklemek istediğiniz bir şey var mı? Siz veri gazeteciliğini nasıl tanımlıyorsunuz? (Veri gazeteciliği örneği gösterilecek)
2. **Dünyada, Veri Gazeteciliğinin tarihçesi hakkında ne söylenebilir, bu süreçte Veri Gazeteciliği 'ne ilişkin ne tür örnekler ortaya çıkmıştır? (gelişim süreci hakkında, bugüne kadar yapılan haberleri çalışmaları nasıl değerlendiriyorsunuz)**
    ii. Dünyada veri gazeteciliği hangi aşamada? Veri gazeteciliği konusunda dünyada örnek aldığınız veri gazetecisi ya da veri gazeteciliği yapan kurum/kuruluş var mı? (Wikileak örneği veri gazeteciliğinin başlangıcı olarak kabul edilmekte)
3. **Türkiye'de Gazeteciler, Veri Gazeteciliğine nasıl yaklaşmakta, Veri Gazeteciliğinin genelde Geleneksel Gazeteciliği, özelde ise geleneksel haber üretim sürecini işleyişini, aktörlerini, ürünlerini olumlu ve olumsuz nasıl etkileyeceğini düşünmektedir?**
    (Veri odaklı olarak gerçekleşen habercilik türü olan Veri Gazeteciliğinde haber üretim süreçleri; veri bulma, toplama, doğrulama, temizleme, analiz etme ve görüntüleme işlemlerini içermektedir.)
    iii. Sizce, Türkiye'de veri gazeteciliği çalışmaları yapılmakta mıdır?

VERİ GAZETECİLİĞİ VE HABER DEĞERLERİ

4. **Veri Gazeteciliği haber değerleri anlayışını nasıl değiştirmektedir?**
    i. Veri Gazeteciliği var olan yerleşik haber değerleri anlayışını değiştirmekte midir?
    Hedef kitle (Audience):
    Etki (İmpact):
    Yakınlık (Proximity):
    Zamanlılık (timeliness):
    Önemlilik (Prominence):
    Sıradışı olma (Unusualness):
    Çatışma, anlaşmazlık (conflict):
    ii. Yukarıda ele aldığımız haber değerleri sizce veri haberciliği için geçerli mi? Yoksa veri haberciliği kendi haber değerini mi üretiyor?

VERİ GAZETECİLİĞİNDE HABER KAYNAKLARI

5. Veri Gazeteciliğinde haber kaynakları açısından nasıl bir farklılık söz konusudur?

i. Veri gazeteciliği sayesinde kaynak bulmak zorlaştı mı kolaylaştı mı?

ii. Zaman ve kaynak kullanımı açısından veri gazeteciliğinin olumlu ve olumsuz yönlerini nasıl değerlendirirsiniz? Kaynak kullanımından kasıt: birincil (gazetecinin yüz yüze görüştüğü ya da olayı gözlemleyerek haber topladığı kaynaklardır) ve ikincil haber(raporlar ve belgeler) kaynaklarıdır. (Geleneksel habercilikte sadece birincil kaynaklar üzerinden habercilik yapılırken veri gazeteciliğinde ikincil kaynaklara olan önem artmıştır)

5.1.Kullanıma Açıklık

Veri Gazeteciliğinde verilerin kullanıma açıklığı açısından nasıl bir farklılık söz konusudur?

5.1.1. Açık veri

i. Bildiğimiz gibi açık veri, veri gazeteciliğinin yapılabilmesi için en önemli koşullardan biri, Sizce Türkiye'de veri gazeteciliği açısından açık veri kullanımı nasıldır?

ii. Açık verileri haber üretim sürecinde ne kadar kullanıyorsunuz? Gerekli verileri nereden ve nasıl ediniyorsunuz? (Açık veri barometresi raporuna göre 2018 yılında Türkiye'nin açık veri sıralamasında 31. sırada olduğu görülmüştür.)

iii. Veri formatları ve açık veri ilişkisi (İnternette paylaşılan dosya formatları gazeteciler için veri setleri oluşturmada engel teşkil ediyor mu?

5.1.2.Büyük veri

iv. Büyük veri ve veri gazeteciliği ilişkisini nasıl değerlendirirsiniz? (veriye kimlerin/hangi grupların sahip olduğundan, verinin nasıl elde edildiğine; verinin neyi temsil ettiğinden, nasıl analiz edildiği)

5.2. Verilere Erişim

i. Veri Gazeteciliğinde Haber kaynaklarına ya da verilere erişim konusunda geleneksel gazetecilik ile veri gazeteciliği arasındaki farklı ve benzer yönler nelerdir?

5.3.Veri ve Denetim

Veri Gazeteciliği döneminde denetim kavramı nasıl bir değişim geçirmiştir?

i. Veriler üzerinden denetim: devlet kurumlarının verileri ne kadar açık ve şeffaf?

ii. Veri gazeteciliği yaparken kendinizi denetim anlamında özgür hissediyor musunuz?

- verilerin erişime açıklığı
- verilere ulaşma

- Gazeteciler üzerinden denetim:
- Reklam veren denetimi
- Devlet Denetimi

VERİ GAZETECİLİĞİ DÖNEMİNDE GAZETECİLER

6. **Veri Gazeteciliği döneminde haber üretiminin aktörleri olan gazeteciler açısından nasıl bir değişim söz konusudur?**
   i. Veri gazeteciliği yapan bir kişinin ne tür yetkinliklere sahip olmasını beklersiniz?
   ii. Veri gazeteciliği yapabilmek için bir alanda uzmanlık seviyesinde bilgi sahibi olmak gerekli midir? (Okullarda özel bir bölüm olarak okutulmalı mıdır?)
   iii. Gazeteci olarak haber üretim sürecinde yaşadığınız sıkıntılar nelerdir?(Veri temizleme ve görselleştirmeler, analiz, yorumlama ve anlamak Bütün bunların çözüm sürecinde veri gazeteciliği nasıl bir rol oynayabilir?
   iv. Kullandıkları teknolojik araçlar
   v. Türkiye'de Veri gazeteciliği için medya sektöründe istihdam imkanları oluşturabilir mi?
   vi. Veri gazeteciliğinin, gazeteciler ve gazetecilik açısından olumlu ve olumsuz olmak üzere nasıl etkileri olacağını düşünüyorsunuz?

VERİ GAZETECİLİĞİ VE HABER (dil ve görsel)

a. Veri Gazeteciliğinde haber oluşturma sürecinde **haberin dili ve görseli** anlamında nasıl değişiklikler olduğunu düşünüyorsunuz? (haber artık okunmuyor, izleniyor v.b.)
b. Türkiye'de veri gazeteciliği haberleri ana akım medyada mı yoksa online mecrada mı daha çok karşınıza çıkıyor? Bunun nedenini nasıl açıklarsınız? (Patronsuz gazetecilik veri gazeteciliği ile mümkün mü?) (Reklam veren e bağımlılık azalır mı (MECRA)
c. Türkiye'de üretilen veri gazeteciliği haberlerinin konularına bakınca daha çok hangi konulara odaklanılmaktadır? (toplumda yer almayan konulara değinmekte midir? / Konu seçiminde ana akım medyaya göre daha mı bağımsız hareket etmektedirler?)(İÇERİK)
d. Veri Gazeteciliği haberleri görselleştirerek okuma süresini kısaltmakta ve okur açısından zamansal tasarruf sağlamakta mıdır? Bu konuda ne düşünüyorsunuz?

VERİ GAZETECİLİĞİ VE GÜVENİLİRLİLİK

7. **Veri Gazeteciliği döneminde güvenilirlik kavramı nasıl bir değişim geçirmiştir?**
   i. Yapılan ürüne güvenilirlik:
   ii. Gazetecilere güvenilirlik (okuyucuya güven verme)(Türkiye'de gazetecilere bir güvensizlik problemi var. Veri gazeteciliği buna çözüm olabilir mi?)
   iii. Veri gazeteciliği bilgiye erişim ve yaymak konusunda güvenilirlik sağlar mı?

VERİ GAZETECİLİĞİ DÖNEMİNDE OKURLAR

8. **Veri Gazeteciliği döneminde haber tüketiminin temel aktörü olan alıcılar (Genç Kuşak ve Yaşlı Kuşak) açısından nasıl bir değişim söz konusudur?**
   i. Veri gazeteciliği okuyucu açısından nasıl bir ortam yaratır? (dijital uçurum yaratır mı?/ okuyucuyu tembelleştirir mi / alıcı/gazeteci ayrımının silikleşmesine neden olur mu?, herkesin veri gazetecisi olmasına teşvik eder mi ?)

TÜRKİYE'DE VERİ GAZETECİLİĞİNİN GENEL SORULAR

a. Veri gazeteciliğinin yasal tanımlamaya ihtiyacı var mı? (Bunlar genel geçer gazetecilik kurallarıyla aynı mı olmalıdır yoksa veri gazeteciliği için farklı kurallar yer almalı mıdır?) Meslek ilkelerinin içerisinde veri gazeteciliği teriminin de yer alması gerekir mi? Bu meslek ilkeleri kim tarafından belirlenmelidir?
b. Türkiye'deki gazetecilerin veri gazeteciğinin geleceğine ilişkin beklentileri nelerdir?
c. Veri gazeteciliği sonrasında medya sektöründe bir dönüşüm yaşandı mı? Bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?
d. Medya organizasyonları Veri Gazeteciliğine nasıl geçiş yapacak? Veri gazeteciliğinde ekip çalışmasının ve teknolojik imkanların önemli olduğunu ve haber üretim sürecinin uzun sürdüğünü düşünürsek medya sahipleri (veya medya alanına girmek isteyenler) bu alana yatırım yapar mı?
e. Türkiye'de veri gazeteciliğinin önündeki engeller nelerdir? (Destek, gelenek ve en iyi uygulama eksikliği/ Hikâye fikrini bulmak/ verileri nasıl kullanacağını anlamamak vb.)

EK 2 -Görüşülen Katılımcıların Özellikleri

Görüşülen Kodu	Doğum Tarihi	Cinsiyeti	Eğitimi Durumu	Bölüm	Çalışılan Kurum	Görevi	Görev Süresi	İnternet Kullanım Yılı	Veri Görselleştirme Program Bilgisi	Veri Görselleştirme İçin Kullandığı Program Adı	Veri Gazeteciliği Yaptı mı ?
A-1	1982	K	Lisans	Gazetecilik	Üniversite	Akademisyen	0-5 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Hayır	Yok	Hayır
A-2	1990	K	Doktora	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	Üniversite	Akademisyen	0-5 Yıl Arası	6-10 Yıl Arası	Hayır	Yok	Hayır
A-3	1971	K	Doktora	Felsefe	Üniversite	Akademisyen	20 Yıl ve Üzeri	20 Yıl ve Üzeri	Evet	Yok	Hayır
A-4	1988	K	Yüksek lisans	Gazetecilik	Üniversite	Akademisyen	6-10 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Yok	Hayır
A-5	1962	E	Doktora	Gazetecilik	Üniversite	Akademisyen	11-20 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Yok	Hayır
A-6	1980	E	Doktora	Gazetecilik	Üniversite	Akademisyen	6-10 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Yok	Hayır
A-7	1988	E	Doktora	Gazetecilik	Üniversite	Akademisyen	6-10 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Hayır	Yok	Hayır
A-8	1980	E	Doktora	Bilişim	Üniversite	Akademisyen	6-10 Yıl Arası	20 Yıl ve Üzeri	Evet	Yok	Evet

A-9	1975	K	Doktora	Gazetecilik	Üniversite	Akademisyen	11-20 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Hayır	Yok	Hayır
A-10	1964	K	Doktora	İletişim Bilimleri	Üniversite	Akademisyen	11-20 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Hayır	Yok	Hayır
A-11	1969	E	Doktora	Gazetecilik	Üniversite	Akademisyen	20 Yıl ve Üzeri	11-20 Yıl Arası	Hayır	Yok	Hayır
G-1	1983	E	Yüksek Lisans	Gazetecilik	Gazete	Executive Editör	11-20 Yıl Arası	20 Yıl ve Üzeri	Evet	Excel,Piktochart, infogram	Evet
G-2	1984	E	Lisans	Gazetecilik	Haber Ajansı	Spor Haberleri Yayın Yönetmeni	11-20 Yıl Arası	20 Yıl ve Üzeri	Hayır	Yok	Evet
G-3	1992	K	Yüksek Lisans	Sosyoloji	STK	Proje Koordinatörü	0-5 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Plot.ly, Tableau, The Atlas	Evet
G-4	1987	E	Lisans	Televizyon Haberciliği ve Programcılığı	İnternet Gazetesi	Genel Yayın Yönetmeni	0-5 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Adobe Illsutrator, Indesign	Evet
G-5	1980	E	Yüksek Lisans	Gazetecilik	Gazete	Haber Müdürü	11-20 Yıl Arası	20 Yıl ve Üzeri	Evet	Yok	Hayır
G-6	1976	E	Doktora	İletişim Bilimleri	Haber Ajansı	Ekonomi Haberleri Müdürü	11-20 Yıl Arası	20 Yıl ve Üzeri	Evet	Excel, Photoshop	Hayır
G-7	1967	E	Lisans	Türk Dili ve Edebiyatı	Gazete	Spor Müdürü	20 Yıl ve Üzeri	20 Yıl ve Üzeri	Hayır	Yok	Hayır

G-8	1978	K	Lisans	Gazetecilik	Haber Ajansı	Editör Yardımcısı	11-20 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Hayır	Yok	Evet
G-9	1991	K	Yüksek Lisans	Radyo Tv Sinema	Gazete	Muhabir	0-5 Yıl Arası	0-5 Yıl Arası	Hayır	Yok	Evet
G-10	1977	E	Yüksek Lisans	Gazetecilik	Haber Ajansı	İstanbul Bölge Müdürü	20 Yıl ve Üzeri	20 Yıl ve Üzeri	Hayır	Yok	Hayır
G-11	1987	E	Lisans	Maliye	Gazete	Köşe Yazarı	6-10 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Yok	Hayır
G-12	1980	E	Lisans	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	Gazete	Köşe Yazarı	11-20 Yıl Arası	6-10 Yıl Arası	Hayır	Yok	Evet
G-13	1981	E	Yüksek Lisans	Gazetecilik	Haber Ajansı	Editör	11-20 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Yok	Hayır
G-14	1973	E	Lisans	Uluslararası İlişkiler	Haber Ajansı	Grafik Tasarımcı	20 Yıl ve Üzeri	20 Yıl ve Üzeri	Evet	Yok	Hayır
G-15	1971	E	Lisans	Gazetecilik	Haber Ajansı	Muhabir	6-10 Yıl Arası	20 Yıl ve Üzeri	Hayır	Yok	Hayır
G-16	1993	K	Lisans	Radyo Tv Sinema	İnternet Gazetesi	Spor Editörü	0-5 Yıl Arası	0-5 Yıl Arası	Evet	Photoshop, Illustrator	Evet
G-17	1988	E	Lisans	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	Haber Ajansı	Muhabir	6-10 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Hayır	Yok	Hayır
G-18	1986	E	Lisans	Medya ve iletişim	Haber Ajansı	Muhabir	11-20 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Excel, Python	Hayır
G-19	1984	E	Lisans	İşletme	Televizyon	Editör	0-5 Yıl Arası	6-10 Yıl Arası	Evet	Yok	Evet

G-20	1981	K	Lisans	Uluslararası İlişkiler	Gazete	Muhabir	6-10 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Yok	Evet
G-21	1977	E	Lisans	Gazetecilik	Televizyon	Muhabir	0-5 Yıl Arası	20 Yıl ve Üzeri	Evet	Yok	Evet
G-22	1988	K	Doktora	İletişim Bilimleri	İnternet Gazetesi	Editör	0-5 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Evet	Hayır
G-23	1993	E	Yüksek Lisans	Yeni Medya	İnternet Gazetesi	Editör	0-5 Yıl Arası	6-10 Yıl Arası	Evet	R programlama dili, R studio, Tableau, Tabula, Open Refine	Evet
G-24	1991	E	Lisans	Felsefe	İnternet Gazetesi	Bülten Editörü	0-5 Yıl Arası	6-10 Yıl Arası	Evet	Tableau, Canva	Evet
G-25	1948	E	Lisans	Maliye	Gazete	Gazete Sahibi	20 Yıl ve Üzeri	20 Yıl ve Üzeri	Evet	Yok	Hayır
G-26	1944	E	Ön Lisans	Medya ve iletişim	Gazete	Genel Yayın Yönetmeni	20 Yıl ve Üzeri	20 Yıl ve Üzeri	Hayır	Yok	Hayır
G-27	1974	E	Lisans	Siyasal	Haber Ajansı	Editör	20 Yıl ve Üzeri	20 Yıl ve Üzeri	Evet	Yok	Evet
G-28	1985	E	Lisans	Finans mühendisliği	Haber Ajansı	Muhabir	0-5 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	R, matlab, Excel	Evet
G-29	1982	K	Lisans	Radyo Tv Sinema	Haber Ajansı	Editör	11-20 Yıl Arası	11-20 Yıl Arası	Evet	Yok	Hayır

KAYNAKÇA

Acar, Z. (2018, 19 Mart). Veri biliminin bugünü ve yarını. Erişim Adresi: http://www.karar.com/yazarlar/zafer-acar/veri-biliminin-bugunu-ve-yarini-6490 Erişim Tarihi: 12.12.2018

Aitamurto T., Sirkkunen E. & Lehtonen P. (2011). Trends in data journalism. *Next media programme of TIVIT.* Erişim Adresi: http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2011/D3.2.1.2.B_Hyperlocal_Trends_In%20Data_Journalism.pdf Erişim Tarihi: 12.03.2017

Alemdar, K., ve Erdoğan, İ. (1990). *İletişim ve Toplum.* Ankara: Bilgi Yayınevi.

Altay, D. (2003). Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan. N. Rigel, ve G. Batuş (dzl.), *Kadife Karanlık)* içinde (ss.1-73*)*. İstanbul: Su Yayınevi.

Alver, F. (2007). *Gazeteciliğin kuramsal temelleri*. İstanbul: Beta Basım Yayın

Alver, F. (2011). Gazetecilik bilimi ve kuramları: Gazetecilik kuram tasarımlarını Türkiye'deki gazetecilik sistemi ve uygulamalarıyla sınama denemesi. İstanbul: Kalkedon Yayınevi.

Appelgren, E. & Nygren, G. (2014). Data Journalism in Sweden: Introducing new methods and genres of journalism into "old" organizations. *Digital Journalism,* 2 (3), 394-405.

Arsan, E. (2005). Çatışma ve savaş dönemlerinde gazetecilik, S. Alankuş (der.), *Gazetecilik ve Habercilik* içinde (ss.125-136). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Arsan, E. (2013, 4 Temmuz, Evrensel Gazetesi). Başka bir gazetecilik mümkün mü? Erişim adresi: https://www.evrensel.net/yazi/61198/baska-bir-gazetecilik-mumkun. Erişim Tarihi: 14.02.2017

Aslan, A., Bayrakçı S. ve Küçükvardar M. (2016). Bilişim çağında geleneksel gazeteciliğin dönüşümü: Veri gazeteciliği. *Marmara İletişim Dergisi,* 26, 55- 70.

Ausserhofer, J., Gutounig, R., Oppermann, M., Matiasek, S., & Goldgruber, E. (2017). The datafication of data journalism scholarship: Focal points, methods, and research propositions for the investigation of data-intensive newswork. *Journalism,* 1-24.

Aydın, S. (2018, 15 Nisan). Yerel medya'yı ayağa kaldıralım. Erişim adresi: http://www.ozgurhabergazetesi.com/%E2%80%98yerel-medya%E2%80%99yi-ayaga-kaldiralim,67623 Erişim tarihi:05.11.2018

Bal, H. (2017). İletişim sosyolojisi, sosyal iletişim, kitle iletişim, elektronik iletişim. Bursa: Sentez Yayın Dağıtım.

Barutçugil, İ. (2002). *Bilgi yönetimi.* İstanbul: Kariyer Yayıncılık.

Basın İlan Kurumu (2018, 13 Ağustos). Basın İlan Kurumu 2018 basın çalışanları istatistikleri açıklandı. Erişim Adresi: https://www.bik.gov.tr/basin-ilan-kurumu-2018-basin-calisanlari-istatistikleri-aciklandi/

Baudrillard, J. (2014). *Simülakrlar ve simülasyon.* Ankara: Doğu Batı Yayınları

Baudrillard, J. (2015). *Sessiz yığınların gölgesinde.* Ankara: Doğu Batı Yayınları

Bayraktar, G. (2018). *Türkiye'de veri gazeteciliği medya profesyonellerinin veri gazeteciliği algısı üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul.

Bek, M. G. (2013, Şubat, Milliyet). Dijital çağda yeni ve değişen gazetecilik. Erişim Adresi: http://www.milliyet.com.tr/yazarlar/dusunenlerin-dusuncesi/dijital-cagda-yeni-ve-degisen-gazetecilik-1667672/ Erişim Tarihi:02.02.2017

Berret, C., & Phillips, C. (2016). Teaching data and computational journalism. Columbia Journalism School. Erişim adresi: https://journalism.columbia.edu/system/files/content/teaching_data_and_computational_journalism.pdf

Beyer, M.A. & Laney, D. (2012). The importance of "big data': A definition. Gartner Report. Erişim adresi: https://www.gartner.com/doc/2057415/importance-big-data-def-initiom. Erişim tarihi: 12.12.2018

Billings, H. (2012, 28 Aralık). 2012 in review: Heather billings. Erişim Adresi: https://source.opennews.org/articles/2012-review-heather-billings/ Erişim Tarihi:11.09.2018

Binark, M. ve Löker, K. (2011). *Sivil toplum örgütleri için bilişim rehberi*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Yayını.

Bowers, D., Rogers, S. & Schwabish, J. (2017). Data journalism in 2017: The current state and challenges facing the field today. Erişim adresi:https://newslab.withgoogle.com/assets/docs/data-journalism-in-2017.pdf Erişim Tarihi:16.02.2018

Bradshaw, P. (2011). The ınverted pyramid of data journalism. Online Journalism Blog. Erişim adresi: http://onlinejournalismblog.com/2011/07/07/the-inverted-pyramid-of-data-journalism/ Erişim tarihi: 02.06.2017

Bradshaw, P. (2012a). What ıs data journalism?. Gray J., Bounegru L.& Chambers L. (eds.), *The data journalism handbook (s.12)* içinde, Sebastopol, CA: O'Reilly Media. Erişim adresi: http://www.datajournalismhandbook.org/1.0/en/introduction_0.html Erişim tarihi: 06.02.2017

Bradshaw, P. (2014). Data journalism. L. Zion & D. Craig (Der.), *Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices* (s.202-220) içinde, NY: Routledge.

Browne, M. (2012, 24 Nisan). Storyful's validation process. Erişim adresi: http://blog.storyful.com/2012/04/24/inside-storyful-storyfuls-verification-process/ Erişim tarihi:05.05.2017

Can, S. Koz, A. ve Işık, U. (2018). Veri gazeteciliğinde infografik kullanımı. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 3(2), s.156-171.

Cangöz, İ. (2012). İletişim kuramları. Gürcan, H.İ. (Ed.). *Medya ve İletişim (ss.50-72)* içinde, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Cannon, C., McIntyre, A. & Perace, A. (2015, 13 Mayıs). The deadliest jobs in America. Bloomberg. Erişim adresi: http://www.bloomberg.com/graphics/2015-dangerous-jobs/ Erişim tarihi:19.11.2015

Castells, M. (2005). *Ağ toplumunun yükselişi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Castells, M. (2006) *Kimliğin gücü- enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür.* Ebru kılıç (Çev.), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları

Celep, C. ve Çetin, B. (2003). *Bilgi yönetimi.* Ankara: Anı Yayıncılık

Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: a typology for evaluating data journalism, computational journalism and computer assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 331-348.

Costeltoe, S. (2011, 16 Kasım). Q&A: BBC's UGC Hub Part 1. Erişim Adresi http://startcrowdsourcing.com/tag/crowdsourcing.

Cox, M. (2000,17-18 Mart). The development of computer-assisted reporting. paper presented to the newspaper division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Southeast Colloquium, University of North Carolina, Chapel Hill.

Curran, J. (1981). Advertısıng as a patronage system. *The Sociological Review*, (29), 71-120.

Curran, J. ,Gurevitch M. & Woollacott, J. (1990). İletişim araçları üzerine çalışma: Kuramsal yaklaşımlar. M. Özbek (Çev.). Yıllık. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu.

Çelik, T. (2017). Changing journalism understanding: Data journalism. Current debates in public relation, *Cultural & Media Studies,* 9, 169-181.

Dağ, P. (2013). A PhD researcher from ıran asks 24 questions about data journalism. Erişim adresi: http://www.verigazeteciligi.com/a-phd-researcher-from-iran-asks-24-questions-about-data-journalism-pinar-dag/ Erişim Tarihi: 23.06.2017

Dağ, P. (2015). Gazeteciliğin geleceği: veri gazeteciliği. Erişim adresi:http://www.academia.edu/16286677/GAZETEC%C4%B0L%C4%B0%C4%9E%C4%B0N_GELECE%C4%9E%C4%B0_VER%C4%B0_GAZETEC%C4%B0L%C4%B0%C4%9E%C4%B0_-P%C4%B1nar_Da%C4%9F_ Ekitap_ Erişim Tarihi: 10.10.2017

Dağ, P. (2016). Bilinç değişikliği yaratan bir gazetecilik. Erişim adresi:http://platform24.org/veri-gazeteciligi/537/bilinc-degisikligi-yaratan-bir-gazetecilik Erişim tarihi:18.05.2017

Dağ, P. (2016, 6 Ocak). Küresel açık veri hareketi gazeteciliği nasıl değiştiriyor sunum. Erişim tarihi: https://slideplayer.biz.tr/slide/9289056/ Erişim Tarihi:22.10.2018

Dağ, P. (2018, 8 Ağustos,). HT'de çalışan gazetecilere veri haberciliğine giriş eğitimi verildi. Erişim adresi:http://www.verigazeteciligi.com/htde-calisan-gazetecilere-veri-haberciligine-giris-egitimi-verildi/ Erişim Tarihi: 05.09.2018

Dağ, P., Demirel, S. (2016, 24 Kasım). Son 10 yılda din eksenli eğitimin değişimini mercek altına alan @ Dagmedyanet #lmamHatipLiseleri projesi. Erişim adresi: http://www.verigazeteciligi.com/son- 10-yilda-din-eksenli-egitimin-degisiminimercek-altina-alan-dagmedyanet-imamhatipliseleri- projesini-tamamladi/ Erişim tarihi:18.05.2017

Dağtaş, E. (2000). İletişim kavramının gelişimi üzerine normatif bir bakış açısı: Liberal ve eleştirel paradigmanın düşünsel açılımlar. *Kurgu Dergisi,* (17), 249-264.

Davenport, T. H. & Laurence P. (2001). İş dünyasında bilgi yönetimi: Kuruluşlar ellerindeki bilgiyi nasıl yönetirler. Günhan Günay(Çev.). İstanbul: Rota Yayınları

Değirmencioğlu, G. (2016). Bilgisayar destekli haberciliğin dönüşümü ve veri gazeteciliği. 2. *Uluslararası Medya Çalışmaları Kongresi Bildiri Kitabı,* 1 (1), 237-247.

Demir, O., Ö. (2014). Nitel araştırma yöntemleri. Dr. Kaan Böke (Ed.). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* içinde (ss.287-316). İstanbul: Alfa Basım Yayın.

Dijk, J. V. & Hacker, K. (2003). The digital divide as a complex and dynamic phenomenon. *The Information Society*, 19 (4), 315-326.

Doğu, B. (2015). Veri haberciliği: demokratik medya için olanaklar. *Folklor/Edebiyat*, (83), 181-197.

Dumbill, E. (2013). Making sense of big data. Big Data, 1-2.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2002). *Öteki kuram*. 3. Baskı. Ankara: Erk.

European Journalism Centre. (2012). What is data driven journalism? Erişim adresi:http://datadrivenjournalism.net/about/faq Erişim Tarihi:08.11.2017

Fairfield, J. & Shtein, H. (2014). Big data, big problems: emerging ıssues in the ethics of data sciences and journalism. *Journal of Mass Media Ethics,* 29 (1), 38-51.

Fejes, F. (2005). Eleştirel kitle iletişim araştırması ve medya etkileri, yok olan izleyici sorunu. Mehmet Küçük (Çev. ve Der.). *Medya, iktidar, ideoloji* içinde. Ankara: Ark.

Felle, T. (2013). Old Reporting, New Methods: How data journalism keeping an eye on goverment. Mair, J.& Lance Keeble, R. (Ed.), *Data Journalism: Mapping the Future* içinde (ss.133-148). UK: Abramis Academic Publishing

Felle, T. (2016). Digital watchdogs? Data reporting and the news media's traditional 'fourth estate'function. *Journalism,* 17(1), 85-96

Fink, K. & Anderson, C. W. (2015). Data journalism in the United States. *Journalism Studies*,16 (4), 467-481

Fiske, J. (2014). *İletişim çalışmalarına giriş*. Süleyman İrvan (Çev.). Ankara: Ark Yayınları.

Flew,T., Spurgeon, C.,Daniel, A. & Swift, A. (2012). The promise of computational journalism, *Journalism practice*, 6(2),157-171

Gadimov, J. (2015). Herman ve Chomsky'nin propaganda modeli: Rızanın imalatı: Kitle medyasının ekonomi politiği. *İlef Dergisi*, 2(2), 215-226

Gazete Vatan (2018, 26 Eylül).Veri hazinesinin kapısı gazeteciye kapalı. Erişim adresi: http://www.gazetevatan.com/hazinenin-kapisi-acilmiyor-1203765-gundem/ Erişim tarihi: 04.11.2018

Girgin, A. (1998). Haber yazma teknikleri, haberci adayının el kitabı. İstanbul: İnkılap Yayınevi

Golding, P. & Murdock, G. (2014). Kültür, iletişim ve ekonomi politik. *Medya Kültür Siyaset* içinde. Süleyman İrvan (Çev.). Ankara: Pharmakon Yayınevi

Göksel, G. ve Doğan, A. (2011). Ağ toplumunda örgütlenme: Facebookta çevrimiçi tekel eylemi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,14(25),175-203

Grasso, D. (2016). Data journalism manifesto. Erişim adresi: https://medium.com/european-datajournalism-manifesto/1-first-draft-30a75cd038a0 Erişim tarihi: 14.03.2018

Gray, J., Bounegru, L.& Chambers, L. (Ed.). (2012). The data journalism handbook: How journalists can use data to improve the news. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Gurevitch, M., Bennett, T., Curran J & Woollacott, J. (1982). *Culture, society and the media.* London: Routledge

Güngör, N. (2013). *İletişim: Kuramlar ve yaklaşımlar.* Ankara: Siyasal Kitabevi

Güngör, V.G. (2013). E-devlet & E-dönüşüm açık veri & açık devlet sunumu. Erişim adresi: https://ece581.files.wordpress.com/2013/11/ece581-ac3a7c4b1k-veri-ac3a7c4b1k-devlet.pdf Erişim Tarihi: 24.05.2018

Güz, N. ve Yanık, H. (2017). Bilgi açığı hipotezi ve yeni medya. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* 5 (2).

Habermas, J. (2001). *İletişimsel eylem kuramı*, M. Tüzel (Çev.), İstanbul: Kabalcı Yayınları

Hall, S. (1982). The rediscovery of "ideology": Return of the repressed in media studies. In M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran and J. Woollacott (Eds.), *Culture, society and the media.* London: Methuen.

Hall, S. (2003). Kodlama ve kodaçım. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan (Haz.). *Söylem ve İdeoloji* içinde (s.309-326). İstanbul: Su Yayınları,

Hall, S., Chritcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. & Roberts,B. (1979). The social production of news, inside: policing the crisis, mugging, the state and law and order. Honk Kong: Macmillan Ltd.,424-429.

Hamilton, J.T. & Fred, T. (2009). Accountability through algorithm: Developing the field of computational journalism. report from developing the field of computational journalism. *Center for Advanced Study in the Behavioral Sciences Summer Workshop*, ABD: Stanford Erişim adresi: https://web.stanford.edu/~fturner/Hamilton%20Turner%20Acc%20by%20Alg%20Final.pdf

Hannaford, L. (2014, 21 Ocak). Recalculating the newsroom: The rise of the journo-coder? Erişim adresi: https://www.journalism.co.uk/news/recalculating-the-newsroom-the-rise-of-the-journo-coder-/s2/a555646/ Erişim tarihi: 08.10.2017

Hannaford, L. (2015). Computational journalism in the UK newsroom: Hybrids or specialists?. *Journalism education,* 4(1), 6-21

Henninger, M. (2013). Data-driven journalism. Knight. A. (.Ed.). *Challenge And Change Reassessing Journalism's Global Future* içinde. Australia: UTS Epress.

Heravi, B. R. (2018). 3Ws of data journalism education: What, where and who?. *Journalism Practice*, 13(3), 1-22

Herman, E. S. & Chomsky, N. (2012). *Rızanın imalatı: Kitle medyasının ekonomi politiği.* E. Abadoğlu (Çev.). İstanbul: Bgst Yayınları

Hewett, J. (2016). Learning to teach data journalism: ınnovation, influence and constraints. *Journalism*, 17(1), 119-137.

Howard, A. B. (2014). The art and science of data-driven journalism. columbia journalism school. Tow Center for Digital Journalism Report. Erişim adresi: http://towcenter.org/wp-content/uploads/2014/05/Tow-Center-Data-Driven-Journalism.pdf Erişim Tarihi: 08.03.2017

Hughes, N. (2013). A beginner's quide to data journalism and data mining/scraping. Mair, J. & Lance Keeble, R. (Ed.). *Data Journalism: Mapping the Future* (43-50) içinde UK: Abramis Academic Publishing

Hurrell, B. & Leimdorfer, A. (2012). "İn the newsroom- data journalism at the BBC". Gray J., Bounegru L.& Chambers L. (Ed.). *The Data Journalism Handbook* içinde. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Hülür, H. ve Yaşın, C. (2017). Yeni medya ve gazetecilerin geleceğini çerçevelemek. Hülür, H. ve Yaşın, C. (Ed.). *Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği* (9-38) içinde, Ankara: Ütopya Yayınevi

ICFJ (2017). The state of technology in global newsrooms. Erişim Adresi: https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-04/ICFJTechSurveyFINAL.pdf

ICIJ (2014, 5 Kasım). About This Project: Luxembourg Leaks. Erişim adresi: https://www.icij.org/investigations/luxembourg-leaks/about-project-luxembourg-leaks/

İnnis, H. (2006). *İmparatorluk ve iletişim araçları.* Ankara: Ütopya Yayınevi

İrvan, S. (2017). Veri gazeteciliği. Erişim adresi: https://suleymanirvan.blogspot.com.tr/2017/08/ Erişim Tarihi: 28.06.2018

Jensen, K. B. (2011). "New media, old methods- ınternet methodologies and the online / offline divide". *The Handbook of The İnternet Studies* (43-58) içinde. Mia Consalvo & Charles Ess (Der.). Malden: Wiley- Blackwell.

Johnson, J. M. & Rowlands, T. (2012). The ınterpersonal dynamics of ın-depth ınterviewing. J. F. Gubrium, J. Holstein, A. Marvasti & K. McKinney (Ed.), *The Sage Handbook of Interview Research* (99-113) içinde. Los Angeles: Sage.

Johnson, J.T. (1992). The unconscious fraud of journalism education. Quill

Kabakçı, I. ve Odabaşı, F. (2004). Teknolojiyi kullanmak ve teknogerçekçi olabilmek. *Sosyal Bilimler Dergisi* (1).

Kaplan, Y. (1991). Enformasyon devriminden sonra yaşam sürecek mi?. *Enformasyon devrimi efsanesi* içinde (ss.11-32). İstanbul: Rey Yayınları.

Karaca, A. (2018, 27 Mayıs). Haberi yazmak kadar görünürlükte önemli. Erişim adresi: https://www.birgun.net/haber-detay/haberi-yazmak-kadar-gorunurluk-de-onemli-217410.html Erişim tarihi:27.12.2018

Karagöz, S. (2016). *Stratejik iletişim yöntemi olarak kamu diplomasisi ve medyanın rolü* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı.

Karlsen, J. & Stavelin, E. (2014). Computational journalism in Norwegian newsrooms. *Journalism practice*, 8(1), 34-48.

Kılıç, D. (2005). Haber yapma sürecinin belirleyici unsurları ve basın ahlakı. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 3(4), 142-151

Kılıçer, K. (2008). Teknolojik yeniliklerin yayılması ve benimsenmesini arttıran etmenler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 218-219

Knight, M. (2015). Data journalism in the UK: A preliminary analysis of form and content. *Journal of Media Practice*, 16(1), 55-72

Kutzli, D. (2016, Temmuz). Kitap yorumu; akıl tutulması, Max Horkheimer. Erişim adresi:https://www.academia.edu/27407569/_Ak%C4%B1l_Tutulmas%C4%B1_Yazar_Max_Horkheimer Erişim Tarihi: 20.07.2019

Kümbetoğlu, B. (2008). Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma. İstanbul: Bağlam Yayıncılık

Kürkçü Dumanlı, D. (2018). Veri gazeteciliği: gazeteciliğin ve gazetecilerin geleceği. *eKurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 26(3),101-116

Lasswell. H.D. (1948). The structure and function of communication in society. L. Bryson (Ed.). *The Communication of İdeas* içinde (33-51). New York: Harper&Co

Léchenet, A. (2014). Global database ınvestigations: The role of the computer-assisted reporter. Reuters institure for the study of journalism.

Leonhardt, D. (2014, 22 Nisan). Navigate news with the upshot. https://www.nytimes.com/2014/04/23/upshot/navigate-news-with-the-upshot.html

Lesage, F. & Hackett, R. A. (2014). Between objectivity and openness-the mediality of data for journalism. *Media and communication*, 1(1), 39–50

Lewis, S.C. (2015a). Journalism in an Era of Big Data: Cases, Concept and Critiques. *Digital Journalism*, 3(3).

Lewis, S.C. & Westlund, O. (2015b). Big data and journalism: epistemology, expertise, economics and ethics. *Digital Journalism*, 3 (3), 447-466

Lievrouw, L. &Livingstone, S. (Eds.). (2009). New media. *Sage Benchmarks in Communication*, 1(4), London: Sage.

Loosen, W., Reimer, J. & De Silva-Schmidt, F. (2017). Data-driven reporting: An ongoing(r)evolution? An analysis of projects nominated for the data journalism awards 2013–2016. Hamburg: Hans-Bredow-Institut for Media Research

Lugo-Ocando, J., & Faria Brandão, R. (2016). *Stabbing news: Articulating crime statistics in the newsroom.* Journalism Practice, 10(6), 715-729.

Mair,J., Keeble Lance, R., Bradshaw & P., Beleaga, T. (Ed.). (2013). Data journalism: Mapping the future. United Kingdom: Abramis Academic Publishing

Manovich, L. (2012). Trending: The promises and the challenges of big social data, M. K. Gold (Der.), *Debates in the Digital Humanities* içinde (ss.60–76). University of Minnesota Press.

Marcuse, H. (1975). *Tek boyutlu insan.* A. Timuçin, T. Tunçdoğan (Çev.). İstanbul: May.

Martin, J. D. (2017). A census of statistics requirements at U.S. journalism programs and a model for a "Statistics for Journalism" course. *Journalism & Mass Communication Educator*, 72(4), 461–479.

Masud,L.,Valsecchi,F., Ciuccarelli,P., Ricci,D. & Caviglia, G. (2010). From data to knowledge – visualizations as transformation processes within the data information knowledge continuum. 14th International Conference Information Visualisation. İtaly: Milan.

Mayer Schönberger, V. & Cukier, K. (2013). Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think. New York: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.

McCombs, M.E. & Shaw; D.L. (1972). The agenda setting function of mass media, *Public Opinion Quarterly*, 36, 176–187

McQuail, D. (1983). The ınfluence and effects of mass media, *mass communication and society* içinde. J. Curran, M. Gurevitch ve J. Woolacott (Der.). 2. Baskı. London: Erwards Arnold Ltd., Open University Press.

Medyascope.tv (2018, 3 Ekim) Dijital gazetecilik akademisi "NewsLabTurkey". Konuk: Doç. Dr. Sarphan Uzunoğlu https://www.youtube.com/watch?v=pelADR6eMdI

Mersin İmece Haber (2018). Uygulamalı veri gazeteciliği eğitimi verildi. Erişim adresi: http://www.mersinimecehaber.com/mersin/uygulamali-veri-gazeteciligi-egitimi-verildi-h17342.html Erişim tarihi:27.12.2018

Meyer, P. (2002). Precision journalism: A reporter's ıntroduction to social science methods. Lanham, Md: Rowman & Littlefield Publishers.

Mutlu, E. (2004). *İletişim sözlüğü.* Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Narin, B., Ayaz, B., Fırat, F., ve Fırat, D. (2017). Büyük veri ve gazetecilik ilişkisi bağlamında veri gazeteciliği. *Ajıt-E: Online Academic Journal Of Information Technology*, 8.

Neuman, W. L. & Robson, K. (2014). *Basics of social research.* Toronto: Pearson Canada.

Neuman, W. L. (2014). Toplumsal araştırma yöntemleri: Nicel ve nitel yaklaşımlar I-II, S. Özge (çev.), İstanbul, Yayın Odası.

Newslabturkey (2018). https://www.newslabturkey.org/

Niles, R. (2009). How programmer/journalists are changing the news. Erişim adresi: http://mashable.com/2009/12/11/programmer-journalists/#qRRxifLiHgqR Erişim tarihi:11.10.2017

Noelle-Neumann, E. (1977). Algılar ikliminde yaşanan çalkantılar: Suskunluk sarmalı teorisinin metodolojik uygulamaları. *Public Opinion Quarterly*,(41),143–158.

O'Neil, J. (1992). Journalism in the market place, Belsey, A. ve Chadwick, R. Ed. Ethical Issues in Journalism and the Media (Professional Ethics), Londra and New York: Routledge.

Open Knowledge. (2015). Erişim adresi: https://okfn.org/opendata/

Oran, İ. (2017). A qualıtatıve analysıs of data journalısm practıce ın Turkey. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.

Orman, S. (2018, 27 Eylül, BİA Haber Merkezi). Dijital gazetecilik akademisi NewsLabTurkey açılıyor. Erişim adresi: https://bianet.org/bianet/medya/201183-dijital-gazetecilik-akademisi-newslabturkey-aciliyor Erişim tarihi: 04.11.2018

Patton, M. Q. (2005). *Qualitative research.* New York: John Wiley & Sons, Ltd

Prensky, M. (2001). Digital natives, dijital ımmigrants. MCB University Press, 9 (5),1-6

Quandt, T. (2004). Das Ende des Journalismus. Theorien zur analyse netzbasierter medienkommunikation. M.Löffelholz (der.). Theorien des journalismus. Wiesbaden: VS Verlag Für Sozialwissenschaften.

Ramonet, I. (2000). *Medyanın zorbalığı.* Aykut Derman(Çev.)., İstanbul:Om Yayınevi.

Rapeli, M. (2013). Data journalism: an outlook for the future processes. Aalto Unıversıty School Of Busıness Department Of Information And Service Economy Master's Thesis.

Reuter, D., Garcia, M. (2008). SwissLeaks. Erişim tarihi: 25.11.2017 Erişim adresi: http://projects.icij.org/swiss-leaks/about

Roger, S. (2013a). *Facts are sacred: The power of data.* London: Faber and Faber.

Roger, S. (2013b). Why data journalism is the new punk. Mair, J. & Lance Keeble, R. (Ed.) *Data Journalism: Mapping the Future* (15-18) içinde, UK: Abramis Academic Publishing

Royal, C., & Blasingame, D. (2015, Nisan). Data journalism: An explication. International Symposıum On Online Journalism Journal Data Journalism. Erişim Adresi: https://isojjournal.wordpress.com/2015/04/15/data-journalism-an-explication/ Erişim Tarihi: 20.07.2019

Segel, E., & Heer, J. (2010). Narrative visualization: Telling stories with data. IEEE transactions on visualization and computer graphics, 16(6), 1139-1148.

Serge, M., Lhomme, F. & Davet, G. (2015). Swissleaks: The backstory of a worldwide ınvestigation. Erişim adresi: https://www.lemonde.fr/evasion-fiscale/article/2015/02/08/swissleaks-the-backstory-of-a-worldwide-investigation_4572334_4862750.html Erişim tarihi:10.12.2017

Severin, J. W. & Tankard, J.(2010). Communication theories: Origins, methods and uses in the mass media. Longmann.

Silverman, C. (2016). *Doğrulama el kitabı.* Holland: European Journalism Centre.

Singer, J. B. (2005). The Political J-Blogger: Normalizing A New Media Form To Fit Old Norms And Practices, *Journalism*, 6 (2),173-198

Slater, D. (2016, 8 Haziran). Research results part 1: Defining data literacy. Erişim adresi: https://schoolofdata.org/2016/01/08/research-results-part-1-defining-data-literacy/ Erişim tarihi: 12.12.2018

Spiller, R. & Weinacht, S. (2014). Datenjournalismus in Deutschland: eine explorative untersuchung zu rollenbildern von datenjournalisten. In: Publizistik 59 (4), 411-433.

Splendore, S., Di Salvo, P., Eberwein, T., Groenhart, H., Kus, M. & Porlezza, C. (2016). Educational strategies in data journalism: A comparative study of six European countries. *Journalism,* 17(1), 138-152.

Sunlight Foundation (2014). Open data polıcy guıdelınes. Erişim Adresi: https://sunlightfoundation.com/opendataguidelines/ Erişim Tarihi: 08.08.2019

Tabary, C., Provost, A. M. & Trottier, A. (2016). Data journalism's actors, practices and skills: A case study from Quebec. *Journalism,* 17(1), 66-84.

Taylan, H.H. (2017, Mayıs). Bilinçli medya kullanımı. Sakarya Üniversitesi

Tılıç, L. D. (1998). Türkiye'de gazetecilik eleştirel bir yaklaşım. Ankara: ÇGD Yayınları

Tılıç, L. D. (2009). Utanıyorum ama gazeteciyim Türkiye ve Yunanistan'da gazetecilik. İstanbul: İletişim Yayınları

Tichenor, P. J., A. D. George & C. N. Olien. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly* (34),159-170.

Tokgöz, O. (2015a). *Temel gazetecilik*. Ankara: İmge Kitapevi Yayınları

Tokgöz, O. (2015b). İletişim kuramlarına anlam vermek: Başlangıcından günümüze Anglo-Amerikan iletişim kuramı. Ankara: İmge Kitabevi

Toruk, İ. (2008). Gutenberg'den dijital çağa gazetecilik: Türkiye'de haber siteleri. istanbul: Literatürk

Tuchman, G. (1976). Telling stories. *Journal Communication,* 26 (93)

Turgut, A. (2011). WikiLeaks belgelerinde Türkiye ve yakın çevresi, uşak raporları,11(3)

Türk Dil Kurumu (TDK). Güncel türkçe sözlük (2015). Veri nedir? Erişim adresi:http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.58f21373398d57.68531967 Erişim tarihi:05.05.2017

Türkdoğan, O. ve Gökçe, O. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemi.* Konya: Çizgi Kitabevi.

Uçkan Ö. ve Ertem, C. (2011). *WikiLeaks, yeni dünya düzeni'ne hoşgeldiniz*. İstanbul: Etkileşim Yayınları.

Uskali, T. I. & Kuutti, H. (2015). Models and streams of data journalism. *The Journal Of Media Innovations*, 2(1), 77-88

Van Der Hakk, B., Parks, M. & Castells, M. (2012). The future of journalism: Networked journalism. *İnternational Journal Of Communication,* Vol. 6, 2923-2938

Van Dijk, J., & Hacker, K. (2003). The digital divide as a complex and dynamic phenomenon. *The İnformation Society*, *19* (4), 315-326

Van Ham, F. (2010). How to use data visualization. journalism meets data, sunulmuş bildiri. Amsterdam: European Journalism Centre

Veglis, A. &Bratsas C. (2017). Reporters in the age of data journalism. *Journal of Applied Journalism & Media* Studies 6 (2), 225-244

Vinod, B. (2013). Leveraging big data for competitive advantage in travel. *Journal Of Revenue And Pricing Management*. 12(1), 96-100.

What is WikiLeaks? (2011). Erişim adresi: https://WikiLeaks .org/About.html Erişim tarihi: 24.10.2017

Yang, F. & Du, Y. R. (2016). Storytelling in the age of big data: Hong Kong students' readiness and attitude towards data journalism. *Asia Pacific Media Educator*, 26(2), 148-162.

Yaylagül, L. (2016). Kitle iletişim kuramları egemen ve eleştirel yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınevi.

Yüksel, E. (1997). Kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme kavramları nerede kesişmekte, nerede ayrılmaktadır?. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 571-586

Zekiroğlu, C. (Eylül, 2015). Google Maps evinizin sular altında kalıp kalmayacağını gösteriyor. Erişim adresi: https://Gaiadergi.Com/Google-Maps-Evinizin-Sular-Altinda-Kalip-Kalmayacagini-Gosteriyor/

SON NOTLAR

[i] Ülke/Şehirler en çok veriden en az veriye göre sıralanmıştır.

[ii] Karaca (2018) tarafından, "Haberi yazmak kadar görünürlükte önemli" başlığıyla BirGün gazetesinde ele alınan yazıda, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik bölümünde araştırma görevlisi olan Bilge Narin, teknolojiyi kullanabilen gazetecilerin yetiştirilmesi gerektiğini bu kapsamda dünyada bazı üniversitelerde Veri Gazeteciliğinin zorunlu ders olarak okutulduğunu dile getirmiştir. Özgür Haber adlı internet sitesinde Süleyman Aydın tarafından (15.04.2018) ele alınan "Yerel Medya'yı Ayağa Kaldıralım" adlı haberde Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölüm Başkanı Doç. Dr. M. Emre Köksalan, çağımızın geldiği noktada medyanın gelişimi kapsamında medyanın içerik ve teknoloji konusunda donanımlı hale getirmesinin önemine değinerek, veri gazeteciliğinin Türkiye'de pratiğine az rastlanır olduğuna dikkate çekmiştir.

[iii] Pınar Dağ tarafından farklı tarihlerde İletişim Fakülteleri'nde öğrencilere yönelik gerçekleştirilen atölyeler (Doğu Akdeniz, 19 Mayıs Üniversiteleri vd.) ile Ankara Gazeteciler Cemiyeti tarafından 10-12 Haziran 2017 yılında 'Medyanın Sorumluluğu Çalıştayı içerisinde yer alan atölyede (11 Haziran 2017, http://www.cgd.org.tr/index.php?Did=979) bunlara örnek verilebilir.