

Haberciliğin Odak Noktası Yapıcı Gazetecilik ile Değişiyor mu?

Is the Focus of Journalism Changing with Constructive Journalism?

Emrah Budak, Arş. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi,

E-posta: emrahbudak@akdeniz.edu.tr;

ORCID ID: 0000-0001-6896-7558

İnceleme Makalesi/Review Article

Öz

Haber üretim sürecinde genellikle *olumsuz gelişmelerin* haber değeri gördüğü kanısı geçmişten bu yana yaygın bir dille aktarılmaktadır. Haber bültenlerinde olumsuzlukların, şaşkınlık uyandıran gelişmelerin, savaş ve ölümlerin yoğun olarak sunulduğu bilinmektedir. Habercilik alanına olumsuz gelişmelerin hâkim olması haber tüketicilerini de olumsuz etkileyebilmekte, bireylerin dünyanın tasavvuru hakkında umutsuz bir bakış açısına sahip olmasına yol açabilmektedir. Haber ekosisteminde yer alan olumsuzluğun tolere edilmesi için pozitif psikoloji tekniklerinin yardımıyla ortaya çıkan yapıcı gazetecilik ise haberde olumlu gelişmeler ve çözümlerin de yer aldığı bir anlayışı temsil etmektedir. Bu çalışmada küresel alanda yaygınlaşmaya başlayan yapıcı gazeteciliğin ne olduğuna, nasıl icra edildiğine, habercilik alanına getirdiği farklılıklara, pozitif psikoloji ile ilişkisine ve küresel alandaki örneklerine değinilmektedir. Alanyazın taraması ile ele alınan çalışmada yapıcı gazeteciliğin çözüm ve gelecek odaklı, dünyayı ve yaşananları tüm yönleriyle aktaran, habere okuru da dâhil ederek toplumu olumlu yönde harekete geçirmeye ikna eden bir nitelikte olduğu düşünülmektedir. Yapıcı gazeteciliğin özellikle Avrupa ve ABD’de hem akademik hem de pratik anlamda yaygınlaştığı saptanmakta, Türkiye’de ise ufak tefek haberler dışında herhangi bir haber kuruluşunun yapıcı gazetecilik için özel bir adım atmadığı görülmektedir. Ayrıca yapıcı gazeteciliğin, haberciliğin odak noktasını kökten değiştirebilecek bir gelişme olmadığı, geleneksel rutini tamamlayan bir yaklaşım olduğu saptanmaktadır.

Abstract

The belief that *negative developments* are generally newsworthy in the news production process has been widely conveyed since the past. It is known that negativities, surprising developments, wars and deaths are intensely presented in the news bulletins. The dominance of negative developments in the field of journalism can also negatively affect news consumers, causing individuals to have a hopeless perspective on the world's vision. Constructive journalism that emerges with the help of positive psychology techniques to tolerate the negativity in the news ecosystem, represents an understanding that includes positive developments and solutions in the news. In this study, it is mentioned what constructive journalism is, how it is carried out, the differences it brings to the field of journalism, its relationship with positive psychology and examples in the global field. In the study, which is handled through literature review, it is thought that constructive journalism is solution and future-oriented, conveys the world and events in all aspects, and persuades the society to take positive action by including the reader in the news. It has been determined that constructive journalism has become widespread both academically and practically, especially in Europe and the USA. In Turkey, on the other hand, it is seen that no news organization has taken a special attempt for constructive journalism, except for minor news. In addition, it is determined that constructive journalism is not a development that can radically change the focus of journalism, but an approach that completes the traditional journalism.

Anahtar Kelimeler:

yapıcı gazetecilik,
olumlu haber, çözüm
gazeteciliği, pozitif
psikoloji

Keywords:

constructive
journalism, positive
news, solutions
journalism, positive
psychology

Başvuru Tarihi: 23.04.2022

Yayına Kabul Tarihi: 21.06.2022

Budak, E. (2022). Haberciliğin odak noktası yapıcı gazetecilik ile değişiyor mu?. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (KİAD)*, (8), 248-267.

Giriş

Toplumlar, yaşanan gelişmelerden medya kanalları sayesinde haberdar olmakta, medya kanallarının yayımladığı enformasyon ile güncel bilgilere ulaşmaktadır. Medya kanalları toplum tarafından ilgi gören birçok konuyu ya da sorunu gündeme getirerek bir bilgi akışı sağlamaktadır. Medyanın genellikle olumsuz gelişmeleri haber değeri olarak gördüğü, olumsuz konulara odaklandığı düşünülmektedir (Yurdigül, 2014, s. 73). Nölleke (2019, s. 1, 3), gazetecilerin genellikle haber seçimi ve sunumunu olumsuz haberler üzerinden şekillendirdiğini, haber üretirken olumsuz olarak algılanan konulara odaklandıklarını dile getirmektedir. Son zamanlarda olumsuz haberlerin değer gördüğü bu geleneksel yaklaşımın aksine medyanın gündemde olan konularda ortak zemini, çözümü öne çıkaran, çatışmayı araştıran sorular sorulmasını ifade eden bir *yapıcı gazetecilik* yaklaşımından söz edilmektedir. Yapıcı gazeteciliği savunan yaklaşım, haberde var olan olumsuzlukların kamuoyunda bir hayal kırıklığına ve olumsuz tepkilere neden olabileceği ihtimalinden hareket etmekte (Kleemans, Schindwein, ve Dohmen, 2017a), yapıcı gazetecilik ile de olumsuzluğun öne çıkardığı endişelerin üstesinden gelinebileceğine (Nölleke, 2019, s. 1) vurgu yapmaktadır. Yapıcı gazetecilik, olumlu ve çözüm odaklı bir anlayışı benimsemekte, haberlerin insanları daha da güçlendirecek bir nitelikte olmasını esas alarak sorunların giderilmesinde yapıcı rol üstlenen bir paradigmayı temsil etmektedir (Zhang ve Matingwina, 2016, s. 96). Esasında toplumu olumsuz etkileyen gelişmelerin tüm çıplaklığıyla ortaya konmasının yanı sıra çözüm yollarının da aktarılması ile sorundan çok çözümü öne çıkaran, pozitif bir psikolojinin oluşumunu temel alan, okuru da harekete geçirebilecek *yapıcı* bir anlayışın hâkim olduğu görülmektedir.

Olumsuzlukların hâkim olduğu bir habercilik anlayışına karşı geliştirilen yapıcı haberciliğin ele alınarak incelenmesi, yapıcı haberciliğe ilişkin tespitlerin ortaya konması, haberciliğin toplumsal anlamdaki rolü ve etkilerinin anlaşılmasında ipuçları sunabilmektedir. Bu doğrultuda yeni bir trend olarak görülen yapıcı gazeteciliğin ne olduğuna, nasıl uygulandığına ilişkin bir teorik çerçeveye ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla çalışmada yapıcı haberciliğin teorik altyapısına odaklanılmakta, uygulanma alanlarına değinilmekte, geleneksel habercilikten ayrılan yönlerine yer verilmektedir. Türkiye’de doğrudan yapıcı gazeteciliği temel alan bir çalışma bulunmamakta, iletişim ve psikoloji çalışmalarını Covid-19 salgını üzerinden ele alan, pozitif psikoloji ile yapıcı habercilik ilişkisine kısaca değinen bir araştırma (Yıldırım, 2021) göze çarpmaktadır. Bu araştırma, Türk literatüründe yapıcı gazetecilik alanındaki ilk araştırma olmayı amaçlamakta, alanyazın taraması ile yapıcı haberciliğin niteliklerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Çalışmada şu sorulara yanıt aranmaktadır:

- 1-Yapıcı gazetecilik nedir, nasıl icra edilmektedir?
- 2-Yapıcı gazetecilik habercilik alanına ne tür farklılıklar getirmektedir?
- 3-Yapıcı gazetecilik ile pozitif psikoloji arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?
- 4-Yapıcı gazeteciliği geleneksel gazetecilikten ayıran nitelikler nelerdir?

5-Yapıcı gazeteciliğin uygulanma alanları, küresel alandaki kullanımına ilişkin örnekler nelerdir?

6-Türkiye’de yapıcı gazetecilik alanında neler yapılmaktadır?

Oluşturulan araştırma sorularına verilecek yanıtların Türkiye özelinde akademik ve uygulama anlamında yapıcı gazetecilik için bir tartışma açması, yapıcı gazetecilik alanında ileride yapılacak çalışmalara yol göstermesi, kaynaklık etmesi umulmakta, çözüm odaklı haberciliğin geliştirilmesine de katkı sağlaması beklenmektedir. Çalışma üç bölümden oluşmakta, ilk bölümde yapıcı gazeteciliğin tanımı ve nitelikleri ele alınmakta, ikinci bölümde yapıcı gazetecilik ile pozitif psikoloji arasındaki ilişkiye değinilmekte son bölümde ise yapıcı gazeteciliğin küresel alandaki örnekleri ve uygulanma alanları incelenmektedir.

Yapıcı Gazetecilik Nedir?

Habercilik alanında yapılan çalışmalarda *haber değeri* tartışılan konulardan biri olmaktadır. Bu tartışmalarda “köpeğin insanı ısırması değil insanın köpeği ısırmasının” haber değeri taşıdığı örneği sıklıkla dile getirilmektedir. Galtung ve Ruge’nin (1965, s. 68) haberin yapısını ele aldığı bir çalışmada günümüzde gazeteciliğin genellikle dünyanın olumsuz tarafına dikkat çektiği, yanlışların ortaya çıkarılması için mücadele vererek çatışma merkezli bir habercilik kültürünü benimsediği ifade edilmektedir. Bu noktada olumlu haberlerin büyük bir haber değeri görmediği, haberin ilginçlik, olumsuzluk ya da şaşkınlık yaratacak gelişmeler etrafında üretildiği, haberin içeriğinde ne kadar olumsuzluk varsa haber değerinin de o denli artacağı aktarılmaktadır. Harcup ve O’Neill (2017) de haber değeri üzerine yaptıkları çalışmada olumsuzlukların, kayıpların, çatışma ve savaşların önemli bir haber değeri olduğunu ifade etmektedir. Haberde sıklıkla yer alan bu olumsuzluk durumunun yarattığı güvensizliğin (Mast, Coesemans, ve Temmerman, 2019, s. 495) üstesinden gelmeyi amaçlayan (McIntyre, 2015; Gyldensted 2011; Haagerup, 2015) yapıcı gazetecilik; esasında adından da anlaşılacağı üzere yaşanan toplumsal sorun ve olumsuzlukların öne çıkarılmasından ziyade sorunların *yapıcı* bir üslupla çözüme kavuşturulmasını temel alan bir habercilik anlayışıdır. Yapıcı gazetecilik, Theodor Adorno’nun (2011, s. 33) da ifade ettiği gibi medyanın dolayımlanmış gerçekliğin inşa edilmesinde rol oynadığı düşüncesinden hareket etmekte, bireylerin medyanın çizdiği çerçeve doğrultusunda enformasyona ulaştığını vurgulamaktadır. Kovach ve Rosenstiel (2021, s. 5), medyanın yaşanan gerçeğe sadık kalmasını, orantılı ve kapsamlı olması gerektiğini ifade etmektedir. Haberlerin olumlu ve olumsuz yanlarının orantılı bir şekilde sunulması, tüm yönleriyle kapsamlı bir şekilde ele alınması gerektiği vurgusu yapıcı gazeteciliğin üzerinde durduğu noktalardan biridir. Yapıcı gazetecilik, habercilerin bir sosyal sorumluluk duygusu içinde hareket etmesinin, üretilen haberlerin toplumda yaratacağı etkiyi göz önünde bulundurması gerektiğinin altını çizmektedir. McIntyre, Dahmen ve Abdenour (2018, s. 1659) yapıcı haberciliğin temel aldığı aktif gazeteciliğin haberler oluşturulduktan sonra neler yaşanacağı konusunda endişe duyduğunu ifade etmektedir. Bu durum da yapıcı habercilik özelinde daha kapsayıcı, dengeli ve kamu odaklı bir habercilik yöntemi oluşturmanın önemini ortaya çıkarmaktadır.

Missouri Gazetecilik Okulu'nun kurucusu Walter Williams'in "Journalist's Creed" (Gazetecinin İnanç) başlığı ile ele aldığı eserde habercilik etiğinin çerçevesini çizmiştir. Williams, eserinde gazetecinin sahip olması gereken özelliklerinden birinin de *yapıcı* olması gerektiğine dikkat çekmiştir (Williams, 1914). Bu metinden yaklaşık bir asır sonra yapıcı gazetecilik, habercilikte bir şemsiye kavram olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda Danimarkalı iki gazeteci olan Catherine Gyldensted ve Ulrik Haagerup yaptıkları çalışmalar ile yapıcı gazetecilik anlayışını hayata geçirmişlerdir. Catherine Gyldensted (2011) kaleme aldığı yüksek lisans tezinde haber metinleri ile pozitif psikoloji arasındaki ilişkiyi incelemiş, haberlerdeki pozitif yanların katılımcılar üzerinde olumlu etkiler yarattığı, geleneksel haberciliğin hâkim olduğu olumsuzluk niteliğinin de katılımcıları olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur. Ulrik Haagerup da katıldığı bir programda Afrika ile ilgili haberlerin neredeyse tamamının iç savaş, açlık, ölüm gibi kavramlarla ilişkili olduğunu; ancak Afrika'da bebek ölüm sayılarının giderek azaldığını, Afrika'nın ticari olarak önemli bir büyüme gösterdiğini dile getiren haberlere rastlamadığını aktarmaktadır. Haagerup, bu habercilik anlayışından rahatsız olduğunu vurgulamakta, olumlu yönlerin öne çıkarılmasının önemine dikkat çekmektedir (Fjum, 2014). Haagerup (2015), yapıcı habercilik üzerine yazdığı eserinde gazeteciliğin temelinde bulunan olumsuzlukların zararlı sonuçları olduğuna değinmekte, haberlerin *yapıcı* bir nitelikte ele alınmasını önererek bu sayede haberlerin insanlara ilham ve umut vereceğini, onları yeni şeyler yapma konusunda teşvik edeceğini dile getirmektedir.

Peter Bro, yapıcı gazetecilik üzerine kavramsal netlik olmadığını ifade etmekte, bu durumun da yapıcı gazeteciliği eleştirilere açık hale getirdiğini belirtmektedir. Bro'nun bu kavramsal belirsizliğe yaptığı vurgu yapıcı gazeteciliğin iki önemli ismi olan Gyldensted ve Haagerup'un yapıcı gazeteciliğe yüklediği anlamdan ileri gelmektedir. Haagerup, yapıcı haberi haber seçimini ve üretim sürecini etkilemesi gereken bir haber değeri olarak görmekte; Gyldensted ise yapıcı gazeteciliği okurları ve toplumu etkilemek isteyen proaktif bir süreç olarak tanımlamaktadır. Haagerup, haberin üretiminden önceki sürece, geleneksel gazeteciliğin göz ardı ettiği diğer haber hikayelerini bulmaya odaklanırken; Gyldensted, haberin üretildikten sonraki başarısına ve toplumsal etkisine dikkat çekmektedir (Bro, 2019, s. 506-508). Dolayısıyla Haagerup, yapıcı habercilikte olumlu gelişmelerin de gözde olmasını temel alan *haber değerini* öne çıkarırken Gyldensted'in haberin oluşturacağı *etkiye* odaklandığı görülmektedir. Haagerup'un yapıcı haberciliğin olumlu gelişmeleri de gündeme getiren dengeli, orantılı ve kapsayıcı yanına vurgu yaptığı, Gyldensted'in ise haberin yayımlanmasından sonra habere konu olan sorunun okurlara olası etkisiyle birlikte sorunun çözümünü, geleceğe ilişkin unsurları öne çıkardığı söylenebilir. Bu iki farklı vurgudan yola çıkılarak yapıcı gazeteciliğin haber metinlerinde olumlu gelişmelerin de olumsuz gelişmeler gibi yer aldığı, sorunların öne çıkmasının aksine çözüm temelli bir anlayışın benimsendiği, içeriklerin okurlara ilham vererek onları olumlu davranışlar konusunda teşvik ettiği, geleceğe odaklanan aktif bir habercilik olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

McInyre vd. (2018, s. 1657) yapıcı gazeteciliği, dünyayı daha doğru bir şekilde tasvir etmek, gazeteciliğin sosyal sorumluluk ekseninde icra edilmesini sağlamak olarak tanımlamaktadır. Bu özelliği ile yapıcı gazetecilik, haberciliğin normatif yanını

ortaya koymaktadır. Yapıcı Enstitü'ye göre ise gazeteciliğin temel ilkelerini koruyarak -olumsuz ve yanlış olanı aşırı vurgulamadan- yaşanan gerçeklikleri eksiksiz bir şekilde aktarmayı, dünyanın adil, doğru ve bağlamsal yönünü sunmayı amaçlamaktadır. Yapıcı gazetecilik, pozitifliğin ya da negatifliğin aşırılığına boyun eğmeden toplumun önemli gördüğü konulara odaklanmakta, toplumsal sorunları hafifletmek için neler yapılabileceği konusunda bir tartışma başlatmaktadır (Yapıcı Enstitü, t.y.a).

Yapıcı gazetecilikte var olan olumlu bakış ve çözüm anlayışı eleştirel olmayan ya da pozitif bir habercilik anlamına gelmemektedir. Bu bağlamda McIntyre ve Gibson (2016, s. 304), pozitif haberlerin yapıcı haberciliğe dahil olamayacağını, iki habercilik türünün birbirinden ayrıldığını ifade etmektedir. McIntyre (2016, s. 304), pozitif haberlerin iyimser ve mutlu edici yanına vurgu yaparken çatışma ve etki gibi temel gazetecilik prensiplerinden yoksun olduğunu (McIntyre, 2016, s. 227)¹; bu durumun pozitif habercilikle yapıcı habercilik arasındaki temel ayrım olduğunu aktarmaktadır (McIntyre, 2015, s. 15). Yapıcı gazetecilik, çözüme dikkat çekerken sorunları da göz ardı etmemekte hem sorunları hem de sorunların çözümü için gerçekleşen ilerlemeleri bağlama dayalı bir şekilde rapor etmektedir. Yapıcı gazetecilikteki amaç, sorunları ağırlaştırmak ya da çatışmayı alevlendirmek değil çözüm yolları konusunda eleştirel tartışmaları kolaylaştırmaktır (Yapıcı Enstitü, t.y.a). Yapıcı habercilik eleştirel gazetecilik tekniklerini de içeren çözüm odaklı bir anlayış olarak karşımıza çıkmaktadır. Mevcut habercilik uygulamalarında sık sık vurgusu yapılan olumsuz etkilerin yerine hikayelerin olumlu yönlerini öne çıkararak çözüm için teşvik edici bir süreci yürütmektedir (Zhang ve Matingwina, 2016, s. 23-24).

Yapıcı gazeteciliğin geleneksel gazetecilikten ayrılan yanına değinirken geleneksel gazeteciliğin yerini alacağını söylemek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Yapıcı gazetecilik diğer habercilik türlerine doğrudan bir karşıtlık oluşturmamakta, gazetecilerin olumsuzun yanında olumluyu da görmesini önermektedir. Yeni bir habercilik anlayışı olmaktan çok bir gazetecinin alet kutusundaki ek bir araç, araştırmacı gazeteciliğin bir tamamlayıcısı olarak işlev görmektedir. Yapıcı haberciliği destekleyenler, bu tür gazeteciliğin daha adil, dengeli ve sansasyon yaratmayan habercilik değerlerine bir geri dönüş olduğunu vurgulamaktadır (Yapıcı Enstitü, t.y.a). Haagerup (2017, s. 17, 50) yapıcı haberciliğin, haberlere tek bir gözle bakan geleneksel gazeteciliği eleştirdiğini ifade etmekte, iyi gazeteciliğin dünyayı iki gözle görmesi gerektiğine işaret etmektedir. Yapıcı haberciliği diğer habercilik türlerinden ayıran temel noktalar Yapıcı Enstitü tarafından formüle edilmiştir.

¹Sözü edilen eser 2014 yılında yayımlanan bir konferans bildirisinden sonra 2016 yılında akademik bir dergide makale olarak yayımlanmıştır.

Tablo-1: Yapıcı Gazeteciliği Diğer Habercilik Türlerinden Ayıran Özelliklerin Tablosu

	Flaş Haberler	Araştırmacı Gazetecilik	Yapıcı Gazetecilik
Zaman	Bugün	Dün	Yarın
Amaçlar	Hız	Suç	İlham
Sorular	Ne? Ne zaman?	Kim? Niçin?	Şimdi ne olacak? Nasıl?
Stil	Dramatik	Eleştirel	Meraklı
Rol	Polis	Hâkim	Kolaylaştırıcı
Odak	Drama	Suçlular ve Kurbanlar	Çözümler ve en iyi uygulamalar

Kaynak: (Yapıcı Enstitü, t.y.b)

Yapıcı gazeteciliğin daha iyi anlaşılması adına yapılan karşılaştırmada, yapıcı haberciliğin sorunların çözümü ve toplumsal iyileşme için zaman olarak geleceğe odaklandığını, haber üretimi ile bireyleri harekete geçirme ya da toplumsal iyiyi sağlama konusunda ilham sağlamayı amaçladığını söylemek yanlış olmayacaktır. Haberin aktörleri içerisinde kimin suçlu kimin kurban olduğunu belirleyecek bir keskinlikten, suçlu yargılayan bir anlayıştan kaçınan yapıcı habercilik, oluşan sorunun çözümünde meraklı ve kolaylaştırıcı bir rolü üstlenmektedir. Yapıcı Enstitü'nün yanı sıra Hermans ve Gyldensted (2019, s. 538-539), haberlerin yapıcı bir niteliğe bürünmesi için uygulanması gereken bazı noktalara vurgu yapmaktadır. Yapıcı haberler çözüm odaklı bir haber çerçevesi çizmeyi, klasik soruların aksine “şimdi ne olacak?” sorusunu gündeme getirerek habere gelecek yönelimli bir bakış açısı eklemeyi, gelecek hedeflere ulaşma açısından üretken bir perspektif sunabilmeyi hedeflemektedir. Kapsayıcılık ve çeşitlilik açısından zengin bir çerçeveye sahip olması gereken yapıcı haberler, haberde yer alan aktör ve gelişmeleri kapsamlı bir şekilde ele almalı, geleneksel medyanın ürettiği kutuplaştırıcı dilden uzak durmalı, olayın mağdurlarını güçlendirebilecek, onlara ilham verecek, bir bakış açısı geliştirilmelidir. Yapıcı gazeteciliği diğer gazetecilik türlerinden ayıran temel noktalardan biri de toplumu eyleme ya da siyasi görüşler konusunda tavır almaya çağırmasıdır. Yapıcı gazetecilik politik bir aktivizm değildir ve gazeteci ile politika arasında bir mesafe olması gerektiğini savunmaktadır (Yapıcı Enstitü, t.y.a).

Yapıcı gazetecilik uygulanma tarzı olarak farklı özellikler gösterse de bazı habercilik türleri ile benzer yanları bulunmaktadır. Bu anlamda, kalkınma gazeteciliği², onarıcı anlatı³ barış gazeteciliği⁴ ve bilhassa çözüm gazeteciliği⁵ yapıcı gazetecilikle karşılaştırılmakta, benzerlikleri ortaya konmaktadır. Sözü edilen bu habercilik türlerindeki ortak nokta, gündelik olumsuz gelişmelere odaklanmadan daha uzun vadeli gelişmelere kanalize

²Kalkınma gazeteciliği, gelişmekte olan ülkelerdeki insanların yaşam koşullarının iyileştirilmesini temel alan konu ve temalar hakkında yürütülen habercilik türüdür (Chattopadhyay, 2019).

³Onarıcı anlatı, toplumsal zorlukların yaşandığı dönemde veya sonrasında iyileşmeye, ilerlemeye dayalı hikayeler üreten bir haberciliği kapsamaktadır (Dahmen 2016).

⁴Barış gazeteciliği, şiddet olaylarının yaşandığı bir ortamda geleneksel habercilik yaklaşımında yer alan iki taraflı söyleme karşılık taraflar arasındaki sürtüşmeyi azaltmak adına barışçıl üçüncü bir taraf olmayı amaçlayan habercilik türüdür (Lynch, 2007, s. 2).

⁵Çözüm gazeteciliği, sorunların çözüm temelli bir yaklaşımla haberleştirilmesini ifade etmektedir (McIntyre ve Gyldensted 2017, s. 23).

olmaları ve gazeteciliğin toplumsal süreçlerin biçimlenmesinde aktif bir rol alması gerektiğini belirtmeleridir. Toplumsal süreçlerde rol oynaması ile kalkınma haberciliğine benzeyen yapıcı gazetecilik, olumlu gelişmelere odaklanması ile çatışmanın barışçıl dönüşümünü amaçlayan barış gazeteciliğine yaklaşmaktadır. Ancak barış gazeteciliği savaştan dolayı acı çeken tüm tarafları öne çıkararak (Galtung, 2013, s. 98) barış ortamına katkı sağlama niteliği ile yapıcı habercilikten ayrılmaktadır. Yapıcı gazeteciliğin sorundan ziyade çözüme odaklanması sebebiyle de çözüm gazeteciliğinin niteliklerini taşıdığı düşünülmektedir (Nölleke, 2019, s. 2-3). Toplumsal bir sorunun çözümü için üretilen haberler yapıcı olarak değerlendirilebilir; ancak haberi yapıcı kılan unsurlardan yalnızca bir tanesidir. Dolayısıyla çözüme yönelik haberler yapıcıdır ama yapıcı bir haberin her daim çözüm gazeteciliğini içerdiğini söylemek doğru olmayacaktır (McIntyre, 2015, s. 16). Yapıcı gazetecilik, yurttaş gazetecilik⁶ gibi gazeteciye daha aktif bir rol biçmektedir. Bro (2008), haberde aktifliği gazetecinin yaşanan gerçekleri aktarmasının yanı sıra haberi yorumlama konusunda katkı sağlama olarak tanımlamakta, haberin yayımlanması sonrasında de neler olabileceği konusunda öngörülerde bulunmayı içerdiğini dile getirmektedir. Dolayısıyla yapıcı gazetecilik de habercilerin aktif ve katılımcı bir yaklaşım sergilemesini temel almaktadır (McIntyre ve Gyldensted, 2017, s. 26).

Yapıcı Habercilik ve Pozitif Psikoloji İlişkisi

Yapıcı haberciliğin icra edilmesi için geleneksel haber üretim süreçlerinde birtakım değişikliklerin yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Haagerup (2017, s. 24), yapıcı bir gazeteci olmak için habercilik yaklaşımında, sorulan sorularda, haber yazımında ve üretilen içeriklerde bir dönüşüm yaşanmasının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Gyldensted (2015) geleneksel bir bakış açısına odaklanmadan, geleneksel medyanın dünyayı (olumsuz) tasvir etme biçimindeki önyargıyı azaltmak adına habercilerin pozitif psikolojiden ve davranış bilimlerinden yararlanması gerektiğini dile getirmektedir. Pozitif psikoloji teknikleri ile habere konu olan bireyleri ve okurları olumsuz etkileyebilecek nitelermeler kullanmak yerine onları güçlendirecek ifadelere yer verilmektedir (McIntyre ve Gyldensted, 2017). Yapıcı habercilik ile pozitif psikoloji arasındaki ilişkiye değinmeden önce pozitif psikolojiyi tanımlamaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Pozitif psikoloji, bireylerin ve toplumların gelişmesini sağlayan koşulları ölçmeyi ve hayata geçirmeyi amaçlamaktadır (Seligman, 2012, s. 29; Gable ve Hadit, 2005, s. 103). Pozitif psikoloji, neyin işe yaradığını, neyin doğru olduğunu ve geliştiğini bulmakla ilgilenmekte, zorluklara rağmen bireylerin onurlu ve idealleri olan bir yaşam sürmeyi nasıl başardığını incelemektedir. Pozitif psikoloji, psikologları bireylerin potansiyel, güdü ve kapasiteleri konusunda daha açık ve takdir edici bir bakış açısını özümsemeye teşvik etme girişimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Sheldon ve King, 2001, s. 216).

Gable ve Hadit'e göre (2005, s. 104-106) pozitif psikoloji, klinik psikolojinin akıl hastalıklarına odaklanmadaki yoğunluğuna ve dengesizliğine karşı ortaya çıkmış bir alandır. Pozitif psikoloji alanı, psikolojinin büyük bir kısmında araştırma telaşının

⁶Yurttaş gazeteciliği, yurttaşların çözümsüzlük ve yabancılaşma duygularını aşabilmeleri için katılıma teşvik eden olanaklar yaratan, haberin üretim sürecinde yurttaşlara söz hakkı tanıyarak vatandaşların da haberci olabileceği habercilik türüdür (Uzun, 2006, s. 646).

olumsuzluklara odaklandığı, olumlu tarafın ise adeta bir tarla gibi nadasa bırakıldığını düşünmektedir. Psikoloji alanında aileler arasında yaşanan çatışmaları ve çözümleri inceleyen birçok çalışma olmasına rağmen onların birlikte eğlendiği, mutlu vakit geçirdiği durumu araştıran çalışmaların sayısı oldukça azdır. Pozitif psikoloji olumsuz gelişmelerin varlığını da kabul ederek olumlu gelişmelerin yer aldığı durumların da araştırılmasını amaçlamaktadır. Dolayısıyla pozitif psikoloji, olumsuzun yanı sıra madalyonun diğer yüzü ya da bardağın dolu tarafının da incelenmesi gerektiğini aktarmaktadır. Elbette ki psikolojinin bir bilim olması sebebiyle olumsuzluklara, travmalara, kaygılara, hastalıklara çare bulmak için bu tür konulara odaklanması son derece doğal olarak karşılanmaktadır. Ancak bu durum gelişmeye, başarıya, ilerlemeye olan odaklanmayı engelleyen bir durum değildir. Ayrıca yalnızca çatışmaya dikkatini vermek uzlaşmaların nasıl yapıldığını göz ardı edebilir, önyargıya odaklanmak, birçok doğruluk örneğinin ve koşullarının gözden kaçmasına neden olabilmektedir. Sheldon ve King de (2001, s. 217) psikolojinin doğası gereği şüpheciliğin öne çıktığı bir alan olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte şüpheciliğin dozu arttığında gerçeğin net bir şekilde anlaşılmasını engelleyen bir olumsuzluk önyargısı oluşabilmektedir. Pozitif psikoloji psikologların insan doğasının olumlu yönlerine daha fazla odaklanmaları gerektiğini savunmaktadır. Psikologlar bireylerin içindeki kötü kadar iyiyi de görmelerini sağarlarsa insan doğası hakkında yeni anlayışlar elde edebilirler.

Pozitif psikoloji ile yapıcı gazeteciliğin mustarip olduğu konu ve öne çıkarılması gereken durumlar benzerlik göstermektedir. Her iki alan da öne çıkarılan durumların kuytu köşede kalmış yanlarına, umut verici gelişmelere dikkat çekmekte, topluma ve yaşananlara farklı ve dengeli bir gözle bakabilmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda McIntyre ve Gyldensted (2017, s. 23), yapıcı gazeteciliğin pozitif psikoloji tekniklerini haber üretim sürecine uygulayarak bireysel ve toplumsal gelişimi sağlamayı hedeflediğini belirtmektedir.

McIntyre ve Gyldensted (2017, s. 26-27), beş farklı teknikten söz etmekte, bu tekniklerin haber üretim süreçlerinde kullanılması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu tekniklerden biri *dünyanın iyi oluşunu düşünmektir*. Habercilerin bir konuyu gündeme getirdiklerinde konunun olumlu ve olumsuz yanlarının dengeli bir şekilde aktarılması önem arz etmektedir. Gazetecilerin haberlerinde genellikle olumsuzlukların hâkim olduğu *hastalıklı* bir dünya anlayışını öne çıkardığı belirtilmekte, bu yaklaşımla haberde yer alan olumlu duygular, zorluklara karşı dayanıklılık, büyüme ve başarı gibi durumların da vurgulanması gerektiği ifade edilmektedir. Yapıcı gazetecilikteki bir diğer teknik haber metinlerinde *olumlu duygular uyandırmaktır*. Haberlerde olumlu duyguların kullanımı haberleri daha yapıcı hale getirmek için pozitif psikolojinin kullandığı tekniklerden biridir. Olumlu duyguların yer aldığı yapıcı haber hikayelerinin okurları harekete geçirerek hedeflerine ulaşma noktasında katkı sağladığı düşünülmektedir.

Habercilik süreçlerinde kullanılan bir diğer teknikte çalışmalarında olumlu his, katılım, iyi ilişkiler, anlam ve başarının yer aldığı *PERMA* (positive emotion, engagement, good relationships, meaning, achievement) unsurları kullanılmalıdır. Bunlar, haberleri yapıcı bir hale getirirken okurları da olumlu yönde etkilemektedir. İki politikacının

tartıştığı bir konu geleneksel yöntemle ele alındığında politikacıların ayrıştığı noktalar vurgulanırken; *PERMA* unsurlarını öne çıkaran yapıcı habercilikte politikacıların buluştukları ortak paydayı, nasıl iş birliği yapabileceklerini aktaran hikayeler üretilmektedir. *PERMA* unsurlarını içeren haberlerin pozitif haberlerden farklılaşması için toplumsal bir bağlama oturtulması, temel gazetecilik işlevlerine bağlı olması gerekmektedir. Pozitif psikoloji yöntemlerinden bir diğeri *yapıcı görüşme tekniklerini* kullanmaktır. Gazeteciler haber üretim süreçlerinde yaptıkları görüşmelerde psikolojik teknikleri tercih etmelidir (McIntyre ve Gyldensted 2017, s. 28). Tomm'un yaptığı bir çalışmada (1988, s. 5-8) terapötik görüşme için bazı soruları formüle etmiştir. Bu yaklaşımın gazeteciler tarafından da kullanılması ile yapıcı haberciliğin uygulanabileceğini ifade etmektedir. Bu sorular doğrusal, refleksif, döngüsel ve stratejik olmak üzere dört şekilde sınıflandırılmaktadır. Haberciliğin klasik anlayışı olan 5N1K (Ne, Nerede, Ne zaman, Nasıl, Neden; Kim) unsurunun mevcut durumu pekiştirdiği, olumsuz yargılar meydana getirdiği dile getirilmektedir. Tomm'un belirttiği formasyon ise klasik yaklaşımdan farklılaşmakta, neden-sonuç ve bağlam ilişkisini irdelemeyi, haberin aktörünü yönlendirerek sorunu çözme konusunda teşvik etmeyi, aktörün gelişmeler arasında bağlantı kurmasını sağlayan yanıtlar elde etmeyi, aktörün farklı bir bakış açısı, düşünüş biçimi kazanmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

Pozitif psikolojinin son tekniği *çözümlere odaklanmaktır*. Toplumsal sorunlara yönelik olası çözümlerin haber metinleri ile aktarılması yapıcı bir anlayışı temsil etmektedir. Bu anlayış haberciliğin toplum yararını gözeten sosyal sorumluluk ilişkisi ile uyumlu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (McIntyre ve Gyldensted, 2017, s. 29). Haber metinlerinde pozitif psikoloji tekniklerinin kullanımı ile haberler yapıcı bir hale getirilerek toplumun ilgisini çekebilecek, topluma ilham sağlayarak çözüm yolu sunabilecek, dünyada iyi şeyler de yaşandığı düşündürülerek toplumun geleceğe umutla bakması konusunda katkı sunabilecektir. Kleemans vd. yaptıkları bir araştırmada (2017b) yapıcı gazetecilikte yer alan olumlu görüş ve çözümlerin okurlar için faydalı olduğunu, okurları olumsuz etkilemekten ziyade onlara enerji vererek toplum lehinde bir davranışa teşvik ettiğini vurgulamaktadır. Geleneksel habercilikte yer alan olumsuz durumların toplumun cesaretini kırdığı ve güçsüz hissetmelerine neden olduğu dile getirilmektedir.

Yapıcı Gazeteciliğin Küresel Ölçekte Uygulanma Alanları

Yapıcı gazetecilik yeni bir kavram olarak tartışılmaya devam etse de küresel alanda birçok kuruluş tarafından uygulanmaktadır. Yapıcı Enstitü, Yapıcı Gazetecilik Projesi, Çözüm Gazeteciliği Ağı gibi kuruluşların yanı sıra birçok medya organı da yapıcı haberler üretmektedir. Bu doğrultuda İngiltere'de BBC, The Guardian, Huffington Post, Positive News, Incline; Fransa'da Sparknews, Reporters d'Espoirs; Almanya'da Perspective Daily, Der Spiegel, Deutsche Welle; Hollanda'da De Correspondent; İsveç'te SVT; Danimarka'da TV 2, İsviçre'de Tages-Anzeiger; Yunanistan'da Orthos Logos; ABD'de The New York Times, YES Magazine, Good&UpWorthy, Time, Seattle Times, Boston Globe, The Christian Science Monitor; Arjantin, İspanya ve Şili'de Noticias Positivas; Güney Afrika'da South Africa: Good News Çin'de CCTV ve Xinhua haber ajansı gibi yayın organları yapıcı haberciliğin örneklerini sunmaktadır.

Yapıcı gazeteciliğin öncü isimlerinden biri olan Haagerup, 2017 yılında yapıcı gazeteciliği teşvik etmek için Yapıcı Enstitüyü (Constructive Institute) kurmuştur. Enstitü, küresel haber kültürünü beş yıl içinde yeni araştırma yöntemleri, bilgileri, materyalleri, kavramları ile küresel konferans, seminer ve burs programları aracılığıyla değiştirmeyi amaçlamaktadır. Enstitü yürüttüğü projelerle haberciliğe ilham vermeyi ve yeni habercilik rol modelleri oluşturmayı hedeflemektedir (Yapıcı Enstitü, 2021, s. 22).

Sean Dagan Wood ve Danielle Batist 2014 yılında Yapıcı Gazetecilik Projesi'ni kurmuş, 2020 yılında sonlandırmıştır. Londra merkezli olarak yürütülen proje, yapıcı gazetecilik bilincini artırmayı ve yapıcı gazeteciliğin yerleşik bir gazetecilik pratiği haline gelmesine katkıda bulunmayı hedeflemiş, amacına ulaştığı düşünülerek sonlandırılmıştır. Jodie Jackson, Veronique Mistiaen ve Giselle Green gibi gazetecilerle birlikte yapıcı gazeteciliği destekleyen bir kolektif oluşturulmuş, bu oluşum İngiltere'nin ardından küresel alanın da dikkatini çekmeyi başarmıştır. Proje, serbest çalışan gazetecilere yönelik uluslararası eğitim atölyesi çalışmaları yürütmüş, bu atölyeler dünyanın birçok bölgesinde gerçekleştirilmiştir. Özellikle Orta Doğu ve Afrika gibi çatışmaların yaşandığı bölgelerdeki gazeteciler de atölyelere dahil edilerek yapıcı gazeteciliğin çatışma haberciliğinde nasıl bir rol oynayabileceği yönünde araştırmalar yapılmıştır (Yapıcı Gazetecilik Projesi, 2020).

Yapıcı gazetecilik içerisinde değerlendirilen çözüm haberciliğini hayat geçiren Çözüm Gazeteciliği Ağı (Solutions Journalism Network), gazeteciliği dönüştürerek bireylerin daha adil ve sürdürülebilir bir dünya tasavvur etmeleri konusunda katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Günümüz haberlerinin doğasının krizlere, felaketlere, acılara olan ilgisinden dolayı bireylerin kendilerini güçsüz, umutsuz hissettiği aktarılarak okurların haberlerden yüz çevirdiği vurgulanmaktadır. Çözüm Gazeteciliği Ağı, haberleri yeniden betimlemek için girişimlerde bulunmakta, sorunların çözümü, kutuplaşma ve umutsuzluğa karşı koyabilecek bir habercilik anlayışını hayata geçirmeyi amaçlamaktadır. Çözüm Gazeteciliği Ağı, küresel çapta 500'den fazla haber kuruluşu ile 20 bin gazetecinin katılımıyla birlikte çözüm gazeteciliğinin haberlerde uygulanması ve geliştirilmesi için organizasyonlar düzenlemiştir. Yapılan araştırmalarda bireylerin çözüm gazeteciliğini ilginç, güvenilir ve bilgilendirici bulduğu; bireylerin toplumsal yaşama ve sorunların çözümüne katılım konusunda daha istekli olduğu belirtilmektedir. Çözüm Gazeteciliği Ağı, 2021-2025 yılları arasında uygulanacak bir projeyi başlatmış, çözüm gazeteciliğini yayılmasını teşvik etmek adına 60 bin gazeteci, bin beş yüz haber kuruluşu projeye dahil edilmiştir (Çözüm Gazeteciliği Ağı, t.y.).

Yapıcı gazeteciliği uygulayan haber kuruluşlarından biri İngiltere merkezli The Guardian gazetesidir. The Guardian, yapıcı gazetecilik örneklerini 2016 yılından itibaren Mark-Rice Oxley yönetiminde *The Upside* adıyla hazırladığı özel bir bölümde yayımlamaktadır. Oxley, yaşanan olumlu gelişmelerin yer alacağı bir haber havuzu oluşturup okurların bunlara nasıl tepki vereceğini incelemek için oluşturdukları *The Upside* projesinin 150'den fazla içerik ürettiğini, okurlardan oldukça iyi tepkiler aldığını, okurların gazeteye teşekkürlerini ve desteklerini iletildiğini aktarmaktadır (Oxley, 2018). The Guardian Genel Yayın Yönetmeni Katharine Viner yapıcı gazetecilik yapmaya

devam edeceklerini şu sözlerle dile getirmektedir (Oxley, 2018):

“Sadece eleştirmekle kalmayıp dünyayı iyileştirmeye yardımcı olacak fikirler geliştireceğiz. Umutsuzluk, inkarın başka bir şeklidir. İnsanlar yeniden umutlanmayı, özellikle de gençler, önceki nesillerin bir zamanlar sahip olduğu umudu hissetmeyi özliyor.”

The Upside bölümünde yapıcı habercilik örnekleri kategorize edilmiştir. Yapıcı haberler, teknoloji, sağlık, çevre, halklar, girişimler, videolar gibi kategorilere ayrılmakta, başarılı girişimler, hastalıkların tedavi edilmesi gibi sağlık alanındaki yenilikler, sonu iyi biten hikayeler, ihtiyacı olan ülkeler ile insanlara yardımlar, çevresel anlamdaki pozitif olaylar ve teknolojinin insan yararına kullanımı gibi olumlu gelişmelere odaklanılmaktadır (The Guardian, t.y.). BBC, *People fixing the world* (Dünyayı düzelteren insanlar) adıyla yapıcı habercilik dizisi hazırlamakta, haberler video ve podcast içeriği şeklinde de yayımlanmaktadır. Bu haber içeriklerinde sağlık sorunlarının tedavi edilmesi, çevre kirliliği, doğal kaynakların azalması, iklim krizi gibi sorunlara yönelik çözümler, başarı ve iyilik hikayeleri, alternatif enerji ve doğal üretim yapan ilham verici insan hikayeleri, Covid-19 salgınına yönelik umut verici, yardımlaşma içeren haberler okurlara sunulmaktadır (BBC News, t.y.). Huffington Post gazetesi *What's Working* adıyla bir bölüm oluşturmuş, bu bölüm yaşamın gerçek zorluklarına çözümler bulan hikayeler sunan editoryal bir girişimdir. Yaratıcılık, yenilikçilik, şefkat hikayelerine ışık tutulmakta, haberlerin tek bir boyutuna değil resmin tümüne yer vererek dengeli, ilham verici gelişmeler okurlara sunulmaktadır (Huffington Post, t.y.). Sean Wood yönetimindeki Positive News dergisi, medyanın karamsarlıkla dolu dünyasına karşı olarak ilerleme, olasılık ve çözümlere odaklanan, habercilik anlayışını temelden değiştiren yapıcı gazeteciliğin öncüleri arasında görülmektedir. Positive News, okurların ve gazetecilerin desteği ile yayın hayatını sürdüren bir kooperatif olarak nitelendirilmekte, kitlesel fonlama yoluyla haber yayınlarını devam ettirmektedir (Positive News, t.y.). *Inkline* yayın organı “pozitif yayınlayın” (publish the positive) sloganı ile çözüm odaklı haberler, sosyokültürel nedenleri savunan girişimcilerle röportajlar, çeşitli ilham kaynakları sunan teşvik edici, yapıcı ve etkili hikâye arayanlar için kaynak niteliği taşıyan uluslararası bir medya platformu olarak karşımıza çıkmaktadır (Inkline, t.y.).

Hollanda merkezli De Correspondent 2013 yılında kurulmuş, ona bağlı olarak İngilizce yayınları yapan The Correspondent ise 2019 yılında yayın hayatına başlamış; ekonomik olarak sürdürülebilir olmadığı dile getirilerek 1 Ocak 2021’de kapanmıştır. De Correspondent yayınlarına devam etmektedir. The Correspondent, geleneksel gazetecilikten farklı bir yöntemi benimsemiştir. Toplumsal sorunların sunulmasından ziyade çözüme odaklanan habercilik anlayışını kuruluş felsefesi olarak belirleyen The Correspondent yapıcı haberciliğin önemli örneklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Flaş haber sunmayı reddeden The Correspondent sansasyonel başlıklar sunmak yerine dünyayı şekillendiren yapısal ve uzun vadeli gelişmeleri derinlemesine ve rasyonel bir çerçevede ele almaktadır. Ayrıca habercilik süreçlerine okurların da katılımını sağlayan bir anlayışa sahip olan The Correspondent, okurların soru, görüş ve uzman yorumlarının dikkate alınacağı interaktif bir sistemi benimsemektedir. Haber içeriklerinde toplumsal çıkarlar ön planda olmakta, geleneksel medyaya herhangi bir suçlama yapmadan gazeteciliğe karşı oluşan olumsuz atmosferden endişe duyulmakta ve haberin eksiklerine dikkat

çekilmektedir. Gazeteciliğe karşı oluşan güvensizlik, sinizm, düşmanlığın gazetecilik ekosisteminde iç gözlem ve yapıcı tartışma için bir fırsat olduğuna vurgu yapılmakta, gazetecilere yeniden güven duyulması için katkılar sağlanması amaçlanmaktadır (The Correspondent, t.y.).

Almanya merkezli Perspective Daily gazetesi yapıcı habercilik örneklerini içeren bir gazetecilik anlayışına geçiş yapmıştır. Perspective Daily, yapıcı gazeteciliğin sürdürülebilir bir toplumun vazgeçilmez bir parçası olduğunu savunmaktadır (Perspective Daily, t.y.). Perspective Daily'nin kurucu editörü Maren Urner, olumsuz haberlerin insanların zihinlerine zarar verdiğini açıklamakta, dünyanın zorlu ve olumsuz olduğu algısının bireylerin sorunları çözme yeteneğini engellediğini vurgulamaktadır. Çözümü, vizyoner bakış açısını ve iş birliklerini temel alan haberciliğin iklim değişikliği gibi birçok küresel sorunun üstesinden gelinmesi noktasında katkı sağladığı belirtilmektedir (MacGregor, 2020). Almanya'da kamu yayıncılığı yapan Deutsche Welle "The Bride Side" adıyla yapıcı habercilik örnekleri sunan bir dizi video habere imza atmıştır. Savaş, kıtlık gibi olumsuz gelişmeler tarihsel ve verilerin hâkim olduğu farklı bir perspektifle ele alınarak dengeli bir habercilik amaçlanmakta, bu konularda yaşanan iyileşmeler ve ilerlemeler aktarılmaktadır. Yapıcı haberlerde küresel alanda yaşanan çatışmalarda hayatını kaybeden insanların sayısının günden güne azaldığı, kıtlık sorunu yaşanan bölgelerde başarılı mücadeleler verildiği ifade edilmektedir (Tellmann, 2018). Almanya merkezli Der Spiegel, 2015 yılında daha fazla düşünmeyi teşvik eden, umut veren, tartışılan konulara çözüm yolları sunan yapıcı haberlere yer vereceğini belirtmiştir (Harms, 2015).

Danimarka'da yayın yapan TV 2'nin, haber politikasında değişikliğe giderek yapıcı haberler üreteceği dile getirilmektedir. Kuruluşun, haberlerde başarıya, olumlu, yapıcı hikayelere ve ilhama daha fazla yöneleceği ifade edilmektedir (Obitso, 2016). İsveç'te yayın yapan SVT, haberde yaşanan gelişmelerin yalnızca gürültüsünü duyduğumuzu; ancak özünü kavrayamadığımızı dile getirerek derinlemesine, bağlamsal, çoklu bakış açısını içeren bir yapıcı haberciliğe adım attığını, haberleri farklı formatlarla okurlara sunacağını bildirmiştir (Lagercrantz, 2018).

Christian de Boisredon ve arkadaşları medyanın içinde bulunduğu iç karartıcı gelişmelerin üstesinden gelmek için medyanın daha yapıcı olması gerektiğini belirterek Fransa merkezli Sparknews'i kurmuş, sosyal girişimleri, iş birliklerini, çevresel sorunların çözüm yollarını vurgulayarak haberlerin farklı bir şekilde anlatılabileceğine dikkat çekmiştir (Sparknews, t.y.). Fransa'da yayın yapan Reporters d'Espoirs çözüm gazeteciliğinin önemli temsilcilerinden biri olmakta, "umut habercileriyiz" sloganı ile toplumsal, ekonomik, çevresel zorluklar karşısında somut çözüm yolları sunan, bireyleri harekete geçiren içerikler üretmektedir (Reporters d'Espoirs, t.y.).

ABD'de yapıcı habercilik yaklaşımı sergileyen birçok yayın organı bulunmaktadır. The New York Times gazetesi *Fixes* (Düzeltilmeler) adıyla toplumsal sorunların çözümünü içeren yapıcı haberler üretmektedir. Bu haberlerde cezasını bitirmiş mahkumların toplumsallaşması ve rehabilite edilmesi, hastalıklara ilişkin geliştirilen ilaçlar, toplumsal barış ve suç oranlarının azalması için polislerin eğitilmesi, ekonomik olarak zor

durumda olan insanlara yardım edilmesi, İsrail ve Filistinli çocukların etkinliklerle bir araya gelmesi, zararlı alışkanlıklara bağımlılığın azaltılması gibi olumlu gelişmeler ve çözümcü yaklaşımlar okurlara aktarılmaktadır (The New York Times, t.y.). Time dergisi de *Optimist* (iyimser) adıyla açtığı bir bölümde yapıcı haberler yayımlamaktadır. Afrika kökenli bireylerin ekonomik girişimleri, göçmenlerin başarı hikayeleri, savaşa karşı iyimserliğin ve cesaretin gerekliliği, ABD’deki siyahilerin tarihine yönelik ilham verici hikayeler, geleceğe ilişkin umut dolu bakış açıları, kadınların kariyer başarıları gibi birçok konu yapıcı habercilik çerçevesinde okurlara sunulmaktadır (Time, t.y.). Seattle Times, 2013 yılında Solutions Journalism Network (Çözüm Gazeteciliği Ağı) ile iş birliği yaparak toplumsal başarıya ve çözümlere odaklanan bir anlayışı benimseyen yapıcı haberlere yer vereceğini açıklamıştır (Best, 2013). Boston Globe gazetesi bir eğitim vakfından elde ettiği finansal kaynakla 2015 yılında yapıcı haberciliğe adım atmıştır. Haberlerde kutuplaştırıcı, bölücü, umut kırıcı gelişmeler yerine kamu odaklı, birleştirici, sorun çözücü yaklaşımların benimseneceği belirtilmiştir (Russo, 2015). The Christian Science Monitor haftalık haber yayınları yapmakta, haberde oldukça yaygın olan umutsuzluk, öfke ve korku uyandıran söylem tarzına karşı ilham verici, yapıcı bir karşı-anlatı sağlayabilmek için toplumsal gelişme ve ilerlemeye odaklanmaktadır (The Christian Science Monitor, t.y.). Good&UpWorthy, bireyleri büyük sorunlar ve cesur çabalar etrafında çözüm için harekete geçirme konusunda teşvik edici, ilham verici pozitif hikayeleri yayımlamaktadır (Good & UpWorthy, t.y.). ABD merkezli YES dergisi, “daha iyi bir dünya mümkün” anlayışı ile hareket eden, kâr amacı gütmeyen, bağımsız bir çözüm gazeteciliği yayıncısıdır. Toplulukların toplumsal sorunlara olumlu yanıt verme biçimlerine ilişkin titiz bir habercilik ve yapıcı söylemi teşvik etmekte, okurlara daha adil, sürdürülebilir ve şefkatli bir dünya inşa etmeleri için ilham veren hikayeleri sunmaktadır (YES Magazine, t.y.).

Yapıcı gazeteciliğin uygulanma alanlarından biri de Çin medyasıdır. Çin son dönemde Afrika’da yaptığı yatırımların yanı sıra habercilik alanında atılımlarda bulunmaktadır. CCTV (China Central Television) ve Xinhua haber ajansı ile Afrika’da etkili bir yayıncılık yapmaktadır. Bu haber organlarında -sürekli açlık, iç savaş, ölüm, kıtlık gibi konularda gündeme gelen- Afrika’nın gelişimini, olumlu yönlerini, başarılarını temel alan farklı ve yapıcı bir habercilik anlayışı benimsenmektedir. Yapıcı habercilik uygulayan bu kuruluşlar Çin ile Afrika arasında güçlü bağlar kurmayı, Afrika’nın gelişimine de katkıda bulunmayı amaçlamaktadır (Zhang, 2014).

Türkiye’de özel olarak yapıcı gazetecilik icra eden ya da yapıcı gazetecilik bölümü bulunan bir haber organı bulunmamaktadır. Ancak yayımlanan haberlerden bazılarının yapıcı ya da çözüm odaklı gazeteciliğe dahil edilebileceği aktarılmaktadır. BBC’nin Gaziantep’te Suriyeli sığınmacı çocuklar ile Türk çocukların kaynaşması için başlatılan bir uygulamayı konu edinen haber metni (Ersoy ve Lowen, 2018) ile Haluk Levent’in kurduğu Anadolu Halk ve Barış Platformu AHBAP’ın çalışmalarının anlatıldığı haberlerin çözüm odaklı haberciliğe örnek temsil ettiği aktarılmaktadır (Karatabanoğlu, 2021). Ayrıca Türkiye’nin Afrika ülkelerine yönelik yardım ve yatırımlarını üstlenen sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya hesaplarında yayımlanan haberlerin yapıcı bir nitelik taşıdığını söylemek gerekmektedir. Türkiye’nin tıbbi, ekonomik, sosyal yardımlarını

temsil eden Yeryüzü Doktorları, Türk Kızılay, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA) gibi kuruluşların sosyal medya hesaplarının Türkiye'nin de yardımıyla Afrika'nın sağlık, ekonomik ve toplumsal alandaki gelişimine, sağlıklı ve mutlu insan hikayelerine yer verdiği görülmektedir. Bu tür bir yaklaşım Afrika ile özdeşleşen olumsuz kavramlar yerine geleceğe umutla bakmayı sağlayan yapıcı gelişmelerin öne çıkmasını sağlamakta, Türkiye ile Afrika halkları arasındaki bağı kuvvetlendirerek Türkiye'nin bölgedeki yumuşak gücünü artırmaktadır.

Türkiye'de yapıcı gazeteciliğin kendine özgü bir uygulama alanı bulamadığı, haber kuruluşlarının yapıcı gazeteciliğe ilişkin özel bir anlayış geliştirmedeği görülmektedir. Haber kuruluşlarının ürettiği bazı haberlerin yapıcı habercilik alanına dahil olabileceği düşünülmektedir. Kadir Has Üniversitesi Öğretim Üyesi Suncem Koçer, Türkiye'de çözüm odaklı haberciliğin sınırlı bir şekilde icra edilmesini, haber ekosisteminin çözüm gazeteciliğinin gri ve dinamik alanlardan yeşeren haber uygulamalarına yer açmamasıyla ilişkilendirmektedir. Türkiye'deki medyanın kutuplaşan yapısı, gazetecilere yönelik ekonomik ve hukuki baskılar, propaganda ile karşı propaganda arasında sıkışmış bir anlayışın çözüm odaklı bir habercilik üretmesinin mümkün olmadığını vurgulamaktadır (Karatabanoğlu, 2021). Türkiye'de yapıcı gazeteciliğin gelişmemesinin pratikte ve akademik olarak detaylı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra Batı'da yapıcı gazeteciliğin ortaya çıkmasına kaynaklık eden haber içeriğinin tüketiciye etkisini temel alan çalışmalar konusunda da Türkiye'de eksiklikler olduğu göz ardı edilmemesi gereken noktalardan biridir. Reuters Enstitüsü'nün 2019 yılında yaptığı bir araştırmada Türkiye'de olumsuz duygular uyandırdığı için haberleri takip etmeyi bırakanların oranının yüzde 55 olduğu saptanmıştır (Reuters Enstitüsü, 2019, s. 25). Teyit.org'un 2019 yılında haber tüketim alışkanlıkları üzerine yaptığı bir araştırmada katılımcıların yüzde 37,2'si olumsuz etkilendikleri için haberleri takip etmeyi bıraktıklarını belirtmiştir (Teyit.org Raporu, 2019, s. 14). Özellikle olumsuz haberlerin yoğun olduğu habercilik ekosisteminde bu haberlerin bireyler üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların sınırlı olması yapıcı haberciliğin gelişimine etki etmektedir. Olumlu ve olumsuz haberlerin toplum üzerinde yarattığı etkiler doğrultusunda yapıcı haberciliğe duyulan ihtiyaç belirlenebilecek, yapıcı habercilik için haber kuruluşlarını teşvik edebilecektir. Akademik araştırmaların yanı sıra araştırma şirketleri ve medya kuruluşlarının yapacağı haber-etki araştırmaları yapıcı habercilik alanındaki tespitleri ortaya koyabilecektir.

Sonuç ve Tartışma

Savaş, çatışma, salgın hastalıklar ve olumsuzlukların hâkim olduğu bir dünyada medyanın toplumu bilgilendirici, rahatlatıcı, pozitif düşünmeyi sağlayacak bir anlayıştan ziyade kutuplaşmayı, manipülasyonu içeren, korkuyu körükleyen bir bakış açısına sahip olduğunu söylemek gerekmektedir. Mevcut medya mantığı, gazeteciliğin işlev ve rollerini yanlış yönlendirmekte, habercilik açısından sadece toplumda yaşanan bozulmalara, olumsuzluklara ve hastalıklı durumlara vurgu yapmaktadır. Haberciliğin bu bakış açısı gazetecilerin de yaşananları betimleme şeklini etkilemekte, gelişmelerin yalnızca sorunlu ve olumsuz yanlarını dile getiren bir bilgi eksikliğine neden olmaktadır.

Çalışmada ele alınan yapıcı gazetecilik ise gazetecilerin haber değerini yeniden tanımlamasını, olumsuz gelişmelerin yanı sıra başarı, ilerleme, çözüm ve iş birliklerini de kapsayan dengeli bir habercilik icra etmesini önermektedir. Yapıcı gazetecilik, geleneksel medyanın aksine haberde kutuplaştırıcı bir dilden uzak durmakta, ortak zemin ve çözümleri vurgulayan normatif bir bakış açısını öne çıkarmakta, medyanın sosyal sorumluluk işlevini haberin yapıcı özellikleri üzerinden aktarmaktadır. Yapıcı gazetecilik, haber aktörüne farklı sorular sormakta, okuru da habere dahil ederek farklı bakış açıları kazanması, olumlu aksiyon alması yönünde ilham verici bir işlevi yerine getirmektedir. Yapıcı gazetecilik, haberlerin toplumsal olarak inşa edildiğini, haberlerin topluma yansıyan etkilerinin de bulunduğunu, dolayısıyla haberler aracılığıyla aktif ve üretken bir değişimin sağlanabileceğini savunmaktadır. Bu sebeple gazetecilerin yalnızca ne yaşandığına değil, yaşananlardan sonra olası etkilere, sorunların çözümüne, toplumun iyileştirilmesine yönelik bir odak noktası benimsemesini temsil etmektedir. Yapıcı gazetecilik, dünyada olumlu gelişmelerin de yaşandığı konusunda bireyleri teşvik eden toplumsal bir değişimin parçası, daha doğru bir dünya tasavvurunun yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yapıcı gazeteciliğin ABD ve Avrupa başta olmak üzere küresel ölçekte uygulama alanı bulduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. BBC, The Guardian, The Economist, Huffington Post, Deutsche Welle, The New York Times gibi birçok büyük yayın kuruluşunun yapıcı haberciliğe yönelik kurumsal adımlar attığı görülmekte, Positive News, Sparknews, De Correspondent, Good&UpWorthy gibi kuruluşların ise tamamen yapıcı haberciliğe odaklı bir anlayışı benimsediği saptanmaktadır. Yapıcı gazeteciliğin belirli bir yaygınlık gösterdiği bilirse de gazeteciliğin odak noktasını tamamen değiştirebileceği öngörülmemektedir. Yapıcı gazetecilik geleneksel gazeteciliğe ek olarak kavramsallaştırılan sorunların olası çözümlerinin de haber içerisine entegre edildiği bir anlayışı temsil etmektedir (Nölleke, 2019, s. 2). Öte yandan Haagerup ve Gyldensted, yapıcı gazeteciliği geleneksel gazeteciliğin bir devamı olarak görmemekte yapıcı gazeteciliğin geleneksel gazeteciliği tamamladığını ifade etmektedir (Bro, 2019, s. 515).

Yapıcı gazeteciliğin akademik ve pratik alanda daha yeni bir kavram olduğunu, yapılacak çalışmalarla yapıcı gazeteciliğin niteliklerinin, tanımının değişebileceğini söylemek gerekmektedir. Nitekim yapıcı gazetecilik üzerine net tanımlar konusunda da tartışmaların yaşandığı (Nölleke, 2019, s. 3; Gyldensted, 2015) bilinmektedir. Türkiye'deki literatür açısından yapıcı gazeteciliğin neden gelişmediğini gazeteciler ve akademisyenler özelinde derinlemesine incelemek yapıcı gazeteciliğin gelişimine katkıda bulunabilecektir. Covid-19 salgını ile Rusya-Ukrayna gerginliğinin yaşandığı bu dönemde (2022) bireyler, olumlu ve umut verici gelişmelere ihtiyaç duymaktadır. Bu sebeple yapıcı gazeteciliğin Türkiye'de de yaygınlaşması bireylerin de medyaya olan bakış açılarını değiştirebilecektir.

Etik Beyanı: Bu çalışmanın, etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer aldığını beyan ederim. Aksi bir durumun tespiti halinde Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarına aittir.

Yazar Katkıları: 1. Yazarın katkı oranı %100'dür.

Çıkar Çatışması Beyanı: Yazar, herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmektedir.

Kaynakça

Adorno, T. W. (2011). *Kültür endüstrisi-kültür yönetimi* (N. Ülner, M. Tüzel, ve E. Gen, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

BBC News (t.y.). People fixing the world. Erişim adresi: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p04grdbc/episodes/downloads>.

Ersoy, P. ve Lowen, M. (2018, 27 Nisan). Crossing divides: Turkish schools help Syrians integrate. *BBC News*. Erişim adresi: <https://www.bbc.com/news/world-europe-43900744>.

Best, K. (2013, 12 Kasım). Shifting our focus from problems in education to potential fixes. *Seattle Times*. Erişim adresi: <https://www.seattletimes.com/seattle-news/shifting-our-focus-from-problems-in-education-to-potential-fixes-kathy-best/>.

Bro, P. (2008). Normative navigation in the news media. *Journalism*, 9 (3), 309-329.

Bro, P. (2019). Constructive journalism: Proponents, precedents, and principles. *Journalism*, 20 (4), 504–519.

Chattopadhyay, S. (2019). *Development journalism*. T. P. Vos ve F. Hanusch (General Ed.), D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh ve A. Sehl (Associate Ed.). The International Encyclopedia of Journalism Studies (s.1–8) içinde. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Çözüm Gazetecilik Ağı (t.y.). Mission. Erişim adresi: <https://www.solutionsjournalism.org/about>.

Dahmen, N. S. (2016). Images of resilience: The case for visual restorative narrative. *Visual Communication Quarterly*, 23 (2), 93-107.

Fjum, W. (2014, 2 Şubat). Constructive news-Ulrik Haagerup and Robert Wiesner talk. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=Q0rYBFH4H64&t=940s>.

Gable, S. L. ve Haidt, J. (2005). What (and why) is positive psychology? *Review of General Psychology*, 9 (2), 103–110.

Galtung, J. (2013). *High road, low road: Charting the course for peace journalism*. J. Galtung ve D. Fischer (Ed.), Springer briefs on pioneers in science and practice 5 (s. 95-102) içinde. Heidelberg: Springer.

- Galtung, J. ve Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2 (1), 64-91.
- Good & UpWorthy (t.y.). We are Good&Upworthy—a social impact company with a mass audience. Erişim adresi: <https://goodinc.com/>.
- Gyldensted C. (2015). *From mirrors to movers: Five elements of positive psychology in constructive journalism*. Charleston, SC: GGroup Publishing.
- Gyldensted, C. (2011). *Innovating news journalism through positive psychology* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). University of Pennsylvania, Pennsylvania.
- Haagerup, U. (2015). *Constructive news: Why negativity destroys the media and democracy—and how to improve journalism of tomorrow*. NY: InnoVatio Publishing.
- Haagerup, U. (2017). *Constructive news: How to save the media and democracy with journalism of tomorrow*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Harcup, T. ve O’Neill, D. (2017) What is news? *Journalism Studies*, 18 (12), 1470-1488.
- Harms, F. (2015, 14 Ağustos). Articles that continue. *Spiegel*. Erişim adresi: <https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/florian-harms-constructive-journalism-artikel-die-weitergehen-a-1048166.html>.
- Hermans, L. ve Gyldensted, C. (2019). Elements of constructive journalism: Characteristics, practical application and audience valuation. *Journalism*, 20 (4), 535-551.
- Huffington Post (t.y.). What’s working. Erişim adresi: <https://www.huffingtonpost.co.uk/news/whats-working/>.
- Inkline (t.y.). About. Erişim adresi: <https://the-inkline.com/about/>.
- Karatabanoğlu, S. (2021, 11 Mayıs). Gazetecilikte değişen odak: Çözüm gazeteciliği. *NewsLabTurkey*. Erişim adresi: <https://www.newslabturkey.org/2021/05/11/gazetecilikte-degis-en-odak-cozum-gazeteciligi/>.
- Kleemans, M., Schlindwein, L. F. ve Dohmen, R. (2017a). Preadolescents’ emotional and prosocial responses to negative TV news: Investigating the beneficial effects of constructive reporting and peer discussion. *Journal of Youth and Adolescence*, 46 (9), 2060–2072.
- Kleemans, M., De Leeuw, R. N., Gerritsen, J. ve Buijzen, M. (2017b). Children’s responses to negative news: The effects of constructive reporting in newspaper stories for children. *Journal of Communication*, 67 (5), 781–802.
- Kovach, B. ve Rosenstiel, T. (2021). *The elements of journalism: What news people should know and the public should expect*. New York: Crown.

- Lagercrantz, A. (2018, 18 Aralık). SVT:s nyhetsjournalistik viktas om. *SVT*. Erişim adresi: <https://omoss.svt.se/arkiv/bloggarkiv/2018-12-18-svts-nyhetsjournalistik-viktas-om.html>.
- Lynch, J. (2007). A course in peeece journalism. *Conflict and Communication Online*, 6 (1), 1-20.
- MacGregor, M. (2020, 10 Aralık). Constructive journalism: Why and how journalists want to change the rules. *Deutsche Welle*. Erişim tarihi: <https://www.dw.com/en/constructive-journalism-why-and-how-journalists-want-to-change-the-rules/a-55885594>.
- Mast, J., Coesemans, R. ve Temmerman, M. (2019). Constructive journalism: Concepts, practices, and discourses. *Journalism*, 20 (4), 492–503.
- McIntyre K. E., Dahmen N. S. ve Abdenour, J. (2018). The contextualist function: US newspaper journalists value social responsibility. *Journalism*, 19 (12), 1657–1675.
- McIntyre, K. E. (2015). *Constructive journalism: The effects of positive emotions and solution information in news stories* (Yayımlanmamış doktora tezi). The University of North Carolina, Chapel Hill.
- McIntyre, K. E. (2016) What makes “good” news newsworthy? *Communication Research Reports*, 33 (3), 223-230.
- McIntyre, K. E. ve Gibson, R. (2016) Positive news makes readers feel good: A “Silver-Lining” approach to negative news can attract audiences. *Southern Communication Journal*, 81 (5), 304-315.
- McIntyre, K. ve Gyldensted, C. (2017). Constructive journalism: Applying positive psychology techniques to news production. *The Journal of Media Innovations*, 4 (2), 20-34.
- Nölleke, D. (2019). *Constructive journalism*. T. P. Vos ve F. Hanusch (General Ed.), D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh ve A. Sehl (Associate Ed.), The International Encyclopedia of Journalism Studies (s. 1-4) içinde. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Obitso, O. (2016, 11 Ocak). TV 2 will be constructive in 19 The News. *TV 2*. Erişim adresi: <https://journalisten.dk/tv-2-vil-vaere-konstruktive-i-19-nyhederne/>.
- Oxley, M. R. (2018, 12 Şubat). The good news is... people like to read good news. *The Guardian*. Erişim adresi: <https://www.theguardian.com/world/2018/feb/12/but-first-here-is-the-good-news->.
- Perspective Daily (t.y.). Konstruktiver journalismus. Erişim adresi: https://perspective-daily.de/konstruktiver_journalismus/definition.

- Positive News (t.y.). About positive news. Erişim adresi: <https://www.positive.news/about/>.
- Reporters d'Espoirs (t.y.). We are reporters of hope. Erişim adresi: <https://reportersdespoirs.org/qui-sommes-nous/>.
- Reuters Enstitüsü (2019). *Digital news report*. Oxford: Reuters Institute Publication.
- Russo, A. (2015, 18 Eylül). Boston globe launches expanded education effort. *Phi Delta Kappan*. Erişim adresi: <http://kappanonline.org/boston-globe-launches-expanded-education-effort/>.
- Seligman, M. (2012). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. William Heinemann: Australia.
- Sheldon, K. M. ve King, L. (2001). Why positive psychology is necessary. *American Psychologist*, 56 (3), 216–217.
- Sparknews (t.y.). Our story. Erişim adresi: <https://www.sparknews.com/en/our-story/>.
- Tellmann, V. (2018, 26 Haziran). The Bright Side-DW launches new constructive journalism format. *Deutsche Welle*. Erişim adresi: <https://www.dw.com/en/the-bright-side-dw-launches-new-constructive-journalism-format/a-44404014>.
- Teyit.org Raporu (2019). *Medya kullanımı ve haber tüketimi: Güven, doğrulama, siyasi kutuplaşma raporu*. Ankara: Teyit.org.
- The Christian Science Monitor (t.y.). What is The Christian Science Monitor? Erişim adresi: <https://www.csmonitor.com/About>.
- The Correspondent (t.y.a). Frequently asked questions. Erişim adresi: <https://thecorrespondent.com/faq>.
- The Guardian (t.y.). The upside. Erişim adresi: <https://www.theguardian.com/world/series/the-upside>.
- The New York Times (t.y.). Fixes. Erişim adresi: <https://www.nytimes.com/column/fixes>.
- Time (t.y.). Optimist. Erişim adresi: <https://time.com/tag/optimist/>.
- Tomm, K. (1988). Interventive interviewing: Part III. intending to ask lineal, circular, strategic or reflexive questions? *Family Process*, 27 (1), 1-15.
- Uzun, R. (2006). Gazetecilikte yeni bir yönelim: Yurtaş gazeteciliği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 633-656.
- Williams, W. (1914). Journalist's creed. Erişim adresi: <https://journalism.missouri.edu/>

wp-content/uploads/2017/03/journalists-creed-download.pdf.

Yapıcı Enstitü (2021). *Nuancing the narrative– calls for constructive news: Constructive Institute Annual Report 2019-20*. Aarhus: Aarhus University.

Yapıcı Enstitü (t.y.a). Frequently asked questions. Erişim adresi: <https://constructiveinstitute.org/what/facts-and-questions/>.

Yapıcı Enstitü (t.y.b). What is constructive journalism? Erişim adresi: <https://constructiveinstitute.org/what/an-additional-layer/>.

Yapıcı Gazetecilik Projesi (2020). Constructive journalism project: A brief history. Erişim adresi: <https://www.constructivejournalism.org/>.

YES Magazine (t.y.). About YES. Erişim adresi: <https://www.yesmagazine.org/about>.

Yıldırım, E. F. (2021). İletişim çalışmaları ve psikoloji birlikteliğinin önemi: COVID-19 pandemisi bağlamında disiplinler arası bir analiz. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 38, 155-173.

Yurdigül, A. (2014). Olumsuz olayların televizyon ana haber bültenlerinde sunumu: “Soma Faciası” üzerine bir inceleme çalışması. *e-Gifder*, 2 (4), 71-99.

Zhang, Y. ve Matingwina, S. (2016). *Constructive journalism: A new journalistic paradigm of Chinese media in Africa*. X. Zhang, H. Wasserman ve W. Mano (Ed.), *China’s media and Soft Power in Africa* (s. 93–105) içinde. New York City: Palgrave Macmillan.

Zhang, Y. (2014, Eylül). *Understand China’s media in Africa from the perspective of constructive journalism*. 2014 International Conference China and Africa Media, Communications and Public Diplomacy (s. 7-10) içinde. Beijing, Çin: Center for Global Media & Communication Studies.