

**Araştırma Makalesi**

**Küratöryel Gazetecilik ile Haberlerde İnsan Unsurunun Yeniden Ön Plana Çıkması**

*The Return of the Human Element to the Forefront in News Reporting through Curatorial Journalism*

**İkram ALPSOY**

Dr. Öğr. Üyesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

[ikramalpsoy@hotmail.com](mailto:ikramalpsoy@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-6798-5180>

Makale Geliş Tarihi	Makale Kabul Tarihi
14.11.2025	13.05.2026

**Öz**

*İçerisinde bulunulan yüzyılda çevrimiçi haberlerin artması, bilginin oluşturulma, yayılma ve tüketilme biçiminde köklü değişikliklere yol açmış; haber içeriklerinin seçilmesi, düzenleme yapılması ve hedef kitlenin kullanabileceği biçimde sunulmasını içeren insan merkezli bir uygulama olan küratöryel gazetecilik, ön plana çıkmıştır. Haber küratörlüğü, bilgi aşırı yüklemesi ekosistemine karşı bir panzehir olarak sunulmuştur. Araştırmada, gazetecilik uygulamaları ve rolleri, haber küratörlüğü ve formatları, dijital araçlar ve gazetecilik ekosisteminin yapılarıyla ilgili literatür irdelenmekte, birçok gazetecinin günümüzde bilgi yöneticisi olarak değerlendirilmesi, küratörlük ürünlerinin izleyicilerin ilgisini çekmek için nasıl bir üslup benimseyebileceği ve güven sorunsalı olan bir ortamda küratörlük ürünlerinin değer önerisi sorunu ele almaktadır. Çalışmada, haber küratörlüğü, eşik bekçiliği, dijital araçlar, e-posta haberleri/bültenleri anahtar kelimeleri kullanılarak haber ajansları, gazeteler ve tematik siteler incelenmiş, veriler tematik analiz yöntemiyle yorumlanmıştır. Araştırmada, küratörlerin seçtiği haberlerin videolu, fotoğraflı ve yazılı olarak ücretli, ücretsiz, SMS paketi ve WhatShap aboneliği ile günün en önemli haberlerine dair özetlerin sunulduğu, böylelikle hem medyaya yönelik ilginin artırılması hem de okuyucunun aşırı bilgi yüklemesine maruz kalmasının önlenmesinin öncelendiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma, medya alanında araştırma potansiyelinin büyüklüğünü vurgulamakta, buna karşın küratöryel gazeteciliğin çevrimiçi haber merkezlerinde öne çıkmasına rağmen, bunun farklı yönlerini inceleyen seyrek bir akademik literatür mevcut olduğunu ortaya koyarak, araştırmacıların yapacakları çalışmalara katkı sağlamayı amaçlamaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** Algoritma, Kürasyon, Dijital gazetecilik, Kapı bekçiliği, Çevrimiçi haber.

**Abstract**

*The rise of online news in the current century has led to fundamental changes in how information is created, disseminated, and consumed. Curatorial journalism, a human-centered practice involving the selection, editing, and presentation of news content in a form accessible to the target audience, has come to the fore. News curation has been presented as an antidote to the information overload ecosystem. The study examines the literature on journalism practices and roles, news curation and formats, digital intermediaries, and the structures of the journalism ecosystem. It addresses how many journalists are now considered information managers, what style*

**Önerilen Atf /Suggested Citation**

Alpsoy, İ., 2026, Küratöryel Gazetecilik ile Haberlerde İnsan Unsurunun Yeniden Ön Plana Çıkması, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 61(2), 1854-1873.

*curation products can adopt to attract audience interest, and the value proposition issue of curation products in an environment where trust is a concern. In the study, news agencies, newspapers, and thematic websites were examined using the keywords news curation, gatekeeping, digital intermediaries, and email news/newsletters, and the data was interpreted using thematic analysis methods. The study concluded that curators selected news stories presented in video, photo, and written formats, with summaries of the day's most important news available through paid, free, SMS package, and WhatsApp subscriptions. This approach prioritized both increasing interest in the media and preventing readers from being exposed to excessive information overload. The study highlights the significant research potential in the field of media, yet reveals that despite the prominence of curatorial journalism in online news centers, there is a scarcity of academic literature examining its various aspects. It aims to contribute to future research efforts by addressing this gap.*

**Keywords:** Algorithm, Curation, Digital journalism, Gatekeeping, Online news.

## 1. Giriş

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, son yirmi yılda haber üretme, yayma ve tüketme biçimleri küresel ölçekte büyük bir değişime uğramıştır. Toffler'in (1970) aşırı bilgi yükü kavramı, herkesin saniyeler içinde çok sayıda habere ve içeriğe erişebildiği, bunları üretebildiği ve çoğaltabildiği günümüz dijital ekosistemini tam olarak özetlemektedir. Bu durum, gazetecilik kavramının, aktörlerinin ve bu aktörlerin rollerinin yeniden tanımlanmasını zorunlu kılmaktadır. Bruns'un (2018) belirttiği gibi, günümüz gazeteciliğinde profesyonel haber endüstrisi, sosyal haber medya ağı olarak adlandırılan yapının önemli de olsa sadece bir parçası olarak var olmaktadır. Profesyonel olmayan aktörlerin de en az profesyoneller kadar haberle ilgili süreçlere aktif olarak dahil olmasıyla, eskiden sahip olduğu türden bir otoriteye, merkezîyetçiliğe ya da istisnailiğe sahip değildir. Bu yeni ağ yapısı içinde çok sayıda kişinin büyük miktarda bilgi üretir hale gelmesi, haberleri organize etme ve içerik küratörlüğü yapma pratiklerini, geleneksel haber toplama kadar temel bir gazetecilik faaliyeti haline getirmiştir (s. 8).

Genel olarak sanatsal eserlerle ilgili sergi, festival, müze vb. alanlarla bağlantılı olan kürasyon terimi, içerisinde bulunduğumuz dönemde dijital haber bağlamında gazetecilik faaliyetinde de önem arz etmektedir. Gazetecilikle ilgili araştırmalarda kürasyonla ilgili olarak farklı görüşler bulunmaktadır (Cui & Liu, 2017). Haber toplama ve haber küratörlüğünün tek ve benzer uygulama olduğu anlayışının yanı sıra iki olgu arasında kesin bir ayrım olduğu anlayışı da söz konusudur (Jack, 2016, s. 10). Haber küratörlüğü, profesyonel olan ya da olmayan bir gazeteci tarafından haber değerine sahip olduğu değerlendirilen içeriğin seçilmesi, düzenleme yapılması ve okuyucuya aktarılması aşamalarını içermektedir. Bu durumu genel kabul gören habercilikten ayıran temel özellik ise bilginin dolaylı kaynakları kapsamasıdır. Gürültüyü sinyale dönüştüren küratörler, bilgi yöneticileri olarak haber bağlamında ana bir role sahiptir (Guerrini, 2013, s. 7, 10). Haber küratörünün temel olarak yaptığı şey, aşırı miktarda bilgiyi elemek, ilgili bilgileri tüketilebilir tarz ve formatlarda düzenlemek ve sunmak, genellikle gerekli bağlamla ve bazen de yorumlarla tamamlamaktır.

Bu çalışmada, Türkiye'deki dijital medya alanında küratöryel gazetecilik uygulamalarının yürütülüş biçiminin nasıl olduğu ve gazetecilik faaliyetinde insan faktörünü görünür hale getirirken başvurulan mekanizmaların saptanmaya çalışılmıştır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemi ve tematik analiz metodundan yararlanılmıştır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

İnternetin haber içeriğinin üretilme, yayılma ve tüketilme şeklini değiştirmesiyle birlikte gazetecilerin oynadıkları role ilişkin anlayışın da değişmesi sonrası gazetecilerin değişen bu ortamda kimliklerini nasıl tanımladıklarına vurgu yapılması gerektiği anlaşılmaktadır (Hanot & Michel, 2020; Wooldridge, 2022).

Gazeteciliğin geleneksel yapısı, olayların habere dönüştürülme ve kamuoyuyla paylaşılma aşamalarının belli geleneksel yapılar, editör odaklı kontrol sistemi ve gazetecilik mesleğiyle alakalı etiksel ölçütler kapsamında gerçekleştirilen bir medya uygulaması olduğuna işaret etmektedir.

Gazete, televizyon, dergi, radyo vb. geleneksel iletişim aygıtlarında haberin oluşturulma süreci muhabir, hazırlanan metni kontrol eden editöryel yapı, yayın direktörü vb. bu meslekte uzmanlaşmış insanların kontrolünün olduğu birçok evreden geçtikten sonra toplumla paylaşılmaktadır. Bu da gazetecilik mesleğinin dürüstlük, toplumsal fayda, yansızlık, yükümlülük vb. ölçütlerin çevresinde şekillenmesine neden olmuştur (Chun&Keenan, 2006; Habermas, 2010; McQuail, 2010).

Konvensiyonel gazetecilik uygulamasında editöryel süreç, haber verilerinin elde edilmesi ile başlayıp yayımlanma süreci ile sona eren yolculukta bilgilerin doğruluğunun teyit edilmesi, haberlerin seçilmesi, yayın sıralaması ve toplum açısından önemlilik derecesine karar verilmesi fonksiyonuyla önemli bir konuma sahiptir. White'ın (1950), Mr. Gates isimli çalışmasıyla görünür hale getirilen eşik bekçiliği görevi, editörün haber merkezine ulaşan bilgilerden hangisinin kamuoyuyla paylaşılacağını belirleyen konumda olduğunu ortaya koymuştur. Shoemaker & Vos (2009) ise bu aşamaların sadece kişisel bir yönelim olmadığını, kurumsal işleyiş, meslekle alakalı kurallar ve düşünsel kabullerin de bu süreçte şekil verdiğine işaret etmiştir. Editör, geleneksel yöntemde, muhabir tarafından toplanan bilgileri haber değerine göre seçen, hazırlanan haber metnini kontrol ederek tekrardan oluşturan ve görev yaptığı kurumun kamuoyuna karşı sorumluluğunu ortaya koyan bir meslek uzmanı konumundadır. Dijital teknoloji ortamında veri içeriklerinin oluşturulması ve paylaşılması hızlı ve kolay olmakla birlikte, tamamen ortadan kalkmayan editöryel fonksiyon da değişik şekillerde tekrardan örgütlenmiştir. Bu aşamada küratöryel gazetecilik, konvensiyonel eşik bekçiliğinin yeni medyada tekrardan oluşturulmuş bir yorumu olarak kendini göstermekle birlikte editörün üstlendiği görev içeriği oluşturmaktan daha ziyade içerikteki akışı takip eden, seçimi yapan ve tekrardan oluşturan konuma dönüşmektedir.

Bu bağlamda günümüzde gazetecilik alanında yapılan her çalışma, özellikle de küratörlüğü temel bir uygulama olarak ele alanlar, birbiriyle bağlantılı üç hususu göz önünde bulundurmaktadır. Birincisi, gazetecilik haber kuruluşlarını temsil eden profesyonellerin yanı sıra bağımsız hikâye anlatıcıları gibi profesyonel olmayanların da (Guerrini, 2013; Etike, 2023) gazeteciliğin bir sosyal haber medya ağı olarak yeniden tasarlanması örneğinde olduğu gibi haber üretme, yayma ve çoğaltma süreçlerine aktif olarak katıldığı bir yapıya dönüşmüştür (Bruns, 2018, s. 8). Hermida'nın (2013) gazeteciler ve izleyiciler arasındaki sinerji ile işaretlenen ortam gazeteciliği kavramı da günümüzün dijital haber ekosistemini özetlemektedir. Günümüz gazeteciliğinin sürekli gelişen ve iş birliğine dayalı doğası, Hermida'nın (2012) "olayların kesin bir yorumu olarak izleyiciye sunulan nihai bir üründen ziyade, tartışmalı anlatımların gerçek zamanlı olarak kamuoyu önünde incelendiği ve değerlendirildiği geçici ve yinelemeli bir süreçtir" görüşü referans alındığında daha da iyi anlaşılabilir.

İkinci olarak, profesyonel olan ve profesyonel olmayan gazetecilerin çok yönlü bir çevrimiçi ağdaki rolleri kavramsallaştırıldığında, geleneksel teorik eşik bekçiliği merceğinin sınırlamalar getirdiğini kabul etmek gerekmektedir. Bu bağlamda, haber ile ilgili yayınlar ve diğer veri kaynaklarının çıkış notlarının gözlemlenmesi ve önemli materyallerin ortaya çıktıkça saptanması olarak tanımlanan eşik bekçiliği (Bruns, 2005, s. 17) kavramı önem kazanmaktadır. Editörün bireysel seçimleri; tüketici anlayışı ve yargılardan kişisel, örgütsel, rutin, medya dışı ve ideolojik düzeylerde ele alan etmenlere kadar haber seçimine dahil olan değişkenleri anlamak için kullanılan bir anlayış üzerine inşa edilmiştir (Shoemaker ve Reese, 2013).

Üçüncüsü, haber içeriklerinin üretilmesi, yayılması ve çoğaltılmasının geçmişe göre daha kolay hale geldiği ve sık sık dile getirilen aşırı bilgi yüklemesi ortamıyla sonuçlandığı günümüzde, haber organizasyonu ve küratörlüğü uygulamalarının gazetecilik için geleneksel haber toplama kadar merkezi hale gelmesi ve bu konuda usta olanların kalabalığın arasından sıyrılmak için daha iyi bir konuma gelmesi dikkat çekmektedir. Çağdaş bağlamda gazetecilerin yerine getirmesi beklenen roller toplayıcılar, küratörler ve topluluk yöneticileri olarak tanımlanmıştır (Bakker, 2014, s. 596). Guerrini'nin (2013) gazetecileri, rolleri gürlütyü sinyale veya kaotik bilgi bolluğunu daha ayırt edilebilir bir şeye dönüştürmek olan bilgi yöneticileri (s. 7-10) olarak kavramsallaştırması da günümüzde haber değeri taşıyan herhangi bir bilginin kalabalıktan sıyrılabilmesi için düzenlenmesinin ve sunulmasının ne kadar önemli olduğunu düşündürtebilir.

Dolayısıyla, geleneksel medyadan, sosyal medyadan, diğer yayıncıların hikâyelerinden ya da kendi yayıncılarının hikâyelerinden bilgi küratörlüğü yapan pek çok gazeteci, toplayıcı veya ikincil görgü tanığı olarak işlev görmektedir (Bruns, 2018; Ünal, 2025). Küratöryel ürünlerinin benzersiz satış noktası ise genellikle seçim, organizasyon ve sunumda yatmaktadır.

Günümüzün dijital haber ortamında küratörlüğün önemi göz önünde bulundurulduğunda, gazetecilerin kimlikleri ve bilgi yöneticisi olarak hizmet etmelerinin değerinin nasıl algılandığı önemlidir. Gazeteciler, haberleri aktarmak için dolaylı kaynaklardan beslenmektedir. Bu da gazetecilerin genellikle birincil haber toplayıcılar olarak sahaya giderek bilgileri doğrudan elde eden muhabirler olduğu

şeklindeki normatif kavramla çelişebilmektedir. Bu tür çalışmalarda ele alınabilecek diğer hususlar arasında şunlar yer almaktadır: gazeteciler haber sunumu söz konusu olduğunda küratörlük pratiğini tipik habercilikle kıyaslandığında ne kadar önemli görmekte ve haber küratörü rollerinde karşılaştıkları etik kaygılar nelerdir (Say, 2022; Virillo, 2021; Yeniciler Kortak, 2022)? Gazetecilerin içerik küratörlüğünü nasıl benimsedikleri ve gerekçelendirdikleri sorusu Duffy vd., (2018) tarafından dijital haber yayıncıları üzerine yapılan etnografik çalışmada ele alınmıştır. Haber üreticilerinin kimliğine ve küratörlük pratiğini meşrulaştırmak için objektiflik, çoklu kaynak kullanımı, farklı haber kaynakları ile kıyaslama vb. ritüellerin kullanımına vurgu yapan Duffy vd., (2018) gazetecilerin küratörlük pratiğini gerçekleştirdikleri zamandaki kimlik ve rollerini etüt etmekte, ortaya çıkacak etik kaygıları ele almaya yönelik metodolojik bir çerçeve sunmaktadır (s. 1354).

Bu kuramsal görüşler, araştırmanın bilhassa eşik bekçiliğinin sanal mecralarda tekrardan betimlenmesi ve gazetecilik süjesinin görünür olmasıyla alakalı araştırma sorularının analitik temelini meydana getirmektedir.

### 3. Küratöryel Uygulamaların Benimsenme Nedenleri

Son yıllarda belirli bir tartışmayla ilgili en çarpıcı tweetleri bir araya getiren tipik bir haber makalesinden, günün en önemli beş veya on hikâyesini sunan bir sabah brifingine; tüm haberleri ve analizleri özetleyen bir e-posta bültenine, iş ve teknoloji dünyasından son dakika haberlerini dakika dakika güncelleyen canlı bloglara kadar küratöryel haberler günümüzde sayısız formatta yansıtılmaktadır. Bunların her biri bazı durumlarda örtüşmüş olsa da farklı amaçlar ve farklı türden durumlar için haber sunmaya uygun olabilmektedir (Bruns, 2018).

Özellikle 21. Yüzyılın ilk dönemlerinden itibaren yaşanan dijital dönüşüm ve bunun habercilik üzerindeki etkisi, gazeteciliğin bir iş kolu olarak zorluklar yaşamasına neden olabilmektedir. Doğası gereği güçlüklerle dolu, piyasa başarısızlığına yatkın bir sektör olarak nitelendirilen geleneksel yazılı ve görsel medyaya yönelik ilginin zaman içerisinde azalmasıyla birlikte, haber yayıncıları yerleşik iş modellerini dijital ekosisteme uyarlama ve finansal olarak ayakta kalma konusunda sorunlar yaşayabilmektedir (Nielsen, 2019). Ancak dijital dönüşümle birlikte durum daha da kötüleşmektedir. Dijital medya ekosistemi söz konusu olduğunda, bu ekosistemin katlanarak büyümesi, haber yayıncılarının faaliyet gösterdiği düşük seçenekli yüksek pazar gücüne sahip ekonomik ortamı, yüksek seçenekli düşük pazar gücüne sahip bir ortama dönüştürdüğü belirtilmektedir. Bu dönüşümü tanımlayan birbiriyle bağlantılı faktörler arasında platform şirketlerinin yükselişi, kıyasıya rekabetin olduğu bilgi aşırı yüklemesi ekosistemi ve reklam gelirlerinin azalmasıyla alternatif para kaynaklarına bağımlılığın artması olgusu yer almaktadır (Kaya vd., 2025; Nielsen, 2019). Düşük çevrimiçi reklam oranları ve bunların dijital platformlar tarafından ele geçirilmiş olması, çevrimiçi haber medyası için yalnızca reklam odaklı gelir modellerine dayalı sistemin güvenilmezliğini ortaya çıkarmış ve dijital haber yayıncılarının karşı karşıya olduğu zorluğun boyutuna da ışık tutmuştur (Newman vd., 2022). Haber faaliyetlerini yalnızca reklam gelirlerine dayalı olarak yürütmenin sürdürülebilir olmaması nedeniyle, hem Nielsen (2019) hem de Bruns (2018) gazeteciliğin sürdürülebilirliğini korumak için alternatif gelir modellerinden yararlanılmasının gerekliliğini vurgulamış, Nielsen yayıncıların ödeme duvarı/abonelik tabanlı modellere bağımlı hale gelme eğilimine dikkat çekmiştir.

Haber merkezlerindeki editoryal kararların, faaliyet gösterilen ekonomik bağlamla nasıl iç içe geçmiş olabileceğini göz önünde bulundurarak, küratöryel uygulamaların benimsenmesinin nedenleri ve nasıl olduğu konusunu ortaya koymaya yönelik araştırmalar, hem belirli haber merkezlerinin iş modellerini hem de daha geniş çaplı sektörün ekonomik koşullarını incelemelidir. Küratörlüğün, doğrudan kaynaklı habercilik için gerekli kaynaklara yatırım yapılmaması nedeniyle bir zorunluluk haline gelip gelmediği ve bunun da haber merkezinin istikrarsız mali durumundan kaynaklanıp kaynaklanmadığı sorusu, her bağlamda sorulması gereken önemli bir sorudur. Araştırmacılar buradan yola çıkarak, dijital ortamda doğmuş yayınların, geleneksel yayınların çevrimiçi versiyonlarına kıyasla küratörlü haberlere daha fazla güvenip güvenmediğini araştırabilirler. Yayınların sunduğu belirli küratörlük ürünlerinin iş modelleri ve bunların ardındaki mantık da araştırma odağı olabilir.

### Araştırma Problemi ve Soruları

Dijital teknolojide yaşanan gelişmeler sonucu bilginin dolaşımında yaşanan hızlanma gazeteciliğin alışlagelen eşik bekçiliği fonksiyonunu değiştirmiş, içeriğin belirlenme, yapılandırılma ve

ilişkilendirilme davranışlarını tekrardan odak noktası haline getirmiştir. Bu değişim içerisinde küratöryel gazetecilik, daha fazla bilgiye maruz kalınmasından dolayı bilginin seçici, anlamlı ve yoğunlaştırılmış hale getirilme görevini yüklenme özelliği ile dikkat çekmektedir. Türkiye’de bu uygulamaların yapılanma şekli, yararlanılan biçimler ve gazetecilik kurallarının tekrardan nasıl betimlendiğine yönelik sistematik çözümlerlerin yeterli olmadığı değerlendirilebilir.

Araştırmanın amacı, bu eksikliği nitel araştırma yöntemi ve tematik analiz metoduyla ele almak ve aşağıda bulunan temel araştırma sorununa yoğunlaşmaktadır.

Türkiye’de dijital medya alanında küratöryel gazetecilik uygulamalarının yapılandırılma şekli nasıl olmakta ve gazetecilikteki insan faktörünü görünür hale getirirken başvurulan mekanizmalar nelerdir?

Bu bağlamda şu sorular yanıtlanmaya çalışılmıştır:

1. Küratöryel gazetecilik uygulamalarında içerikler hangi biçimlerde oluşturulmakta ve hangi medya aygıtları aracılığıyla yapılmaktadır?
2. Bu uygulamalar, aşırı bilgiye maruz kalma süreciyle ilgili seçim yapma, anlamlı hale getirme ve yoğunlaştırmaya yönelik taktiği nasıl oluşturmaktadır?
3. Eşik bekliliği görevi, küratöryel gazetecilikte nasıl tekrardan betimlenmektedir?
4. İnsan faktörü, hangi editöryel ve ifadelendirme stratejileri vasıtasıyla yeniden oluşturulmaktadır?

#### 4. Yöntem

Bu araştırma, küratöryel gazetecilik uygulamalarının Türkiye’deki sanal mecralarda oluşturulma sürecinde nelerin öncelendiğini ve gazetecilikteki insan faktörünü tekrardan görünür hale getirirken yararlanılan teknikleri açıklamaya çalışan nitel bir incelemedir. Çalışma dizaynı, araştırma sorularını yanıtlamaya uygun bir şekilde oluşturulmuştur.

##### 4.1. Araştırma Deseni

Çalışmada, küratöryel verilerin nasıl hazırlandığını anlamaya ve söylemsel yapılarını analiz etmeye imkân sağlamasından dolayı doküman analizi yönteminden yararlanılmıştır. Bu yöntemde, belli bir dönemde oluşturulmuş görsel, metinsel ve sanal verilerin sistemli bir şekilde analiz edilmesini önceleyen nitel doneler elde edilmektedir. Bu metot, çalışmadaki soruların içerik esaslı analize ihtiyaç duyan yapısına uygundur.

##### 4.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni, Türkiye’deki sanal medya alanında küratöryel veri oluşturan haber mecralarından oluşmaktadır. Örneklem saptanırken amaçlı örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Amaçlı örnekleme, çalışma problemine direkt bir şekilde etki edebilecek bilgi kaynaklarının belli kriterlere göre tercih edilmesine dayanmaktadır.

Seçim kriterleri şunlardan oluşmaktadır:

- ✓ Küratöryel içeriğin oluşturulmasında devamlılığın olması
- ✓ Çeşitli küratöryel biçimlerin bulunması (bülten, görsel özet, ileti servisi vb.)
- ✓ Dijital alanda ulaşılabilirlik ve görünürlük seviyesinin güçlü olması
- ✓ Türkiye’deki medya yapısında çeşitli sahiplik ve yayıncılık anlayışını yansıtması

Bu kriterlere göre, Anadolu Ajansı, Hürriyet Gazetesi, HaberTürk Gazetesi, Akşam Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Oksijen Gazetesi, NTV Televizyonu, Memurlar.Net ve Para Ajansı, örnekleme dahil edilmiştir. Çalışma kapsamında, 2017 ile 2025 yılları arasında yayımlanan toplam 472 küratöryel veri değerlendirilmiştir.

Bu tarih aralığı, dijital teknolojinin gelişim ve kullanımının hızlandığı ve küratöryel biçim çeşitliliğinin arttığı bir dönemi içermesinden dolayı seçilmiştir. Ele alınan 472 veri, medya ortamları arasında orantılı bir şekilde yayılmıştır.

**Tablo 1. Araştırma Kapsamında İncelenen Küratöryel İçeriklerin Medya Kuruluşlarına Göre Dağılımı**

Medya Kuruluşu	İncelenen İçerik Sayısı
Anadolu Ajansı	62
Hürriyet	58
Habertürk	54
Akşam	52
Cumhuriyet	50
Oksijen	48
NTV	55
Memurlar.net	49
Para Ajansı	44
Toplam	472

Tablo 1’de, çalışma kapsamında ele alınan küratöryel içeriklerin medya organlarına göre dağılımı yer almaktadır. Veri seti meydana getirilirken her medya aygıtının sanal mecralarında bulunan küratöryel içerikler incelenmiş ve içeriğe dair yayın sıklığı göz önünde bulundurulmuş ve veri setine eklenmiştir. Böylelikle, çalışmada değerlendirilen içeriklerin değişik medya kuruluşlarının küratöryel gazetecilik uygulamalarının temsilini sağlayacak biçimde çeşitlendirilmesine çalışılmıştır.

#### 4.3. Veri Analizi Süreci

Araştırma bilgileri, Braun ve Clarke’ın (2006) altı aşamalı tematik analiz modeline göre analiz edilmiştir. Tematik analiz, veri seti içerisindeki tekrar eden anlam örüntülerinin sistemli bir şekilde saptanması ve kavramsal düşünceler altında kurgulanmasını amaçlayan bir nitel analiz yöntemidir.

Değerlendirme aşamaları aşağıda yer alan evrelerden oluşmaktadır:

Veriye aşinalık: Tüm içerikler ayrıntılı biçimde okunmuş ve genel örüntüler not edilmiştir.

İlk kodların oluşturulması: İçeriklerde tekrar eden anlam birimleri açık kodlama yoluyla belirlenmiştir.

Kodların gruplanması: Benzer içerikteki kodlar kavramsal yakınlık temelinde alt temalar altında toplanmıştır.

Temaların yapılandırılması: Alt temalar, araştırma sorularıyla ilişkili üst temalar altında birleştirilmiştir.

Temaların gözden geçirilmesi: Oluşturulan tema yapısı veri seti ile yeniden karşılaştırılmıştır.

Raporlama: Temalar analitik çerçevede tanımlanarak bulgular bölümünde sunulmuştur.

Temalar veriden türetilmiş olmakla birlikte, kuramsal çerçeve analiz sürecine duyarlılaştırıcı bir rehber olarak eşlik etmiştir. Bu yönüyle analiz süreci ağırlıklı olarak tümevarımsal, kısmen kuramsal yönlendirmeli bir yapı taşımaktadır.

Tematik analiz aşamasında ulaşılan kodlar ve temalar, araştırma sorularıyla olan bağlantıları doğrultusunda yorumlanmış ve veri setinden saptanan örneklerle desteklenerek değerlendirilmiştir. Bu bakış açısı, nitel araştırmalarda tavsiye edilen şekilde temaların betimlenmesinin yanı sıra veri ile sağladıkları anlam bağlantılarının analitik olarak aktarılmasını amaçlamaktadır. Bu kapsamda konular, ilgili medya organlarının küratöryel verilerinden alınan numuneler ve görsel öğeler yardımıyla değerlendirilerek bulgular bölümünde ayrıntılı bir şekilde yorumlanmıştır.

#### 4.4. Kodlama Süreci ve Güvenirlik

Kodlamaya dair süreç bir araştırmacı yürütücülüğünde meydana gelmekle beraber, iç bağdaşım oranını yükseltmek için iki kademeli kodlama pratiği tatbik edilmiştir. Birinci kodlamanın sona ermesinin ardından belli bir süre sonrası bilgi paketi tekrardan kodlanmış ve kodlar arası bağdaşım gözden

geçirilmiştir. Bu süreç, nitel çalışmalarda tavsiye edilen iç kontrol izlemleri doğrultusunda subjektif değerlendirme ihtimalini azaltmayı amaçlamaktadır.

Kodların meydana getirilmesinde alan yazınında bulunan eşik bekçiliği, toplumsal yükümlülük, editoryal bakımdan seçici davranma vb. kavramsal kategorilerin kullanılmasının yanı sıra bilgi setinden ortaya çıkan yeni bölümlere de değinilmiştir. Böylelikle çözümlene sırasında bilgi temelli ve kuramsal bir denge oluşturulmuştur.

Tematik yapının kurulması sonrası, temalar bilgi paketiyle tekrardan kıyaslanmış ve her bir temanın yeter oranda bilgi desteğini içerip içermediği denetlenmiştir.

#### **4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırma, dokuz medya organının sanal mecralarında yer alan içeriklerle sınırlandırılmıştır. Çalışmada içerik çözümlenmesinden yararlanıldığından gazetecilik mesleğini icra edenlerin bireysel tecrübelerini veya kurumla alakalı karar alma süreçlerini direkt bir şekilde kapsamamaktadır. Bunun yanı sıra değerlendirme yapılan süreç 2017-2025 yılları ile sınırlandırılmıştır.

Bu sınırlandırma, bilimsel çıktıların Türkiye'deki dijital medya alanlarının tamamına uygulanmasından daha ziyade sınırlı bir örneklem kapsamında analitik değerlendirmelerin yapılmasına imkân sağlamaktadır.

Bu araştırma istatistikî bir yargının oluşmasını amaçlamamakta, ele alınan örneklem kapsamında çözümsel sonuçlar oluşturmayı hedeflemektedir. Bundan dolayı veriler, analitik genelleme bakış açısı çerçevesinde yorumlanmalıdır.

### **5. Bulgular**

#### **5.1. Tematik Analiz Bulguları**

Bu bölümde, dokuz medya kuruluşunun dijital platformlarında 2017 ile 2025 yılları içerisinde yer alan toplam 472 veri ele alınarak yapılan tematik analiz bulguları yer almaktadır. Çözümlene sonucu ulaşılan kodlar, kavramsal yakınlıklarına göre alt temalar altında konumlanmış ve editoryal seçicilik ve tekrardan çerçeveleme, insan faktörünün tekrardan oluşturulması ve algoritmik ortamda toplumsal yükümlülük ana temaları kapsamında düzenlenmiştir.

##### **5.1.1. Editoryal Seçicilik ve Tekrardan Çerçeveleme**

Ele alınan muhtevalar, küratöryel gazeteciliğin sadece veri toplama veya özet yapma uygulaması olmadığını, geleneksel eşik bekçiliği görevinin dijital mecrada yeniden yapılandırılmış bir şekilde yapıldığını göstermektedir. Çalışma, Bruns'un (2005) kavramsallaştırdığı eşik gözlemciliğine yakın bir modeldir.

Aktarımda seçicilik, çözümleyici başlık oluşturma ve bağlam ekleme kodları, içeriğin editör tarafından oluşturulmasından daha çok akış halindeki içerikler arasından stratejik tercihlerde bulunma davranışını görünür hale getirmektedir. Bu da gazetecilik mesleğinin üretim odaklı kuralcı yapıdan organizasyon ve dolaşım odaklı bir yapıya dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Bu nedenle küratöryel uygulama, veri fazlalığı şartlarında anlamlandırmanın tekrardan oluşturulması sürecine işaret etmektedir.

Burada editoryal tutum, sadece teknik bir ayarlama olmamakta, günlük yaşamda meydana gelen olaylardan hangisinin toplumun dikkatini çekeceğini belirleyen normatif bir çerçeveleme görevi yüklenmektedir.

Bu kapsamda küratöryel gazetecilik, dijitalleşme sonucu azaldığı varsayılan editoryal otoritenin yok olmadığını, bilakis daha aşırı ama daha görünmeyen bir şekilde tekrardan konumlandığını göstermektedir.

##### **5.1.2. İnsan Faktörünün Tekrardan Oluşturulması**

Medya kuruluşlarının sanal mecralarında gazetecilerin öznel hali, algoritmaya dayalı sınırlandırma ve haber içeriklerine dair sistematik otomatik akıştan dolayı geri plana itilmiş görünmektedir. Fakat veriler,

küratöryel uygulamaların bu görünür olmanın azalmasını önlemeye yönelik bir denge sistemi oluşturduğuna işaret etmektedir.

Editöryal müdahale, açıklayıcı bakış açısı ve tercih nedenlerinin tanımlanması kodları, gazetecinin sadece olayları aktaran olmadığını, tercih eden, ifadelendiren ve pozisyon alan bir odak noktası olarak tekrardan oluşturulduğunu yansıtmaktadır. Bu da gazeteciliğin değerler sisteminde bulunan toplumsal mesuliyet ve profesyonel değerlendirme kavramlarının dijital anlamda yeni bir fonksiyon kazandığını hissettirmektedir.

Küratöryel gazetecilikte editöryal yapının görünürlüğü, içeriğin önemli oranda ikincil kaynaklardan beslenmesine karşın giderek artmaktadır. Bu da gazeteciliği olayların birincil tanığı modelinden anlam yöneticisi modeline dönüştürmektedir.

Bundan dolayı insan faktörü, haber oluşturulması aşamasından ziyade seçim yapma ve çerçeveleme aşamasında tekrardan belirginleşmektedir.

### 5.1.3. Algoritmik Ortamda Toplumsal Yükümlülük

Gazetecilik kurallarını kapsayan değerler ile dijital ortam mantığı arasındaki gerginlik bu tema ile açığa çıkmaktadır. Algoritmik görünürlük teknikleri ile başlıkları tıklanma merkezli düzenleme kodları, sanal görünürlük ekosisteminin editöryal kararların alınması aşamalarına etki ettiğini göstermektedir. Fakat doğrulama vurgusu ve kamu yararı referansı kodları, bu neticenin kesin bir sonuç olmadığını ortaya koymaktadır.

Küratöryel gazetecilik, ortam sermayeciliğinin odaklanma ekonomisine uyumla hale gelmekle birlikte kuralcı gazetecilik erdemlerini korumaya yönelik dengeleme arayışını da sürdürmektedir.

Bu da gazetecilik mesleğinin dijital mecrada tam anlamıyla algoritmik determinasyonun kontrolü altına girmediğine, buna karşın toplumsal yükümlülük ile algoritmik görünürlük arasında karma bir yapı oluşturduğuna işaret etmektedir.

Bundan dolayı küratöryel gazetecilik, iktisadi bir mecburiyetle birlikte sanal çağda gazeteciliğin kurallarının tekrardan yapılandırılması şeklinde değerlendirilmelidir.

Tematik çözümleme neticesinde ulaşılan kodlar, kavramsal paralelliklere göre alt temalar altında bir araya getirilmiş ve bu alt temalar çalışmada yer alan sorularla alakalı ana temalar kapsamında yapılandırılmıştır. Bu tematik yapı, veri setinde tekrarlayan anlam örüntülerini düzenli bir şekilde göstermek için Tablo 2’de sunulmuştur. Fakat, tematik çözümlemede sadece tema ve kod seviyesinde sınıflandırma yapılmamakta, bunun yanı sıra bu temaların çalışma kapsamı içerisinde değerlendirilmesi de gerekmektedir. Bu kapsamda, aşağıda yer alan bölümde, belirlenen ana temalar ele alınan medya organlarının küratöryel pratiklerinden ulaşılan örnekler ve görsel belgeler üzerinden değerlendirilerek yorumlanmıştır.

**Tablo 2. Araştırmada Kullanılan Tematik Analiz Yapısı: Kodlar, Alt Temalar ve Ana Temalar**

Kod	f	Alt Tema	Ana Tema
Seçici veri iletimi	51	Editöryal seçicilik	Editöryal Seçicilik ve Tekrardan Çerçeveleme
Bağlam ilave etme / tekrardan çerçeveleme	35	Anlamanın yeniden kurulması	Editöryal Seçicilik ve Tekrardan Çerçeveleme
Açıklayıcı başlık oluşturma	36	Editöryal müdahale	Editöryal Seçicilik ve Tekrardan Çerçeveleme
Kaynak artırma	28	Kaynak çeşitliliği	Editöryal Seçicilik ve Tekrardan Çerçeveleme
Editöryal imza / görünür özne	31	Gazetecinin görünür olma hali	İnsan Faktörünün Tekrardan Oluşturulması
Açıklayıcı ton	43	İnsan odaklı anlatım	İnsan Faktörünün Tekrardan Oluşturulması
İnsani hikâye vurgusu	47	Birey bakış açısı	İnsan Faktörünün Tekrardan Oluşturulması

Tercih nedenlerinin açıklanması	32	Şeffaf editoryal tutum	İnsan Faktörünün Tekrardan Oluşturulması
Algoritmik görünürlük taktikleri	51	Dijital uyum uygulamaları	Algoritmik Platformda Toplumsal Yükümlülük
Tıklanma odaklı başlık yapısı	47	Ortam optimizasyonu	Algoritmik Platformda Toplumsal Yükümlülük
Teyit etme ve kaynak saydamlığı	32	Etik filtreleme	Algoritmik Platformda Toplumsal Yükümlülük
Toplum faydası referansı	39	Normatif sorumluluk	Algoritmik Platformda Toplumsal Yükümlülük

**Not:** Kod frekansları, tematik yoğunluğu yansıtmak amacıyla ortaya konulmuş olup nicel bir genelleme iddiası taşımamaktadır. İnceleme, nitel tematik analiz kapsamında yapılmıştır.

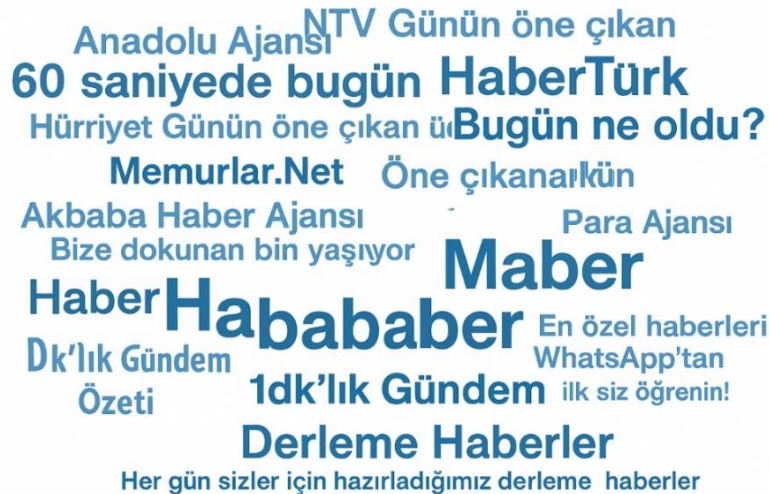
Tematik analiz neticesinde saptanan kod, alt tema ve ana temalar Tablo 2’de sunulmaktadır. Bu tematik yapı, veri setinde yeniden ortaya çıkan anlam örüntülerinin düzenli şekilde sınıflandırılmasıyla meydana getirilmiştir.

Aşağıdaki bölümde bu temalar, ele alınan medya organlarının küratöryel pratiklerindeki örnekler incelenerek değerlendirilmektedir.

## 5.2. Temaların Yorumsal Analizi

Tematik analiz neticesinde meydana çıkan ana temalar, ilgili alt temalar ve kodlar kapsamında değerlendirilerek sanal medya alanında küratöryel gazeteciliğe dair işleyiş yorumlanmıştır. Çözümleme sırasında ulaşılan veriler, ele alınan medya aygıtlarının küratöryel pratiklerinden örneklerle ilişkilendirilmiştir.

Tematik analiz neticesinde saptanan ana konular, veri setinden ulaşılan örneklerle bağlantılı hale getirilerek yorumlanmış ve her bir konuya karşılık gelen küratöryel uygulamalara aşağıda yer verilmiştir.



**Şekil 1. Medya aygıtlarında haber küratörlüğü ile ilgili kullanılan kelimeler**

Tematik çözümleme aşamasında medya müesseselerinin küratöryel verilerinde yer alan kavramsal yoğunluğu aktarmak için düzenlenen kelime dağılımı Şekil 1’de ortaya konulmaktadır. Şekil; editör, gündem, haber seçimi, bülten ve özet gibi konseptlerin küratöryel gazeteciliğin ana söylemsel unsurları arasında olduğunu göstermektedir.

### 5.2.1. Küratöryel Gazetecilikte Seçme ve Anlamlandırma İşlevi

Tematik analiz sonrası ulaşılan veriler, küratöryel gazetecilik pratiklerinin sanal medya alanında veri transferini ayarlayan bir editöryel kontrol mekanizması işlevine sahip olduğunu göstermektedir. Bilhassa seçici data aktarımı, başlığı açıklayıcı bir Şekilde hazırlama, kontekst ilave etme ve kaynak artırma kodları, medya kurumlarının birçok veri içerisinden belli haberleri tespit ederek hedef kitleye daha anlamlı hale getirilmiş ve yoğun bir gündem aktardığını göstermektedir.

Dijital iletişim mecrasında veri oluşturmanın ve sirkülasyonun hızlı olması, tüketicilerin farklı kategorideki birçok bilgi ve haberle muhatap olmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda, küratöryel gazetecilik, gün içerisinde yaşanan haber aktarımları arasından önemli olduğu değerlendirilenleri izleyicilere/okuyuculara daha hızlı ve kolay bir Şekilde ulaştıran editoryal düzenleme uygulaması olarak ön plana çıkmaktadır.

Anadolu Ajansı'nın hazırladığı "60 saniyede bugün" formatı, bu durumu açık Şekilde göstermektedir. Gün içerisinde meydana gelen gelişmeler içerisinden seçilen haberlerin fazla uzun olmayan bir biçimde ve yoğun bir Şekilde iletilmesi, tematik c z mlemede belirlenen seçici veri iletimi ve bağlam ekleme kodlarının uygulamada nasıl işlediğini göstermektedir.

Türkiye'nin ilk ajansı olarak 6 Nisan 1920'de kurulan Anadolu Ajansı (AA) tarafından "60 saniyede bugün" başlığıyla sunulan haber k rat rl ğu ile günün  zeti 1 dakikada aktarılmaktadır.



Resim 1. Anadolu Ajansı, "60 Saniyede bugün"

"Türkiye ve dünya gündeminin 60 saniyelik  zeti"  st başlığının yer aldığı Anadolu Ajansı web sitesinde, AA Haber Akış Sistemi (HAS)  zerinden abonelere sunulan haberlerin özetlenerek yayımlandığı bilgisi yer almaktadır. Ajans, kullanıcıları abonelik için bir bağlantı köprüsü ile yönlendirmektedir.

Bir dakikalık video Şeklinde hazırlanan özetlerde 8 habere yer verilmektedir. AA'nın Türkiye ve dünya gündeminde  ne çıktığını değerlendirdiği olaylardan derlenen haberler, kısa ve açıklayıcı spotlarla aktarılarak okuyuculara ücretsiz olarak haber k rat rl ğu hizmeti verilmektedir.

Bu yapı, küratöryel seçiciliğin dijital sürat ve yoğunluk Őartları altında nasıl işlediğini somut Şekilde göstermektedir.

Benzer biçimde Hürriyet Gazetesi'nde bulunan "3 Haberde bugün" bölümü de gün içinde meydana gelen olaylar arasından tespit edilen haberlerin kısa başlık ve spotlarla aktarılması da küratöryel seçiciliğe bir örnek oluşurmaktadır.



Resim 3. Hürriyet Gazetesi, “3 Haberde bugün”

1948 tarihinde kurulan Hürriyet Gazetesi’nde “Günün öne çıkan haberleri” üst başlığıyla verilen ve alt başlıkta “3 Haberde bugün” ifadesinin yer aldığı sitede, günün öne çıkan olayları hakkında son dakika haberlerin ve güncel bilgilerin yer aldığı bilgisi verilmekte, “3 Haberde bugün” bölümünde ise yurt içi ve yurt dışından tüm haberler içerisinde kütatörler tarafından belirlenen haberler “İşte bugün boyunca yaşanan gelişmelerden öne çıkan üç haber” spotuyla okuyucu sunulmaktadır.

Bu bölümde, bir dakika 30 saniyelik video olarak hazırlanan özetlerde, haber kütatörlerinin Türkiye ve dünyada gün içerisinde yaşananlar arasından seçtiği 5 haber fotoğraf, başlık ve kısa spotla aktarılmış, haberin tamamı için ise bir bağlantı linki bırakılmıştır. Hürriyet Gazetesi, haber kütatörlüğü hizmetini ücretsiz olarak sunmaktadır.

NTV’nin “Günün öne çıkan 10 haberi” formatı da aynı şekilde gün boyunca yaşanan olayların belli bir editöryel kontrolden geçirilmek suretiyle hedef kitleye sunulduğunu ortaya koymaktadır.



Resim 4. NTV, “Günün öne çıkan 10 haberi”

Türkiye’nin ilk haber kanalı olarak 1996 yılında kurulan NTV televizyonunun haber sitesi NTV.com.tr’de “Günün Öne Çıkan 10 Haberi” üst başlığının yer aldığı sitede, günün öne çıkan haberlerinin öğrenilmesi için NTV’nin ilgili sayfasının takip edilebileceği bilgisi paylaşılmaktadır.

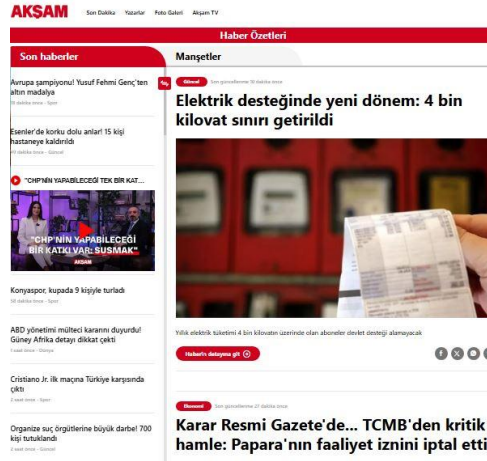
Bir dakikalık video şeklinde hazırlanan özetlerde, 10 habere yer verilmektedir. Türkiye, gündem, dünya ve ekonomi etiketleriyle günün öne çıkan olaylarından derlenen haberler, kısa başlıklarla aktarılmaktadır. 2018 yılında başlanan ve ücretsiz olarak gerçekleştirilen haber kütatörlüğü hizmeti, 2023 yılında sonlandırılmıştır.



verilen videoda, haberler resim, başlık ve spotta yer alan açıklayıcı ifadelerle okuyucuya aktarılmaktadır.

Gazetenin sitesinde “Cumhuriyet ve ‘SMS Haber Paketi’” başlıklı bölümde ise “Vodafone abonesi Cumhuriyet okurları, gün içerisinde gelişen olayları Cumhuriyet’in SMS Haber Paketiyle izleyebilecekler. Türkiye ve dünyadaki son dakika gelişmeleri cep telefonunuza mesaj olarak gelecek. Böylece Cumhuriyet okurları, cep telefonlarından Cumhuriyet Gazetesi'nin kendine özgü bakışı ile güncel gelişmeleri izleyebilecekler. Haftalık abonelik, tüm vergiler dahil 2 TL.” ifadeleri ile kullanıcılara ücretli abonelik işleminin var olduğu bilgisi verilmektedir.

Akşam Gazetesi’ndeki “haber özetleri” bölümü, gündemdeki gelişmeler içerisinden belirlenen haberlerin kısa açıklamalarla okuyucuya aktarılması yönü itibarıyla küratöryel gazeteciliğe örnek teşkil etmektedir.



Resim 7. Akşam Gazetesi, “Haber özetleri”

1918 tarihinde kurulan Akşam Gazetesi, 107 yıllık tarihi ile Türk basınının en eski yayın organları arasında yer almaktadır. Akşam Gazetesi’nde “Haber özetleri” üst başlığı altında, Manşetler başlığında gün içerisinde meydana gelen olaylar arasından haber küratörlüğü yapılarak seçilen ve ücretsiz olarak kamuoyuyla paylaşılan haberler ön plana çıkarılmaktadır.

Bu bölümde, Dünya, güncel, teknoloji, kültür-sanat, spor vb. alanlardan gün içerisinde yayınlanan haberler içerisinden seçilen 35 haber içerisinden bazıları başlık, fotoğraf ve spotla, bazıları ise 1 dakikalık video ile okuyucuya sunulmaktadır. Her haberin altında yer alan ‘Haberin detayına git’ ve ‘Videoya git’ bağlantı köprüleri ile seçilen haberler tüm detayları ile aktarılmaktadır.

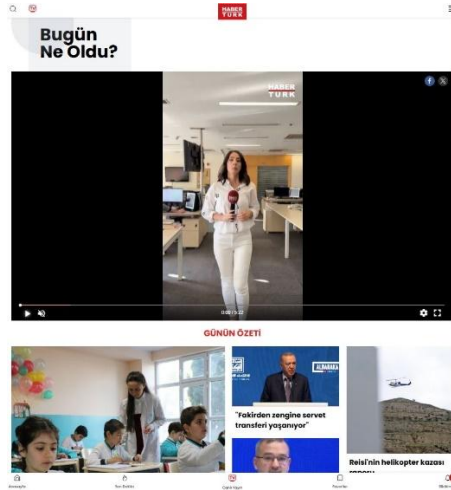
Bu örnekler, sanal medya mecrasında küratöryel gazeteciliğin sadece içerik oluşturma uygulaması olmadığını, bunun yanı sıra veri akışını tanzim eden ve hedef kitle için anlamlı bir gündem çerçevesi meydana getiren editöryel bir yapılanma olduğuna dikkati çekmektedir.

### 5.2.2. Gazetecinin Dijital Ortamda Anlam Yöneticisine Dönüşmesi

Tematik çözümlene neticesinde ulaşılan veriler, dijital medyada gazetecilik mesleğini yapanların görevinin büyük oranda değişime uğradığını yansıtmaktadır. Geleneksel gazeteciliğe dair anlayışta, gazeteci genel olarak meydana gelen olayların direkt şahidi olarak kabul edilirken, dijital medya aygıtlarındaki gazeteci, her geçen gün artan bir şekilde bilgi akışını düzenleyen ve anlamlandıran bir editöryel aktör haline gelmektedir.

Analiz kapsamında saptanan editöryal imza, açıklayıcı ton, insani hikâye vurgusu ve tercih nedenlerinin açıklanması gibi kodlar, gazetecilerin dijital medya alanında sadece içeriklerin aktarımını yapan bir vasıta olmadığını, okuyucu/izleyici için de gündemdeki olayların değerlendirmesini yapan ve bu olayları anlamlandıran bir özneye dönüştüğünü göstermektedir.

Bu değişim, bilhassa Habertürk’te bulunan “Bugün ne oldu?” düzenlemesinde açıkça görülmektedir. Bu yapıda, editörlerin gündemde öne çıkan gelişmeleri değerlendirerek aktarması, gazetecinin dijital medya alanında editöryel bir anlatıcı olarak yer aldığını ortaya koymaktadır.



Resim 2. HaberTürk, “Bugün ne oldu”

2009 yılında günlük gazete olarak yayın hayatına başlayan, 2018 yılından itibaren ise internet sitesi olarak varlığını devam ettiren Habertürk.com.tr’de “Bugün ne oldu” başlığı ile Türkiye ve dünyada siyaset, ekonomi, sanat, spor, kültür vb. alanlarda gün içerisinde yayınlanan ve kaçırılmaması gereken haberler içerisinden seçilenlere yer verilmektedir.

Beş dakikalık video şeklinde hazırlanan özetlerde, bir muhabirin Haberturk.com Haber Merkezi’nde görev yapan editörlere yönelttiği sorulara aldığı cevaplarla günün öne çıkan haberleri sözlü olarak aktarılmaktadır. Ücretsiz olarak gerçekleştirilen haber küratörlüğünde, Habertürk’teki farklı haber servis editörlerinin günün öne çıkan haberlerini sözlü olarak anlatması dikkat çekmektedir. Bu pratik, küratöryel gazetecilikte insan faktörünün açıklayıcı ve aracılık görevini görünür hale getiren bir örnek oluşturmaktadır.

Aynı şekilde Oksijen Gazetesi’nin “günün bülteni” formatında editörün kaleme aldığı değerlendirme içeren metinler, gazetecilik mesleğini icra edenlerin sadece haberlerin aktarımını yapmadığını, bunun yanı sıra gündemdeki gelişmeleri değerlendiren bir role de sahip olduğunu göstermektedir.



Resim 8. Oksijen Gazetesi, “Günün bülteni”

2021 yılında haftalık ulusal bir gazete olarak ilk sayısı yayımlanan Oksijen Gazetesi’nin “Günlük bülteni” başlıklı bölümünde, gün içerisindeki en önemli gelişmeler ve akşam haberlerinin yer aldığı rehber ile editör masası tarafından seçilen haberler yer almaktadır.

Bu bölümde, editörün kaleminden adeta bir köşe yazısı gibi aktarılan yurt içi ve yurt dışından haberler içerisinden 25’i ön plana çıkarılmaktadır. Gündemdeki haberler fotoğraf ve ayrıntılı bir metinle aktarılmakta, bazı haberler ise başlık ve kısa bir metinle okuyucuyla paylaşılmaktadır. Editör tarafından yapılan haber küratörlüğünde haberlerin yanı sıra Oksijen’den öneriler, ne izleyelim, ne dinleyelim ve ne pişirelim başlıkları altında farklı öneriler sunulmaktadır.

Sitede yer alan Günün bülteni bölümünde bulunan ücretsiz üye ol bağlantı köprüsüne işlem yapıldığında, 'Sabah raporu', 'Gün sonu' ve 'Yeni hafta' başlıklarında özenle hazırlanan içeriklerin her gün e-posta hesabına ücretsiz olarak gönderileceği bilgisi paylaşılmaktadır.

Bu örnekler, sanal medya dünyasında gazeteciliğin içerik oluşturmanın yanı sıra anlam üretimi ve editöryel değerlendirme aşamaları üzerinden tekrardan şekillendiğini yansıtmaktadır.

### 5.2.3. Algoritmik Görünürlük ile Toplumsal Sorumluluk Arasındaki Denge

Tematik analiz verileri, sanal medya alanında gazeteciliğe dair uygulamaların editöryel tercihlerin yanı sıra dijital ortamların algoritmik işleyişiyle de biçimlendiğini ortaya koymaktadır. Analiz doğrultusunda saptanan algoritmik görünür olma yöntemleri, tıklanma öncelikli başlıklandırma yapısı, onaylama vurgusu ve toplumsal fayda referans kodları, medya kurumlarının veri oluşturmada hem sanal ortam mantığına hem de gazetecilik prensiplerine önem verdiğini göstermektedir.

Bu kapsamda, Para Ajansı'nın anlık mesajlaşma uygulaması olan WhatsApp üzerinden yaptığı haber paylaşma modeli, dijital ortamlar aracılığıyla günlük hayata dahil edilen yeni etkileşim kanallarından küratöryel gazetecilik uygulamaları kapsamında nasıl yararlandırıldığını yansıtmaktadır.



Resim 9. Para Ajansı, “En özel haberleri WhatsApp’tan ilk siz öğrenin!”

Para ajansı, ekonomi piyasaları ile alakalı bilgi aktarımı, son dakika olarak meydana gelen gelişmeler ve finansal haberler ile yatırımcılara yol gösteren tematik bir sitedir.

Sitede yer alan “En özel haberleri WhatsApp’tan ilk siz öğrenin!” başlığı ile okuyucular sitenin alt bölümünde yer alan “Özel Haberler Grubuna Katılmak İçin Tıklayın” bağlantı köprüsüne yönlendirilmektedir.

Sitenin ana sayfasında gün içerisinde yaşanan olaylarla ilgili haberlere yer verilmekte, buna karşın WhatsApp’tan yapılan ücretsiz bilgilendirme ile ilgili olarak; “Finansal piyasalar hakkında haber akışları, son dakika gelişmeleri ve analiz haberlerine ilk elden ulaşabilirsiniz” ifadelerine yer verilmektedir.

Bu örnek, medya organlarının sanal mecraların algoritmik görünürlük anlayışıyla uyumlu olmaya çabalamasının yanı sıra gazeteciliğin toplumsal fayda ve doğrulama prensiplerini devam ettirmeye çalıştığını ortaya koymaktadır. Bundan dolayı küratöryel gazetecilik, dijital medya zemininde gazetecilik etiği ile algoritmik görünürlük arasında oluşturulan bir denge sistemi şeklinde yorumlanabilir.

Çalışma kapsamında ulaşılan bulgular, küratöryel gazeteciliğin Türk medyasında biçim farklılığı üreten bir pratik olmanın yanı sıra gazeteciliğin epistemolojik ve kurallara dayalı yapısını tekrardan oluşturan bir değişim mecrası olduğunu göstermektedir. Bu değişim, odağında üretim olan gazetecilik örneğinden organizasyon ve dolaşım odaklı bir örneğe geçişi, olaylara birincil elden şahit olma kavrayışından anlam

yöneticiliğine dönüşen bir mesleki temsili ve algoritmik görünür olmayla sosyal sorumluluk arasında kurulan karma bir editöryal yapıyı işaret etmektedir. Bundan dolayı küratöryel gazetecilik, dijital iletişim çağında gazeteciliğin önemini yitirmesinden ziyade tekrardan konumlanması olarak yorumlanmalıdır.

Tematik çözümleme neticesinde ulaşılan veriler, küratöryel gazeteciliğin dijital medya alanında sadece içerik oluşturma uygulaması olmadığını, haberlerin akışını hazırlayan, haberi anlamlı hale getiren ve tekrardan çerçeveleyen bir editöryel sistem olarak çalıştığını da göstermektedir. Analiz doğrultusunda saptanan editöryel seçicilik, birey etkisinin tekrardan görünür olması ve sosyal yükümlülük ile algoritmik görünürlük arasındaki denge konuları, sanallaşma aşamasında gazetecilik uygulamalarının kural ve teknik anlamlarda değişime uğradığını ortaya koymaktadır. Bu kapsamda küratöryel gazetecilik, dijital haber yapısında gazetecinin görevini sadece içeriği oluşturan olmaktan çıkararak veri akışını hazırlayan ve okuyucu/izleyici için anlam üreten bir editöryel karar vericiye dönüştüren bir pratik olarak değerlendirilebilir.

## 6. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma, küratöryel gazetecilik yöntemlerine dair yapılandırmaların dijital medya araçlarında nasıl gerçekleştirildiği ve gazetecilik mesleğinde insan faktörünün hangi sistemler aracılığıyla tekrardan görünür hale getirildiğini nitel araştırma tekniği ve tematik analiz yöntemiyle ele almıştır. Dijital teknolojinin hızını artırdığı veri dolaşımı ve bilgi aşırı yüklemesi kapsamında küratöryel gazeteciliğin yeri, çalışma kapsamında belirlenen dokuz medya organının 2017 ile 2025 yılları arasındaki verileri üzerinden çözümlenmiştir.

Çalışmanın ilk alt problemi kapsamında, Türkiye'deki küratöryel gazetecilik uygulamalarının hangi içerik biçimleri ve ortamlar üzerinden yapıldığı saptanmıştır. Veriler, günlük haber bültenleri, görüntü özetleri, gün içerisinde öne çıkan olayların listesi, canlı ağ günlükleri, çok tıklanan ve okunan haberlere dair sıralamalar, SMS ve WhatsApp bilgilendirme uygulaması vb. farklı yöntemlerden yaygın şekilde yararlanıldığını ortaya koymaktadır. Kullanım alanının çeşitliliği, küratöryel gazeteciliğin geleneksel medya organlarının dijital mecralarında kullanıldığını yansıtmaktadır. Böylelikle küratöryel pratiklerin Türk medya yapısında kurumsal hale geldiği ve genel olarak devamlılığa sahip olduğu gözlenmektedir.

İkinci alt problem doğrultusunda, bu uygulamaların aşırı veri yüklemesi bağlamında seçim yapma, yoğunluk kazandırma ve anlamlı hale getirme stratejilerini nasıl geliştirdiği irdelenmiştir. Tematik çözümleme neticesinde; editöryel seçicilik, değerlendirme içeren başlıklardan yararlanma, bağlam dahil etme, kaynak artırma vb. örneklerin ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Bu veriler, küratöryel gazeteciliğin yalnızca verilerin aktarıldığı bir yöntem olmadığını, dijital veri iletim sürecinde belli içeriklerle alakalı seçimde bulunarak tekrardan çerçeveleyen ve toplumsal ilgi düzeyinin üzerine çıkaran bir anlamlandırma süreci olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle küratöryel gazetecilik, veri fazlalığının olduğu bir ortamda düzenleyici ve yol gösterici bir editöryal görev yürütmektedir.

Üçüncü alt problem kapsamında, dijital alanda eşik bekliliği görevinin nasıl tekrardan betimlendiği incelenmiş, elde edilen verilere göre konvensiyonel gatekeeping örneğinden veri akışını takip etme ve seçimde bulunmayı temel alan sürece doğru bir değişimin ortaya çıktığı anlaşılmıştır. Bu değişimle birlikte editöryel mekanizmanın etkisi kaybolmamakta, editör içeriğin oluşturulmasından daha çok haberlere dair tercihte bulunma ve çerçeveleme üzerinden etkisini daha da artırmaktadır. Böylelikle küratöryel gazetecilik, bu mesleğin dolaşım ve düzenleme merkezli bir örneğe dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Dördüncü alt problem doğrultusunda, insan faktörünün hangi editöryel ve söylemsel taktiklerden yararlanılarak tekrardan oluşturulduğu incelenmiştir. Editöryel müdahale, haberleri değerlendirme şekli, tercih nedeninin ortaya konulması, insani hikâyeye odaklanması vb. hususlar, gazetecinin dijital alanda anlam düzenleyicisi olarak daha açık bir görev yüklendiğine işaret etmektedir. Böylelikle gazeteciliğin ilk elden tanıklık pozisyonundan, tercihte bulunma ve çerçeveleme yoluyla anlam oluşturan bir mesleğe dönüştüğü anlaşılmaktadır.

Bununla beraber, algoritmik olarak görünürlüğü artırma taktikleri ve haber başlıklarının tıklanma odaklı yapısı, dijital mecra anlayışının editöryel karar verme süreçlerine yönelik rolünü yansıtmaktadır. Fakat, toplumsal fayda örneklerinin varlığı ve doğrulama vurgusu küratöryel gazeteciliğin tam anlamıyla

algoritmik yönlendirmenin kontrolüne girmediğini, dijital görünür olma ile toplumsal mesuliyet arasında bir dengeleme oluşturmaya çalıştığını ortaya koymaktadır.

Bu veriler, çalışmanın ana problemini oluşturan dijital medya alanında küratöryel gazetecilik pratiklerinin nasıl kurgulandığı ve gazetecilik mesleğinde insan unsurunun hangi sistemler vasıtasıyla tekrardan ön plana çıkarıldığı sorularına açıklık getirmektedir.

Sonuçta araştırma, Türk medyasında küratöryel gazeteciliğin sadece içerik oluşturma yöntemi olmadığını, dijital iletişim çağında gazetecilik kurallarının rolünü ve kimliğini tekrardan düzenleyen bir değişim ortamı olduğunu göstermektedir. Çalışma bu yönüyle, küratöryel gazeteciliği tematik ve sistematik bir kapsamda ele alarak alan yazına kavramsal ve deneysel bir katkı sağlamaktadır. Bu neticeler, dijital gazetecilik alan yazınında küratöryel gazeteciliğin haber oluşturma aşamalarında yeni editöryel roller oluşturduğuna işaret eden araştırmalarla da örtüşmektedir (Bakker, 2014; Bruns, 2018). Gelecekte yapılacak araştırmaların gazetecilerin kendi tecrübelerini ve kurumsal yargı aşamalarını merkeze alması, bilgi çağında gazetecilik mesleğindeki dönüşümü daha kapsayıcı bir şekilde yorumlamaya imkân sağlayacaktır.

### Kaynakça

- Akarçay Ulutaş, D. ve Akarçay, Ö. (2018). Nitel veri analizi. Ş. Aslan (Ed.), Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (s. 423-439) içinde Konya: Eğitim Yayınevi.
- Bakker, P. (2014). Mr. Gates returns: Curation, community management and other new roles for journalists. *Journalism Studies*, 15(5), 596-606. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.901783>
- Bruns, A. (2018). Gatewatching and news curation: Journalism, social media and the public sphere. <https://doi.org/10.3726/b13293>
- Bruns, A. (2005). Gatewatching: Collaborative online news production. New York: Peter Lang Publishing.
- Chun, W. H. K., & Keenan, T. (2006). *New Media Old Media, A History and Theory Reader* [Yeni Medya Eski Medya, Bir Tarih ve Teori Okuma]. New York: Routledge Taylor&Francis Group.
- Cui, X., & Liu, Y. (2017). How does online news curate linked sources? A content analysis of three online news media. *Journalism*, 18(7), 852-870. <https://doi.org/10.1177/1464884916663621>
- Duffy, A., Tandoc, E. C., & Ling, R. (2018). Frankenstein journalism. *Information, Communication & Society*, 21(10), 1354-1368. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1313884>
- Etike, Ş. (2023). Yapay zekâ ve haber üretim süreci: Tanımlar ve uygulamalar. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3(6), 588-609.
- Guerrini, F. (2013). Newsroom curators & independent storytellers: Content curation as a new form of journalism. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/newsroom-curators-and-independent-storytellers-content-curation-new-form-journalism>
- Habermas, J. (2010). *Kamusalığın Yapısal Dönüşümü*, (Çev.: Tanıl Bora ve Mithat Sancar), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hanot, M. & Michel, A. (2020). Entre menaces pour la vie en société et risques réglementaires, les fake news: un danger pour la démocratie? içinde *Vie privée, liberté d'expression et démocratie dans la société du numérique* (Yves Poull, Sayı 47, ss. 155–208).
- Hermida, A. (2013). #Journalism: Reconfiguring journalism research about Twitter, one tweet at a time. *Digital Journalism*, 1(3), 295-313. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.808456>
- Hermida, A. (2012). Tweets and truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. *Journalism Practice*, 6(5-6), 659-668. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667269>
- Jack, A. (2016, November). Editorial email newsletters: The medium is not the only message. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/editorial-email-newsletters-medium-not-only-message>

- Kaya, A., Seyrek, E., Sarıgül, A., Şata, M., Gómez-Salgado, J. ve diğerleri (2025). Sağlık Profesyonellerinde Sosyal Medya Bağımlılığı, Algılanan Sosyal Destek, Uyku Bozukluğu ve İş Performansı: Düzenleyici Bir Aracılık Modelinin Test Edilmesi. *Uluslararası Ruh Sağlığı Geliştirme Dergisi*, 27 (8), 1149-1163. <https://doi.org/10.32604/ijmhp.2025.067388>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory [McQuail'in Kitle İletişim Teorisi]*. (6. Baskı). London: Sage Publications.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). Reuters Institute digital news report 2022. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>
- Nielsen, R. K. (2019). Economic contexts of journalism. In K. Wahl- Jorgensen, & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 324-340). <https://doi.org/10.4324/9781315167497-21>
- Say, C. (2022). Yeni dünya yeni ağ. Destek Yayınları.
- Scharp, K. M., & Sanders, M. L. (2019). What is a theme? Teaching thematic analysis in qualitative communication research methods. *Communication Teacher*, 33(2), 117-121. <https://doi.org/10.1080/17404622.2018.1536794>
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2013). Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective. <https://doi.org/10.4324/9780203930434>
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge.
- Toffler, A. (1970). *Future shock*. New York: Random House.
- Ünal, U. (2025). Dijital Diplomasi Çağında Sosyal Medyanın Rolü. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 60(1), 923-940.
- White, D. M. (1950). The Gate Keeper: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383-390.
- Virillo, P. (2021). *Enformasyon bombası* (K. Şahin, Çev.). Metis
- Wooldridge, M. (2022). *The path to conscious machines: The past, present, and future of artificial intelligence*. Metis.
- Yeniceler Kortak, İ. (2022). Yapay zekâ ve haber ilişkisine kullanıcı gözünden bakmak: Sosyal medyada robot haber spikerlerine gelen yorumların incelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(2), 699-710
- <https://www.aa.com.tr/tr/60-saniyede-bugun/60-saniyede-bugun-06-ekim-2025/3708978>
- <https://www.aksam.com.tr/haber-ozetleri/>
- [https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/cumhuriyet-ve-sms-haber-paketi-195708?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/cumhuriyet-ve-sms-haber-paketi-195708?utm_source=chatgpt.com)
- <https://gazeteoksijen.com/>
- <https://www.haberturk.com/bugun-ne-oldu>
- <https://www.hurriyet.com.tr/haberleri/gunun-one-cikan-haberleri>
- <https://www.memurlar.net/cokokunan/>
- <https://www.ntv.com.tr/gunun-one-cikan-10-haberi>
- <https://paraajansi.com.tr/gundem/en-ozel-haberleri-whatsapptan-ilk-siz-ogrenin-22219502h>

**Research Article**

**Küratöryel Gazetecilik ile Haberlerde İnsan Unsurunun Yeniden Ön Plana Çıkması**

*The Return of the Human Element to the Forefront in News Reporting through Curatorial Journalism*

**İkram ALPSOY**

Dr. Öğr. Üyesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

[ikramalpsoy@hotmail.com](mailto:ikramalpsoy@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-6798-5180>

**Extensive Summary**

**Introduction**

With the spread of the internet, the ways in which news is produced, disseminated, and consumed have undergone a major transformation on a global scale over the past twenty years. With non-professional actors becoming as actively involved in news-related processes as professionals, it no longer possesses the authority, centralization, or exclusivity it once did. Within this new network structure, the production of large amounts of information by many individuals has made the practices of organizing news and curating content as fundamental a journalistic activity as traditional news gathering. News curation involves the selection, editing, and delivery of content deemed newsworthy by a journalist, whether professional or not. The key feature that distinguishes this from conventional journalism is the inclusion of information from indirect sources. Curators, who transform noise into signal, play a key role in the news context as information managers. The fundamental task of a news curator is to filter out excessive amounts of information, organize and present relevant information in consumable styles and formats, and often supplement it with the necessary context and sometimes commentary.

**Method**

This article employs a qualitative approach to review and synthesize the current literature on journalism practices and roles, news curation and formats, digital intermediaries, and the structures of the digital journalism ecosystem. In qualitative research, the stages are presented through examination and interpretation in line with a specific theory; therefore, by its very nature, it is reflected in the data analysis stage in the form of explanation and evaluation (Akarçay Ulutaş and Akarçay, 2018, p. 424). In this context, thematic analysis, as a qualitative method, identifies, analyzes, and reports patterns within a data corpus. While any qualitative data set can generate numerous themes, only those that answer the research question are relevant for a specific analysis (Scharp and Sanders, 2019, pp. 117-118). In this study, the relevant academic and journalism literature was researched, and a sample was taken using keywords such as news curation, gatekeeping, digital intermediaries, and email news/newsletters. The research was completed by sampling and analyzing literature contextualized with the characteristics of the Turkish news media industry. The study covers the time period between 2017 and 2025. Broader meanings in each piece of literature were identified, extracted, and analyzed thematically.

**Findings**

Today, rather than not having enough news or information, the abundance of news and information is becoming a problem. In the new media environment, where there is an abundance of information, the amount of data that people can read, watch, or listen to on any given day is countless, creating a feeling

of incompleteness. The feeling that there is always something else to move on to online, that there is always more to read, can also lead to feelings of dissatisfaction and inadequacy among consumers.

News curation, considered an antidote to the information overload ecosystem largely created by new media applications, has become an integral part of news publishers' online editorial services. The curation of relevant social media content, including user-generated content, trends, and discussions, is at the heart of publishers' content strategies. Journalists, when organizing news, utilize content created by their own publishers as well as content created by external news publishers. In terms of formats, both traditional and digital publishers' online posts, newsletters, live blogs, briefings, etc., also offer curated content.

In Turkey, Anadolu Agency's "60 seconds today," HaberTürk Newspaper's "What happened today?," Hürriyet Newspaper's "Three top stories of the day," NTV Television's "Ten top stories of the day," Memurlar.net "Most Read News," Cumhuriyet Newspaper "Today's Top Stories," Akşam Newspaper "News Summaries," Oksijen Newspaper, "Today's Bulletin," Para Agency "Be the first to learn the most exclusive news on WhatsApp!" etc. Traditional and online media outlets offer curated products to users with free, paid, and subscription options.

## **Conclusion**

This research examines the transformative impact of digitalization on journalistic practices and the role of curatorial journalism that has emerged during this transformation process. The findings reveal that the forms of information production, circulation, and consumption in today's media ecosystem have undergone a fundamental change, and that news curation has become decisive in redefining both professional roles in journalism and the forms of news presentation.

In the digital environment, where information overload is becoming increasingly apparent, curatorial journalism stands out as an approach that protects users from cognitive overload, directs them to reliable information, and brings the human element back to the forefront of journalism by selecting, organizing, and presenting news in a meaningful context.

The practices of organizations such as Anadolu Agency, Hürriyet, Habertürk, NTV, Cumhuriyet, Akşam, Oksijen, Memurlar.Net, and Para Agency examined in the study reveal that curated journalism has taken on a multi-format structure in Turkey. Formats such as video summaries, email newsletters, WhatsApp information groups, and thematic news lists provide fast, selective, and contextual access to information, thereby increasing media organizations' digital engagement and reader loyalty.

The findings of the study show that curatorial journalism is not merely a technical news editing practice, but also a contemporary extension of the "gatekeeping" function redefined by the digital age. In this context, the curator is positioned as both an information manager and a reproducer of trust.

Furthermore, the weakening of traditional revenue models with digitalization has led news centers to develop new economic models based on subscriptions and user relationships. Curated content provides media organizations with a strategic advantage in terms of sustainability, visibility, and trust building during this transformation process.

The limitations of the study, which only covers the period 2017–2025 and specific Turkish media organizations, restrict the generalizability of the findings. However, this situation has added qualitative value to the study in terms of preserving the contextual depth of the subject and revealing the unique media dynamics in Turkey.

In conclusion, curatorial journalism redefines the ethical, aesthetic, and functional boundaries of journalism amid the speed and abundance of information in the digital age; it makes the human element in news visible again, centered on the production of trust and meaning. Future research should address curatorial journalism's relationship with algorithmic news feeds, its ethical dimensions, its impact on user trust, and its international comparative applications. This will enable a more comprehensive understanding of curatorial journalism's position in digital journalism, revealing the social impacts of the digital media economy and contributing to the information production and sharing dimension of the social economy.