



Field : Informatics

Type : Review Article

Received: 03.02.2019- *Accepted*: 27.06.2019

Bir Fırsat Ortamı Olan İnternet Üzerinden Etkili Bir Alternatif Medyayı Oluşturmak ve İlgili Sorunlar

Abdulkadir BÜYÜKBİNGÖL*

*Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik ABD, Bilişim BD,
İstanbul, TÜRKİYE

Email: a3medya@gmail.com

Öz

Kurumsal yaklaşımlar, ticari endişeler ve iktidarların medya ile ilgili tasarrufu gazetecilikte mesleğinin icrası ile ilgili bir takım sorunlara yol açmaktadır. Meslek ahlak ilkeleri doğrultusunda gazetecilik yapmak isteyen kişiler medya kuruluşlarında çalışırken, işten çıkarılmak dahil olmak üzere farklı yaptırımlara maruz kalmaktadır. İnternet ortamının sunduğu olanaklar araştırılarak gazetecilik mesleğini özgür iradesi doğrultusunda yapmakta direnen gazeteciler için etkili bir alternatif medyanın oluşturulması yollarının ortaya konulması ve ilgili sorunların açıklanması bu makalenin esas amacını oluşturmaktadır. İlgili literatür taranarak, internet siteleri incelenerek ve aktif gazetecilerle görüşülerek yapılan araştırma, gazetecilikte İnternet ile birlikte ortaya çıkan bir kavram olan "Yurttaş Gazetecilik", "gazeteci tanımı" ile karşılaştırıldığında, bir belirsizliği beraberinde getirdikleri, buna rağmen giderek serbest çalışan profesyonel gazetecilerin yerini aldıkları, profesyonel gazetecilerin ise kendi medyasını kurarak hakim medya karşısında güçlü bir alternatif oluşturabildikleri sonucuna varılmaktadır.

AnahtarKelimeler: Alternatif Medya, Yeni Medya, Serbest Gazeteciler, Yurttaşlar



Creating an Effective Alternative Media on the Internet as an Opportunity Environment and Related Issues

Abstract

Institutional approaches, commercial concerns and the media-related savings of governments cause problems with journalist. People who want to do journalism in line with the principles of professional ethics are exposed to different sanctions, including dismissal, while working in media organizations. The main purpose of this article is to reveal the ways of creating an effective alternative media for journalists who are resisting to do their job as a journalist in a free will. In the research conducted by investigating the related literature, reviewing the internet sites and interviewing the active journalists, the journalists in the profession of journalism, while the voluntary journalists in the ecilik Citizen inda category lead to an uncertainty in the field of journalism in terms of the definition of the profession, however, it is concluded that they formed a strong alternative media in the face of dominant media by establishing their own media.

Keywords: Alternative Media, New Media, Freelance Journalists, Citizens



1. Giriş

Siyasal ve ekonomik gücü olan insanların, sahibi olduğu gazete, dergi ve elektronik yayın araçlarının "bağımsız bir güce sahip olma potansiyeli"ne rağmen, bunu başaramadığı görülmektedir (Balcı, 2010, s. 28). Hâlbuki haber medyasının, bütün güç odaklarına ve patronların çıkarına karşı, gazetecilik mesleğinin temel ilkeleri ile etik değerleri kamusal hizmet anlayışı doğrultusunda haber ve yayın politikalarını bağımsız tutmaları gerekmektedir (Koç, 2017, s. 304). Fakat basın mensupları, birçok sarsıcı olayı haber vermekle alakalı olarak, onurlu şekilde mesleğini icra etmesi konusunda çoğu zaman vicdanları ve ekmekleri arasında bir seçim yapmak zorunda kalabilmektedir. Mesleklerini icra ederken iktidar ve kuruluş sahibinin müdahalesine maruz kalan gazeteciler, haberi, çoğu zaman kendi özgür iradesi ile ortaya çıkardığı bir ürün olarak değil de sermaye sahibinin beklentileri doğrultusunda yazmaktadır. Buna karşın ne olursa olsun meslek itibarına gölge düşürmek istemeyerek, meslek etiğine bağlı kalanlar da bulunmaktadır. Bu durumdaki kişiler ya işini kaybetmekte ya da yükselme şansını yitirmektedirler (Ulusoy, 2002, s. 237). Yasalar ve medyadaki yapısal problemler nedeniyle kurumsal medya tarafından yayımlanamayan haber, dijital gazeteler vasıtasıyla kitleye ulaştırılabilmektedirler (Bekiroğlu & Bal, 2006, s. 75). Yapılan niteliksel bir araştırmada yerel ve bağımsız gazetelerde çalışan gazetecilerin daha özgür bir ortama sahip olduklarını ve dolayısıyla kendi emeklerinin ürünü üzerinde hak iddia edebildiklerini ortaya koymaktadır. Hatta siyasi liderleri ve patronları kızdırma kaygısı nedeniyle mecra değiştiren gazetecilerden dolayı serbest çalışan gazeteci sayısının arttığı da belirtilmektedir (Güner, Koç, Özdalı, & Özcan, 2014, s. 58). Profesyonel gazeteciler, Twitter, Youtube ve Facebook uygulamaları başta olmak üzere; özel haber siteleri, bloglar ve diğer sosyal medya ortamlarını öznel habercilik yapmak için hayli elverişli bir biçimde kullanmaktadırlar. Ayrıca, işsiz kalan gazeteciler de kendi bloğunu kurarak yeni iletişim ortamlarından haberlerini ve yorumlarını üretebilmektedir (Cangöz, 2016, s. 115).

1962 Anayasa değişikliği sırasında basın mensuplarının büyük uğraşları sonucunda kabul ettirilen 212 sayılı kanunun meclisten geçmesinden sonra medya patronları tepki olarak kendi gazetelerini çıkarmamaya karar vermiş, dönemin gazetecileri ise birleşerek o gazetelerin çıkmadığı günlerde İstanbul Gazeteciler Sendikası'nın da desteği ile "Basın" adında alternatif bir gazete basmışlardır (Aktaş, 2002, s. 117). Bu olay, o dönemin şartlarında bile "alternatif" bir medyanın mümkün olabileceğini göstermesi açısından önemli görülmektedir. Peki, gerçekten "alternatif medya" nedir ve nasıl özellikler göstermektedir? Enzensberger, alternatif medyayı, üreticisinin ve tüketicisinin yatay olarak birbirleri ile etkileşime geçebilmesi açısından kamusal alanı tekrar kurma potansiyeli olan demokratik bir platform şeklinde değerlendirmektedir (Waltz, 2005, s. 21). Konuyu kavram olarak ele alan Aydoğan ve Kırık (2012) da alternatif medyayı



"küçük azınlıkların görüşlerini yayan medya ya da yaygın olarak bilinen ve tüketilen medyanın karşısında olan, ona alternatif üretim yapan medya" şeklinde tanımlamaktadırlar. Karşı kültür olarak tabir edilen 1960'ların hippie kültürü gazeteleri, marjinal müzik formlarının yayınlandığı dijital radyoların ya da köktenci siyasetçilerin yer aldığı partilerin çıkardığı ve dağıttığı gazeteler ile İnternet üstünden aktivist faaliyetlerde bulunanlar ve feministlerin yaptıkları radyo programları Alternatif medyaya örnek olarak verilebilmektedir (Aydoğan & Kırık, 2012).

Kuramsal yaklaşımlar, alternatif medyanın topluluklara hizmet etmesini, ana akım medyaya alternatif olmasını, sivil toplumla ilişkisini ve değişik düşüncelerden insanların karşılaştığı bir kavşak olarak belirmesini ön plana çıkarmaktadırlar. Bailey ve arkadaşları, alternatif medyayı, egemen olan söylemin karşısında olarak konumlandırmaktadır. Onlara göre alternatif medya; kapsamlı ve homojenize bir izleyici kitlesine hitap eden resmi kurumların ya da bir patrona ait, profesyonel kişilerin hiyerarşik olarak istihdam edildiği, toplumdaki hâkim söylemlerin taşıyıcısı konumundaki geleneksel medyanın karşısındadır. Daha küçük boyutlu, kendine has topluluklara yönelen, onların farklı durumlarına saygılı, resmi kurumlardan ve ticari kaygıdan bağımsız, demokratik ve çoğulluk kıstası içinde izleyicisinin katılımına açık bir yapısı vardır. Hiyerarşik değildir. İnsanların, kendisini temsil etmesine vurgu yapar. Hegemonyaya karşıt ya da egemen sistem dışında üretilmiş söylemlerin aktarıcısı rolü üstlenmektedir (Bailey, Cammaerts, & Carpentier, 2007, s. 66-67).

Bir yayının alternatif olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceğini üç şarta bağlamayı öneren Atton'a (2002) göre de yayıncıların ticari kaygı duymamasını, temel motivasyonun kâra değil, fikre ilişkin olmasını; yayınların konu olarak "toplumsal sorumluluk, yaratıcı dışa-vurum" ya da bu ikisini birlikte vermeye çalışması ve yayıncının kendini "alternatif" kulvarında değerlendirmesi gerekmektedir (Atton, 2002, s. 13). Atton'un üç kriterden en az birini taşıması şeklinde vurguladığı alternatif medyayı, Başaran, yukarıdaki her iki görüşü birleştiren bir yapıda vermektedir. Ona göre alternatif medya; eşitlikçi ve demokratik bir toplumsal düzene yöneliktir. Mücadelelerde yer alır; sunduğu içerik politik ve kültürel boyutlarda radikaldir. Egemen medyanın bilerek dışladığı, hayatın her alanına dair enformasyonu üretmeye katkı sağlar. Böyle bilgilerin sunulması ve geniş ölçüde dolaşıma girmesi amacıyla uygun bir ortam sağlar. Bilginin üretimi sırasında hiyerarşik yapılanmayı reddeder. Profesyonel ve amatörler arasında ayırım yapmaz. Katılımcı, daha yatay ve eşitlikçi bir yapılanmaya sahiptir. Kendini piyasa ilişkilerinin dışında tutar. Herhangi bir ticari faaliyet yapmadan maliyeti karşılayabilmenin yolunu bulur. İletişim süreci ve bu süreçte üretilen bilginin metalaşmasına karşı mücadele verir (Başaran, 2010, s. 64).

Aşırı biçimde kara dayanan küresel ölçekte şirketler tarafından kontrol edilen medya ortamında, özellikle promosyon eşiklerinin yüksekliği nedeniyle kendine bir yer bulamayan ama bu alanda yatırım yapmak isteyen kişiler ve şirketler (Geray & Aydoğan, 2010), İnternetin bu tür olanaklar sunması ile birlikte, bir fırsat olarak medya sektörüne yatırım yapmaya başlamaktadırlar. Bir devrim olarak nitelenen bu yeni İnternet olanaklarının temelinde, Web 2.0, teknolojisini kullanan kullanıcıların ürettikleri içerikler ve sosyal medya olanakların yattığı söylenmektedir (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 227).



Bu yeni ortamda, farklı iletişim şekillerinin gündeme geldiğini aktaran Aydoğan ve Başaran (2012), tarih boyunca ticari faaliyet gibi örgütlenen medya tarafından üretilen ve iletilen enformasyonun, piyasa kuralları nedeniyle emeğe karşı konumlanması, toplumun faydasından ve farklı kesimlerin yaşamına dair problemleri vermektan uzak oluşu, alternatif iletişim araçlarının kurgulanması sürecini hızlandığı belirtmektedirler (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 213).

İnternet alternatif medya uygulayıcıları ve aktivistleri, bir fırsat olarak görülen bu olanaklardan faydalanarak, geleneksel medyadan farklı olarak çok daha fazla okuyucuya çok daha az bir maliyetle ulaşabilmektedirler. Bunun yanında geleneksel medyadan daha fazla enformasyon sağlayarak, değişik ilgi alanı olan kitlelere yayılabilmektedirler. Alternatif fikirlere yer vermesi dolayısıyla da alternatif medya, çok daha geniş bir bakış açısına sahip olduğu söylenebilmektedir (Waltz, 2005, s. 120). Bundan dolayı, kullanıcıların ürettikleri içerikleri değiştirilebildiği Web 2.0' teknolojisi sayesinde oluşturulan platformlar ve geliştirilen sosyal medya uygulamaları sayesinde alternatif medya imkanının mümkün kılındığı çok sayıda özellik geliştirilmiştir. Genel kullanıcılar açısından bakıldığında ise sosyal medya, politik görüşlerini açıklamak için hızlı ve bir aracıya gerek duyulmadan kitleye erişme imkânı verdiği, bununla birlikte, siyasal duyarlılığı olan kişilerinde İnternet üzerinden benzer bir enformasyonu aradığı da söylenebilmektedir (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 243).

Türk ise hem küresel hem de bölgesel ve ulusal eylemlerin duyurulmasında kolaylık sağlayan İnternetin, sadece bir enformasyon döngüsünü sağlayan mecra olmadığını, teknolojinin sosyalleşmiş hali, etkili bir iletişim aracı olarak görülmesi gerektiğini, bu şekliyle toplumsal hareketlerin göbeğinde yer alan bir unsur olduğunu belirtmektedir. Sosyal mecraların "Yaratıcılık, kendine güven ve meydan okuma" kabiliyetlerini inkişaf ettirdiği yerler olduğunu belirten Türk'ün (Türk, 2013, s. 56) tezini destekleyen mahiyette olan Arap Baharı olarak adlandırılan ve Ortadoğu'yu yeni bir sürece sokan olaylar zinciri, başta bağımsız blog yazarları olmak üzere, video çeken yurttaş gazetecileri tarafından ilk olarak servis etmeleri örnek verilebilmektedir.

Diğer yandan; İnternet haber portallarının tek başına geleneksel gazeteciliği olumsuz yönde etkilemesinin, uygulama alanında tam bir alternatif olmayabileceği de iddia edilmektedir. "Alternatif olabilmek için alternatif şeyler üretmek" gerektiği tezini savunan bu görüş, ABD'de, yüzlerce İnternet gazetesi tarafından dolaşıma sokulan enformasyonun sadece %10'unun güvenilir kabul edilmesini örnek göstermektedirler (Çakır, 2007, s. 143). Tam da bu nedenle Aydoğan ve Başaran (2012), İnternet'in bu özelliklerinden dolayı, bir alternatif iletişim tanımı yaparken bir dizi ölçütün belirlenmesi gerektiğini kaydetmekte ve Atton'un görüşlerini neredeyse bire bir tekrarlamaktadırlar (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 242).

Bu ölçütlerden çoğu radikal ve aktivist medyada da bulunmaktadır. Aydoğan ve Başaran bu konuya da şöyle açıklık getirmektedir (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 65):

"Radikal medya küçük ölçekli, düşük bütçeli, muhalif, yatay medya olarak sosyal ve politik hareketlerle ilgili, bazen de geçici süre yayında kalan medya olarak tanımlanmaktadır. Aktivist



medya ile alternatif medya da 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"

2. İnternet Ortamında Bağımsız ve Yurttaş Gazetecilik

Atikka (2012), teknolojinin medya ekonomisini nasıl değiştirdiğine, haberin kimin tarafından yapılacağını, nasıl dağıtılacağını, nasıl okunacağı gibi olguları etkilediğine vurgu yapmaktadır. Her teknolojik devrim gibi İnternetin de oluşturduğu tahribatın olumlu gelişmeler veya hayal kırıklıklarını yaratabileceğini anlatan Attika (2012), bu devrimin çocukları olarak tanımladığı blogcuları, yurttaş gazetecileri ve Twitter kullanıcılarının gelecekte daha da aktif olacağını anlatmaktadır. "WikiLeaks" diye tabir edilen kültürün yerleştiği bir süreçte, İnternet ortamının, anlatacak bir şeyleri olanlara yeni olanaklar sunduğunu düşünen yazar, önceden sıklıkla görülen, insanları parlatan ya da yok eden kudret simsarlığının İnternet ile birlikte yok edildiğini, nefret içerikli söylemlerin kullanılmasını, kini besleyen yazıların gereğinden fazla karşılık bulmasını bir sorun olarak görse de, habercilik mesleğini düzgün yapmak isteyenler için global çapta bir imkân olarak da değerlendirmektedir. Çünkü, bir araştırma haberi veya o habere yapılmış bir yorum, dünyanın farklı bir coğrafyalarında, aynı meseleyle ilgili bir sitede yayınlanabilmektedir veya ekonomi çevreleri dâhil, 2008 mali krizinde en ilginç içerik, İspanya'nın merkeze oldukça uzak bir diyarında yaşayan İngiliz iktisatçı Edward Hugh'ın blogundan izlenebilmektedir (Atikka, 2012, s. 178-179).

İnternet sonrası gazetecilik faaliyetlerine profesyonellerden ayrı olarak, bulunduğu bölgelerde yerel ve gönüllü bir gazeteci şeklinde faaliyet gösteren yurttaşlarda bağımsız gazetecilik kulvarında yeni bir alan açmaktadır. Son dönemde gerçekleşen büyük olayların çoğunda iletişim kanalları kapandığında, bu yurttaşlar büyük bir sorumluluk üstlenerek kendi bölgelerinden dünyaya haber geçtikleri ve büyük medya kanallarının bu kaynaklardan faydalanarak haber yaptıkları bilinmektedir.

Mnasri (2011), Tunus'ta sansürlenmiş medya nedeniyle yerel televizyon kanallarının, magazin yayınların ve gazetelerin ekonomik ve politik durumla ilgili ya da ülkenin iç kısımlarındaki aşırı yoksullukla ilgili gereğinden az haber verebilirken, Tunusluların İnterneti kullanarak 14 Ocak devriminde anahtar bir rol oynadığını söylemektedir. Yöneticilere karşı öfke Twitter, YouTube, Dailymotion ve en önemlisi Facebook gibi platformlarda kendini ifade ederek, sosyal medya aktivistlerinin de etkisiyle Tunus halkı devrimi gerçekleştirmiştir (Mnasri, 2011, s. 226).

Yöneticilerin yabancı medyanın erişimini engellediği Suriye ve Libya'da da yurttaşların bağımsız gazetecilik yaptıkları görülmüştür. İnsanlar otorite baskısını görüntüleyip İnternet'e yüklemiş, bağımsız siteler, mikro-bloglar ile diğer sosyal medya mecralarını kullanarak ani gelişmeleri dolaşıma sokmuşlardır. İletişim imkânları üzerindeki baskıların çok ağır olduğu söz konusu bölgelerde insanlar dünyaya çatışmaları görebileceği bir pencere açarak (Smyth, 2016, s. 6) bir alternatif olarak sosyal medya kullanımının iyi bir örneğini sergilemişlerdir. Güney Asya'da yaşanan tsunami felaketinde ulusal ve uluslararası haber ajanslarının dahi elde edemediği görüntülere, amatör kameraları ve fotoğraf makineleri ile çok çarpıcı detaylar yakalayan yurttaşlar



ulaşmıştır. Londra'da yaşanan patlamalar ve Amerika Birleşik Devletleri'nde meydana gelen kasırga felaketinde bu amatör habercilik hüneri, prestijli haber kuruluşları arasında yer alan BBC ve CNN International kanallarında kaynak olarak gösterilmiştir (Atikkan & Tunç, 2011, s. 59). Ayrıca Greenpeace-Seninki Kaç Santim, 2009 Moldova Twitter devrimi, Arap Baharı, Londra Mark Duggan isyanları, İran Yeşil Devrimi, WeAre 99%/Occupy Wall Street, İnternetime Dokunma, Küresel Ekran Karartma eylemi, Teröre Lanet, Uludere olayı, Gezi Parkı (Türk, 2013, s. 57-58) gibi olaylar da yurttaş gazetecilik eylemlerinin örneklerindedir. Bu gelişmeler, yurttaş gazeteciliği kavramını alternatif bir habercilik terminolojisi kapsamındaki yerini sağlamlaştırmıştır

3. Alternatif Medya İçinde Serbest Gazeteciliğin Konumu

İnternette birlikte bu denli farklılaşan gazetecilik faaliyetleri içinde, bir haber eylemin serbest gazetecilik faaliyeti olup olmadığını görebilmek için o faaliyetin serbest gazetecilik özelliği taşıyıp taşımadığına dikkatle bakmak gerekmektedir. Çünkü yukarıda da belirtildiği gibi bağımsız, alternatif ve serbest gazeteciliğin benzer yönleri bulunmaktadır. Bununla birlikte bağımsız veya alternatif haber yayını yaptığını söyleyen bir medyayı serbest gazetecilik faaliyeti gibi değerlendirmek mümkün değildir. Bağımsızlık; "özerklik", "tarafsızlık", "özgürlük", "müstakil" gibi unsurlara da dayanan bir kavram olduğu gibi (Aziz, 1976, s. 291) tarafsız bir yayıncılık politikası için de kullanılmaktadır. Kamu hizmeti yayıncılığında bilgilendirme, eğlendirme, eğitime işlevlerinin tümünü yapması beklenirken hiçbir grubun, partinin, görüşün temsilcisi gibi davranmaması da "bağımsızlık" olarak nitelendirilmektedir (Blumler & McQuail, 1969, s. 173) Hâlbuki serbest gazetecilik, bireysel bağımsızlığı vurgulamaktadır. Gazetecinin, işini yaparken her hangi bir kuruluşa bağlı olmamasına vurgu yapmaktadır (Uçak, 2013, s. 387).

Alternatif bir medyanın birinci göstergesi ise herhangi bir ekonomik güce dayanmaması ve tamamen muhalif olmasıdır. Bununla birlikte bir politikacıyı desteklemek ya da bir gönüllü gibi yardımda bulunmak gibi bir siyasi felsefenin güdülebileceği savunulmaktadır (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 65). Ancak; değil bir ticari faaliyete bulunmayı, iletişim sürecinin ve üretilen bilginin ticarileştirilmesine karşı dahi mücadeleyi de görev edinmektedirler (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 242). Serbest gazetecilik faaliyeti ile ekonomik gelir açısından tamamen farklılaşmaktadır. Serbest gazeteci, "Gazeteci" tarifine uygun olarak, gazeteciliği meslek olarak seçmiş ve haberi geçimini sağlamak amacıyla yapmaktadır. Tamamıyla profesyoneldir ve bireysel bir faaliyet göstermektedir (Atılğan, 1994, s. 290). Kararlaştırılan ücret mukabilinde, resim, makale, fotoğraf, televizyon ya da radyo programı gibi işleri yapmakta veya tamamlandığı bir projeyi basın kuruluşlarına pazarlamaya uğraşmaktadırlar (Milli Eğitim Bakanlığı, 2013, s. 16). Bağımsız çalışan gazete ve diğer kitle iletişim araçlarına haber yaparlar. Aynı anda bir veya birkaç gazeteye düzenli olarak katkıda bulunabilmektedirler (Atılğan, 1994, s. 292). İnternet döneminde de kurumsal gazetecilikte olduğu gibi serbest gazetecilik mesleğinin özü değişmemiştir (Porter, 2009) fakat serbest gazetecilerin iletişim kurma ve farklı birliklerin destek fonlarından yararlanma imkânı kazanma ihtimali artı yönde bir değer olarak görülebilmektedir.



Gelişmelere bakıldığında birbirine artık alternatif olarak değerlendirilen geleneksel gazetecilik yöntemleriyle kullanıcıların ürettiği içerikler giderek daha fazla bütünleşmeye başladığı görülmektedir. Bununla birlikte geleceğin medyasının ne bütünüyle kullanıcılarına, ne de tamamen geleneksel üretime dayanmayacağı, "iki kaynağın da etkin olarak kullanıldığı ama editoryal müdahalenin de eksik olmadığı" yeni bir medyaya doğru ilerlediğimiz söylenebilmektedir (Görgülü, 2010).

4. Sonuç ve Değerlendirme

Haber medyasının, siyasal ve ekonomik gücün sahibi olan insanların temsilcisi gibi davrandığı; gazete, dergi ve elektronik yayın gibi araçların "bağımsız bir güce sahip olma potansiyeli"ne rağmen bunu başaramadığı görülmektedir. Bu temel ilke ve etik sorunları, gazetecilerin mesleklerini icra ederken iktidar ve kuruluş sahibinin müdahalesine maruz kalmasına ve çoğu zaman haberi kendi iradesiyle değil de sermaye sahibinin beklentileri doğrultusunda yazması sonucunu doğurmaktadır. Rahatsızlık veren bu durum, özgür gazetecilik yapmak isteyenlerin çeşitli yollara başvurmalarını beraberinde getirmektedir. İnternet, bu yollardan en etkili olanı olarak 1990'ların son yarısında etkili olmaya başlamaktadır. Yasalar ve medyadaki yapısal problemler nedeniyle yazamadıkları veya yayımlama fırsatı bulamadıkları haberlerini İnternet vasıtasıyla kitleye artık ulaştırabilmektedirler. Bu özgür ortamın keşfi, serbest olarak çalışan gazetelerin sayısını da arttırdığı görülmektedir.

Söz konusu sorunla birlikte tarih boyunca ticari bir faaliyet şeklinde örgütlenen medya tarafından üretilen ve iletilen enformasyonun, piyasa kuralları nedeniyle emeğe karşı konumlanışı ve farklı kesimlerin yaşamına dair problemleri vermekten uzak oluşu, alternatif iletim araçlarının kurgulanması sürecini hızlandırmıştır. Küresel ölçekteki şirketler tarafından kontrol edilen medya ortamında kendine bir yer bulamayan ama bu alanda yatırım yapmak isteyen kişiler ve şirketler, bu imkânı bir fırsat bilerek medya sektörüne yatırım yapmaya başlamaktadırlar. Böylece alternatif medya uygulayıcıları ve aktivistler, çok daha fazla okuyucuya çok daha az bir maliyetle ulaşabilmektedirler. Bunun yanında geleneksel medyadan daha fazla enformasyon sağlayarak, değişik ilgi alanı olan kitlelere yayılabilmektedirler. Alternatif medyanın; eşitlikçi ve demokratik bir toplumsal düzene yönelik olması nedeniyle profesyonel gazeteciler, Twitter, Youtube ve Facebook uygulamaları başta olmak üzere; özel haber siteleri, bloglar ve diğer sosyal medya ortamlarını hayli elverişli bir biçimde kullanmaktadırlar. Ayrıca, işsiz kalan gazeteciler de kendi bloğunu kurarak yeni iletişim ortamlarından haberlerini ve yorumlarını üretebilmektedir. Başta alternatif medyayı oluşturabilme imkânı olmak üzere, bütün bu sonuçlar, İnternetin gazeteciliğe dair önemli getirilerinden sayılmaktadır.

Genel kullanıcılar açısından bakıldığında ise sosyal medya, politik görüşlerin açıklanması için hızlı ve bir aracıya gerek duyulmadan kitleye erişme imkânı vermektedir. Bununla birlikte, siyasal duyarlılığı olan kişilerin de İnternet üzerinden ilgili enformasyonu aradığının bilinmesi, okuyucu kitlesinin ana aktörü olduğu yeni gazetecilik biçimlerinin de gelişmesini sağlamıştır. Bunlardan en önemlisi, profesyonellerden ayrı olarak, bulunduğu bölgelerde yerel ve gönüllü bir gazeteci şeklinde faaliyet gösteren "yurttaş"lardır. Arap Baharı örneğinde olduğu gibi başta bağımsız blog yazarları olmak



üzere, video çeken yurttaş gazeteciler, ulaşılamayan bölgelerde olayları servis ederek kamuoyunu bilgilendirmişlerdir.

Sonuç olarak, geleceğin medyasının ne bütünüyle kullanıcılarına, ne de tamamen geleneksel üretime dayanmayacağı, "iki kaynağın da etkin olarak kullanıldığı ama editoryal müdahalenin de eksik olmadığı" yeni bir medyayı doğuracağı söylenebilmektedir. İnternet ortamı, anlatacak bir şeyleri olanlara her zaman yeni olanaklar sunmaktadır. Önceden sıklıkla görülen, insanları parlatan ya da yok eden kudret simsarlığının İnternet ile birlikte yok olduğu görülmekte; nefret içerikli söylemlerin kullanılması, kini besleyen yazıların gereğinden fazla karşılık bulması gibi sorunlar görülse de, habercilik mesleğini düzgün yapmak isteyenler için İnternetin global çapta bir imkân olduğu değerlendirilmektedir.



Kaynakça

Aktaş, C. (2002). Gazetecilerin İş Güvencesi Sorunları ve Çözüm Önerileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 115-128.

Atikka, Z. (2012). Medyada artan tekelleşmeye karşı sosyal medya, haber blogları bir çözüm olarak görülebilir mi? . *Akdeniz İletişim Dergisi* , 177-179.

Atikkan, Z., & Tunç, A. (2011). *Blogdan al haberi*. İstanbul: YKY Yayınları.

Atılğan, S. (1994). Mesleği: Gazeteci. *Marmara İletişim Dergisi* , 283-284.

Atton, C. (2002). *Alternative Media*. Londra: SAGE Publications.

Aydoğan, A., & Başaran, F. (2012). Yeni medyayı alternatif medya bağlamında anlamak. *Alternatif Medya, Alternatif Gazetecilik* (s. 213-247). içinde Konya: Literatürk Yayınları.

Aydoğan, F., & Kırık, A. M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya. *Akdeniz İletişim Dergisi* , 58-69.

Aziz, A. (1976). *Radyo ve Televizyona Giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Bailey, O., Cammaerts, B., & Carpentier, N. (2007). *Understanding alternative media*. Cleveland: McGraw-Hill Education.

Balcı, E. V. (2010). *Haber Değer Etmenleri Açısından Geleneksel ve İnternet Gazeteciliğinin Karşılaştırılması*. Konya: Selçuk Üniversitesi.

Başaran, F. (2010). Yeni İletişim Teknolojileri, Alternatif İletişim Olanakları. *Mülkiye Dergisi* , 255-270.

Bekiroğlu, O., & Bal, E. (2006). Sanal Alemin Yerel Aktörleri: Konya Yerel Basını Üzerine Bir Analiz. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi* , 71-85.

Blumler, J. G., & McQuail, D. (1969). *Television in politics: Its uses and influence*. Chicago: University of Chicago Press.

Cangöz, İ. (2016). 21. Yüzyıl Başlarında Türkiye’de Gazetecilik: Mesleki Rol Kavrayışı ve Etkili Dinamikler. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 107-128.

Çakır, H. (2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 123-149.

Geray, H., & Aydoğan, A. (tarih yok). Ekim 20, 2017 tarihinde <http://ilefarsiv.com>: <http://ilefarsiv.com/etik/yeni-iletisim-teknolojileri-ve-etik/> adresinden alındı

Görgülü, G. (2010, Haziran 24). *İnternetin Devleri Gazeteci Peşinde*. Nisan 4, 2018 tarihinde istekobi.com: <http://www.istikobi.com.tr/kobi-bilgi-merkezi/makaleler/internetin-devleri-gazeteci-pesinde-m119.aspx> adresinden alındı

Güner, E., Koç, L., Özdalı, M., & Özcan, G. (2014). *Gazetecilik Mesleği, Türkiye’de Gazetecilik Yapmış/Yapmakta olan Bireyleri Gazetecilik Mesleğine Bakışına Dair Niteliksel Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi-Fen Edebiyat Fakültesi-Sosyoloji Bölümü.

Koç, H. (2017). "Habercilik Ama" Toplumun doğru, eksiksiz ve serbestçe haber alma hakkı. *TRT Akademi* , 302-319.



- Milli Eğitim Bakanlığı. (2013). *Gazetecilik\Gazeteciliğin Temel Kavramları*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.
- Mnasri, C. (2011, Bahar). Tunus: halkın devrimi. *marx-21* , s. 219-234.
- Porter, J. (2009, Haziran 03). Mart 20, 2018 tarihinde blog.journalistics.com:
http://blog.journalistics.com/2009/journalism_education_preparing_future_journalists/ adresinden alındı
- Smyth, F. (2016). *Gazetecinin Güvenlik Rehberi*. New York: 2012 Gazetecileri Koruma Komitesi (CPJ).
- Türk, G. D. (2013). Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri. *XVIII. Türkiye'de İnternet Konferansı* (s. 55-60). İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Uçak, O. (2013). Medyada Fikir İşçilerine Tanınan Haklar Süreci ve Karşılaştırmalı Uygulama Örnekleri. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi* , 383-400.
- Ulusoy, B. (2002). İletişim Nedir, Nasıl Olmalıdır? *İletişim Fakültesi Dergisi* , 233-239.
- Waltz, M. (2005). *Alternative and activist media*. Edinburgh: Edinburgh University Press.