



# **ULUSLARARASI İLİŞKİLERE ETKİSİ AÇISINDAN YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ**

**Erkan BÖREKÇİ**

**2021  
YÜKSEK LİSANS TEZİ  
ULUSLARARASI POLİTİK EKONOMİ**

**Tez Danışmanı  
Doç.Dr.Latif PINAR**

**ULUSLARARASI İLİŞKİLERE ETKİSİ AÇISINDAN YURTTAŞ  
GAZETECİLİĞİ**

**Erkan BÖREKÇİ**

**T.C.**

**Karabük Üniversitesi**

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü**

**Uluslararası Politik Ekonomi Anabilim Dalında**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Olarak Hazırlanmıştır**

**Tez Danışmanı  
Doç. Dr.Latif PINAR**

**KARABÜK  
Haziran 2021**

## İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER .....	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	4
DOĞRULUK BEYANI .....	5
TEŞEKKÜR .....	6
ÖZ.....	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	9
ARCHIVE RECORD INFORMATION .....	10
KISALTMALAR .....	11
ARAŞTIRMANIN KONUSU .....	13
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	13
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	15
ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ/PROBLEM .....	15
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER .....	16
GİRİŞ .....	17
BİRİNCİ BÖLÜM .....	21
YURTTAŞ GAZETECİLİĞİN GELİŞİMİ .....	21
1.1. Medya Kavramı.....	21
1.2. Medyanın Gelişimi .....	27
1.3. Medyanın Önem ve İşlevi .....	33
1.4. Medya Araçları.....	37

1.4.1. Gazete .....	37
1.4.2. Radyo .....	40
1.4.3. Televizyon.....	42
1.4.4. İnternet .....	44
1.4.5. Sosyal Medya .....	47
<b>İKİNCİ BÖLÜM.....</b>	<b>51</b>
<b>YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ .....</b>	<b>51</b>
2.1. Yurttaş Gazeteciliği Kavramı .....	51
2.2. Yurttaş Gazeteciliği Gelişimi .....	53
2.3. Yurttaş Gazeteciliğinin Özellikleri .....	55
2.4. Yurttaş Gazeteciliğinin Önemi ve Etki Düzeyi.....	57
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....</b>	<b>62</b>
<b>ULUSLARARASI İLİŞKİLERE ETKİSİ AÇISINDAN YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ .....</b>	<b>62</b>
3.1. Yurttaş Gazeteciliğinin Gazetecilik Uygulamalarına Etkileri .....	65
3.2. Teknolojik Gelişmeler ve Yurttaş Gazeteciliğinin Bilgi Edinme Hakkına Etkileri.....	67
3.3. Yurttaş Gazeteciliğinin Ekonomiye Etkileri.....	69
3.4. Yurttaş Gazetecilikte Yeni Deneyim: Wiki Gazetecilik ve Etkileri.....	73
3.5. Wikileaks ve Medya Etiğine Etkileri.....	75
3.6. Kullanıcıların Ürettiği İçeriklerin Uluslararası Değerlere Etkileri .....	80
3.6.1. Özgünlük .....	81
3.6.2. Hesap Verebilmek .....	82

3.6.3.	Yalan Haber ve Haber Doğrulatmanın Önemi.....	83
3.6.4.	Otonomi.....	85
3.6.5.	Müzakereye Açık Olmak .....	86
3.7.	Yurttaş Gazeteciliğinin Ulusların Geleceğine Etkileri.....	87
3.7.1.	Yurttaşlık ve Yurttaş Gazetecilik.....	93
3.7.2.	Yurttaş Gazetecilik Endüstrisi .....	95
3.7.3.	Yurttaş Gazetecilik İzleyicileri .....	96
3.7.4.	Yurttaş Gazetecilik ve Sektörler Arası İletişim .....	97
SONUÇ	.....	102
KAYNAKÇA	.....	105
ÖZGEÇMİŞ	.....	111

## TEZ ONAY SAYFASI

Erkan BÖREKÇİ tarafından hazırlanan “ULUSLARARASI İLİŞKİLERE ETKİSİ AÇISINDAN YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Doç.Dr. Latif PINAR

Tez Danışmanı, Uluslararası Siyaset ABD

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile Uluslararası Politik Ekonomi Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 10 / 06 /2021

### **Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)**

### **İmzası**

Başkan : Doç. Dr. Latif PINAR(KBÜ)

.....

Üye : Doç. Dr. Ersin MÜEZZİNOĞLU(KBÜ)

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Emre KALAY(TÜ)

.....

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile Yüksek Lisans Tezi derecesini onaylamıştır.

Prof. Dr. Hasan SOLMAZ

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

## **DOĞRULUK BEYANI**

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yaptığımı beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

**Adı Soyadı: Erkan BÖREKÇİ**

**İmza :**

## TEŞEKKÜR

Uzun bir araştırma ve çalışma süreci sonunda tezimi bitirmiş bulunmaktayım. Çalışma sürecinde hiçbir zaman desteğini esirgemeyen ve her zaman yanımda olan aileme, yazım sürecinde destekleriyle yanımda olan arkadaşlarıma ve daha sonra her zaman bana inanan, destek veren, her konuda yardımcı olan,

Tezimin hazırlanma ve tamamlanma sürecinde her zaman yanımda olan, destekleyen, akademik yolda bilgi ve tecrübelerini aktaran, birlikte çalışma imkanı bulduğum hocam, Doç. Dr. Latif Pınar'a teőekkürlerimi bir borç bilirim.



## ÖZ

Yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkışına etki eden nedenler arasında; geleneksel medyanın kitle okuyucusunun azalmasına neden olan sorunları gidermek için çözüm arayışlarını ön plana çıkarmaya çalışan ekonomik gereklilik, basının küresel pazarlar çıkarlarına uyum sağlayan koşullarla biçimlenirken gazetecilik fırsatları yurttaş gazeteciliği adı altında yeni alternatifler sunmasıdır.

İkinci yaklaşım ise siyasi ve etkileşimle ortaya çıkan nedenlerden kaynaklı sosyal ve siyasi faktörleri öne çıkarmaktadır. Yurttaş gazeteciliği ilk olarak Amerikan demokrasisinde krize çözüm aramaları sırasında bir alternatif gazete uygulaması olarak ortaya çıkar. Basının içinde bulunan sorunlara çözüm arayışında ekonomik endişeler sosyal ve siyasi sorunlar çakışsa da temel olarak ekonomik kaygılar esas olarak seçilmiştir. 1990'lı yıllarda ABD'de ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği öngörüldüğü gibi zamanın demokrasisini geliştirecek radikal bir yenilik olmaktan çok haber medyasının ekonomik sorunlarına çözüm bulabilmek için mevcut medya sistemi içinde kalarak şartları düzeltme girişimi olarak değerlendirilmektedir. Yurttaş gazeteciliği konusunda ister amacı olsun, ister yerine getirilmesindeki performans, isterse demokrasi kurumlarının uygulamasının doğası ya da toplumlara etkisi olsun ciddi tartışmalar söz konusudur. Yurttaş gazeteciliğinin çok ciddi savunuları vardır. Yurttaş gazeteciliği insanların kamusal alanlara dahil edilebilmeleri için farklı yolları denemeleri ve nelerin başarılı olduğunu da bu deneyimlerin içinde öğrenmeleri olarak belirlemiştir. Yurttaş gazeteciliğinin amacı yurttaşların problemlerinin tıkanması, çözüm bulunamaması ve yabancılaşma sorunlarının üstesinden gelebilmek için onları çözüm sürecine katılıma teşvik edecek imkanları yaratmak için sunulur.

Uluslararası ilişkiler olarak ele alındığında yurttaş gazetecilik kodlamaları, devletlerin hukuksal ve akademik bir çok tartışma konusu olmuş, bazı görüşe göre şeffaflık ideal toplum beklentisinde demokrasiyi güçlendirir diyerek yurttaş gazeteciliğinin önemini büyütülmüştür. Yurttaş gazeteciliğinin devreye girdiği andan beri, güçlü ve sağlıklı, şeffaflığı yansıtabilen bir ayna görevi gördüğü düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yurttaş Gazetecilik, Demokrasi, Ekonomi, Uluslararası İlişkiler.

## ABSTRACT

Among the reasons affecting the emergence of citizen journalism; The economic necessity that tries to highlight the search for solutions to solve the problems that cause the decline of the mass readers of the traditional media, while the press is shaped by the conditions that adapt to the interest of the global markets, journalism opportunities offer new alternatives under the name of citizen journalism.

The second approach highlights social and political factors stemming from political and interaction-related causes. Citizen journalism first emerges as an alternative newspaper practice during the search for solutions to the crisis in American democracy. While economic concerns coincide with social and political problems in the search for solutions to the problems in the press, mainly economic concerns have been chosen as the basis.

Citizen journalism, which emerged in the USA in the 1990s, is considered as an attempt to correct the conditions by staying within the existing media system in order to find solutions to the economic problems of the news media rather than being a radical innovation that will improve the democracy of the time. There are serious debates on citizen journalism, be it its purpose, the performance in its implementation, the nature of the practice of democratic institutions or its impact on societies

There are serious advocates of citizen journalism. Citizen journalism has emerged as people trying different ways to be included in public spaces and learning what is successful in these experiences. The purpose of citizen journalism is presented to create opportunities to encourage citizens to participate in the resolution process in order to overcome problems of obstruction, lack of solution and alienation.

Considered as international relations, citizen journalism codes have been the subject of many legal and academic discussions of the states, according to some opinion, transparency strengthens democracy in the expectation of an ideal society, thus increasing the importance of citizen journalism. Since the moment citizen journalism came into play, it is thought to have of citizen journalism. Since the moment citizen journalism came into play, it is thought to have served as a strong and healthy mirror capable of reflecting transparency.

Keywords: Citizen Journalism, Democracy, Economy, International Relations.

## ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Uluslararası İlişkilere Etkisi Açısından Yurttaş Gazeteciliği
Tezin Yazarı	Erkan BÖREKÇİ
Tezin Danışmanı	Doç. Dr. Latif PINAR
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	10 / 06 / 2021
Tezin Alanı	Uluslararası Politik Ekonomi
Tezin Yeri	KBÜ/LEE
Tezin Sayfa Sayısı	111
Anahtar Kelimeler	Yurttaş Gazetecilik, Demokrasi, Ekonomi, Uluslararası İlişkiler

## ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	Citizen Journalism in Terms of Its Impact on International Relations
Author of the Thesis	Erkan BÖREKÇİ
Advisor of the Thesis	Assoc. Prof. Dr. Latif PINAR
Status of the Thesis	Master's Degree
Date of the Thesis	10 / 06 / 2021
Field of the Thesis	International Political Economy
Place of the Thesis	KBÜ/LEE
Total Page Number	111
Keywords	Citizen Journalism, Democracy, Economy, International Relations.

## KISALTMALAR

<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>ANKA</b>	: Ankara Haber Ajansı
<b>BBC</b>	: (British Broadcasting Corporation) Britanya Yayın Kuruluşu
<b>BYEGM</b>	: Basın-yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü
<b>DPT</b>	: Devlet Planlama Teşkilatı(1960-2011 yılları arasında faaliyet göstermiş olan kurum)
<b>Google</b>	:World Wide Web 'deki bağımsız sayfaların önem derecesini belirleyen bir arama motoru
<b>HD</b>	: (High Definition) "yüksek çözünürlük"
<b>İTÜ</b>	: İstanbul Teknik Üniversitesi
<b>ODTÜ</b>	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
<b>PR</b>	: (public relations) halkla ilişkiler
<b>RTÜK</b>	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
<b>TCP/IP</b>	: Transmission Control Protocol/İnternet Protokol - İnternet Kullanım Protokolü
<b>THA</b>	: Türk Haberler Ajansı
<b>TR</b>	: Türkiye
<b>TR-NET</b>	: <i>tr</i> uzantılı domain
<b>TRT</b>	: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu
<b>TÜBİTAK</b>	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
<b>TV</b>	: Televizyon

**WEB** : İnternet üzerinde yayınlanan birbirleriyle bağlantılı hiper bilgi sistemi

**www** : (world wide web) Geniş Dünya Ağı

## ARAŞTIRMANIN KONUSU

İletişim Uluslararası ilişkileri düzenleyen, ulus devletler arasında diplomasiyi etkileyen, karşılıklı temas ve etkileşimleri kontrol eden önemli bir araçtır. İletişim Teknolojik değişimlerle ve değişen teknolojik imkanların daha kolay ve ucuz vatandaşların ulaşımına sunulması ile yeni ve etkili alanları açmıştır. Yurttaş gazetecilik; gelişen bu teknolojik imkanlar ile, yurttaşların ifadeyi kullanma hakkına dönüşmeye başlamış halidir. Yurttaş gazetecilik vatandaşların toplumsal hayata katılmaları, sermaye ve ulus devlet idare baskısı altında kalmadan Uluslararası alanda iletişim dilini ve yöntemlerini etkileyen bir gazetecilik vasıtası haline gelmiştir. Uluslararası ilişkilerin en küçük yapı taşı yurttaşlardır. Ulus devletleri oluşturan toplumların temelinde duran yurttaşların kendi özgürlük alanlarında hayata katılma biçimi olarak gelişmeye yol açan yurttaş gazeteciliği, hak kaybı yaşayan marjinal topluluklardan, ulus devlet stratejilerinin oluşturduğu acımasız politikaların sonuçlarını tüm çıplaklığı ile Dünya kamuoyuna aktarılmasına kadar, yaşanan anın şahitleri ve bu şahitlerin delillikinde her yurttaşın yaşam hakkına sahip çıkma fırsatı olarak değerlendirdiğimiz yurttaş gazeteciliği, toplumsal eşitsizlik sonucunda uluslararası sorunların baskılanmış örtüler altında kalmasına karşı gelişmiş gazeteciliğin tanımı ve etkileri çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır.

## ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Uluslararası ilişkiler ve uluslararası ilişkileri düzenleyen politikaların, yaşam alanlarının ortaya çıkışlarından bu yana, geleneksel değerlerden kopmadan Ulus devlet çıkarlarını koruyucu ve devlet merkezli inşa edilmiştir. Devlete ait görülen irade gücü, ekonomi, egemenlik, savaş, barış, kitlesele kararları alma gücü, Devletlerin idare yapısını kullanan ve yaptıklarının haklı gerekçeleri ile savunma etkisi elinde bulunduranların çok geniş kitlelerin yaşamları üzerinde kalıcı etkiler bırakacak şekilde devam etmektedir.

Bu çalışma uluslararası ilişkiler alanında ele alınma önceliğini koruma gelenekselliğinin dışına çıkılarak; Uluslar arası ilişkilerin ortaya çıkmasını sağlayan

ulus devletler, ulus devletleri oluşturan toplumlar ve toplumları oluşturan kitleler ve bu kitlelerin en kk temel taşı olan yurttaşların, teknolojinin sunduğu fırsatları kullanarak, Ulus devlet gelenekselliği içerisinde kendi varlıklarını özgürce ifade edebilme, vatandaşların birbirlerini harekete geçirerek üzerine örtü örtülmeye çalışılan konuları tüm açıklığı ortaya çıkarması ve yurttaş şahitliğinde uluslararası ilişkilerdeki gerçekliği üzerinde yurttaş etkileri üzerine yapılacak araştırmalara kaynak oluşturmayı amaçlamaktadır.



## **ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Çalışmanın oluşturulmasında teknolojik gelişmeler, sosyal medya, medya teknikleri, uluslararası ilişkiler, siyaset, politika, medya, yurttaş gazetecilik konularına ait kitaplar, bilimsel makaleler, raporlar, tezler, resmi kaynaklar, internet kaynakları, internet teknolojileri, analiz yöntemi ile incelenmiştir. Bu doğrultuda araştırılan konuya ilişkin çözümlenmelerde birincil kaynaklara ulaşılmaya çalışılmıştır. Toplanan kaynaklar ve veriler analiz edilerek, yorumlanarak açıklanmıştır.

## **ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ/PROBLEM**

Çalışmada Uluslararası ilişkiler ve ulusal stratejileri belirleme alanında teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelerin sosyal medya zemininde yönetimlere yurttaşların katılmaları ele alınmıştır. Çalışmada yurttaş gazeteciliğinin vatandaşların demokratik yönetim sürecine katılımına etkisi olup olmadığı sorusuna cevap aranmaktadır. Çalışmanın hipotezi ise şu şekilde formüle edilmiştir: Yurttaş gazeteciliğinin vatandaşların demokratik yönetim sürecine katılımına dikkate değer bir düzeyde etkisi vardır. Bu doğrultuda ulus devlet politikalarının baskıcı yöntemleri sorunsalında oluşan ana akım medya incelenerek, yurttaşların kendilerini ve haklarını kullanmalarına teknolojik gelişmeler etkileri ile yurttaş gazeteciliğinin doğuşuna yer verilmiştir. Daha sonra ulus devlet sınırları gözetmeksizin dünya yurttaşlarının anlık olaylara şahitliği ve delilliği ile dış politikaların baskılamaya çalıştığı doğruları ortaya nasıl çıkardıkları ve uluslararası ilişkilere yansımaları farklı perspektiflerde ele alınmıştır.

## **KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER**

Çalışmanın konusu doğrultusunda ifade özgürlüğü kavramının analizi, teknolojik gelişmelerle birlikte iletişim imkanlarının daha az maliyetli, medya, siyaset, ulus devlet politikalarının uygulamalardaki fırsat eşitliği konularına değinilmiştir. Bu çalışma kapsamında yeni teknolojik fırsatların geliştirdiği sosyal medya ve sosyal ağlar, internet altyapısının yurttaşlara sağladığı ulus sınır devlet ötesi yurttaş gazetecilik ve medya pratikleri bu konuda yapılan yayınlar ve belgeler incelenmiştir. Bu alanda var olan boşluğu doldurabilecek nitelikli bir çalışma ortaya koyabilmek adına bir çok kaynaktan yararlanılırken, konu tekrarından kaçınılmıştır.

Araştırmanın yapılması sürecinde doğrudan yurttaş gazeteciliği ve uluslararası ilişkilere etkileri konusu ile ilgili çalışmanın olmaması, benzer çalışmaların ise yetersiz olması kaynak kısıtlılığı açısından güçlükler neden olmuştur.

## GİRİŞ

Gazeteciliğin güçlü medya şirketlerinin ekonomik üstünlüklerine göre yapılanması ve bu durumun yarattığı problemler yurttaş gazetecilik diye anılan yeni nesil bir gazetecilik olgusunun çıkmasına neden olmuştur. Yurttaş gazetecilik adı verilen bu gazetecilik ekolü çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmiştir. 1990'lı yıllarda yaygın bir şekilde görülmeye başlayan ancak Türkiye'de henüz fazla bilinmeyen yapısı ve doğuracak neticeleri hakkında fazla bilgi sahibi olunmayan ve değişken biçim ve teknolojiler üzerinde durularak medya yatırımcılarının kar elde etmeyi amaçlayan kaynakların yapısal engellemelerini dikkate almayan bir model olması gerçeği, sorunların yüzeysel kaldığını göstermektedir. 20. Yüzyılın sonlarına gelirken siyasi ve toplumsal gelişmelerin meydana getirdiği etkilerle demokrasilerin tartışmaya zorlanması, güçlü medya grupları tarafından ekonomik koşullara göre gazeteciliğin şekillenmeye başlaması ile yeni bir gazetecilik için şartlarını uygun hale getirmiştir. Yurttaş gazeteciliği birilerine göre reform, diğerlerine göre geriye gidiş, bazılarının göre bir süre sonra sönecek bir heves, bazılarının göre ise bir moda değişimi gibi görülmüştür.

Yurttaş gazetecilik uygulamalarının ortaya çıkmasına etki eden sebepler arasında; geleneksel medya uygulamalarında okuyucu kitlelerinin azalmasına neden olan sorunları ortadan kaldırmak için çözüm arama çalışmalarının ön plana çıkardığı ekonomik zorunluluk, basının ulusal ve uluslararası küresel pazarların çıkarlarına uyum sağlayan şartlarda biçimlenirken gazetecilik, bir fırsat olarak yurttaş gazeteciliği adı altında yeni alternatifler sunmuştur. İkinci yaklaşım ise siyasal ve uluslararası etkileşimlerle ortaya çıkan nedenlerden kaynaklanan siyasi ve sosyal faktörleri öne çıkarmaktadır.

Yurttaş gazetecilik ilk olarak Amerikan demokrasisinde ortaya çıkan krizlere çözüm arama çalışmaları sırasında alternatif bir gazete uygulaması olarak ortaya çıkar. Basının içinde bulunduğu sorunlara çözüm bulma arayışları sırasında sosyal ve siyasi sorunlar ile ekonomik endişeler kesişse de temelinde ekonomik kaygılar asıl sebep olarak seçilmiştir. 1990'lı yıllarda ABD'de ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği zamanın demokrasisini geliştirecek radikal yenilik getirmesinden çok haber endüstrisinin ekonomik sorunlarına çözüm bulabilmek amacıyla medya sistemine bağlı kalarak

içinde buldukları ekonomik şartları düzeltme girişimleri olarak değerlendirilmektedir.

Gazetecilik toplumların gelişmelerinin belirli zamanlarında toplumların şekillenmelerinin bir ürünü olarak kendilerini gösterirler, aslında gazetecilik insanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahiptir. Kapitalizmin ortaya çıkarttığı iletişim biçimi olan gazetecilik içinde bulunduğu toplumun değişmesine ve farklılaşmalarına uygun cevaplar verebilmek için kendileri de farklılaşma ve değişimler yaşarlar. Bu değişimlerin etki alanlarında ise basını kontrol etmek isteyen güçlerin kendi ihtiyaçlarına göre tespit edilir. Kapitalizmin çıkardığı bunalımlar ve bunalımlı dönemlerde basın da belirli zamanlarda sorunlarla karşı karşıya kaldıkları dikkate alındığında bu sorunları aşabilme çabalarının gazetecilik dinamiklerine yansıtacağı ve sistemin kendi sorunlarına çözüm bulabilmeleri adına sürekli arayış içine girecekleri açıktır. Mevcut sistemin içinde kalınarak yapılan düzeltmeler yeni uygulama modelleriymiş gibi sunulmaya çalışılır. Yurttaş gazetecilik bu alanda medyanın yaşadığı sorunların aşılabilmesi için yeni bir alternatif olarak sunulmaya başlanmış ve gündeme getirilmiş tartışılmaya başlanmıştır.

Yurttaş gazeteciliği ister amacı konusunda olsun, ister yerine getirilmesinde performansı, isterse demokrasi kurumlarında uygulanmasında toplumlara etkisi ya da doğası gereği olsun ciddi tartışmalar bulunmaktadır. Yurttaş gazeteciliği insanların kamusal alanlara dahil edilebilmeleri amacıyla farklı yollar denemeleri ve nelerin başarılı olabilmeleri konusunda deneyimlemelerin içinde öğrenmeleri olarak belirlemiştir. Yurttaş gazeteciliği tam manası ile belirli bir tanımının yapılmaması gibi durmasındaki asıl neden ise bu gazetecilik uygulamalarının farklı dinamikleri içinde barındırmasından kaynaklanmaktadır. İnternetin bulunması, web uygulamalarının geliştirilmesi, yaygın kullanılması ve teknolojinin gelişmesi ile bu imkanları kullanma kabiliyetine ulaşabilen her yurttaşın herhangi bir sermaye, ulusal ve uluslararası sınırlamalara ve zorlanmalara uğramadan birbirleri ile iletişim kurmalarının önu açılmıştır.

Her bir yurttaşın buldukları olayın şahitliğinde anlık bildirimler ile web blogları sosyal medya araçları ve sosyal medya uygulamaları üzerinden kendi blogları ve sayfaları üzerinden anlık haber paylaşımı, olay tanıklığı fotoğrafları ve bu uygulamalar ile milyonlarca dünya yurttaşlarının bir araya gelmeleri ve geleneksel medyada eşik bekçileri denilen yanılı duvarları engellerine takılmadan her hadiseyi

tüm çıplaklığı ile yayma gücüne ulaşmışlardır. Uluslararası ilişkileri derinden etkileyebilen, devletlerin devlet sırrı kabiliyetlerini tartışmaya açabilen bu gazetecilik uygulaması, kendilerini ifade etmekte zorlanan radikal kitlelerin varlıklarını duyurabilmeleri, sorunlarını paylaşabilmeleri ve demokratik iletişimin güçlenmesi yurttaş gazetecilik dinamikleri ile daha güçlü hale gelmiştir. Günümüzde yurttaş gazetecilik uygulamaları ile milyonlarca dünya vatandaşının internet bağlantıları ile birbirleri arasında özgürce tanışmaları, iletişim kurmaları, ve dünya sınırlarının çok daha ulaşılabilir olması nedeni ile çok ciddi bir sosyal, kültürel etkileşimler meydana gelmiştir.

Dünya genelinde milyonlarca kişinin bir araya gelmesi ve ciddi bir potansiyel ortaya çıkarması nedeni ile büyük rakamlara denk gelen ekonomik fırsatlar oluşmaya başlamıştır. Reklam, pazar, ticari usullerin yeniden düzenlenmesi gibi yurttaşlara ekonomik özgürlük alanlarının açılmalarına da fırsat sağlamıştır. Yurttaş gazeteciliğinin tam tanımının istenmesinde gazetecilik sisteminde bulunan ekonomik alan kaygılarının alternatif pazar fırsatları kaygısı sebebi ile ortaya çıktığı artık gizlenemeyen bir gerçektir. Yurttaş gazeteciliği uygulamaları medya şirketlerinin ve ticarileşmenin hakim olması nedeni ile sistem şeklinden çok; yurttaş tabanlı gazeteciliğe dahil olanların geleneksel medya ilişkilerinden kopmalarına yol açması ve varlık sebeplerini kaybetmeleri endişesi ile bu eğilime karşı çözüm arayışlarından ibarettir.

Bu çözüm arayışlarında yapılan hata da; sorunların kökeni üzerlerinde değil ancak belirtileri üzerlerinde durulmaktadır. Yurttaş gazeteciliği; yurttaşların problemlerinin tıkanması, çözüm bulunamaması ve yabancılaşma sorunlarının üstesinden gelinebilmesi ve çözüm sürecine katılabilmelerine fırsat tanınması için sunulmaktadır. Geleneksel gazetecilikle ilgilenenler yalnızca hadiseleri aktarırlarken, yansızlıklarını sürdürmeye çalışırlarken, yurttaş gazetecilik mensupları sahip oldukları değerlerin sadece haberleri şekillendirdiğini değil şekillendirmesi gerektiğine de inanırlar, çünkü yurttaş gazeteciliğinin en önemli meselelerin ve hikayelerin haber yapılmasında aldıkları kararlar için halka güven duyarlar. Yurttaş gazeteciler ulusal tartışma terimlerinin oluşmasına ve tespit edilmesine imkan sağlarlar. Yurttaşları ilgilendiren konularda yurttaşlarla ilgili haber mi yapılmalı yoksa haberlerin oluşmasındaki süreçte yurttaşları katan uygulamalar mı benimsenmelidir aslında her iki görüşte de yurttaş gazeteciliği başlığı altında toplanmaktadır.

Kamusal formlar, yardım kuruluşları ve etkinlikler, proje destekleri gibi fonlarla karşılandığı düşünülmektedir. Yurttaş gazeteciliğinin bir maliyeti yoktur görüşü nedeni ile ekonomik maliyetler ve pazar ekonomisi içinde nasıl çalışacağı, nasıl işler hale geleceği ile ilgili kaygılara pek rastlanılmamaktadır. Bunun yerine yurttaş gazeteciliği pazar araştırmalarında, odak hedef kitle çalışmaları, kamusal form ve yurttaş gündemlerinin yaratılması ve oluşturulması konusunda toplum ve toplum dinamikleri harekete geçirilmeye çalışılır.

Çalışmanın amacına ulaşabilmesi için araştırmada izlenecek yol haritası şu şekildedir: Çalışmada ele alınan konunun çözümlenmesini kolaylaştırabilmek adına ilk olarak medya analiz edilerek, medyanın gelişimi ile önem ve işlevleri ile birlikte medya araçları üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde ise yurttaş gazeteciliği kavram ve gelişimi, özellikleri ve etki düzeyleri incelenecektir. Son bölüm, araştırmanın hipotezinin ortaya konulduğu bölümdür. Bu bölümde yapılan literatür taramaları, toplanan veriler doğrultusunda uluslararası ilişkilerde yurttaş gazetecilik dinamiklerinin etki düzeyleri, ekonomiye, uluslararası değerlere etkileri, ulusların geleceğine etkileri, oluşan endüstri ile sektörler arası iletişim uluslararası ilişkilerde analiz edilecektir.

Bu çalışma, uluslararası ilişkilerde yeni bir gazetecilik uygulaması olan yurttaş gazeteciliğin etkileri üzerinde bilimsel çalışmaların yeterli sayıda olmadığından yola çıkılarak, bu alanda mevcut olan literatürdeki boşluğu doldurabilmek için özgün bir eser olarak tasarlanmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### YURTTAŞ GAZETECİLİĞİN GELİŞİMİ

#### 1.1. Medya kavramı

Medya artık günümüzde her alanda muhatap olmaya başladığımız, olayın gidişi, kimi zaman ses, kimi zaman görüntü veya yazılı bir şekilde karşımıza çıkan iletişim kurma aracı olarak kabul edilmektedir. Bilgi çağında yaşamaya başladık ve her mecra yeterince öğreti ve belgelerle kaynıyor. Bir konuyu öğrenmek artık ulaşılamaz olmaktan çıkmıştır, ancak doğru bilgiye varmak ve kaliteli veri sahibi olmak pek basit sayılmamaktadır. Medya kısaca tanımlamak gerekirse sesli ve görsel toplum iletişim araçları olarak bilinmektedir. Ancak artık günümüzde çok geniş bir tarifi içine almaktadır. Teknolojinin hızlı gelişimi bu tanımları hızla değiştirmektedir. Dünyanın en ücra köşesine bile anında ulaşabilme fırsatı veren medya araçları vasıtası ile tüm bilgiler gündemler halkın önüne serilmekte veya eğlence aracına dönüşmektedir.

Televizyon, radyo, gazete, ajans, internet benzeri iletişim araçları, uydu sistemlerinin, tümünü çevreleyen medyanın sorumluluk alanları vardır. Tüm medya araçları dediğimiz iletişim araçları ile iletişim kuran kitleler, iletişim araçlarına bağımlı hale gelmeye başlamaktadır. Artık medya vasıtalarına bağımlılık sorunları ile karşı karşıya kalmak zorunda kalınmaktadır. Medya vasıtaları düşünceleri ve duyguları da paylaşır, sadece haber vermez bilgiye ulaşım için köprü görevi görmektedir. Artık insanlar kullandıkları medya araçlarının özelliklerine göre değerlendirme yapmakta ve karakter özelliklerine göre de medya araçlarına yönelmeyi tercih etmektedir.

Medya kavramı; bilgi verme ve bilgi alma gereksiniminden dolayı meydana gelen bir iletişim tanımıdır. İletişim mecraları ve kaynakları medya çerçevesinde toplanmaktadır. Ekonomi, bilim, sanat, teknoloji, edebiyat, haber, vb. gibi paylaşma üzerine kurulu unsurlardır. Hangi organizasyonu yaparsanız onunla iletişime geçecek medya araçları kullanılmaktadır. Bilim teknik, siyasiler, gazeteler, edebi eserler, ekonomik yayınlar, hepsi kendilerini anlatmaları ve kullanıcıya ulaşabilmeleri için medya araçlarına ihtiyaçları vardır. Medya artık kitleleri harekete geçirmek için devasa bir sektör halindedir. Tabi bundan bahsederken sınırı henüz konmamış sürekli artan bir potansiyele erişebilen bir mecradan bahsedilmektedir. Burada medya; sadece haber

aktarımı dışında fikirleri etkileme, duyguları geçirme, ekonomi için de önemli aktörlerinden biri durumuna gelmiş dev bir topluluktur.

Yaygın kullanımıyla medyayı; kitle iletişim araçları olarak gazete, dergi, radyo, televizyon, internet gibi yaygın kullanımı ile tanımlamak mümkün olsa da, latince ortam, vasıta tanımına gelen medium kelimesinin çoğulundan gelmektedir. Pek fazla sosyal bilimci tarafından 21.yüzyıl iletişim çağı olarak adlandırılmaktadır. Topluluk iletişim vasıtalarının bu çağda olağanüstü yaygınlık kazanması ve pek çoğunun bu çağda ortaya çıkması bunda önemli bir unsurdur. 90'lı yıllar kitle iletişim araçlarında etkilerini yükseltmişler, birbirleri ile yakınlaşma sağlamışlar, tekelleşmeler başlamış aynı sahiplerin etkisinde bütünleştiği yıllar olmuştur. Bu ortam da aynı zamanda medya kavramı git gide kitle iletişim araçları yerini almış ve günlük hayatımızda çok sıklıkla kullanılır duruma gelmektedir. Medya kelimesi ile bütün kitle iletişim araçları kavramının yerini almış ve günlük yaşamda çok fazlaca kullanılır olmaktadır. Medya kelimesi ile bütün ortam ve iletişim vasıtaları kast edilir hale gelmektedir.

Artık bu araçlar ve ortam birbirlerini bütünler ve ayrılmaz bir görünüm sergilemektedirler. Toplum ile iletişim arasında yaşanan etkileşim biçimi önemli değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Teknoloji ve ekonomi alanında süratli ve dönüştürücü farklılıklar medya düzeninde önemli kırılmalara sebep olmuştur. Ulus devletler hakim alanlarını çok uluslu şirketlerle paylaşmak mecburiyetinde kalmış, önemli ölçüde zenginleşen ve sermaye hacmi büyüyen şirketler medya alanında ciddi yatırımlar yapma yoluna giderek toplum iletişimini kendi çıkarları çizgisinde yararlanmaya başlamışlardır.

Medya organizasyonları teker teker kartelleşmiş, holdingleşmiş, ve pek fazla iletişim mecrasının bir elde toplanması ile tekelleşmesi tartışılır olmaktadır. Günümüzde medya denildiğinde bütünleşen, tekelleşen ve birbirleri ile aynı çizgide çalışan iletişim vasıtaları akla gelmektedir. Medyanın gündelik yaşantımıza bu kadar dahil olması ile toplumsal hayat, bu araçlar ve araçlar ile anlaşılakta, bu araçların gerçeklerine bağımlı hale gelmektedir. Medya günlük hayatımızda artık toplumsal yaşamı belirleyen ciddi merkezler haline dönüşmektedir.

Modern hayatta pek fazla insanın yaşamını medya aracılığı ile düzenlediği düşünülür, iletişim imkanlarının artması ile birlikte kişiler, aralarındaki ilişkileri medya aracılığı ile gerçekleştirir hale gelmektedir. Bu durum da medyaya ihtiyaçların



artmasına ve medyaları ve araçlarını hayatlarının merkezlerine almaları neticesini beraberinde getirmektedir. Artık insanlar medya vasıtaları ile sosyalleşmeye, birbirlerinden ve olaylardan haberdar olmaya, eğitilmeye ve eğlenmeye ve neredeyse medyalar aracılığı ile yaşamak gibi kaçınılmaz bir yaşam tarzı ile karşı karşıya kalmaktadır.

Özellikle modern bir insan için televizyon seyretmek en rahat ve yaygın zaman geçirme etkinliğidir. Gününün 4-5 saatini televizyonları ekranı karşısında geçirmeyen pek çok azdır ve özellikle Türkiye'nin başı çektiği söylenmektedir. Televizyon tüm dünyada toplumun sosyo-ekonomik koşulları ne şekilde olursa olsun bir araya gelmelerini sağlayan ortak bir alandır. Modern dünyamızda benzer bir şekilde internet çok kısa sürede gençler ve çocuklar üzerinde ciddi bir etkiye sahip olmaktadır. İnternet kısa sürede ve etkili bir şekilde bilgiye ulaşma ve etkileşim imkanı vermektedir. Dünyanın her yerinden en büyük kütüphanelere girmek, araştırma yapmaya ve değişik kitap versiyonlarına ulaşmak çok kolay hale gelmektedir.

İletişim imkanlarının gelişmesi insanların çok daha etkili bir biçimde birbirleri ile iletişim kurmasına imkan tanımaktadır. Alışveriş, bankacılık, rezervasyonlar, yapılabilmekte ve görüntü ses dosyaları ile kendilerini ifade edebilme imkanları bulunmaktadır. Kendi web sayfaları ile kendilerini tanıtılabilmekte, uzaktan eğitimle internetten eğitim yapan üniversitelerden mezun olabilmek bile mümkündür. İnternet kişilerin çalışmadıkları zamanlarını dolu geçirmelerine fayda sağlayan birer eğlence vasıtası haline gelmektedir.

İnternetin hayatımızda geniş yer kaplaması ile dünyanın küresele dönüşmesi medya aracılığı ile bizzat tecrübe yapılabilir hale gelmektedir. Medyanın kamusal yaşamda işlevlerinin çok değerli olması, ilerleyen teknoloji ile sosyal hayatta medyanın etki alanlarını artırarak medya ya bağımlı hale gelmesine neden olmaktadır. (Özcan, 2017, s. 196) Haber ve bilgi verme de medyanın önemli işlevlerindedir. Siyasetten ekonomiye, modadan sağlığa, pek çok alanla ilgili bilgi geniş halk kitlelerine ulaşmaktadır. Uluslararası pek fazla bilgi ve haber medya imkanları ile bizlere ulaşmakta, analiz edilmekte, depolanmakta, işlenmekte ve daha sonra dağıtılmaktadır.

İnsanların hayatlarını sürdürdükleri dünya hakkında fikirlerinin meydana gelmesinde medya etkili olmaktadır. Çünkü haber ve bilgi toplulukların

siyasallaşmasında ve gelişiminde etkili sonuçlar çıkartmaktadır. Toplumlar medya aracılığı ile bilgilendirilirken, medya tarafından da yönlendirilmektedirler. Dolayısı ile bu güç medyaya özellikle haber aktarımı konusunda çok büyük sorumluluklar da yüklemektedir. Medya kişilere içinde yaşamını sürdürdüğü toplulukla bütünleşme imkânı oluşturacak, birleşme ve kamusal hayata etkili bir biçimde bilinçlenmeyi kolaylaştırarak ortak bir bilgi ve düşünce platformu oluşturacaktır. (Şahin, 2012, s. 8)

Yayıncılık politikalarında toplumsal yayıncılığı tercih eden medya kurumları kamusal yapının gelişmesine, bu yapıya dâhil olan kişilerin sosyalleşmesine imkan sağlamaktadır. Demokrasinin temini ile muhafaza edilmesi olmak üzere kamusal kuruluşların çok daha etkili işlemesine ve kişilerin sahip oldukları haklarını muhafaza edebilmeleri adına yayıncılık yapılmaktadır. Kamusal alanların ortak siyasi bilinç ve görüşlere ulaşmalarında rolü tartışılmaz haldedir. Ancak medya çeşitli siyasi görüşlerin propaganda araçlarına da dönüşebilmektedir. Bu noktada aslında eşdeğer ve bütün görüşlere aynı imkanı sağlayan yayın yaklaşımı fazlaca önemlidir. Medya bilgi meydana getirmekte, sosyal alanların şekillenmesinde önemli katkılar sağlamaktadır. Çevreyi algılamamızda, hayatımızı düzenlememizde ve bu şekilde kamusal hayata katılmamıza, uyum sağlamamıza fırsat vermektedir.

Düşünce yapısının gelişmesine, hayatın tüm evrelerinde beceri ve yeteneklerin sahip olunmasına olanak sağlayacak bilgiler sunmaktadır. Özellikle çocukları büyüme çağlarında bilinç ve anlama kabiliyet düzeylerini yükselterek eğitimlerine katkı sağlamada rol oynamaktadır. Kişilerin zihinsel gelişimlerine ve eğitimlerinin gelişmesine katkı sağlayacak yayınlar yapılmaktadır, son yıllarda medya kuruluşlarının bu konuda yaptıkları yayınlar dikkat çekicidir. Kamu ve özel eğitim kurumlarının eğitim yatırımlarına dönük duyuruları medyanın kamuoyu oluşturmadaki hizmetini göstermektedir. Medya kişileri eğlendirerek kendilerinin mutlu olmalarını ve rahatlamlarına da katkı sağlamaktadır, yaşamın günlük ilerleyişi içinde sıkılan, yorgunluk hisseden insanlar sıkıcı buldukları haberlerden başka kendilerini eğlendiren haber ya da yayınlarla daha iyi vakit değerlendirmeyi tercih etmekte ve en önemlisi kendi imkanları içerisinde eğlence kaynakları da medyadır.

Öncelikle günümüzde çok yaygın kullanımından dolayı tam manası ile eğlence merkezi olduğunu söylemek yanlış olmamaktadır. Televizyonlarda bulunan eğlence programları günlük rutin hayatın sıkıcılığından insanların kaçış fırsatıdır

denilebilmektedir. Günlük hayatın sıkıcılığından kaynaklanan eğlence ihtiyacı toplumları televizyona bağımlı hale getirmiş ve bu durum da televizyon yöneticileri ihtiyacı fırsat bilerek sürekli eğlence programlarını halka sunma yoluna gitmeyi tercih etmektedir. Mizah, drama, müzik ve spor gibi kitlelere verilen rahatlama televizyon yöneticilerinin de önemli bulduğu sahaların ilk sıralarında gelmektedir.

Benzeri bir biçimde internet de çok önemli bir eğlence sahası haline gelmektedir. Medya işlevsel tanımlar açısından bakıldığında kültürel değerlerin korunması ve doğru kullanıldığında tarihsel mirasın savunulması, kültürel varlıkların korunmasında aktif rol oynayabilmektedir. Toplum hafızası olarak işlem görebilen medya, kültürel ve estetik değerlerin geleceğe taşınmasında da tarihi ve sanatsal bir görev alır, toplumlar müzik, edebiyat, resim, şiir, v.b birçok alandaki sanatsal etkinlikleri medya aracılığı ile öğrenmekte ve katılmaktadırlar. Medya kamusal bir görevde görmektedir, özellikle de kamu kuruluşları, şirketleri, siyasi partileri, hükümeti, siyasal ve sosyal alanları kamu adına eleştirme ve denetleme yetkisini görmektedir. Bu özellik medyaya yaygın ifade ile 4. güç olma sorumluluğunu vermiştir. Eleştiri ve kamu adına denetim medyanın sorumlu alanıdır, medya bu görevden kaçınırsa görev eksik yapılmış demektir.

Yurttaşların haklarını ifade etme sorumluluğunu alan medya, tarihsel süreçlerde çok fazla iktidarlarla toplum faydası adına mücadeleye girerek bu sorumlu duruşu ile kamusal hafızada yoğun bir saygıyı elde etmektedir. Medya gerektiğinde halka liderlik ederek kamuoyu oluşmasına katkı sağlanmasına aracılık etmektedir, kamunun ve halkın vicdanı sorumluluk görevini görmektedir. Medya kamu kurum ve kuruluşları, şirketlerin, üstelik devletlerin ve fertlerin çok önemli tanıtım vasıtasıdır, tanıtım iletişim anlamına gelmektedir. İletişim modern dünyada genel olarak medya aracılığı ile gerçekleştirme amacı ile medyanın tanıtımdaki rolü göz ardı bırakılamamaktadır. Günümüz ekonomileri pazarlama ağırlıklı kurulmuştur ve pazarlama ve tanıtımın en önemli aracı medyadır.

Medya artık günümüz hayatında ekonomi ile anılır endüstriyel bir güç haline de gelmektedir. Kaynaklar, altyapı, sermaye odaklı yatırımları, yaratılan istihdam ve ürün, ulusal ekonomi de çok yaygın bir ticaret ve sanayi kesimini ortaya çıkarmaktadır. Ülke gelişmiş, ya da gelişme yolunda, pazar ekonomisine dayalı ister merkezi planlamaya dayalı hiç önemli değil medyanın ekonomik hayattaki rolü geçerlidir. Radyo

televizyon kuruluşları, basın yayın evleri, basın, halkla ilişkiler ajansları, radyo, reklam, bilgi işlem merkezleri, veri bankaları, v.b alanlarda kullanılan donanım maddeleri pazarlayan ve üreten değişik ölçülerde de olsa tüm ülkelerde bulunmaktadır. (Gezgin, 2002, s. 81) Kuruluşların çoğu ulusal ekonomik sınırların ötesine çıkarak uluslararası ekonomik hayatın ayrılmaz birer parçası çok uluslu şirketler haline gelmişlerdir. Sürekli büyüme süreci içerisinde bulunan bilgi alışverişi, kültür, bilinçlilik, sanayi olan özelliği dışında da başka işletmelerin örgütlenme mantığı ile hareket etmelidirler.

Medya sanayinin gereklerine göre işleyen bir sanayi türüdür, genellikle zamanımızda medya pahalı bir iş alanı haline gelmiştir, bu koşullar çok fazla sermaye birikimleri olan kurumların yayıncılık faaliyetleri yapabilmelerine de imkan sağlamaktadır. Günümüzde artık medya şirketlerinin önemli kısmı devletten bağımsız çalışan özel şirketlerdir ve bu sebepten oluşan sektör kar mantığı ile çalışmaktadırlar. Devlet politikası doğrultusunda çalışmalarını sürdüren kuruluşlarda mevcuttur, ancak doğal olarak kuruluşlar ticari bir işletme mantığı ile para kazanmayı önceleyerek çalışmalarını sürdürmektedirler. Tüm yayıncılık yapılanmasında ekonomik bir gereklilik kendini hissettirir. Malzeme donanımından, insan kaynaklarına, yayın içeriklerinden altyapı yatırımlarına neredeyse çok fazla sebep ekonominin şartlarına göre çalışır, aksi takdirde ekonominin koşullarına göre çalışmazsa medya kuruluşunun sürdürülebilir bir yayıncılık yapabilmesi mümkün değildir.

Reklamlar medya kurumlarının en değerli gelir kaynağıdır, reklam kazançlarını artırmak ve ekonomik bakımdan devamlılıklarını sürdürebilmek için reklam verenlerle iyi ilişkiler içinde olmak ekonomik işleyiş için gereklidir. Bu koşullarda zaman zaman reklam verenlerin iltimas edilmesi gibi bir durumu doğurabilmektedir. Reklamlar şirketlerin tanıtım fırsatı haline gelirken aynı zamanda şirketlerin medyaya karşı değerlendirdikleri birer koz haline gelebilir, bu durum medya açısından yeterince istenilmeyen tehlikeli bir konudur. Diğer taraftan medya şirketleri reklam vericiler tarafından tercih edilme durumlarını korumanın yanında halk tarafından da tercih edilme gibi bir dengeyi korumaları gerekmektedir. Bu denge arayışı çok fazla tercih yapılmaz çizgisinde yayıncılık faaliyeti sürdürmeyi zorunlu hale getirir, bu tür ortamda pek çok zaman eğlenceye dönük bir yayıncılık politikası gerektirir, bu yayıncılık anlayışında kültür ve eğitime katkı sağlamak ikincil plana dönüşebilmektedir.

Yurdumuzda belirli zamanlarda yoğunlaşan bir çok program çeşitlerinin ekranları işgali altındaki basit neden bu programların fazlaca izlenmeleri, reytinglerinin yüksek olmasında gizlidir. Medya ekonomisi konusunda tekelleşme diğer başka bir sorundur. Tekelleşen medya kurumları güçlü holdinglerin bünyesine katılmakta ve holdinglerin sahip olduğu şirketlerden biri haline dönüşebilmektedir. Bu koşullar habercilik anlayışı bakımından sakıncalı durumları da beraberinde getirmektedir. Birer ticari işletme haline gelen medya kuruluşları bazı zamanlarda haberleri hazırlarken ve sunarken bağlantılı oldukları şirketlerin çıkarları doğrultusunda bir haberciliği tercih edebilir hale gelebilmektedirler. Ekonomi haber iletim sürecinde belirleyici hale gelmekte, bütünüyle tarafsız konumda bulunması gereken haber, iletim sürecinde çeşitli unsurlar birlikte olabilir ve bazı zamanlarda haberlerinde her biri ticari alınır satılır mal halinde algılanabilmektedir.

Medyada gücünü toplumsal yaşamdaki konumundan alır; bu konum medyanın dördüncü güç olarak adlandırılmasına neden olmaktadır. Medya kamuya karşı sorumluluğunun farkında olmalı, ilkelerini ticaretin gölgesinde belirlememeli, kamuya ve topluma olan sorumluluğunu hatırlamalıdır. Yayıncılıkta sosyal sorumluluğun unutulmaması, göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Sadece daha fazla satacak diye bir metin değiştirilmemeli, olumsuz eylemler meşrulaştırılmamalı, reyting bir hedef olarak alınırsa o zaman iletişim süreci zarar görür, işin yapısında bazı zorluklar olsa dahi belirli bir yere kadar tercih edilebilir ancak bir noktadan sonra uygun bulunmamaktadır. Öngörülebilir tercih medyanın yapısal denetim imkanlarını iletmesi, sosyal sorumluluğunun farkında olması ve özellikle toplumun gençlere ve çocuklara yönelik olan sorumluluğunu sürekli hatırlamalıdır.

## **1.2. Medyanın gelişimi**

Kişiler arası yüz yüze iletişimi temel alan kişiler arası modelde işleyiş açısından hedeften kaynağa, kaynaktan hedefe aşamalar ayırt edilmektedir. İlk aşamada iletileri kodlama ve adlandırma ve iletileri gönderme süreçleri, ikinci aşamada kod açma, algılama, geri besleme, yorumlama gibi süreçlerden oluşmaktadır. İlgili süreçlerde hedefin içeriğini belirlenip kodladığı ve sözel ve görsel araç ve kanallar aracılığıyla yolladığı iletiler, kaynak tarafından tekrar üretilip yorumlanmakta ve bu yoruma göre gelişen tepkiler doğru düzenlenip hedefe geri iade edilmektedir. İletişim, tarafların

birlikte karar verdikleri referans düzenlemesinde gerçekleşmektedir. (Zıllıoğlu, 2007, s. 114)

Referans çerçevesi, denem alanı, iletişim ortamı, artık bilgi düzeyi, besleyici yankı, üst iletişim sürecin işleyişinde açıklayıcı temel kavramlardır. (Zıllıoğlu, 2007, s. 115) Matbaa öncesi dönemde de elle çoğaltılan kitle iletişim araçlarından bahsetmek mümkündür. İlk çağlardan beri medeniyetlerin bulunduğu yerlerde agora, panayır, forum veya tapınak gibi haberlerin dolaştığı nitelikli sayılan yerler bulunmaktadır. Eski Roma ve Yunan'da günün haberleri pazar yerlerine *acta publica* ve *acta duirna* adı verilen bir tür resmi gazete ile Roma halkına okunmak üzere sunulmaktadır. Bunlar aynı zamanda elle çoğaltılan ilk haber bültenleridir (Aydoğan, 2016, s. 94)

15. yüzyıl ve 16.yüzyıl boyunca bu güne benzer gazetelerin atalarına sayılabilecek olan el yazması haberlerin gelişimine tanıklık edildiği, süregelen yoğunlaşan bir bilgi dolaşım ağı kurulmuştur. Almanya ve İtalya'daki özellikler büyük iş merkezlerinde ekonomik ve politik durum ile ilgili özetlenmiş bilgiler yola çıkar ve uç uca eklenir ve yazıcılar tarafından 100, 200, 300 nüsha halinde çoğaltılmaktadır. Çoğaltılan bu eserler ise 15. Yüzyıl sonlarından itibaren Venedik'te avvasi, Holanda'da *zeytungen* diye adlandırılan el yazmalarının ta kendisidir. İngiltere de bu örneği Anvers ile izlemiştir (Aydoğan, 2016, s. 94)

Ortaçağ Avrupa'sında kilise baskısı ile kitle iletişim araçlarına baskı ve sansür uygulanmıştır. Haber mektupları ortaya çıkmadan önce bu baskı ve sansürlerden o dönemlerde en çok etkilenen kitaplar olmuştur. Aynı dönemlerde İslam dünyası kitap ve kütüphaneye çok büyük önem vermiş ve çok sayıda kitapların olduğu kütüphaneler oluşturulmuştur. Kilisenin düşünceye ambargo koyması İslam dünyasının koymaması bu gelişmenin en önemli sebebi olmuştur, gazete ve dergilerin ortaya çıkması ve hızla gelişmesi ile kitle iletişiminin de daha geniş alanlara ulaşması sağlanmıştır. Bu gelişmenin beraberinde içeriklerin gelişmesi, denetlenmesini ve iletişim kurumları arasındaki rekabeti arttırmıştır. (Aydoğan, 2016, s. 95) Genel adı medya olan ve geniş kitlelere görsel, işitsel bilgi aktaran medyanın eğitme, bilgilendirme, dış dünya ile ilişki kurma, hizmet ve ürünlerin tanıtımını sağlama, eğlendirme ve benzeri görevleri vardır, güncel yaşamın önemli bir alanında kamunun eğitilmesi ve yönlendirilmesi, bilgilendirilmesinde, etkileri büyüktür. Medya kitle iletişim araçları vasıtası ile geniş kitlelere ulaşmaktadır. Gazete, radyo, dergi, televizyon, internet, sinema ve benzeri araçlar kitle iletişim vasıtalarıdır. Kitle iletişim araçlarını kullanarak fikir ve

düşünceleri geniş kitlelere hızlı bir şekilde yaymak mümkündür, medyanın toplumdaki gücü büyüktür. Toplum düzeni, yapısını, kişiler arası ilişkileri, alışkanlıkları biçimlendirebilen bir yapısı mevcuttur.

Medya kişiler ve toplum ileti ihtiyacını karşılayan çok etkili bir araçlar bütünüdür. Medya istenildiği takdirde iyiye kullanıldığı gibi kötüye de kullanılabilir. Medya silah olarak da kullanılabilen güçlü propaganda aracı haline de gelebilmektedir. Kitle iletişim araçları her türlü iletişime fırsat tanıyan sosyal yapılarıdır. Medyanın gelişim tarihini geçmişte meydana gelen olayların biriktirilmesinden ziyade toplum ve insan bilimi diye açıkladığımızda, toplumların araştırılması ve hem merkezi hem de geneli kapsayıcı bir bakış açısı sunmamızı kolaylaştırmaktadır. Medya tarihi gelişimi içinde basılı yayınlar ve kitaplar çok ayrı bir öneme sahiptirler. Basılı ve yazılı yayın; toplumların aydınlanmasının yayılmasına, bu şekilde kullanılabilmesine ve son aşamada çok daha büyük sayıda toplumların ve insanların ilerlemesine fırsat tanımaktadır.

1750'lerden bu güne kadar medya tarihi gelişiminde birbirlerini takip eden ancak bir ölçüde birbirleri ile de örtüşen üç değişik mantık söz konusudur. 18. Yüzyılın ikinci yarısı başlangıç noktası olarak alınabilir bu dönem dünyanın somutluğu ve manipülasyonuna sebep olan algı ve temsil şema ve şekillerin sarsılma sonuçlarına bağlıdır. Özellikle 18 yüzyılın son çeyreğinde Fransa'da temel hak ve düşünceler ortaya çıkması ile medya yaygın hale gelmiştir. 19. Yüzyıl hızlı bir enformasyonla tüm gezegeni sarsan ve çağdaşlarına deneyim kazandıran şebekelerin ortaya çıkmasına tanık olmuştur. Gitgide yaygınlaşan bu şebekeler aslında olmayan tasarlanmış ideal toplumların doğrudan ve dolaysız iletişim ve katılımı hedefleyen demokrasi rüyasının ilk taşıyanları olmuşlardır. (Güz, 2012, s.12)

Teknolojik gelişmelerin etkisi ile medyada büyük değişimler olmuştur. Meydana gelen gelişmeler medyanın rolünü genişletip görev alanlarını da artırırken toplumun sosyal ve ekonomik alanında yapısal durumunda 19. Yüzyıldan daha farklı gelişme ve değişimler meydana getirmiştir. Hangi türden olursa olsun devlet yapıları, ekonomik sistemleri, kuvvet ve eylem araçlarını kendi yararlarına ve siyasi ideolojilerine uygun şekilde kullanmaya yönelmiştir. Yeni medya yeniden yatırım ve sadece devamlılık değil kendi mantığı üzerinde düşünce geliştirme için imkan yaratmıştır, bu dönem ülkelerin bölge ve dünya üzerinde hakimiyet kurmaya çalışmalarının yanında ideolojilerin medya üzerinde savaşlarına neden olmaktadır.

İktidarların medya araçları üzerinde denetim kurma gayretleri, başta radyo olmak üzere medya üzerinden milli çıkarlar doğrultusunda propagandaların en yüksek olduğu yıllar olarak da bu dönem dikkat çekmektedir. Geline süreç medyanın gelişim sürecinin hızlanması, aynı zamanda yer bulan yeni araçlarla birlikte diğerlerinin geleceğine ilişkin endişelerinde arttığına tanık olunmaktadır. 21. Yüzyılın başlarında bile diğer araçların tehlike çanları çalmaya başlamıştır. Medya tarihi denildiğinde yazı olmasa bile kitapla başlayan, gazete ve dergi ile devam eden, radyo ile yeni şekil alan daha sonra televizyonla yeni bir dönem olarak adlandırılan sürecin gerçek tartışma konusu alan elektronik medya oluşturmaktadır. Yeni araçlar bu süreçte yaşanan değişimler dünün ve bu günün gelişimini belirlemektedir.

Türk medyasının serüveni 1727 de İstanbul'da küçük bir matbaada başlayıp iniş çıkışlı gelişmeye rağmen yoluna devam etmektedir. Osmanlı'da demokratikleşme hareketi başlatılan milli mücadele dönemlerinde vatandaşların sesi olan dergi ve gazeteler Cumhuriyetin kuruluşu ile daha rahat bir duruma kavuşmuştur. Bugün Türkiye'de 2019 verilerine göre 5.485 dergi ve gazete, 196 televizyon kanalı ve 1078 radyo istasyonu ile her geçen gün büyüyen bir medya sektörü bulunmaktadır. Türkiye'de yayımlanan gazete ve dergilerin yaklaşık %60'ı yerel, %5'i bölgesel ve %36'sı ise ulusal yayın yapmaktadır. Resmi Gazete 1920 de ilk olarak Ceride-i Resmîye adıyla yayımlanmaya başlamış ve 1928 den beri Resmi Gazete olarak yayımlanmaya devam etmektedir. (Yavuz, 2008, s. 63)

Türkiye'de televizyon yayıncılığı etki alanı ve ekonomik seviyesiyle incelendiğinde yazılı medyaya kıyasla çok daha ön saflarda yer almaktadır. Özellikle dizi sektöründe son zamanlarda geliştirilen prodüksiyonlar Türkiye'yi dünyanın değer verilen içerik üreticilerinden biri haline gelme konumuna getirmektedir. Türkiye'de ifade özgürlüğü basın kanunu ile muhafaza altına almıştır. Avrupa sınır ötesi televizyon sözleşmesi ve işitsel-görsel medya hizmetleri yönergesine taraf olması ifade özgürlüğü açısından attığı önemli adımdır. AB mevzuatları ile uyum içinde düzenlenen RTÜK Kanunu ile özel televizyon radyo yayın kuruluşlarında yabancı sermaye payını en yüksek%50'ye çıkarmıştır.

Bu gelişmelerle, Times Warner, News Corp., Al-Jazeera, GM Times gibi dünyada ciddi medya kuruluşları Türkiye'de yüksek ölçekli yatırımlar oluşturmaya başlamışlardır. Türkiye'de artık televizyon yayınları, karasal-analog aktarıldığı gibi Türksat uydusu üzerinden bir kısmı yüksek çözünürlüklü (HD) olarak da hanelere



iletilmektedir. Dünyanın en köklü haber ajanslarından biri olan Anadolu Ajansı yapmış olduğu yatırımlar ile son yıllarda Dünyanın büyük 10 ajansından birisi olmaktadır. (Gülçay, 2016, s. 936)

### **Tanzimat Öncesi/ 1727 – 1839**

14-16 Aralık 1727 ilk Türk matbaası kuruldu.

1795 Osmanlı Döneminin ilk gazetesi Bulletin des Nouvelles yayınlandı.

1828’de ilk Türkçe-Arapça gazete Vakay-ı Mısriye yayına başladı

11 Kasım 1831 ilk Türkçe gazete Takvim-i Vekayi yayın hayatına girdi.

### **Tanzimat Dönemi / 1839-1876**

1840’ta Ceride-i Havadis William Churchill isminde bir İngiliz tarafından Türk basın tarihinin ilk yarı resmi gazetesi olarak çıkarılmaya başlamıştır.

1850’de ilk tıp dergisi olan Vekayi-Tıbbiye yayın hayatına girdi.

1860’da ilk özel sermayeli Türk gazetesi olan Tercuman-ı Ahval yayınlandı.

1864’de basın ile ilgili ilk hukuki düzenleme olan Matbuat Nizamnamesi yürürlüğe girdi.

1868’de Terakki adlı ilk kadın gazetesi çıkarıldı. Bu yılda Londra’da Hürriyet gazetesi, Yeni Osmanlılar cemiyeti adına yayınlanmaya başladı.

1869’da Mümeyyiz adlı ilk çocuk gazetesi çıkarıldı. Aynı dönemde diğer önemli yayınlar; Muhbir (1866), Ayine-i Vatan (1866), Hürriyet (1868), Basiret (1869), İbret (1871), Devir (1872), Bedir (1872), İnkilap (1870).

### **Meşrutiyet Dönemi / 1876-1919**

1876’da Gazetelere ilk resmi sansür konuldu.

1877’de İlk basın kanunu tasarısı çıkarıldı.

1901’de Türk basın tarihinin ilk grevi yapıldı.

1908’de Türk Basın Birliği kuruldu.

1908’de Osmanlı devletinde ilk sosyalist gazete Gave İzmir’de yayımlanmaya başladı.

1911’de İlk yerli haber ajansı olan Osmanlı Telgraf Ajansı (1911-1914) kuruldu.

1914’de Osmanlı Milli Telgraf Ajansı kuruldu

### **Milli Mücadele Dönemi / 1919-1923**

7 Haziran 1920'de Mustafa Kemal Atatürk'ün isteği ile ilk adı Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumisi olan, şimdiki ismiyle TC.Başbakanlık Basın-yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) kuruldu.

1920'de Anadolu Ajansı kuruldu.

1920'de Türkiye-Havas-Reuter Ajansı kuruldu.

Bu dönemde taşra basını; Hakimiyet-i Milliye (1920), Yeni Gün (1920), İrade-i Milliye (1920), İzmir'e Doğru (1919). Dönemin dergileri; Ümid, Aydede, Büyük Mecmua, Aydınlık.

### **Cumhuriyet Dönemi / 1923-1945**

1924'de Cumhuriyet gazetesi çıkarılmaya başlandı.

1927'de Türkiye'de ilk radyo yayıncılığı başladı.

1931'de Cumhuriyet döneminin ilk basın kanunu kabul edildi.

1935'de Birinci Türk Basın Kongresi düzenlendi.

### **1945-1960**

1948'de İlk özel gazetecilik okulu açıldı

1950'de Türk Haberler Ajansı (THA) kuruldu.

1952'de İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından İTÜ TV adıyla ilk televizyon yayımına başlandı.

1960'da Basın Şeref Divanı kuruldu.

### **1960-1980**

1961'de Basın İlan Kurumu kuruldu

1964'de Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) kurularak, Türkiye'de görsel ilk adımları atıldı.

1972'de Ankara'da ANKA Bağımsız Ajansı kuruldu.

### **1980 ve Sonrası**

1984'de TRT tümüyle renkli yayına başladı. Bu dönem önemli gazeteleri; Milliyet, Hürriyet, Cumhuriyet, Sabah, Güneş, Tercüman, Dünya.

1990'da özel televizyon yayıncılığı başladı. İlk özel televizyon kanalı Magic Box Star1 adıyla yayına hayatına başladı.

1990'lı yıllarda internet yayıncılığı başladı.

1992'de kablolu televizyon yayınları başladı.

1992'de Atlas, Aydınlık, Foto spor, Yeni Yüzyıl, Takvim yayına başladı.

1993'de Anayasa değişikliğiyle radyo televizyon yayınları üzerindeki kamu baskısı kaldırıldı.

1994'de Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kuruldu.

2003'de İletişim Şurası Ankara'da toplandı

2011'de 6112 sayılı Kanun ile özel bir radyo ve televizyon yayın kuruluşunda yabancı sermayenin sahip olabileceği en yüksek pay%50'ye çıkarıldı. (BYEGM) 2019'da Televizyon, Radyo, ve isteğe bağlı yayınların İnternet ortamından sunulmasına, medya ve hizmet sağlayıcılara yayın lisansı, platform işletmecilerine yayın iletim yetkisi verilmesine ve bahse konu yayınların denetlenmesine ilişkin usul ve esasların düzenlenmesi yapıldı. 2020'de 7253 sayılı yasal düzenleme ile İnternet ortamında sunulan yayınların düzenlenmesi ve bu yayınlar aracılığıyla işlenen suçlarla mücadele yapılması hakkında kanunda değişiklik yapılmasına dair kanun ile özellikle yurtdışı sosyal medya içerik sağlayıcılara yurt içinde temsilcilik açma zorunluluğu getirilmektedir. (Darendeli, 2013, s. 300).

### **1.3. Medyanın önem ve işlevleri**

Daniel Katz, Graeme Burton ve Denis Mc Quil'e göre medyanın beş asıl işlevi vardır. Bunlar;

- 1- Kültürel devamlılık
- 2- Bilgilendirme
- 3- Kamuoyu yaratma
- 4- Eğlendirme
- 5- Toplumsallaştırma

(Gökçe, 2002, s. 185).

**Kültürel devamlılık:** Kültürel tarih, görenek, gelenek, inanç benzeri kamusal değerleri sürdürerek, geçmiş kuşaklarla irtibatımızı kurarak kültürel sürekliliği sağlamaktır.

**Bilgilendirme:** Yaşadığımız toplumda ve üzerinde yaşadığımız dünyada olup olaylar hakkında bize verdiği enformasyonla, çevremiz, kendimiz, ülkemiz, dünyamız hakkında bir vizyon elde etmemizi sağlamaktadır.

**Kamuoyu yaratma:** Kamuoyunu ilgilendiren hadiselerde bilgilendirerek, dikkatlerini çekmekte ve değişik ilgi alanlarında kamuoyu oluşturmaktır.

**Eğlendirme:** Yarışma, müzik, dizi filmler benzeri değişik programlar ile kamuoyunun iyi zaman geçirmesini sağlamaya dönük yayınlar yapmaktadır.

**Toplumsallaştırma:** Toplumu meydana getiren bireylerin birbiri ile etkileşmesini temin ederek kamusal birliği meydana getirmektir.

Eleştirel bakış açılarına göre medyanın görevleri, yukarıda verdiğimiz hakim tanımlardan bütünüyle farklıdır.

Bu bakış açısına göre;

1-Medya, reklamını yaptıkları endüstrilerin ve kendilerinin hizmet ve ürünlerinin ekonomik sistemin satışını yapmaktadır.

2-Medya, kendinin ve kapitalist pazar hafızasının algı yönetimi işinin pazarlamasını yapmaktadır. (Erdoğan, 2001, s. 326) Herhangi bir topluluktaki bireylerin yaşam sürecinde hareket yöntemlerinin meydana gelmesi ve değişmesi, diğer fertlere göre değişiklik göstermesi normal kabul edilmektedir. Ancak zamanımızda bu değişme farklılaşma yönünde olmaktan çok, tek tipleşme ve yüzeysel yönünde gelişim göstermektedir. Küreselleşme ile ilgili medyaya göz gezdirdiğimizde genelde pazar ekonomisi anlayışına göre yayın yaptığı ve kamuda yarattığı etkiyi kullanma, yönlendirme, pasivize yapma, aktifleştirme, değiştirme, birleştirme gibi eylemlerine dönük olduğu fark edilmektedir.

Medya zamanımızda toplumsal alanda “dördüncü” güç olarak tanımlanmaktadır. Yargı, yasama, ve yürütme dışında ve bu alanlardan tamamen bağımsız bir biçimde hareket etmesi kendisinden beklenen medya, hakikaten bu üzerine düşen sorumlulukları yerine getirebilmekte midir? Eğer getiremiyorsa bunun sebepleri nelerdir? Bir ülke açısından bunun sebep ve sonuç ilişkileri sorulmalı ve cevap aranmalıdır. Bu temel cevap ve soruların medyanın toplumdaki durumunu göstermektedir. Geleneksel adlandırma ve tanımlama gereği, “dördüncü” güç olarak

tanımlanan medya günümüzde artık tartışmasız bir biçimde birinci güç haline gelmiştir. Medyanın bu gün elinde bulunduğu güç, büyük toplulukları bir anda harekete geçirebilen, isterse bir kişi ya da konuyu gündemin ilk sıralarına getirebilen, toplumları asıl sorunlarından uzaklaştırıp “sanal ve sahte” bir dünya yaşamasına doğru zamanlamalı olarak, etki ve etkinlik alanını giderek büyütebilen bir silah olarak kendini gösterebilmektedir.

Medyanın etkili olmadığı bir yeri neredeyse ülkemizde bulmak yaklaşık olarak imkansız duruma gelmiştir. Adalet sisteminden, sağlık kurumdaki aksaklık ve tespitlere, eğitimdeki noksanlık ve fazlalıklardan, aile içi çarpıklıklara kadar medya karşımıza çıkan her konuda neredeyse etkin ve konuya müdahale eden bir avukat görünümünde kalmayıp ayrıca savcı ve yargıç rollerini de üstlenmektedir.

Bu durumun elbette bir çok nedenleri vardır, öncelikle medya, yapısı ve işlevi gereği bünyesinde barındırdığı dinamikliği kamusal alanda yer tutan diğer kurumlara istinaden daha çabuk ve etkin kullanabilmektedir. Bir hukuk davasında meydana gelen aksaklık ve gecikme aksine medyada hemen birinci celsede karara bağlanabilmekte ve durum anında kamuoyuna benimsetilebilmektedir, çünkü artık günümüzde hız dışında çok fazla şeyin önemi yok gibidir. O anda ne kamu vicdanı, ne adalet, ne de hukuk geçerli, o sırada geçerli olan sadece kamuoyunun bir takım duygularının tatmin edilmesi ve tekrarlanan yinelenen biçimde farklı konu ya da kişilerin tüketimlerinin yenilenmesi söz konusu olmaktadır.

Medya kendi iç dinamiklerinden hareketle isteyerek ya da istemeyerek de olsa ilgili sonuçlara neden olacak şekilde kullanmakta ve kendini yeniden üretmektedir. Bu deformasyon doğal olarak ortaya çıkmakta ve kontrol edilemeyen güç de güç olmaktan çıkmakta ve bozulmaya müsait duruma gelmektedir. Evrensel ve Demokratik hukuk kurallarının geçerli olduğu batı ülkelerinde bu yozlaşma eğiliminin önüne 19. Yüzyılda geçilmeye çalışılmış ve hala siyasi iktidarlarla bu savaşım sürmektedir. Tarihte bilinen ilk anti tekel yasasının yürürlüğe girdiği ülke olan ABD, olumsuz piyasa etkileşimlerine neden olacak kartelleşme ve tekelleşme yapılanmalarına karşın bu gün de yasal mücadelesini sürdürmektedir. Aslında esas önemli olan ise yasal düzenleme kadar bu yasaların kararlılıkla uygulayabilme istek ve yeteneğidir. 1994 Nisan’da yürürlüğe giren RTÜK yasası 26 yıla yakın zaman geçmesine rağmen yasanın her maddesinin tam anlamıyla uygulanabildiğini söylemek zordur. Burada önemli olan yasa yürütücüleri ile insanların kafalarının içlerinde taşıdıkları niyet ve bilinçtir. Bu da

gösteriyor ki; dikkat edilmesi gereken sadece yasama aşaması değil, aynı zamanda yasanın uygulayıcısı ve uygulama sürecidir. (Öztürk, 2008, s. 45)

Kamuoyu oluşması ve sağlıklı bir şekilde gelişmesi demokratik ortamlarda medya aracılığı ile gerçekleşmektedir. Dürüst ve doğru bir medya yapısına sahip olmayan ülkelerde seçmenlerin tercihlerinde her zaman yanılma payı yüksek olacaktır. Demokrasinin niteliği; hiçbir zaman yanlışların yapılmadığı, her zaman doğru tercihlerin hüküm sürdüğü bir yönetim tarzı olmasından kaynaklanmaz, her zaman elbette yanlış yapımlar olacaktır, ancak demokrasiler yönetim tarzı olarak halka yanlıştan dönme seçeneğini elinde bulundurma ayrıcalığını tanımaktadır. İşte burada medyanın sorumluluğu ve işlevi araya girmekte ve medya halka yürütme ve yönetimle ilgili doğru ve sağlıklı haberler iletme görevlerini üstlenmesi gerekmektedir.

Dolayısı ile medya elinde bulundurmakta olduğu denetim gücü ile kamuoyunda gerekli hassasiyetin oluşumundaki en önemli vasıta olarak önümüzde durmaktadır. Bu anlamda medya sadece siyasi iktidarlar üzerinde değil, aynı zamanda ülkedeki ekonomik iktidarlara özel ya da tüzel kişiler üzerinde de halk adına denetim gücü kimliğine kavuşabilmesi için kendisi de güvenilir ve doğru bir kimlik içinde bulunması gerekmektedir. Aksi halde sağlıksız gelişen medya oluşumunda yarattığı sonuçlarla gerçek anlamda, toplumsal bir denetim ve duyarlılık sağlanması ve bu koşullarda demokrasinin yaşaması ise mümkün değildir. Bugün ülkemizde medya anlamında karmaşık bir ortam yaşanmaktadır. İktidar savaşının pastadan pay alma mücadelesinde önemli bir araç haline geldiği ülkemizde, medya ortamını eleştirirken çok daha geniş kapsamlı bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.

Özellikle 1980'li yılların sonlarından başlayarak 1990'lı yılların başında ve 2000'li yıllardan günümüze içerik ve yapı olarak değişen medya sektörü işleyiş olarak da çok ciddi dönüşümlere uğramıştır. Bu dönüşümde hiç kuşkusuz medyadaki politik ve ekonomik hakimiyetin de rolü çok büyüktür. Dolayısı ile kamuoyu baskısı ve bilinçli olarak yapılacak yönlendirmelerle medyayı istenilen mecraya çekmek ve o mecrada ilerlemesini sağlamak da mümkündür.

Bugün ülkemizde yıllardan beri gazete okuyucu sayısında çok önemli bir düşüş yaşanmaktadır, burada televizyon haberciliği yanında internetin de doğal olarak etkisi çok büyüktür. Fakat ne yazık ki henüz şehirleşme aşamasında olan büyük kentlerimizde bile gazete okuru sayısı çok kısıtlıdır. Bu gelişmelerin ortaya çıkmasında

halkın okuma seviyesindeki durumu ve ilgisizliği kadar, medyanın toplumun gerçek dertlerini dile getirmeme nedeni de vardır. Medyanın insanları kendine bağlamasının şartları halkın dertlerine sahip çıkabilmesi ve bu dertleri ayna gibi yansıtabilmesidir. Aksi takdirde, toplum ve medya birbirinden habersiz şekilde yaşamlarına devam edecektir, oysa bir araya gelindiğinde kendi birleşimlerinden doğan yarar ve bu yararın doğal sonucu olarak her iki tarafta kazanımlar sağlamaktadır.

#### **1.4. Medya araçları**

##### **1.4.1. Gazete**

Gazete 17. Yüzyılda ilk kez Avrupa'da yayımlanmaya başlayan bir kitle iletişim aracıdır. Haber kağıtları ile haber mektupları, gazetenin öncüleri olarak Avrupa'da 14. yüzyıldan itibaren çeşitli işlevler görmüştür. Aristokrasi hakkında bilgi taşıma işlevini haber kağıtları görürken, burjuvazinin ticari sorunların çözülmesine haber mektupları yardımcı olmuştur. O günden günümüze gazete insanoğluna hizmet götürmeye devam eden toplumsal bir sonuçtur. Avrupa'da matbaanın yaygınlaşması ile haber kağıtlarına daha çok orta Avrupa'daki Alman prensliklerinde yer alan Pazar yerlerinde ve panayırlarda rastlanmaktadır. Dramatik bir olay olunca, popüler bir olay olunca haber kağıdı çıkartılmış ve satılmıştır. Haber kağıtları herkesin merakını ve ilgisini çekecek konuları kapsamaktadır. Kralın ölümü ya da tahta çıkışı, evlenmesi, çocuğunun olması, meydan muharebeleri, turnuvalar, cadılar ve dinsizlerin yakılışı, salgın hastalıklar gibi.

Haber mektuplarını çıkartanlar bankerler ve tacirler olmuştur denilebilir. 13. yüzyıldan itibaren Avrupa'da bazı bankerlik kurumları haber toplama ve istihbarat bilgileri elde etmek açısından faaliyet gösterirken haber mektuplarını çıkartmışlardır. Yaptıkları parasal yardımlar karşılığında çeşitli ülkelerde askerlerden, misyonerlerden, devlet memurlarından, gemi kaptanlarından, bankerlerden her türlü enformasyonu kişisel kaynaklardan olduğu kadar mektuplar şeklinde de almışlardır. Haber mektuplarında çeşitli haberler yer alırken çoğunlukla İspanyolca, Latince, Fransızca ve İngilizce olarak da kaleme alınmaktaydı. Özellikle İtalyan haber mektuplarında olağanüstü olaylar, savaşlar, gezi notları, gemicilik ile ilgili haberler, başka ülkelerdeki gelenekler, adetlere varıncaya kadar anlatılmaktadır. Haber kağıtları ve Haber mektupları 17. Yüzyılda çıkan ilk gazetecilerin öncüleri olarak Avrupa'da özelliğini korumuşlardır. Tacirlere, bankerlere, gemicilere, önemli hizmetler getirmişlerdir. Haber kağıtları ile haber mektupları gazeteciliğin doğuşundaki siyasal iletişim

açısından önemi yok sayılamaz. İlk gazetenin yayınlanmasında Avrupa'daki çeşitli ülkeler arasındaki çoğu din kaynaklı savaşlar hakkında bilgi edinme isteği önemli bir etkidir. (Abadan, 1961, s. 123)

Gazetenin doğuşunda Avrupa'daki sermaye gücünün başlaması ve ticaretin gelişmesinin etkileri de görülmektedir. İlk yayımlanan gazeteler, Orta Avrupa'da ticari hacmin gelişimi, kentleşmenin yoğun meydana geldiği yerlerde kentlerde yaşayanlar arasında insanların belirli ve düzenli sıklıklarla yayın sunma isteği halinde ortaya çıkmaktadır. İlk süreli yayın olarak gazetenin ne zaman nerede ortaya çıkmıştır bu soruya tek ve doğru bir cevap verebilmek oldukça güçtür. İlk gazetenin çıkmasında, yani gazeteciliğin başlamasında gözden uzak değerlendirilmemesi gereken ise, gazete faaliyetinin Avrupa'da merkezi iradenin hüküm sürdüğü mutlak monarşiler yerine; daha dağınık birliği güçsüz olan ve ticaretin gelişmesiyle ekonomik potansiyeli artan kentlerde daha hızlı ve kolay bir şekilde başlamasıdır. Mutlak monarşilerde kuvvetli iktidar baskısı ve denetimi gazetelerin gelişmesinde olumsuz etkileri olmaktadır. 18. Yüzyıla girildiğinde gazete çıkartan ülke sayısında yükseliş görünürken Avrupa'nın bir çok ülkesinde gazeteler üzerinde baskı ve denetimlerde sürmektedir. Bu denetim ve baskılar 19. Yüzyılda da devam etmiştir. 18. Yüzyılda gazetecilik gelişimini etkileyen 2 önemli hadise hiç şüphesiz biri Amerikan bağımsızlık savaşı diğeri Fransız İhtilali'dir. (Abadan, 1961, s. 125)

Fransız ihtilali ve Amerikan bağımsızlık savaşı "basının özgür olması anlayışı" olarak kabul görmüş ve Amerikan Bağımsızlık bildirgesine ve İnsan hakları evrensel bildirgesine yazılı olarak girmektedir. Gazeteciliğin kurumsal çizgisini oluşturan düşünce ve fikir özgürlüklerinin yazılı hale gelmesi, gazete ve gazeteciliğe has yöntem ve tekniklerin şekillenmesine çok ciddi katkılarda sağlamaktadır. 19. Yüzyıl gazete ve gazeteciliğin ilerlemesi ve kurumsallaşması açısından çok köklü değişikliklerin ortaya çıktığı bir yüzyıldır. İngiltere'de başlayan endüstri devrimi ile ilişkili enformasyon devrimi ile gazeteciliğin gelişmesine çok ciddi damga vurmuş ve meslek haline dönüşmüş ve sürekli okuyucu elde etmektedir. Gazeteler okuyucusunu sahip olmak ve sürekli okuyucu şekline getirmek için haberleri izlemiş ve gazete ve gazetecilik toplum içinde tesirli olmaya başlamaktadır.

Endüstri ve enformasyon değişimleri yanında ulaşım ve iletişim devrimlerinin de gazete ve gazetecilik üzerinde tesiri büyüktür. Devrimlerin getirdiği teknolojik



gelişmeler gazetelerin bu teknolojilerden yararlanmasına neden olmuştur. Gazetelerin insanların ilgisini çekme becerisini kazanması ve gazeteciliğe getirilen yeni boyut ile haber vermede hadiseleri, düşünce ve fikirleri iletmede insan duygularına ve düşüncelerine yönelmeye ve ön plana çıkarmaya başlamıştır. 19. Yüzyılın ortalarından sonra seçkin gazetecilikten halka dönük gazetecilik yaklaşımına ve kitle gazeteciliğine geçiş gazeteciliğin yüksek noktasına ulaşmasını sağlamıştır. Bu değişiklikler gazetecilikte sansasyon, önemlilik, ilginçlik, anlamlılık, gibi kavramlar yer almaya başlamış ve önemli hale gelmeye başlamıştır.

Bu gazetecilik 20. Yüzyılda da damgasını vurmaya sürdürmektedir. Magazin, fikir, radyo, televizyon gazeteciliğın insanın dikkatini çekme anlayışına katkısı ile 21.yüzyılda da gazetecilik uygulamalarında değişiklikler kendini hissettirmektedir. 21.yüzyılda meydana gelen bu gelişmeler gazeteciliğın temel çıkış noktasını oluşturacak gibi durmaktadır. Toplumda, kitle iletişimine dair kural belirleyen ve düzenleyen devlet ile iletişim endüstrisinin sonsuz özgürlük istekleri açısından sorun düğümlenir gözükmele birlikte, yasal uygulamalar arasındaki kargaşaya sürüp gitmektedir. Tartışmalar kitle iletişim araçlarının özel girişim eliyle mi? yoksa devlet eliyle mi? çalışması noktasında birleşmektedir.

Asıl temelde yatan neden ise; bütün iletişim endüstrilerinde olduğu gibi gazetecilikte de iletişim kanallarını destekleyen eşik bekçilerince sürdürülebilene mücadelenin devam etmesidir. Gazete yayıncıları ve genel yayın yönetmenleri, gazeteciler tamamı da iletişim kanallarının kendi amaçları doğrultusunda incelemek ve kendi ellerinde bulundurmaya istemektedirler. Ayrıca gazetecilik kuruluşları, dünyada gelişen iletişim teknolojileriyle küresel siyasal ekonomideki değişikliklere karşı da ayak uydurmak zorundadır. Gazetecilik yapan araçlarla iletişimin gerçekleşmesi artan oranda parasal gücün kullanımı ile mümkün hale gelmektedir.

Gazetecilik teknolojisindeki yeni gelişmeler, gazetecilerden bilgi işleme yöntemlerini daha çok benimsemelerini gerektirmektedir. Gazetecilikte yeni bilgi işleme yöntemlerinin bulunması teknolojinin enformasyonunun akışını düzenlemesi açısından devam eden bir mücadele alanı olarak süreceğe benzetilmektedir. Gazeteciliğın asıl işlevinde görülen farklılıklar, enformasyonun yalnızca aktarılmasıyla değil iyi bir şekilde takibinin önemini vurgulamakla beraber, haber yapımında enformasyonun aktarılması yanında dezenformasyonun kullanımında da artış görülmektedir. Çoğulcu

toplumların istekleri, kullanılan yeni teknolojiler, gazetecilikte geleneksel gazeteciliğin değer yargılarının sarsılmaya başladığı ve geleneksel gazetecilik ile gazetecilik eğitimi görmüş olmak paranın isteklerini karşılamakta yetersiz kalmaktadır.

Gazeteler için günün haberlerini yorumlamak, bunlara içerik kazandırmak artık önde gelmektedir, günün olaylarını radyoyla, televizyonla, bilgisayar ekranları ile hazırlamak artık yeterli olmayıp bunlara gazetecilerin yeni şeyler katması gerekmektedir. Halkla ilişkiler konusunun uzmanları, piyasa araştırmacılarının tamamı, pazarlamacılar yeni toplu iletişim araçlarında haber olabilecek hadiseleri oluşturmak ve ortaya çıkarabilmek için çaba sarf etmektedirler, bu değişim süreci de gazete ve gazetecilikte yeni gazetecilik alanlarının ve gazetecilik dallarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

#### **1.4.2.Radyo**

Radyo yayınlarının başlangıcını, birçok ülkede 1920'lere kadar götürmek mümkündür. Sesin uzaklara iletilebilmesi amacıyla uzun yıllar yapılan çalışmalar neticesinde 1917 itibariyle ABD'de radyo yayıncılığı 1919 yılında deneme yayınlarını gerçekleştirmiştir. Özellikle ABD'de ve bazı Avrupa ülkelerinde 1920'li yıllarda radyoda haber yayınları da başlatılmıştır. 1921 yılında ise ABD'de Wisconsin Üniversitesi'nde yayınların deneme çalışmaları tamamlanarak ilk geniş çerçeveli radyo yayını gerçekleştirilmiştir. (Oskay, 1978, s. 32) Üstelik gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde radyonun bu toplumlara girişi 1930 -1940 lı yıllara isabet eder. Radyo; Sömürge devletlere, sömürgeci devletler tarafından, sömürgeci olmayan devletlerde ve toplumlarda ise ileri görüşlü girişimciler veya devletlerin yaptıkları ticari anlaşmalar vesilesi ile girmiştir. Türkiye'de ise radyoculuk özel girişimi 1927 de girmiştir. Daha sonra devlet radyosu olmuş ve 1964'de ise TRT kurulmuştur. Radyo yayınları çok çeşitli evrelerden geçmiştir, özellikle ikinci dünya savaşı bitim zamanına kadar olan zamanı olgunluk çağıdır denilmektedir. (Tokgöz, 2019, s. 99)

Televizyon yayınlarının henüz deneme yayınlarını sürdürmesi, ikinci dünya savaşı'nın çıkması ve denemelerin engellenmesi radyonun haber yönünden etkili bir araç haline dönüşmesini sağlamaktadır. Denilebilir ki bu dönem radyo açısından altın çağdır, bu dönem içinde radyo bir yandan siyasilerin propaganda aracı haline gelirken,

diğer yandan da hızlı ve seri haber vermesi nedeni ile gazetecilik mesleğinde yeni hamlelerin, girişimlerin ve yeni deneylerin uygulanmasını da kolaylaştırmaktadır.

Yeni atılım arasında şüphesiz ki savaş sahasından haber verme hadiseleri yorumlama ve çeşitli muhabirlerin haberlerinden yararlanma ile televizyon haberciliğinin de temelini oluşturacak girişimler haline gelmiştir. İkinci dünya savaşından 1960'lı yıllara kadar olan sürede olgunluğunun nihai noktasına ulaşmıştır denilebilir. 1950'lerden itibaren artık yaygınlık kazanmaya başlayan televizyon ile karşı karşıya gelmiştir. Bir yandan televizyona rağmen kendini yenilemeye çalışırken, diğer yandan da dinleyicilerini televizyona kaptırmamak için de sonu gelmeyen bir mücadeleye başlamaktadır. Aslında bu mücadelede de kısmen başarı sağlanmıştır denilmektedir.

İyi ve kaliteli haber programlarının yapılması, özellikle ABD'de 24 saat yayın yapan ve haber verme faaliyetlerini sunma yoluyla, 1960'lardan beri radyo artık evlerde elektronik araç olmaktan çıkmış hane halkının dostu arkadaşı olmayı başarmıştır. 1980'li yılların sonlarına gelindiğinde, halkla ilişkilerde karşılıklı iletişimin etkili olduğu bir dönem yaşanmaya başlamışken bu durum yayıncılık hayatına da yansımış ve belediyeler bünyelerinde oluşturdukları radyolar ile belediye radyoları da karşılıklı iletişimi ve etkileşimi sağlamakta, özellikle yurttaşın sesini duyurabilmesinde etkili birer vasıta olmaktadır.

Belediye radyoları aracılığı ile fiilen zayıflatılan devlet tekeli, yayıncılıkla alakalı süreci çabuklaştırmış ve siyasi partileri bu radyo yayınları konusunda politika üretmeye zorlamıştır. 1990'lı yıllar da dünyada elektronik yayıncılık ile ilgili yeni bir dönem başlamaktadır. Türkiye'de de özel radyo ve televizyon yayınlarının yapılmasında herhangi bir yasal düzenlemenin olmaması her şeyin hızlı bir şekilde ortaya çıkıyor olması ve ticari yayınların teşvik edici bir hal almasına yol açmış ve yasal olmayan ortaya çıkmış fiili durumun yaşanmaması gerekliliği düşüncesi savunulmaya başlamış, ancak yasal olmayan bu durumun yaşanmasının önüne bir türlü geçilememiştir. Özel yayın kuruluşlarının engel tanımaz tarzda yaygınlaşması belirli bir süre sonra devlet tarafından yayınlarının durdurulması istenmiş ve Ulaştırma Bakanlığı tarafından 1993 yılı nisan ayında ülke içinden yayın yapan özel radyo ve televizyonların faaliyetlerinin durdurulma kararı alınmıştır. (Güven, 2006, s. 49)

1990'lı yıllarla beraber yasal düzenlemenin olmamasına karşılık Avrupa'da benzerleri gibi Türk yayıncılık alanında da yeni bir döneme gelinmiş ve teknik sistem gelişimi yasal düzenlemenin önüne geçmektedir. Devlet uygulamadaki bu fiili duruma bir süre ses çıkarmamış ancak daha sonra harekete geçmiş ve yasalara aykırı sayılan yayın türlerine aykırı durumda yayın yapan radyoları kapatılması kararı alınmıştır. Özel radyo ve televizyon kanallarının bu mevcut durumu 1993 yılı temmuz ayına kadar anayasanın yayınlarla alakalı 133. Maddesinde yapılan değişiklik ile devlet tekeline son verilmesi şeklinde oluncaya kadar sürmüştür. Böylece yayınların anayasa'ya karşı durumları sona ermektedir.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de siyasal iletişimin tesirli araçlarından biri halinde olan radyo yayıncılığı önce fiilen devletin tekeli anlayışından çıkmış ve daha sonra yapılan bu anayasal düzenlemelerle hukukende ticari yayıncılık da güvence altına alınmıştır. Zaman değişmiş olsa bile radyonun iletişimsel eylem kuvveti etkisini devam ettirmeyi sürdürmektedir. Radyonun henüz ilk dönemlerinde yapılan yayıncılık kamu yayıncılığı anlayışı tarafından yapıldığı için daha çok içerik üzerinde durulurken ve politik değerlendirmeler bunun üzerinden geliştirilirken, zamanın ve koşulların değişmesi ile birlikte yayınların artık radyonun ve ayrıca frekans sahipliğinin özel sektöre tanınması üzerinden daha etkin bir söylem gelişmeye başlanmıştır. Radyo ve televizyonların özerkliğini esas alan bir düzenlemenin henüz çıkarılmamış olması İktidarların siyasal iletişim vasıtası şeklinde kullanıldığı gerekçesi ile sıklıkla eleştirilere devam edilen TRT, muhalefette bulunan partilerin vaatlerine rağmen özerkliğe bir türlü kavuşamamakta ve her iktidar değişiminde de eleştirilere konu olan bu durum değişmemekte çünkü yapılan eleştirilerle iktidar değişikliği ile tekrar unutulmaktadır. (Öztürk, 2008, s. 8)

### **1.4.3. Televizyon**

Televizyon keşfedildiği zamandan beri diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla daha popüler olmuştur. Bu popülerliğin altında bir çok neden yatmaktadır. Tabii bu nedenlerin en başında televizyonun hem göze hem de kulağa hitap edebilmesidir. Televizyon haber verme ve eğlendirme gibi işlevlerini görsel ve işitsel olarak da yerine getirmektedir. Bilinir anlayışta mesajı alan izleyiciler pasif durumdadır. Televizyon yayıncılığında etkileşimin kendini göstermesi ile daha aktif bir sürece girilmiştir, bu süreç ise kademe kademe gerçekleşmiştir. Televizyon yayınları 1950'den sonraki

zamanda dünya üzerinde yaygınlık kazanarak benimsenmeye başlamıştır. Televizyon bugünün koşullarında gazetelerden de radyolardan da dergilerden de daha etkili bir iletişim aracıdır. Az gelişmiş ülkelere televizyonun girmesi 1960'ların başlarına rastlamaktadır. Birçok yazara göre de televizyon 1960'ların başlarına doğru belirli bir olgunluğa ulaşmıştır denilir. Televizyonun 1960'tan sonra altın çağını yaşadığı söylenmektedir. (Akdemir, 2008, s. 101)

İTÜ'nün başlattığı çalışmalar 1960'lı yıllardan sonra Türkiye'de televizyona dönük ilginin de artmasını sağlamıştır, ancak evlerde yayınların alınmasını sağlayan ekipman ve cihazların olmaması dolayısı ile izlemek isteyenler İTÜ gitmek zorunda kalmışlardır. 9 Nisan 1963 tarihinde Federal Almanya Hükümetiyle Türk Hükümeti arasında teknik yardım anlaşması imzalanmıştır. Birinci beş yıllık planda Türkiye'de televizyon yayınlarının yapılması öngörülmemesine rağmen ikinci beş yıllık planda televizyon şebekesinin kurulması uzun vadede bile olsa bir karar altına alınmaktadır.

Ayrıca TRT, 359 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu yasası ile Türkiye'de yapılacak olan radyo ve televizyon yayınlarını organize eden bir devlet kurumu haline getirilmiştir. O dönemki adıyla Ankara Televizyonu, TRT'nin ilk aldığı yönetim kurulu kararıyla, Türkiye'de deneme yayınları İTÜ Yapılmış olmakla birlikte 31 Ocak 1968'de TV yayınları Ankara'da Batı Almanya hükümetinin vermiş olduğu siyah/beyaz verici ile başlamıştır. (Alemdar, 1990, s. 393) Televizyonun, haftada deneme yayınlarının üç gün yapılmasına da karar verilmiştir.

İlerleyen yıllarda televizyon yayın saatlerindeki artış birçok firmanın bu sektöre girmesine neden olmuştur. Özellikle 1972 yılından sonra televizyon cihazlarının üretiminde hızlı artış sağlanması kamuoyunun televizyona olan ilgisini giderek artırmıştır. 1980'li yıllarda Avrupa'da deregülasyon süreci kendini göstermeye başlamıştır. Tamamen ABD'den ithal alınan bir uygulama olarak görülen deregülasyon pazar ekonomisinin tekrar canlı bir hale getirmesini ve devlet müdahalesinin en aza indirgenmesi amaçlanmaktadır.

Özellikle Amerika Birleşik Devletleri yayıncılık alanında deregülasyonun uygulanabilir olması için yasal değişiklikler yapılmış ve 1980'li yıllarda avrupa'da yaşanan ekonomik, siyasal ve teknolojik değişim dalgaları Türkiye'yi de ciddi bir biçimde etkilemiştir. Ancak TRT'nin radyo ve televizyon yayınlarında uygulanan

tekelci yapı yaşanan büyük değişimlerle 1990'lerden sonra Türkiye'de de özel televizyon yayıncılığını başlatmıştır.

Bu gelişmeleri eşliğinde özel televizyon kanallarında patlama yaratmış ve devlet bu kanal patlamasının önüne geçmek için düzenli bir yapıya ihtiyaç duymuştur. Radyo ve televizyon üst kurulu (RTÜK) oluşturulması bu zorunluluktan ortaya çıkmıştır. “3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları hakkında Kanun (RTÜK) 20 Nisan 1994'te Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Ancak devlet bir şekilde radyo ve televizyon yayınlarının sınırlarını düzenleme açısından bir tedbir alma yoluna gitmiş olsa bile yasalardan kaynaklanan eksikler ve boşluklar nedeni ile RTÜK kurulmasından sonra da özel radyo ve televizyon kanallar peş peşe açılmaya da devam etmiştir. (Çankaya, 2003, s. 276)

Renkli televizyon yayınları, yayın şekillerindeki artış, radyolink uydularla naklen yayınlarda radyo yanında ciddi bir üstünlük sağlamıştır. 1990'lı yıllardan sonra televizyon öncelik sırasını eğlence öncelikli haber vermeye yönelmiştir. Eğlencelik programlar haber televizyonlarının ana malzemesi olmuştur. Pek çok ülkede ve ABD bakımından artık televizyon haberi kitlelere ulaştıran en etkili ve birinci iletişim aracı durumundadır. Bunun yanında televizyon en fazla araç durumundan da kurtulamamaktadır. Bu eleştirilerin en başında ve en ağır olanı da gerçekleri ve olayları çarpıttığı ve saptırdığıdır. Üzerinde durulan en önemli noktalardan biri de haber takibi yapan gazetecilerin haberlerini kendi görüş açısından değil de hiç kimsenin görüşlerini yansıtmadan vermeleridir. Ancak tüm bu görüş ve eleştirilerin yanında televizyon günümüzün ekranda yansıyan bir aynası olduğu gerçeğini kabul etmek gerekmektedir.

#### **1.4.4.İnternet**

İnternet, bir çok bilgisayar kullanım sistemini TCP/IP protokolü dahilinde birbirine bağlayan dünya genelinde yaygın ve sürekli büyüyen bir iletişim kullanma ağıdır. İnternet bilgiye çok daha kolay ve ucuz, hızlı ve güvenli ulaşmanın ve paylaşmanın günümüz dünyasındaki en etkili yoludur. İnternet sürekli artan öneme sahip ve hayatımızın olmazları olasında yer almaktadır. Klasik hayat şekillerini, değer yargılarını değiştirerek; hayatımıza çok yeni kavramlar, yeni uğraşlar getiren şeydir ve hayatımızı çok etkilemektedir.

İnterneti hayatımızda tanımlamak zor olmakla birlikte etkilerini görmek ve hissetmek daha da kolay hale gelmiştir. İnternetin hayatımızı nasıl değiştirdiğini hayatımıza olan etkileriyle tespit etmek, bilgide, iletişimde, eğlencede, ticarete, çeşitli alanlarda hayatımızda nasıl bir yer aldığını yaşayarak görmek mümkündür. Bilgide; yazılı, sesli, görüntülü v.b. bütün kaynakları ile tek çatı altına toplama imkanına kavuşulmuştur. İletişimde; elektronik posta, sohbet odaları, sağladığı imkanlar etkisiyle interaktif iletişim ses haricinde görüntüsü ile de iletişim yapılabilir hale gelmektedir.

Artık web cam kameralar sayesinde bulunduğunuz noktadan internete girerek dünyanın herhangi bir noktasında yaşamı izlemeniz mümkündür. Eğlence; çeşitli yaş ve cinsiyet ve eğitim gruplarından olan internet kullanıcıları ile her türlü oyun, zeka oyunları ve kumara dönük oyunlar bile oynama imkanı sağlanmıştır. Ticaret; internet sayesinde dünyanın her köşesinden çeşitli alanlarda şirketler ticaret imkanına kavuşmuş, internet kullanıcıları istedikleri yerden ihtiyacı olan ürünleri alma şansını elde etmişlerdir. Aslında 1960'lı yıllardan itibaren bilgisayarlar; enformasyonun işlenmesi, dağıtımı ve çözümlenmesinde kullanılmaya başlanırken, iletişimde de zaman ve yer sınırlarını aşarak ve yeni imkânlar sunan teknolojinin de kapasitelerinde artışa neden olmaktadır.

Bu enformasyonun izleyiciye ve okuyuculara ulaştırılması yolunda gelişen yöntemler, yeni imkânların da çıkmalarına neden olmaktadır. Elektronik gazete ve internet kendilerine gelişebilecek alanlarını yarattılar. İnternetle birlikte kullanıcılar kendi içeriklerini derleme seçme imkanlarına sahip olurlarken, geleneksel tek yönlü iletişim zamanla ve hızla yerini etkileşimli iletişim olan interaktif iletişim ile öne çıkmaya başlamaktadır. Ağların ağı olarak nitelendirilen internet dünyada milyonlarca bilgisayarları birbirlerine bağlayan sistem bütünü olarak adlandırılabilir. Kullanılabilir bir internet adresi bulunan ve fiziki bağlantı sağlayabilen herkes internet tarafından sunulan bilgileri kullanma imkanına sahip olabilmektedir. 2008 yılında 1.463.632.361 internet kullanıcısı bulunurken, 2016 itibariyle bu sayı 3.419 milyona ulaşmış bulunmaktadır. (Altun, 1995, s. 97)

İnternet Industry Almanac'ın 1998 verilerine göre, İskandinav ülkelerinde internet kullanımının dorukta olduğu görülmektedir. Her bin kişiden Finlandiya'da 245, Norveç'te 231, İzlanda'da 227 İsveç'te 147 kişi internet kullanıcısıydı. Buna

karşılık, her bin kişiden ABD’de 203, Kanada’da 149, Yeni Zelanda’da 156, Avustralya’da 148 kişi internet kullanmaktaydı. (Barlas, 2002: 152) Digital in Turkey göre Ocak 2018 itibariyle 81 milyon nüfusa sahip olan Türkiye’de nüfusun %67 internet kullanıcısı olurken, aktif sosyal medya kullanıcıları nüfusun %51, Nüfusun %54’ü ise aktif sosyal medya kullanıcısı durumuna gelmiştir. (Dağtaş, 2006, s. 177)

Türkiye’de internet 12 Nisan 1993 yılında TÜBİTAK-ODTÜ (TR-NET) işbirliği ile DPT projesi çerçevesinde bağlanmıştır. (Köktener, 2013, s. 234)

Daha sonrasında Ege Üniversitesi(1994), Bilkent(1995), Boğaziçi (1995), İTÜ (1996) bağlantıları gerçekleştirilmiştir. 1995 ile 2002 yılları arasında tüm dünyada ve ülkemizde internet sektörü hızlı bir büyüme gerçekleştirmiştir ancak bu büyüme beraberinde krizler de meydana getirmiştir. Pazara girişteki kavram kargaşası, kullanımdaki altyapı yetersizliği nedeni ile Dünyada AOL, Altavista ve About.com, ülkemizde büyük zararlar gören ve kapatılan ilk anda akla gelen büyük markalardır. (Özkunduracı, 2015, s. 152)

Günümüzde ülkemizde ise TV ve basından sonra en fazla yatırım yapılan mecra internet olmuştur. İnternet penetrasyonu %40 yani tahmini 30 milyonu bulan kullanıcı sayısı ve normal değerlendirme konusu bir haftada ise Türkiye nüfusunun üçte biri (%33) internet kullanmaktadır. (Özkunduracı, 2015, s. 153) Bu kullanıcılar ortalama haftada 10 saat internet ağını kullanmaktadırlar. Bunlar arasında yoğun internet kullanıcıları olarak adlandırılan dört de birlik (%24) bir kesim ise 16 saatten fazla tutan bir süreyi internet kullanarak geçirmektedirler. İnternet kullanımı için ayrılan ortalama zaman ise, Türk toplumu tarafından gazete (4.4 saat/hafta) ve dergi (4.2 saat/hafta) okumaya ayrılan zamanların toplamından çok daha fazladır. Yalnızca Facebook aktif üye sayısı 22,1 milyon kişidir. Dünya 3.’sü ülkeyiz. Ayrıca ülkemizde internet kullanıcılarının; %66’sını erkekler, %34’ünü kadınlar oluşturmaktadır. (Özkunduracı, 2015: 153)

Bu gün internete ve bilgisayara duyulan talep hızla artmaktadır, geçmişte sadece bilgi ve oyun depolamak amacıyla kullanılmakta olan bilgisayarların da internet sayesinde alım cazibesi artarak satışlara ve pazar payına da yansımıştır. İnternetin yeni ve farklı kullanım sahaları yaratması ile bilgi, eğlence, iletişim v.b. kendisine duyulan talebi de sürekli artan devamlılıkla sürdürmektedir. Gelişen durum şunu da



göstermektedir ve yeni bir durum göze çarpmaktadır; insanlar artık bilgisayarlarından internet ağına bağlanmak yerine interaktif TV veya internet TV adı verilen düzenlemeler yardımıyla bilgisayara bağımlı olmaktan kurtulacakları gelişmeler yaşanmaktadır.

#### **1.4.5.Sosyal Medya**

İnsanlar arasında iletişim konuşma ile birlikte başlar ve bunu yazı, basım, resim, telli telsiz elektronik iletişim ve son olarak da dijital iletişim evreleri geliştirmiştir. 1990'lı yıllardan itibaren bilgisayarın yaygınlaşması ve internetin bulunması ile iletişimde hakiki bir devrime neden olmuştur. Ancak 2000'li yıllarda artık cep telefonlarının yaygınlaşması ile iletişim daha büyük bir süratle değişime neden olmuş, dijital iletişim çağında iletişim anlamında mesafeler küçülmüş, dünya her noktası ile ulaşılabilir, dünyanın en uzak köşesindeki kişiler birbirleriyle saniyeler içinde haberleşebilir olmuştur. Artık bilgi çok hızlı yayılmakla birlikte bilgiye ulaşabilmekte bir o kadar hızlı hale gelmiştir. Kafamızda canlandırdığımız o eski zaman ve mekan kavramları değişime uğramaktadır.

Geleneksel anlamda hayatımızı işgal eden tekeller kırılmış, bilgiyi kontrol eden engeller zayıflamıştır, dijital iletişim fırsatlarını kullanma kabiliyeti hayat tarzlarımızda değişiklik, davranışlarımızda farklılık sağlamıştır. Özellikle diğerlerinin ne düşündüğünü ve hissettiğini öğrenme fırsatı yakaladığımız sosyal medya hareketlerimizi etkileyebilen ve şekillendirebilen kuvvetli birer araç haline gelmişlerdir. Sosyal medya; sosyal paylaşım platform ağları ile kendi bağlantı grup ve listelerini oluşturma, açıklama, yayınlama kullanıcıların birbirleri arasında iletişim kurmalarına, bilgilerinin bulunduğu profillerinin üretilmesine imkân sağlayan ve farklı medya, bilgi ve iletişim teknolojilerini bünyesinde bulunduran web tabanlı platformlardır. (Fuchs, 2011, s. 141)

Sosyal ağlar ise sosyal medya bütünüdür ve bloglar, podcastler, forumlar, içerik toplulukları, mikrobloglar, sanal oyun ortamları, wikiler, sosyal ağlar, farklı şekillere ve türlere sahip olan sosyal medya kullanıcılarının kendileri ile alakalı kişisel haberleri verebilecekleri, arkadaş bulabilecekleri veya arkadaşları ile etkileşimli bir biçimde iletişim kurabilecekleri, resimlerini videolarını paylaşabilecekleri, farklı etkinlikleri düzenleyebilecekleri web sitelerine genel olarak verilen isimdir. (Eldeniz, 2010, s. 27)

Kaskinan ve Saarima'ya göre sosyal medya; "İnternet kullanıcılarının içerik, fikir, içgörü, deneyim ve perspektiflerini paylaşmak amacıyla kullandıkları metin, imaj, ses, video ve daha birçok formdaki çevirim içi teknolojiler ve pratiklerdir." (Aydoğan ve Akyüz, 2010, s. 94)

Twitter: Facebook, Instagram, Youtube benzeri internet tabanlı bilgi yayma, paylaşma platformları "sosyal medya" olarak isimlendirilmektedir. Günümüzdeki en çok kullanılan sosyal medya platformları şunlardır; Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn. Twitter, İngilizce'de kuş cıvıltısı manasına gelmektedir. 2006 yılında Jack Dorsey ve 13 arkadaşı ile birlikte kurulmuştur, en çok 140 karakterden meydana gelen metinlerin yayılması ve paylaşılmasını temin eden bir sosyal platformdur, anında mesaj gönderme imkanı tanınması özelliği ile en etkin ve popüler sosyal medya seçenekleri haline gelmektedir.

2008 yılında Barack Obama tarafından ABD Başkanlık seçimlerinde seçim kampanyasında sıklıkla kullanılmıştır. Günümüzde yaygın bir şekilde bir çok devlet adamı, politikacı, yazar, sanatçı, aydın, kurumsal yapılar v.b. Twittwer'i yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Facebook: Mark Zuckerberg 2004 yılında, Harvard Üniversitesi öğrencisiyken kurulmuştur, bireylerle sosyal ağlar üzerinden arkadaşlık edinme, arkadaşları ile bağlantı kurabilme, bilgi alışverişinde bulunma imkânı sağlayan sosyal ağ paylaşım web sitesidir. Kişiler arasında güçlü iletişim ağı kurma özelliğiyle günümüz hayatında büyük kitleler tarafından en çok ziyaret edilen sosyal medya iletişim ağlarından biridir. Bu kadar yayılması ve insanlar tarafından tercih edilip kullanılmasının altında yatan neden, sitenin kullanıcılarına; sanal sosyalleşme, iletişim, paylaşım, oyun, eğlence, bilgi edinme, gündemi takip etme ve yayıncı olma gibi birçok fırsat vermesi yatmaktadır. Instagram: Kevin Systrom ve Mike Krieger isimli iki girişimci tarafından 2010 yılında kurulmuştur, kullanıcılara fotoğraf paylaşma imkanı sağlayan dijital platformdur.

YouTube: günümüz hayatında milyonlarca insanın video paylaşmasına imkân sağlayan sosyal medya mecrası, bir video barındırma web sitesidir. Aralık 2007'de İngiltere Kraliçesi YouTube'da Kraliyet kanalı (The Royal Channel)'nı faaliyete geçirmiştir. Nisan 2011'de de İngiltere'deki kraliyet düğünü; Prens William ile Catherine Middleton evlilik töreni 188 ülkede canlı olarak izlenmiştir. LinkedIn: Bireylerin eğitim durumlarını, iş tecrübelerini, bilgi ve becerilerini paylaşabildikleri bir

platform olarak 2003 yılında profesyonel iletişim ağı olarak kurulmuştur. LinkedIn bu özellikleriyle bireylere, yatırımcılara geniş bir iş çevresiyle temas ve irtibat imkânı sağlamaktadır. Geleneksel medyada görüntü durağan, ses, görüntü ve bu özellikleri zaman ve mekân sınırlamalarına bağlıyken, sosyal medyada bu sınırlamaları aşarak çok ciddi ölçüde yayılmaktadır. (Uluç ve Yargıcı, 2017, s. 92)

Geleneksel medyada azdan çoğa doğru giden bir iletişim modeline göre çalışırken, sosyal medya çoktan çoğa doğru giden bir iletişim sağlamaktadır. Günümüzde artık dijital ortam ile zaman ve mekan kavramları değişim ve dönüşüme uğrarken gözetleyen ve gözetlenen farklılıkları ortadan kalkmış, kişiler eş zamanlı olarak hem gözetleyen hem de gözetlenen varlık durumuna gelmiştir. Sosyal medyada herkesin herkesi izlediği bir yapı oluşmuştur. Ayrıca geleneksel medyanın interaktif olmayan yapısı kırılmış ve radyo, gazete, ya da televizyon vasıtası ile iletilen haberlere anında yorum ve değerlendirme yapılabilmektedir.

Söz konusu haberler başka başka mecralara da aktarılarak hızla yayılması sağlanmaktadır. Kişiler oturdukları yerden tüm dünyada olup bitenden haberdar olabilmekte, izleme imkanı bulabilmekte ve hesaplarının ana sayfalarındaki haber akışı düşünüldüğünde sosyal medya hesap kullanıcılarının çok yoğun bir tüketim zinciri içinde oldukları görülmektedir. 2015 yılı itibariyle dünya üzerinde 3 milyar insan internet kullanmakta ve bu kullanıcıların ise 2.1 milyarının sosyal medya ağlarında hesabı bulunmaktadır. Bu kullanıcıların sayıları değerlendirilerek göz önüne alındığında dünya genelinde 1.4 milyar kullanıcı sayısı ile Facebook ilk sırada yer alırken, 2016 Yılı'nın birinci çeyreğinde elde edilen bilgilere göre; Dünyada 3.3 milyar kullanıcı sayısına ulaşılmıştır. Bu kullanıcılar içerisinde; Facebook kullanıcı sayısı 1.6 milyara ulaşmış bulunmaktadır. (Uluç ve Yargıcı, 2017, s. 94)

Sıradan vatandaşların geleneksel medya kurumları tarafından meşgul edilen kamusal alanlara geri dönerek demokratik hak kullanımı ve katılımı sağlaması bulunmaz fırsat oluşturmuştur. Kullanıcılara medyada yer alma ve düşüncelerini sunma fırsatı tanıyan sosyal medya, özellikle profesyonellere açık bulunan kitle iletişim araçlarına alternatif olarak değerlendirilmektedir. Son yıllarda kitle iletişim araçlarının ve sosyal medya mantığının iç içe geçtiği düşünülmektedir. Hızla büyüyen büyük şirketlerin ellerinde bulunan; Facebook, Twitter, YouTube gibi kendi mülkiyetlerine sahip olsalar bile aynı değer ve ilkelere bağlıdırlar. “like” ile “retweet”

aynı şey olmamasına rağmen ortak algoritmaları “trentopic” prensiplerine dayanmaktadır. Sosyal bağlantılar için Facebook, Google, Twitter benzeri platformların giderek büyük tekellere dönüşmesi karşısında “sosyal”, “kamu”, “toplum” gibi kavramların anlamlarında da değişmeler söz konusudur. Sosyal medya; büyük şirketlerin, benzeri geleneksel ana akım medya firmaları gibi deregülasyon isteğinde bulunduğu ve sınırların kullanım kolaylığını zorlaştırdığı düşüncesine dayanan Amerikan öğretisinin dayatıldığı küresel bir alandır. (Van Dijk, 2013, s. 92)

## İKİNCİ BÖLÜM

### YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ

#### 2.1. Yurttaş gazeteciliği Kavramı

İnternetin ortaya çıkışı ile birlikte özellikle sosyal ağlarda haberleşme daha da artmış ve kolaylaşmıştır. Zamanında izleyici kabul edilen kitleler artık haber üreticisi haline gelmiştir. Özellikle körfez savaşından sonra, 1990'lı yılların ortalarından itibaren internetinde ticari şekle gelmesiyle birlikte tüm dünyada gazetecilik alanında on-line journalism internet gazeteciliği ve web blogs (web günlükleri) kavramları hayatımıza girmeye başlamıştır. İnternet gazeteciliği geleneksel gazeteciliğin yaptıkları yayınları sanal ortamlarda kurdukları sitelere taşınmaları ile başlarken bu taşıma ve yayınları güncelleme yolunu seçmeye başlamışlar, ayrıca geleneksel gazeteciliğe oranla çok az maliyetle haber sitelerinde gazeteciler haberlerini verme fırsatını yakalamışlardır. Bu gelişmelerle birlikte sanal ortamda yapılan gazetecilik uygulamaları ile birlikte yeni bir gazetecilik türünü de yurttaş gazeteciliği denilen gazeteciliği gündeme gelmeye başlamıştır. Aslında bu yaklaşımın temelinde; açılan web siteleri ile yahoo veya google gibi arama motorları kullanılarak anlık ve günlük haberlerin, sinema filmlerinin, fotoğrafların, tiyatroların, videoların bile tartışmaya açılması ve eklemlenip yorumlanarak alanının genişletilmesi yatmaktadır.

Bu işlemleri yapanlara (web bloggers) web günlükçüleri denilmeye başlanmıştır, aslında dikkat edildiğinde yazma, okuma, bağlanma gibi üç işlemden oluşan yurttaş gazeteciliği (citizen journalism ) kavramı tartışmaya açılmış oldu ve son yıllarda gitgide popüler hale gelen yurttaş gazeteciliği önemli oranda yeni medya araçları ile ancak mümkün hale gelen bir alan yarattı. Yeni nesil bir alan olduğu için anlaşılma ve tanıtım çabaları hala sümektedir. Ancak profesyonel gazeteciliğin oluşturduğu habercilik ya da insan odaklı yapılan habercilikten farklı olarak burada bizzat haberlerin profesyonel gazeteci olmayan vatandaşlar tarafından oluşturulması esastır. Yurttaş gazeteciliği açısından çeşitli tanımlar yapılmaya çalışılabilir ancak eskiden takip eden olarak bilinen insanların sahip oldukları gazetecilik vasıtalarını kullanarak birbirlerini haberdar etmeleri şeklinde yurttaş gazeteciliği tanımlanabilir. Yurttaş gazeteciliği kavramını teorize hale getiren ve yaygınlaştıran isimlerden Mark Glaser kavramın arka yüzünde yurttaşların modern teknoloji vasıtalarını kullanarak tek

başlarına ya da birlikte haber üretebilmelerinin olduğunu belirtmiştir. Yochai Benkler de aynı şekilde yüz milyonlarca kişinin kendi bilgi dünyasını iletebileceği kapasiteye ulaştığı bir dönemde olduğumuzu belirtmektedir. (Benkler, 2006, s. 35)

Dünyada sanal ortamda giderek yaygınlaşan yurttaş gazeteciliği yapanların kimlikleri genelde bilinmemektedir. Bir kuyuya taş atmaya benzetilen aşama ile başlayan bu tür gazetecilere ise haber günlükçüleri denilmektedir. Hiç şüphesiz geleneksel gazeteciliğe göre yurttaş gazeteciliği yapanlar etik kurallar, güvenilirlik, nitelikli haber yazma, etkili bir şekilde eşik bekçiliğinin bulunmayışı, iç ve denetimsel örgütlenmenin bulunmayışı gibi sebeplerle ciddi oranda tartışma konusu olmuşlardır.

Günlükçüler pek izlenmiyor gibi gözükseler de çok fazla izleyenleri vardır ve internetin çeşitli biçimlerde de kullanılabileceğine iyi bir örnek ve davranış oluşturmaktadırlar. Aslında günlükçüler, internette haber, haberci, haberlerin değerleriyle ilgili kavram ilişkisinin gözden geçirilmesini sağlamaktadırlar. Haber yazımı bakımından da farklı ve yeni uygulamaları hayata sokmaktadırlar. Ancak tüm bu uygulama ve fırsatların yanında oluşan imkanların hayata geçirilmesi kişilerin internete erişim kabiliyeti yanında bireysel çaba ve isteklerinin de önemi büyüktür.

Haber, fotoğraf, video, film v.b. için günlükçülük yapmak pek çok ülkede artık devrededir. Türkiye’de bu habercilik anlayışının içinde yer almaya başlamıştır. Liberal demokrasilerde ve temsili demokrasilerde yurttaş gazeteciliği rolü kuvvetli bir biçimde dile getirilmesini istemekle beraber birçok tartışmayı da beraberinde getirmektedir. Ancak geleneksel medyadaki gazetecilerin halka doğru, bağımsız, güvenilir enformasyon oluşturamadığı tartışmaları üzerine kurulu bu tanımlamalarda bu eksikliğin ortadan kaldırılmasının, herkesin yani amatör toplulukların katılımı ile mümkün olacağını öngörmektedir. Yurttaş gazeteciliğinde; gazetecilik eğitimi olmayan ama modern teknoloji vasıtalarını ve küresel dağıtım ağı olan interneti kullanabilen insanların, şehirle ilgili toplantıları değerlendirme, gazetelerde çıkan makalelerde gördükleri hata ve taraf tutma hakkında kendi blog veya sayfalarında yazı yazmaları, ya da şehir hakkında fotoğraf, video çekip youtube, kendi web sitelerinde olduğu gibi gösterebilmeleridir. (Askeroğlu ve Karakulakoğlu, 2019, s. 518)

## 2.2. Yurttaş Gazetecilik Gelişimi

Yurttaş gazetecilik tanımı yapılırken neyin yurttaş gazetecilik neyin yurttaş gazetecilik olmadığı tartışmalarını sonlandırma çalışmalarını yapmak isteyen biri birbiri ile çelişen hatta birbiri ile rekabet eden olayları tarihlerle karşılaştırmak zorundadır. Kamusal alanda yurttaş gazetecilikten ilk ne zaman bahsedildiğini tespit etmek mümkün müdür? Gazetecilik literatürüne ne zaman girmiştir tespit edebilir miyiz? Kullanılan terimlerin amatör ve profesyonel karşılaştırmalarını yapabilmek için bu gün baktığımız noktadan terimlerin anlamları ile ilgili anlaşmazlıkları ortaya çıkarmak için birbirleri ile yarışan bu kavramların gelişimini hatırlamak zorunluluktur.

Çoğu zaman bu konuda çalışma yapan yorumcular 2004 yılında Aralık ayında Güneydoğu Asya'da gerçekleşen tsunami sonrasında yavaş yavaş aydınlanan ve çok sayıda anlatının birleşik hale geldiğine dikkat çekmektedir. Ancak Yurttaş gazeteciliğinin (citizen journalism) görünür şekle gelmesinde tesiri olan olaylar; Amerika Birleşik Devletleri'nde 11 Eylül 2001'de meydana gelen terör saldırısı ile başladığı söylenebilir. Sonrasında 26 Aralık 2004'te Güneydoğu Asya'daki tsunami felaketi ve Londra'da 7 Temmuz 2005'te meydana gelen terör saldırısıdır. Olayları gören ve olaylara şahitlik eden vatandaşlar cep telefonları ile çektikleri, fotoğraf makineleri ve kameralarıyla çekmiş oldukları resim video ve görüntülerle önce kendi günlüklerinde (blog), ve sonrasında geleneksel medyada yayımlamışlardır. Bu olaylar yurttaş gazeteciliğın gazetecilik alanında öncü rol oynadığı dönüm noktasıdır. İlk ağızdan enformasyon veren hesapların dikkate değer paylaşım yayılımı, aktüel kamera çekimleri, cep telefon çekimleri, dijital kamera ile kaydedilen anlık durum görüntüleri kişisel web sayfaları aracılığı ile paylaşılmıştır. Olaylar sırasında olay yerinde bulunanlar tarafından üretilen içerikler ana akım gazetelerine inanılmaz katkı sağlamaktadır. (Ongun, 2013, s. 13)

Gazete manşetleri; değerlendirildiğinde yurttaş gazeteciliği açısından kesin bir devrim olmasa bile, internet teknolojisi tarafından başlatılan şaşırtıcı ve çok büyük bir değişiklik olarak ilan etmektedir. Bu ciddiye alınışın altında, çok fazla sayıda ve her alanda bulunabilen amatörlerin olaylara tanıklık etme çok daha yüksek bir ihtimal olarak yatmaktadır. Geleneksel medyanın her zaman her yerde muhabir bulundurma ihtimali söz konusu olmamakta ve genellikle muhabir hadise olduktan sonra olay bölgesine gelmektedir, oysa vatandaş muhabirler hadisenin oluş anında oradadır ve

olaylara tanıklık etmektedir. Örneğin; İngiltere’de yaşanan Buncefield petrol deposunun patlaması ile ilgili olarak BBC’ye ilk fotoğraflar patlamadan 13 dakika sonra, ilk videoya çekilen görüntüleri ise daha sonra ulaşmıştır ve günün sonunda toplam ulaştırılan fotoğraf sayısı 10 binden fazladır. (Ongun, 2013, s. 15)

1990’lı yıllarda teknolojik ilerlemelerle birlikte kişiler kendi web bloglarına ve sayfalarına sahip olmaya başlamışlardır. Başlangıçta çok az sayıda yorumlar bulunan sitelerde insanlar kendi ilgi alanları ile ilgili yazılar yazıyorlar ancak teknik bilgilere sahip olunması gerektiğinden nadiren güncellenmekteydiler. Kasım 1999’da Amerika Birleşik Devletlerinde Seattle kentinde toplantı yapan Dünya Ticaret Örgütü’ne yapılan protesto gösterilerine ait fotoğraflar, yazılar videolar, indymedia’da yayınlanmış ve web sitesinin teknik altyapısı enformasyon vermeye ve herhangi birinin içerik göndermesine imkan sağladığından katılımcıların ulaştırdıkları metin, fotoğraf ve videolar hızla yayınlanmaya başlamıştır.

2004’te Amerika Birleşik Devletlerinde yapılan başkanlık seçimleri sırasında gittikçe yaygınlaşan ağ günlükleri (blog); yeni teknolojilerin (ticari ağ günlükleri yazılımları) ve politik faaliyetlerin yarattığı bir medya çeşidi olmuştur. Çoğu zaman “taban gazeteciliği”, “açık kaynak gazeteciliği”, “katılımcı gazetecilik”, “hiper- yerel gazetecilik”, “dağıtık gazetecilik”, veya “ağ tabanlı gazetecilik” olarak anıldı. Ancak her ne şekilde tanımlanırsa tanımlansın yurttaş gazetecilik anlayışı geleneksel gazetecilik ve muhabirlik anlayışının önceliklerini ve kurallarını köklü bir şekilde değiştirmektedir.

Tabi ki sıradan insanların içinde buldukları durumun avantajlarını kullanarak çevrelerinde yaşananları aktarmak üzere geçici bir süre gazeteci rolünü aldıkları vakaların önemini kabul etmekle birlikte tamamen gelenekten gelen gazetecilik pratiklerinden kopuş olarak da kabul etmemek gerekir. Teknolojik gelişmeler yeni uygulama türleri ve fırsatları günümüze değişerek gelse de, yurttaş gazetecilerin tanıklığa olan bağlılıkları ve yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkışına dair teknolojik belirleyici tanımlamaları yaparken; ayrıca gazeteci olmanın doğasında ve ayrıca günümüzde krizlerin haberleştirilmesinde yeni yaklaşımların güvence altına alınmasına yardımcı olacak değerlendirmelerin kabul edilmesi gerekmektedir.



### 2.3. Yurttaş Gazeteciliğinin Özellikleri

Medya kavramları ülkelerin politikalarının merkezlerinde bulunmaktadır. Ancak bu kavramların medya sektörü açısından düzenleme girişimleri gündeme gelince ne şekilde kullanılacağına dair uygulamada bir fikir birliğine varılmadığını görmekteyiz. (Darendeli, 2010, s. 54) Haber insanlık tarihi kadar eski bir olgu olmasına ve günümüzde enformasyon, kültür ve dağıtımını denetleyen girişimlerin sayısı hızla artmasına rağmen medya sektöründe hızla artış görülmektedir. Medya ve yayıncılık düzenlemeleri temelde üç amaca dayanmaktadır.

Bunlar; Medya zenginliğini ve ifade özgürlüğünü muhafaza etmek, uluslararası ticaretin ve ulusal medya piyasalarının düzenlenmesini güvence altına almak ve uluslararası iletişim fırsatlarında ve kanallarında engellemeleri ve tıkanıklıkları önlemektir. Gazete tirajlarında düşmelerin görülmesi ve radyo ve televizyon kanallarından haber izlemelerin düşmesi medya gelirlerinin azalması ile sonuçlanmıştır. Azalmanın önüne geçme ve izleyici artırma çalışmaları neticesinde ortaya çıkan uygulamalar da dinleyici ve izleyicilerin üretim sürecine dahil edilmesi yurttaş gazeteciliğini çıkarmıştır. Medya şirketlerinin birer büyük güç haline gelmeleri neticesinde izleyici ve okuyuculara değiştirilmiş, çarpıtılmış yönlendirilmiş haberlerin sunulması izler kitlelerin medya kuruluşlarına olan güvenlerinde sarsılma meydana getirmiş ve bu durum onların haber alma aracı olarak gazete ve televizyonlardan uzaklaşarak alternatif haber alma kaynaklarına yönelmelerine sebep olmaktadır.

ABD’de 1990’lı yılların başında bazı proje çalışmaları yapılmış çeşitli medya kuruluşları ile medya okuyucuları, dinleyicileri ve izleyicileri ile bağlantılarını güçlendirme ve hangi konuların haber niteliği taşıdığı ve haber değeri olduğu konusunda karar vermede kamunun katılımını sağlayan bir takım çalışmalar başlatılmıştır. Bu çalışmalarda; kamusal topluluk neyle ilgilenir, karşılaştıkları sorunları çözme konusunda medyanın hangi alanlarda yardımcı olabileceği, bir tür vekillik ve ortaklık medya ile birlikte halk arasında ilişkileri engelleyen güvensizliklerin en azından kısmen kırmak amacıyla tasarlanmaktadır. (Seib ve Fitzpatrick, 1997, s. 196)

Kültürel bir değişim olarak nitelendirilen yurttaş gazeteciliğinde, yurttaş gazeteciliği uygulayıcılarının; araştırmacı haber verme alışkanlıklarına bağlı kalarak

yorumlama, açıklayıcı haber anlayışının yurttaş tipi gazeteciliğinde önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Gazetecilerin pek çoğu; haberleri ihtilaf, çatışma, anlaşmazlık gibi değerlendirmeler üzerinden yorumlarken, yurttaş gazeteciliği bu noktada habere konu olan olayları yeniden tarifini yapmak için çaba sarf ederek ve daha fazla okuyucuların ilgisini çekmek için, haberde dengenin yeniden kurulması ile haber üretim sürecine okuyucuları da dâhil etmektedirler. Bu şekilde yurttaş gazeteciliği ve gazeteciler ile vatandaşlar arasında etkileşimlerin meydana gelmesi yönünde teşvikte bulunmaktadır. (Shaffer 2004'den aktaran Kutlu Ozkan ve Bekiroğlu, 2010, s. 254)

Yurttaş Gazeteciliği güncel olaylar, haber üretmek, şehir ve vatandaşlar ilişkileri arasında eğitici kararlar alınmasını, buna dönük de demokrasi anlayışı içinde vatandaşların sorumluluklarını harekete geçirmeyi hedefler. Yurttaş gazetecilik anlayışında konu; kişilerin organizasyonu, bağımsız bireylerin oluşturduğu anlatım ve aktarımlarla daha belirgin gerçekleşmektedir. Haberlerin içersinde bilgilerin nitelikleri, nasıl ve nedeni hakkında sorunları anlamak için anlaşılabilir bir tablo içinde sunulmalıdır. Çünkü bu anlatım tarzı vatandaşların bahsedilen sorun, ya da olay hakkında daha geniş bilgi sahibi olmasına yardımcı olmaktadır. Temel ilkeler esas alındığında yurttaş gazeteciliği; öncelikle haber oluşma sürecinde konu ile ilgili mümkün olduğu kadar çok haber kaynaklarına ulaşılmasını ve bu haber kaynakları hakkında daha çok görüşlerine başvurulmasına öncelik vermektedir.

Kapsamlı çözümler, bilgi içermesi, gerekli haberlerin yapılabilmesi konusunda sorunları kontrol altına alınması için yurttaşlara olanak tanımaktadır. Katılımcı ve süreci kolaylaştırıcı gazetecilik anlayışı olarak yurttaş gazetecilik, yurttaşları harekete geçirici bilgiyi içermelidir. Bilindik sıradan resmi bakış açılarının aktarılması yerine vatandaşların bakış açısını yansıtmaları esas olanıdır. (Işık, 2005, s. 191) Diğer önemli nokta da süreklilik niteliği taşıyan uzun vadeli bir habercilik anlayışı kapsamında haberin oluşum süreci on plana çıkartılmalıdır.

Haberlerin kendi haberleri olarak hissetmelerini sağlamak için, vatandaşların haberlerin ortaya çıkış sürecine de dâhil edilmekte ve haberle ilgili olabildiğince sıklıkla temasa geçilerek, hem haberlerin kendilerine ait olduklarını hissetmelerini sağlama hem de haberlerin oluşum sürecine daha aktif rol almaları sağlanmaktadır. İletişim teknolojilerinde sürekli değişim ve gelişmeler ve bilgi edinme hakkının da tanınması yurttaş gazeteciliğine yeni fırsatlar sunarken, gazetecilik gereklerinin de

yeniden sorgulanmasını beraberinde getirmiştir. Teknolojik gelişmelerde sürekli ortaya çıkan yenilikler sayesinde vatandaşların parmaklarının ucunda dünya genelinde bir kütüphane ve yayınevine sahip olabildikleri öne sürülmektedir. İletişim teknolojilerinde ortaya çıkan bu hızlı ve süratli değişim gazetecilik alanında yurttaş gazeteciliğinin değerlendirilmeye alınma gereksinimi oluşturmaktadır.

Yurttaş gazeteciliği hareketi ilk başlarda büyük gazetelere uygulayabilecekleri bir yöntem gibi gözükürken, bilgisayar ve ağ teknolojilerinin hızla gelişen, teknolojinin taşınabilir ve her yerden ulaşabilir olmasının getirdiği imkânlarla, kullandıkları bu araçların kaydetme araçları olarak kullanılması ve sıradan vatandaşların kendi haberlerini yapmaları amacıyla ortam oluşturmuş ve yapılan haberleri de yayma aracı olarak interneti kullanmaları ile erişime sahip olan herkese ulaşma fırsatını yakalamaktadır.

Haber konusu olan olayı meydana getiren, olaya tanık olan vatandaşlar büyük medya kuruluşlarında yayınlanmayan haberleri, hikâyeleri erişime sahip olabildikleri ağ teknolojileri sayesinde büyük kitlelere ulaştıracak imkâna sahip olmuşlardır. Gazeteler haber kaynaklarını ileti yeri olarak interneti kullanmakta ve sanal ortamda da ilgi çeken haberlere sayfalarında yer vermektedirler. Bu durum yeni gelişen teknolojileri kullanma becerisi olan vatandaşların birer muhabir haline geldiği düşünülse de uygulamada halledilmesi gereken sorunlar da bulunmaktadır. Bu sorunlardan birincisi; hangi sitenin güvenilir olması, hangi haberin ilgi çekeceğinin tespiti, gerçekten ilgi duyulan haber mi sorusunun cevabı, hangi sitenin hızlı habercilik yapabileceği, aldığı enformasyonu yorumlayabileceği bilgiyi hangi siteden alacağıdır. Diğerleri ise haber hazırlamaya ayıracak zaman ve düzeli haber akışının sağlanması sorunu ciddi sorunlar olarak ortaya çıkmaktadır.

#### **2.4. Yurttaş Gazeteciliğinin Önemi ve Etki Düzeyi**

Bilgi ve haber üretim noktaları son yıllarda gelişen teknoloji ile farklı görünümlere bürünmektedir. Aslında kitlesel donanım özellikleri göz ardı edilirse gazetecilik kitabında, amatör gazetecilik, kişisel gazetecilik, gibi değişik kavramlar altında yurttaş gazeteciliği pratik olarak anılmaktadır. Yurttaş gazeteciliği; halk gazeteciliği, katılımcı gazetecilik, gibi farklı kavramlar altında özellikle iki binli yılların ortasından itibaren çalışmalarda daha fazla konu olmaktadır. Bu tarihlere

yapmayı gerekli hale getiren gelişme ise; web 2.0 olarak anılan ve kullanıcı merkezli içeriklere yer açmak için tasarlanan yeni internet tabanlı ağların ortaya çıkarak kullanıma açılmasıdır. (Zuckermann'ın, 2008, s. 44)

Dijital video ve görsellerin üretimlerini erişebilir hale getiren akıllı telefonların da aynı zamanda ortaya çıkması internet kullanıcılarının video, görsel, metinleri kullanarak özgün içerik üretmelerini kolaylaştırmıştır. 2004 yılında oluşturulan video paylaşım ağı YouTube, 2005 yılında oluşturulan sosyal paylaşım ağı Facebook ve 2007 de kurulan mikroblog sitesi Twitter gibi mecralar ve kullanıcı merkezli mevcut içeriklerin dolanımının boyutu olağanüstü düzeyde artmıştır. Yurttaş gazeteciliğini, basitçe ve geçiştirilebilen bir dille sadece gelişen teknolojilerle birlikte ortaya çıkan bir takım yeni uygulamalardan ibaret olarak tanımlamak, bu gazetecilik anlayışının toplumsal anlamda demokrasi çabalarına fayda sunan taraflarını gözden kaçırmak demektir. Gazetecilik; halk gazeteciliği, geleneksel gazetecilik, etkileşimli gazetecilik ve yurttaş gazeteciliği olarak dört farklı zeminde icra edilmektedir.

Yurttaş gazeteciliği bu gruplandırmada, maaşlı çalışan profesyonel gazetecilerin olmadığı, haberi toplamada, görselleştirme ve üretmede, yayınlama aşamalarında tamamen normal vatandaşların bulunduğu bir alan olarak değerlendirilmektedir. Bir ya da birden çok yurttaşın sivil inisiyatif ve kar amacı gütmeyen bir çalışma olarak yürüttüğü web siteleri, haber blogları, gazeteler bu kapsamdadır. Günümüzde sosyal medya ağları yurttaş gazeteciliğin faaliyetlerini git gide daha çok kapsayan ve dönüştüren mecralar olmuştur. Yurttaş gazeteciliği haber toplama, üretme, yayma, geniş kitlelerle dolayına sokma safhalarında profesyonel olmayan vatandaşların eldeki teknolojik fırsatlar dâhilinde yer aldığı bir gazetecilik çalışmasıdır. Pratikte bu gazeteciliğin tanımlandığı yurttaş kimliğiyle ilgili sorunlar bulunmaktadır. Irak'ın 2003 yılında ABD tarafından işgali sırasında normal bir irak'lının gözünden savaşın anlatıldığı Salam Pax'ın şahsi weblogunu yurttaş gazeteciliğinin başarılı erken örneklerinden birisi olduğunu söylemektedir. (Zuckermann'ın, 2008, s. 47)

Pax örneğinde olduğu gibi ana akım medyaya alternatif sesler olarak katkı sunmaktadırlar. Bunun yanında 2011 yılında Suriye'de Arap baharı sırasında yaşanan toplumsal hadiselerle bakış açısını anlatan "A Gay Girl in Damascus" weblogunun sahibinin İngiltere'de yaşayan 40 yaşlarında bir erkek olması gibi örnekler de bu noktada ana akım medyanın bu tür yurttaş gazeteciliği pratiklerine güvenmek için

yeterince teyit mekanizmaları geliştirmedeği ortaya koymaktadır. (Bennet, 2011, s. 191)

Yurttaş gazeteciliğinin faaliyet alanı olarak son zamanlarda Twitter, Facebook, gibi sosyal medya ağları daha fazla önem kazanmaktadır. Bunda erişim ve üretim kolaylığı, geniş kitlelere aracısız ulaşma gibi faktörlerin yanında mobil cihazlara uyumluluk gibi faktörler rol oynamaktadır. Örnek: 2016 Aralık ayında Suriye’de Halep kentinde rejim güçlerinin ablukası altında kalan muhalif gruplar ve sivil halk yoğun olarak Twitter üzerinden seslerini dünya kamuoyuna duyurmuşlar ve bu şekilde belki de olası bir etnik temizliğin önüne geçen, engel olan ateşkes ve tahliye anlaşmasını oluşturan şartları sağlamışlardır.

Bu tür durumlarda önemli olan iki nedenle doğrudan bağlantılıdır: birincisi yabancı dil faktörüdür, çünkü ana dili İngilizce olanlar açısından bu faktör pek önemli olmazken, farklı coğrafyada yaşayanlar için dünya kamuoyuna seslerini iletmelerinin ilk koşulu İngilizce veya yaygın bir yaygın dile hâkim olmak gerekir, bu faktör olmadan sadece yerel medya aracılı bir etkileşim söz konusu olabilmektedir. (Zuckermann, 2008, s. 48)

İkinci olarak, yurttaş gazeteciliğini yapmak bir tercih meselesidir. Olaylara şahit olmak ve bunları kayıt altına almak ve sosyal medya hesaplarından duyurarak gerekse ana akım kuruluşlarına ulaştırmak yurttaş gazetecilik pratiği olarak adlandırılmaktadır. Yurttaş gazeteciliği bir kriz anında orada bulunmanın sağladığı avantajla gazetecilik refleksi göstererek olayları kayıt altına almak ve ilk ağızdan aktarma eylemini ifade etmektedir. Aktivizmle iç içe geçen bu tür gazeteciliğin, ürettikleri içeriklere karşı çalışmanın sınırları içinde tanık gazeteciliği şeklinde tanımladığımız yurttaş gazeteciliğinin geleneksel medya ile etkileşiminden söz edilmektedir.

Farklı alanlarda derlenen haberleri kişisel bloglarından, web sayfalarından veya sosyal medya hesaplarından paylaşmak, bir olaya bağlı kalarak kitlesel bir gösteride hadisenin içinden ve olay sürecinde haber aktarmak veya haber değeri taşıyan bir olaya şahitlik ederek gerçekleşen pratikleri ana akım medya kurumlarına ulaştırmanın birçok yolu bulunmaktadır. Medya mantığına veya deneyimine sahip olanlar bu tür paylaşımlarında ilgi göstereceğini düşündüğü basın kuruluşlarına ürettikleri haberleri derleyerek, basın kuruluşlarından bahsederek basın kuruluşlarını haberdar ederken,

Ayrıca ihbar hattı bulunan haber ajansı, televizyon ve diğer medya kurumları whatsapp ve facebook gibi sosyal medya hesaplarıyla da ellerindeki bilgileri paylaşabilmektedirler. Sosyal medya ağlarında ise isim etiketlemeleri yöntemi ile vatandaşlar da medya kurumlarının ilgisini kolayca çekmektedirler.

Blog yazarları ise kendi bloglarında kendi haberlerini yayınlayarak kendi takipçilerine haberi duyurmaya çalışmaktadır. Bu işlemler dakikalar içinde yapılabilmektedir. Medya kuruluşlarıyla bir haber, olay üzerine iletişime geçen kişilerin elde ettikleri fotoğraf ya da video gibi kaydı için bir tür gelir elde etme maksadı güttüklerinde, herhangi bir gelir elde edemeyecekleri sonucuna vardıkları zamanda, bedelsiz bir şekilde sosyal paylaşım hesaplarında paylaştıkları belirtilmektedir. Buna rağmen ilgili haber görselleri ve paylaşımları hızlı bir şekilde yayılarak rağbet gördüğü anlaşılmaktadır. Oysa internet yaygınlaşmadan, sosyal medya ağları gelişmeden önce habere ulaşma ve haberi elde etme imkânları oldukça sınırlıdır.

Vatandaşların yapabilecekleri tek şey mevcut medya kuruluşunu arayarak konuyla ilgili bilgi vermektir. İnternetin hızla gelişmesiyle beraber sosyal medyanın hızlı ve aktif kullanılması sonucu haber süreç mantığı değişti, artık haberler anında sosyal medyadan yayılmaktadır. İnsanların gazeteyi ya da televizyonu aramalarına gerek kalmadan ilgili olay kısa süre içinde tüm dünyaya yayılmaktadır. Haberlerin bu hızlı yayılma biçimi bir manada gazetelerin ve televizyonların elindeki haber hakimiyetine de meydan okumaktır.

Artık haberlerin ilk olarak ajanslardan, radyodan veya televizyon kanallarından yayılacağı üstünlüğü ortadan kaybolmaktadır. Gelişen teknoloji ve internetle birlikte bu vasıtalara erişimi olan herkesin potansiyel birer haberci veya haber kaynağı olduğu söylenmektedir. Bilginin bu kadar hızlı yayılması özel haberciliği de ciddi anlamda olumsuz etkilemiştir. Habere konu olan olay medya kuruluşlarına daha ulaşmadan dedikodu mahiyetinde bile olsa sosyal medya ağlarında yayılmaktadır. Bu durum özel haber yapabilme kabiliyetini sınırlandırmıştır. Ancak haber yayılımındaki bu hız bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. Haber portalları sürekli haber akışlarını değiştirirken, her an hata yapma veya yanlış bilgi verme gibi bir ciddi tehlike ile de karşı karşıya kalmaktadırlar. Haber siteleri arasında meydana gelen bu rekabetin

sonucunda yanlış haberlerin sayısı fazlaca artmakta ve internet haber sitelerinin güvenilirlik sorunları da olumsuz yönde etkilenmektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ULUSLARARASI İLİŞKİLERE ETKİSİ AÇISINDAN YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ

Birbirlerine bağımlı ve medyanın çeşitliliği içinde iletişim kurabilen bir dünyada yaşıyoruz, bu dünya küresel krizleri ve kriz çeşitliliğini hızla artırmakta ve çoğu zaman da derinleştirmektedir. Terör savaşlarından, finansal krizlere, iklim değişikliklerinden, fakirliğe ve insan haklarının çiğnenmesine, zorunlu göçlerden insanlık felaketlerine kadar çok çeşitli biçimlerde sayabileceğimiz tüm bu krizler küreselleşen dünyamızın karanlık taraflarını temsil etmektedir. Bu krizler kaynakları ve neden oldukları gerçekleri bakımından ulusal sınırlarda kalmamakta, çevre bölgelerinde ve diğer ulusal sınırlar içinde hissedilmektedir.

Küresel yönetim şekillerine etki etmekte ve uluslararası hareketliliğe dönüşen sivil toplum tepkisine dönüşmektedir ve birbirlerine karşılıklı olarak günümüz dünyası, dünya medyasına da oldukça bağımlı hale gelmektedir. Krizlerin nasıl çıktıkları, nasıl etki kazandıkları ve nasıl anlaşılmalı çalışılırken dünya medyasında nasıl saptandıkları ve açıklandıkları, nasıl vurgulandıkları ve üzerinde nasıl duruldukları önemlidir. Dünyamızda gizli savaşlar ve unutulmuş felaketler olarak adlandırılan çok fazla olay olmasına rağmen medyada görünürlükleri olmadığı için tanımlanıp tepki de çekmemektedirler. Krizler, felaketler, adalet için girişilen çağdaş mücadeleler ve birbirleri ile bağlantılı şekilde anlatılabilecek olaylar yurttaş gazeteciliğin yükselmesine de katkı sağlamaktadırlar.

Yurttaş gazetecilik tarihsel gelişmeleri yok saymadan sivil toplum politikalarını ifade etme konusunda önemli başarı kazanmaktadır. Genel olarak yurttaş gazetecilik yaygın olarak ulaşılabilir ve sürekli güncellenerek yenilenen ve iletişim teknolojilerini kullanmadaki başarıları ile yaratıcılığını da ispatlamıştır. Taşınabilir, düşük maliyetli, güvenli, dijitalleşen iletişim teknolojileri ile internet sunucu ağlarına bağlanmayı ve yüklenmeyi kolaylaştırarak artık günlük hayatın ayrılmaz birer parçası olmuş ve sosyal ilişkilerin kurulmasında aracı olmaktadır. Yurttaşlık ve gazetecilik her iki kavram birlikte harekete geçerek dünya çapında farklı rejimler altında uygulansalar bile



günümüz ana akım medyası dışında yurttaş gazetecilik varlıklarını ortaya koymaktadırlar.

Ana akım medyalar da artık gazete ve yayıncılık hizmetlerini, internet sunucuları ağına bağlamış ve kendi haberciliklerinin sanal dünyada varlığını sürdürebilmesi için internet ile güçlenen ve katlanarak büyüyen blog evreninde kendilerini sunmak niyeti taşımaktadırlar. Büyük haber kuruluşları, Pazar paylarını artırmak için dünya çapındaki iletişim alanını kontrol çabasındaiken, yurttaş gazetecilik, haber sunumunun ve dünya çapındaki bağımsız platformları eş zamanlı kullanarak haber paketlerinin içine girmeyi başarmış görünmektedir. Yurttaş gazetecilik örneklerinin kamu çıkarları ile aynı paralelde oluşu, özellikle basın özgürlüğünün ana özelliklerinin dikkate alınmadığı ülkelerde çok daha önem taşımaktadır.

Prensipieri savunmak için blogcular, haber muhabirlerinin alternatif biçimlerini kullanarak, güçlünün ve öncelikli olanın çıkarlarını sarstıkları için ciddi bedeller ödemişlerdir. Pres blogculugunun, devlet kontrolündeki kitle medyasının yok saydığı ticaret birliklerini, radikal öğrenci gruplarını, kadınların içinde buldukları zor durumlarını göstermek için alan yarattığını biliyorlar. Yurttaş gazeteciliğın yenilikçi ve alternatif ifade biçimleri sayesinde siyasi ve politik şartlara tepki olarak nasıl bir canlanma meydana getirdiğini görüyorlar. Yurttaş gazeteciliğın sivil toplumun ayrılmaz bir parçası olarak görülmesi gerekir, çünkü katılımcı medyanın, yurttaşların günlük hayatla bağlantılı çok sayıda alanda aktif olmalarını, farklı tartışma organizasyonları yapmalarını ve iletişim haklarını kullanmalarını sağlamaktadır. (Yanardağlıoğlu, 2015, s. 258)

Yurttaş gazeteciliği, kesin bir devrim sayılmasa da internet teknolojileri tarafından başlatılan büyük bir değişiklik olarak görülmelidir. Yurttaş gazeteciliğında bir dönüm noktası olarak kabul edilen 2004 yılında Aralık ayında Güney Asya'da meydana gelen tsunami sonrası ilk ağızdan bilgi veren hesap sahiplerinin cep telefonları, dijital kameralar, çektikleri vidolar, anlık durum görüntüleri orada bulunan kişiler tarafından üretilmiştir. Prodüktörler, profesyonel haber kameramanları ve televizyoncular görüntü ve kayıt almak için felaketin olduğu yere gönderilememiş, bunun yerine havaalanlarında felaket yerinden ellerinde görüntüler olan tatilden dönen insanlarla temas kurmayı denemişlerdir.

Büyük televizyonlar ve haber kanalları orada bulunan yurttaşların kayıtlarını verdiler, daha önce büyük televizyon haberlerinin böylesi uluslararası bir haberde amatörlerin kendi kameralarıyla çektikleri görüntülere ve kayıtlara yenik duruma gelmemişlerdir. Yurttaş gazetecilik tanımında sıradan insanların tanık olma kapasitesinin gücünü göstermesi açısından bu olay tarifi reddedilemeyen bir dönüm noktası kabul edilmek zorunda kalmış ve gazetecilik literatüründeki yerini sağlamlaştırmıştır. Katılımcı gazeteciliğin önemi; günlük insanların kendi hikayelerini paylaşabilmeleri sağlanır, başka yerde bu yapılamamaktadır. Televizyonlarda gazetelerde bu yapılamaz, sadece internette yapabilmekte ve internet haberleri kişisel katılımı sağlayabilmektedir.

Mikro blog kavramı içerisinde bol yorum ve önemli bilgilerle yüklü twitter mikro blogu yurttaş gazetecilerin gerçek zamanlı haberlerinin en iyi kaynağını oluşturmaktadır. Halen daha bir felaket anında çalışmalarını harekete geçirmek için ve tanıklıkları izlemek için ideal bir alan olarak görülmektedir. Sosyal medya aracılığı ile farklı medya kaynaklarının bir araya gelmesiyle tanıklık fotoğrafları paylaşmak yurttaş gazeteciliğinin görünürlüğünü artırmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile ortaya çıkan kameralı telefonlar, acil durumlarda yurttaş gazeteciliğini hayati öneme taşımıştır çünkü artık bloglar sadece kişisel hesapları ile değil tanık kayıtlarla da görülmektedirler.

Yurttaş gazetecilik; azınlıkların tanınması, kamusal söylemlerin geliştirilir ve duyulur hale gelmesi, yolsuzlukların önlenmesi, insan hakları ve farkındalığın halk arasında yükseltilmesi, kişisel özgürlük alanlarının genişletilmesi ve korunması gibi meselelerde vatandaşların kendilerini ifade alanları yaratmaktadır. Hak yoksunluğuna sahip gelişmemiş ülkelerde, medyası zengin kendisi fakir olan bir ülkede vatandaşların seslerini duyurabilmelerine aracılık edecek olan yurttaş gazeteciliği için; sadece temel altyapı olan elektrik, bilgisayar, telefon, internet hizmeti olması yeterlidir. (Ünal, 2014, s. 112)

Yurttaş gazetecilik kişilerin alternatif haberlere katkıda bulunma becerilerine göre kamusal alanı çeşitlendirme ve zenginleştirme imkanına sahiptirler. Demokrasilerde olması arzulanan bilinçli vatandaşların geniş anlamı itibarıyla fikirlerini ifade etmelerine yaramaktadır. Demokrasinin getirdiği tüm haklardan yararlanmak ve önceliklere sahip olmak için seslerini yükselterek tanıma fırsatı

sağlamaktadır. Bu tanınma mücadelesi zaman zaman genellikle taşra bölgelerinde ulusal bilince uzak kalan azınlıkları kapsamaktadır. Yurттаş gazeteciliğın kriz haberlerinde, insan hakları meselelerinde belirleyici olma özelliğiyile; bu tür tanınma biçimlerine katkı sağlama kabiliyeti açıkça görölmektedir. Geleneksel medyadaki suistimaller gündeme getirilerek erkek egemen toplumlarda sivil toplumun örgütlerinin olaylarla ilgili farkındalığını yükselterek tepkileri harekete geçirirler ve protestolar koordine edilir hale gelmektedir.

### **3.1. Yurттаş Gazeteciliğın Gazetecilik Uygulamalarına Etkileri**

Günümüzde medya sektöründeki girişimci sayıların hızla artması nedeni ile denetlenmesi ve izlenmesi zor bir hale gelmektedir. Bu yoğunlaşma dışında medya kuruluşu sahiplerinin sektör dışında başka alanlarda iş adamı haline gelmeleri ve özel çıkar alanlarını korumak için medyayı kullandıkları bir araç haline getirmektedir. Medya şirketlerinin buldukları alanda birer büyük güç haline gelmeleri; beraberinde vatandaşlarla küresel güç yapıları arasında dengelerin derinleşerek bozulmasına ve eşitsizliklerin çok daha büyük uçurumlar haline gelmesine sebep olmaktadır. Küreselleşmenin zorladığı bu mücadelede, medya stratejik bir mücadele aracı haline gelmektedir. Medya okurlarına, izleyicilerine farklılaştırılmış, yönlendirilmiş ve çarpıtılarak özünden ayrılmış haberleri sunması normal hale gelmektedir. Bu tür haberlerde yapılan yönlendirmeler artık kendilerini yeniden üretmez hale gelmeye başlamaktadır. Yaşamlarında kullanamayacakları ve önemsiz ve doğruluğunda şüphe duyulan haberler giderek daha az okunur ve daha az izlenir hale gelmeye başlamaktadır. Gazetelerdeki tirajların hızla düşmeleri ve reytinglerin azalması ise medyada bulunan şirketlerin gelir kaybına uğramalarına sebep olmaktadır. Bu olumsuz gidişin önüne geçmek ve reyting çabalarını artırma çalışmaları neticesinde ortaya çıkan uygulamalardan biri de yurттаş gazeteciliğidir.

Yurттаş gazetecilik yıpranan mesleki uygulamaları tamir etmek için yeni arayışları da beraberinde getirmektedir. Yurттаş gazetecilik pratiğiy meslekteki yıpranmanın tamir edilmesi için okuyucu ve izleyici ve medya arasındaki irtibatları yeniden düzeltmeye çalışmaktadır. Yapılan çeşitli incelemelerde farklı mesleki alanlar arasında güven kaybı sıralamasında medyanın en alt sıralarda bulunması okur ve gazeteler arasındaki güven ortamını yeniden tesis etme çabalarının ne kadar önemli olduğunu gündeme getirmektedir. Hangi konuların haber değeri olması konusunda

halkın katılımını öngören bir habercilik anlayışı oluşturmaya çalışılmakta ve toplum neyle ilgilenir, karşılaştıkları önemli sorunlar nelerdir, bu sorunları çözmeye medyanın nasıl bir rol alabileceği gazetecilere anlatılmaktadır. Bu tür bir vekil ve ortak anlayışı, medya ile vatandaş arasındaki ilişkileri engelleyen güvensizliği en azından kısmen kırmak için tasarlanmaktadır. (Seib ve Fitzpatrick, 1997, s. 196)

Okuyucuların haber unsurlarına güvensizliğinin belirli ölçülerde engellenebilmesi, reytinglerin artırılabilmesi, medyanın okuyucularına cevap verebilen bir habercilik yapabilmesi ile mümkün olacaktır. Bu tür habercilik yaklaşımının ise küresel ve egemen güçlerin beklentilerine uygun olmayacağı bilinmektedir. Araştırmacı gazetecilikte son yıllarda kendi içindeki sorunları eleştirmeye başlayacak yolları açmayacağı ve anlayışlı bir gazeteciliği yaşatmayacağı görülmektedir. Büyük küresel medya şirketleri üzerlerindeki kar zorunlulukları ve bütçe maliyet hesaplamaları dikkate alınınca maliyeti oldukça yüksek bir tür olan, araştırmacı gazeteciliği büyük çapta ortadan kaldıracak bir sürecin başlamasına neden olmaktadır.

Gelir azalmasına bağlı olarak tetiklenen tiraj düşmeleri ve bu azalmanın önüne geçilememesinin yarattığı sonuçlara bağlı olarak araştırmacı gazeteciliğin niteliğinde de düşüş olabileceği kaygıları artmaktadır. Buna bağlı olarak araştırmacı gazeteciliğin son yıllarda çökmekte olduğu görülmektedir. Gazetelerin yeniden yapılandırmak zorunda kaldıkları bütçelerin bir parçası olarak, basında araştırmacı yerini, kar amacı gütmeyen diğer aktörlerin üstlenmesi sonucunu doğurmaktadır. Kar ve kazanç baskısının gazetecilikte araştırmacı gazeteciliği bitirmesi yerine araştırmacı gazetecilikten boşalan alan yurttaş gazeteciliğin doldurabileceği düşünülmektedir. Yurttaş gazetecilikte vatandaşların demokrasiye bağlı katılımcılar haline gelmesi düşünülmür. Bu noktada yurttaş gazetecilikte kamunun aktif bir siyasal amaca dönüştürülmesi hedeflenmektedir. (Voakes, 2004, s. 26).

Yurttaş gazeteciliğinde araştırmacı habercilik, olay tanıklığı özelliklerini görmek mümkündür. Yurttaş gazetecilikte hadiselerin bütünlüğünü koruyabilmek için yurttaş gazetecilik ve araştırmacı gazetecilik işbirliği gerekebilir. Maliyet masrafları ve bütçe kesintileri nedeniyle tasfiye edilmesi düşünülen araştırmacı gazetecilik ile, ileri teknoloji ve teknolojik yeniliklerin ortaya çıkardığı maliyet boyutu çelişki gibi dururken, teknolojik yenilikler ve teknolojinin sonucu bilgi edinme hakkı anlayışının toplumda yaptığı etkilerle oluşan, yönetim anlayışlarındaki gelişmelerin vatandaş

lehine olumlu sonuçlar doğurması, araştırmacı gazetecilikten boşalan yeri, yurttaş gazeteciliğin alacağı koşulları oluşturmaktadır.

### **3.2. Teknolojik Gelişmeler ve Yurttaş Gazeteciliğin Bilgi Edinme Hakkına Etkileri**

İletişim teknolojilerindeki değişim ve gelişimler, bilgi edinme hakkının savunuluyor olması yurttaş gazeteciliğin getirdiği yeni fırsatlar olarak değerlendirilmektedir. 1766'da isviçre'de anayasal bir hak olarak elde edilen kazanım olan bilgi edinme hakkının temel demokratik ilkesi Őeffaflıđın sağlanması ilkesidir. Bilgi edinme hakkı, özel hayatın korunması, ulusal gúvenlik, ticari sırlar gibi istisna konular dışında vatandaşların bilgi edinme hakkının varlığını belirtmektedir. Yönetimlerin yaptıkları işlerin hukuka uygun olup olmadıklarının güvence altında tutulabilmesi, yönetimlerin elindeki bilgilere ulaşabilmesi ile bağlantılıdır. Şeffaflık anlayışının yönetimlere yerleştirilebilmesi, yurttaş gazeteciliğin sorumluluklarını yerine getirebilmesinin demokrasi adına öngörúlen koşulları arasındadır.

Teknolojideki gelişmeler ve yarattığı hızlı değişimler yurttaş gazeteciliğinin de filizlenmesine ve gelişmesine etkili olmaktadır. Bilgi edinme hakkı ve kurumsal olarak yürüyebiliyor olması, yurttaşların ihtiyaç hissettikleri bilgilere profesyonel gazetecilerin dolayımı ve küresel piyasaların zorlayıcı engelleri olmadan yurttaş gazetecilik kanıtlılığı ile ulaşımları sağlanarak olacaktır. Bilgi edinme hakkının uygulanabiliyor olması, internet bağlantı imkanı olan her vatandaşın, teknolojinin gelişmesi ile ortaya çıkan ağ bağlantılarını kullanarak bilgilerinin yayılması imkanı ile oluşmuştur. Habercilik endüstrisinde kullanılmaya başlanılan teknolojik gelişme ürünleri sayesinde artık yurttaşlar parmaklarının ucunda küresel irtibatlı bir yayınevine sahip olabildikleri öne sürülmüştür. (Witt, 2004, s. 115)

İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler sağlanması ve bilgi edinme hakkında sağlanan fırsatlar ile birlikte yurttaş gazeteciliğinin yeni bir değerlendiremeye tabi tutulmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Yurttaş gazeteciliğinin gelecekte edineceği yer yurttaş gazeteciliği hareketinin çıktığı dönemler haber kuruluş ve örgütlerinde yerleştirilmesi gereken bir uygulama olarak görúlrken; bilgisayarların ve ağ teknolojilerinin gelişmesinin doğurduğu sonuçlara göre yurttaş gazeteciliği uygulaması yeni imkanlar sunmuş ve bu gazeteciliğin yeniden biçimlendirilmesi görüşü hakim

olmaya başlamaktadır. Vatandaşların katılımcı bir gazetecilik olarak gördükleri ve her yurttaş gazeteci oluyor anlayışı ile her gün öğrenciler, ev kadınları, profesörler, sıradan her vatandaşın yüzlerce haber gönderebildiği haber ve yorumları bir arada sunmayı başaran ve yurttaşların birbirleri ile konuşma isteğine karşılık veren yurttaş haber platformları ve siteler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu tür platformlar ve siteler, teknolojik gelişmelerin uygulamaya koyma fırsatı tanıdığı web tabanlı bir çok özelliği kullanarak çok sayıda okuyucuya da ulaşmayı başarmışlardır.

Webloglar ve blog'lar artık dikkat çekmeye başlamışlar, ücretsiz online ulaşılabilen kendi yayıncılık özelliklerine sahip araçlarını kullanarak küresel çapta erişimlere sahip olabilmekte ve geniş kitlelere ulaşabilir hale gelmektedirler. Bu durum çok fazla kişinin habercilik açısından yeni avantajlar sunan birer fırsat olarak görmesine imkan sağlamaktadır. İnternet gazeteciliğinin çok daha zenginleşerek haber kuruluşlarının vatandaşlara fırsat sunma kapasitesini artırdığı belirtilir. Haberlerin web ile buluşması sonucu haber kuruluşları vatandaşları ilgilendiren konularda yurttaş gazetecilik pratiğinde bir bütünlük oluşturmaya imkan oluşturabilmektedirler. Başlangıçta gazetecilerden karar verme güçlerini halkla paylaşarak, halkı dinlemek olmayacakmış gibi görünse de yurttaş gazetecilik uygulamaları yeni imkanlar sunmuş ve bu imkanlar sayesinde tanınmış bloggerler büyük medya gruplarının haberleri üzerinde izleme, haberlerin doğru olup olmadıklarına “her yurttaş bir muhabirdir” yaklaşımı ile değişen koşullar altında gazete ve gazeteciliğin yeniden gözden geçirilmesini sağlamaktadır.

Fotoğraf makinelerinin, kameraların, dizüstü bilgisayarların yaygınlaşmaları ve teknolojik ilerlemelere göre fiyatlarında meydana gelen düşüşler giderek haber kaydetme vasıtaları olarak kullanılmalrı ve sıradan yurttaşların kendilerine ait haberlerini yapmaları açısından fırsat oluşturmaktadır. Her yurttaşın yaptığı haberler, ulaşım imkanı bulunan internet haber iletişim ağları ile erişime sahip olabilen herkese ulaşmaları sağlanmaktadır. Bu durum yeni gelişen teknolojik imkanları elinde bulundurma fırsatı olan her vatandaş, çözülmesi gereken sorunları bünyesinde barındırsa da, birer potansiyel muhabir haline getirmektedir. Herhangi bir vatandaşın haber okumaya ayıracağı zaman düşünüldüğünde ayıracağı sürenin sınırlı olduğu görülmektedir. Bu durumda karmaşık ve birbirine geçmiş haber dünyasında, ihtiyaç

duyacakları bilgiler ve haberlere ulaşabilmek için bir tanıklığa ihtiyaç duyacakları kaçınılmazdır.

İhtiyacı olduğunu düşündüğü haberleri hangi sitelerden ve nasıl ulaşmalıdır? Güvenilir siteler hangileridir? Hızlı habercilik yapabilen ve aldığı enformasyonu değerlendirerek doğru bilgilendirmeleri hangi siteler yapabilecektir? Yurttas gazetecilerin de haber hazırlama ve sunmaya ayıracakları zaman çok sınırlı olacağından veya bazen hiç yorumlamaya dahi zamanları olmayacağından sürekli ve düzenli olacak şekilde haber akışları nasıl sağlanacaktır gibi sorunların çözülmesi gerekmektedir. Diğer yandan web sitelerinde yayımlanan tanıklı haberler büyük küresel medya kuruluşları içinde kaynak oluşturabilmektedir. Örneğin 2004 baharında bir vatandaşın ABD askerlerinin bayrağa sarılı tabutlarını Irakta uçağa yüklenirken çektiği dijital fotoğraflar birkaç gün sonra bilgi edinme özgürlüğü yasası kapsamında düzinelerce fotoğraf Seattle Times'ın ana sayfasında yayımlandı. Daha sonra fotoğraflar bütün büyük gazetelerde yer almış ve daha sonra Irak'taki Ebu Gireyb cezaevinden taciz ve işkence fotoğrafları da akmaya başlamıştır. (Uzun, 2008, s. 643)

Iraklı esirlere ait fotoğrafları, gerçeği saklamak için yapılan tüm çabaların aksine, demokratik hakların korunması açısından ve yurttaşlık haklarının yaşandığının birer delili olarak kabul edilebilir. Teknolojik gelişmelerle her alanda hazır bulunan, dijital kameralar ve elinde dijital kamera bulunan cep telefonları ile birer yurttaş görülebilmektedir. ABD'ye kalkacak uçağa yüklenen askerlere ait tabutların fotoğraflarını çekenin birer gazeteci değil de birer eski kargo bölümü çalışanı olduğu, Ebu Gireyb Cezaevi'nde gerçeklerin ne olduğunu ortaya çıkarabilecek fotoğrafları artık gazeteciler değil de, olayı gözlemleyen ve ana tanıklık eden sıradan insanlar tarafından ortaya çıkarılabileceğini ve çok büyük mecralarda gündeme gelebileceğini göstermektedir. Haber konusu olan olaylar, o olaylara tanıklık eden yurttaşlar ve genellikle önceden büyük medya kuruluşlarında yayınlanmayan hikayeleri internet ağ teknolojilerini kullanarak, ağ teknolojileri sayesinde yurttaş gazetecilik teknikleri ile büyük kitlelere ulaştıracak araca ve imkana sahip olmuşlardır. Artık gazeteler ve büyük haber kuruluşları da haberi doğrudan kendi haber kaynaklarından alma yerine interneti kullanarak, sanal ortamda ilgi gören ve takipçisi olan haberleri haber sayfalarında ve mecralarında vermektedirler.

### 3.3. Yurttaş Gazeteciliğinin Ekonomiye Etkileri

Geleneksel olarak basılı olan gazetelerin okuyucularına ulaşabilmeleri için her gün dağıtılmaları gerekmektedir. Oysa ki internet tabanı kullanan yurttaş gazeteleri için böyle bir şey söz konusu değildir. Ancak hazırlanan web sayfalarında bloglarında ve dijital platformlarda gazeteciliğın dağıtılması için sürekli kendini yenileyen değişikliklere başvurmak gerekmektedir. Web sayfalarına gazetelerini yerleştirmenin pek kazanç sağlamayacağı ileri sürülür, ancak internette en ilginç içerikleri sunabilenlerin en çok kazançlı çıkabilmeleri mevcuttur. Böylelikle hem okuyucuları kendilerine çekecekler, hem de para kazanabileceklerdir. Sunmuş oldukları içerikler reklam verenler tarafından ilginç bulunursa reklam da alabilme durumları vardır.

Gelişen teknolojilerle birlikte radyo, televizyon, geleneksel gazetecilikte ciddi iş oranlarında düşme meydana gelmiştir ve internet teknolojileri ile gelişen gazetecilik ve yurttaş gazeteciliği geleneksel gazetecilik ekonomisini küçülteceği unutulmamalıdır. Günümüzde internet teknolojilerinin sunduğu imkanlarla herkesin kendi gazetelerini çıkarabilme görüşü ileri sürülebilmektedir. 21 yüzyılda internetteki web sayfa sayıları bir milyarı geçeceği düşünülmektedir. (Toksöz, 2019, s. 107)

Yurttaş gazetecilik uygulamalarında ekonomik maliyetlerin serbest pazar ekonomisi içersinde nasıl uygulanabilir hale getirileceği konuları pek tartışılmayan konular arasındadır. Bazı yurttaş gazeteciliği uygulayan formların yurttaş panelleri yaratmak için binlerce dolarlık maliyetleri işlettikleri düşünüldüğünde aslında yurttaş gazeteciliğın pek aşırı maliyeti olduğu söylenemez. Formlar, bloglar ve sosyal medya platformları aracılığı ile yurttaş gazeteciliğini sürdürenlerin fazla maliyetlerinin olmamasının yanında ekonomik açıdan da bağımsız olmayacakları vurgulanmaktadır. Yurttaş gazeteciliği sosyal statü farklılıkları içersinde dışlanmış grupları içerecek şekilde demokrasi zincirine katılmaya çalışan yurttaş tabakaları ve bu tabakaların kamusal gerçeklik alanlarını genişletmek ister şeklinde rolleri görünmektedir. Bu durumda medya işletmeleri, küresel gazete şirketleri sadece reklamcılara ilgi çekici hale gelen gruplarla ilgilenmeyi tercih etmeleri sorunu yaşanabilmektedir.

Bunun bir sonucu olarak da medya işinin karımı ve kazancımı belirleyici faktör, okuyucular, takipçiler, izleyiciler değil reklam verenlerdir. Diğer yandan yurttaş gazetecileri ilgi alanlarına hakim oldukları toplulukların katılımlarının genişlemesiyle,



haber kuruluşları ve medya şirketlerinin ilgilerini çekmesiyle ve doğru sonuçlandığında sırasıyla daha çok reklamcı çekebileceklerini düşünülmektedir. Reklam gelirlerini artırabilmeleri için, hedef kitle ve topluluk katılımlarının artmasının yanında, bulunabilecek başka bir çözüm yolu da güçlü içerikler kullanabilmeleri ile ilgilidir.

Yeni medya ve internet üretici araçları ucuzladıkça ve erişim engelleri azaldıkça yeni tekel güçleri sayıları artmaktadır. İçerik geleceğin medya tercihleri arasında, saygın, doğruluğu tespit edilmiş, haber enformasyon üretimleri sürecinde güçlü birer potansiyel kaynak haline gelebilir bu durum yurttaş gazeteciliği açısından ciddi bir fırsat oluşturmaktadır. Etkili bir editoryal zemin arayışında olan reklam verenleri çekmeye yetebilecek kadar bir topluluk dikkati elde edebilmektedir. Yurttaş gazeteciliği alan mensuplarına göre, dağıtım şekilleri ne türde olurlarsa olsunlar, hitap edebildikleri topluluğun güvenine sahip olabilmek bu güveni sağlayabilmek medya fırsatlarının yolu olabilir, bu durumda medya reklam verenleri, yeni yurttaş medyacılığın toplumsal etkilerinin kendileri için de ticari avantajları ile sonuçlanabileceğini düşüneceklerdir.

Haber medyasının yeni form düzenlemeleri reklamcılık sektörüyle ilişkileri açısından düşünüldüğünde, yurttaş gazeteciliğinin aslında kamusal bir pazarlama stratejisi şeklinde hazırlandığı görülmektedir. Yurttaş gazeteciliği artık artan reyting kayıplarını engelleyebilmek için okuyucu, takipçi kitlesine müşteri anlayışı ile değil, yurttaş olarak hitap etmeyi denemektedir, esas olarak serbest pazar ideolojisi değişmese de seslenme biçimi artık değişmeye başlamaktadır. Günümüzde ister geleneksel olsun, ister internet teknolojileri kullanıcıları olsun, ister yurttaş gazeteciler olsun gazetecilik katılımcılarının iyi eğitilmeleri ve entelektüel düzeylerinin yükseltilmesi gerekmektedir. (Yurdiğül ve Yüksel, 2012, s. 148)

Gelişen teknolojilerin yanında gazetecilik mensuplarına da yatırım yapmak zorunlu hale gelmeye başlamaktadır. Artık hatayı, yalanı, en aza indirgeyen kazanacak ve güven verdiği ölçüde var olabilecektir. Yurttaş gazeteciliğinde veri tabanlı bilgilere ulaşabilmek çok daha kolaydır. Geleneksel gazetelerde yer alan kişisel ilan ve reklamların yurttaş gazeteciliğine kaptırdıkları takdirde ayrıca ciddi bir kazanç kapısının daha kapanacağı açıktır. Eğlence ilanları, kiralık satılık reklamları, kişisel ilanların yirmi yaş ile otuz beş yaş arası grupların özel ilgisini çeken konular olduğu bilinmektedir. Bu yaş gruplarının ilgi ve merakları nedeniyle internet başında daha

fazla vakit geçirdikleri bilinmektedir. Bu nedenle internet kullanıcıları olarak bilgisayar başında, cep telefonlarında, tabletlerinde daha fazla internette yer alan veri tabanlarına ve bu veri tabanlarında bulunan ilan, reklam aramalarına ve bunlara ulaşmalarında fazla vakit kaybetmeyecekleri de açıktır. Bu tür hizmetleri sunan yurttaş gazeteler, hem birbirleri ile yarış ederler, hem de hizmetlerini rekabete sokmuş olmaktadır.

Yurttaş gazeteciliğın ekonomik etkilerinden bahsedildiğinde, yurttaş gazeteciliğın temel uygulama platformları olan sosyal medya zeminleri hakkında değinmeden yurttaş gazetecilik gerçeğinin oluşturduğu ekonomik yansıma tam kavranılamamaktadır. Yurttaş gazetecilik uygulamalarından olan sosyal medya platformlarının oluşturduğu sosyal medya ekonomisi dünyada artık küresel büyük şirketler haline dönüşmelerine neden olmuşlar ve bir sosyal medya piyasası gerçeğı ile dünya yüz yüzedir. 2017 Şubat ayında Wearesocial ve Hootsuite'in yayınlanan dünya çapında toplanan internet ve sosyal medya ve mobil veri kullanımı içeren raporunda dünya nüfusu 7.478 milyar kişi ve bu nüfusun yarısının internet kullanıcıları olduklarını tespit etmişlerdir. (Özdemir, 2019, s. 263)

Üçte ikisi mobil telefon kullandıkları ve bu kullanılan mobil telefonların büyük çoğunluğunun akıllı telefonlardan oluştuğları görülmektedir. Bu duruma da gösteriyor ki dünya web trafiğinin neredeyse yarısından fazlası mobil telefonlar aracılığı ile oluşmaktadır. Yine aynı araştırmalarda e-marketlerin dünya çapında 1.6 milyardan fazla e-ticaret müşterilerine sahip bir piyasa bulunduğunu göstermektedir. Bu piyasanın değerinin ise toplamda iki trilyon ABD dolarına yakın olduğu tahmin edilmektedir. (Özdemir, 2019, s. 265)

Yurttaş gazeteciliğı açısından üç önemli sosyal ağ ve bunların payları çok dikkat çekicidir. İnternetin 1990'larda yaygınlaşmaya başlamasıyla bir çok arama motoru ve sosyal medya ağları oluşmuştur. Bunlardan Google 1998 yılında kurulmuş ve bu gün "www"de gezinen otomatik yayılım bağlantılarının kullanıldığı ve belirli sitelere giden bağlantıları sayarak, sonuçları analiz ederek ve aramayı kolaylaştırarak ara yüz kullanımı ile tek bir kutuya dayanmaktadır. (Fuchs, 2016, s. 174).

Facebook aktif kullanıcı sayısı ile sosyal medya platformlarının dünyada en önde gelen şirketidir. Arkadaşlık kurma, kişilerle tanışma ve tartışma, metin, video

fotoğraf ve diğer sosyal medya linklerini paylaşabilme özelliği vardır, 2012 yılında borsaya giren şirket, finansal gücünün yüksek kullanıcı sayılarına bağlı olarak geliştirdiği reklam sisteminden elde etmektedir. Mevcut sürekli yenilenen altyapısı ile reklamları doğru insanları bulmayı, dikkatini ve ilgisini çekerek sonuç almayı hedefler ve oldukça başarılıdır. Facebook kendisini satın almak isteyen şirketlerin izledikleri yolu takip ederek, piyasanın mali gücü en yüksek şirketlerinden biri olmuş, önce fotoğraf paylaşım platformu olan instagram'ı daha sonra akıllı telefonlar hedef alınarak geliştirilen whatsapp'ı bünyesine katmıştır. (Eraslan, 2016, s. 63)

Twitter başlangıç dönemlerinde reklam sistemi kurmamış, Eylül 2009 yılı itibarıyla kullanım şartlarını değiştirerek reklamcılık alanında kendi sistemine geçmeye başlamıştır. Kullanıcı sayılarındaki yükselişe paralel 2011 yılında reklam sistemini kurumsallaştırmıştır, sistemi; sermaye birikim modeline dayalı “sponsorlu tweetler”, “sponsorlu hesaplar”dır. (Fuchs, 2016, s. 275) Bu üç şirket sosyal medya alanında küresel çapta kurdukları tekeli yapıyla kendi oluşturdukları reklam stratejileri ile ve sahip oldukları küresel reklam şirketleriyle, diğer yandan da diğer medya devleri ile kurulan ortaklıklarla dijital reklam pazarını kontrol etmeye başlamışlardır. Bu alanda faaliyet göstermek isteyen olan firmaların girişimleri tekeli yapı içinde gelirleri sınırlı kalmakta asıl geliri büyük şirketler kazanmaktadır. Medyada meydana gelen krizi aşmak isteyen ve gazetelerini web tabanlarına taşımak isteyen şirketler buradaki dijital reklamlar esas alındığında bile, 2006'dan bu yana gazete ve medya reklam paylarının azalmakta olduğu söylenmektedir. Her geçen gün büyüyen Google, Facebook ve Twitter gibi sosyal ortamlarda reklam pazarının giderek artması krizin nedeni olarak söylenmektedir.

### **3.4. Yurttaş Gazetecilikte yeni deneyim: Wiki Gazetecilik ve etkileri**

Bir yönü ile serbest haber kaynağı olarak adlandırılan wiki gazetecilik, yurttaş tabanlı gazetecilik denemelerine son yıllarda başlamıştır. Haber endüstrisinde çok fazla yazarın olması ve oraklaşa birden fazla yazım süreci yürütmeleri ve kişilerin yazıları ekleme ve çıkarma gibi web tabanlı uygulamaların sunduğu imkanlarla ortaya çıkmıştır. Bu girişimleri yapanlara da wikiler denilmektedir. Yurttaş gazeteciliğin içerisinde wikiler ayrı bir uygulama olarak kendilerine bir kanal açmışlardır. İlk deneyimlerinde aynı anda bir çok internet kullanıcılarının birbirlerinin haberlerini düzeltme ve müdahale etmeye çalışmaları neticesinde bu çevirim içi gazete çökmüştür.

Son haberleri küresel hikayeler, gibi çok geniş küresel içeriklere rastlamak mümkündür.

Wikipedia'nın kurulması ile bunların popülaritesi iyice artmıştır. Wiki gazetecilikte; yazarlar sayfalardaki değişiklikleri takip edebilir ve gerekirse eski versiyonlarına dönebilmektedir, kullanıcılarda farklı editoryal denetim yapabilecekleri şifre yönetimleri vardır, kullanıcılar bilgileri düzeltme, denetleme ve dönüştürebilme yetkileri vardır, yazıların üzerinde tartışarak sayaların içerikleri üzerinde uzlaşa sağlayabilecekleri alanları mevcuttur. Wiki mantığında düzeltmeler için kullanıcılara güvenilmekte, tüm kaynaklara referans verilerek başkaları tarafından doğrulanabilmesine imkan sağlanılmaktadır. Ana akım haber kuruluşları sürekli ve yeni hikaye oluşturmaları için gerekli işe yarar belgeleri bir araya getiren aynı zamanda yarışma yapmalarına izin veren, uzmanlık alanlarına dair enformasyon sağlayan News&Observer'in The N&Opedia'sı gibi kendi wikilerini yapmışlardır. (Rosen, 2006, s. 339)

Wikipedia'nın konu, içerik, ve önerileri sayesinde kullanıcılar tarafından bilginin en çok paylaşıldığı yerdir. Kullanıcıların haber ve makale üretmelerine izin verilmesi ekonomik rekabet açısından avantajlar sağlamaktadır. İnternetin sağladığı düşük maliyetli yayın fırsatları çevirim içi girişimler çok ciddi rekabet ortamı oluşturmuştur. Aynı zamanda reklam gelirlerinde de ciddi azalmalar söz konusudur. Bazen abartılsa da wiki gazetecilik yurttaş gazetecilik açısından özgür yurttaş gazeteciliği olarak bakıldığında ciddi bir çekiciliğe sahiptir ancak sürdürülmesi ve denetimlerinin devamlılığı gibi konularda mali yükler getirmektedir. Bir yurttaş gazetecilik biçimi olarak ilgi gören wiki gazetecilikte, wikilerin otoritesi ve doğruluğu gibi sorunlar görülür, çünkü wikilerde “gevşek güvenlik” tedbirleri alınmaktadır.

Siteye yapılan girişleri engellemenin dışında daha çok verilen hasarın düzeltilmesi esastır. Küresel etkilere sahip olsa da farklı fikirler olduğunda katkıda bulunmak isteyenler birbirlerinin yazılarının üzerinde yazmayı sürdürdüklerinde çok ciddi bir düzeltme savaşları yaşanır, çok ciddi bir problemdir ve diğer topluluk katılanları bazen bu durumlara hakemlik yapmak zorunda kalmaktadırlar. Bazı zamanlarda wiki gazetecilik tarihi bilgi açığı yaşar, haberin yapılması ile tarih yazılması arasında yaşanan zamanı belgeleyecek bir kaynak bulunmamaktadır. (Rosen, 2006, s. 342)

Bu gazeteciliği tanımlarken ortaya çıkan özellikler, haber ya da makale paylaşımları bir editör tarafından mı yoksa bir kullanıcı tarafından mı paylaşılmıştır?, Taslak gazeteci tarafından mı kullanıcı tarafından mı üretilmiştir?, paylaşılan mı sonlumdur yoksa süregelen midir?, Hazırlanan wiki taslağına profesyonel denetim yapılmış mıdır? ya da kullanıcı tarafından mı hazır hale getirilmiştir? Wikiler bu sorunları geleneksel medyadan farklı olarak açık model anlayışı ile kontrolü kaldırdılar ve ciddi başarı elde etmişlerdir. Haberlerin ve konuların uzun ömürlü tutulabilmesi ve okuyazarı katkıda bulunmaya hazır gönüllü olan topluluk geliştirilebildiği bir modeldir. Yurttaş gazeteciliğinde enformasyon sağlaması bakımından ciddi katkı sağlasa da oluşturulan toplulukları yaratmak ve yaratılan bu toplulukların istenilen yönde ilerlemesinin sağlanması da ciddi sonuçları olabilmektedir.

Yurttaş tabanlı wiki gazetecilikte üç aşamaya dikkat edilmelidir, ilki içeriğin yap boz halinin iyi gözlenmesi, ikinci hali teknoloji gizeminin devam etmesi ve yenilenen teknoloji süreçlerine uyum sağlayacak çalışmaların takip edilmesi, üçüncüsü kendin yap ve katılımcı yazarlık devamlılığının saplanması ve sürecin istenilen çizgide sürdürülmesinin sağlanmasındaki zorluklardır. Eğer wiki gazeteciliği çevirim içi gazetecilik dinamiklerinden biri olmayı istiyorsa, bundan sonraki süreçlerde teknolojinin bilinmeyenleri için ve daha fazla katılımı sağlamayı planlayarak çok daha fazla para ve zaman ayırması gerekmektedir. Yurttaş gazetecilik uygulaması olan wiki gazeteciliğinde, küresel manada en azından teoride bile olsa, tarafsız gazetecilik mümkün hale gelmektedir. Ancak bu projenin gerçekleşme potansiyeli yapılan yatırıma ve verilen emeğe bağlıdır. (Ünal, 2014, s. 110 )

### **3.5. Wikileaks ve Medya Etiğine Etkileri**

Gazetecilik mesleğinde gazetecilik etiğinin temel değerleri olarak üzerinde durulan konularından biri, mahremiyet ve gazetecilik, mahremiyetinin sınırlarının korunmasıdır. Mesleğin etik ilkeleri belirlenirken, etik ilkelerinden bahsedildiğinde mahremiyet ile ilgili konu ele alındığında ölçü olarak “kamusal çıkar” ölçüsü öne çıkartılmaktadır. Gazetecilik standartlarına göre, gazetecilikte asıl görev tanımlaması “ifşa etmek”tir. Toplumun objektif, dengeli, tarafsız, gerçekleri bir ayna gibi yansıtan iletişim alanı olmaktan çıkartan, mesleğin metalaşması ve eğlendirme özelliğinin de öne çıkartılmasını sağlayan anlayışların değiştiği akla gelmelidir. “İfşa etme” işlevinin uygulamaya konulması ile gündeme getirilen Wikileaks belgeleri ve bunun getirdiği

yeni alan ile birlikte, gazeteciliğin aslında kamu çıkarını mı koruduğu, aslında devletlerin gizli ya da mahrem bilgilerini mi sızdırdıkları sıkça tartışılan konulardan olmuştur. Artık eğlendiren gazetecilik vizyonu gerçeği sunularak, Wikileaks belgeleri konu edilerek geleneksel manada gazetecilik anlayışı eleştirilmektedir.

Wikileaks belgeleri ile, gazetecilik mahremiyeti ve etiğinin temel konusu olan kamu çıkarı sınırlarının nerede başlayıp biteceği, ölçülerinin değiştiği tartışılmaya açılmıştır. “Sırlar ve gizlilik” alanını; devletler ve hükümetler kendileri için korumaya çalıştıkları ve kendilerine tanıdıkları birer hak ve ideal olarak görmektedirler, bu hakkı korumak için devletler ve hükümetler kendileri adına geliştirdikleri yöntemler ve uygulamalar kullanmaktadırlar. Geliştirdikleri yöntem ve uygulamalardan biri de basının devlet sırrı olarak kabul edilen bilgileri ifşa etmesini engellemek için aldığı tedbirler ve önlemlerdir. Alınan tedbirler basının asıl görevi olan kamu çıkarını korumak adına bilgi açıklama görevini de aksatmaktadır. Ulusal çıkarlarını koruyabilme adına devletlerin basını kendi eliyle engellemesi sonucuna ulaşabilmektedir. Wikileaks belgeleri ile uluslararası ilişkileri zedeleyen, ulusal çıkarların tehdit edildiği noktaya varabildiği ve bunların ifşa edebilmesi bir gazetecilik başarısı mıdır, yoksa uluslararası ilişkileri zedeleyen ve ulusal çıkarların tehdit edildiği yasadışı bir organizasyon mu olduğu tartışılmaya açık bir kavram haline gelmektedir.

Burada asıl kamunun bilgi edinme hakkı tartışılmalı, daha sonra ulusal güvenlik ve ulusal çıkarlar gazeteciliğin kendi sorumluluk sahasında tartışılmalı ve sınırları konulmalıdır. Kamu yararına ve ulusal çıkarlar konu edilerek ifşa etmek etik olgularla değerlendirilmelidir. Wikileaks ile gazetecilik prensipleri medya etiğine ve uluslararası ilişkilere nasıl yansıdığı tartışma konusudur. Uluslararası ilişkiler ve ulusal çıkarlar söz konusu olduğunda bilgi edinme hakkı ve mahremiyet, kamu çıkarı gazeteciliğinin tartışılmalı konularındandır. “Kamu çıkarı” konu olduğunda mahremiyet hakkı aşılabılır olduğu belirtilmektedir. (Belsey, 1998, s. 103) Kamu bilgiye serbest erişim sayesinde siyasal sistemlerinin korunması ve sürdürülmesi, geliştirilmesi hakkında bilgi ve söz sahibi olmaktadır. Kamu yararına bilgileri; medya kamuya sunmakta ve ona siyasal sistemlerin denetimlerini yapma imkanı sağlamaktadır, yurttaş hayatı için önemli olan mahremiyet kavramı ve hakkı, devletler ve hükümetler açısından bakıldığında ulusal güvenlik sırlar ve gizlilikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Devletler ve hükümetlerin açık ve şeffaf olmaları açısından bilgi edinme hakkı önemli bir yer tutmaktadır.

Bilgi edinme ve yayma hakkı basın özgürlüğü açısından önemlidir ve temelini oluşturur. Ancak devletler, hükümetler ulusal ve uluslararası çıkar öne çıktığında kamu çıkarı anlayışı müdahale edilebilecek duruma gelmektedir. Bilgi edinme hakkı devletlerin yasaları ile koruma altına aldıkları hak ve özgürlükleridir. Yurttaşların devletlerin yönetimlerine demokratik katılım sağlamaları için kamunun bilgilere ulaşabilme özgürlüğüne sahip olması gerekmektedir. Bu nedenden dolayı kamu yönetimlerinin şeffaflıklarının teminatları özgürlüklerin yasayla korunmasına bağlıdır. Her zaman bu koruma yeterli olmamakta ve çeşitli nedenlerle iktidarlar kamuyu ilgilendiren bilgilerin erişilmesini zorlaştırmaya çalışmaktadırlar. (Gündüz, 2012, s. 154 )

Tartışmaların esası; basının kamuya yararı olmayacak düşüncelerin ifşa edilmesinin hükümetler tarafından engellenmeye çalışılması yatmaktadır. Kişilik haklarının, ulusal güvenlik, siyasal yorumların engellenmeye çalışılması gibi sebeplerle tarih boyunca sınırlamalara dayanak olarak gösterilmektedir. Devlet veya hükümetlerin uluslararası ilişkileri güçlü tutabilmek adına, devlet olabilmek için sırlara ihtiyacı olmasıdır. Devletlerin ilahlaştırıcı görüntüye büründürülmesi, gizemli ve üstün yetenek gösterisinden beslenirler. Devletin hakimiyetinin bozulmaması, düşmanlarına karşı zaafa ve zarara uğramaması için devletler açısından basın özgürlüğü çok kolay feda edilebilir bir lüks olarak görülmektedir, neticede ifade özgürlüğünün ise düzensizliğin sebebi olarak görülmesi kaçınılmazdır.

Gizlilik tavrı, güvenlik, ulusal çıkarlar gibi gerekçeler devletin yüceltilmesine gösterge olarak görülür. Wikileaks, devletlere ait sırları açıklayarak derin bir çatlak oluşturmuştur. Hükümetlerin basına karşı benzer tutum sergilemeleri uyguladıkları sansürlerin farklı uygulamaları olarak karşımıza çıkmaktadır, bu tür haberlerin ortaya çıkarılabilmesi de basının gerçek idealini ortaya koymaktadır. Önemli bir görüşe göre şeffaflık toplumu ve demokrasiyi güçlendirir. Sağlıklı, meraklı ve güçlü basın şeffaflığa ayna olabilmelidir. Günümüzde geleneksel gazeteciliğe ve içinde bulunduğu duruma bakarsak; kamu çıkarının korunması ve ifşa edebilmesi temelleri dikkate alındığında gerçek görevlerinden ayrıldığını söylemek hata olmamaktadır. (Kumcuoğlu, 1998, s. 55)

Günümüzde hükümetlerin öngördüğü alanlarda medya artık özgür olabilmektedir. Muhabirlerin gerekçesiz akreditasyonlarının iptal edilebilmesi, bilgiye

erişimin hükümetlerin elinde olduğunu göstermektedir. Dolayısı ile fazla sayıda ülkede basın, hükümetlerin savunuculuğunu yapar hale gelmektedir. Alınan bilgilerin haberde kullanılmaması, bilgi kaynağının konumuna ve statüsüne göre tanımlar içinde ifade etmeye çalışmaları ve isim kullanamamaları basının çeşitli yöntemlerle sınırlandırılmaya çalışıldığının örnekleridir. Medyanın, halklara bilgileri doğru aktaran vasıta olmaktan çok, hükümetlerin halkla ilişkiler departmanı gibi olması, hükümetlerin ulusal veya uluslararası kaygılar mazereti ile sınırlandırmaya çalışmaları sonucudur.

Medya bir yayımlama aracı olmaktan daha çok bir pazarlama faaliyeti haline gelmiş durumdadır. Gazetecilerin varlıklarını devam ettirebilmeleri için reklam gelirlerine muhtaç olmaları, basında özgürlüğü tehlike altında tutan ve tehdit oluşturan uygulamaların yapılmasına ve bunlara sessiz kalmalarına neden olmaktadır. Basını engelleyerek görüşlerin oluşmasına fırsat vermeyen hükümetler, gazetecilik verilerinin hakiki kahramanları şekline gelmişlerdir. Gazetecilik kaidelerinin wikileaks ile tartışılır olması devletler, hükümetler ve medya arasındaki ilişkilerin günümüzde yeniden düzenlenmesi açısından önemlidir.

Wikileaks da bilginin gerçek kaynağı kamudur ve bilgiye erişim herkese açıktır. Devletin korunması sebep gösterilerek demokrasilerde, yurttaşların bilgi alma hakkının zorlaştırılması ve gerçek haberlerin elde edilmesi engellenmemelidir. Bilgi edinme hakkının demokratik yönetimlerde, hükümetlerin halktan saklayacakları bir şey olamayacağı düşünüldüğünden engellemeleri kabul edilmez, özgür dolaşım engelleniyorsa ve yasal düzenleme ile sınırlanıyorsa gerçek demokrasiden bahsedilememektedir. (Kumcuoğlu, 1998, s. 58)

Karlı ve piyasaya uygun bir medya olma modeli ve hükümetlerin uyguladıkları baskılar günümüzde gazetecileri özgür hareket edebilen gazeteci olma idealinden uzaklaştırmaktadır. Wikileaks yeni temel değerler ve haklar üzerinden ortaya çıkmıştır, ortaya koyduğu habercilik anlayışında bilgilerin doğruluğu, şeffaflığı ve ifşası ile demokrasiye katkı verdiğini belirtmiştir. Wikileaks ortaya koyduğu yeni gazetecilik anlayışı ile uluslararası ilişkiler düzeyinde yeni bir küresel dördüncü güç özelliğindedir. Gizli belgeleri yayımlayarak wikileaks işkenceyi, yolsuzlukları, savaş suçlarını ifşa ederek insan hakları, ifade özgürlüğü ve demokrasiye önemli katkı sağlamaktadır.



Teknoloji ile birlikte iletişim araçlarının toplum hayatındaki yeri nasıl değişim gösteriyorsa, anlayış temeli de aynı oranda farklılaşmaktadır. Bu yaklaşımla, wikileaks etkisiyle birlikte etik değer anlayışlarının da değişim göstereceğini söylemek hatalı bir ifade tarzı olmamaktadır. İnternet ile birlikte geleneksel gazetecilik temellerinin sarsıldığı günümüzde, yenilenen sosyal medya anlayışı ve wikileaks etkisiyle yeni medya nasıl olmalıdır etik tartışmaları devam etmektedir. Wikileaks her ifşa etmede ne ulusal çıkarıdır, ifşa etmek her durumda gereklidir, belgelerde isimleri bulunanların insan hakları ihlal edilmekte midir, ulusal çıkarları ve uluslararası ilişkileri nasıl etkilemektedir, sorularına uygun cevaplar aranmaktadır.

Demokratik toplumlarda ulusal güvenliğin yararı olduğu zamanlarda bu özgürlük gereklidir, ancak ulusal güvenlik adı altında istismar edilebildiği de dikkate alınmalıdır. Her haberin ve her bilginin topluma aktarılmasının uygun olduğuna karar vermek zordur, burada dikkate alınması gereken temel yaklaşım; eğer ulusal çıkarlar için tehdit oluşturmuyorsa, topluma sunulan bilgiler mevcut hükümetleri rahatsız etse bile yasa ile kısıtlama çalışmalarının dışında kalmalıdır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken çizgi, kamu çıkarı yaklaşımının, kamu merakı ve kamunun ilgisi ile karıştırılmamalıdır. Önemli olan öğrenme merakı ile toplumun bilme hakkı birbirine karıştırılmaması gerekir, toplumun her ilgisini çektiği şeyi bilmesinin gerekli olmadığıdır ve bunları bilmeyi de hak olarak düşünmesindeki yanlışlığın ortaya konulması gerekliliğidir.

Wikileaks ifşalarında bazı bilgilerin ve belgelerin ulusal çıkarları zedeleyerek zarar verdiği düşüncesi ortaya atılmaktadır, belgelerde isimleri geçen gerçek kişilerin kişilik haklarına saldırı olup olmadığı tartışılan başka bir konudur. Hükümet çalışanlarını, diplomat ve iş adamlarını güvenlik kaygısı ile olası bir tehlikeye karşı uyararak ABD’de daha güvenli bölgelere görev yerlerini değiştirdiğini açıklamıştır. Belgelerde isimleri bulunan kişilerin hukuki anlamdaki durumları tartışmalarıda beraberinde getirmektedir. Netice olarak hükümetlerin ve devletlerin basını sınırlandırmak istediklerinde kendilerine en meşru dayanak olarak ulusal çıkarların tehdidi ve bu tehdidin ortadan kaldırılabilmesi için ulusal çıkarların korunması adı altında gazetecilerin kamu adına ifşa etme hakkının engelleme çabaları olarak ortaya çıkmaktadır. Geleneksel gazetecilikte gerek hükümetlerin baskıları gerek zorlaşan piyasa şartları nedeni ile devlete bağımlı hale gelmeleri ve amacından uzaklaşmakta

oldukları kanaati oluşturmaktadır. Bu durumda wikileaks bir alan oluşturmuş ve bilgiyi asıl olması gereken topluma geri aktarmaktadır. Wikileaks her yurttaşın çok rahat erişebilir bir kaynak olması, toplumun çok daha rahat ve kolay bilgi edinebilmesi seçeneğini oluşturmaktadır. Toplumun bilme hakkının kısıtlı bir özgürlük olarak görmeleri, devletlerin ve hükümetlerin wikileaks ile ilgili tepkilerinin oluşma nedenidir. (Erdurucan, 2017, s. 18)

### **3.6. Kullanıcıların Ürettiği İçeriklerin Uluslararası Değerlere Etkileri**

Sorgulanması gereken mesleki değerler gazetecilik biçimleri açısından konu çeşitliliği ve özgünlük sınıflandırmasını da beraberinde getirmektedir. Habercilik alanında otonomi önemli bir habercilik değeri olarak karşımıza çıkmaktadır. Üretici ve kullanıcı arasında kurulan bağ ve ilişki ideal seviyesine ulaşabilmesi için gazetecilik değerlerine engellerin ortadan kaldırılabilmesi gerekmektedir. Yurttaş gazeteciliğin gazetecilik alanında ikilem oluşturmaya asıl yeni boyut katan; kullanıcıların ürettiği içeriklerin dijital ve sosyal medya ortamında hızla yükselmesidir. Dijital gazeteciliğe yönelmenin bağımsız haber üretme yeteneklerinin yoksunlaşmasına neden olacağı kaygısı, yurttaş gazeteciliğin gerçek gazetecilik sayılmayacağı, kullanıcıların sosyal medya ortamında, dijital alanda üretilen içeriklerin ve haberlerin kamu yararı oluşturmayacağı fikrine dayanmaktadır. Dijital dönüşümde de olsa gazetelerin ekonomik değerleri kadar etik değerleri de önemlidir. Gazetecilik karakterleri dahil olmaktan çok inançlardan ve davranışlardan bağımsız olmalıdır. Gazetecilerin asıl diyalogu okuyucuları, takip edenleri ve meslektaşları kabul edilmektedir. Şeffaf olunması açık tartışma alanlarının oluşması ve işbirliği en önemli öncelikleri olmalıdır. (Allen & Thorsen, 2019, s. 305)

Gazetecilerin; blogların kendi alanlarına hızla girmesi ile dijital materyallerin kullanıcı odaklı olması yanında, kullanıp kullanılmayacağı tartışmaları ile mesafeleri koruma amacı bağdaşmadığı bu tarzın katılımcı değil aksine dışlayıcı olduğu görülmüş, ayrıca oluşturdukları içeriklerde uygunluk ve denge yanında kalite, haber değeri ve içeriklerine de önem verdiklerini görmüşlerdir. Avrupa ve Amerika'da sosyal medya ve web siteleri üzerinde kullanıcıların ürettikleri içerikler üzerine yapılan araştırmalarda okuyucuların olayları tartışmak üzere bir fırsat olarak gördükleri, haberlerin oluşum süreci içersinde kararları profesyonellerin esas aldığı gazetecilik kültürlerinden de uzaklaşmadığı tespit edilmektedir. (Allen & Thorsen, 2019, s. 305)

Gazetecileri sorgulayabilecekleri düşünülerek, dışarıdan içerik sağlayıcıları ve yurttaş gazetecileri, bağımsızlıkları yanında hesap verebilir oldukları da belirtilmektedir. Dijital ortamla birlikte hesap verebilir olmak, özgün olmak dışında güçlendirilmesi ve yeniden yorumlanması gazetecilik güvenilirliği açısından önemli değerlerdir. Dijital ortam eski değerlerin hiç sorgulanmadan uygulanabileceği yer değildir. Gazetecilerin mesleki değerlerini anlamak için referans noktalarına ihtiyaç duyulabilir, güvenilirlik, doğruluk, uzmanlık ve sorumluluk üzerinde durulması gerekmektedir. Yurttaş gazetecilikte kullanıcıların ürettiği içerikler dikkate alınarak dijitalde değerlendirme yapıldığında, artık insanlar için haber yazılmadığı, insanlarla karşılıklı iletişim kurulduğu görülmektedir. Çünkü kullanıcıların ürettiği içerikler gazeteleri ayakta tutan faktörler haline gelmiştir. Kullanıcıların ürettikleri içeriklerin yurttaş medyada haberi olumsuz şekilde etkilediği iddia edilebilir, özellikle gelişen teknolojilerin verdiği fırsatlar ile günümüzde gazeteciler, olay sırasında bulunan yurttaşlar sayesinde haberlere hemen erişebilmekte medya aracılığı ile okuyuculara ulaştırmaktadırlar.

Uluslararası değer taşıyan yurttaş gazetecilikte ister kaynak olarak ister içerik olarak teknolojinin verdiği fırsatlar ile haber hemen dolaşıma çıkabilmektedir ve doğrulama kaynakları kullanılmadığında haber alanlarında yalan haberlerinde yayına girebilmesinin önüne geçilememektedir. Bu tür endişeler duyulsa da haberlerin artık çoğunlukla vatandaşlardan yani sosyal medya mecralarından gelmekte olduğu ve haberin merkezini oluşturmaya başladığı da görülmektedir. Yurttaşlardan anında gelen haber ve görüntülerin kullanılabilmesi ve günümüzde artık toplumların nüfuslarının neredeyse yarıya yakını, ya haberci ya da haberin kaynağı haline geldikleri görmezden gelinemez, yurttaşların bu özellikleri dolayısı ile hayatta bu kadar insanın istihdam edilmesinin mümkün olmadığı ve habercilikte yurttaştan istifade edilmesinin gerekli olduğu kabul edilmektedir.

### **3.6.1.Özgünlük**

Özgün gazeteci olmak doğruluk değerlerine bağlıdır. Kullanıcıların ürettiği içeriklerin doğruluk ve özgünlüğü tehlikeye atması düşüncesi ciddi endişe kaynağıdır. Kullanıcıların gazetecilik kritiklerine tehdit gibi düşünülse de bazı söylemlerin demokratikleşmesi açısından sağlıklı bulunmaktadır. Kullanıcıların ürettikleri içeriklerde yorum serbest anlayışı önem kazanmıştır denilebilir. Gazeteciler

yazdıklarının doğruluklarını anlamak için kendilerince yöntemler geliştirseler de, kullanıcıların ürettikleri içeriklerin doğruluğunu ve güvenilirliğini ölçmenin bir yolu yoktur. Kullanıcıların neyi bildikleri veya bilmedikleri, görüşlerini ya da ilgi düzeylerini ölçmek ve tahmin edebilmek mümkün değildir.

Kaliteli bir ürün sunulsa da farklı seslerin işitilmesine imkan tanımak iddia edilen şeylerin arkasında durabilmek gerekir, güvenilir düşüncelerdeki yerini kaybetmeden çizgisinden saptması ihtimaline yer verilmemelidir. Ayrıca kullanıcılar gazetecilerin yazdıklarını sorgulamaktan, fikir anlaşmazlıklarından çekinmemektedirler. Baş edilmesi zaman alan, doğruluğunu anlamak zor olan şeylerle neden uğraşılın düşüncesi vardır. İnsanların aslında yanlış fikirlerinden uzaklaştırmaya çalışmak kimsenin görevi olmamalıdır, kullanıcıların ürettikleri içeriklerdeki üslupsuzlukları kimsenin cevaplaması beklenmemelidir, çünkü muhatabının bunu uygun karşılamayacağını bilmesi gerekmektedir.

Yurttaş gazetecilik çevirim içi etkileşimde farklı fikir ayrılıkları, dürüst bağlantılar kurmak, sağlıklı fırsatlar için zemin oluşturmasına rastlanmaktadır. Çünkü birinin fikirlerine karşı gelindiğinde memnun olma duygusu ortadan kalkar, yapıcı da olsa karşılık verildiğinde farklı fikirde olduğunuzu açıklarken aslında karşınızdakini sorgularken aynı zamanda kendinizin de sorguladığınızı fark edilmektedir. Doğrulara dayanan fikirlerin de sorgulanması değerlidir, bunun değişik anlamı olabilir, çünkü fikirlerin yani kullanıcıların ürettikleri içeriklerin yorumlara açık olması, yurttaş gazetecilerin yaptıkları işe daha fazla değer vermesini sağlamaktadır. Karşılıklı yazılanlar kontrol edilmediği zaman birbirlerine söyledikleri şeylerin güvenilirliklerinden şüphe eder duruma karşılaşılmaktadır. (Askeroğlu ve Karakulakoğlu, 2019, s. 514) Her yazılana cevap vermek veya kontrol etmek zaman alıcı olsa bile, insanların ifade etmek istedikleri konuları gündeme getirmeleri iyidir ve internet, yurttaş gazeteciliğin karşılıklı etkileşim alanını açmasına fırsat vermektedir. Zor olan yanı ise dijital medyanın kendisini açıklamak için zorlu ve uzun bir mücadele içinde olmasıdır, hala çok basit varsayımlar bile sorgulanmaya devam etmektedir.

### **3.6.2.Hesap Verebilmek**

Kullanıcıların ürettiği içeriklerde, içeriğin sunulduğu topluluğa karşı nitelikli, doğru aynı zamanda ilgi çekici olma sorumlulukları vardır, bu taşıdıkları sorumluluk

duyguları kendilerini diğer kullanıcılarından ayırdıklarını düşünmektedirler. Yurttaş gazetecilerin değerlendirmesi ile ise bunun sorumluluk değil hak olduğu görüşü de hakimdir. Güven, dürüstlük, şeffaf olabilmek gibi değerler aslında hesap verebilme kabiliyeti ile ilgilidir ancak adaletten uzak olduğunuz değerlendirilirse o zaman sizlere karşı çıkıldığını görürsünüz, yanlış giden bir şey olduğunda bunun kabul edilmesi istenilmektedir. Hesap verebilir durumda olmak bir yurttaş gazeteci için önemlidir, içeriklere yapılan yorumların gizlenebilmesi onların acımasız olma hakkına sahip olduklarını göstermemektedir. Hesap verebiliyor olmayı anlattığımızda, insanlar içeriklerine kendi imzalarını attıklarında başkalarına ait olan içerikler hakkında kendilerininmiş gibi davranma hakkını kendilerinde bulamamalıdır. Çevirim içi topluluklarda tartışmalara katılan kişiler, dilini iyi kullanmayı bilen, bilgili ve kullanılan içeriklere ve tartışmaya katkı sağlayabilen kişiler olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

### **3.6.3.Yalan Haber ve Haber Doğrulatmanın Önemi**

Yurttaş gazeteciliği açısından internet haberciliğinde tıklanma ciddi bir gelir şeklini oluşturmaktadır ilgi çekici haberler ve sansasyonel dil kullanarak haberler oluşturulmakta ve haberlerinin yayımlandığı web sitelerinin ziyaretçi sayısını artırmak için editörleri çabalamaktadırlar, tıklanma ile kazanç sağlamak isteyen gazeteciler kendileri ile bir mücadele halindedirler. Birbirleri ile olan bu yarış asılsız haberlerin internette daha fazla yer almasına neden olmaktadır. Aslında haberin doğrulanması, haberi konusunda uzman birinin gözden geçirmesi, dil ve yazılış biçimlerine dikkat edilmesi ve daha sonra sosyal ağlarda dolaşıma girmesi gerekir, ancak genelde bu süreçleri web editörleri kendisi yapmaktadır ve haberlerin hatalı olma riski de artmaktadır, zaman baskısı haber ve içeriklerin doğrulanmasına fırsat vermemektedir.

Vatandaşlardan gelen içeriklerin teyide ihtiyaç duyulduğunu ancak tıklanma, retweet sayılarını kontrol etme, hızlı olma kaygısı haber doğrulama pratiklerini zayıflatmaya sebep olmaktadır, teyit etmenin süre ve süreye bağlı kayıp demek olduğu ancak mevcut sistemde böyle bir sürenin olmadığı düşünülmektedir. Sadece rekabet edebilme önceliğini elde bulundurmak için tıklanma kaygısı ile haberlerin doğrulanmasının yapılamıyor olunması, kullanıcıların ürettikleri içerikler açısından çok ciddi genel bir sorundur. Birkaç dakikalığına bile olsa haberin girilmesinde geç kalındığı zaman takipçilerin, okuyucuların bu haberi başka sitelerden görmüş olacağı

için haberin çekiciliğinin ve tıklanma kapasitesinin düştüğü ifade edilir, bu durumda tıklanmanın mı yoksa güvenilir olmanın mı öne çıkacağı kurumların tercihlerinde ciddi bir sorundur.

Bazı internet haberciliğinde habercilik anlayışı tamamen tıklanmaya odaklı olduğu ve hangi haberler ne kadar tık alır diye düşünülmesine rağmen, bazı internet haberciliğinde de haberlerin, doğrulama mekanizması tam çalıştırılmadığında sosyal medyadan gelen içeriklerin, fotoğrafların örtüşmemesi ve açıklamalarının yapılamaması nedeni ile kurumsal itibarı sorgulayıcı sonuç çıkartmasına fırsat vermemek için tercih kullanılmaktadır. Tıklanma odaklı ekonomileri olanların clickbait başlık ve habercilik yapıları, haber değeri taşımayan ancak habere benzeyen şeylerle tıklanma tuzakları hazırlayan haberciliği tercih edenler yanında güvenilir olmayı tercih edenler sadece tıklanmaya dayalı bir ekonomi dayanakları olmayanlar ve haberlerini doğrulatmadan güvenilirliği öne alan kurumlarının itibarı öncelikli olanlar arasında rekabetli bu yayıncılık karşı karşıya kalmaya devam etmektedir.

İnternet olanaklarını kullanarak yayın yapan internet gazeteciliğinde daha fazla kullanıcıya ulaşmak için web sitelerinin içeriklerinin güncel olması gerekmektedir, internetin genel mantığında tıklanma üzerine hareket edildiği görülür, tık sayısı artırmanın doğru haber kaynakları ve teyit edilen doğrulamalarla reklam verenlerin itibar gösterdiği habercilik yapmak kurum devamlılığı açısından önem verilmesi gereken değerlerdir. Ciddi kurumların haber doğrulama sistemlerini çalıştırmaları gerekir, uluslararası medya kurumları olan yurtdışı kurum olan reuters'da doğrulamanın çalıştığı ancak Türk medyasında doğrulamanın çok çalışmadığı görülür, ayrıca yurttan medyadan gelen kullanıcıların ürettiği içeriklerin hem kullanılması için izin alınması hem de haber kaynaklarına ulaşılması ve doğrulanması gerekir, kaynağa ulaşıldığında yalan haberin üretildiği yerin tespiti de yapılmış olmaktadır.

Kullanıcıların ürettikleri içeriklerin doğrulanmaması, resim ve görüntülerin teyidi yapılmadığında, kaynağına ulaşip doğrulama yapılmadığında Türkiye'de özellikle seçim dönemlerinde, sonra gezi olaylarında yurt dışında arap baharı eylemlerinde yurttan medyadan çok fazla haberler gelmiş ve bunların doğrulanmaması ulusal ve uluslararası çok fazla toplumsal yıkıcı ve yok edici etkileri olan ve toplumlarda derin yaralar verilmesine neden olan sonuçları doğurmuşlardır.

### 3.6.4.Otonomi

Kullanıcıların ürettikleri içerikler ya da gazetecilerin yazdıkları sorgulanırken bağımsız hareket edebilmesi ya da karar vericilere ne kadar bağımlı oldukları değerlendirme konusudur, gazeteciler ile bu nitelikler yakın ilişkiye sahiptir. Yurttaş gazetecilerin çoğu bireysel özerkliğe değer vermektedir, özellikle yayınlama süreçlerinden geçmeden yazıyı yazma ve paylaşma özgürlüklerini önde tutmaktadırlar. Yazı yazan yurttaş gazeteciler neleri yazacaklarına nasıl karar vereceklerine karar verirken devamlı bildirim almak, istedikleri bir durum değildir. Kullanıcıların ürettiği içeriklerde gazetecilik özerkliği açısından etkilendiklerini düşündükleri şey, tıklanma ve yorum sayılarının sürekli ve kullanılabilir olmasıyla ilişkilidir.

Okuyucu sayılarının toplamında artış, kendi içerik, haber ve hikayelerinin okunuyor olması, kendilerine okudukları için kaç kişinin tepki verdiklerini görüyor olmaları yurttaş gazetecilerin etkilendiği konularla ilişkilidir. Kendi yazdıklarının okunuyor olması ve bu okunanlara tepki verilmesi kendilerini bir bütünün parçası gibi hissetmelerini sağlamasına neden olmaktadır. Çevirim içi bir yazar yazdıklarında otonomiye sahip olduğunu söylüyorsa; bunun bir nedeni vardır çünkü okuyucu veya takipçi kitlesi vardır, yazdıklarının çevirim içi anlık ilgi çekip çekmediğini görebiliyordur ve o nedenden yazdıkları popüler şeyler ise nasıl aynı konularda özgün içerikler üretebilirim diye kendi kendini sorgulayabilir. Çoğu gazeteci enformasyon süreci ile ilgili neyi ne zaman nasıl yazacağı konusunda bilgi verecek şekilde konuşmak istemezler, çünkü trafik oluşturma sürecinde kontrolü ellerinde bulundurmaya arzu etmektedirler. Yurttaş gazeteciler gazetecilik otonomisini sürdürmek isterler ancak her yazdıkları haberlerin yorumlarını sürekli kontrol etmeyi uygun bulmayabilirler, yazılarına gelen yorumlara bakmaya ve o yorumlara göre hareket etmeye başlanırsa yorumlara göre yazılar yazmaya başlanır ve otonomiden uzaklaşıldığı kabul edilir.

Genelde çevirim içi editörler; Yurttaş gazetecilerin ürettiği içerikleri esas alarak, tıklanma konusunda istekliliklerini gazetelerinin temsil ettiği nitelikler açısından da düşünmeleri gerektiğini belirtmişler ve tıklanma arzusu ile gazete kalitesi arasında denge kurmaları gerektiğini belirtmişlerdir. İçeriklerinin seviyelerini aşağı çekmeye başladıklarında, daha çok okunabilmeleri mümkün olabilir ancak daha ucuz ve daha

kalitesiz içerikler sonucunu doğurabileceği ve gazetenin değerini kaybedeceği ve kendi okurlarının yabancılaşma tehlikesi ile karşı karşıya kalabileceklerdir.

### **3.6.5.Müzakereye açık olmak**

Yurttaş gazetecilerin dengeli bir site elde edebilmeleri için yeni etkileşim içine girdikleri konularda yüzleşebilmeleri için karşılıklı diyaloga açık olmaları ve karmaşık konularda karşılıklı analiz yapılabilmesi önemli bulunmaktadır. Dengeli bir yurttaş tabanlı site oluşturabilmek için karşılıklı etkileşime açık olmanın getirdiği netice bilgili ve dilini iyi kullanabilen, tartışmalara yenilik katan kitlelere ulaşabilmek için yol gösterici olmaktadır. Çevirim içi oluşan topluluklarda dil, bilgi ve tartışma kalitesini sürdürebilir kullanıcıların varlıkları; içinde buldukları toplulukları üretebildikleri soru biçimleri ile de sorgulama kabiliyetini kullanırlar, parçası olduğu topluluğu oluşturduğu sorgulama biçimleri ile topluluğun sorunlarının düzeltilebilecek kapıların da açılmasına katkı sağlamış olmaktadır.

Çevirim içi tartışmalarda çatışma ortamları da oluşabilir ve özellikle kadın gazeteciler bu tartışmaların varlık nedenlerini cinsiyetçi ayırım olarak niteleyebilirler ve bunun rahatsızlıklarını hissedebilirler, dillerin istismarcı, kadın varlığında tetiklenen kabalık olarak görülmesi halinde, gerçekten küçük düşürücü yorumlarla karşılaştığı zaman kendi kendilerine meyveli ağaç taşlanır gibi bilinçaltı kabullenmeleri reddedebilirler. Burada gazetecilerin hatalı gördükleri noktaları düzeltbilme uyarısı içersinde olunması, hatalarını düzeltbilen kullanıcılara teşekkür ederek uygun olmayan yorumlar dikkate alınmamaya çalışılarak sonuç etkisi ile değerlendirmeye gidildiğinde, verilen katkı ve desteklerin olumsuzların yanında çok daha olumlu sonuçlar üretildiği görülmektedir.

Yurttaş gazeteciler tartışma ve etkileşim yararları üzerinde dursalar da yine de bir profesyonel görülen mesafenin oluşmasından yana olmaktadır. Yorum dizilmelerine bakıldığında, can sıkıcı tablo görüldüğünde burada etkileşimde bulduklarınızın sizin konularınızdan ve sizden nefret dili oluşturmaya çalıştığını düşünmek yerine yaptığınız işin neye yaradığını, web sitenizin ne ifade ettiğini ve özellikle konularınızın başka kişi ya da durumdan bağımsız karar verilebilen konular olduğu anlatmalıdır. Çünkü bağımsız karar verebilme kabiliyetiniz olmadığında çok çeşitlilik ve farklı konular oluşturan sesleri üretebilmeniz mümkün olmamaktadır.



Halen birçok yurttaş gazeteci çevirim içi interaktif alanların keşfedilme sürecinin devam ettikleri görüşüne sahip oldukları için, interaktif alanın kendi içinde çok sayıda çelişkiyi barındırdığı görüşüne sahiptirler. Ancak oluşan meslektaş ekolü içersinde söylemlerin profesyonel olmalarından çok kişisel alanlara geçmek için hazırlık yapmalarını ifade etmelerinin yanında, enformasyon oluştururken eğlendirmenin dışında dünyanın her yanında fiziki alanların buluşamadığı en ücre noktalarda bile görülmeyeni görme, duyulmayı duyma ve farklı dillerden ve ırklardan, inançlardan insanlarla etkileşim kurmak ve oluşturulan bağlantılarla dünya geleceğine yön verebilecek fırsatların aktarılmasını sağlamaktır. Gazeteciler söyledikleri ve ürünlerini dikkate aldıkları zaman ulaşabilecek belirli bir mesafeyi kabul edilebilir görürler, ancak yurttaş gazeteciler için durum farklıdır; hiyerarşinin ortadan kaldırıldığı, dünyanın kusursuz bir ağla ulaşılabilirdiği gazetecilik ekolünde, mesafe sorun olmaktan ortadan kalkmış ve her kullanıcının ve içerik üreticisinin bir tık ötesinde olduğu ve kendilerini daha fazla bu ağ dünyasının birer yurttaşı olarak görmeyi kabul etmektedirler.

### **3.7. Yurttaş Gazeteciliğinin Ulusların Geleceğine Etkileri**

İnternet kıyaslanamayacak bir iletişim aracı, dev sanal ağları ve sanal toplulukları ortaya çıkarmış yeni yaşam biçimi olarak karşımızda durmaktadır, artık küreselleşmenin en büyük belirleyicisi olarak hayatımızda yer almaktadır. Bundan sonra dünya da internetsiz olunamayacak çünkü kullanıcı kitlesi artık dünyada yok sayılamayacak çok önemli bir sayıya ulaşmaktadır. İnterneti geleneksel diğer araçlardan ayıran en önemli özellik iletişimde bulunulduğu süre içinde etkileşimi de sağlamasıdır. Diğer iletişim araçlarında kullanıcı sadece alıcı durumunda bulunabilmesine karşılık, internette iletişimde bulunan kullanıcı olarak kaldığı süre içinde etki kabiliyeti kendisinde bulunmaktadır. (Timisi, 2003, s. 132)

İnternetle birlikte hayatımıza yeni medya kavramları girmiştir ve bunların en belirgin olanı ise yurttaş gazetecilik kavramıdır. Yurttaş gazetecilik kavramı ile pek çok alanda olduğu gibi basında yeni etkileşimlerin ve yeni pratiklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Özellikle yeni medya pratiğinde yazar ve kullanıcılar arasında iletişim değişmiş haber internete düştüğü anda tepki verebilme kabiliyeti oluşmuştur, bu etkileşim kullanıcıların yazarlar, yani içeriği oluşturanlar üzerinde denetim etkisinin artması anlamına da gelmektedir. Artık her dakika internette yurttaş gazeteler

yenilenmekte, kullanıcılar haberlere ve paylaşımlara diğer gün değil yayınlandığı zaman anında ulaşma imkanı bulabilmektedirler.

Anında haber ve paylaşımların iletilebilme özelliği nedeni ile yurttaş gazeteler diğerleri yanında dinamik kalmayı başarmaktalar ve sonraki güne kaldığında eski haber ve paylaşım olarak karşımıza çıkabilmektedir, ayrıca kullanıcıların ürettikleri içerikler söz konusu olduğu için genele yayın yapan bir habercilik anlayışından kişiye ait haber ve içerik haline gelmektedir. İnternetle birlikte yurttaş gazetecilik uygulamaları yolu ile içerik üreten, paylaşımlarda bulunan kullanıcılar pasif medya tüketicisi pozisyonlarını terk etmişlerdir, profesyonel medya mensupları tarafından değil, çevirim içi söyleyecek şeyleri olduğuna inanan sıradan yurttaşlar tarafından içerikler üretilmektedir. Sıradan insanların yurttaş gazetede çevirim içi içerik üreticisi görevini üstlenen olarak ortaya çıktığı yorumlanmaktadır. (Çelikel, 2013, s. 68)

Yurttaş gazeteciliğinin etki alanının artırılması haberciliğin demokratikleşmesi bakımından önemlidir, yurttaş gazeteciliğinin geliştirilmesi özgür bir üretim biçimi yanında daha etkili bir geri bildirim de zorunlu hale getirmektedir. Dijital medya ürünleri ve değişen medya teknolojileri, sosyal medya, internet ve yurttaş gazetecilik ile yurttaşların kitle iletişim topluluklarına katılması, ulusal ve uluslararası alanda iletişimin önünde bulunan yapısal engelleri kaldırdığı söylenebilir. Hiç birbirlerini görmedikleri halde amaçları aynı olan ve bu amaçlar doğrultusunda yurttaş gazetecilik mecralarını kullanan hakim medya alanlarına başkaldırı sağlayan topluluklar olmaları söz konusudur.

Bu topluluklar modern uluslararası alanda baskı altına alınan dünyada koşullu ve tek yönlü yapısını bozan çok ciddi yurttaş faaliyetlerinin başında gelmektedir. İnternet üzerinden yurttaş gazetecilerin örgütlenebilme özellikleri ve etkileşim içinde buldukları sanal topluluklar hak yoksunluğu yaşayan, azınlık sorunları taşıyan, etnik problemleri olan, veya sorunlu toplulukların siyaseten güçlenen mevcut düzene iletişimi kullanmak suretiyle muhalif ve ayakta kalmalarına fırsat tanımaktadır. Haberlerin internetle tanışmasından sonra yurttaş gazetecilik ile toplumları ilgilendiren meseleler üzerinde yurttaşların bilinçlenmesine ve bu bilincin geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. Yurttaş gazetecilerin olay şahitliği yerinden gönderdikleri haberler fotoğraflar ve görsel kayıtlar büyük medya kuruluşları için kaynak olmuştur. Örneğin Irak savaşında Amerikan askerlerinin bayrağa sarılmış tabutları uçağa yüklenirken

çekilen fotoğrafları, ebu garip cezaevinden işkence ve taciz fotoğrafları, üst üste bindirilen çıplak ıraklı askerlerin önünde amerikalı askerlerin poz verirken çekilen resimleri aslında üzeri örtülmek istenen olayların yurttaş gazeteciler tarafından, uluslararası arenada karşı koyma ve demokrasinin korunma hakkının başarısı olarak kendini göstermektedir. Iraklı esirlerin çekilen fotoğrafların yayınlanması gizlenmeye çalışılan, gerçeği saklama çabalarının karşısında demokrasinin ve yurttaşların yurttaşlık haklarının uluslararası alanda korunduğunun kanıtıdır. (Uzun, 2006, s. 643)

Uluslararası ilişkileri dizayn ederken artık şunlar gözden kaçırılmamalıdır; Teknolojik gelişmelerin yarattığı fırsatlar neticesinde artık her yerde hazır bulunabilen dijital kameralar, her yerde kayıt altına alabilecek özelliklerde gelişmiş cep telefonları sayesinde kayıt altına alacak insanların olduğunu gösterir, çünkü uçağa yüklenen asker tabutlarını çeken kişinin bir kargo çalışanı olduğu düşünülürse, cezaevinde çekilen işkence fotoğraflarını çeken kişilerin asker oldukları düşünülürse, artık gerçekleri ortaya çıkarabilen kişilerin geleneksel gazeteciler değil, olay tanıklığı sırasından olay yerinde bulunan yurttaşlar tarafından gündem yapılabileceğini göstermektedir.

Büyük medya kuruluşları tarafından yayınlanmayan, engellenen, özü değiştirilerek aktarılmaya çalışılan haber konusu olan olayları ağ teknolojilerini kullanarak yurttaş gazeteciler büyük kitlelere ulaştıracak kabiliyete sahip olmuşlardır. Yurttaşların haber üretim sürecinde dahil olabilmeleri, kullanılacak, yönetilecek sayısal kalabalıklar olmadığı her an ortaya çıkartabilecekleri haberler ile iletişim güçlüğü olduklarını göstermektedirler. Yurttaşlar için her yer haber, her şey haberleştirilebilecek durumdadır, egemen ve sermaye güçlerinin sahip oldukları iletişim süreçlerinde ellerinde bulundurdukları hakimiyetin yıkıldığı anlamına gelmektedir. İnternetle birlikte yurttaşların kullandıkları bu iletişim mecraları, toplumların demokratikleşmesi, yurttaş ve insan haklarının teminat altına alınmasını etkileyebilecek fırsatların başında gelmektedir. Yurttaş gazeteciliği gelişme potansiyeli olan ve çok kişinin örgütlenme imkanını kullanabildiği bir alan haline gelmiştir. Sosyal medya ise artık yurttaş gazeteciliğin önemli sahası olarak değerlendirilmektedir. Özellikle twitter ve facebook aktivistlerin örgütlenmelerinde önemli bir fırsat sağlamaktadırlar.

Ana akım medya karşısında tarafsız habercilik anlayışını savunan medya hareketi olarak yurttaş gazetecilik, ana akım medyada yeterince yer bulamayan

takipçilere haber imkanı tanımışlar, röportajlar, fotoğraflar, canlı yayınlar ile toplumun nabzını tutarak haberdar etmeye, farkındalık yaratarak medya anlayışını değiştirmeye başlamaktadır. Artık herkesin olaya tanıklık ettikleri yerlerde, dikkatlerini çeken haber alanlarında ya da istedikleri yerde haber üretebileceği, haberin iletimi konusunda özgür olabileceği, çeşitlemeyi istediği gibi yapabileceği fırsatları yurttaş gazeteciliği pratikleri ile edinmişlerdir. Doğruluklarının sorgulanması önemli bir sorun olarak karşımıza çıksa da tüm dünya yurttaşlığının özgürce iletişim içersinde oldukları ve ulusal ve uluslararası alanda demokrasi ve özgürlüklerin iyileşmeleri konusunda yurttaşların teknolojinin gelişmesi ile yakaladıkları birer güçtür.

Online habercilikte her yaş grubunda yurttaşlar bulunsa da genç yaş kitleleri büyük çoğunlukla tabletler, akıllı telefonlar aracılığı ile bulunmaktadırlar. (Pavlik, 2013, s. 183) Genç yaş grubundakiler haber alışkanlıklarında iletişim mecrasında tercih ettikleri alışkanlıklar değişim göstermektedir. Basılı gazetelerde yaş grubu yüksek olanlar hakim olurken, yaş grubu düştükçe internet ve online ortamda ve yurttaş içeriklerin yükseldiği görülmektedir. Dolayısı ile internetin kullanılmadığı zamanlara tanıklık etmeyen ancak dijital ve mobil iletişim kuşağında bulunan yaş grupları yurttaş gazetecilik uygulamalarının hayata geçmesinde önemli yer tutmaktadır. Modern yaşamda akıllı cep telefonlarının enformasyon tüketiminde, çok sayıda internet kullanıcılarının varlıkları bilinmektedir. 21 yüzyıl teknoloji gelişiminde yaşanan yenilikler azalmamakta aksine mobil teknolojiler hızlı bir şekilde devam etmektedir, depolama teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte nano teknolojilerinde devreye girmesiyle birlikte yurttaş gazeteciliğinin hayat bulacağı teknolojik gelişmeler hızlı bir gelişim göstermektedir.

Yurttaş gazeteciliği medya tabanlı gelecek stratejilerinde üç faktöre sahiptirler; ilki haberlerin kaliteli olması, ikinci kentsel yaşamı paylaşan toplulukların, gençlerin ve bunların içerisinde buldukları yurttaşların mobil teknolojilere ve gelişmelere hızlı ve artan uyumu, üçüncü yurttaş habercilerin haber ve içerik üreticisi olmalarının yanında üretilen haberlerin tüketimi için mobil ve sosyal medyanın kullanım benzer türlerle yönelmesidir. Bu üç faktör yeni medya pratikleri, kuruluşları ile reklam ve ödeme yeteneklerini kullanarak yeterli gelir ve iş oluşturma fırsatları geliştirebilmektedirler. (Pavlik, 2013, s. 186)

Günümüzde önemli anlık olaylar artık sosyal medya vasıtası ile ortaya çıkmakta ve olay tanıklığında hazır bulunan yurttaşlar tarafından geleneksel profesyonel gazetecilerden önce gelişmeler yayınlanmaktadır. Sosyal medyalar üzerinden yurttaş gazeteciler tarafından kriz anında, olan olayların haber haline getirilmesinde, tehlikelerin görünürlüğünün artırılmasında ve ürettikleri içeriklerin sağlanmasında esas bir görev yerine getirmektedirler, online formlar ve haberin dağıtılmasında tercih edilen yöntemler de değişmeye başlamaktadır, gazeteciler ve medya kullanıcıları sosyal paylaşım alanlarının yayılması ve görünür olmasına ciddi katkı sağlamaktadır.

Haberlerin yayınlandığı enformasyon açısından hızlı sosyal medyaların yükselmesini sağlamış ancak yayınlanan haberlerin doğru olması ve hızı arasında seçenek oluşmasına yol açmıştır, bu yeni seçenek ve kavram oluşsa da haberin gazeteciler gibi hızlı ve kolaylıkla dağıtılabilmesi önem kazanmıştır, yine de bu aşamada haberlerin doğrulanması geleneksel gazeteciler, yurttaş gazeteciler ve ürettikleri içeriklerin güvenilirliği önem taşımaktadır. Dijital çağda üretilen içerikler hızlı dağıtılmakta bu içeriklerin güvenilirlikleri ciddi bir sorun haline gelmektedir, son yıllarda özellikle haberciler ve yurttaş gazetecilerin ürettikleri içeriklerin doğru olup olmadıklarının teyit edilebilmesi için uluslararası çalışmalarla bazı uygulamalar geliştirilmeye başlanmaktadır.

Günümüzde bilgisayar ortamında da olsa sanal gerçeklik ile bağlantılı olarak kullanılan artırılmış gerçeklik uygulamaları çıkmış ve kullanıcıların etkileşimlerin artırılması sağlanmıştır, başlangıçta mobil olarak düşünülmüş artırılmış gerçeklik gazetecilik ve medya alanında; grafik, fotoğraf, ses, video, taşınan ya da giyilebilir bir ekranda coğrafi konumları da eklenerek canlı video animasyonları gibi bölümlere ayrılmasına olanak sağlamaktadır. Artırılmış gerçeklik geleceğe dayalı bilişim temelli gazeteciliğin önemli ayrıntılarından biridir, yurttaş gazeteciliğin uluslararası enformasyonunda haber konumlarını da katarak olay tanıklığı veya üretilen içerikler çok daha hızlı sunulabilir hale gelmektedir.

İnternet tabanlı teknolojilerin gelişmesi ile sosyal medya alanları ve yurttaş gazetecilik pratikleri oluşmuş ve bu kullanıcıların ürettikleri içeriklerin dolaşımına imkan veren gelecek gazetecilik uygulamalarının gelişmesine katkı sağlamıştır, bu gelişen teknolojilerinin aslında altındaki mantık katılım ve açıklıktır, gelişen iletişimde ve artan teknolojik yeniliklerde yurttaş gazetecilikte olumlu etkileri görülmektedir,

böylelikle yurttaşlar ve içerik kullanıcıları çok daha kolay online iletişim kurabilmekte ve haberin gerçekleştiği yerden kullanıcılara bunları aktarabilmektedir, özellikle olay yerinden çok uzakta olan gazeteciler açısından önemli malzemeler oluşmaktadır. Yurttaş gazetecinin sosyal medyada oluşturduğu ağ o gazeteci açısından en önemli mesleki varlıkları arasındadır, takipçileri, arkadaşları, linkleri, yorumlar, beğenileri, retweetleri köşe taşlarını oluşturmaktadır, görüldüğü gibi artık günümüzde çok sayıda uluslararası haber kuruluşları yurttaş gazetecilik ürünlerinden sıklıkla yararlanmaktadır ve gelişen teknolojilerle gelecekte de durumun değişmeyeceği görülmektedir.

İlerleyen yıllarda yurttaş gazeteciliğın toplumlar hayatında önemli yer tutması muhtemeldir. Çünkü sosyal medyayı kullanarak haberleri, içerikleri ve verileri izleyen takipçilerin sayısı her geçen gün daha da artmaktadır. Daha şimdiden birçok haber kuruluş ve organizasyonları sosyal medya ve yurttaş gazetecilik üzerine planlar yapmaktadır, gelecek değişimlerinde sosyal ağlar üzerinde kapasite alanlarını genişleten yurttaş gazeteciler tüm ulusları ve yerel haber alanlarına doğru genişleyeceği bir değişim görülecektir. Medya şirketleri, kontrolü büyük oranda platformların eline bırakması, yerel medya yönetimi açısından da kitlelere ulaşma hem de daha yaygın kullanıcıyı içine çekme planlarına ulaşabilmektedirler. Platformların bu kadar önemli olması aslında başarıdır, kullanıcı sayıları çok fazla olmasına rağmen sayıları da her geçen gün daha fazla artmaktadır.

Kullanıcıların etkileşim içinde olmaları yurttaş gazetecilik bakımından ayırıcı bir katkıyı sağlar, web sayfa yöneticileri, platform yöneticileri etkileşim içinde oldukları milyonlarca insanı içeriklerin paylaşıldıkları sanal dünyalarına çekmek isterler, verilen haberlerin ulaşılabilir olması, içerik tüketicilerini meşgul etmek, üretilen içerikler üzerinde tartışma başlatıp kendi kitlelerini oluşturmak, gelecek planları için vazgeçilmezleridir. Ancak internet dünyasında ne kadar standartlara bağlı kalınsa bile takipçilerin ne zaman nereye gideceği belli olmamaktadır. İnsanların özel ilgileri ve haber açısından iştahlarını kabartmak için yurttaş gazeteciliğini kullandıkları da düşünülmektedir.

Önümüzdeki yıllarda sosyal medyanın yurttaş gazetecilik üzerindeki etkisinin devam edeceği konuşulmaktadır, sosyal medya platformlarının hâkimiyeti devam etmesi yanında akıldan çıkarılmaması gerekir ki hangi haberi okuduğumuza ya da okuyacağımıza yurttaş gazeteciler değil, sosyal medya sitelerinin yurttaş gazetecilikle

alakası olmayan bilgisayar mühendisleri karar verebilecektir. Bu sebepten dolayı fazlaca önemli haberler ve içerikler gözden kaçabiliyor veya sansürlenebiliyor olacaktır. Gelişen dijital teknoloji fırsatları ile; sosyal medya, çoklu ortam, etkileşim içinde olmak, üretici satıcı ilişkisi ile sanal ortamda varlığını devam ettirmek gibi özellikleri bulunmaktadır. Son yıllarda yapılan ve geliştirilen multimedya çalışmaları, takipçileri için yurttaş gazeteciliği üzerinden video, çok sayıda fotoğraf, hikâye anlatımları ile içerik tüketimleri daha fazla yaygınlaşıyor, flaş gelişmelerde insan gücüne gerek duymadan içerik üretilebilmekte, haber yazılabilmekte, profesyonel kameralar dışında fotoğraflanması zor olan görüntüler dronelar ile kaydedilip wifi teknolojisi ile internetin olmadığı yerlerde erişim sağlanarak haber, içerik, ileti aktarılabilen anında uluslararası haber ve bilginin dolaşımı sağlanabilmektedir.

Yurttaş gazetecilik olarak ulusların geleceğine etkileri konusunda fikir yürütmek için üç açıdan düşünmek yararlı olacaktır. İlk olarak endüstri anlamında yurttaş gazetecilik, yurttaş ve gönüllüler katkısıyla emeği kullanarak haberin üretilmesi, üretildikten sonra pazarlanması imkanlarının maliyet düşürme veya tamamen herhangi bir maliyet olmadan üretmenin bir seçeneği olarak ele alınabilmektedir. İkinci açıdan hedef kitlenin diğer deyişle takipçilerin durumları değerlendirebilmektedir. Yurttaş tipi haberlere genelde kişiselleştirilmiş ve topluma aktarılırken şüpheli yaklaşım tarzı ile yorumlanabilmektedir. Üçüncü olarak katılımcı kültür ve yurttaşların özgür hareket edebilmeleri yaklaşımı ile değerlendirildiğinde mesleki anlamda daha iyimser bakış açısına sahip olunabilmesidir. Yurttaşların katılımcı üreticilerin ve muhabirlerin birlikte bir kamusal alan yaratılmasına ulusların geleceğinde katkı sağlayacağı stratejiler olarak gelişmektedir.

### **3.7.1.Yurttaşlık ve Yurttaş Gazetecilik**

Dünya genelinde toplumların demokratik temellerinden bir seçenek olarak, gazetecilik 20. Yüzyıl içinde kendini göstermiştir. Demokrasi gazetecilikle birlikte olur, demokrasi yoksa gazetecilikte yok demektir. Gazetecilik uygulamaları kendi başına haklı çıkmaz, toplumla yüzleştikleri sonuçlar gazeteciliği haklı çıkarmaktadır. Bu anlamda gazetecilik; aslında gazetecilerin kamusal alanlarda geçmiş gelecek arasında oluşturulan bağ ve kamusal alanları desteklemek adına kitle medyasının en iyi zamanlarında edindikleri güç ve bu güçlerin kullanıldığı sorumluluk sahalarının oluşturulma biçimi olarak değerlendirilmektedir. Gazetecilik yolculuğunda gazeteci ile

takipçileri arasında meydana gelen yabancılaşma sürecin profesyonelleşmesini anlatmaktadır. Ana akım ve kitle medya düzeni zamanla kendisini takip eden kitlelerin kopuşları sebebi ile yurttaş gazetecilik uygulamaları ortaya çıkmış ve gazeteciler ile yurttaşlar arasında daha sıkı ilişkiler kurulması ise günümüzde yurttaş gazetecilik modelini ortaya çıkarmaktadır.

Daha önce sadece gazeteleri takip eden insanların birbirlerini bilgilendirmeleri isteği ile medya kullanmaya başlaması yurttaş gazeteciliği ortaya çıkarmıştır. İnternetin yaygın kullanılmaya başlanması üretici ile tüketici arasındaki ilişkiyi güçlendirmiş ve gazetecilik profesyonellerini ortadan kaldırarak kimin gazeteci, kimin okuyucu olduğu ayırım ve sınırlamaların ortadan kalkarak herkesin gazeteci olabileceği, herkesin ana tanıklık ederek ya da üretmek elde ettikleri haberleri yayma, paylaşma ve ulaştırma hakkı olduğuna ve teknolojik imkanları da kullanarak bilgi erişimi ile dünya ölçekli küresel toplumun ortaya çıkmasına dönüşmüştür. Bunun en anlaşılır açıklaması gazetecinin ve yurttaşın aynı kimlikte buluşan tek kişi olduğudur.

Gelecekte uygar yurttaş tanımlamasına temel esas olan gözetim-denetim fonksiyonudur, kişilerin ele aldığı her türlü haber, bilgi, enformasyon kaynağında bulunan görsel, yazılı, sosyal ağlar verdiği tarama imkanları ile politik ve sosyal süreçlerle enerjilerini ve zamanlarını doğru koşullarla kullanacaklardır, çünkü yurttaşlık tanımı yeni mekanlara kaymaktadır. İnsanların ulus yurttaş rollerinde ulus bağıntılı politiklardan küresel yurttaş tanımına değişimlerin olduğu gözlemlenmektedir. Yöresel ya da sanal topluluklar, coğrafi topluluklar artık demokratik ulus rolü ile eşleşmeye başlamaktadır.

Değişim sonucunda kişinin ulus devlet pratiklerinde açılma meydana geldikçe demokrasi anlayışları, kişi ve toplum idealleri heyecan duyulandan çok, küresel eleştiren ve güven kaybının gözlemlendiği dünya yurttaşlığı kitlelere dönüşmeye başlayacaktır. Yurttaş gazetecilik varlığı geleneksel topluluğun uğradığı erozyonu, kişilerin sosyal kurumlara ve ana akım gazetecilik haberlerine karşı hızla artan güvensizlikte gözlemlenebilmektedir. Gazetecilik ve yurttaşlık arasında yeni anlayışla kurulmaya çalışılan diyalog, gazeteciliğin profesyonelliğinden ayrıldığı ulus devlet ilişkilerinde yeni ulus yurttaş tanımlarının kurulmaya çalışıldığı gerçeğini değiştirmeyecektir.



### 3.7.2.Yurttaş Gazetecilik Endüstrisi

Gazeteler yerel topluluk hayatının uzun zaman merkezi haline gelmişlerdir, ancak internet teknolojisinin getirdiği değişiklik ve gazetecilik uygulamaları neticesinde web sayfaları ve siteleri aracılığı ile yeni destekleme yollarının bulunması gerektiğinin farkındadırlar. Yeni teknolojik uygulamalarla web ortamında gazetelere kullanıcı içeriklerine imkan sağlamak, sağlanan bu imkanlarla daha fazla büyümesinin yolunu açmak için daha fazla tıklanmasının yolunu açmak, sağlanan fırsatların içinde ucuz yoldur. Gazetecilerin ürettikleri içeriklere göre kullanıcıların ürettikleri içerikler kazanç hacmi olarak düşük maliyetle faydayı iki kat yükseltmektedir. (Kaye, 2007, s. 61) Haber şirketlerinin okuyucuyu yani yurttaşları oluşum sürecine beraber girdikleri meslektaşları gibi görmelerinin nedeni; haber ve web sitelerinin sürekli ve hızlı gelişme sağlayabilmeleri, pahalı ve yeni aldıkları çalışanlar yerine ana tanıklık eden yurttaş gazeteciler ile mevcut çalışan anlayışına daha fazla çalışan yükleme avantajından gelmektedir, doğal olarak muhabirlerinin ve editörlerinin hoşlarına gitmese de bu seçenek haberlerin ticarileşmesinde yeni fırsat olarak ortaya çıkmaktadır.

Haberlerin ticarileşmesi süreci olarak değerlendirdiğimizde haberlerin doğrulanması, hikayeleri oluşturan bölümlerin gazetecilik faaliyetleri arasındaki ilişkilerin kurulması, piyasa koşulları devreye girdiğinde ek maliyetler yük olmaya başladığı süreç kullanıcı deneyimlerine gereksinim oluşturur ve bu maliyet yükü sürecinde yurttaş gazetecilik merkeze yerleşik duruma gelmektedir. Aynı durum marka ve reklamcılık stratejileri için de görülmektedir. Pazarlama harcamaları PR ve Sponsorluk harcamaları geleneksel reklam harcamalarından daha hızlı bir yükseliş göstermektedir. Gelecek etkileri değerlendirildiğinde; bloglar, wikiler, sosyal ağlar ve kullanıcı içerik üretimleri tüm piyasanın yönetildiği platformlar haline gelecektir.

Web artan versiyonları pazarlamacı ve müşteri ilişkisi olarak değerlendirildiğinde müşterileri ile gerçek temas kurma imkanı sağlamaktadır, marka oluşumu ve algısını sürdürmek satış ve diğer konularda çok düşük maliyetlerle birlikte çalışmaya imkan vermektedir. Yurttaş gazeteciliğın geleceğı endüstriyel anlamda ele alındığında; haberler ile birlikte marka haline gelen topluluklar yaratmaktadır, bir anlamda bu durum başarılı yurttaş haberciliğın oluşturduğı projelerin hissedilir biçimde ve yüksek derecede yerel olduğı görülmektedir. Ayrıca yurttaş gazeteciler,

sosyal medya kullanıcıları, platform katılımcıları özellikle profesyonel iş ve medya projelerinde toplumların ilgisini çeken alanlarda başarılıdırlar ve gelecekte de bu başarılarını sürdürecekleri düşünülmektedir. Burada olan şey; işin aslında yaratıcılığın azalması ve farklı modellerin ortaya çıkarılamaması nedeni ile habercilikte para ödeme yerine gönüllü ana tanıklık eden yurttaşlara maaşla çalıştırdıkları kişilerin işlerinin yaptırılması yurttaşların tüketici olmak yerine meslektaş olarak yer değiştirilmesi ve görevlendirilmesi denetim süreçleri, eğitim süreçleri, sigorta ve vergi gibi mali sorumluluktan kurtulmaya gidileceğidir.

### **3.7.3.Yurttaş Gazetecilik İzleyicileri**

Uluslararası topluluklar için zamanla yarışma ve haberlerin bilgi ve içeriklerin üretilmesi çalışmaları amacıyla başında oturmak artık çok gerilerde kaldı, çünkü çok büyük bir dünya topluluğu geleneksel haber ve iletişim kaynaklarından hızla uzaklaşmaktadır, ayrıca geleneksel haber medyalarına olan halkın sevimsizliği giderek artmaktadır. Toplumlar ana akım medyalara olan itibar yoksunluğu nedeni ile çok daha az güvenmektedirler. Çok düşündürücü şekilde yeni medya oluşumu olan yurttaş gazeteciliği, temel değerleri ve o değer ilişkilerinde ki ahlakı sorgularken, geleneksel haber yapılma biçim ve şekillerine, haber toplama yöntemlerini de sorgular yaklaşımda bulunmaktadırlar. Ulus toplumlarda geleneksel kurumsal yapılara, seçkinlere, hükümetlere güvenin azaldığı görülmekte, İnsanların bilgi paylaşmak ve tartışmak amacıyla önceliği aile ve arkadaşlarına verdiği daha sonra ise profesyonel sosyal ağlar ve iş arkadaşları yer almaktadır.

Kime nasıl güvenileceği, doğru insanın nerede bulunacağı, insanların sosyal alanlara ve kurumlara, haber piyasasına vereceği tepkiyi takip ederek izleyici kitlelerin yurttaş gazeteciliğine bakış açısı anlaşılabilir. Ancak bu değerlendirmenin haber kuruluşları ile ilişki içinde olan, gazetecilerle irtibatlı ve gazetecilerle haber üretimi sürecinde birlikte olan yurttaşlarla herhangi bir ilgisi yoktur. Tamamı ile ana akım gazetecilikle ilgisi olmayan haber piyasasından bağımsız ve bunlara muhalefet eden anlayışa sahip ve birbirleri ile bağlantı kurabilen yurttaşlarla ilgilidir. Üzerinde durulması gereken konu; insanların başlangıçta sosyal yapı ile kurdukları ilişkinin bireyselle dönmesi, bireysel olunduktan sonra da zaman içinde gitgide hiyerarşik yapıya karşı gelmesidir. Formların, wikilerin, weblogların, sosyal donatı güçleri hakkında fikir yürütebiliriz hiç biri için gerçek, kalıcı ve sürekli biçimlendirme gücü

yoktur, bağlantıları öne çıkaran kültürel altyapıdan uzak teknolojik bağlantılarla ilgilidir ve şu görüşe yer verilir; ağ bağlantıları bir topluluk olamaz ve iletişime de bütünleşme sonucu doğurur diyemeyiz, her ikisi de istek üzerine bağlantıları kesilebilecek cihazlarla güvenli bir şekilde düzenlenmektedir. (Deuze, 2007, s. 674)

### **3.7.4.Yurttaş Gazetecilik ve Sektörler Arası İletişim**

Yurttaş gazetecilik ve ulusların ilişkilerinin oluşumunda, geleceğine etkileşimli görüş; katılımcı medya anlayışı, yurttaşların daha özgür hareket imkânlarına sahip olabilmesi ve medya meslek kültüründe oluşan insanlık üzerine daha pozitif bir yaklaşıma sahip olmasıdır. Birbirleri ile ilişkili ekonomik yapıların, şirketlerin, kültürel müşterilerin ve üreticilerin ulus ve uluslararası ağlarla medya biçimlerinin oluşması, hikayelerinin ortaya çıkmasına etki etmektedir. Yurttaşlar medya içeriklerinin benzer yaratıcıları gibi hareket içinde olmayıp, çok kullanımlı medya teknolojilerine birbirleri ile kanallarla bağlandıkları zaman gerçekleşmektedir. Teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı internet imkanları sonucu yeni medya seçenekleri ortamında gazetecilik pratiğine uygulanan yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkması, yükselmesi, ve habercilik mesleği olarak ve ortaya çıkardığı üretilen içerik yapıları gereği ulus devlet topluluklarının birbirleriyle etkileyenleri olarak görülebilmektedir. Yurttaş gazetecilik şaşırtıcı örnekleri ve çeşitliliği ile dünya çapında kar amacı gütmeyen, ticari amaç takip etmeyen medya kuruluşlarında deneyim kazanılan katılımcı habercilik yaklaşımı ile çok farklı olduğunu ortaya koymaktadır.

Yurttaş gazetecilik, potansiyel çok sayıda değişkenlikler gösterdiği için aslında oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir ve her haber kuruluşu tarafından çok kolay uygulanabilecek basit bir yöntem değildir, katılımcı gazetecilik alanında bulunabilmek için ise tümüyle yurttaş gazeteciliğinin kucaklanması gerekmektedir. Tüm detayları ile ele alabilmek için detayların ele alınması, farklı tür ve çalışma konuları ile yazılım ve sosyal ağ yapıları ve web teknolojilerinin gelecekte şekillenebilecek biçimlerinin dikkate alınması gerekmektedir.

Haber kuruluşları yapıları ve geleneksel kültürleri gereği yurttaş gazetecilere profesyonel gazetecilerle eşit uygulamalarda bulunmayabilir, çünkü bu alanda faaliyet gösteren profesyoneller toplumlarda daha iyi enformasyon sağladıklarına kendilerini ikna etmiş durumdadırlar. Gelir kaynakları oluşturabilmek çevirim içi veya çevirim

dışı medya koridorları arasında reklam satabilmek ve gelir potansiyelini artırabilmek için kaybettiği izler kitleyi geri kazanmak ve endüstriyel kültürün değişime uğraması çok kolay, tip tarif ile ve sorunsuz bir süreç de geliştiği söylenememektedir.

Yurttaş üretici ve kullanıcı değişikliklerinin ortaya çıkmasına uyum sağlamak, kabullenilmiş kavramlara karşı çıkmak ve önceden izleyici olarak kabul edilen insanların yetenek değişikliklerine karşı küstahlıklarına mücadele içinde bulunmak diğer kavramlara karşı daha kolaydır. Neticede değişiklik kültürü, gazetecilik kurumsalının her iki tarafına yapılan kültürel değişim ve ciddi yatırımlara dayanır, katılımcılar ve üreticiler ortak haber üretiminde nasıl bir çalışma ortamı oluşturacaklarına dair anlayış geliştirmelidirler. Geleneksel gazetecilik anlayışı ile yurttaş gazetecilik anlayışının karşılaştıkları değişimde buldukları sektörün farklı gruplarla sınırlı olmadığını kabullenmeleri değişimlerin gerçekleşme sürecinde zordur.

Geleneksel gazetecilik moderatörleri, yurttaş gazetecilik ile erişim ve iletişim arasındaki özel sorun ve çatışmayı önlemeye çalışmalıdırlar. Çünkü yurttaş gazetecilik faaliyetlerine katılanlar ile katılmayanlar arasında bir köprü kurulmadığı takdirde aralarında yeni ve önlenemeyecek ayrımların oluşmasına neden olacağını söylemek hatalı olmaz. Sayısal algoritmalar üzerinde yapılacak çalışmalar, internet teknolojilerinin rastlantıya dayalı ya da dinamik olmadığı görülür, sosyal dengesizliklerin ürettiği eşitsizliklerin ve kurumsal bağlantıların güçlendirme eğilimleri çalışmalarıdır.

Yeniden üretilmeye çalışılan sistemler, kullanılmakta zorlanmaya başlanılan ve teknolojik değişimlerle artık ortadan kalkmasına inanılan uygulamalar devre dışı bırakılmaya, yeni yöntem ve uygulamaların devreye alınmaya başlanacağı erişime açık sistemler, web sitelerinde demokratik katılımcıların kendi doğası ile ilgili bazı iddiaları sürdürmeden önce, yurttaş gazetecilik uygulamaları hakkında sağlıklı eleştirel anlamda konu üzerinde çalışan akademisyenler tarafından incelenmelidir. Medya hizmeti sunanlar ile medya üzerine araştırmalar yapanların, teknik donanımlarla yeni medya piyasası oluşturmak amacıyla sosyal katılımlarla kişiselleştirilmiş deneyimlerde yeni bir yaşam tarzı ve yurttaş medya uygulamasının ve bu uygulamaların ulus devlet yurttaşları ve diğer ulus devlet yurttaşları arasında oluşturulan sosyal toplulukların yükselişe geçildiği görülmektedir. (Rosen, 2006, s. 339)

Sürdürülebilir medya çalışmalarında, üreticiler ile tüketiciler arasındaki ilişkilerinde sınırların belirsiz hale geldiği, kendi medya uygulamalarında kullandıkları terimler, yazan, içerik oluşturan, oluşturulan içerikleri yayan ve yeni yurttaş medya sahiplenmeleri neticesinde yurttaş gazeteciliğın güçlendiğı görülmektedir. Yurttaş gazeteciliğın güçlenmesi sosyal sınırların genişlemesi, ulus devlet yurttaşları ve uluslararası devletlerin yurttaşları arasında oluşturulan dünya piyasası, yeniden güçlenen bir tüketici endüstrisi oluşmasına fırsat oluşturmaktadır. Burada üzerinde durulması gereken asıl sorun; farklı ulus yurttaşları ve deneyimleri ile ortaya çıkan bu dünya endüstrinin ortak bir belirleyici kurallar ve disiplinlerinin olmaması, oluşan tüketici endüstrisinin çerçevesinin oluşturulamaması sorunudur.

Yurttaş medya kullanıcılarının; danışmanlar, pazarlamacılar, reklam verenler merkezine kendilerini koyarak sadece kişisel üretim enformasyon ekonomisi olarak kurgulayanlar tarafından, medya kuruluşları ve pazarlama kuruluşlarının kendilerine ait faaliyetlerini üreten ve alıcı, sorunlarla dolu aceleci tüketicilere uygun hazırlanmış para ile hizmet veren şekilde yansıtılmasıdır. Bu stratejik yaklaşıma hizmet ettiği düşünülürse de üretici yurttaş topluluğın karşısına izler kitle kendiliğinden hiçbir zaman ortaya çıkmamıştır. Yurttaş topluluklar olarak oluşturulmuş, internet donanımlı sosyal medya ve web alanlarında kurumsal ve üretebilen bir kategori olarak değerlendirilmelidir.

Böylesi teknolojik donanımlarla internet erişimlerinin oluşturduğu teknolojik kitle üretimli kültür çağında, topluluklarda oluşmuş büyük kalabalıklara yayılmasına hazır haberler, gelişigüzel kalabalıklardan çok ana tanıklık edebilen, ürettiklerinin içinde ifade yeteneğı bulunan, kendini beğenen ve aynı zamanda birbirleri ile güçlü bağlarla bağlı yurttaş gazetecilerin varlığını kabul eden yaratıcı kitledir. Gelecekte yurttaş gazetecilik haber ve uluslararası ilişkilerinin, kullanıcıların ve medya yapımcılarının etkileşim içinde oluşturdukları işbirliğı ile birlikte oluşturacakları, verimli bir rekabet içinde üretim biçimlerini birlikte inşa edecekleri konusunda herhangi bir endişe bulunmamaktadır.

Halkla ilişkiler reklam sektörü ve yurttaş tabanlı gazetecilik alanlarında merkeze insanı alan medya uzmanları ve profesyonelleri ile iletişimde oldukları halk toplulukları arasında daha fazla irtibatlı ve katılımcı olmaya yönelik değışim gösterebileceğı düşünülebilir. Bu gösterilen değışim doğru olabilir ancak eğer

böyleyse, toplumların merkezine insanı koyarak yaptıkları uygulamaların işin esasını ifade etmeye tek başına yeterli olmadığı, aynı zamanda mevcut kurumsal yapılanmaların sonucu kaçınılmaz etkisi olarak görülebilir ve günümüzün değişime uğrayan ekonomik ve endüstriyel yapılanmaların teknolojik değişimlerle karşı karşıya kaldığı sonucu olduğunun da anlaşılması gerekmektedir.

Ulusalda yurttaş gazetecilik uygulamalarının ve uluslararası etkileşimli yurttaş gazetecilik uygulamalarının geleceğini ekonomik ilişkilerinin yönetilmesi, oluşturulan endüstriyel potansiyelin birbirleri ile irtibatı iletişimde yalnızca değişim kültürü ile ele almak ve düşünmek birçok problemleri ihtimaller serisini de beraberinde getirebilir. İnsanların teknolojik değişimlerle internet tabanlı yurttaş gazetecilik uygulamalarının getirdiği fırsatlar, insanların ellerine geçirdikleri bu özgürlüklerini kullanmayacaklarını, bu fırsatların onları güçlendirmek için yeterli olmayacaklarını web uygulamaların, blogculuğun, üretilen içeriklerin, videoların, paylaşım ve sohbetlerin kesileceğini düşünmek için hiçbir neden yoktur. Gazetecilik mesleğini yapan ve profesyonel habercilerle, yurttaş gazetecilik uygulamalarını sürdüren kişilerin yakın ilişkiler içinde bulunmak ve birbirleri ile irtibatlı olmaları gerektiği kaçınılmaz sonuç olarak değerlendirilmektedir.

Yurttaş gazetecilik uygulayıcılarının katılması reklam verenler, pazarlamacılar, içerik üreticileri açısından, oluşturulan ekonomik yapı ve haber endüstrisi bakımından bir anlam oluşturacak aktif irtibat ifade etmelidir. Bu şekilde oluşturulan haberler ticari varlıklarını korumakta ve değer kaybına uğrama belirtisi göstermemektedir. Yurttaş gazeteciliğinin ürettiği ve hizmet verdiği, irtibatını sürdürdüğü topluluğun bir üyesi olmak kültürel, ticari, ekonomik sebeplerle genelde gazetecilik uygulayıcılarının çıkarınadır. Sadece bu sebeplerden dolayı bile birileri ekonomik değerleri, oluşturduğu endüstriyi, izler kitle davranışları hakkında bilgi sahibi olmadan yurttaş gazetecilik alanında çalışma yapmayı düşünmez veya yurttaş gazetecilik uygulamalarını hayata geçirmemektedir.

Geleceğin oluşturacağı fırsat koşullandırmalarına atıf yapmadan bu günkü şekliyle bile, yurttaş gazetecilik uygulamaları karşısında maaşla çalışılan habercilik işinin artık sona ermeye başladığını, açılan alana içerik üreticileri olan bireysel, sorgulayıcı ve ana tanıklık eden yurttaşların, yurttaş gazeteciliğinin yerleşmeye başladığı görülmektedir. Bu yönelim iki şekilde sonuçlandırılabilir; neticede teknolojik

gelişmelerin yurttaşlara imkan doğurduğu internet uygulamalarındaki buluşlar ve gelişmeler neticesinde yurttaşların ulus toplum içinde veya uluslararası toplumlar içinde kendini ve ürettiklerini kontrol edebilen, dünya yurttaşlığının birbirlerini etkilemesine neden olabilecek ve kendilerini yönetmelerine imkan sağlayan modern gazetecilik ve demokrasi hedeflerinin inşa edilmesine doğru gidebilir, veya sayısız şekilde kişiselleşmiş ulus devlet yurttaşları ve uluslararası devletlerin yurttaşlarının oluşturduğu yeni bireyselleşmiş kamusal alanların ortaya çıktığı çok parçalı toplumsal yapıları da ortaya çıkarabilmektedir.

Her iki halde de Yurttaş gazetecilik, bireylerin önündeki devletler sınırlarını kaldıran, ulus devlet toplumlarının birbirleri ile etkileşim ve üretim içinde olabildikleri ve birbirlerini ikaz ve denetleme ile modern toplum, demokrasi, insan hakları, çağdaş yurttaşlık düzeylerinin yükselebilmesi için birbirlerini destekledikleri çok büyük bir ağ bağlantı dünyasının bir üyesi olarak, kitlesel gücün üyesi olma imkanını kullanmaktadırlar.

## SONUÇ

Uluslararası ilişkilerde yurttaş gazeteciliği gazetecilik etiğinde mahremiyet ve temel olarak üzerinde durduğu bir konudur. Mahremiyetle ilgili kamusal çıkar ölçüsü geliştirilmiş ve kamu çıkarı söz konusu olmayınca mahremiyete müdahale edilmemesi ilke olarak benimsenmektedir. Ancak gazeteciliğin asıl görevi ifşa etmektir. Haberi toplumu bir ayna gibi yansıtması, tarafsız ve dengeli, objektif ve gerçekleri ifşa etmesi bir iletişim ürünü olmadan eğlendirme işlevinin yer değiştirmesi gazetecilik kodlarının değiştiği düşüncesini akla getirmektedir.

Devletler ve hükümetler için sırlar ve gizlilik olarak mahremiyet duygusu korunmaya çalışılan bir gerçektir. Devletler ve hükümetler de bu hakkı kullanmak için birbirinden farklı yöntemler geliştirir ve kullanırlar. Bunlardan bir tanesi de basın devlet sırrını ortaya koymaması adına aldığı çeşitli önlemlerdir. Alınan bu önlemler bazen basının kamu çıkarı adına bilgi ifşa etmesi görevini aksatmaktadır. Devletlerin ulusal ya da uluslararası çıkarları koruma amacı basının devlet eliyle sınırlandırılması neticesini doğurabilmektedir. Wikileaks belgeleri bu neden için bir tespittir.

Wikileaks binlerce belgeleri ifşa etmesi gazetecilikte bir başarıdır yoksa ulusal çıkarların tehdit edildiği yasadışı faaliyet mi olduğu konusunda tartışma getiren bir hadisedir. Burada uluslararası alanda ulusal çıkar ve kamu yararı adına ifşaların çerçevesini ve etik değerlerini düşünmek gerekmektedir. Ulusal güvenlik ve gazetecilik sınır çizgileri ortaya çıkmıştır. Yurttaş gazeteciliğinin buradaki işlevi kamu yararını öne çıkararak kamu yararına olan bilgileri kamuya sunmak ve kamu adına siyasal bir denetim görevini yapmaktır.

Hükümetler ve devletler bakımından sır ve gizlilik olan şeyler yurttaşlar açısından yaşamsal bir mahremiyet hakkı olarak ortaya çıkmaktadır. Yurttaş gazeteciliği açısından söz konusu olan devletler ve hükümetler olduğunda kamu çıkarı meselesi müdahale etmeye müsait hale gelir. Bilgi edinme hakkı hükümetlerin yasalarla koruma altına almış oldukları temel hak ve özgürlüklerdendir. Kamunun bilgi edinme özgürlüğü yurttaşların yönetimlere demokratik katılımları için esastır. Bilgi edinme özgürlüğünün yasalarla korunması aynı zamanda kamu yönetimlerinin de



yurttaşlar açısından şeffaf olmasının teminat altına alınmasıdır. Tüm bu tartışmaların temelinde basının kamu yararına ifşa edeceği endişesi sebebiyle hükümetler tarafından sınırlandırılması yatmaktadır.

Devlet ve hükümetlerin basını engelleme çabasının altındaki nedenlerden biri de devletin kendini korumak için sırlara ihtiyaç duymasıdır. Devletler esrarengiz ve güçlü gösterilerden beslenirler. Devletin hakim iradesinin bozulmaması için görülemeyen düşmanlarına karşı zarara uğramaması adına; basına tanınan özgürlük sahası kolayca vazgeçilecek bir lüks ve ifade özgürlüğü ise düzeni bozacak tehdit gibi görülmesi kaçınılmaz bir sonuçtur. Devletlerin kendilerini hakim kılmaları adına gösterdikleri bu gizemli tavır ulusal güvenlik gibi sebeplere dayandırılarak meşru hale getirilmeye çalışılmaktadır.

Yurttaş gazeteciliğın kontrol edilemeyen özgür ifade yapısı, sırların ifşa edilmesi karşısında hükümetlerin benzer tutumlarının basına sansür biçimini değiştirip değiştiremediği veya değiştirilmiş bir halinin olup olmadığı sorularını da gündeme getirmektedir. Haber bir yerlerde birilerinin basılmış olarak görmek istemediğidir ilkesi ile yurttaş gazeteciliğın gerçek idealini ortaya koymaktadır. Yurttaş gazetecilik, devletlerin bilgilerinin ifşası anlayışının yanında hukuksal ve akademik birçok tartışma konusu olmuş, bazı görüşe göre şeffaflık ideal toplum beklentisinde demokrasiyi güçlendirir diyerek basının rolünü büyütmiştir. Yurttaş gazeteciliğın devreye girdiği güçlü ve sağlıklı basının işlevi anlamında, şeffaflığını yansıtabilen bir ayna görevi görmesidir. Günümüzde artık medya hükümetlerin gösterdikleri özgürlük alanlarında varlıklarını muhafaza edebilmektedirler. Bazı temsil makamlarındaki muhabirlerin akreditasyonlarının iptal edilmesi bilgiye ulaşımın gazetecilerde değil, hükümetin kontrolünde olduğunu göstermektedir.

Türkiye’de olmak üzere bir çok ülkede artık basın hükümet temsilcisi gibi bir konuma gelmişlerdir. Muhabirlerin aldıkları bilgileri yazdıkları haberlerde kullanamamaları, bilgiyi veren kaynakların sadece statü ve konumlarına göre sadece ilgili genel tanımlar verebilmesi ve isim belirtememeleri bu kontrollerin hakim sebeplerindendir. Hükümetlerin medyayı, halka doğru bilgileri aktaran bir araç olmaktan çok kendi faaliyetlerini halkla ilişkiler kurmak ve sunmak için amaç olarak medyayı görmesi bu sınırlandırmayı sağlamaktadır.

Medya artık bir yayım aracı olarak değil sadece pazarlama aracına dönmüş durumdadır. Maliyetlerin yüksek olmasının yanında gazetelerin reklam gelirlerine muhtaç olması, basının basın özgürlük alanlarını tehdit eden ve bu tehditlere boyun eğmesini sağlayan nedenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik maliyetlerin az olması, haberlerin daha pratik ve hızlı yayılması, her yurttaşın haber ağına katılabiliyor olması nedeni ile çok hızlı ve geniş tabanlı yayılma alanı bulan yurttaş gazetecilik anlayışı basının özgür alanlarına dönebilmesi için son yılların bir alternatif umududur.

Demokratik yönetimlerde ve yöntemlerde hükümetlerin kendi halkından gizleyeceği bir şey olmayacağı düşüncesi açısından bireysel bilgilenme hakkının sınırlanamayacağı kabul edilmektedir. Bu durum yurttaş gazeteciliğın aslında güçlü çıkış noktalarından biridir. Öyleyse bireysel bilgi edinme hak olduğuna göre bu hakkın sağlanmasına işlevsellik sağlayan doğru ve yaygın haber dolaşımını alma özgürlüğü engellenmemelidir. Haberin özgür dolaşımını sağlanamıyorsa ya da engellenme girişimlerin devam ettiği yasal düzenlemeler mevcutsa gerçek bir demokrasiden söz etmek mümkün gözükmemektedir.

Teknolojik imkanlar ve internet teknolojisi ile başlayan yeni iletişim düzeni dünyada küresel dördüncü bir güç niteliği taşımaya ve geleneksel gazetecilik öldü, yurttaş gazetecilik temeline dayanan yeni gazetecilik işlevinin bilgi vermenin yanında eğlendirmek olduğu görüşü de ağır basarak değişime uğramaya başlamıştır. Gazetecilik işlevi eğlenceye kaydı görülse de asıl amaç değişmez denildiğinde yurttaş gazeteciliği bu anlayışı tam olarak doldurduğu ortaya çıkmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Abadan, N (1961) “Gazeteciliğin Gelişim Safhaları”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt: 16 Sayı: 1*, 123-140.
- Akdemir, S. (2008) “Uluslararası Enformasyon Akışı: Kavramsal Bir Çözümleme”, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi Sayı: 9*, 101-122.
- Allen, S & Thorsen, E. (2019). *Yurttaş Gazetecilik Küresel Perspektifler*, İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Alemdar, Z. (1990) “*Oyunun Kuralı: Basında Özdenetim*”, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Altun, A. (1995) “*Türkiye’de Gazetecilik ve Gazeteciler*”, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, 15. Cilt.
- Arık, E. (2013). “Yurttaş Gazeteciliğin Günümüzdeki Görünümü”, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, sayı 36*, 274-287.
- Askeroğlu, E. D. & Karakulakoğlu, S. E. (2019). “Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Gazetecilik ‘Yurttaş Gazeteciliği’: Kuşaklar Üzerine Bir Araştırma”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt: 7 Sayı: 1*. 509-535.
- Aydoğan, F & Akyüz, A. (2010). “*İkinci Medya Çağında İnternet*”, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Barlas, C. (2002) “*Bab-ı Ali’den Çiftetelli’ye: Türk Medyasının Kartelleşme Öyküsü*”, İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Benkler, Y. (2006). “Part One. The Networked Information Economy.” *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, London: Yale University Press, 35 – 133.
- Bennet, D. (2011). “Arab Spring” *Future of Journalis*, Saffron House, 6-10 Kirby Street, London EC1N 8TS.
- Çankaya,Ö. (2003). *TRT Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi*, İstanbul: İmge Kitabevi.

Çelikel, T. (2013). “Türkiye Spor Medyasında İçerik Çeşitliliği: Günlük Gazeteler ve Futbol Blogları Arası Bir Karşılaştırma”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 18, 110 – 122.

Dağtaş, E. (2006) *Türkiye’de Magazin Basını*, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Darendeli, A. (2013) “Görsel - İşitsel Medya Özgürlüğü Uluslar Arası Düzenlemeleri”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sayı: 37, 269-305.

Darendeli, V.A. (2010) “Uyumlaştırma Sürecinde Görsel – İşitsel Medya Hizmeti Ulus ve Uluslarüstü Düzenleme Zorlukları”, *Selçuk Üniversitesi Yayınları*, Cilt: 18 Sayı: 2, 39-82.

Değirmenciöğlü, G. (2016). “Dijitalleşme Çağında Gazeteciliğin Geleceği ve İnovasyon Haberciliği”, *TRT Akademi Dijital Medya Sayısı*, Cilt1 Sayı 2, 590-606.

Deuze, M. (2007). “*Journalism in liquid modern times: an inter view with zygmunt bauman*” *Journalism Studies*, Vol 8, No 4.

Eldeniz, L. (2011). “*İkinci Medya Çağında İnternet*”, İstanbul: Alfa Yayınları.

Eraslan, L (2016). “*Sosyal Medyayı Anlamak*”, İstanbul: Babil Yayınları.

Erdoğan, M. (2001). “*Anayasal Demokrasi*”, Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.

Erdurucan, S. (2017). “*İnternet Medyasında Gizli Belge Yayıncılığının Teknik ve Elektronik Analizi: Wikileaks ve Panama Belgeleri*” Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü: Yüksek Lisans Tezi, 771.

Fuchs, C. (2011). “*An Alternative view of Privacy on Facebook*”, Unified Theory of Information Research Group, Steinbrechergasse 15, 1220 Vienna, Austria; E-Mail: [christian.fuchs@im.uu.se](mailto:christian.fuchs@im.uu.se)

Fuchs, C. (2016). “*Sosyal Medyaya Eleştirel Bir Giriş*”, (Çev. D. Saraçoğlu), İ Kalaycı. Ankara: Hacı Bayram Veli Üniversitesi Yayınları.

Gezgin, S. (2002). “*Medya ve Eğitimde Birikimlerim*”, İstanbul Üniversitesi basın ve Yayınevi.

Gökçe, O. (2002). “*İletişim Bilimine Giriş*”, Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.

Gülçay, H. (2016). “Medya ve İletişim Dünü, Bugünü ve Yarını”, *Karadeniz Teknik Üniversitesi Yayınları*, 946-1081.

Gündüz, U. (2012). “Kamunun Bilgi Edinme Hakkı Kavramı ve Bilgi Edinme Yasası’nın Değerlendirilmesi” *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:23, 149-158.

Güven, H. (2006). “*Radyo Program Yapımı ve Radyo Yayıncılığı*”, Ankara: İmaj Yayınevi.

Güz, N. (2012). “Tarih ve İletişim Tarihi”, *Erzurum Atatürk Üniversitesi. Cilt: 1 Sayı:12*, 2-14.

Işık, M. (2005). “Medya ve Demokrasi Paradoksu: Medya Yoluyla Demokrasinin Tehdit Edilmesi”, *Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Cilt: 3 Sayı: 4*, 115-121.

Kaye, K. (2007). “*To build inventory and ad revenue, newspaper sites let users socialize.*”, <https://www.clickz.com/to-build-inventory-and-ad-revenue-newspaper-sites-let-users-socialize/63165/>, Erişim Tarihi: 18.02.2021.

Köktener, A. (2013). “Spor Gazeteciliği Örneğinde İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Gazeteciliğe Etkisi.”, *Selçuk Üniversitesi*, 234

Kumcuoğlu, İ. (1998). “Medya ve Etik Sempozyumu”, Fırat Üniversitesi İletişim Fakóltesi.

Ongun, Ö. (2013). “Gazeteciliğin Tarifi Değişiyor”, <http://bianet.org/biamag/ ifade-ozgurlugu/144054-gazteciliğin-tarifi-değişiyor>. Erişim Tarihi: 21.12.2020

Oskay, Ü. (1978). *Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Özcan, S. (2017). “İstanbul Ticaret Üniversitesi Öğrencilerine Dair Güncel Veriler Işığında Medya Okuryazarlığı”, *Erciyes Üniversitesi İletişim Fakóltesi, Cilt:5 Sayı:1*, 194-208

Özdemir, S. (2019). Sosyal Medya Gazeteciliği Ekonomisi: Medyaskope. TV Örneği, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yüksek Lisans Tezi*, 1265 – 1266.

Özkunduracı, M. (2014). “Üçü Bir Arada”, İstanbul: Hayat Yayınları

Öztürk, G. (2008). Radyo Televizyon Alanında Düzenleme Denetleme ve Kontrol RTÜK ve Dünyada RTÜK Benzeri Kuruluşlar, *Erzurum Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yüksek Lisans Tezi*, 1-141.

Pavlik, J.V. (2013). “*Innovation and The Future of Journalism*”. Digital Journalism.

Rosen, J. (2006). “*The people formerly know as the audience.*” Press Think, 27 June.

Saka, E. (2017). “Yeni Medya ve Değişen Gazetecilik” *İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakóltesi, Sayı: 3*, 1-6

Seib,P. & Fitzpatrik, K (1997). Journalism Ethics.USA: *Harcourt Brace Collage Publishers* Erişim Tarihi: 22.12.2020

şahin, Ö. (2012) “*Medya ve Demokrasi*”, Ankara: TBMM Basımevi.

- Timisi, N. (2003). “*Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*”, Ankara: Dost Kitabevi
- Tokgöz, O. (2019). “*Temel Gazetecilik*”, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Uluç, G. –& Yarcı, A. (2017). “Sosyal medya Kültürü” *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 52*, 1-15.
- Uzun, R. (2008). “Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği”, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 16*, 634-654.
- Ünal, R. (2014). “Yurttaşın Ürettiği İçeriğin Ana Akım Medyada Kullanımı: ‘Haber Siziniz’ Programı Örneği”, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, Cilt: 4 Sayı: 2*, 109-125.
- Van Dijck, J. (2013). “*The Culture of Connectivity*”, A Critical History of Social Media, 92 – 93.
- Voakes, Paul S. (2004). “*A Brief History of Public Journalism*”, National Civic Review, Fall 2004.
- Yanardağlıoğlu, E. (2015). “Yeni Medya ve Kullanıcı Türevli İçerik: Dokuz8haber Sitesi Örneğinde Yurttaş Gazeteciliği Üzerine Etnografik Bir İnceleme”, *Cyprus International University: Folklor Edebiyat Yayınları, cilt:21, sayı:83*, 1-19.
- Yavuz, Y. (2008). “*Radyonun ABeCe’si*”, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Yurdigül, Y. & Yüksel H. (2012). “Gazeteciliğin Dönüşümü: Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Habercilik Pratikleri”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:18*, 140 – 161
- Zillioğlu, M. (2007). “*İletişim Nedir?*”, İstanbul: Cem Yayınevi.

Zuckermann, E. (2008). “*Puclic Choice*” Meet the bridge bloggers, 47 – 65.

Witt, Leonard. (2004). “*Is Public Journalism Morphing into the Public’s Journalism?*”, National Civic Review, Fall 2004.



## **ÖZGEÇMİŞ**

1963 tarihinde Merkez/Karabük'te doğdu. İlk Orta ve Lise dönemlerini Karabük'te bitirdi. 1980-1981 Dönemi Anadolu Üniversitesi İktisat Lisans Programından mezun oldu. Eylül-2016'da Karabük Üniversitesi Uluslararası Politik Ekonomi Anabilim Dalında Yüksek Lisans Programına Başladı.