

Alternatif Medya Olarak Yeni Medya

Filiz Aydoğan¹
Ali Murat Kırık²

Özet

Bilgi ve iletişim teknolojileri günümüzde baş döndürücü bir şekilde gelişim göstermektedir. Bu sayede bilgiye erişim ve ulaşım kolaylaşmakta, kişilerarası iletişim ve kitle iletişimi daha rahat bir şekilde sağlanmaktadır. Gündelik yaşamda etkisini giderek arttıran kitle iletişim araçları, bilgisayar-internet sistemleriyle bütünleşmektedir. Kitle iletişim araçlarının bilgisayar ve internet tabanlı bir hal almasıyla birlikte bu teknolojilere "yeni" sıfatı verilmiştir. Bu yazıda, öncelikle kitle iletişim araçlarıyla ilgili olarak yıllardır tartışılan pasif izleyici görüşü karşısında, bireye daha aktif olma vaadi sunan yeni iletişim teknolojileri ve yeni medya kavramı irdelenecektir. Daha sonra, yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özellikleri tartışılacaktır. Son olarak, bireyleri fikir ya da eylem etrafında bir araya getirmesi, dayanışmayı sağlaması, var olandan farklı, verili olana alternatif düşüncelere yer vermesi açısından alternatif medya kavramı irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Medya, Alternatif Medya Yaklaşımları, İnternet, Yeni İletişim Teknolojileri, Yeni Medya.

New Media As Alternative Media

Abstract

The growth of information technologies and progressive development implies that to obtain information is getting easier and interpersonal and mass communication is increasingly developing within individuals. Mass media are becoming increasingly effective and integrate with the computer and the internet system. With the consolidation of computer based and mass communication, technology gained different meaning: new media. Therefore, first this paper explores the concept of new media which represents the activity of individuals against traditional media. After, it will discuss the differences between new and traditional media. Finally, it will analyze the alternative media which connect people through ideas and civic activities, to provide solidarity, and which represent alternative thoughts against the existing ones often represented by main stream media.

Keywords: Alternative Media, Alternative Media Approaches, İnternet, New Media Technologies, New Media.

1 Prof. Dr. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi.

2 Arş. Gör. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Giriş

Günümüzde, teknoloji, modernliğe dayanan tek bir dünya kültürünün hızla ortaya çıkmasına ve ulaşabildiği hemen her yere ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Özellikle, ulaşım ve iletişim teknolojilerini yaygın kullanımıyla yaşanan baş döndürücü gelişme ve hız, küreselleşme sürecinin başlamasına ya da başlayan bu sürecin küreselleşme şeklinde nitelenmesine olanak vermiştir. Demiryolları, buharlı gemiler, otomobil ve uçağın icadıyla başlayan bu gelişmeler, telekomünikasyon maliyetlerindeki düşüşe imkan sağlayan mikroçipler, uydu antenleri, fiber-optik teknoloji ve internetle devam etmektedir.

Gerçekten de, bilgi ve iletişim teknolojileri günümüzde baş döndürücü bir şekilde gelişim göstermektedir. Bu sayede bilgiye erişim kolaylaşmakta, kişilerarası iletişim ve kitle iletişimi daha rahat bir şekilde sağlanmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler günlük yaşamı da derinden etkilemektedir. Bu teknolojilerin tümü, mesajların bir noktadan diğer bir noktaya hızlı bir şekilde iletilmesine imkân vermektedir. Ayrıca günümüzde etkisini giderek arttıran kitle iletişim araçları ise bilgisayar-internet sistemleriyle bütünleşmektedir. Kitle iletişim araçlarının bilgisayar ve internet tabanlı bir hal almasıyla birlikte bu teknolojilere “yeni” sıfatı verilmiştir. Yeni iletişim teknolojileri ile birey edilgen durumdan etken duruma geçme imkânı bulmuştur.

Bu yazıda, bilgiye ulaşmada geleneksel medyanın sınırlamalarını ortadan kaldıran, kullanıcının, enformasyon kanalları ve enformasyonun içeriği üzerindeki kontrolünü ve üretkenliğini arttıran yeni medya kavramı tartışılacaktır. Pek çok medya kuramcısının sınırlı ve kısıtlayıcı bir iletişim biçimi olarak niteledikleri geleneksel medya karşısında, bireye daha aktif olma vaadi sunan yeni medya ortamları günümüzde giderek daha yaygın hale gelmektedir. Bu yazının da konusunu teşkil eden, alternatif medya kavramı ise toplumsal özgürleşim beklentilerini karşılayabilme potansiyeli nedeniyle, pek çok yeni medya kuramcısının önemle tartıştığı bir konudur. Bu nedenle, bu yazının ikinci bölümünde, geleneksel medya için bir ütopya olarak görülen; bireyleri bir fikir ya da eylem etrafında biraraya getirme, dayanışmayı sağlama, var olandan farklı, verili olana alternatif düşüncelere yer verme olanakları açısından alternatif medya kavramı kuramsal açıdan irdelenecektir.

1. Yeni Medya ve Değişim

1.1. Yeni Medya Kavramı

Yeni medya, tamamen yeni bir iletişim çağını ortaya çıkarmış ve geleneksel haberleşme düzenini kökten değiştirmiştir. Yeni medya düzeni açık, ağı tabanlı, sınırsız, etkileşimli ve merkezsizleşmiş bir yapıya sahiptir. Yeni medya hakkında farklı tanımlamalar yapmak mümkündür. Her şeyden önce yeni medya; birbirinden farklı ve etkileşimli ortamları bir araya getirme özelliğine sahiptir. Bu açıdan yeni medya kimi zaman çoklu ortam (multimedia) olarak da adlandırılmaktadır (Dilmen, 2007: 115). Ses, görüntü ve veri içeriklerini etkileşim ögesini de içerecek şekilde bir arada toplayan yeni medya, bu yönüyle geleneksel medyadan ayrılmaktadır. Daha kapsamlı bir ifadeyle yeni medya, “bilgisayarların işlem gücü olmadan oluşturulmayacak ortamlar” şeklinde tanımlanabilmektedir.

Sayısal-analog ayrımı yeni medya teknolojileri ile önem kazanmıştır. Verilerin sayısal olarak işlenmesi teknolojik bakımdan bir devrim niteliği taşımaktadır. Ancak sayısal teknolojilerin kullanıcılarına sağlayacağı avantajlar sistemin teknolojik yapısından daha büyük önem arz etmektedir (Altunay, 2012: 41). Yeni medya teknolojileri insanoğluna hemen her alanda kolaylık sağlamıştır.

Yeni medyayı teknolojik bir açıdan irdeleyecek olursak Nurcan Törenli'nin görüşlerine yer vermek yerinde olacaktır. Törenli (2005: 88)'ye göre yeni medya; geleneksel iletişim araçlarından çok daha farklıdır. İnternet, sayısal televizyon, VCD, DVD, GSM, WAP, GPRS, CD, etkileşimli CD, çift katmanlı DVD, Blu-Ray teknolojisi, mobil sistemler ve benzeri sayısal teknolojilerin tümüne verilen genel bir addir. Yeni medya kapsamlı olduğu kadar, komplike bir yapıya da sahiptir.

1.2. Yeni Medya'nın Temel Özellikleri

İçinde yaşadığımız dünyayı kökünden değiştiren yeni medyanın üç ana özelliği bulunmaktadır. Richard Rogers'ın ortaya koymuş olduğu bu üç ana özelliği şu şekilde sıralamak mümkündür (Geray, 2003: 18):

- Etkileşim (Interaction): İletişim sürecinde etkileşimin varlığına gerek duyulmaktadır. Bu sayede hem alıcı hem de verici birbirinden etkilenmektedir.
- Kitlesizleştirme (Demassification): Büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilmektedir. Bu sayede herkese farklı mesajlar gönderilebilmektedir.
- Eşzamansızlık (Asekron): Yeni iletişim teknolojileri bireye istediği zamanda mesaj gönderme veya alma imkanını sağlamaktadır. Aynı andalık gerekliliğini ortadan kaldırır.

Bu üç temel özellik içerisinde şüphesiz en önemli rolü etkileşim üstlenmektedir. Geleneksel medyada bireyler pasif (edilgen) bir durumda iken yeni medya ile aktif (etken) bir duruma gelmişlerdir. Bu sayede, kaynaktan alıcıya gönderilen bilgi akışı çift taraflı bir boyut kazanmış ve alıcı da kaynak durumuna geçerek bilgi akış sürecinde aktif bir konuma gelmiştir. Şüphesiz ki yeni medyanın etkileşimli bir boyut kazanmasındaki en önemli rolü, internet üstlenmiştir. Bu noktada internet teknolojisi, yeni medya ve toplum arasındaki etkileşime değinmek yerinde olacaktır.

1.3. Yeni Medya Çağı ve Teknolojik Dönüşüm

Yeni medya çağı üzerine çalışan ilk ve önemli kuramcılardan biri olan Mark Poster, bu kavrama 1995 tarihli kitabında değinmiştir. Kitabına II. Medya Çağı adını veren Poster XX. yüzyılın sonlarında ileri kapitalist ülkelerde iletişim araçlarının geçirdiği dönüşümün altını çizmektedir. Başka bir deyişle, Poster kapitalizm ile yeni medya arasındaki bağa dikkat çekmektedir. Poster geleneksel medyanın hakim olduğu dönemi, I. Medya Çağı olarak tanımlamaktadır. Poster, I. Medya Çağı'nın azınlığın çoğunluğa yöneldiği, merkezi, tek yönlü, devlet müdahalesine yatkın olduğunu ifade etmiş ve katılımcıların pasif bir kitle özelliği taşıdığını ifade etmiştir. Yeni medya çağını ya da kendi deyişle II. Medya Çağı'nın ise; etkileşimin ön planda olduğu, çoğunluğun çoğunlukla iletişime ve etkileşime geçebildiği, merkezi olmayan, çift ve çok yönlü iletişime dayalı, devlet müdahalesinden uzak ve demokratik bir özellik taşıdığını ifade etmektedir (Aydoğan, 2010: 2). Poster, yeni medya çağının çok yönlü olduğunu vurgulamış ve etkileşim unsurunun ön planda olduğuna dikkat çekmiştir.

Poster'in açık bir şekilde ifade ettiği görüşlerine katılmamak mümkün değildir. Çünkü Poster'in altını çizdiği hususların tümü, günümüz medya yapısında karşımıza çıkmaktadır. Özellikle ses, görüntü, veri ve bilgi dolaşımı, bilgisayar, internet ve sayısal teknolojilerle giderek hızlanmıştır. Yeni medya çağını başlatan siber iletişim araçları yaşamsal nitelikleri de değiştirmeye başlamıştır. Hemen hemen herkesin kabul ettiği en önemli nokta, yaşamın her alanının iletişimle biçimlenmesidir. 2000'li yılların yeni medya çağı adını almasının en önemli nedeni, teknolojik gelişmelerin kitleleri

yönlendiriyor olmasıdır. Şu unutulmamalıdır ki küreselleşme ve büyük ölçekli uluslararası şirketler yeni medyanın gelişimini hızlandıran diğer önemli faktörlerdir (Baudrillard, 2004: 19). Yeni medya, internet zeminine oturmakla birlikte, sayısal teknolojilerle birlikte bütünleşmektedir. Gündelik hayatta yeni medyanın kullanımını birkaç örnekle açıklamak mümkündür. Bireylerin cep ve tablet bilgisayarları ile gazete okuyabilmeleri, cep telefonlarından okudukları haberlere yorum yapabilmeleri, çektikleri fotoğrafları saniyesinde sosyal ağlar aracılığıyla paylaşabilmeleri yeni medya çağının en önemli göstergeleridir.

Bilgisayar teknolojilerinin yanında internetin gelişimi ve yaygın kullanımı da yeni medyanın özelliklerinin oluşmasını sağlamıştır. Günümüzde internet, bilgisayarları ve hatta diğer kitle iletişim araçlarını birbirine bağlayacak potansiyele sahiptir. Bu noktada birbirine bağlanan sadece bilgisayarlar ve kitle iletişim araçları değildir. İnternet bağlantısı aracılığıyla her türlü metin ve sayısal veri, hareketli ya da durağan görüntü, müzik ve ses içerikleri paylaşılabilen, bir noktadan diğerine aktarılabilir (Geray, 2003: 19). Yeni iletişim teknolojileri toplumsal dönüşümü had safhaya ulaştırmış ve toplumun temel yapısını değişikliğe uğratmıştır. Yeni medya toplum düzenini derinden etkilemiş ve var olan ekonomik ve sosyal düzeni de dönüşüme uğratmıştır. Bu dönüşümün olumlu olduğu kadar olumsuz boyutları da mevcuttur.

1.4. İnternet Teknolojisi, Yeni Medya ve Toplum

İnternet teknolojisi, yeni medyayı biçimlendiren en önemli unsurdur. Fakat internet teknolojisinin gelişmesinin altında bazı dinamikler bulunmaktadır. Özellikle, XX. yüzyılın sonunda, kapitalist sistemin genişleyen parçası olarak, iletişim teknolojileri ulusötesileşme ve küreselleşme olarak nitelendirilen ekonomik ve kurumsal bir dönüşümden geçmekteydiler. Bu dönüşüm, ulusötesi piyasaları, uydu ve kablo gibi iletişim teknolojilerini, ulusötesi dağıtım sistemlerini ortaya çıkarmıştır. Bu deneyimi en iyi film ve televizyon, basın ve yayıncılık, müzik ve video gibi farklı medya ürünlerinin küresel ve “merkezsizleşmiş” olarak, Bertelsmann, Murdoch, Berlusconi, Time Warner gibi iletişim imparatorluklarında bir araya gelmediğinde görebiliriz. Zaten küreselleşme kavramıyla birlikte duyulan “enformasyon devrimi” ve “postmodernizm” gibi terimler aslında gündelik yaşantımızdaki değişiklikleri, medyadaki hem teknolojik (kablo, uydu, video, bilgisayar oyunları) hem de kurumsal değişiklikleri (yeni TV kanalları, kamusal televizyonculuğun ortadan kalkışı gibi) algılamamız için birer ipucudur (Ang, 2006: 120).

Manuel Castells, yeni iletişim teknolojilerinin bireysel iletişimi geliştirdiğini, kitleyi heterojenleştirdiğini, geleneksel medya örgütlenmelerinin biçim değiştirdiğini düşünmektedir. Castells'e göre, yeni iletişim teknolojilerinin yarattığı gerçek sanallık kültürü, zaman ve mekan algısını da dönüştürmüştür. Yeni iletişim teknolojileri biyolojik zaman ya da saat zamanı sınırlamasını ortadan kaldırarak, zaman dışı zamanı yaratırlar. Bu durum, bir yandan küresel medya gruplarının yerel piyasalara erişmesini sağlar, bir yandan da insanlara uzaktakilerle etkileşim sağlama olanağını verir. Bu sanal gerçeklikten farklı olan gerçek sanallıkta, medya gerçek deneyimlerin yerini almaz, gerçek deneyimlerin kendisi durumuna gelir. McLuhan'ın araç mesajdır yorumunu değiştiren Castells, iletinin aracının kendisi olduğunu söyler. Buna örnek olarak MTV'yi ele alan Castells, çokuluslu şirketlerin gençlik müziği gibi belli iletileri aldığını ve bu iletileri MTV içinde şekillendirdiğini ve MTV müziğinin günümüzdeki gençlerin müzik deneyimi haline geldiğini anlatır (Laughley, 2010: 110).

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle ortaya çıkan küresel enformasyon ağı ile mekân kavramı değişmiş, siberetik mekân kavramı ortaya çıkmıştır. Bu tur mekânda insanları fiziksel ya da zamansal uzaklıkların ayırmadığını belirten Paul Virilio (2000: 9) gördüğümüzün “tarihin sonu değil; iletişim teknolojilerinin hızı nedeniyle, coğrafyanın sonu” olduğunu iddia eder.

İnternet ve toplum arasındaki ilişkiyi kuramsallaştırmak için göz önünde bulundurulmuş en önemli yaklaşım, internetin ulusal sınırları aşarak tüm dünyada bilgi akışını destekleyen küresel bir mecraya oluşudur. Başka deyişle, internet konumlanmamış her türlü bilginin herkes tarafından ulaşılabilir hale gelmesini sağlayarak büyük kitlelere dağıtılmasını kolaylaştırmış, konumlanmamış tarafsız seyircinin oluşmasını sağlamıştır (Dreyfus, 2002: 102). Buna ek olarak, internet teknolojisi yerel medyayı küresel medya haline getirebilen bir teknolojidir. Günümüzde yerellik ile uluslar-ötesilik arasındaki sınırlar ortadan kalkmış durumdadır. Bunun nedenlerinden biri, internetin yerel medyayı küreselleştirmek, küresel medyayı da yerelleştirmek için sunabildiği olanaklardır. Ayrıca, internet küresel dayanışmaya en uygun medya türüdür. Yani hazırlanan içerik ve o içeriği taşıyan insan iradesi, örgütlenmiş bir dayanışmacı hareketi etkin duruma getirebilir (Atabek, 2003: 75- 80).

Günümüzde, pek çok yeni medya kuramcısı, kamusal alanın (aslında karşı kamusal alanların) internette yaşama geçirilip geçirilemeyeceğini tartışmaktadır. Gerçekten de, internetin etkileşim özelliği, bağlantılı metnin (hypertext) benzersizliği, internetin kamusal alan modeline uygun bir "kamusal alan" yaratabileceği görüşünü güçlendirmektedir. Öyle ki, bazı yazarlar, bu bağlamda, interneti demokratikleşmenin yeni gücü olarak adlandırmaktadır. Böylelikle, internette tüm yurttaşların, kamusal alanda ilişki kurmalarını arttıran, onları yaratıcı kılan ve özel ilgi alanlarına odaklaşmalarına olanak sağlayan doğrudan bir toplumsallaşmanın sağlanabileceği belirtilmektedir (Hirschkop, 2003: 246). Bu konuda umutlu olan yazarların tersine, McChesney interneti tekeli güçlerin yayılmasına yarayan bir araç olarak yorumlamıştır. Holmes, interneti radyo, televizyon gibi etkileşim olanağı tanımayan kitle iletişim araçlarının yerine geçen, yeni bir araç olarak tanımlarken, daha önce de belirtildiği gibi, Mark Poster interneti postmodern karaktere sahip, modern standartların dışında, yeni tür bir kamusal alan yaratan İkinci Medya Çağı'nın meyvesi olarak nitelendirir. James Slevin ise interneti kamusal alanın diyalojik karakterini yaratabilme potansiyeline sahip bir araç olarak değerlendirir. Slevin'in tersine, Oscar Gandy, internetin yarattığı sonuçların gerçek bir kamusal alan ümidini tehdit eden, yurttaşlar ve tüketiciler arasında bölünmeye yol açan bir araç olduğunu, bunun da "gerçek bir dijital bölünme"ye neden olduğunu savunur (Dahlgren-Olsson, 2007:198).

Çağdaş küresel toplumu Ağ Toplumu olarak adlandıran Manuel Castells, küreselleşme süreciyle beraber, kamusal alan kavramının olumlu anlamda dönüştüğünü belirtir. Çünkü Castells, küreselleşme sürecinin ve yeni iletişim teknolojilerinin yol açtığı bir dizi değişimin anlamlı sonuçları arasında, küresel sivil toplumun oluşturulmasının da bulunduğunu düşünmektedir. Yeni iletişim teknolojileri özellikle de internet ile oluşan yeni bağlam, tam da söz konusu küresel sivil toplumun anlamlandırılması için önemli bir uzam sağlamaktadır. O kadar ki; yeni iletişim teknolojileriyle birlikte, bir bakıma "özgöl" küresel kamusal alan modelinin geliştiği gözlenir. Bu bakımdan internet, küreselleşme ulusötesi bir kamusal uzamın oluşmasına yol açtığı gibi, aynı zamanda "çeşitlendirilmiş" bir alanın oluşmasına da yol açmıştır. Başka deyişle, ulusötesi bir kamusal alan içerisinden bakarak, küreselleşmenin aslında parçalanmış bir kamusal alan modeli yarattığı gözlenebilir. Üstelik bu anlamda kamusal alan, giderek ulus devlet bağlamı içerisinde değil, aksine, ulusaşırı bir bağlamda kolektif bir kimliğin oluşabilmesi için önemli bir zemin oluşturmaktadır. Hans Enzensberger alternatif medyayı, üreticisi ve tüketicisinin yatay bir biçimde birbirleriyle iletişim kurabilmesi açısından kamusal alanı yeniden oluşturma potansiyeline sahip, demokratik bir form olarak görür (Waltz, 2005: 21).

2. Farklı Bir Perspektif: Alternatif Medya

Enformasyon ve iletişim teknolojileri üzerine yapılan analizlerde, topluluk yalnızca coğrafi bağlamdaki yerleri değil; aynı zamanda siber alanları da kapsar. Bunlar sanal ya da online

topluluklar olarak adlandırılırlar. Aslında, bu online topluluklar güçlü, birbirine bağlı, birbirini destekleyen toplumsal dayanışma gruplaşmalarıdır ve bu topluluklar siber alanlar sayesinde, dayanışmayı küresel hale getirebilir. Bu anlamda siber kültür, aktivist ve alternatif medyanın son dalgasıdır. 1990'lerin başında haber gruplarının ve bülten sistemlerinin keşfi olan blog ve genel olarak websiteleri, bu siberkültürün biçimleridir. Web siteleri yoluyla aktivist grupların, bu spesifik hareketlerin, örgütlerin fikirlerini sempatizanlarına duyurması ve e-posta yoluyla geniş sayıdaki destekçileriyle iletişim kurlmalarını sağlaması açısından internet çok önemli bir araçtır. Zaten bu özellik, internet üzerindeki pek çok alternatif medyanın potansiyel okuyucu sayısını artırır ve alternatif görüşlerin yayılmasına olanak tanır. Ayrıca, tartışmaların ve yorumların yayınlanmasıyla da yeni seslerin duyulmasına aracı olur. İnternetin bir kamusal alan olduğunu öne süren yazarlardan Andrew O. Baoill, blogları 'blogosphere' olarak adlandırır. Alternatif medya uygulayıcıları ve aktivistleri için çok yararlı bir araç olan internet, geleneksel medya araçlarından farklı olarak çok fazla sayıda okuyucuya, çok ucuz fiyata ulaşır. Geleneksel medyadan daha fazla enformasyon sağlar ve farklı ilgi alanları olan farklı kitlelere yayılır. Bu nedenle, yani alternatif fikirlere yer vermesi açısından da ana akım medyadan daha geniş bir perspektife sahiptir (Waltz, 2005: 120).

2.1. Alternatif Medyanın Kökeni

Her ne kadar alternatif medyanın kökenleri, Adorno ve Frankfurt Okulu'nun başlattığı eleştirel medya çalışmalarına kadar gitmektedir. Günümüzde, alternatif medyanın iletişim alanındaki izlerini Bağdikian, de Jong, Shaw, Stammers; Downing, Mohammadi ve Sreberny- Mohammadi, Herman ve McChesney gibi yazarlarda bulabiliriz. Eleştirel medya çalışmaları konusunda iki yaklaşımdan söz edilebilir. Birincisi, Glasgow University Media Group (GUMG) tarafından yapılan ve medya metinlerinin nasıl inşa edildiğini ve toplumsal grupların nasıl temsil edildiğini inceleyen yaklaşımdır. Bu incelemelerinden birinde, GUMG, BBC televizyonunun haberlerinde, toplumdaki seçkin grupların (politikacılar, iş adamları, hukuk ve mesleki profesyoneller) temsilindeki yanlılığı ortaya çıkarmıştır. Kitle iletişimi eleştirel yönden inceleyen ikinci yönelim ise Herman ve Chomsky'nin yarattıkları propaganda modelidir. Bu modele göre, Herman ve Chomsky haberin birincil tanımlayıcılarının elit kaynaklar olmasının rutin hale gelmesine ek olarak, haberlerin medya sahipleri ve tekeller tarafından da filtrelendiğini ve sistematik olarak komünist ve sol karşıtı olduğunu ileri sürmüşlerdir. Pek çok alternatif medya projesi, bu propaganda modelini anaakım medya eleştirisi olarak kullanmıştır.

Her iki eleştirel yaklaşım da, yani hem GUMG, hem de Herman ve Chomsky kitle medyasını monolitik ve değişmez olarak nitelemiştir. Bu nedenle, kitle medyası, sıradan insanı marjinal hale getirmektedir. İşte bu görüş, pek çok medya araştırmacısının alternatif medyaya yönelmesini sağlamış, alternatif medya konusundaki görüşlere temel teşkil etmiştir. Bu araştırmacılar, ana akım medya karşısında alternatif medyanın insanların bir medya üreticisi haline gelme fırsatı sunduğunu belirtmiştir. Gerçekten de, alternatif medya ana akım medyaya göre daha demokratiktir. Katılımcılar için mesleki bir eğitim, öğretim gerektirmez (Atton, 2008: 214).

2.2. Alternatif Medyanın Kavramsal Analizi

Kavram olarak ele alındığında, alternatif medya küçük azınlıkların görüşlerini yayan medya olarak ya da yaygın olarak bilinen ve tüketilen medyanın karşısında olan, ona alternatif üretim yapan medya olarak tanımlanabilir. Bu konuyla ilgili ilk akla gelen örnek, 1960'ların hippy kültürünün karşı kültür gazeteleridir. Günümüzde bunlara, sendika gazeteleri, düşük bütçeli edebiyat dergileri, marjinal müzik biçimlerini yayınlayan dijital radyo istasyonları ya da radikal politik partiler tarafından

dağıtılan gazeteler, çevre aktivistlerinin web sitesi, bir topluluğa ait feminist radyo showları gibi örnekler verilebilir. Bu alternatif medya örneklerinin hepsi ana akım gazetelerde, dergilerde ya da yayın medyasında göremeyeceğimiz konuları ele alır. Yurttaş medyası kavramını ele alan Clemencia Rodriguez, yurttaş medyasının çoğunluğun erişimine açık olması ve gönüllülüğe dayanması nedeniyle, alternatif medyaya daha uygun olduğundan söz eder. Rodriguez'e göre, yurttaş medyasının ürünleri hem alternatiftir hem de aktivisttir (Waltz, 2005: 3).

Alternatif medyaya yönelik kuramsal yaklaşımlar ise aşağıda yer almaktadır:

1) Topluluklara (Communities) Hizmet Etmesi: Topluluğun önemini ve gücünü teslim eder, izleyicisine bir topluluğun üyesi olarak davranır, topluluğun üyesi olarak katılımını sağlar, toplulukla ilgili konuların üyeler tarafından tartışılmasını kolaylaştırır, bastırılmış ya da yanlış sunulan toplumsal gruplar için iletişim olanağı sağlar.

2) Ana Akım Medyaya Alternatif Olması: Medya örgütleri için her zaman bir kaçış yolu olduğunu gösterir, örgütlenmenin alternatif yollarını gösterir, karşı hegemonik sunumlar, ana akım medyadan farklılaşan söylemler barındırır, toplumsal seslerin duyulmasına izin verir, çoğulculuğu teşvik eder, bireylerin ve grupların kendini dışı vurmalarına olanak sağlar, format ve türlerin çeşitliliği vardır.

3) Alternatif Medyayı Sivil Topluma Bağlaması: Demokrasi için sivil toplumun önemini ortaya koyar, sivil toplumun parçası olarak, mikro ve makro katılımı birlikte medyanın demokratikleştirilmesini sağlar, kamusal tartışmalara geniş katılım ve kamusal alanda kendini temsil etme fırsatları yaratır.

4) Rizom³ Olarak Alternatif Medya: Alternatif medya, değişik düşüncelerden insanların karşılaştığı bir kavşaktır. Demokratik mücadeleleri biraraya getirmesi nedeniyle, demokrasiyi güçlendirir, medya örgütlerinin akışkanlığının altını çizer, kamusal ve ticari medya örgütlerinin kesinliklerini sorgular. Ayrıca, alternatif medyanın ele geçirilemezlik özelliği vardır. Bu özellik, alternatif medyanın denetlenmesini güçleştirir, aynı zamanda özgürlüğünü garanti eder.

2.3. Alternatif Medyanın Toplum Üzerindeki Etkileri

Alternatif medya topluluk geliştirme ve aktif vatandaşlık katkılarıyla toplumsal ve siyasal yaşamı şekillendirebilir. Örneğin, John Downing'e göre, alternatif medya politik bilincin uyandırılmasında çok önemli rol oynar. Downing, alternatif grupları var olan parti ya da politik kurumlardan ayırır. Çünkü bu gruplar kolektif olarak işler, hiyerarşik yapılanmaları yoktur, formel değildir. Bunlar ortak çıkarlar için bir araya gelen toplumsal hareketlerdir. Downing'e göre, bunların ne söylediği değil, nasıl örgütlendikleri çok önemlidir. Çünkü alternatif medya toplum içindeki aykırı grupların bilinçlenmesinde çok önemli bir rol oynar. Alternatif medya, Downing'in "başkaldırı iletişimi" olarak nitelendirdiği habercilik anlayışı ve yorumlarıyla statükoyla mücadele etmekle kalmaz, bunların

3 'Rizom (Rhizome); Gilles Deleuze ve Felix Guattari'nin Kapitalizm ve Şizofreni (1972–1980) adlı eserlerinde geliştirdikleri felsefi bir kavramdır. Deleuze ve Guattari rizom terimini verinin sunumunda ve yorumunda hiyerarşik olmayan ve çoklu bir teoriyi anlatmak için kullanmışlardır. 1970 ve 1980'lerde her iki düşünür de Fransa'da alternatif bir radyo kurma konusuyla ilgilenmişlerdir. Bu dönemde ortaya attıkları rizomatik düşünce, heterojenlik, teknolojilerin, insanların, metinlerin çeşitliliği ve bunların birbirleriyle değişen bağlantılar üzerine odaklanır. Bir ağacın yapısına benzeyen, rizomatik bağlantılar, alternatif medya örgütlerinin yerel topluluklara temel teşkil etmesini ve böylelikle yerellikler arasındaki akışkanlığı sağlar. Aslında bu yaklaşım, alternatif medyanın yerel ve küresel arasındaki bölünmeyi engelleyen tarafını gösterir, hatta küresel ve yerel medyanın birbirlerini etkileme potansiyeli olduğunu ileri sürer (Bailey, Cammaerts ve Carpentier, 2007: 124).

üretimi yoluyla da mücadele eder. Özellikle, alternatif medyanın amacı, toplumsal ve politik bir değişim ise bu üretim can alıcı duruma gelir. Aslında bu medya kendi vaaz ettiği işi yapar. Downing bu durumu “prefiguratif politikalar” olarak tanımlar. Downing’e göre, bu uygulamaya en iyi örnek, Indymedia’dır⁴. Çünkü Indymedia’da yerel gruplar bu ağı oluşturur ve karar alma süreçleri de yerel düzeyde işler. Bu bağımsız, kendini yöneten ağ, demokratik, tekelci olmayan bir medya örneğini oluşturur. Bu yapı, örgütsel olarak Batı demokrasilerinde rastladığımız medyanın hiyerarşik yapılanmasından oldukça farklıdır.

Downing gibi, Clemencia Rodriguez de alternatif medyayı sıradan insanların politik olarak yetkin hale getirilebileceği bir medya türü olarak niteler. Yazara göre, insanlar kendi medyalarını yarattıklarında kendilerini ve topluluklarını daha iyi temsil edebilecektir. Rodriguez’in yurttaş medyası olarak adlandırdığı bu durumda, politik ilgilere set çeken kitle iletişim anlayışı yerine, yurttaşlar kendi yönettikleri medyalarını kullanarak politikayla kendi istedikleri biçimde meşgul olabilirler. Böylelikle, yurttaş medyasının üreticisi olmak, ne üretildiğinden daha önemli hale gelir. Bu bakımdan medya üretiminde aktif bir yurttaş olmak, politik bir eğitim alma hali kazanır (Atton, 2008: 214–215).

2.4. Farklı Bakış Açılılarıyla Alternatif Medya

Günümüzde olduğu kadar geçmişte de alternatif medya üzerine yoğun tartışmalar yürütülmüştür. Kuramcılar alternatif medyayı farklı perspektiflerden incelemişlerdir.

2.4.1. Alternatif Medya Türleri

Kuramcılar alternatif medyaya farklı bakış açılarıyla yaklaşmıştır. Kuramcılarının tümü alternatif medyayı yeni bir arayışın ürünü olarak görmüştür. Kuramcılarının alternatif medyaya yönelik bakış açılarına değinmeden önce radikal medyayı mercek altına almak yerinde olacaktır.

Radikal medya küçük ölçekli, düşük bütçeli, muhalif, yatay medya olarak sosyal ve politik hareketlerle ilgili, bazen de geçici süre yayında kalan medya olarak tanımlanmaktadır. Teknolojik ya da teknolojik olmayan biçimde, dans gibi (burada insan vücudu bir iletişim aracıdır) ya da grafiti, politik şakalar, web siteleri, alternatif video projeleri gibi etkinlikler radikal medyaya örnek verilebilir. Tarihsel ve uluslararası olarak, radikal medya sık sık rastlanılan bir medya örgütlenmesidir. Örnekleri, 1770’lerdeki Amerikan devrimi sırasındaki el ilanlarından, 1980 ve 1990’lardaki AIDS yönünde farkındalık yaratan videolara kadar uzatılabilir (Downing, 2003: 286–290). Aynı zamanda, radikal medya, bazı yazarların aşağıdan küreselleşme dedikleri şeyin geliştirilmesindeki diyalogu koruma altına alır. Alternatif medya radikal medyaya göre, daha genel bir uygulamadır. Bu nedenle, günümüzde daha çok alternatif medya kavramı tercih edilmektedir (Silverstone, 1999: 103).

Alternatif medya aktivist medyayla da aynı anlamda kullanılabilir. Bununla birlikte, aktivist medya ile alternatif medya birbirinden farklıdır. Aktivist medya izleyicilerini toplumsal değişim yönünde cesaretlendiren medyadır. Alternatif medya ise sağda ya da solda herhangi bir politikayı, insanların seçimlerine göre bir politikacıyı desteklemek ya da gönüllü olarak bir yardımda bulunmak gibi bir politik felsefeyi destekleyebilir. Bu türden yayınların önerdiği politik etkinlikler, ana akımın dışında, kültür endüstrisinden ayrıdır. Ayrıca bu türden ürünler, üretimin demokratik sürecini kullanır, içerik için yeni yönelimler arar. Bazı aktivist medya ürünleri Micheal Moore’un “Fahrenheit

4 Indymedia (Independent Media Center): Bağımsız Medya Merkezi. Dünya’nın ilk Bağımsız Medya Merkezi’nin kuruluş amacı, Dünya Ticaret Örgütü olayları boyunca, alternatif haberler sunmaktır. Merkez, açtığı web sitesinden ana akım medyadakinin tersine, protesto olaylarını caddelerden canlı görüntülerle yayınlamıştır (<http://www.indymedia.org>).

9/11" filmi gibi, muhalif duruşları olmasına karşın, ana akım formatları, dağıtım ağlarını kullanır. Aslında, aktivist medya, medya aktivizmini ana akım haline getirmek ister. Hepsini olmasa da pek çok aktivist medya, aynı zamanda alternatif medyadır. Örneğin, sol kanat ya da anarşist politikaları destekleyen aktivist medyanın izleyicileri ya da okuyucuları, bu medyanın kar için üretilmediğini, katılıma yönelik olduğunu ve belirli bir elit yerine, sıradan insanları hedeflediğini bilir. Tüm bu nedenlerle, bu tür medya alternatif medyadır. Çünkü alternatif olma iddiasındaki medyanın da radikal medya gibi sosyal değişimi kışkırtması ya da buna yönlendirmesi gerekir. Bazı alternatif medya türleri, bireyleri ya da toplumu harekete geçirmeyi isteyen tarafıyla, aktivist de olabilir. Bazıları da ana akım medyaya girebilir ve zamanla alternatifliğini yitirebilir. Diğerleri de iletişim ve kendini geliştirme için ya da kaçış için bir araçtır. Bazıları bunların hepsini farklı zamanlarda izleyici talebine uygun olarak yapar. Alternatif medya genellikle, abonelik, kitap satışları, biraz reklâm ve destekleyenlerin ödedikleri paralarla geçimini sağlamaktadır (Waltz, 2005: 4-5).

Medya eleştirini Norman Solomon, televizyonun homojenlik önerdiğinden söz eder. Ayrıca Solomon'a göre televizyon daha fazla izleyici çekmek istiyorsa, görüş ve içerik açısından geniş bir spektrum önermelidir. Çünkü bu durumda sosyal olarak marjinalleşmiş gruplar, altkültürler, etnik azınlıklar, ana akım kültüre karşı olan kişiler alternatif medyayı arar, eğer yoksa kendileri yaratırlar. Zaten bu gruplar izleyicileri reklamcılara satan bir medyadan, yani ana akım medyadan haz etmezler. Aslında ana akım medyada çalışanlar da mutlu değildir. Burada çalışanlar, patronlarının standart ürünlerini standart tüketicilere satmaları nedeniyle, yaratıcılıklarını ve amaçlarını kaybeden kişilerdir. Amerika'daki en geniş radyo istasyonu operatörü, Clear Channel Communication'ın CEO'su "biz bilgi ya da enformasyon sağlama işi yapmıyoruz. İyi araştırılmış müzik sağlama işi de yapmıyoruz. Biz sadece müşterilerimize ürünleri satma işini yapıyoruz" demektedir. İşte medyadaki kişiler bu yorumları yaptığında, sıradan insanlar eğlenmek ya da bilgilenmek için de alternatif medyaya yönelebilirler (Waltz, 2005: 15).

Chris Atton'a göre, alternatif medyada biçemlerin, katkıların, perspektiflerin heterojenliği vardır (Atton, 2002: 8). 1968 Mayısındaki öğrenci ve işçi ayaklanmasından sonra, Fransa'daki sol düşünce, yeni ve alternatif bir gazete olarak Liberation'u ortaya çıkarmıştır. Mattelart da bu gazetenin sol hareketin ve demokrasinin bir parçası olduğunu söylemiştir. Gazete, emeğin sömürülmesine, kar adına yapılan şiddete, erkeklerin kadınlara yönelik şiddetine, cinselliğin bastırılmasına, ırkçılığa ve çevrenin sömürülmesine karşı çıkmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere, alternatif medya, emek, ırkçılık, azınlıklar, kadın hakları, çevrenin korunması gibi konuları dikkate alır (Bailey, Cammaerts ve Carpentier, 2008: 3).

2.4.2. Alternatif Medyaya Yönelik Yaklaşımlar

Alternatif medyaya yönelik yaklaşımlara daha yakından bakıldığında, birinci yaklaşımın alternatif medyayı paylaşılan bir çıkar ya da amaç etrafında örgütlenmiş, interaktif iletişimin elektronik ağ toplulukları olarak değerlendirdiği görülür. Bu türden topluluklar bazen konferanslar, board sistemleri gibi yollarla biçimlendirilmiştir. Bazen de toplumsal ağlar yoluyla kendiliğinden biçimlenirler. Topluluklar yoluyla medyaya katılım, kamusal alanlarda kamusal tartışmalara ve insanın kendini sunumuna gönderme yapar. Ana akım medya da izleyici katılımını sağlayan biçimler düzenlese de, alternatif medya, hem online hem de offline olarak bu ortamları yaratmada daha başarılıdır.

Alternatif medya konusundaki ikinci yaklaşım, alternatif medyayı ana akım medyanın karşı hegemonik eleştirisi olarak görür. Bu nedenle, ikinci yaklaşım bu iki medya türü arasındaki ayrımı vurgular. Alternatif medya ideolojiden, tahakkümden ve Gramsci'nin hegemonya nosyonundan

ayrılmaz. Bu anlamda alternatif medyanın bütün gücü, hegemonya karşısındaki mücadelesinden kaynaklanır. Bu medya, bu nedenle, küçük ölçekli, hegemonik politikalara, önceliklere ve perspektiflere alternatif bir bakış açısı sunar (Bailey, Cammaerts ve Carpentier, 2008: 15).

Üçüncü yaklaşım, alternatif medyayı sivil topluma bağlamaktadır. Gerçekten de piyasa ve devletten bağımsız olan alternatif medya sivil toplumun önemli bir parçasıdır. Sivil toplumun parçası olarak alternatif medya, devlet ve özel ticari medya arasında üçüncü sestir. Bu yaklaşım alternatif medyayı demokrasinin varlığı açısından can alıcı önemde görür (Bailey-Cammaerts- Carpentier, 2008: 23). Medya ister yerel ister ulusal, isterse uluslararası olsun, ekonomik kültürel ve politik düzlemlerde işler. Bu nedenle, alternatif medyanın önemini anlamak için politik ve demokratik kurumlara ihtiyaç duyulur. Demokrasinin katılımcı ve politik modelleri, alternatif medyayı etkileyen ve besleyen önemli unsurlardır ve “gerçek” yurttaşların katılımını ve demokrasiye daha etkin olarak bağlanmalarını vurgular (Waltz, 2005: 70).

Dördüncü yaklaşım ise alternatif medyanın sivil toplumun için dönüm noktası olmasıdır. Ayrıca, bu yaklaşımda alternatif medyanın ele geçirilemez oluşu, piyasa ve devlet ile karşılıklı ilişkileri ve bağlantıları ile ilgili olan rizomatik anlayış söz konusudur. Bu konuyla ilgili olarak, kuramcılar rizomatik medyanın alternatif medyayı daha iyi açıkladığını savunurlar. Çünkü bu açıdan alternatif medya, daha toplum kökenli bir yaklaşımdır. Üstelik bu yaklaşım toplumsal örgütlenmeler ve hareketlerin dönüm noktasında insanları birleştiren bir şey olarak üçüncü yaklaşımı yani sivil toplum anlayışını daha da derinleştirir. Aynı zamanda, bu yaklaşım ana akım medya, piyasa ve devletle ilgili katı ayrımlar oluşturulmasına izin verir (Bailey, Cammaerts ve Carpentier 2008: 31–32).

Bu bakış açısından ana akım medya:

- Geniş ölçekli ve homojen izleyiciye hitap eden,
- Devletin ya da ticari çıkarların sahipliğinde,
- Profesyonellerin hiyerarşik örgütlerde istihdam edildiği,
- Toplumda egemen olan söylemlerin ve temsillerin taşıyıcısı olan medyadır.

Alternatif medya ise;

- Küçük ölçekli, spesifik topluluklara yönelen, onların farklılığına saygı duyan,
- Devletten ve piyasadan bağımsız,
- Demokratikleşme ve çoğulluk çerçevesi içinde izleyicilerin ulaşılabilirliğine ve katılımına açık.
- Hiyerarşik bir yapılanma içinde bulunmayan,
- İnsanın kendini temsil etmesine vurgu yaparak karşı hegemonyacı ya da egemen olmayan söylemlerin ve sunumların taşıyıcısı olan medyadır (Bailey, Cammaerts ve Carpentier, 2008: 18).

Sonuç

Küreselleşme ile birlikte, mekan, yakınlık, kültür, yerellik, teknoloji gibi nosyonlarımızı yeniden düşünmemizi gerektirecek bir çağa girmiş bulunmaktayız. Bu durum yani küreselleşme, zamanın ve mekanın sonsuz bir biçimde genişlemesini, toplumsal ilişkilerin yeniden yapılanmasını beraberinde getirmektedir. Gerçekten de, küreselleşme ve küreselleşmeyle gelen yeni medya ile birlikte, kendimize ait köklerimiz kalmamakta, kültürümüzün yerelliği ve kendine özgü olduğu ortadan kalkmakta yerine, çatılarımızdaki antenlerimiz sayesinde ulaştığımız ulusötesi kültürel süreçler geçmektedir. Bu gelişmelerle, ulusal medya gittikçe küreselleşmekte, küresel medya pazarı, ulusal medya kültürleri, ulusal medya politikaları ve medya düzenlemeleri üzerinde güçlü etkilerine sahip olmaktadır. Üstelik dijital teknolojide kaydedilen gelişmeler, medyanın küreselleşmesini daha da arttıracaklarını göstermektedir.

Bu görüşlerden farklı olarak, pek çok yeni medya kuramcısı ise demokratik ve katılımcı toplumun yaratılmasında yeni iletişim teknolojilerinin, elektronik bir forum ortamı yaratabileceğini, internetin katılımcı demokrasi ve politik biçimlenme potansiyeline sahip bir teknoloji olduğunu belirtmektedir. Bu yazarlara göre, bu teknolojiler, enformasyonu tüm insanların kolay ve eşit erişim imkanına sahip olacağı şekilde merkezleştirilmeleri ile karşı çıkışın yeni biçimlerinin gelişmesine katkıda bulunurlar.

Alternatif medyanın bir yeni medya teknolojisi olarak kuramsal açıdan incelendiği bu yazıdan da anlaşılacağı üzere, günümüzde, karşı kamusal alanlara olanak sağlayacak bir güç olarak internet, dünyada giderek önem kazanmaktadır. Gerçekten de, teknolojiyi var olan sistemin etkinliğini arttırmak yerine, insanın özgürleşmesi ve demokratik bir topluma doğru ilerlemesi için kullanabilme potansiyeline sahip olan alternatif medya türleri, özellikle, katılımcı demokrasi yolunda sivil toplum örgütleri açısından çok faydalı sonuçlar doğurabilir ve toplumsal mücadeleye katkı sağlayabilirler. Ayrıca, alternatif medya seçenekleri küresel medyanın karşısında, küresel olana alternatif olabilme potansiyelini taşıyabilen, dünyada tek bir sesin egemen olmadığını, yalnızca küreselin sesinin olmadığını göstermesi açısından da önemli bir medya türüdür.

Alternatif medyanın bu katkısına dikkat çeken bu çalışmadan çıkarılması gereken sonuçlardan biri de, bireyin özgürleşim sorunsalının sadece teknolojik gelişmelere indirgenecek kadar basit olmadığıdır. Gerçekten de, bireyin özgürleşim olgusunun tarih, toplumsal yapı, insan ilişkileri dikkate alınmadan yalnızca teknolojik boyuttaki gelişmelerden medet umarak çözülemeyeceği; alternatif medyanın da kökenlerinde rastladığımız pek çok eleştirel medya kuramcısının göstermeye çalıştığı bir gerçektir.

Kaynakça

- Altunay, Alper (2012). "Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya: Görüntü Yüzeyi." Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 27: 33-44.
- Ang, I. (1996). *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. Taylor & Francis Group.
- Atabek, Ümit (2003). "İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya için Olanaklar", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*. Sevdâ Alankuş (der.). İstanbul: IPS İletişim Vakfı: 61-90.
- Atton, Chris, (2008). "Alternative Media Theory and Journalism Practice", *Digital Media and Democracy: Tactics in Hard Times*. Megan Boler (ed.) Massachusetts: MIT Pres: 213-221.
- Aydoğan, Filiz ve Akyüz, Ayşen (2010). "Önsöz", *İkinci Medya Çağında İnternet*. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz (der.). İstanbul: Alfa.
- Bailey, Olga G., Cammaert, Bart, Carpentier, Nico (2008). *Understanding Alternative Media*. McGraw Hill, Open University.
- Baudrillard, Jean (2004). *Tam Ekran*, Bahadır Gülmez (çev.). İstanbul: Yapı Kredi.
- Dahlgren, Peter; Olsson, Tobias (2007). "From Public Sphere to Civic Culture: Young Citizen's Internet Use", *Media and Public Spheres* Palgrave. Richard Butsch (ed.). New York: MacMillan.
- Dilmen, Necmi Emel (2007). "Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri - Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları." *Marmara İletişim Dergisi* 12.

Downing, John (2003). "Radical Media and Globalization." The Globalization of Corporate Media Hegemony. Lee Artz ve Yahya R. Kamalipour (ed.) içinde. Albany: State University of New York Press. 283 - 294.

Dreyfus, Richard (2002). "Bilgi otobanında Nihilizm: Günümüz Çağında Anonimlik Karşısında Bağlılık." Cogito: 100-118.

Geray, Haluk (2003). İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya.

Hirschkop, Ken (2003). "Demokrasi ve Yeni Teknolojiler", Kapitalizm ve Enformasyon Çağı. Robert W. McChesney-Ellen MeikinsWood- John Bellamy Foster (der.). Ankara: Epos: 241- 251.

Karasar, Şahin (2004). "Yeni İletişim Teknolojilerinden İnternet ve Sanal Yüksek Eğitim." The Turkish Online Journal Of Educational Technology – Tojet 3 (4): 117-125.

Laughley, Dan (2010). Medya Çalışmaları. Ali Toprak (çev.). İstanbul: Kalkedon.

Silverstone, Roger (1999). Why Study the Media?. London: Sage.

Törenli, Nurcan (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı. Ankara: Bilim ve Sanat.

Virilio, Paul (2000). The Information Bomb. London and New York: Verso.

Waltz, Mitzi (2005). Alternative and Activist Media. Edinburgh: Edinburgh University Press.