

## Gazetecilerin Alternatif Bir Medya Olarak Twitter'ı Kullanım Düzeyi: Washington Post Örneği

The Level of Journalists Using Twitter As an Alternative Media Tool: The Washington Post Cases

Uğur BAKAN, Yrd. Doç. Dr., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi,  
E-posta:ugur.bakan@ikc.edu.tr

### Anahtar Kelimeler:

Alternatif Medya,  
Sosyal Medya, İnternet  
Gazeteciliği, Twitter,  
İçerik Benzerliği  
Analizi.

### Öz

Son yirmi yılda gerçekleşen teknolojik gelişmeler, gazetecilere hikâyeleri yeni perspektiflerden anlatmalarını ve daha geniş kitlelere dağıtmalarını sağlamıştır. Geleneksel medya ve yeni medya platformları arasındaki içerik paylaşımı, haber miktarı ve hızı açısından bir sinerji olarak algılanmaktadır. Bu çalışmada Washington Post'un sekiz yazarının gazete yazıları ve kişisel Twitter paylaşımları Ocak-Mart 2017 tarihleri arasında üç aylık bir dönemde değerlendirilmiştir. Elde edilen ham veriler iki bağımsız araştırmacı tarafından metin madenciliğinden tekniğiyle on sekiz kategoriye göre sınıflandırılmıştır. Verilerin analizinde sırasıyla frekans ve ortalama istatistiksel işlemler uygulanmıştır. Ayrıca değişken gruplar arasındaki etki düzeyinin belirlenmesi için Ki-Kare ve yazarların gazete yazıları ile sosyal medya paylaşımları arasındaki ilişkiyi belirlemek için ise Cosine theta indeksi değer aralığı (-1, +1) kullanılmıştır. Ed O'Keefe ( $r=0,296$ ), Philip Rucker ( $r=0,682$ ) ve Robert Barnes ( $r=0.000$ )'ın gazete yazıları ve Twitter paylaşımları arasında anlamlı bir benzerlik bulunmazken, Carolyn Johnson ( $r=1.000$ ) ve Sari Horwitz'in ( $r=1.000$ ) gazete ve sosyal medya yazıları önemli bir benzerlik göstermiştir. Bu sonuçlar haber içeriklerinin doğruluğu veya tarafsızlığından ziyade farklılıkların hangi konular üzerinde yoğunlaştığını belirlemeye odaklanmaktadır. Philip Rucker, Robert Barnes ve Ed O'Keefe'nin özellikle siyasal, uluslararası politika ve yasal düzenlemelerle ilgili konularda Twitter'ı alternatif bir medya olarak kullandıkları görülmüştür.

### Keywords:

Traditional Media,  
Social Media,  
İnternet Journalism,  
Twitter, Content  
Similarity Analysis

### Abstract

Technological developments over the past two decades have allowed journalists to tell stories from new perspectives and distribute them to wider masses. Content sharing between traditional media and new media platforms is perceived as a synergy in terms of news volume and speed. In this study, eight newspaper writers of Washington Post and their personal Twitter shares were evaluated over a three-month period from January to March 2017. The raw data obtained were classified into eight category by two independent investigators, using text mining. The data was analyzed descriptively (e.g. frequency and mean scores). In addition, the Cosine theta index value range (-1, +1) was used to determine the relationship between newspaper articles and social media sharings while Chi-square was used to determine the level of influence between groups. While there was no significant similarity between Ed O'Keefe ( $r=0,296$ ), Philip Rucker ( $r=0,682$ ) and Robert Barnes ( $r=0.000$ ) in newspaper articles and Twitter shares, there was a significant similarity between Carolyn Johnson ( $r=1.000$ ) and Sari Horwitz ( $r=1.000$ ) newspapers and social media articles. These results indicated that what issues are most intensely focused on instead of the authenticity or impartiality of the news content. Philip Rucker, Robert Barnes, and Ed O'Keefe have used Twitter as an alternative media, especially in matters related to political, international policy and legal regulation.

## Giriş

İnternet teknolojilerinin hayatımıza girmesiyle birlikte ticaret, bankacılık ve elektronik devlet işlemleri gibi üst düzey güvenlik gerektiren hassas uygulamalar bile internet bağlantısı olan herhangi bir aygıtla kolaylıkla gerçekleştirilebilir hale gelmiştir. Milyonlarca internet girişimcisi sanal ortamdaki devasa pastadan pay alabilmek için bağımsız olarak elektronik ticaret ve haber portalları üzerinde çalışmalar yapmaktadır. Bu uygulamalara ek olarak Facebook, Twitter, YouTube ve LinkedIn gibi sosyal medya sitelerine uyumlu olan ve bu platformlar üzerinden gelir elde eden birçok bilişim şirketi de bulunmaktadır (Saiprasad, 2016; Kiranmai, 2016; Mayrhofer, 2013).

21. yüzyılın kitle iletişim kültürü, kullanıcı tabanlı Web 2.0 teknolojilerinin sağladığı araçlarla sosyo-kültürel yapıyı, bireylerin inanç ve davranışlarını önemli ölçüde şekillendirmektedir (Young ve Jordan, 2013; Stefanone ve ark., 2011). Bu sosyal değişim, internetin yapısı gereği toplumun tüm katmanlarını etkilediği için konuyla farklı disiplinlerde akademik çalışmaların yapılması gerekmektedir. DeFleur (1966), kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda kültürel normlar teorisini ortaya atarak, medyanın yalnız bireyler üzerinde doğrudan etkili olmakla kalmayıp, toplumun kültürü, bilgi birikimi, normlarını ve değerlerini de etkilediğini belirtmiştir. İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte ortaya çıkan bu sanal kültür, bireylerin iletişim alışkanlıklarını ve günlük aktivitelerini de belirler hale gelmiştir (Lee ve ark, 2011; Krishnan ve Hunt, 2015; Yen, 2013; Kim ve ark., 2016).

Kitle iletişim araçları izleyici, dinleyici, okuyucularını kendi davranış çizelgelerini belirlemek üzere seçerek kullanabilecekleri birtakım imajları, fikirleri ve değerlendirmeleri kolayca temin edebilecekleri hale getirmektedir (McQual ve Windahl, 1993). Kitle olarak ise yeni medyanın en belirgin etkisi, geniş, homojen bir kitleye yönelik geleneksel tek taraflı iletişim ortamından farklı olarak bireyselliğin ön planda olduğu, izleyicilerin istedikleri mesaja erişip bunları yaratmalarına olanak tanıyan kolektif etkileşimli bir ortam sunmasıdır (Olson ve Pollard, 2004). Çağımızın egemen internet kültürü, sanal meslekler, sanal para ve bankalar, sanal organizasyonlar ve sanal suçlar gibi daha önce olmayan birçok kavramı da ortaya çıkararak, ülkeler tarafından yasal zemin ve politikaların oluşmasını sağlamıştır. Bu gibi açık yayın platformlarından her gün milyonlarca fikir ve görüş oluşturularak hedef kitle dışındaki milyonlarca kişiye istemeden de olsa ulaştırılmaktadır.

Medya belirli bir bakış açısı ile kurgusal olmayan bir hikâyeyi, olayı veya durumu tespit eden, raporlayan, analiz eden ve belirli bir dönemde bunu takipçileriyle buluşturan çok yönlü bir ortamdır. Teknolojinin tamamlayıcı unsurları doğrultusunda gelişen gazete, haber ve işletme anlayışları sonrasında bilgisayar destekli internet gazeteciliği olarak adlandırılan yeni ve karmaşık bir sistem doğmuştur. Günümüz etkin medya organlarından biri olan internet gazeteciliği, teknolojinin sağladığı tüm imkânları kullanarak eş zamanlı olarak, fotoğraf ve video gibi çoklu ortam desteğiyle milyonlarca kişiye yayın yapmaktadır. Günümüzde haber akışının temelini oluşturan internet gazeteciliğini tanımlayan birçok farklı kavram bulunmaktadır. İnternet gazeteciliğiyle ilgili yurt dışında *online journalism*, *digital journalism*, *e-media*, *e-journalism*, *online news*, *online journalism*, *online media*, ülkemizde ise *e-gazete*, *online gazete*, *online haber*, *haber portalı*, *elektronik gazetecilik* ve *elektronik haber* kavramları kullanılmaktadır. Bu kavramlar internet medyasıyla

ilgili belirli bir standart olmadığı için genel olarak sayısallaştırılmış medyanın tamamını kapsamaktadır. İlk çevrimiçi servisler anlık olarak güncellenmesi gereken para, hisse senedi alım satımı ve ekonomik gösterge kararlarının yer aldığı ticari faaliyet için ayrılmış çevrim içi veri tabanları olarak geliştirilmiştir. Ticari çevrimiçi servisleri teknolojik gelişmelere paralel olarak iki döneme ayırmak gerekir. İlk dönemde 1960'lı yıllarda teletext hizmetinin gelişimine kadar sadece kurumsal çözümler sunarken, ikinci dönemde ise 1980'li yılların ortalarında kişisel bilgisayarların ofis ve evlerde yaygın olarak görünmeye başlamasından sonra birçok hizmet bireysel ve kurumsal olarak gerçekleştirilmiştir (Siapera ve Veglis, 2012).

Sayısallaşma, haber değerlerini, mesleki etiği, iş akışlarını, çalışma koşullarını ve haber odası yönetimini etkilediğinden, gazeteciliğin değişen tabiatının arkasındaki temel itici güçlerden biri olmuştur. Aynı zamanda bu işbirliği geleneksel medyanın dağıtım kanalı açısından yeni medyaya entegre olarak daha etkin bir konuma gelmesini sağlamıştır. Web 2.0 teknolojilerinin sağladığı görsel zenginlik ve okuyucuyla kurulan etkileşim ortamı, geleneksel gazetecilik anlayışını geliştirilen ve tamamlayan bir sistem olarak görülmektedir. Yeni medyanın itici gücü, yeni sosyal ağlar ve faaliyetler yaratan, toplumunun politik, kültürel, ekonomik, coğrafi ve diğer sınırlarını yeniden tanımlayan, sosyal ilişkilerin kapsamını genişletip yeni bağlar kuran, sosyal alışverişleri makro veya mikro yapılarını içeren küresel bir eğilim oluşturmıştır (Steger, 2009).

İnternet gazeteciliğinin başlangıç serüveninde hiç kuşkusuz internet olarak adlandırılacak evrensel bir kütüphane ile gazetecilik anlayışının yepyeni bir boyuta taşınabileceği düşünülmemişti (Kahn ve ark., 1997). Gazetelerin elektronik olarak sunumunda hem var olan teknolojinin sınırları dâhilinde daha az maliyetle geniş kitlelere haber akışı sunmak hem de teknolojinin insanlar üzerindeki etkisini kullanarak daha fazla okuyucu kitlesi oluşturmak yatmaktadır. İnternet medyasında rekabet koşulları geleneksel gazetecilik anlayışına oranla cazip seçenekler sunmaktadır. Gazete ve dergilerin ilk sermaye gideri, personel giderleri ve dağıtım hizmeti oldukça yüksek maliyetler gerektirmektedir. Bu koşulların sağlanmasında gazete ve dergi grubu genellikle farklı sektörler tarafından ekonomik olarak desteklenmektedir. İnternet gazeteciliği çok düşük maliyette bir işletme gideri gerektirdiği için birkaç kişi ve birkaç ajans yardımıyla faaliyet gerçekleştirilebilmektedir.

Amerika ve İngiltere'de bulunan ulusal haber ajansları 90'lı yılların başına kadar kurdukları veri terminalleri aracılığıyla, bürolarıyla haber metinlerinin ve görsellerinin transferini gerçekleştirebiliyordu. Küreselleşme düşüncesinin etkileriyle haber merkezleri artık dünya üzerindeki tüm noktalarla sabit terminaller üzerinden haber servisi yapabilmeyi ve eş zamanlı olarak sunabilmeyi planlıyordu. Bu sistemin kurulabilmesi için dönemin altyapısı olan kablolu veya uydu haberleşme ağları tek başına yeterli değildi. Ayrıca tüm kullanıcıların ortak yararlanabileceği bir platformunun geliştirilmesi gerekliydi. Çevrimiçi gazetecilik için ilk çalışmalar 1980'lerde America Online, Prodigy ve CompuServe gibi gazetelerin elektronik kopyaları ve Teletext ve Videotext gibi çeşitli formlarda hazırlanan sayılarıyla başladığı kabul edilmektedir. Kaliforniya'da Şubat 1994'de haftalık olarak çıkan The Palo Alto Weekly adlı gazete ilk çevrimiçi gazete olarak kabul edilmektedir (Siapera & Veglis, 2012). 90'lı yıllarda başlayan internet gazeteciliği serüveni değişik hizmet sağlayıcıları ve yöntemlerle hızlı bir şekilde gelişmiştir. İnternet

gazeteleri birden çok kullanıcının aynı anda erişebileceği gerekli haber ve materyalleri yerleştirebileceği dinamik bir yapıda hazırlanmaktadır. Bu sistem için gerekli olan yazılım alt yapısı günümüzde yaygın olarak PHP, ASP, ASPNet, Perl, CGI, Java dilleriyle sağlanmaktadır. Bir kişi ücretsiz veya çok düşük ücretle bir internet sayfasına sahip olup, bu yazılım dillerini bilmeden son derece kolay bir şekilde web yayıncılık araçlarını kullanarak tasarlayıp, tüm dünyanın kullanımına sunabilmektedir. Önceden hazırlanmış dinamik haber siteleri haber metninin yanı sıra fotoğraf, grafik, ses, görüntü ve animasyon gibi haberi zenginleştiren ve eğlenceli hale getiren çoklu ortamlar ile etkileşim olanağı sağlamaktadır.

1950’li yıllardan itibaren Bruce Bethke (1980), Isaac Asimov (1957), William Gibson (1984), Douglas Adams (1979) gibi birçok bilim-kurgu yazarı yapıtlarında bilgisayar ile haberleşmenin yeniden şekilleneceği hatta gelecekte belki uzaya çıkan insanların, dünyadaki gelişmeleri çipli elektronik kâğıtlardan takip edebilecek sistemlerin gelişebileceğini yazmışlardı. Bu düşüncenin temellendirildiği bilgisayar destekli ya da aracılı iletişim günümüzde en fazla çalışma yapılan akademik konuların başında gelmektedir. Bilgisayar dolayimli iletişim (BDİ) “computer-mediated communication (CMC)”, insanların bilgisayarlar ve ağlar aracılığıyla diğer insanlarla iletişim kurmasını sağlayan çeşitli sistemler için yaygın olarak kullanılan genel bir terimdir (Walther & Burgoon, 1992). Bilgisayar aracılı iletişim özellikle internetin gelişimiyle birlikte gündelik hayatın bir parçası olmuştur. 1990’ların başlarından itibaren bilgisayarların evlerde yerini almasıyla birlikte bilgisayar dolayimli iletişim konusundaki akademik çalışmalar da hızlanmıştır (Walther, 1996). BDİ ile ilgili araştırma sonuçları, yüz yüze iletişim ortamından farklı olarak insanların bilgisayar aracılığıyla yönlendirmeye daha fazla maruz kaldığını, insanların birbirleriyle iletişim biçiminde birçok değişikliğe neden olabileceğini, iletişim kalıplarını ve sosyal ağları etkileyebileceğini, bu şekilde gerçekleşen iletişimin insanları antisosyal yaptığı da belirtilmiştir (Rice & Gattiker, 2001; Fulk & Collins-Jarvis, 2001). BDİ, zaman ve mekân bağımlılığını oradan kopardığı için etkileşimin eşzamanlılık düzeyini sınırlar ve etkileşimin azalmasına neden olmaktadır. Sosyal ağların çevrim-içi haberleşme özelliği bütün bu olumsuzlukları belirli ölçüde giderse de tamamen ortadan kaldırmadığı bir gerçektir.

### **Geleneksel Medyanın Yeni Medyaya Entegrasyonu**

Genel olarak medya sektörü dünyanın her yerinde siyaset ve ekonomik güçlerin arasındaki ilişkileri dengeleyen, başlangıç yatırımları oldukça yüksek olan kurumlardır. Bu yüksek maliyetli yatırımın sonucunda, çok karlı bir kazanç elde edemeyen medya kuruluşları, politik güçlerin istekleri doğrultusunda halkın siyasi, sosyal ve ekonomik eğilimleri yönlendirerek bu hizmetlerinin karşılığını, bu güçlerin desteğiyle farklı sektörlerden karşılamaktadır (McCombs, 1977). Bireylerin siyasal sistem içinde tercihlerini ve eğilimlerini yönlendiren medya, sosyolojik ve psikolojik tüm argümanları yeni iletişim teknolojileriyle bütünleştirerek bu süreçte kullanılmaktadır. Yapılan araştırmalar (Bimber, 2003; Chi & Yang, 2011, Weeks & Holbert, 2013), yeni iletişim teknolojilerinin bireylerin siyasal konulardaki bilişlerini veya tutumlarını belirleyen bilgi kümelerini önemli ölçüde etkileyebileceğini göstermektedir. İnternet teknolojileriyle birlikte bir bölgede yaşanan siyasal, ekonomik ve sosyal olaylar anında medyada yer

almakta ve küresel bir mesele olarak değerlendirilerek bu olaylardan etkilenmemek için ülkeler ulusal stratejiler geliştirilmektedir. Uluslararası yayın organlarının yanı sıra birçok gazete, TV ve radyo kanalının çeşitli dillerde internet üzerinden yayın yapması, küresel haber akışını hızlandırmaktadır. Bazı basın ve yayın kuruluşları haber bültenlerinde ve gazetelerinde kullanmadıkları veya sınırlı bir bölümünü kullandıkları haber içeriklerinin kalan bölümlerini çevrimiçi haber sitelerinde veya haber bloglarında sınırsız boşluklardan yararlanmak ve daha zengin bir içerik sunabilmek için kullanmaktadır. Bu bilgi yoğunluğu bireylerin haber ihtiyacını karşılayabilmek için daha fazla interneti kullanmasını sağlamıştır. Birçok araştırma, geleneksel medyanın yeni medya karşısında değişmekle yok olmak arasında bir tercih yapması gerektiğini de belirtmektedir (Spyridou ve ark.,2013; Gueorguieva, 2007; Glynn ve ark.,2012; Hedman ve ark., 2013; Kim ve ark., 2013, Nisbet & Scheufele, 2004; Chan ve ark., 2006). Bu görüşler medyanın artık sadece baskı formunda kalma ihtimalinin bulunmadığını, web ve mobile uygulamalarla entegrasyonun sağlanamaması durumunda içinde yaşadığımız bilişim çağında varlığını sürdürebilmesinin mümkün olmadığı konusunda hemfi kirdir. Karmaşık ve çok yönlü bir süreç olan “medya entegrasyonu” içerik, yayın yaklaşımları, işletim platformların ve pazarlama olmak üzere dört alanın yeni sisteme uyumlu hale gelmesiyle mümkün olmaktadır (Huang ve Lu, 2017:775). Medya endüstrisi ve gazetecilik pratikleri göz önüne alındığında kurumsal olarak internet gazeteciliğini benimsememe düşüncesinin mümkün olmadığı görülmektedir. Yeni medya kişiselleştirme ve etkililik nedeniyle geleneksel medyanın canlandırılması için güçlü bir fırsat olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. İnternetin yaygınlaşması ve geniş bant teknolojisindeki gelişmelerle birlikte kullanıcı odaklı web yazılım alt yapısındaki ilerlemeler, daha fazla insanın içerik üretmesi anlamına gelmektedir. Haber servis modelleri dikkate alındığı zaman basılı gazetelerin odaklandığı konular, yayınlanma frekansı ve coğrafik bölgelerine göre farklılık göstermektedir. Servis modellerinin sınıflandırılması yayın içeriğinde ve dağılımda bir kısıtlamanın yapıldığı anlamına gelmemektedir. Yerel gazetelerin çevrimiçi versiyonları içerik açısından bölgesel konuları ele alsa da aslında dünyanın yer yerine ulaşabilen evrensel bir ağla bu içerikleri dağıtılmış olmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiği zaman internette yer alan tüm gazeteler uluslararası alanda faaliyet göstermektedir. Bilgisayar ve mobil aygıtların yaygınlaşmasıyla birlikte kullanıcı merkezli güncel ve sansasyonel haber yoğunluğuna olan eğilim gittikçe artmıştır. Gazete ve ticari yayıncılar habercilik ve etik konularda mesleki standartları gittikçe daha çok benimsemiş olmalarına karşın, birçoğu politik veya ideolojik konularda ekonomik güçlere tabi oldukları görülmüştür. Gazetecilik ahlakı gereği basın mensupları taraflı yayıncılık ve hükümetin bir propaganda aracı kullanılmaktan kendilerini uzak tutma arayışındadır. Siyasi dini ırksal sosyal ya da benzer konularda haber sunmalarına karşın tarafsız ve adil bir haber yapmak için kişisel ilgi ve görüşlerinden sıyrılmaları gerekmektedir. Oysaki internette faaliyet gösteren bağımsız medya kuruluşları küçük maliyetlerle hem yazılı hem görsel basının tüm fonksiyonlarını yerine getirerek, kitle iletişimi alanında yeni bir olgu olarak yerini almıştır. Yeni medyanın ortaya çıkışı, bilgi akışının baskın olduğu geleneksel kitle medyasının aksine, farklı verilere ve geri bildirimlere neredeyse sınırsız erişime olanak tanıyan bilgi sağlanmasının mümkün olduğu yeni bir kamusal alan formunu sağlamıştır (Van Dijck & Poell, 2015). İnternet gazeteciliği sayesinde kullanıcılar, geleneksel gazetelerin internet ortamındaki yayınlarına ulaşabilmenin yanında, baskı versiyonu olmayan yalnızca internet üzerinden bağımsız habercilik yapan web sitelerine de erişilebilmektedir. Elektronik ortamda

yaptığı teknolojik determinist tahminleriyle ünlü Marshall McLuhan, televizyon çağıyla başlayan yeni medyayı, eski bir mesaj için yeni bir konteyner olduğunu vurgulamaktadır. McLuhan'a göre herhangi bir ortama ait içerik daima başka bir araç olarak kabul edilmesi gerekmektedir (McLuhan, 1964:8). Medya, radyo, televizyon, internet ve taşınabilir aygıtlar şeklinde dört gelişim aşaması geçirirken, bir sonra gelen teknoloji bir önceki teknolojinin tüm özelliklerini de taşımaktadır.

Ekonomik anlamda çevrimiçi gazeteler kâr amacı gütmekten çok, gazetelerin baskı sürümleri için promosyon aracı olarak görülmektedir (Bakker, 2012). Yeni medya çağında, seçkinler tarafından siyasi ve kültürel gündemi belirleyen başta gazeteler olmak üzere televizyon, dergi ve radyoların bulunduğu medya gruplarının tekeli önemli ölçüde etkilenmiştir. Geleneksel medya kanallarının tamamında büyük bir değişim yaşanırken, basılı versiyonu olan gazete ve dergilerde bu değişim belirgin olarak görülmüştür. Özel teşebbüslerin egemenlik altındaki gazete endüstrisinin aksine radyo ve televizyon yayıncılığı dünyanın her yerinde bir kamu kaynağı olarak kabul edilen radyo ve uydu frekanslarının yanı sıra kablo yayıncılığı için çeşitli lisanslama ve yayın hakları seçenekleriyle devletin kontrolü altında olmaktadır. Web 2.0'ın önemli özelliklerinden olan çoklu ortam desteği ve etkileşim özelliği, internete bağlanabilen akıllı TV'lerle birlikte kullanılmaktadır. Böylece günümüzdeki televizyonların birçoğunda internet bağlantısıyla birlikte yeni medyanın birçok özelliği sisteme dâhil olmuştur. Özellikle araştırmacı gazeteciler, yazılarını daha fazla kişiye ulaştırabilmek için kendi gazeteleri dışında bağımsız medya platformlarına da yer almıştır. Yeni medya kanallarıyla kitlesel katılım teşvik edilir ve ifade ve etkileşim için eşi benzeri görülmemiş fırsatlar yaratır; bu, durum toplumun önde gelenleriyle dünyanın diğer siyasi ve kültürel grupları arasında ana akım tarafından dayatılan egemen anlatılara karşı meydan okuma alanı oluşturur (Lievrouw, 2011: 1-2). Yeni medya aygıtları ve platformlarıyla sağlanan bilgi ve fikir alışverişi, sosyal hareketlere yeni bir boyut getirerek, siyasi katılım, sivil toplum ve demokratik aktivitelere önemli bir katkı sağlamaktadır (Cammaerts, Carpentier, 2007: 219). Marjinal gruplar da yeni medya ile birlikte bağımsız haber platformları ve bloglarla her zamankinden daha fazla seslerini duyurma fırsatı bulmuşlardır.

### **Geleneksel ve Yeni Medya İlişkisi**

Geleneksel medyanın kurumsallaşmış yapısı, hiçbir baskı ve sansüre uğramayan yeni medyaya karşı bir dezavantaj oluşturmuş gibi görünse de haber içeriklerinin güvenilirliği açısından kullanıcı tarafından bir saygınlık sağlamaktadır. Günümüzde kaynağı belli olmayan binlerce yalan haber gerek haber platformlarında gerekse sosyal ağlarda servis edilerek toplumu manipüle etmeye çalışmaktadır. Bloglar, haber platformları ve sosyal ağlar hem çevrimiçi hem de çevrimdışı ana akım haber içeriğini önemli derecede etkilediği yaygın olarak kabul edilmekle birlikte, ayrı bir fenomen olarak alternatif medya kategorisinde ele alınması gerekmektedir. Yirmi birinci yüzyılın başlangıcında bile, geleneksel medyadaki pek çok profesyonel gazeteci, webin bir haber kaynağı olarak değerlendirilmesi gerektiği fikrine kuşkuyla yaklaşmaktaydı (Chao-Chen, 2013). Geleneksel medya mensuplarının, yeni medya ile rekabet edebilmek için alışılmadık dışında bir haber üretimi yapma baskısı ve profesyonellik duygusu ile zaman zaman çelişmektedir. Haber metinlerinde içerik ve önemlilik arasındaki çekişme,

bu konuda çalışan bilim adamlarının iletişim teknolojilerinin bu süreçte oynadığı rolü anlamalarını zorlaştırmaktadır (Boczkowski ve Siles, 2013). Yeni medya ve ana akım medya arasındaki ayrımları ve tamamlayıcılıkları keşfetmek için çeşitli medya biçimleri arasındaki teknik ayrımları anlamak gerekir. Geleneksel medya haberciliği ile çevrimiçi gazetecilik arasındaki kabul edilen krizin, geleneksel medya haberciliğinin yeni teknolojiden kaçınma değil, onun kontrollü bir şekilde dâhil edilmesi girişimi olarak teknolojik bir konudan çok daha kavramsal bir konu olarak ele alınması gerekir. Yeni medya olanakları geleneksel medya için değişim, canlanma ve gelişme getirmek için bir katalizör olarak kullanılmalıdır. Bu dönüşümün etkilerini bekleyebilmek için yapılan ilk tartışmalar, sayısallaştırmanın gazetecilik pratiklerinde radikal değişiklikler ve geleneksel gazeteciliğin sonunu getirip getirmediği üzerine yoğunlaşmıştır (Steensen & Ahva, 2014:2). Günümüzde haber kuruluşları ve bağımsız gazeteciler, sosyal medyayı okuyucularla etkileşime geçmenin yeni bir yolu olarak benimseyerek, takipçi kitleri haber bloglarına ve haber sitelerine yönlendirmişlerdir (Shirky, 2008). Yüksek hızla internet bağlantısı olan bir cep telefonunun yardımıyla bir gazeteci haber görselini ve metnini hazırlayarak çevrimdışı veya canlı yayın yaparak çevrimiçi olarak bağımsız bir yayıncılık yapabilmektedir. Yeni medyanın olumlu ve olumsuz yönlerinin ne düzeyde olduğunu belirleyebilmek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulan bazı gri yönleri bulunmaktadır.

### **Alternatif Gazetecilik Aracı Olarak Sosyal Medya**

İnternet teknolojisinde yaşanan gelişmeler insanların internet ve web araçlarını daha fazla kullanmasına yol açmaktadır. Bu araçlardan en önemlileri kuşkusuz çeşitli ilgi alanlarına göre geliştirilmiş sosyal medya araçlarıdır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte popüler günlük gazeteler, dağıtım alanları dışındaki milyonlarca okura kolayca ulaşır hale gelmiştir. Sosyal medya araçları ise bu haber içeriğini doğrudan veya dolaylı olarak daha fazla kişiye yayılmasını sağlamıştır. Birçok gazeteci mensubu olduğu gazetenin yayın politikası gereği kendi köşesinde yazmaya çekindiği konuları sosyal medya sayfasında paylaşmaktadır. Her ne kadar bu durum bir otokontrol olarak değerlendirilse de gazetecinin okur tarafındaki genel algıyı önemli bir ölçüde değiştirmemektedir. Bu algılar haberlerin içeriğine göre olumlu veya olumsuz olarak değişkenlik gösterse de genel kanaatleri etkilememektedir. Gazete, dergi ve televizyondan sonra internet gazeteciliği ve sosyal medya gibi dijital formatlar da alternatif medyanın araştırma alanlarından biri haline gelmiştir (Harlow, 2013). Alternatif medya, etkin kişiler ile ana akım medya arasındaki karmaşık ve sıklıkla gergin ilişkiyi daha iyi anlayabilmek için oldukça önemlidir (Gitlin, 1980). Yakın bir geçmişe kadar televizyon ve gazete odaklı alternatif medya çalışmaları oldukça popülerken, internetle birlikte eğilim, internet gazeteciliği ve sosyal medya üzerine yoğunlaşmıştır. Alternatif medya çalışmaları, genel olarak kendi kendine organize olan medya yapılarını Anarşist perspektiflere (Atton, 2002) göre ele almaktadır. Alternatif medya kuramı, iktidar hiyerarşilerinin dengelenmesi, kurumlar arasındaki yapısal eşitsizliklerin düzeltilmesi ve mülkiyet mantığına karşı meydan okuması gibi radikal demokrasi kuramlarıyla yakından bağlantılıdır (Pickard, 2006). Başka bir deyişle, halkın medyası olarak da kabul edilen alternatif medya, halkın bilinçlenerek elinde bulundurduğu yetkileri koruyup, iktidarın gücünün paylaşılması için gereklidir (Rodriguez, 2003 ). Facebook ve Twitter gibi ağlar, alternatif medyanın aktivizmde hangi rolü oynayacağını

anlamak için çok önemlidir. Herkesin hem potansiyel haber üreticisi hem de tüketicisi olduğu sosyal ağlarda, oluşturulan bilgi çok sesliliğin sağlanması açısından oldukça değerlidir. Geleneksel medyaya karşı alternatif bir medya olarak görünen bağımsız haber platformları ve sosyal medya kanalları habercilik açısından değerlendirilmesi gereken önemli bir alan olarak kabul edilmektedir (Pickard, 2006; Couldry, 2003; Waltz, 2005).

Sosyal medya kavramı üzerinde herkesin hem fikir olduğu bir tanım ortaya konmamasına rağmen Kim, Jeong ve Lee (2010), sosyal medyayı içeriği kullanıcılar tarafından oluşturulan ve paylaşılan sanal topluluklar” olarak ifade ederken, Kaplan ve Haenlein (2010) ise sosyal medyayı web 2.0’ın teknolojik temelleri üzerine yapılanan ve kullanıcılar tarafından üretilen içeriğin değiş tokuş edilmesine, yaratılmasına olanak veren bir dizi internet tabanlı uygulama olarak tanımlamıştır. Sosyal ağlar (iç, dış veya mobil) aracılığıyla dünya genelinde milyonlarca insanın, ilgi alanlarını ve etkinliklerini iletmek, bilgi yaymak ve web tabanlı çeşitli yöntemlerle iletişim kurmak için son zamanlarda yerel, bölgesel ve global ölçekli çevrimiçi topluluklar inşa edilmektedir. Sosyal medya sanal ortamda kişilerin profil oluşturarak kendilerini ifade edebilmelerini sağlamaktadır. Sosyal medya araçları hem bloglar, podcast’ler tarafından üretilen içerikleri hem de kullanıcıları çevrimiçi bir toplulukta buluşturmaktadır (Li, 2010:286). İşbirliği kullanıcılar arasında bağlantıları geliştirip, ortak hareket etmeye olanak sağladığı için sosyal medyanın önemli bir bileşenidir (Murugesan, 2007:34-41). Kişilerin sosyal medyayı organize etmesi etiketler ya da yer imleri aracılığıyla gerçekleşmektedir. Son on yılda Facebook, Twitter ve LinkedIn gibi sosyal medya platformlarının kullanım oranı önemli ölçüde artmıştır.

Sosyal medya terimini kavramlaştırmak amacıyla ortaya konan değişik tanımlar incelendiğinde bu tanımların genellikle yakın anlamlı sözcüklerden oluştuğu görülür. Bu tanımlar arasında en yaygın olan tanım ise web 2.0 teknolojisi aracılığıyla kullanıcı tarafından içeriğin oluşturulması ve bu içeriği platforma üye olan kişiler arasında değiş tokuş edilmesidir. Bu platformlar mobil telefonlar, bloglar, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Flickr, Google+ ve XING gibi Web 2.0 destekli siteler ve Second Life (Brennen & Cerna, 2010) gibi çevrimiçi oyunların genelini kapsamaktadır. Web 2.0 kavramı 2014 yılında O’Reilly Media tarafından düzenlenen bir konferansta ilk kez ifade edilmiştir. Web 2.0 ise internet kullanıcılarına kendi çevrimiçi topluluklarını yaratabilecekleri, içerik hazırlayıp paylaşabilecekleri, sürekli gelişen, değişen bir ortamı işaret eden ve tüm bileşenleri kapsayan bir terimdir (Murugesan, 2007). Web 2.0 teknolojisiyle birlikte değişik formatlarda içeriği servis sağlayıcıları tarafından oluşturularak kişilere sunulması yerine kişileri daha aktif hale getirerek içeriği oluşturma ve paylaşma yetkisini kişilere bırakmıştır. Sosyal medyanın bu türleri bilgiye erişimi artırma yoluyla sosyal medya araçlarının kullanımını hızlandırmaya yardım eden içerik yönlendiricileridir. Sosyal medyanın bu tipine RSS, widgets veya internet tabanlı uygulamalarla içerikler çeşitlendirilerek milyonlarca kullanıcıya paylaşılmaktadır.

Sosyal paylaşım siteleri, video paylaşım siteleri, wikiler, bloglar ve birçok yenilik aslında Web 2.0 altyapısının ve yeni medya teknolojilerinin bir sonucu olarak gelişmiştir. Bu dijital teknolojiler önceki web deneyimlerini değiştirerek, kullanıcıların görseller, video ve anlık haberleşme gibi özelliklerle web ile etkileşime girmelerini sağlayarak, geleneksel standartları önemli ölçüde tersine çevirmiştir. Sosyal medya araçlarıyla kültürel alanın internette temsiliyle birlikte olağanüstü yoğunluktaki bilgi artışı, yerel kültürleri



aynileştirerek küresel ortak bir kültüre doğru yönlendirmektedir. Bu dönüşüm, farklı kimlik ve kültürler sanal ortak bir zeminde entegrasyonu olarak düşünülse de sürecin kontrol edilememesi yozlaşmayı da beraberinde getirmiştir. Televizyon ve diğer iletişim araçlarının kısmi ölçüde yol açtığı bu kültürel küreselleşme internetin yaygınlaşmasıyla birlikte doruk noktaya ulaşmıştır. Özellikle sosyal paylaşım siteleri aracılığı ile dünyanın her tarafındaki insanların günün 7/24 birbiri ile haberleşmesi mümkün hale gelmiştir.

Sosyal medya platformları arasında Twitter, esas olarak eş zamansız olarak kısa mesaj alışverişini kolaylaştıran ücretsiz bir web servisi olarak kullanılmaktadır. Birçok kaynakta mikro blog olarak ta adlandırılan bu interaktif format türü yüz milyonlarca kullanıcıya hizmet etmektedir (Java ve ark., 2007). Twitter terminolojisinde mesajlar “Tweet” olarak bilinen boşluklar ve noktalama işaretleri de dahil olmak üzere 140 karakterle sınırlıdır (Holotescu ve ark., 2014). Twitter ve Facebook gibi sosyal medya hizmetleri, milyonlarca kullanıcıyı fikirlerini ve görüşlerini günlük hayattan daha fazla sanal ortamda paylaşmaya, değiş tokuş etmeye ve olaylara katılmaya teşvik etmektedir (Choi & Shin, 2016). Sosyal medya aracılığıyla insanlar, diğer çevrimiçi ya da geleneksel medya platformlarından paylaşmaya çekindiği başta sosyal ve siyasi konular olmak üzere birçok şeyi rahatlıkla paylaşmaktadır. Bu çalışmada sosyal medya araçlarından biri olan Twitter kullanan gazetecilerin içerikleri analiz edilmiştir. Washington Post yazarları arasında seçilen bu kişilerin gazetede yazıları ile sosyal medya paylaşımları arasında bağlantı kurulmaya çalışılmıştır.

## **Yöntem**

Bu çalışmada Washington Post'ta çalışan gazetecilerin köşe yazıları ve kişisel twitter hesaplarındaki paylaşımları içerik açısından değerlendirilmiştir. Sosyal bilimler alanında ortaya çıkan ve hızla büyüyen içerik analizi yaklaşımı biyoinformatik, kanıt dayalı tıp, tıp etiği, sosyal hizmet, halk sağlığı, eczacılık, müttefik sağlık gibi diğer bilim dallarında genişlemiştir. Araştırmada model olarak genel tarama modeli uygulanmıştır. Tarama modeli araştırılan nesnenin, mevcut koşullar içinde herhangi bir değişiklik yapılmadan objektif bir değerlendirme amaçlayan önemli yaklaşımdır (Karasar, 1984). Bu çalışmada yeni medyanın bir formu olan çevrimiçi haber sitelerinde ve sosyal medyada haber paylaşan gazetecilerin, içerik benzerlik düzeyleri değerlendirilmektedir. Sosyal medya, bir gazetecinin belirli bir teknoloji ile yapabileceklerini değil, aynı zamanda bir meslek veya kuruluş gibi bir sosyal grubun farklı kullanımları nasıl değerlendireceğini gösteren sosyal normları içermektedir (Djerf-Pierre ve ark., 2016: 850). Araştırmada kapsamında uluslararası alanda saygınlığı olan gazetecilerin çevrimiçi haber yazıları ile sosyal medya paylaşımları arasındaki içerik benzerliklerinden yola çıkarak, sosyal medyayı kullanımının gazetecilerin mesleki pratiklerine olan etkileri araştırılacaktır. Sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan içerik analizi yöntemi metin veya sembolik materyallerin anlam veya dilbilgisi açısından bilgisayar destekli nesnel sistematik olarak sınıflandırma yaparak içeriklerin çözümlendiği araştırmalarda kullanılmaktadır (Neuman, 1997:31; Wimmer ve Dominick, 2006:150). Nitel ve nicel analizlerde kullanılan bu yöntemle, kelimeleri sıklıklarına göre kategorilere ayrılarak olay veya olgular hakkında değerlendirme yapılmaktadır.

Gazetecilerin sosyal medya araçlarını kullanmalarıyla birlikte, haber metinleri üzerindeki bu ağların etkilerinin olup olmadığına dair çeşitli araştırmalar bulunmaktadır (Molyneux, 2015; Larsson & Hallvard, 2015; Neuberger ve ark., 2013; Lewis ve ark., 2013; Lasorsa ve ark., 2012). Bu araştırmalarda etkileri belirleyebilmek için genellikle anket veya içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi yöntemiyle gazetelerin baskı veya dijital versiyonları ile sosyal medya içerikleri karşılaştırılarak benzerlikler ve farklılıklar üzerinden bir yargıya varmaya çalışılmaktadır (Huang & Lu, 2017; Skogerbo & Krumsvik, 2014; Shapiro & Hemphill, 2014; Russell ve ark., 2015). Bu çalışmada benzerlik düzeyinin belirlenebilmesi için iki aşamalı bir yöntem izlenmiştir. İlk aşamada gazetecilerin yazılarının dijital versiyonları ile twitter paylaşımları tematik olarak dağılım yapıldıktan sonra, ikinci aşamada benzerlik matrisinin hazırlanabilmesi için Cosine theta benzerlik indeksi yönteminden yararlanılmıştır. Anahtar kelimeler veya içerik kategorileri kümeleştğinde, hangi sınıflamaya göre yapıldığını tanımlamak ve bu dağılımdaki benzerlikleri belirleyebilmek için Jaccard, Sorensen, Ochiai ve Cosine thetae  $\cos(\theta)$  gibi benzerlik indeksinin hesaplanabileceği birçok seçenek mevcuttur. Bu çalışmada benzerliklerin ölçümünde Cosine theta katsayısı kullanılmıştır.

Bu amaçla her iki medya kaynağındaki benzerliklerin belirlenebilmesi için aşağıda yer alan sorulara yanıt bulunmaya çalışılmıştır:

**AS.1.** Washington Post yazarlarının gazetede yazıları ve sosyal medya paylaşımları arasında benzerlik ve farklılık düzeyi nedir?

**AS.2.** Washington Post yazarlarının gazetede yazıları ve sosyal medya paylaşımları arasında benzerlik ve farklılıklar, tematik alanlara göre değişim düzeyi nedir?

**AS.3.** Washington Post yazarlarının tematik alanlardan hareketle Twitter'ı alternatif bir medya olarak kullanım düzeyi nedir?

Benzerlik analizi gazetecilerin bir veya birkaç konu üzerindeki sınırlılığını göstermektedir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular gelecekteki sosyal medyada ile geleneksel medya arasındaki analizlerin yapılabilmesi için katkı sağlayacaktır.

## Evren ve Örneklem

Araştırma kapsamında Washington, DC'nin en büyük ve en eski gazetesi olan ve politik konularda kamuoyunca hatırı sayılır bir saygınlığı bulunan Washington Post yazarlarından sekiz kişinin (Callum Borchers, Carolyn Johnson, Damian Paletta, Dan Lamothe, Ed O'Keefe, Philip Rucker, Robert Barnes ve Sari Horwitz) gazete yazıları ve kişisel twitter paylaşımları Ocak-Mart 2017 tarihleri arasında üç aylık bir dönemde değerlendirilmiştir. Washington Post haber analizlerinde New York Times ile birlikte en fazla üzerinde çalışma yapılan gazetelerden biri olarak birçok çalışmada yer almıştır (Yi, 2015; Bachman, 2015; Peerenboom, 2014; Hoffman ve ark., 2010; Goss, 2003; Chaudhary, 2001; Parisi, 1998, Meyers, 1996). Gazete girişte ulusal ve uluslararası haberlere yer verirken, sonraki sayfalarda bölgesel konular, spor, moda, kültür ve sanat ağırlıklı konular ele alınmaktadır. Hafta sonu ise mevcut sayfaların yanı sıra stil ve sanat, gezi, TV rehberi ve magazin gibi ekler okuyucuya sunulmaktadır. Haziran 1996'dan beri dijital olarak yayın yapan Washington Post, comScore verilerine göre 2016'da 1,1 milyar sayfa görüntülenmesine ve Şubat 2017'de 89,6 milyon kişiye ulaşmıştır (comScore,

2016). Gazetecilerin seçilmesinde haber sayısı ve twitter hesaplarını aktif olarak kullanmaları ön koşul olarak belirlenmiştir. Washington Post'ta 300 ve üzerinde belirli bir tür dışında (moda, seyahat, spor, ekonomi vb.) makalesi olan kişiler arasından rasgele olarak seçilmiştir. Araştırmada örneklem olarak seçilen sekiz kişinin özellikleri aşağıda Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1. Köşe Yazarlarının Üç Aylık Gazete ve Kişisel Twitter Hareketleri Dağılımı**

| Yazar Adı       | Tweet Sayısı | Yanıt Sayısı | Retweet Sayısı | Beğenme Sayısı | WP'deki Makale Sayısı |
|-----------------|--------------|--------------|----------------|----------------|-----------------------|
| Callum Borchers | 293          | 181          | 447            | 2277           | 60                    |
| Carolyn Johnson | 278          | 8164         | 81538          | 87058          | 32                    |
| Damian Paletta  | 330          | 22593        | 222665         | 442576         | 11                    |
| Dan Lamothe     | 821          | 26259        | 187653         | 308502         | 10                    |
| Ed O'Keefe      | 537          | 18813        | 165718         | 238241         | 8                     |
| Philip Rucker   | 987          | 4908         | 29841          | 46052          | 18                    |
| Robert Barnes   | 243          | 2991         | 25385          | 39234          | 29                    |

Gazeteciler Washington Post'ta genellikle siyaset ve gündem içerikli yazılar yazmaktadırlar. Üç aylık süre zarfında Callum Borchers 60 makale ile ilk sırada yer alırken, Carolyn Johnson ve Robert Barnes'da makale sayısı bakımından üst sıralarda yer almaktadır. Sosyal medya aktiviteleri incelendiğinde ise Philip Rucker ve Dan Lamothe'nin Twitter'da daha aktif oldukları, Damian Paletta'nın ise yanıt, Retweet ve beğenme sayıları dikkate alındığı zaman kullanıcılar üzerinde daha etkili olduğu görülmüştür.

### Veri Toplama Araçları ve Analiz

Araştırma kapsamında Washington Post yazarlarından sekiz kişinin gazetede ki yazılarının dijital versiyonu ve Twitter içeriklerinin yanı sıra takipçi, beğeni, yorum gibi bilgiler toplanmıştır. Bağımsız iki araştırmacı tarafından önceden hazırlanmış listeye göre kodlama yapılmıştır. Araştırmanın amacına yönelik düzenlenen kodlama listesine göre elde edilen ham veriler görsel dosyalardan ayrılarak, Microsoft Excel ile gereksiz karakterler (#, @, \*) ve tekrarlar (tweet, retweet, beğeni vb.) analizi etkilememesi için çıkarılmıştır. Ayıklama işlemi sonrası elde edilen veriler WordStat yazılımı ile on sekiz kategoriye göre (siyaset, iş-ekonomi, medya, yasal düzenlemeler, topluluk-organizasyon, güvenlik-terörizm, uluslararası politikalar, sağlık, bireysel konular, gezi-eğlence, eğitim, suç-şiddet, bölgesel konular, iklim-çevre-enerji, insan hakları, din, kültür-sanat, spor) sınıflandırılmıştır. Bu kategorilerin belirlenmesinde metin madenciliğinden (text mining) yararlanılmıştır. Metin madenciliği, veri madenciliği yöntemleri ve algoritmalarını bilgisayar ortamında *ngam* destekli olarak işlenerek, metin kümesi içinden kalıplar bulunup bu kalıpların benzer kategorilere ayrılması olarak tanımlanmaktadır (Feldman & Sanger, 2006; Liu, 2015).

Verilerin analizinde sırasıyla frekans ve ortalama istatistiksel işlemler uygulanmıştır. Ayrıca bağımlı ve bağımsız değişken grupları arasındaki etki düzeyinin belirlenmesi için korelasyon ve Ki-Kare kullanılmıştır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, klasik içerik analizi yöntemleri yalnızca ortamın dinamik yapısı nedeniyle değil aynı zamanda

geçmişe oranla çok daha fazla kaynak türünün bulunması nedeniyle çok daha karmaşık hale gelmiştir (Nešković, 2014). Bu nedenle yığınsal verilerin kolayca analiz edilebilmesi için bilgisayar destekli içerik analizi yazılımları geliştirilmiştir. Bu çalışmada kullanılan içerik analizi yazılımıyla frekans dağılımı, ki-kare ve Cosine theta katsayısı belirlenmiştir. Bu katsayı, iki değer vektörü arasındaki açının kosinüsünü ölçmektedir (Sogabe ve ark., 2016). Kümeleme ve çok boyutlu ölçeklendirme için kullanılan mesafe matrisi, çeşitli anahtar kelimelerin göreceli frekansı üzerinden hesaplanan kosinüs katsayılarından oluşur. Ölçüm sonucundaki değer aralığı -1 ile +1 arasında değişmektedir. Kategoriler arasındaki benzerliklerin analizinde 0.90 ile 1 arasında olduğunda; çok kuvvetli, 0.70 ile 0.89 arasında olduğunda; kuvvetli, 0.50 ile 0.69 arasında olduğunda; orta, 0.30 ile 0.49 arasında olduğunda; düşük, negatif değerlerde ise ters yönde bir ilişkinin olduğu kabul edilmiştir. Bu değerler yardımıyla dijital gazete içerikleri ve tweet'lerin benzerlikleri tespit edilmiştir.

### **Bulgular ve Sonuçlar**

Gazetecilik uygulamalarında internet, geniş kitlelere ulaşmayı sağlarken, ulusal ve uluslararası alanda haberin maksimum düzeyde geniş bir çevreye yayılmasını da sağlamaktadır. Alternatif bir medya olarak yola çıkan internet haberciliği teori, araştırma ve vaka analizleri ile birçok akademik disiplin için önemli bir kaynak sunmaktadır. Bu çalışmada Twitter'ı aktif olarak kullanan gazetecilerin, gazete yazıları ile tweet'leri arasındaki ilişki incelenmiştir. Gazetecilerin haber yazılarını oluştururken, başta gazetenin sahipleri olmak üzere çeşitli güçlerin baskısı ve yönlendirmelerine ne düzeyde maruz kaldığıyla ilgili birçok çalışma (Davison, 1983; Chalaby, 2000; Barendt, 2005; Shoemaker ve Cohen, 2006; D'Angelo & Lombard, 2008; Al-Rawi, 2016) bulunmaktadır. Bu çalışmalarda gazetecilerin metinlerinden hareketle içerik analizi veya gazetecilerin tutum ve davranışlarının hangi faktörlere göre değiştiğini belirleyebilmek için anket tekniği uygulanmıştır. Bu çalışmada sadece haber içerikleri arasındaki farklılığın tematik dağılımı belirlendiği için anket tekniği uygulanmamıştır.

Tablo 2'de araştırma kapsamında değerlendirilen Washington Post yazarlarının, gazete ve Twitter paylaşımları içerik analizi yöntemine göre tematik olarak sınıflandırılmıştır. Kültür-sanat ve spor içerikli konular hariç diğer konular tüm yazarlar tarafından hem gazetelerinde hem de kişisel Twitter hesaplarında ele alınmıştır. Konu dağılımları incelendiğinde politik bir yayın çizgisi olan gazetede siyaset başlığı temalar içinde %39,6 ile toplam değerlendirilen kelimelere göre ise %18,02 ile ilk sırada yer aldığı görülmüştür. İkinci sırada ise % 10,2'lik bir oranla siyaset ile doğrudan bağlantılı olan iş ve ekonomik konular ele alınmıştır. Bu konuların belirlenmesinde kullanılan taksonomi atlaslarındaki kelimelerin tahmini yerleşimi ile sonuçlar arasındaki değişimleri belirlemek için yapılan Ki-kare sonuçlarına göre; iş-ekonomi başlığında Damian Paletta'nın gazete yazıları, yasal düzenlemeler ve eğitim başlıklarında Robert Barnes'nın gazete yazıları, güvenlik, savaş ve terörle ilgili konularda Dan Lamothe'nin gazetede yazıları spor başlığında ise aynı yazarın tweetleri ön planda yer almaktadır. Başta göçmenlik olmak üzere ülke içi ve ülke dışındaki yabancılarla ilgili politikalar başlığında Philip Rucker'in Twitter paylaşımları, uzun bir süre ülke gündeminde olan ve halen tartışılan "Obama Care" olarak adlandırılan sağlık ve iç güvenliği ilgilendiren suç ve şiddetle ilgili konularda

Carolyn Johnson'nın gazetede yazıları, gezi, eğlence, hobi gibi bireysel aktivitelerin yer aldığı konularda Ed O'Keefe'in Twitter paylaşımları yer alırken diğer başlıklarda ise ilk sırada Callum Borchers'ın Washington Posta'taki yazıları diğer yazarlara göre konularda daha baskın bir etkiye sahiptir.

Tablo 2. Kelime gruplarının geçtiği tematik alanlar ve özellikleri

| Konular                  | N     | %    | Global Chi <sup>2</sup> | Max Chi <sup>2</sup> | Biserial | Öngörü                               |
|--------------------------|-------|------|-------------------------|----------------------|----------|--------------------------------------|
| Siyaset                  | 14624 | 39,6 | 6485,26                 | 3908,27              | 0,1035   | Callum Borchers (WP)                 |
| İş-Ekonomi               | 3768  | 10,2 | 2026,76                 | 662,68               | 0,0463   | Damian Paletta (WP)                  |
| Medya                    | 3433  | 9,3  | 5270,65                 | 4481,34              | 2,2038   | Callum Borchers (WP)                 |
| Yasal Düzenlemeler       | 2937  | 8,0  | 2339,83                 | 1890,87              | 0,5619   | Robert Barnes (WP)                   |
| Topluluk-Organizasyon    | 1816  | 4,9  | 1571,58                 | 888,63               | 0,3313   | Callum Borchers (WP)                 |
| Güvenlik-Terörizm        | 1664  | 4,5  | 1080,00                 | 469,70               | 0,1150   | Dan Lamothe (WP)                     |
| Uluslararası Politikalar | 1598  | 4,3  | 875,31                  | 224,93               | 0,0302   | Philip Rucker (Tw)                   |
| Sağlık                   | 1439  | 3,9  | 1263,11                 | 943,58               | 0,5821   | Carolyn Johnson (WP)                 |
| Bireysel Konular         | 1236  | 3,3  | 863,83                  | 451,11               | 0,1885   | Callum Borchers (WP)                 |
| Gezi-Eğlence             | 760   | 2,1  | 267,27                  | 113,58               | 0,0339   | Ed O'Keefe_tw                        |
| Eğitim                   | 699   | 1,9  | 538,31                  | 353,42               | 0,3528   | Robert Barnes (WP)                   |
| Suç-Şiddet               | 695   | 1,9  | 420,79                  | 248,33               | 0,1810   | Carolyn Johnson_WP                   |
| Bölgesel Konular         | 679   | 1,8  | 948,92                  | 421,93               | 0,5248   | Callum Borchers & Robert Barnes (WP) |
| İklim-Çevre-Enerji       | 561   | 1,5  | 497,71                  | 335,00               | 0,4861   | Callum Borchers (WP)                 |
| İnsan Hakları            | 430   | 1,2  | 684,49                  | 526,04               | 1,9429   | Robert Barnes (WP)                   |
| Din                      | 308   | 0,8  | 345,51                  | 160,09               | 0,3721   | Callum Borchers (WP)                 |
| Kültür-Sanat             | 274   | 0,7  | 314,15                  | 125,43               | 0,2914   | Carolyn Johnson (WP)                 |
| Spor                     | 18    | 0,0  | 37,11                   | 22,53                | 2,0317   | Dan Lamothe (Tw)                     |

Washington Post'un internet sitesinden ve Twitter'dan alınan veriler tematik olarak dağılım yapıldıktan sonra geleneksel-sosyal medya düzleminde içerik açısından benzerlikler tespit edilmiştir. Tablo 3'deki dağılım incelendiği zaman spor ve kültür sanat konularının her iki medyada da diğer konu başlıklarına göre benzerlik derecesinin düşük olduğu görülmüştür. Diğer temaların ise doğrudan birbirleriyle bağlantılı olduğu, hem geleneksel medyada hem de sosyal medyada ele alındığı belirlenmiştir. İlk araştırma sonuçlarında tematik alanlar arasındaki içerik benzerlikleri ve farklılıkları değerlendirilmiştir. Bu sonuçların güvenilirlik derecesinin artması için farklı kategorilere ait metinlerin çok fazla olması ve değerlendirilen iki kaynağa ait kelime sayısının yaklaşık olarak aynı sayıda olması gerekmektedir. Böylece kategoriler arasındaki bağlar daha net anlaşılacaktır.

Tablo 3'de araştırma sonuçları incelendiğinde Cosine theta katsayısı değer aralığına göre (+1, -1) iklim-çevre-enerji ile ilgili yazılarla kültür ve sanatla ilgili içerikler arasında ( $r=949$ ), suç ve şiddetin işlendiği kriminal konuların ele alındığı haber ve Tweet'lerle, insan hakları konuları arasında ( $r=933$ ), kültür ve sanat ile uluslararası politikalar ( $r=933$ ), yasal düzenlemeler ( $r=983$ ), medya ve iletişim ( $r=949$ ), din ( $r=991$ ), güvenlik ve terör ( $r=932$ ) ve spor arasında ( $r=936$ ) kuvvetli bir ilişki bulunmaktadır. İş ve ekonomi ile insan hakları arasında ( $r=922$ ), eğitim ile güvenlik konularının arasında ( $r=933$ ), sağlık ile yasal düzenlemeler ( $r=912$ ), bölgesel konular ( $r=933$ ), din ( $r=933$ ) arasında benzerlikler

bulunmaktadır. Tematik alanların son bölümünde insan hakları ile medya ( $r=926$ ) arasında, bölgesel konularla medya ( $r=917$ ) arasında, din ve spor ( $r=919$ ) arasında bağlantılı içerikler tespit edilmiştir.

**Tablo 3. Konu Başlıklarına Göre Washington Post ve Twitter İçeriklerinin Benzerlik Matrisi**

|    | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     | 8     | 9     | 10    | 11    | 12    | 13    | 14    | 15    | 16    | 17    |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 2  | 0,528 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 3  | 0,767 | 0,568 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 4  | 0,949 | 0,738 | 0,721 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 5  | 0,712 | 0,506 | 0,636 | 0,403 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 6  | 0,814 | 0,428 | 0,705 | 0,798 | 0,579 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 7  | 0,498 | 0,747 | 0,818 | 0,956 | 0,786 | 0,859 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 8  | 0,847 | 0,620 | 0,341 | 0,519 | 0,537 | 0,750 | 0,885 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 9  | 0,894 | 0,670 | 0,933 | 1,127 | 0,922 | 0,494 | 0,970 | 1,056 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 10 | 0,415 | 0,287 | 0,679 | 0,870 | 0,606 | 0,481 | 0,652 | 0,799 | 0,609 |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 11 | 0,839 | 0,577 | 0,774 | 0,983 | 0,747 | 0,375 | 0,854 | 0,912 | 0,407 | 0,524 |       |       |       |       |       |       |       |
| 12 | 0,607 | 0,395 | 0,817 | 1,036 | 0,772 | 0,477 | 0,812 | 0,933 | 0,429 | 0,322 | 0,438 |       |       |       |       |       |       |
| 13 | 0,311 | 0,537 | 0,868 | 0,949 | 0,747 | 0,846 | 0,604 | 0,877 | 0,926 | 0,534 | 0,917 | 0,618 |       |       |       |       |       |
| 14 | 0,350 | 0,410 | 0,714 | 0,789 | 0,534 | 0,591 | 0,412 | 0,764 | 0,764 | 0,343 | 0,659 | 0,529 | 0,409 |       |       |       |       |
| 15 | 0,504 | 0,393 | 0,794 | 0,991 | 0,709 | 0,523 | 0,773 | 0,920 | 0,531 | 0,204 | 0,502 | 0,234 | 0,602 | 0,480 |       |       |       |
| 16 | 0,461 | 0,759 | 0,806 | 0,932 | 0,744 | 0,891 | 0,484 | 0,890 | 0,999 | 0,606 | 0,892 | 0,833 | 0,690 | 0,551 | 0,708 |       |       |
| 17 | 0,702 | 0,892 | 0,653 | 0,936 | 0,835 | 0,959 | 0,543 | 0,679 | 1,049 | 0,841 | 0,940 | 0,970 | 0,850 | 0,734 | 0,919 | 0,414 |       |
| 18 | 0,533 | 0,704 | 0,744 | 0,886 | 0,670 | 0,777 | 0,386 | 0,782 | 0,948 | 0,623 | 0,795 | 0,786 | 0,664 | 0,473 | 0,726 | 0,466 | 0,502 |

1=İklim-Çevre-Enerji, 2=Topluluk-Organizasyon, 3=Suç-Şiddet, 4=Kültür-Sanat, 5=İş-Ekonomi, 6=Eğitim, 7=Uluslararası Politikalar, 8=Sağlık, 9=İnsan Hakları, 10=Bireysel Konular, 11=Yasal Düzenlemeler, 12=Bölgesel Konular, 13=Medya, 14=Siyaset, 15=Din, 16=Güvenlik-Terörizm, 17=Spor, 18=Gezi-Eğlence

Tablo 4’de tematik dağılım incelendiği zaman içerik miktarına göre ilk sırada yer alan Callum Borchers’in gazetelerdeki yazıların %49’u, Twitter’deki paylaşımlarının ise %40’ının siyasi konularla ilgili olduğu görülmüştür. Medya ve iletişimle bağlantılı konular ise yazarın en çok tercih ettiği ikinci başlıktır. Bağımsız bir gazeteci olarak Boston.com, Patch.com, The Newton TAB ve The MetroWest Daily News gibi platformlarda yazıları yayınlanan Borchers, yaklaşık olarak iki yıldır Washington Post’ta çalışmaktadır. Sağlık ve bilim konusunda Washington Post’un uzman editör takımında görev yapan Carolyn Y. Johnson, sağlık ve bakım gibi konularda kişisel Twitter hesabında %14 ile diğer yazarlara göre daha fazla ele almaktadır. Amerika’daki kurumsallığını çok eski yıllarda sağlamış sağlık sistemindeki aksaklıkların, bireysel boyuttan ziyade politik bir alanda değerlendirildiği için Johnson’ın yazılarında da ilk sırada %23 ile politik konular ikinci sırada ise %21 ile iş ve ekonomi başlıkları yer almıştır. İstihbarat, siber güvenlik gibi ulusal güvenliği ilgilendiren konular üzerinde yoğunlaşan Damian Paletta’nın Twitter paylaşımlarının %43’ü, WP yazılarının ise %39’u politik konularla ilgilidir. Federal bütçe, vergi ve harcama politikaları gibi politik gündemden ayrı düşünülmemeyen konularda da yazar gazetede %26’lık bir oranda içerikler oluşturmaktadır.

Gazetede ulusal güvenlik yazarı olarak görev yapan Dan Lamothe, güvenlik ve terör konularında hem WP’de hem de Twitter’da en fazla ele alan yazar olarak yer almaktadır. Washington Post’un web sitesinde genellikle giriş sayfasında kongre ve ulusal politikalarla ilgili yazıları bulunan Ed O’Keefe’nin %48 ile sosyal ağlarda da benzer başlıklar üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Aynı zamanda Beyaz Saray’ın büro şefi olarak uzun yıllardır

faaliyet gösteren Philip Rucker, gazetede yazılarının %48'i, Tweet'lerinin ise %45'ini siyasete, %13'ünü ise medya ile ilişkilere ayırmaktadır. 1987'den beri Washington Post'ta muhabir ve editörlük yapan Robert Barnes, yasal düzenlemelerle ilgili olarak araştırmaya katılan yazarlar içinde Twitter'de %24, WP'de ise %18'lik oranla ilk sırada yer almaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde 1917'den beri gazete, dergi, edebiyat ve müzik eserlerinin değerlendirildiği en saygın ödül olarak kabul edilen Pulitzer Ödülü'nü (Bates, 1991) üç kez kazanan Sari Horwitz Washington Post'un araştırma/inceleme biriminde çalışmaktadır. 1984 yılından beri Washington Post'ta suç, ulusal güvenlik, federal kolluk kuvvetleri, eğitim, sosyal hizmetler ve yargı sistemi konularında araştırma yazıları hazırlamaktadır. Araştırma kapsamında Sari Horwitz'in Twitter'da da benzer konular hakkında paylaşımlarda bulunduğu belirlenmiştir.

Tablo 4. Konu Başlıklarına Göre Yazarların Gazetete ve Twitter İçeriklerinin Dağılımı

| Konular                  | Callum Borchers |           | Carolyn Johnson |          | Damian Paletta |          | Dan Lamothe |          |
|--------------------------|-----------------|-----------|-----------------|----------|----------------|----------|-------------|----------|
|                          | Twitter         | WP        | Twitter         | WP       | Twitter        | WP       | Twitter     | WP       |
|                          | N / %           | N / %     | N / %           | N / %    | N / %          | N / %    | N / %       | N / %    |
| Siyaset                  | 462 / 49        | 2744 / 40 | 243 / 28        | 570 / 23 | 389 / 43       | 914 / 39 | 886 / 36    | 650 / 38 |
| İş-Ekonomi               | 26 / 3          | 539 / 8   | 118 / 14        | 519 / 21 | 85 / 9         | 618 / 26 | 153 / 6     | 145 / 8  |
| Medya                    | 124 / 13        | 1164 / 17 | 59 / 7          | 97 / 4   | 83 / 9         | 126 / 5  | 256 / 10    | 107 / 6  |
| Yasal Düzenlemeler       | 40 / 4          | 301 / 4   | 44 / 5          | 176 / 7  | 56 / 6         | 130 / 6  | 132 / 5     | 96 / 6   |
| Topluluk-Organizasyon    | 24 / 3          | 421 / 6   | 40 / 5          | 229 / 9  | 26 / 3         | 81 / 3   | 84 / 3      | 67 / 4   |
| Güvenlik-Terörizm        | 34 / 4          | 220 / 3   | 20 / 2          | 47 / 2   | 55 / 6         | 120 / 5  | 318 / 13    | 194 / 11 |
| Uluslararası Politikalar | 38 / 4          | 209 / 3   | 35 / 4          | 18 / 1   | 64 / 7         | 38 / 2   | 166 / 7     | 83 / 5   |
| Sağlık                   | 16 / 2          | 183 / 3   | 123 / 14        | 372 / 15 | 27 / 3         | 81 / 3   | 73 / 3      | 46 / 3   |
| Bireysel Konular         | 24 / 3          | 258 / 4   | 18 / 2          | 66 / 3   | 27 / 3         | 53 / 2   | 94 / 4      | 102 / 6  |
| Gezi-Eğlence             | 18 / 2          | 91 / 1    | 41 / 5          | 33 / 1   | 27 / 3         | 45 / 2   | 81 / 3      | 62 / 4   |
| Eğitim                   | 21 / 2          | 92 / 1    | 33 / 4          | 71 / 3   | 8 / 1          | 50 / 2   | 20 / 1      | 13 / 1   |
| Suç-Şiddet               | 12 / 1          | 78 / 1    | 53 / 6          | 144 / 6  | 12 / 1         | 2 / 0    | 56 / 2      | 38 / 2   |
| Bölgesel Konular         | 21 / 2          | 172 / 3   | 12 / 1          | 22 / 1   | 3 / 0          | 12 / 1   | 38 / 2      | 23 / 1   |
| İklim-Çevre-Enerji       | 17 / 2          | 140 / 2   | 6 / 1           | 17 / 1   | 11 / 1         | 17 / 1   | 62 / 3      | 58 / 3   |
| İnsan Hakları            | 55 / 6          | 63 / 1    | 3 / 0           | 12 / 0   | 13 / 1         | 5 / 0    | 16 / 1      | 5 / 0    |
| Din                      | 8 / 1           | 73 / 1    | 4 / 0           | 8 / 0    | 5 / 1          | 15 / 1   | 23 / 1      | 28 / 2   |
| Kültür-Sanat             | 5 / 1           | 33 / 0    | 6 / 1           | 62 / 3   | 15 / 2         | 53 / 2   | 4 / 0       | 5 / 0    |
| Spor                     | 0 / 0           | 2 / 0     | 0 / 0           | 0 / 0    | 0 / 0          | 1 / 0    | 6 / 0       | 1 / 0    |

**Tablo 4. Konu Başlıklarına Göre Yazarların Gazetete ve Twitter İçeriklerinin Dağılımı (Devamı)**

| Konular                  | Ed O'Keefe |          | Philip Rucker |           | Robert Barnes |           | Sari Horwitz |          |
|--------------------------|------------|----------|---------------|-----------|---------------|-----------|--------------|----------|
|                          | Twitter    | WP       | Twitter       | WP        | Twitter       | WP        | Twitter      | WP       |
|                          | N / %      | N / %    | N / %         | N / %     | N / %         | N / %     | N / %        | N / %    |
| Siyaset                  | 1227 / 44  | 613 / 48 | 1525 / 45     | 1340 / 48 | 323 / 36      | 1406 / 34 | 635 / 40     | 697 / 43 |
| İş-Ekonomi               | 217 / 8    | 188 / 15 | 253 / 7       | 231 / 8   | 44 / 5        | 331 / 8   | 150 / 9      | 151 / 9  |
| Medya                    | 287 / 10   | 60 / 5   | 453 / 13      | 201 / 7   | 48 / 5        | 173 / 4   | 127 / 8      | 68 / 4   |
| Yasal Düzenlemeler       | 212 / 8    | 91 / 7   | 155 / 5       | 103 / 4   | 214 / 24      | 754 / 18  | 195 / 12     | 238 / 15 |
| Topluluk-Organizasyon    | 89 / 3     | 73 / 6   | 105 / 3       | 121 / 4   | 28 / 3        | 291 / 7   | 62 / 4       | 75 / 5   |
| Güvenlik-Terörizm        | 105 / 4    | 22 / 2   | 184 / 5       | 136 / 5   | 32 / 4        | 91 / 2    | 52 / 3       | 34 / 2   |
| Uluslararası Politikalar | 210 / 7    | 36 / 3   | 245 / 7       | 190 / 7   | 39 / 4        | 76 / 2    | 84 / 5       | 67 / 4   |
| Sağlık                   | 88 / 3     | 39 / 3   | 114 / 3       | 93 / 3    | 21 / 2        | 77 / 2    | 38 / 2       | 48 / 3   |
| Bireysel Konular         | 55 / 2     | 35 / 3   | 73 / 2        | 95 / 3    | 29 / 3        | 208 / 5   | 51 / 3       | 48 / 3   |
| Gezi-Eğlence             | 119 / 4    | 12 / 1   | 63 / 2        | 45 / 2    | 27 / 3        | 41 / 1    | 36 / 2       | 19 / 1   |
| Eğitim                   | 51 / 2     | 52 / 4   | 29 / 1        | 44 / 2    | 16 / 2        | 164 / 4   | 13 / 1       | 22 / 1   |
| Suç-Şiddet               | 24 / 1     | 10 / 1   | 43 / 1        | 51 / 2    | 12 / 1        | 62 / 2    | 54 / 3       | 44 / 3   |
| Bölgesel Konular         | 38 / 1     | 7 / 1    | 39 / 1        | 21 / 1    | 33 / 4        | 172 / 4   | 33 / 2       | 33 / 2   |
| İklim-Çevre-Enerji       | 37 / 1     | 8 / 1    | 64 / 2        | 35 / 1    | 3 / 0         | 35 / 1    | 26 / 2       | 25 / 2   |
| İnsan Hakları            | 20 / 1     | 8 / 1    | 23 / 1        | 7 / 0     | 20 / 2        | 142 / 3   | 18 / 1       | 20 / 1   |
| Din                      | 12 / 0     | 1 / 0    | 14 / 0        | 14 / 1    | 5 / 1         | 67 / 2    | 13 / 1       | 18 / 1   |
| Kültür-Sanat             | 10 / 0     | 15 / 1   | 16 / 0        | 36 / 1    | 0 / 0         | 11 / 0    | 1 / 0        | 2 / 0    |
| Spor                     | 3 / 0      | 0 / 0    | 3 / 0         | 1 / 0     | 0 / 0         | 1 / 0     | 0 / 0        | 0 / 0    |

Son araştırma sorusuna cevap bulabilmek için Washington Post yazarlarının gazete yazıları ve tweet'leri her bir yazarın içerik benzerliklerini belirleyebilmek için ayrı olarak analiz edilmiştir. Tablo 5'e göre Ed O'Keefe, Philip Rucker ve Robert Barnes'ın gazete yazıları ve twitter paylaşımları arasında anlamlı bir benzerlik bulunmazken, Carolyn Johnson ve Sari Horwitz'in ( $r=1.000$ ) gazete ve sosyal medya yazıları önemli bir benzerlik göstermiştir. Ayrıca Callum Borchers ( $r=0,838$ ), Damian Paletta ( $r=0,980$ ) ve Dan Lamothe'nin ( $r=0,931$ ) her iki medyadaki içeriklerinin tematik dağılımları incelendiğinde değer aralığında (-1, +1) çok kuvvetli bir bağ olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar incelendiğinde, hem tematik alanlar arasında hem de yazarların her iki haber aracındaki içerikleri arasında benzerlikler bulunmaktadır.

**Tablo 5. Cosine theta İndeksine Göre Yazarların Gazete ve Twitter İçerik Benzerlikleri**

| Twitter                          | Washington Post                  | R (Benzerlik Katsayısı) |
|----------------------------------|----------------------------------|-------------------------|
| Tw <sub>1</sub> =Callum Borchers | WP <sub>1</sub> =Callum Borchers | 0,838                   |
| Tw <sub>2</sub> =Carolyn Johnson | WP <sub>2</sub> =Carolyn Johnson | 1,000                   |
| Tw <sub>3</sub> =Damian Paletta  | WP <sub>3</sub> =Damian Paletta  | 0,980                   |
| Tw <sub>4</sub> =Dan Lamothe     | WP <sub>4</sub> =Dan Lamothe     | 0,931                   |
| Tw <sub>5</sub> =Ed O'Keefe      | WP <sub>5</sub> =Ed O'Keefe      | 0,296                   |
| Tw <sub>6</sub> =Philip Rucker   | WP <sub>6</sub> =Philip Rucker   | 0,682                   |
| Tw <sub>7</sub> =Robert Barnes   | WP <sub>7</sub> =Robert Barnes   | 0,000                   |
| Tw <sub>8</sub> =Sari Horwitz    | WP <sub>8</sub> =Sari Horwitz    | 1,000                   |



## **Sonuç**

İnternetin günümüz modern yaşam örgüsü içindeki önem düzeyi, gazete ve televizyon başta olmak üzere kitle iletişim araçlarının internet teknolojileriyle uyum sağlamasını zorunlu hale getirmiştir. Günlük iş temposunda, bilgisayar ve taşınabilir aygıtlar temel işlevlerinin yanı sıra radyo, TV, DVD oynatıcı ve müzik seti gibi eğlence sistemlerinin de görevlerini üstlenmiş durumdadır. Gazetecilik anlayışı da internet teknolojileriyle birlikte değişerek, okurlar için daha güncel ve görsel zenginlik sunan haber üretme yarışına girmiştir. Bu sayede binlerce haber sitesi çok düşük maliyetlerle kurulmuş, farklı türde milyonlarca haber ile zengin bir içerik sunmuştur. Haber sitelerin yanı sıra bağımsız gazetecilik yapan birçok gazeteci alternatif bir medya olarak kişisel blog ve sosyal medya hesaplarından, milyonlarca kullanıcıya ulaşarak düşüncelerini paylaşabilmektedir. İnternet, geleneksel gazetecilik anlayışını geliştirilen ve tamamlayan bir sistem olmanın ötesinde sınırsız etkileşimin sağlanabildiği alternatif medya alanı olarak görmek mümkündür. Günümüz itibarıyla, internet bilgiye erişim ve haberleşmenin yanı sıra dünyadaki hemen tüm insanlara çeşitli platformlar üzerinden yayın yapma imkânı da vermiştir. Bu planlanmış yeni yapıda metin, resim, video gibi bütün öğeler birbirlerini tamamlayıcı bir rol üstlenmektedirler. Bu etkileşimli ortam içerisinde farklı dil, din ve ırklardan insanlar bir arada fikir yürütme, sorunları çözme becerilerine sahip olabilmekte, aynı zamanda farkında olmadan haberlerin niteliklerini belirleyen bir sinerji oluşturmaktadır.

2000'lerin ortalarından itibaren bazı ana akım medya kuruluşları bağımsız gazeteciler tarafından üretilen içerikleri de kendi çevrimiçi haber sitelerine dâhil etmeye başlamıştır. Bu şekilde oluşturulan deneysel yapı, haberciliğin katılımcı özelliğini de pekiştirmektedir. Bağımsız kişiler tarafından sağlanan bilgi akışı telif hakkı ve fikri mülkiyet konularında birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Yeni medya, geleneksel ya da klasik tarzı yeniden uygulamaya koyarak önceki modernist ilkelere karşı tepki veren kitlesel iletişimle ya da modernist stilleri ya da uygulamaları uç noktalara taşıyarak postmodern medya tarafından takip edilmektedir. Medya platformlarındaki haberler ile Twitter içerikleri benzerliklerin ölçülebilmesi ve bağlantı ipuçlarının belirlenebilmesi için önemli bir kaynak durumundadır. Sözel, yazılı ve diğer materyallerin nesnel ve sistematik bir şekilde incelenmesine olanak tanıyan bilimsel bir yaklaşım olan içerik analizi ve semantik analiz yöntemi bu benzerliklerin matematiksel olarak analizi için kullanılmıştır. Araştırmada her ülkeden belirli bir okur kitlesi ve Amerikan medyasında hatırı sayılır bir saygınlığı olan Washington Post seçilmiştir. Washington Post Amerika'nın politik gündeminde başkentten en eski gazetesi olmasından ötürü haber paylaşımından ziyade fikir paylaşımı üzerine yoğunlaşmaktadır. Fikir gazeteleri olarak ta kabul edilen bu türde, uzun süredir korunan belli bir fikri çizgi bulunmaktadır. Gazetede çalışan uzman bir kadro, vermiş olduğu haberde olayın analizinden çok fikirden yana tavır sergilemektedir. Bu tür gazetelerde haber istihbaratı fikirlerle birlikte değerlendirildikten sonra kitleyle buluşmaktadır. Bu açıdan uzmanlık gerektiren bu yayıncılık sistemine dâhil olan kişilerin haber içeriklerinde zaman içinde bir standart ve benzerlik oluşmaktadır. Yenilik veya entegrasyon hem bireysel hem de kurumsal anlamda kolayca kabul edilebilen bir düşünce değildir. Belirli bir iş planına sahip kuruluşlar bu değişimin neden olabileceği risklerden korunabilmek için var olan sistemi bozmadan yeni sistemi eş zamanlı olarak kullanarak sonuçları gözlemlemektedir. İnternet gazeteciliğinde bu dönüşüm oldukça hızlı olduğu

için, rekabet koşullarında ayakta kalmaya çalışan basın kuruluşları internetin yaygınlaşmaya başladığı ilk yıllarda gazeteleri bu platformlara taşımışlardır. İnternet gazeteciliğinin bir sonraki adımı olarak kabul edilen sosyal medya gazeteciliği, gazete platformlarından bağımsız olarak alternatif gazetecilik yapmaya olanak sağlamıştır. Gazetecilerin sosyal medyayı kullanmaları mesleki değerler ve normlarla da bağlantılıdır. Gazeteciler sosyal medya sayesinde, takipçileriyle bağlantı kurarak, yazdıkları hakkında geri dönüş alma fırsatı bulurlar. Başta Twitter olmak üzere sosyal medyada görüşlerini milyonlarca takipçiyle paylaşan serbest, alternatif gazeteciler doğmuştur. Bu çalışmada çıkan sonuçlar haber içeriklerinin doğru veya tarafsızlığından ziyade farklılıkların hangi konular üzerinde yoğunlaştığını belirlemeye çalışmaktadır. Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte gazeteciler kendi köşelerinde yazmaya çekindiği konuları kişisel Facebook veya Twitter hesabından takipçileriyle paylaşabilmektedir. İlk araştırma sorusunda gazetecilerin geleneksel medyanın bir formu olan internet yazılarıyla, kişisel sosyal medya hesapları arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. İçeriklerin benzerlik ve farklılıklarını belirleyebilmek için gazete odaklı bir yaklaşım yerine gazeteci odaklı bir yaklaşım benimsenmiştir. Gazetelerin internet sayfalarında yer alan içerikler kısaltılarak veya doğrudan internet sayfasına yönlendirilerek Twitter’da paylaşılmaktadır. Bu durumda aynı içeriklerin karşılaştırılması da mümkün olmamaktadır. Gazeteci temelli bir yaklaşımda ise gazetecilerin kişisel Twitter hesapları ile gazetede yazdığı haber içerikleri arasında Cosine theta benzerlik analizine göre birebir bir bağlantı bulunmamıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda seçilen iki kaynağın karşılaştırılması uygun bulunmuştur. Ayrıca gazetecilerin Twitter paylaşımlarından yola çıkarak alternatif bir medya olarak bu platformu ne düzeyde kullandıkları da belirlenmeye çalışılmıştır. Washington Post gazetesi, A.B.D.’nin başkentinde yayınlanan ilk gazete olma özelliğiyle, genel olarak politik ve ekonomik gündemi öncelikli olarak takip etmektedir. İkinci araştırmada sorusuna göre değerlendirilen konuların dağılımları incelendiğinde, politik ve ekonomik konuların % 67’lik bir dilimde olduğu görülmüştür. İlk araştırma sorusunda Cosine theta indeksine göre (+1, -1) aralığında benzerlikler ve farklılıklar incelenmiştir. İçerik analizi yöntemine göre sınıflandırılan kelime kümeleri arasındaki kesişimlere göre benzerlikleri ölçen bu sistemde, +1 ve -1 katsayısına en yakın değerler dikkate alınmaktadır. Bu yöntemle iki kaynaktan alınan verilerin benzerlik ve farklılık düzeyleri belirlenerek, farklılığın hangi tematik alanlardan kaynaklandığı hakkında bir değerlendirme yapılabilmektedir. Alternatif medya açısından benzerlik analizi değerlendirildiğinde ise benzerlik katsayısı ne kadar düşük olursa, sosyal medyayı alternatif bir medya olarak kullan düzeyi de o oranda artmaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde Carolyn Johnson, Sari Horwitz ve Damian Paletta’nın benzerlik düzeyleri yüksek, alternatif medya kullanım düzeyi düşük bulunmuştur. Carolyn Johnson’ın gazete ve Twitter’daki yazılarının tematik alanları değerlendirildiğinde Tablo 2’deki Ki-kare sonuçlarına göre sağlık, suç-şiddet ve kültür-sanat yazılarının ortalamayı önemli bir ölçüde artırdığı görülmüştür. Carolyn Johnson’ın yazılarının %50’den fazlasının siyasal ve ekonomik konularla ilgili olmasına rağmen bu başlıklarda benzerlik düzeyi düşük kalmıştır. Sari Horwitz’in benzerlik analizi sonuçlarına göre en fazla yazılarının bulunduğu siyaset ve yasal düzenlemelerle ilgili başlıklarda her iki kaynaktan da önemli benzerlikler tespit edilmiştir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, siyaset ve yasal düzenleme gibi hassas konularda, Sari Horwitz’in yazı çizgisini her iki kaynaktan da koruduğu görülmüştür. Damian Paletta’nın iş-ekonomi başlıklarında benzerlikler, siyaset konusunda ise farklılıkların olduğu belirlenmiştir. Üçüncü araştırma sorusuna göre Robert Barnes’in yazıları incelendiğinde, yasal

düzenlemeler, eğitim ve insan hakları konularında her iki kaynakta önemli farklılıkların olduğu belirlenmiştir. Alternatif medya kullanım düzeyine göre değerlendirme yapıldığında ise Tweet sayısı ile gazete yazıları oranı 8,4 olan Robert Barnes'ın benzerlik katsayısına göre ( $r=0,000$ ) Twitter'ı önemli ölçüde kullandığı görülmüştür. Ed O'Keefe'nin, gezi-eğlence konularında benzerlikler, siyaset ve medya konularında ise farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Philip Rucker'in ise uluslararası politikalar başlığında benzerlikler, siyaset ve medya ile bağlantılı konularda ise önemli farklılıkların olduğu görülmüştür. Ed O'Keefe'nin gazete yazılarıyla Twitter'da paylaşımlarının oranı 67,12 dir. Gazetecinin benzerlik katsayısı ( $r=0,296$ ) dikkate alındığında, siyasal konularda Twitter'ı alternatif bir medya olarak kullanım düzeyinin yüksek olduğu görülmüştür. Philip Rucker'in gazete ve sosyal medya paylaşımlarının oranı 54,8 dir. Yazıların benzerlik düzeyi ( $r=0,682$ ) dikkate alındığında ise uluslararası politikalar ve siyaset konularında Twitter'ı alternatif bir medya olarak kullanım düzeyinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Diğer yazarların içerik analizine göre her iki kaynaktaki yazılar arasında önemli bir farklılık olmadığı için Twitter'ı alternatif medya olarak kullanım düzeyleri düşük bulunmuştur. Bu çalışmada kullanılan benzerlik analizi yöntemi ile tematik alanlardan yola çıkılarak metinler arası değişiklikler ile baskı unsurların ilişkisi de kurulabilir. Araştırma kapsamında seçilen gazetecilerin gazete ve sosyal medya yazıları incelendiğinde, siyasal konular başta olmak üzere yasal düzenlemeler, güvenlik-terörizm ve uluslararası politikalarla ilgili konularda benzerliklerin diğer başlıklara göre daha az olduğu analizler sonucunda belirlenmiştir. Özellikle Amerika'nın siyasal gündeminde etkin bir medya kuruluşu olan Washington Post'un yazarlarının, gazete ve Twitter'daki siyasi yazıları arasındaki farklılık akla yönlendirici unsurların olabileceğini getirmektedir. Benzerlik dağılımları incelendiğinde kültür-sanat, gezi, eğitim, sağlık ve medya gibi başlıklarda belirgin olduğu görülmüştür.

### Kaynaklar

Al-Rawi, A. (2016). "News values on social media: News organizations' Facebook use". *Journalism*, 146488491663614. 1-19. doi:10.1177/1464884916636142

Asimov, I. (1957). *The Naked Sun*, New York: Doubleday Publishing.

Atton, C. (2002). *Alternative media*, London: Sage Publications.

Bachman, J. (2015). "The New York Times and Washington Post". *Journalism Studies*, 18(4), 470–49. doi:10.1080/1461670x.2015.1073118

Bakker, P. (2012). "Aggregation, Content Farms and Huffinization". *Journalism Practice*, 6(5-6), 627–637. doi:10.1080/17512786.2012.667266

Barendt, E., (2005). *Freedom of Speech* (2nd ed.), New York: Oxford University Press, pp.370—81.

Bates, J., D. (1991). *The Pulitzer Prize: The Inside Story of America's Most Prestigious Award*. New York: Carol Publishing.

Bethke, B. (1980). *Cyberpunk*, First published in *Amazing Science Fiction Stories*, 57(4), November 1983.

Bimber, B. (2003). *Information and American democracy: Technology in the evolution of political power*. New York: Cambridge University Press.

Brennen, B., & Cerna, E. D. (2010). "Journalism in second life". *Journalism Studies*, 11(4), 546–554.

Boczkowski, P. J., & Siles, I. (2013). "Steps toward cosmopolitanism in the study of media technologies. Information", *Communication & Society*, 17(5), 560–571. doi:10.1080/1369118x.2013.808358

Cammaerts, B., & Carpentier, N. (2007). *Reclaiming the media. Communication rights and democratic media roles*. Bristol, UK: Intellect Books.

Chalaby, J. K. (2000). "New Media, New Freedoms, New Threats". *Gazette*, 62, 21.

Chan, J. M., Francis, L. F. & Zhongdang, P. (2006). "Online news meets established journalism", *New Media & Society*, 8(6): 925–947.

Chao-Chen, L. (2013). "Convergence of new and old media: new media representation in traditional news". *Chinese Journal of Communication*, 6(2), 183–201. doi:10.1080/17544750.2013.785667

Chaudhary, A. G. (2001). "International News Selection: A Comparative Analysis of Negative News in the Washington Post and the Daily Times of Nigeria". *Howard Journal of Communications*, 12(4), 241–254. doi:10.1080/106461701753287741

Chi, F., & Yang, N. (2011). Twitter Adoption in Congress. *Review of Network Economics*, 10(1). doi:10.2202/1446-90221255

Choi, D.-H., & Shin, D.-H. (2016). "A dialectic perspective on the interactive relationship between social media and civic participation: the moderating role of social capital". *Information, Communication & Society*, 20(2), 151–166. doi:10.1080/1369118x.2016.1154586

comScore. (2016). *Ranks the Top 50 U.S. Digital Media Properties for January 2016*, RESTON, VA.

Couldry N. (2003). *Beyond the hall of mirrors? Some theoretical reflections on the global contestation of media power*. In Couldry N., Curran J. (Eds.), *Contesting media power: Alternative media in a networked world* (pp. 39–54). Oxford, UK: Rowman & Littlefield Publishers.

D' Angelo, P. & Lombard, M. (2008). "The power of the press: The effects of press frames in political campaign news on media perceptions". *Atlantic Journal of Communication*, 16(1), 1 – 32.

Davison , W. P. ( 1983 ). "The third - person effect in communication". *Public Opinion Quarterly*, 47, 1 – 15.

DeFleur, M., L. (1966), *Teories of Mass Communication*, New York: David McKay.

Djerf-Pierre, M., Ghersetti, M., & Hedman, U. (2016). "Appropriating Social Media". *Digital Journalism*, 4(7), 849–860. doi:10.1080/21670811.2016.1152557

Feldman, R., & Sanger, J. (2006). *Introduction to Text Mining*. In *The Text Mining Handbook: Advanced Approaches in Analyzing Unstructured Data* (pp. 1–18). Cambridge: Cambridge University Press.

Fulk, J. & Collins-Jarvis, L. (2001). Wired meetings: Technological mediation of organizational gatherings. In L.L. Putnam & F.M. Jablins (Eds.), *New handbook of organizational communication* (2<sup>nd</sup> ed., pp 624-703). Newbury Park, CA: Sage.

Gaiman, N. (2003). *Don't Panic: Douglas Adams and the "Hitchhiker's Guide to the Galaxy"*. Titan Books. pp. 144–145.

Gibson, W. (1984). *Neuromancer*. New York: Ace Books.

Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*, Berkeley: University of California Press.

Glynn, C. J., Huges, M. E., & Hoffman, L. H. (2012). "All the news that's fit to post: A profile of news use on social networking sites". *Computers in Human Behavior*, 28, 113–119. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.017>.

Gueorguieva, V. (2007). "Voters, MySpace and YouTube: The Impact of Alternative Communication Channels on the 2006 Election Cycle and Beyond". *Social Science Computer Review*, 25, 1-13.

Gutmann, A., & Thompson, D. (2004). *Why deliberative democracy?* Princeton, NJ: Princeton University Press.

Harlow, S. (2013). "Alternative media in a digital era: Comparing news and information use among activists in the United States and Latin America", *Communication & Society*, 26(4), 25-51

Holotescu, C., Grosseck, G., & Danciu, E. (2014). "Educational Digital Stories in 140 Characters: Towards a Typology of Micro-blog Storytelling in Academic Courses". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 4301–4305. doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.936

Hoffman, A. M., Jengelly, D. H. A., Duncan, N. T., Buehler, M., & Rees, M. L. (2010). "How Does the Business of News Influence Terrorism Coverage? Evidence From The Washington Post and USA Today". *Terrorism and Political Violence*, 22(4), 559–580. doi:10.1080/09546553.2010.493778

Huang, L., & Lu, W. (2017). "Functions and roles of social media in media transformation in China: A case study of '@CCTV NEWS'". *Telematics and Informatics*, 34(3), 774–785. doi:10.1016/j.tele.2016.05.015

Goss, B. M. (2003). "The 2000 US Presidential Election in Salon .com and the WashingtonPost". *Journalism Studies*, 4(2), 163–182. doi:10.1080/1461670032000074775

Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007, August). *Why we Twitter: Understanding microblogging usage and communities*. Paper presented at the 9th WebKDD and 1st SNAKDD 2007 Workshop on Web Mining and Social Network

Analysis, San Jose, CA.

Kahn, R., Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kleinrock, L., Lynch, D. C., Wolff, S. (1997). "The Evolution of the Internet as a Global Information System". *International Information & Library Review*, 29(2), 129–151. doi:10.1080/10572317.1997.10762422

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons*, 53(1), 59–68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003

Karasar, N. (1984). *Bilimsel Araştırma Metodu*. Ankara: Hacettepe Taş Kitapçılık.

Kim, W., Jeong, O.-R., & Lee, S.-W. (2010). "On social Web sites". *Information Systems*, 35(2), 215–236. doi:10.1016/j.is.2009.08.003

Kim, Y., Wang, Y., & Oh, J. (2016). "Digital Media Use and Social Engagement: How Social Media and Smartphone Use Influence Social Activities of College Students". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(4), 264–269. doi:10.1089/cyber.2015.0408

Kiranmai, N. (2016). "Facebook Rigorous Application Evaluator to Focused on Detecting Malicious Apps on Facebook". *International Journal of Computer Applications*, 156(10), 33–36. doi:10.5120/ijca2016912542

Krishnan, A., & Hunt, D. S. (2015). "Influence of a Multidimensional Measure of Attitudes on Motives to Use Social Networking Sites". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(3), 165–172. doi:10.1089/cyber.2014.0423

Larsson, A. O., & Hallvard, M. (2015). "Bots or journalists? News sharing on Twitter". *Communications*, 40(3). doi:10.1515/commun-2015-0014

Lasorsa, D. L., Lewis, S. C., & Holton, A. E. (2012). "NORMALIZING TWITTER". *Journalism Studies*, 13(1), 19–36. doi:10.1080/1461670x.2011.571825

Lee, D., Kim, H. S., & Kim, J. K. (2011). "The impact of online brand community type on consumer's community engagement behaviors: Consumer-created vs. marketer-created online brand community in online social-networking web sites". *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 14(1-2), 59-63. doi:10.1089/cyber.2009.0397

Lewis, S. C., Holton, A. E., & Coddington, M. (2013). "Reciprocal Journalism: A concept of mutual exchange between journalists and audiences". *Journalism Practice*, 8(2), 229–241. doi:10.1080/17512786.2013.859840

Li, C. (2010). "Groundswell. Winning in a World Transformed by Social Technologies". *Strategic Direction*, 26(8). doi:10.1108/sd.2010.05626hae.002

Liu, Y. (2015). "Research on Patent Information Analyzing and Predicting System Based on Data Mining". *International Journal of Hybrid Information Technology*, 8(5), 207–214. doi:10.14257/ijhit.2015.8.5.23

Lievrouw, L. (2011). *Alternative and Activist New Media*. Oxford: Polity Press.

Mayrhofer, P. (2013). *Interdependencies in the Discovery and Adoption of Facebook Applications*. Wiesbaden : Springer Gabler. doi:10.1007/978-3-8349-3887-9

McCombs, M. E. (1977). Newspapers vs. Television: Mass Communication Effects Across Time, in D. L. Shaw, M. E. McCombs, (Eds.) *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. (pp.89-105). St. Paul, MN: West Pub. Co.

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extension of man*. New York, NY: McGraw-Hill.

McQuail, D. and Windahl, S. (1993). *Communication Models for the Study of Mass Communication*. London: Longman.

Meyers, M. (1996). "Integrating the military: News coverage in the Washington Post, 1948". *Howard Journal of Communications*, 7(2), 169–183. doi:10.1080/10646179609361722

Molyneux, L. (2015). "What journalists retweet: Opinion, humor, and brand development on Twitter". *Journalism*, 16(7), 920–935. doi:10.1177/1464884914550135

Murugesan, S. (2007). "Understanding Web 2.0". *IT Professional*, 9(4), 34–41. doi:10.1109/mitp.2007.78

Nešković, R. (2014). "A Content Analysis Method - Practical Experiences in Press Analysis". *Defendologija*, 1(35). doi:10.7251/defen1401004n

Neuberger, C., vom Hofe, H., Nuernbergk, C. (2013). *The Use of Twitter by Professional Journalists: Results of a Newsroom Survey in Germany*. In: Weller, Katrin et al. (Ed.). *Twitter and Society*. New York: Peter Lang, s.345-357.

Neuman, W. L. (1997). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 3<sup>rd</sup> Edition, Allyn & Bacon, Boston, MA.

Nisbet, M. C., & Scheufele, D. A. (2004). Political talk as a catalyst for online citizenship. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81, 877–896. <http://dx.doi.org/10.1177/107769900408100410>.

Olson, S. R., & Pollard, T. (2004). The muse pixelipe: Digitalization and media literacy education". *American Behavioral Scientist*, 48(2), 248-255.

Parisi, P. (1998). "A sort of compassion: The Washington Post explains the "crisis in urban America". *The Howard Journal of Communication*, 9, 187–203.

Peerenboom, R. (2014). "China and the middle-income trap: toward a Post Washington, Post Beijing Consensus". *The Pacific Review*, 27(5), 651–673. doi:10.1080/09512748.2014.948571

Pickard V. W. (2006). "Assessing the radical democracy of Indymedia: Discursive, technical, and institutional constructions". *Critical Studies in Media Communication*, 23, 19–38. doi:10.1080/07393180600570691

Rice, R.E. & Gattiker, U.E. (2001). New media and organizational structuring. In F.M. Jablin & L.L. Putnam (Eds), *The new handbook of organizational communication* (pp. 544-581). Thousand Oaks, CA: Sage.

Rodriguez C. (2003). *The bishop and his star: Citizens' communication in Southern Chile*. In Couldry N., Curran J. (Eds.), *Contesting media power: Alternative media in a networked world* (pp. 177–194). Oxford, UK: Rowman & Littlefield Publishers

Russell, F. M., Hendricks, M. A., Choi, H., & Stephens, E. C. (2015). “Who Sets the News Agenda on Twitter?”. *Digital Journalism*, 3(6), 925–943. doi:10.1080/21670811.2014.995918

Saiprasad, K. (2016). “Diagnosing Venomous Facebook Applications”. *International Journal of Engineering and Computer Science*, 5(11), 19092-19099. doi:10.18535/ijecs/v5i11.67

Siapera, E. and Veglis, A. (2012). *Introduction: The Evolution of Online Journalism, in The Handbook of Global Online Journalism* (eds E. Siapera and A. Veglis), Wiley-Blackwell, Oxford, UK. doi: 10.1002/9781118313978.ch1

Shapiro, M. A., & Hemphill, L. (2014). “Policy-Related Communications and Agenda Setting: Twitter, New York Times, and the Widening Soapbox”. *SSRN Electronic Journal*. 1-29. doi:10.2139/ssrn.2585126

Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations*, The Penguin Press, New York.

Shoemaker PJ, Cohen AA. (2006). *News Around the World: Content, Practitioners, and the Public*. New York: Routledge.

Sogabe, Y., Sakashita, M., Nakamura, T., Ogitsu, T., & Amemiya, N. (2016). “Influence of magnetization on field quality in cosine-theta and block design dipole magnets wound with coated conductors”. *Superconductor Science and Technology*, 29(4), 045012. doi:10.1088/0953-2048/29/4/045012

Spyridou, Lia-Paschalia, Maria Matsiola, Andreas Veglis, George Kalliris, and Charalambos Dimoulas. (2013). “Journalism in a State of Flux: Journalists as Agents of Technology Innovation and Emerging News Practices.” *The International Communication Gazette*, 75(1): 76–98.

Skogerbø, E., & Krumsvik, A. H. (2014). “Newspapers, Facebook and Twitter”. *Journalism Practice*, 9(3), 350–366. doi:10.1080/17512786.2014.950471

Stefanone, M. A., Lackaff, D., & Rosen, D. (2011). “Contingencies of self-worth and social-networking-site behavior”, *Cyberpsychology, behavior and social networking*. 14(1-2), 41-49. doi:10.1089/cyber.2010.0049

Steger, M. B. (2009). *Globalization: A very short introduction*. Oxford: Oxford University.

Steensen, S., & Ahva, L. (2014). “Theories of Journalism in a Digital Age”. *Journalism Practice*, 9(1), 1–18. doi:10.1080/17512786.2014.928454



Van Dijck, J., & Poell, T. (2015). "Social Media and the Transformation of Public Space". *Social Media + Society*, 1(2), 1-5. doi:10.1177/2056305115622482

Walther, J. B., & Burgoon, J. K. (1992). "Relational communication in computer-mediated interaction". *Human Communication Research*, 19, 50-88.

Walther, J. B. (1996). "Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyper personal interaction", *Communication Research*, 23 (1), 1996.

Waltz M. (2005). *Alternative and activist media*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Weeks, B. E., & Holbert, R. L. (2013). "Predicting Dissemination of News Content in Social Media". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(2), 212–232. doi:10.1177/1077699013482906

Wimmer, R.D & Dominick, J.R (2006). *Mass media research: An introduction*, Belmont, Thomas Wadsworth, CA.

Wolf, M. R., Strachan, J. C., & Shea, D. M. (2012). "Forget the good of the game: Political incivility and lack of compromise as a second layer of party polarization". *American Behavioral Scientist*, 56, 1677–1695. <http://dx.doi.org/10.1177/0002764212463355>.

Yen, Y.-S. (2013). "The relationship among social influence, perceived value, and usage intention in social networking sites". *2013 3rd International Conference on Consumer Electronics, Communications and Networks*. pp. 699-702. doi:10.1109/cecnet.2013.6703427

Yi, G. (2015). "The New York Times and Washington Poston Sino–American Rapprochement, 1963–1972". *American Journalism*, 32(4), 453–475. doi:10.1080/08821127.2015.1099266

Young, S. D., & Jordan, A. H. (2013). "The influence of social networking photos on social norms and sexual health behaviors", *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 16(4). 243-247. doi:10.1089/cyber.2012.0080