

İletişim Araştırmalarında İnternet Gazeteciliği: Bağlamsal Çalışmaların Eksikliği

Internet Journalism in Communication Research: The Lack of Contextual Studies

Aylin AYDOĞAN

Arş. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-posta: aaydogan@media.ankara.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

internet gazeteciliği, web 2.0, weblog, kullanıcının ürettiği içerik, çokluortam, etkileşim, bağlanabilirlik, sosyal medya, haber toplayıcılar.

Öz

İnternet, sivil kullanıma açılması ve ticarileştirilmesi, kullanımının yaygınlaşması gibi gelişmeler sonrasında medya metinlerinin sunumu için yeni bir mecra olarak belirmiş ve hızla gazetecilik için kullanılmaya başlamıştır. 1990'ların ikinci yarısından itibaren de hem internet gazeteciliği örnekleri niceliksel olarak artmış hem de internetin habere, gazetecilik içeriğine erişim amacıyla kullanımı yaygınlaşmıştır. Aynı tarihlerde internet gazeteciliği iletişim araştırmaları içinde de popüler bir çalışma alanı olarak belirmiştir. Bu yazıda iletişim araştırmaları içinde internet gazeteciliğini ele alan çalışmalar "işlevsel" bir sınıflandırma çerçevesinde incelenmiştir. Yazıda sonuç olarak iletişim araştırmaları içinde internet gazeteciliğine ilişkin "ideal bir model sunulduğu" belirtilmekte ve bu modelin eksiklikleri tartışılmaktadır.

Keywords:

Internet journalism, web 2.0, weblog, user generated content, multimedia, interactivity, hypertextuality, social media, news aggregators.

Abstract

Internet, with the advances such as availability for public use, commercialization and access by wider audiences, emerged as a new medium for distribution of media texts and immediately began to be used for journalistic purposes. By mid-90's, both the number of internet journalism examples and use of internet for accessing news and related journalistic content increased. Also by the 90's internet journalism appeared as a popular topic in communication studies. The paper explores internet journalism studies in communication field through a "functional" classification. Eventually the paper claims an "ideal model of internet journalism" constructed in communication field and discusses the shortcomings of this model.

Giriş

İnternet, sivil kullanıma açılması, ticarileştirilmesi, ticari web tarayıcılarının yaygınlaşması gibi gelişmelerle zamansal paralellik içinde 1990'ların başında gazeteciliğin yeni mecrası olarak belirmiş ve hızla bu amaçla kullanılmaya başlamıştır. İnternetin “haber üretimi ve habere erişim için kurumsallaşmış bir mecra” olması, habere, gazetecilik içeriğine erişim amacıyla kullanımının yaygınlaşması 1990'ların ikinci yarısından itibaren iletişim araştırmaları içinde alana yönelik ilgiyi arttırmıştır (Mitchelstein ve Boczkowski, 2009: 563).¹

Kopper vd. (2000: 501-502, 510-511) 1990'lı yıllarda tamamlanan araştırmaları inceledikleri yazın değerlendirmesi niteliğindeki çalışmalarında internet gazeteciliğine ilişkin araştırmaların büyük oranda ticari araştırma şirketleri, medya kuruluşları ve onlara bağlı araştırma birimleri tarafından yapıldığını, üniversitelerin ise bu alanda çok etkin olmadığını belirtmiştir. Bu nedenle de “üretilen bilgi belirli kesimlerin elinde” toplanmış; araştırmalar ürün analizleri, pazar ve kullanıcı araştırmaları, mesleki değişimler, kalite değerlendirmeleri gibi konularda yoğunlaşmıştır. Araştırmalarda yoğun olarak internetin gazeteciliğe getirdiği olanaklardan ve internet gazeteciliğinin potansiyellerinden en iyi nasıl yararlanılabileceği ve internet gazeteciliğinden nasıl gelir elde edilebileceği sorularına cevap aranmıştır. Bu sınırlılığın aşılabilmesi için Kopper vd. (2000: 510-511) internetin “haber medyasının koşullarını ve yapısını etkilediğini” dikkate alan, iletişim araştırmalarının geleneksel araştırma yöntemlerine ve yaklaşımlarına, mevcut internet gazeteciliği örneklerini inceleyen araştırmalara sıkışıp kalmayan ve daha makro düzeyde sorular soran araştırmaların yapılmasını önermiştir. Deuze (2008: 199-200) ise “basılı gazeteciliğin belirlediği araştırma, eğitim, gazetecilik rutini ve gazetecilik pratiği standartlarının” internet gazeteciliği araştırmalarını etkilediğini, internet gazeteciliği yazınında “basılı yanlılığının (*print bias*)” bulunduğunu belirtmiştir. Basılı yanlılığı özellikle internetin haber üretimi ve sunumu için kullanılmasının medya profesyonellerinin günlük pratikleriyle birleşmesini inceleyen çalışmalarda belirgindir ve bu birleşme çeşitli ülkelerde profesyonellerle yapılan yoklamaların yöntem olarak kullanıldığı çalışmalarla incelenmiştir. Ayrıca bu birleşmenin etkilerinin “bilgisayar destekli muhabirliği (*computer assisted reporting*) içerecek şekilde” tartışıldığı araştırmalar da yapılmıştır. Ancak bu araştırmaların çoğu basılı gazetelere bağlı çevrimiçi (*online*) gazetecilik birimleriyle ya da basılı gazetelere ait internet siteleriyle sınırlı kalmıştır. Bu nedenle de internetin haber üretimi ve sunumu için kullanılmasının medya profesyonellerinin günlük rutinleriyle birleşmesi basılı gazeteciliğin yerleşik işleyişiyle ve normlarıyla karşılaştırılarak yapılan bir analizin ötesine geçememiştir (Deuze 2008: 199-200).

Boczkowski'ye göre ise (2002: 297) 1990'ların sonlarından itibaren yapılan çalışmalarda araştırmacılar internet gazeteciliğinin iletişim araştırmalarında bir yenilenme gerektirdiğinin altını çizmektedir. Ancak internet gazeteciliğine ilişkin kuramsallaştırma çabaları “eşik bekçiliği, gündem koyma, kullanımlar ve doyumlar

¹ İletişim alanının önemli dergilerinin birbiri arkasına internet gazeteciliği temalı özel sayılar yayımlamaları alana ilişkin akademik ilginin artışına örnek gösterilebilir. Bu özel sayılardan bazıları için bkz. *The Electronic Journal of Communication*, 1997 7(2), 7(3) ve 7(4); *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1998 4(1); *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 1998 4(4) ve 2004 10(4); *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 2005 67(1); *Scan: Journal of Media Arts Culture*, 2006 3(1); *Journalism Studies*, 2008 9(5) ve 2010 11(4); *Journalism Practice*, 2008 2(3) ve 2010 4(3).

gibi iletişim araştırmalarının yerleşik modellerine ve kuramlarına” yaslanmanın ötesine geçememiştir. Boczkowski’ye (2002: 297) göre internet gazeteciliğinin iletişim alanının yerleşik kuramlarından hareketle incelenmesi de değerlidir ancak internet gibi yeni iletişim teknolojileriyle oluşan ortamının analizi iletişim araştırmalarının geleneksel yaklaşımlarından farklılaşmayı gerektirmektedir ve internet gazeteciliği çalışmaları da “alana ilişkin çok disiplinli bir teorinin geliştirilmesini” hedeflemelidir.

İnternet gazeteciliği yazının biçimlenmesinde Domingo’nun (2008: 15; 2005: 4, 35) dikkat çektiği nokta ise ABD’nin interneti haber medyası olarak kullanmadaki öncü rolüdür. Bu durum Avrupa’daki ve başka bölgelerdeki internet gazeteciliği araştırmalarını, araştırmacıların teorik ve metodolojik tercihlerini belirli bir düzeye kadar da olsa etkilemiştir. Domingo’ya göre (2008: 15-16; 2005: 2-8) internet gazeteciliği yazınının ilk örneklerinde araştırmacılar teknolojik gelişme ve bunun içerik üretimine ve sunumuna getirdiği olanakları merkeze almıştır. İnternet gazeteciliği yazınında birinci dalga² olarak sınıflandırılan bu çalışmalarda internetin etkileşim (*interactivity*), bağlanabilirlik (*hypertextuality*) ve çokluortam (*multimedia*) özelliklerinin internet gazeteciliğinde kullanılmasının potansiyel sonuçları ütöpik bir yaklaşımla kavranmış ve bu üç özelliğın uygulamalarda mutlaka kullanılması gerektiği belirtilmiştir. İnternet gazeteciliği yazınında teknolojik belirlenimciliğın ağırlığını “internet gazeteciliğine tekno-yaklaşım” olarak adlandıran Steensen (2011: 312) de internetin etkileşim, bağlanabilirlik ve çokluortam özelliklerinin internet gazeteciliğinin ayırt edici özellikleri olarak kavrandığını ve bu üç özelliğın gazetecilik açasından barındırdığı potansiyellerin mevcut örneklere ne derece yansıtıldığının incelendiğini belirtmiştir.

Yukarıda kısaca aktarılan yazın değerlendirmesi niteliğindeki çalışmaların iki noktada ortaklaştığı görülmektedir. Birincisi internet gazeteciliğinde teknolojik gelişmenin ve internetin teknolojik özelliklerinin üretimde ve sunumda belirleyici olarak görülmesi. İkincisi ise araştırmacıların internet gazeteciliğinin iletişim araştırmalarında bir yenilenme gerektirdiğini belirtmeleri ancak iletişim araştırmalarının geleneksel kavramlarının ve araştırma yöntemlerinin internet gazeteciliği yazınında ağırlıklı bir konuma sahip olduğunu tespit etmeleridir. Bu, Boczkowski’nin (2002: 297) 2000’lerin başında internet gazeteciliği çalışmalarının ulaşması gereken düzey olarak belirttiği “çok disiplinli bir teorinin geliştirilmesi” hedefinden uzak olduğunu; başlı başına kuramsal bir olgunluğa ise henüz erişilemediğini göstermektedir.

Bu yazı, alana ilişkin bilgi birikiminin tamamını değerlendirme iddiası taşımamakla birlikte, internet gazeteciliğine ilişkin çalışmaların iletişim araştırmalarındaki konumunu işlevsel olduğu düşünölen bir sınıflandırma çerçevesinde değerlendirmektedir. Tanımlayan, sınıflandıran ve süreç dönüşümü odaklı olarak yapılan sınıflandırmaların birbirini dışlayan kategoriler temelinde yapılan bir sınıflandırma olmadığını yazının bir sınırlılığı olarak belirtmek gerekir. İnternet gazeteciliği özelinde neden-sonuç düzeyinde kesin çizgilerle birbirinden ayırıtırlabilen bir sınıflandırma yapmak olanaklı da değildir. Örneğın, internet gazeteciliğinde profesyonellerin üretim ve sunum sürecindeki rollerinin

2 Domingo (2005: 2) internet gazeteciliği yazınının üç dalgada geliştiğini belirtmiştir. İkinci dalga internet siteleri, kullanıcılar ve internet gazeteciliğinde profesyonelliğın incelendiği görgöl araştırmaları kapsamaktadır. Birinci dalgadaki beklentilerle mevcut uygulamaların karşılaştırılması bu çalışmaların konuları arasındadır. Üçüncü dalgayı ise çevrimiçi haber merkezlerinde yapılan etnografik araştırmalar oluşurmaktadır.

değişimi, sahip olmaları beklenen yeni mesleki beceriler ve haber merkezlerinin değişimi kullanıcı katılımının artmasıyla olduğu kadar çokluortam niteliğinde üretimin ve sunumun artan önemiyle de ilişkilidir. Benzer şekilde internet gazeteciliğinin sosyal ağlarla ve paylaşım siteleriyle birleşmesi de artan kullanıcı katılımının hem bir gereği hem de bir sonucu durumundadır. Dolayısıyla tanımlayan, sınıflandıran ve süreç dönüşümü odaklı çalışmaların internet gazeteciliğinin özellikleri, gazetecilikte yaşanan değişimler ve bu değişimlerin dinamikleri gibi noktalarda birbirleriyle çakıştığı açıktır. Yazının temel amacı internetin teknolojik özelliklerinin içerik üretimine ve sunumuna getirdiği olanakları merkeze alan, internet gazeteciliğinin nasıl yapılması gerektiğini açıklamaya ve ideal bir internet gazeteciliği modeli kurmaya odaklanan bu bağlamda da betimleyici ve normatif olmaktan öteye geçemeyen bir yaklaşımın internet gazeteciliğinin bütüncül ve gerçekçi bir analizini sunmaktan uzak olduğunu açığa çıkartmaktadır. Bu amaçla yazının sonuç bölümünde internet gazeteciliğinin ideal modelinin eksiklikleri sıralanmış; bütüncül bir analizin gerçekleştirilebilmesi için teknolojik değişimi dikkate alan ancak bu değişimin belirleyiciliğine ve sonuçlarına odaklanmak yerine, internet gazeteciliğini bir endüstri olarak kavrayıp alandaki farklı aktörlerin etkinliklerinin internet gazeteciliğinin gelişmesinde ve biçimlenmesindeki rolünü dikkate alan, internet gazeteciliğini içinde gerçekleştiği koşullarla birlikte değerlendirilen bağlamsal çalışmalara ihtiyaç olduğu tartışılmıştır.

İnternet Gazeteciliğini Tanımlayan Çalışmalar

İletişim araştırmalarında internet gazeteciliğini tanımlayan çalışmaların gazetecilikte köklü bir dönüşümün başladığının iddia edildiği ve internet gazeteciliğinin farklılıklara sahip olmakla birlikte gazeteciliğin yerleşik normlarını ve işlevlerini geçersizleştirmedeğinin belirtildiği iki ana başlığı vardır.

İnternetle gazetecilikte köklü bir dönüşümün başladığının iddia edildiği çalışmalarda, merkezinde yeni iletişim teknolojilerinin ve bunların teknolojik özelliklerinin gazetecilikle birleşmesinin bulunduğu, haber üretiminin ve sunumunun bu birleşmeye göre şekillendiği “yeni bir gazetecilik biçiminin” doğduğu belirtilmektedir. Örneğin, Pavlik (2001: xi) internet gibi yeni iletişim teknolojilerinin gazetecilikte “kuruşluk gazetelerin doğuşundan sonraki en temel” değişimi başlattığını ve “bağlamsallaştırılmış (*contextualized*) gazetecilik” olarak nitelendirilebilecek yeni bir gazetecilik biçiminin doğduğunu belirtmiştir. Ayırt edici özellikleri habere küresel düzeyde erişim, etkileşim, çokortamlılık (*multimediality*), kişiselleştirme, anlık haber üretimi olan bağlamsallaştırılmış gazetecilik internet gibi yeni iletişim teknolojilerinin gazeteciliğin dört aşamasını değiştirmesiyle ortaya çıkmaktadır (Pavlik, 2001: 4). İlk aşama medya profesyonellerinin işlerini yapma biçimi, gazeteciliğin günlük rutini. Konuşma tanıma araçları (*speech recognition tools*) ve mobil gazeteci çalışma istasyonları (*mobile journalist workstation*) gibi yeni sayısal araçlar ve bunların dizüstü bilgisayarlarla ve avuç içi kişisel sayısal aygıtlarla (*personal digital appliance*) internete bağlanabilmesi haberin toplanması, işlenmesi ve aktarılması aşamalarına yeni olanaklar getirmiştir. Profesyoneller bu yeni sayısal araçları kullanarak olay yerinden daha hızlı haber aktarabilmekte ve haber merkezine bağımlı

olmadan çalışabilmektedir. Ayrıca tartışma listeleri, resmi kurumların web sayfalarındaki bilgi, belge ve istatistikler, kişisel web sayfaları gibi çevrimiçi kaynaklar profesyonellerin enfomasyona erişimini kolaylaştırmış ve haber kaynaklarının çeşitlenmesini sağlamıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin gazetecilikte değiştirdiği diğer iki aşama ise haber ve haber endüstrisinin yapısıdır. Buna göre kişiselleştirme, etkileşim ve çokluortam özellikleri kullanıcıların habere müdahale edebilmesini, üretim sürecine dahil olabildiğini ve haberin metin, ses, görüntü ve hareketli görüntü gibi farklı medya formatlarında bir başka ifadeyle çokluortam niteliğinde sunulabilmesini sağlamıştır. Ayrıca yeni iletişim teknolojileri üretim ve sunum aşamalarını hızlandırmış;³ habere küresel düzeyde, anında erişim başlamıştır. Bu değişimler aynı zamanda haber merkezlerinin hiyerarşik yapılanmasının yerine daha yatay ilişkilerin kurulduğu, editöryal birim ile yönetim birimini ayıran sınırların aşındığı ve haber merkezlerinin mekan düzenlemesinin yeniden organize edildiği kurumsal değişimleri de beraberinde getirmiştir. Endüstrinin değişimi ise serbest çalışan profesyonellerin ve kullanıcıların internet gazeteciliği için üretim ve sunum yapımları, benzer şekilde geleneksel medyada çalışan profesyonellerin de zaman zaman internet için haber üretmeleri olarak belirtilmiştir (Pavlik, 2001: xiii; 2000: 229-234; 1999: 54-58). Yeni iletişim teknolojilerinin gazetecilikte değiştirdiği dördüncü aşama ise Pavlik (2000: 234-236; 1999: 58) tarafından “kullanıcılar, rakipler, reklam verenler ve haber kaynakları” gibi farklı kesimlerle kurulan ilişki olarak belirtilmiştir. Kullanıcıların kendi ilgi alanlarına uygun yayınlara yönelmeleri, kullanıcılarla haber kuruluşları ve profesyonellerle haber kaynakları arasındaki coğrafi engellerin geçersizleşmesi ve haber kaynaklarının sahip oldukları enfomasyonu profesyonellere ihtiyaç duymadan internette paylaşabilmesi bu değişimin göstergeleri olarak sıralanmıştır. Bu dört aşamada ortaya çıkan değişimlerden hareketle de Pavlik (2001: 4-5, 15, 20-22) internet gazeteciliğini, çokluortam haber üretimi ve sunumu yapılan, haberin farklı kaynaklarla ve haberlerle bağlantılandırıldığı, kullanıcının üretime ve sunuma katılımını sağlayacak etkileşim ve kişiselleştirme özelliklerinin kullanıldığı, zaman sınırlılığı olmayan, dinamik bir üretim ve sunum sürecine sahip “bağlamsallaştırılmış gazetecilik” olarak tanımlamıştır.

Deuze (2004: 140-141; 2003: 205-206) internet gazeteciliğini basılı gazetecilik, radyo ve televizyon gazeteciliğinin dışında “dördüncü tür gazetecilik” olarak nitelendirmiş ve çokluortam gazeteciliği ya da gazetecilikte çokortamlılık ile internet gazeteciliği arasındaki ayrımı vurgulamıştır. Buna göre, çokluortam gazeteciliği farklı medya formatlarında kodlanmış içeriğin bir web sayfasından sunulabilmesi ve hangi medya formatında kodlandığından bağımsız olarak içeriğin web sayfası, radyo, gazete gibi farklı mecralardan sunulabilmesi olmak üzere iki farklı biçimde uygulanabilir. Teknolojik yöndeşme sonucu (*convergence*)⁴ olanaklı hale gelen çokluortam gazeteciliği ile internet gazeteciliği belirli ortaklıklara sahiptir ancak çokortamlılık internet gazeteciliğinin bir özelliği, potansiyelidir. Tek başına internet gazeteciliğinin tanımlayıcı bir unsuru değildir. Ayrıca internetin, profesyonellerin günlük rutiniyle birleşmesi de internet gazeteciliğine

3 Yeni iletişim teknolojilerinin üretim ve sunum için kullanılacak zamanın kısalması yönünde baskı yaratması (Çaplı, 2002: 74-75) ve internet gazeteciliğinde hızın rekabetin gereklerinden biri olarak görülmesi etik ihlallere neden olabilmektedir. Yeni iletişim teknolojileri, internet gazeteciliği ve gazetecilik etiği konulu bir yazı için bkz. Geray ve Aydoğan, 2010.

4 Yöndeşme, enfomasyon ve iletişim teknolojileri, telekomünikasyon ve geleneksel medya alanlarında yaşanan ve daha önceleri bu alanları teknolojik, ekonomik/ sektörel ve düzenleme politikaları düzeylerinde birbirinden ayıran sınırların aşınmasını ifade eder (Aydoğan, 2005: 260).

eşitlenmemelidir. Bu iki noktadan hareketle Deuze (2004: 141; 2003: 205-206) internet gazeteciliğinin tanımlayıcı unsurunu “internete özel profesyonel gazetecilik” yapılması olarak belirtmiş ve internet gazeteciliğini “çokluortam, bağlanabilirlik ve etkileşim özelliklerinin üretimde ve sunumda kullanıldığı ve üretimin özellikle internetin grafik arayüzü olan web üzerinden sunmak amacıyla yapıldığı” gazetecilik olarak tanımlamıştır.

Boczkowski (2004: 64-65) ise internet gazeteciliğini sayısallaşma, çokortamlılık ve kişiselleştirme gibi teknolojik özelliklerin basılı gazeteciliğin yerleşik üretim ve sunum sürecini ve bu sürecin örgütlenme biçimini değiştirmesinden, basılı gazeteyi bir “ürün olarak belirleyen ve sınırlandıran niteliklerin” geçersizleştirmesinden hareketle açıklamıştır.

Tablo 1. Boczkowski'nin Basılı Gazete İnternet Gazeteciliği Karşılaştırması

Basılı Gazete	İnternet Gazeteciliği
Genel ilgiye yönelik haber	Özelleştirilmiş haber ve kişiselleştirme
Fiziksel olarak sınırlı	Fiziksel olarak sınırsız
Mekân sınırlı	Mekân sınırsız (ağ yapılanması)
Zamansal olarak sınırlı 1- Belirli bir süreye bağlı olma 2- Sabit üretim döngüsü	Zamansal olarak sınırsız 1- Belirli bir süreye bağımlı olmama (arşiv) 2- Çeşitli üretim döngüleri (güncelleme)
Format sınırlı	Format sınırsız (çokortamlılık)
Profesyonel	Kullanıcının ürettiği içerik
Genellikle durağan	Genellikle dinamik

Kaynak: Boczkowski, 2004: 65.

Basılı gazete ile internet gazeteciliği arasındaki farklardan ilki basılı gazetelerin toplumun geneli için haber üretimi ve sunumu yapmalarına karşın internet gazeteciliğinde kullanıcıların farklı ihtiyaçlarını ve ilgilerini karşılayan, daha dar kullanıcı topluluklarına yönelik üretimin ve sunumun yapılmasıdır. Basılı gazetenin içeriğini ve biçimsel özelliklerini belirleyen sayfa sayısı, sayfada habere ayrılacak yer gibi sınırlılıklar da internet gazeteciliğinde geçersizleşmiştir. Ayrıca kullanıcıların içeriği kişiselleştirmesine olanak tanıyan uygulamalar ve özellikler internet gazeteciliğinin üretim ve sunum süreciyle birleşmiştir. Bir diğer fark ise basılı gazetelerin yerel, bölgesel ya da ulusal olmalarına karşın internet gazeteciliğinde hem yerel hem de küresel kullanıcıya yönelik üretim ve sunum yapılmasıdır. İnternet gazeteciliği basılı gazeteden “zamana bağımlılık” noktasında da ayrılmaktadır. İnternet gazeteciliğinde üretim ve sunum günün her saatinde yayılabilmektedir. Bir başka fark ise basılı gazetede format sınırlılığının internet gazeteciliğinde geçersizleşmesi, farklı medya formatlarında kodlanmış haberin aynı web sayfasında sunulabilmesidir. Ayrıca internet gazeteciliğinde profesyoneller tarafından üretilen haberin sunulması biçimindeki işleyişle kullanıcıların da üretime ve sunuma katılabildiği işleyiş birleşmiştir. Bu değişim de yazar tarafından internet gazeteciliğinde etkileşimin basitçe geri besleme olarak kavranamayacağını göstergesi ve profesyonellerin “tek haber kaynağı” olmaktan çıkmalarının nedeni olarak kavranmıştır. Boczkowski (2004: 64-65) basılı gazete ile internet gazeteciliği arasındaki bu farklılıklardan hareketle internet gazeteciliğini “durağan” biçimdeki basılı gazeteciliğin karşısında “dinamik” bir gazetecilik olarak açıklamıştır.

İnternet gazeteciliğinin geleneksel mecralardaki gazetecilikten farklılaşan ancak gazeteciliğin yerleşik normlarının ve işlevlerinin geçersizleşmediğini⁵ belirtilen tanımlayıcı bir çalışma ise Beckett ve Mansell (2008) tarafından yapılmıştır. İnternet gibi yeni iletişim teknolojilerinin gazetecilikle birleşmesi geçmişte yaşananlardan farklı değişimlere neden olmuştur. Ağ yapılanmasına sahip yeni iletişim teknolojileri üzerinden gerçekleştirilen ve temel özelliklerini teknolojik değişimin belirlediği, haberin toplanma, işleme ve aktarılma aşamalarının merkezinde sayısal ve çevrimiçi teknolojilerin bulunduğu “ağlaşmış (*networked*) gazetecilik” ortaya çıkmıştır (Beckett ve Mansell, 2008: 93). Ağlaşmış gazetecilikte internet, gazeteciliğin “yeni, çevrimiçi döneminin” tek mecrası olarak görülmesi de sayısal ağ yapılanmasının en yaygın mecrası olması nedeniyle özel bir öneme sahiptir ve “webloglar,⁶ web sayfaları, yeni çevrimiçi sosyal ağlar ya da siber topluluklar gibi internet uygulamaları” ağlaşmış gazetecilik açısından önemlidir (Beckett ve Mansell, 2008: 93). Ağlaşmış gazetecilikle gazeteciliğin “haber verme, analiz, yorum, seçme, düzenleme ve aktarma” gibi temel işlevleri geçersizleşmemiştir. Aksine bu temel işlevler saklı tutulmakta; değişim bu işlevlerin yapılma biçiminde ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede de ağlaşmış gazetecilik günün her saati üretim ve sunum yapılabilen, etkileşimli, profesyonellerle kullanıcıların ortak çalıştığı, görece düşük maliyetli, karar alma süreçlerinin daha az merkezi olduğu ve yatay bir örgütlenmenin bulunduğu gazetecilik olarak tanımlanmıştır (Beckett ve Mansell, 2008: 93-94).

İnternet gazeteciliğinin özgün niteliklerinin olduğunu ancak bunların gazetecilikte bir “paradigma değişiminin” başladığını söylemek için yeterli olmadığını belirten Elliot’a göre ise (2009: 28-29), profesyonellerin yerleşik haber değeri çerçevesinde haber toplayıp aktarması biçimindeki işleyiş internet gazeteciliğinde, özellikle de son dakika gelişmelerinde, kullanıcıların da olay yerinden kişisel iletişim araçlarıyla kayıt yapabildikleri ve profesyonellere ihtiyaç duymadan internette paylaşabildikleri bir işleyişle birleşmiştir. Kullanıcıların üretime ve sunuma katılmaları profesyonellerin haberi doğrulamak için akredite kaynaklara başvurmalarının değişimini, internet gazeteciliğinin kullanıcıları da kapsar şekilde “açık kaynaklı” ve “istekli herkesten gelecek geri beslemeye” açık olarak yapılmasını gerektirmektedir. Elliot’ın (2009: 31) belirttiği bir diğer değişim ise internet gazeteciliğinde üretimin ve sunumun geleneksel mecralardaki gazetecilikle karşılaştırıldığında daha hızlı olmasıdır ve bu bazı durumlarda haberi doğrulama ilkesinin geri planda bırakılmasını göze almayı gerektirmektedir. Bu değişimler Elliot’a göre (2009: 34) geleneksel mecralardaki gazetecilik ile internet gazeteciliği arasında üretimin ve sunumun farklılaşmasının göstergeleridir ancak gazetecilikte bir “paradigma değişimi”nin yaşandığını belirtmek için yeterli değildir. İnternet gazeteciliği, gazeteciliğin yerleşik işleyişinden farklılaşabilmektedir ancak bu temel ilkelerden ve normlardan kopuşa işaret etmemektedir. İnternet gazeteciliğine yönelik Elliot’un (2009: 38) özellikle vurguladığı nokta bir paradigma değişiminin yaşanıp yaşanmadığından bağımsız olarak yazarın ifadesiyle “dönemin paradigması ne olursa olsun” mesleğin değerlerinin, ilkelerinin ve normlarının devam ettiğidir.

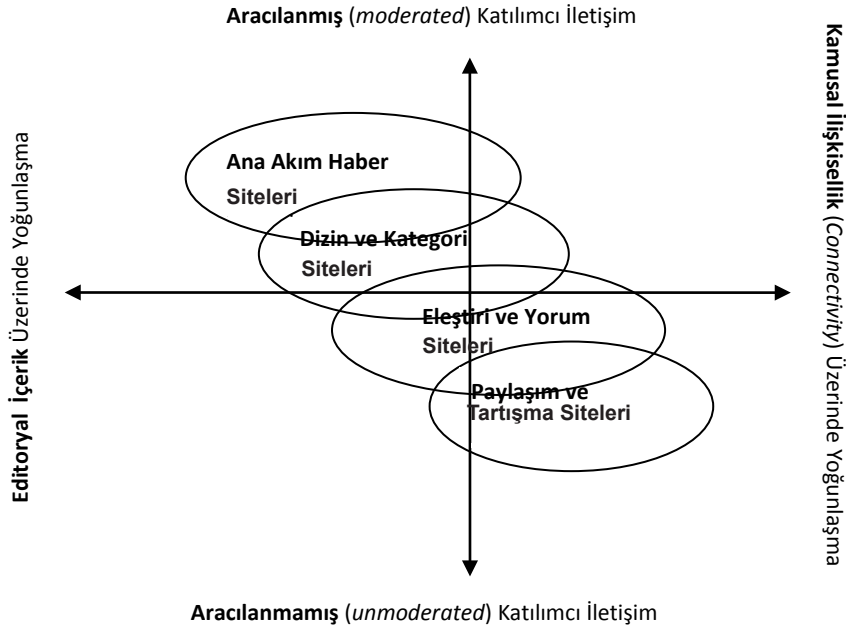
5 Gazeteciliğin yerleşik normlarının mecrası temelinde değişmediği iletişim çalışmalarında yeni iletişim teknolojilerinin doğuşuyla birlikte başlayan bir tartışma değildir. Yeni ortaya çıkan teknolojilerin gazetecilikteki etkisinin format değişikliğiyle sınırlı kaldığını belirten bir çalışma için bkz. İnal, 1996: 21.

6 Weblogların yaygın kullanımı blog şeklindedir. Bu kullanım bir weblog yazarının kelimeyi “*we blog*” şeklinde cümle olarak kullanmasıyla ortaya çıkmıştır (Atikkan ve Tunç, 2011: 20; Kaplan ve Haenlein, 2010: 60).

İnternet Gazeteciliğini Sınıflandıran Çalışmalar

İletişim araştırmaları içinde internet gazeteciliğini sınıflandıran çalışmalar ağ ortamında habere ve/veya gazetecilik içeriğine erişim için kullanılacak kaynakları üretim ve sunum sürecinin özellikleri temelinde sınıflandıran çalışmaları kapsamaktadır ve bu çalışmalar ağ ortamında habere erişim için kullanılacak kaynakların çeşitliliğini gösterir niteliktedir. İlgili yazın içinde sıklıkla yararlanılan sınıflandırma ise Deuze'un (2003: 205; 2001) "Çevrimiçi Gazetecilik Tipolojisi" başlıklı çalışmasıdır. Şekil 1'den de takip edilebileceği üzere yazar internet üzerinde ana akım haber siteleri, dizin ve kategori siteleri, eleştiri ve yorum siteleri ve paylaşım ve tartışma siteleri olmak üzere 4 farklı haber ve/veya gazetecilik içeriği kaynağı belirlemiştir.

Şekil 1. Deuze'un Çevrimiçi Gazetecilik Tipolojisi



Kaynak: Deuze, 2003: 205; 2001.

Bunlar içinde en yaygın olanı ana akım haber siteleridir. Deuze (2003: 208; 2001) tipolojisinde ana akım nitelendirmesini yaygın kullanım olan egemen medya kuruluşlarını ifade eder biçimde kullanmamıştır. Çevrimiçi gazetecilik tipolojisinde ana akım haber siteleri hem medya kuruluşları hem de bu kuruluşlardan bağımsız kişi ya da kurumlar tarafından gazetecilik yapmak amacıyla kurulan siteleri kapsamaktadır. Yazar medya kuruluşlarına ait olan ve genellikle geleneksel medyadaki bir yayının internete aktarılmasıyla kurulanları ana akım haber sitelerinin "yaratıcısı (*originator*)", medya kuruluşlarından bağımsız, geleneksel medyada bir karşılığı olmayanları ise "net temelli/merkezli (*net-native*)" olarak nitelendirmiştir. Ana akım haber siteleri üretimde ve sunumda gazeteciliğin yerleşik editoryal işleyişini uygulaması nedeniyle "haber sunumunda, haber değerinde ve kullanıcıyla kurulan ilişkide" geleneksel mecralardaki

gazeteciliğe en yakın siteler olarak nitelendirilmiştir. Ana akım haber sitelerinde üretim ve sunum genellikle iki yolla yapılmaktadır. İlki, geleneksel medya kuruluşlarına ait ana akım haber siteleri tarafından uygulanan ve geleneksel mecrada ilişkili olunan yayına ait haberin internette yeniden yayınlanmasıdır. İkincisi ise her iki gruptaki ana akım haber sitelerinin uyguladığı özgün haber üretimidir (Deuze, 2003: 208; 2001).

Dizin ve kategori siteleri ise genellikle arama motorları, pazarlama şirketleri ya da bağımsız kurum ya da kişiler tarafından kurulan sitelerdir. Bunlar temelde internet üzerindeki başka yayınlara bağlantı (*link*) vererek haber toplamakta ve bunları konu, coğrafi konum, bağlantı verilen yayın gibi kategoriler altında düzenleyerek yayınlamaktadır (Deuze, 2003: 209, 2001). Stanyer'in (2009: 205) çevrimiçi haber toplayıcılar (*online news aggregators*) olarak adlandırdığı ya da toplanmış haber portalları (*aggregated news portals*), ağ haber toplayıcıları, ağ haber yayıncıları olarak da adlandırılan (Geray, 2011; Thurman, 2007: 292) dizin ve kategori siteleri başka sitelere bağlantı vermenin dışında toplanan haberin editoryal olarak yeniden işlenmesi, özgün haber üretimi gibi yollarla da üretim ve sunum yapabilmektedir. Dolayısıyla dizin ve kategori sitelerinin homojen olmadıklarını belirtmek gerekir. *News.yahoo.com* ve *news.aol.com* gibi siteler hem ağ ortamındaki başka kaynaklara bağlantı vermekte hem de topladığı haberi editoryal olarak yeniden işlemektedir. *Drudgereport.com* özgün haber üretimi de yapmaktadır (Carlson, 2007: 1019; Thurman, 2007: 292; Deuze, 2003: 209, 2001). Dizin ve kategori sitelerinin bir başka ifadeyle haber toplayıcıların en bilinenlerinden *news.google.com* ise ayrıksı bir örnektir. Eylül 2002'de kurulan site "bilgisayar algoritması temelinde"⁷ çalışmaktadır. İnsan müdahalesi olmadan internetteki farklı kaynaklardan toplanan haberin başlığı ve ilk birkaç satırı algoritmanın belirlediği sıralamaya göre *news.google.com*'un ana sayfasında otomatik olarak gösterilmektedir (Carlson, 2007: 1019). Sitenin işleyişi, editoryal müdahalenin olmaması, politik yanlılığın aşılması, farklı kaynaklardan haberlerin tek bir sayfadan takip edilebilmesi, kişiselleştirme özelliği ve insan emeği ile yapılamayacak kadar yoğun bir işin bilgisayar dolayımıyla yapılabilmesi gibi gerekçelerle savunulmaktadır (Google News, 2011; Carlson, 2007: 1021-1024). Sitenin algoritma temelinde çalışmasını eleştirenler ise haberi sıralamanın gazeteciliğin özü olduğunu belirtmektedir. Buna göre bir yığın içinden günün en önemli gelişmesinin ne olduğunu gösteren ölçüt sıralamadır; haberin sayfada yerleştirildiği yerdir. Bu nedenle de algoritmanın yaptığı sıralama kullanıcılara günün en önemli haberini sunmaktan uzaktır. Sitenin işleyişine yönelik "denge kurmayı amaçlayan" bakış açısı ise *news.google.com*'un profesyoneller tarafından üretilen haberi sunduğu dolayısıyla da insanların ve bilgisayarın birlikte çalıştığı, gazeteciliğe değer katan bir sistemin ortaya çıktığını belirtmektedir (Carlson, 2007: 1021-1024).

Çevrimiçi gazetecilik tipolojisinde üçüncü grup eleştiri ve yorum siteleri, dördüncü grup ise paylaşım ve tartışma siteleridir. Eleştiri ve yorum siteleri ağırlıklı olarak medya endüstrisi ve profesyoneller hakkında bilgi ve eleştiri yayınlayan sitelerdir ve "gazetecilik hakkında gazetecilik" olarak da nitelendirilir. Paylaşım ve tartışma siteleri ise üretimin

7 *News.google.com*, 2010'da "Editörlerin Seçimi" uygulamasıyla gerçek kişiler tarafından seçilen haberleri de ana sayfasında göstermeye başlamıştır. Uygulama, editörlerin kendi yayınlarından seçtikleri ve öne çıkarmak istedikleri özgün haberlerin *news.google.com*'un ABD yayınında ana sayfasının sağ kısmında logoyla birlikte sunulması biçiminde çalışmaktadır. Uygulamayı ilk kullananlar arasında *The Wall Street Journal* ve *The Guardian* yer almıştır (Google, 2011).

ve sunumun genellikle kullanıcıların gönderdiği haber, yorum ve görüş temelli olduğu; editoryal kontrolün en az, internetin etkileşim özelliğinin de mümkün olan en fazla düzeyde uygulandığı sitelerdir. Bu nedenle de paylaşım ve tartışma siteleri internet gazeteciliğinin iyi örneklerindedir (Deuze, 2003: 210-211; 2001).

İnternet gazeteciliğinin sınıflandırılması, ağ ortamında haber ve gazetecilik içeriğine erişim için kullanılacak kaynakların çeşitliliğinin yanı sıra internetteki farklı haber sitelerine bağlantı vererek haber toplama, özgün haber üretimi, kullanıcıların gönderdiği haberleri ve yorumları yayınlama gibi farklı üretim ve sunum yollarının internet gazeteciliğinde birlikte kullanılabilirdiğini de göstermektedir. Habere ve/veya gazetecilik içeriğine erişim amacıyla kullanılan çevrimiçi kaynaklara yakın zamanda webloglar da eklenmiştir ve internet gazeteciliğini sınıflandıran çalışmaların bir diğer başlığını da bu birleşme oluşturmaktadır. Webloglar “içeriğin ters kronolojik sıraya göre listelendiği ve sık güncellenen web sayfaları” ya da kişisel web günlükleri olarak açıklanmaktadır (Lomborg, 2009). Weblogların gazetecilikle birleşmesinin bir biçimi haber ve ilişkili gazetecilik içeriğini barındırmalarında somutlaşmaktadır. Örneğin\ 2008 yılında kişisel weblogların %42’sinin haber içeriği barındırdığı açıklanmıştır (Technorati, 2009).⁸ Bir diğeri ise doğrudan gazetecilik yapmak amacıyla kurulan webloglar dolayısıyla, weblogların internet gazeteciliğinde üretimin ve sunumun bir “formatı” haline gelmesidir. Domingo ve Heinonen (2008: 6-11) gazetecilik yapmak amacıyla kurulan weblogların “gazetecilik rutinini ve kodlarını takip etmedikleri durumda bile güncel hakkında olabildiğince çok insana bilgi aktarmaları; tartışma ve yorumları mümkün olan en fazla insana ulaştırmaları” bağlamında geleneksel gazeteciliğe benzer bir görevi yerine getirerek gazetecilikle ilişkilendirilen toplumsal rolü benimsediklerini belirtmiştir. Doğrudan gazetecilik yapmak amacıyla kurulan webloglar diğer çevrimiçi haber kaynakları gibi kurumsal medyaya bağlı ya da kurumsal medyadan bağımsız olabilmektedir. Yurttaş weblogları, medya kuruluşlarından bağımsız, profesyonel düzeyde içerik üreticisi olmayan kişiler tarafından hazırlanan webloglardır. Kullanıcı weblogları olarak adlandırılacak ikinci grup webloglar da benzer şekilde profesyonel olmayanlar tarafından hazırlanmaktadır. Ancak bunlar medya kuruluşlarına ait internet siteleri üzerinden yayın yapmakta; kurumsallaşmış medyaya ait internet siteleri kullanıcı webloglarını barındırmaktadır. Gazeteci weblogları ve medya weblogları ise doğrudan profesyoneller tarafından hazırlanmaktadır. Gazeteci weblogları profesyonellerin kişisel webloglarıdır ve çalışılan kurumun internet sitesiyle ya da diğer webloglarıyla bağlantısı yoktur. Medya weblogları ise bir medya kuruluşu için profesyoneller tarafından ve profesyonel üretim ve sunum süreci içinde hazırlanan webloglardır. Medya weblogları haber değeri yüksek, özel olayların ve alanında uzman gazetecilerin hazırladıkları özel haberlerin ana haber sitesinde yayımlandıktan sonra detaylandırılması, gündemdeki önemli olaylara ilişkin bir tartışma platformunun oluşturulması gibi amaçlarla kurulmaktadır (Domingo ve Heinonen, 2008: 7-9).

⁸ 2002’den itibaren weblogları kayıt altına alan *Tecnorati* şirketi 2004’ten itibaren de Blogosferin Durumu (*State of the Blogosphere*) başlıklı yıllık raporlar serisini yayınlamaktadır. Şirket 2009’dan sonra profesyonel, para kazanma amacıyla hazırlanan weblogları da listelemektedir.

Süreç Dönüşümü Odaklı İnternet Gazeteciliği Çalışmaları

İletişim araştırmaları içinde internet gazeteciliği çalışmalarının bir diğer hattı ise gazetecilikte süreç dönüşümünü inceleyen çalışmalardır. Bu çalışmaların hareket noktası teknolojik gelişimin ve yeni iletişim teknolojilerinin doğuşunun iletişim alanında teknolojik ilerlemenin ötesinde değişimlere neden olduğu iddiasıdır. Buna göre teknolojik gelişim ve yeni iletişim teknolojileri, temel özellikleri kullanıcının içerik üretim ve sunum sürecinin aktif bir katılımcısı olması, metin temelli içeriğin karşısında çokluortam içeriğin yükselmesi ve üretimde ve sunumda profesyonellere bağımlılığın kırılması olan “yeni bir iletişim ortamının” (Brandtzaeg, 2008: 14-15) doğuşunu sağlamıştır. Bu “yeni iletişim ortamının” gerektirdiği biçimde gazeteciliğin değişimi ve bu değişimin uğrakları olarak kullanıcının ürettiği içerik (*user generated content*) ile birleşme, gazetecilikte profesyonelliğin ve haber merkezlerinin değişimi süreç dönüşümü odaklı internet gazeteciliği çalışmaları içinde ele alınmaktadır.

Brandtzaeg (2008: 14) kullanıcının ürettiği içerik kavramını “yenilikçi kullanıcılar” ifadesiyle internetteki “yeni ve üretken kullanım kalıpları” olarak açıklamıştır. Örnebring (2008: 772) ise kullanıcılarla profesyoneller arasında içerik üretiminde ve sunumundaki sınırların bulanıklaşmasına dikkat çekmiş ve kullanıcının ürettiği içerik kavramını internet gazeteciliğinde kullanılan etkileşim ve katılım temelli uygulamaları da kapsar biçimde kullanmıştır. Benzer şekilde Hermida ve Thurman (2008: 344) da kullanıcının içerik üretmesini “sıradan insanların profesyonellerin ürettiği yayınlara katılma veya katkı sunma olanağını da kapsayan bir süreç” olarak tanımlamıştır. Kullanıcının özgün içerik üretmesine vurgu yapan bir çalışmada (OECD, 2007) ise “profesyonel rutin ve pratiklerden bağımsız olarak üretilen ve belirli bir oranda yaratıcı çaba içeren internet üzerindeki kamuya açık içerik” tanımı geliştirilmiştir. Kamuya açık olma üretilen içeriğin internette paylaşılmasını; yaratıcı çaba içerme ise içeriğin özgünlüğünü, kullanıcının içeriği kendisinin üretmesini ya da profesyoneller tarafından üretilmiş içeriği işleyerek yeni bir içeriğe dönüştürmesini ifade etmektedir. Profesyonellikten bağımsızlık ise ticari bir kurum ile ilişkinin ve gelir amacının olmamasını ifade etmektedir (OECD, 2007: 17-18).

Kullanıcının ürettiği içerik kavramı, internet gazeteciliğinde kullanılan etkileşim ve katılım temelli uygulamaları da kapsayan geniş tanımı içinde düşünüldüğünde habere yorum yazma, haberi elektronik posta yoluyla bir başkasına gönderme, habere puan verme, haber sitelerindeki çevrimiçi anketlere katılma, haberi etiketleme (*tagging*) vb. biçimlerle başlangıcından itibaren internet gazeteciliğinin bir parçasıdır (Aydoğan, 2009: 191-191; Hermida ve Thurman, 2008: 345). Doğrudan kullanıcı tarafından üretilen özgün içeriğin internette gazetecilikle birleşmesinin ise çeşitli biçimleri bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi -internet gazeteciliğinin sınıflandırılmasında da aktarıldığı üzere- hem kişisel weblogların hem de gazetecilik webloglarının ağ ortamında habere ve/veya gazetecilik içeriğine erişimin yaygın birer platformu haline gelmesidir. Özellikle de içeriği kullanıcılar tarafından oluşturulan ve kurumsal haber siteleri üzerinden yayın yapan kullanıcı weblogları profesyonel üretim süreciyle kullanıcının ürettiği özgün içeriği birleştirme çabasının tipik bir biçimidir. Bir diğeri ise ağırlıklı olarak kullanıcının ürettiği

içeriği barındıran ve web 2.0,⁹ ya da sosyal medya olarak adlandırılan *Facebook, Youtube, Twitter, MySpace, Tumblr, LinkedIn* gibi sosyal ağlar, paylaşım siteleri ve mikrobloglar gibi internette içerik üretiminin ve sunumunun yeni biçimleriyle/platformlarıyla birleşmedir. Bu platformlar da webloglar gibi hem habere ve/veya gazetecilik içeriğine erişmek amacıyla yaygın bir şekilde kullanılmakta hem de internet haber siteleri profesyonel üretim süreçleriyle bu platformlar olabildiğince birleştirilmektedir. Bu amaçla profesyonellerin ürettiği haberin ve/veya gazetecilik içeriğinin kullanıcılar tarafından bu platformlarda paylaşılmasına izin veren özellikler ve uygulamalar haber sitelerinde kullanılmakta; medya kuruluşları da bu platformlarda kurumsal sayfalar, hesaplar açarak içeriklerini bir kez daha dolaşıma sokmaktadır.¹⁰

Gazetecilikte profesyonelliğin değişimini inceleyen süreç dönüşümü odaklı çalışmalarda, profesyonellik tanımının değişimi ve internet gazeteciliği için profesyonellik tanımı yapılmasının sınırlayıcı olması, internet gazeteciliğinin yeni mesleki becerilere sahip profesyoneller gerektirmesi ve bu bağlamda da gazetecilik alanında yerleşik iş tanımlarının değişmesi başlıkları tartışılmaktadır.

İnternet gazeteciliğinde profesyonellik tanımının değişimini ele alan çalışmaların vurgusu artan kullanıcı katılımı ve kullanıcıların ürettiği içeriğin internette profesyonel gazetecilikle birleşmesidir. Bardoel'e (1996: 284-296) göre internet gibi yeni iletişim teknolojileri kullanıcıların basılı medyadan görsel medyaya yöneldikleri ve kullanıcıların iletişim sürecinde daha aktif olduğu, profesyonellerin aracılığına bağımlılığın kırıldığı, yatay, etkileşimli, aracısız bir iletişim ortamı yaratmıştır. Böylesi bir iletişim ortamında da hem profesyoneller "enformasyon sunum zincirinin ikame edilemez bir parçası" olmaktan çıkmış hem de internet gibi yeni iletişim teknolojileri üzerinden gerçekleştirilen gazetecilikte profesyonellik değişmiştir. Bardoel (1996: 296-297) bu değişimi "yeni gazetecilik biçimleri" olarak nitelendirdiği "konumlandırıcı gazetecilik (*orientating journalism*)" ve "araçsal gazetecilik (*instrumental journalism*)" üzerinden tartışmıştır. Konumlandırıcı gazetecilik profesyonellere "toplumun geneline olaylara ilişkin arka plan bilgisinin yanı sıra açıklama ve yorum" sunma rolünü de yüklemektedir. Araçsal gazetecilikte ise profesyonellerin rolü "ilgilenen müşterilere düzenli olarak işlevsel ve uzmanlık gerektiren enformasyon" sağlamaktır. Profesyonelliğin değişimini tartışan bir başka yazar olan Trench (2003: 208) de benzer şekilde artan kullanıcı katılımı nedeniyle profesyonellerin üretimde ve sunumda sahip oldukları kontrolü yitirmeye başlamalarından, profesyonellerin aracılığına bağımlılığın kırılmasından hareket etmiştir. Ayrıca yeni iletişim ortamında kullanıcılar artan enformasyon miktarı ve çeşitlenen kaynaklar içinden kendi ilgi alanlarına ve tercihlerine uygun olanları tercih edebilmektedir. Bu değişimler profesyonellere, "olayları tekrar aktarmak yerine mevcut bolluk içinde okurları/kullanıcıları konumlandırma" görevini yüklemektedir. Bir başka ifadeyle Trench'e göre (2003: 208) yeni iletişim ortamında profesyonellerin üretim

9 2000'li yıllarda webin yeni bir dönemine girildiğini, internet iletişiminde paylaşım ve katılımın arttığı bir dönemin başladığını ifade etmek için kullanılan web 2.0 kavramını tartışan bir yazı için bkz. Aydoğan ve Başaran, 2012: 230-240.

10 Bu platformların gazetecilikle birleşmesi medya kuruluşlarının kurumsal yayın ilkelerini içeren metinleri yenilemelerine de neden olmuştur. Örneğin *Reuters*, *Gazetecilik El Kitabı (Handbook of Journalism)* başlıklı kurumsal yayın ilkeleri metnine sosyal medyaya ve paylaşım sitelerine ilişkin kuralları da eklemiştir (Wright, 2010). Benzer şekilde *BBC* ve *AP* de çalışanlarının bu platformları kullanırken dikkat etmeleri gerekenleri içeren resmi kullanım kılavuzu yayınlamıştır (Hamilton, 2011).

ve sunum sürecindeki konumu aktaran olmaktan çıkmış; “konuya ilişkin farklı bakış açılarını, gösteren bir bütünü sunan ve kullanıcıya rehberlik eden” bir konuma kaymıştır. İnternet gazeteciliğinde profesyonelliğin rehberlik etme doğrultusunda değişmesi gerektiği Beckett ve Mansell (2008: 96, 97) tarafından da vurgulanmıştır. Kullanıcıların iletişim sürecinde daha aktif olmaları, üretimin ve sunumun daha katılımcı olması hem kullanıcılarla ilişkiye geçmenin yeni yollarının bulunmasını ve etkileşim olanaklarının üretimde ve sunumda kullanılmasını hem de haber kuruluşlarının ve profesyonellerin neyin haber olduğunu belirleyen ve haberi üretilip dağıtan olmaktan çıkmalarını gerektirmektedir. Haber kuruluşları ve profesyoneller haberin dolaşımını yönetecek, kullanıcıların habere erişimlerinde aracılık edecek şekilde de çalışmalıdır.

İnternet gazeteciliğinde profesyonellik çerçevesi kurulmasının sınırlandırıcı olduğunu belirten çalışmalar ise, geleneksel medyayı da kapsar biçimde, profesyonelliği kuran net, üzerinde uzlaşmış bir tanımın varlığı tartışılmıyken (Singer, 2003: 143, 147; Bardoel ve Deuze, 2001: 92-93) internet gazeteciliğinde profesyonelliğin tanımlanmasının daha da tartışmalı olduğunu belirtmektedir. Buna göre, “gazeteciliğin temel işlevleri olan haber toplama, seçim, yazma ve düzeltme faaliyetlerinden en az birinde ve kurumsallaşmış bir haber merkezine veya editoryal yapılanmaya bağlı olarak ücret karşılığında çalışılması” gibi profesyonellik ölçütleri (Deuze, 1999: 376-377) internet gazeteciliğinde tartışmalı hatta geçersizdir. Bu durum özellikle bir kuruma bağlı olmadan üretim ve sunum yapanların örneğin weblog yazarlarının resmi kurumların organizasyonlarını takip etmek üzere davet almaları üzerinden örneklendirilmektedir. Ayrıca kullanıcıların üretime ve sunuma katıldığı, üretimin ve sunumun profesyonellerin tekelden çıktığı, üretici ve kullanıcı arasındaki sınırların bulanıklaştığı, profesyonellerin eşik bekçiliği rolünün aşındığı bir üretim ve sunum sürecine ilişkin profesyonellik sınırı çizmenin gereksiz olduğu belirtilmektedir (Friend ve Singer, 2007: 38-40).

İnternet gazeteciliğinde profesyonelliğin değişimini, yeni mesleki becerilerin gerekmesi ve bu çerçevede de alanda yeni iş tanımlarının ortaya çıkması bağlamında tartışan çalışmaların hareket noktası ise internet gazeteciliğinde çokluortam üretimin ve sunumun ve kullanıcı katılımının öneminin artmasıdır. İnternet gazeteciliği, profesyonellerin “haberlin hangi medya formatında kodlanıp sunulduğu takdirde daha iyi aktarılmış olacağına” karar verebilmelerini ve bu farklı medya formatlarının gerektirdiği sayısal donanımları ve bilgisayar yazılımlarını kullanabilmelerini (Yıldırım, 2010: 244-245; Deuze, 2003: 205; 2001) gerektirmektedir. Ayrıca internet gazeteciliğinde profesyonellerin ağ ortamında haberlin dolaşımını yönetecek, gazeteciliği sosyal ağlarla birleştirerek yapabilecek becerilere de sahip olması beklenmektedir. Bu çerçevede iletişim alanında çalışacak kişilerin “çoğul becerili (*multi-skilled*)” olmaları, temel gazetecilik becerilerine ek olarak yeni medyanın gerektirdiği mesleki becerilere de sahip olmaları istenmektedir (Geray, 2008b). Bu değişim, iletişim alanındaki yerleşik iş tanımlarını da etkilemiş; geleneksel olarak yapılan işe ya da sahip olunan beceriye göre endüstrideki işlerin tanımlanması değişmeye başlamıştır. İnternet gibi yeni iletişim teknolojileri üzerindeki üretim ve sunum sürecinde çalışanlar kendi çalışma alanlarını “geleneksel medyanın, internet üzerinden dağıtımla ve bilgisayar temelli teknolojilerle yöndeşmesini de içerir biçimde metin, ses ve görüntü üretimi ve sunumu olarak” tarif etmeye başlamıştır (Christopherson, 2004: 544-545, 547-548). Bu değişim mevcut

uygulamalarla da birleşmiş; gazeteciliğin yerleşik iş tanımlarından farklı, sosyal medya editörü, sosyal medya analisti, arama motoru optimizasyonu (*search engine optimization*) uzmanı gibi iş tanımlarına sahip profesyoneller haber merkezlerinde istihdam edilmeye başlamıştır.¹¹

Gazetecilikte süreç dönüşümü odaklı çalışmalarda tartışılan bir diğer değişim olan haber merkezlerinin değişiminde ise yeni iletişim ortamının gerektirdiği üretim ve sunum sürecinin gazeteciliğin yerleşik kurumsal örgütlenmesiyle yapılamayacağı, haber merkezlerinin çokluortam üretime ve sunuma, sosyal ağlarla birlikte çalışmaya uygun şekilde düzenlenmesi gerektiği belirtilmektedir. Haber merkezlerinin bu doğrultudaki değişiminde yöndeşme ve tümleşik haber merkezi olmak üzere iki model uygulanmaktadır.

Yöndeşme sonucu medya endüstrisinde hız kazanan sektörel değişim, alanda yaşanan birleşme ve satın almalar gazetecilerin günlük pratiklerine televizyon, gazete, internet ve radyo gibi farklı mecralar için üretim ve sunum yapma zorunluluğunu getirmiş; “çapraz medya gazeteciliği (*cross-media journalism*)”, “yöndeşmiş gazetecilik (*converged journalism*)” uygulamaları hayata geçirilmeye başlamıştır (Erdal, 2009: 216). Quandt ve Singer (2009: 131-132) haber merkezlerinin yöndeşmesi konusunda detaylı bir model sunarak bu değişimi tartışmıştır. Buna göre haber merkezlerinde yöndeşme genellikle, gazete profesyonellerin televizyon için, televizyon profesyonellerinin de gazete için üretim ve sunum yapmaları ve her iki mecra da çalışanların da bağlı oldukları grubun bir internet yayınına katkıda bulunmaları biçiminde işlemektedir. Böylesi bir biçim “tam yöndeşmeden” uzaktır ve temel güdü gelişmekte olan teknolojiye ve bununla ilişkili artan kullanıcı beklentilerine cevap verebilmektir. Medya kuruluşlarının teknoloji ve kullanıcı merkezli baskıyla baş edebilmelerinin en kolay yolu da bu tür bir yöndeşme biçimini uygulamaları ve sahibi oldukları bir mecra da üretilen içeriği kendilerine bağlı başka bir mecra da kullanma doğrultusunda haber merkezlerini yapılandırmalarıdır. İkinci ve daha yaygın olarak nitelendirilen biçimde ise profesyonellerden, bir tanesi çevrimiçi olmak üzere iki ayrı mecra için içeriği işlemeleri beklenmektedir. Böylesi bir yapılanmada profesyonellerin belirli bir mecra için içerik üretmek yerine, bir havuzdan içeriği alarak onu internet, cep telefonu gibi çevrimiçi mecralarda sunabilmek için farklı medya formatlarına göre işlemeleri temelinde haber merkezinde yöndeşme modeli hayata geçirilmektedir. Üçüncü biçimde ise “çevrimiçi aktarma platformu üzerinde tam yöndeşme” hedeflenmektedir ve bu biçim içinde bulunduğumuz tarihsel dönemde ağırlıklı olarak internet üzerinde gerçekleşmektedir. Profesyonellerden internetin temel teknolojik özelliklerine ve sosyal bir platform olmasına uyum göstererek çokluortam niteliğinde, farklı mecralarda sunulabilecek üretim yapmaları beklenmektedir. Bu biçimde mecra temelli ayırım ve bu ayırma göre örgütlenmiş haber merkezleri ortadan kalkmaktadır. Quandt ve Singer tarafından (2009: 131-132) üçüncü biçim olarak nitelendirilen bu yöndeşme modeli uygulamada tümleşik haber merkezinde somutlaşmaktadır. Yöndeşmiş gazeteciliğin tam tümleşmeye doğru evrildiği model, tümleşik haber merkezleri ise “medya kuruluşlarındaki fiziksel her türlü ayırımın ortadan kaldırılıp tek bir fiziki ortam içinde çoklu platformlar için haber üretiminin” yapıldığı; gazete, televizyon, internet için ayrı haber merkezlerinin, ayrı birimlerin olmadığı ve profesyonellerin bir haber merkezi

11 İnternet gazeteciliğinde profesyonelliğin değişimine ilişkin daha detaylı bir tartışma için bkz. Aydoğan, 2012.

içinde çokluortam niteliğinde üretim ve sunum yaptıkları (Geray, 2008c) bir yapılanmadır. Tümleşik haber merkezi hız, çokluortam içerik üretiminin ve sunumunun kurum içinde yapılabilmesi, üretilen içeriğin kullanıcının ürettiği içerikle birleştirilebilmesi ve kullanıcıyla etkileşimin arttırılabilmesi gibi noktalardan hareketle internet gazeteciliğinin “en iyi şekilde yapılabilmesinin yolu” imasını da barındırmaktadır.

Gazetecilikte süreç dönüşümü odaklı çalışmalar ağ ortamında gazeteciliğin kullanıcıyla kurulan ilişki, profesyonellik ve kurumsal örgütlenme gibi düzeylerde bütünsel bir değişim yaşadığını belirtmektedir. Bu değişim sonucunda da ağ ortamında gazeteciliğin aldığı biçim Geray (2008a) tarafından “teknolojik yöndeşmenin sağladığı ortam içinde *yeni bir kullanıcı profiline* oluştuğu, üretimde ve sunumda bu kullanıcı profiline tercihlerinin ve isteklerinin de karşılanmasını gerektiren, *haber in ötesinde* haber ve hizmet toplamının oluşturduğu *içeriğin* etkileşimli ve çokluortam niteliğinde sunulduğu” ağ ortamında “melez yayınlara” dönüşmüş bir gazetecilik olarak açıklanmıştır.¹²

İnternet gazeteciliğinin daha demokratik ve katılımcı bir gazetecilik olma potansiyeli iletişim araştırmaları içinde internet gazeteciliğini ele alan her üç ana gruptaki çalışmalarda da -temel sorunsal olmamakla birlikte- ele alınmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri kitle iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığında görece düşük maliyet, sansür ve denetim zorluğu gibi avantajlara sahip olması, eşitsiz de olsa hızla yaygınlaşmaları ve etkileşim özelliği dolayısıyla küresel düzeyde örgütlenmiş dev holdinglerinin belirleyiciliği altındaki iletişim sürecinin karşısında, ona alternatif bir iletişim sürecinin mecrası olarak görülmektedir. Bu bağlamda da internet gazeteciliğinin daha demokratik ve katılımcı bir gazetecilik olma, geleneksel mecralardaki gazeteciliğin yanlılığını aşma ve geleneksel medyada temsil olanağı bulamayanlara seslerini duyurma olanağı sunma potansiyeli, alternatif medya, yurttaş gazeteciliği, katılımcı gazetecilik, radikal medya, etkileşimli gazetecilik vb. kavramlarla birlikte tartışılmaktadır (Aydoğan ve Başaran, 2012). Genellikle birbiri yerine geçecek şekilde ve alternatif medya genelleştirmesiyle kullanılmalarına rağmen bu kavramlar arasında fark vardır. Farklılaşma kullanıcıların haber üretimine ve sunumuna katılabilme düzeyinden, üretimin ve sunumun profesyonellerle birlikte yapılıp yapılmadığından, ticari medya kuruluşlarıyla ilişkinin olup olmamasından kaynaklanmaktadır. Örneğin\ yurttaş gazeteciliği kullanıcıların haber üretimi ve sunumu yapmalarını ve kurumsallaşmış medyadan bağımsız olmayı ifade ederken (Nip, 2006: 218; Gillmor, 2004) etkileşimli gazeteciliğin ve katılımcı gazeteciliğin medya kuruluşlarından bağımsız olma gibi bir vurgusu yoktur. Katılımcı gazetecilikte medya kuruluşunun kullanıcıların üretime ve sunuma katılmalarına olanak sunması etkileşimli gazetecilikte ise kullanıcıların geri besleme sunma, habere yorum yapma gibi uygulamaları kullanabilmeleri yeterli görülmektedir (Nip, 2006: 216-218). Alternatif medya tartışmaları ise yeni iletişim teknolojilerinin geliştirilmesiyle başlamadığı gibi sadece ticari medya sisteminden bağımsız bir üretim ve sunum sürecini de ifade etmemektedir. Alternatif medya “yerleşik ve kurumsallaşmış siyaseti açıkça reddeden veya ona meydan okuyan” (Mutlu, 2004: 21-22) bir içerik üretim ve sunum sürecini, medyanın yapılanmasının ve içeriğinin bu doğrultuda olması gerektiğini içeren bir tartışmadır. Bu nedenle de toplumsal muhalefetle yakından ilişkilidir.

12 Vurgular tarafımdan eklenmiştir.

İnternet gazeteciliğinin daha demokratik bir gazetecilik olma potansiyeline ilişkin tartışmalarda asıl dikkat çekici olan ise bu beklentinin hem ticari medya kuruluşlarının hem de ticari medya sistemini eleştiren kesimlerin söylemine yerleşmiş olmasıdır. Ticari medya sistemini eleştirenler internet üzerinde gazeteciliğin tekrar kamu faydası için yapılabileceğine inanmaktadır. Ticari medya kuruluşları ise interneti “geniş, yeni bir pazar, elverişli bir dağıtım sistemi ve kamu gazeteciliğinden doğru açığa çıkan eleştirileri bastırmaya yarayacak meşru bir söylemin yolu” olarak kullanmaktadır (Scott, 2005: 91-92).

Sonuç

İletişim araştırmalarında internet gazeteciliğini 1970’li ve 80’li yıllarda haber merkezlerinin editoryal işleyişinin bilgisayarlaşmasından (Törenli, 2005: 172-173; Garrison, 1998: 19) farklı olarak, gazeteciliğin üzerinde yapıldığı yeni mecranın teknolojik özelliklerinin gerektirdiği biçimde şekillenen, üretimin ve sunumun işleyişinin, kullanıcıyla kurulan ilişkinin, haber merkezlerinin yapılanmasının, profesyonellerin üretim ve sunum sürecindeki rollerinin ve sahip olmaları gereken mesleki becerilerin değiştiği, yeni bir gazetecilik olarak nitelendiren çalışmalar yoğunluktadır. Dahlgren’in (1996: 60, 63-64) ifadesiyle belirtmek gerekirse “belirli teknolojik koşulların ve belirli bir kurumsal ve örgütsel yapılanmanın” biçimlendirdiği bir pratik olarak gazetecilik, internet gibi yeni bir mecra üzerinden yapılmaya başladığında bu yeni mecranın özellikleri ve bunların iletişim alanına getirdiği olanaklar doğrultusunda biçimlenmiştir. İnternet gazeteciliğinin kendisine özgü bir “medya mantığı” vardır ve internetin birbiriyle ilişkili etkileşim, bağlanabilirlik, çokluortam, arşivleyebilme, sayısallaşma özellikleri “internet gazeteciliğinin medya mantığının merkezinde yer alarak internet gazeteciliğinin formatlarını” belirlemektedir (Dahlgren, 1996: 63-64). İletişim araştırmalarında internet gazeteciliğini böyle bir yaklaşımla ele alan çalışmalar teknolojik belirlenimciliğe yaslanmakta ve internet gazeteciliğinin “ideal bir modelini” sunmaya odaklanmaktadır. Bu ideal model, belirli bir zamana ve yere bağlı olmayan ve teknolojik gelişmenin getirdiği olanakların içerik üretiminde ve sunumunda kullanılıp bunun gerektirdiği değişimlerin haber merkezlerinde ve kurumsal örgütlenmede uygulanmasıyla hayata geçirilebilecek bir internet gazeteciliği betimlemektedir. İnternet gazeteciliğinin ideal modeli ayrıca yeni iletişim teknolojilerinin kitle iletişiminden içerik, üretim ve tüketim aşamalarında farklılaşan yeni bir iletişim ortamı yarattığı ve gazeteciliğin bu yeni iletişim ortamının gerektirdiği şekilde değişmesinin kaçınılmaz olduğu argümanı ile desteklenmektedir.

İnternet gazeteciliğinin ideal modeli internet gazeteciliğine ilişkin sınırlı bir açıklama sunmanın ötesine geçememektedir. Her şeyden önce ideal model internet gazeteciliğini medya endüstrisinin dışında konumlandırmaktadır. Dolayısıyla da internet gazeteciliğinin alandaki aktörler açısından yarattığı fırsatlar ve tehditler, aktörlerin bu fırsatlar ve tehditler karşısındaki konumlanışları analiz dışında kalmakta; internet gazeteciliğinin içinde gerçekleştiği koşulların internet gazeteciliğinin gelişimiyle ve yapıma biçimiyle ilişkisi dikkate alınmamaktadır.

İnternet gazeteciliğinin ideal modelinin bir diğer sınırlılığı ise internet gibi yeni iletişim teknolojilerinin medya içeriğinin üretim ve tüketim süreçlerine getirdiği

olanakları ve sunumda yaşanan teknolojik değişimleri dikkate alırken internetin medya metinlerinin dağıtımını için yeni bir altyapı olmasının medya endüstrisi açısından etkisini göz ardı etmesidir. Medya içeriğinin, metinlerinin internet gibi yeni bir altyapı üzerinden dağıtılmaya başlaması içeriğin üretim ve sunum süreçlerine ilişkin endüstrinin sahip olduğu “yerleşik kuralları” etkilemiştir. Özellikle internetin teknolojik yöndeşme sonucu farklı iletişim biçimlerini ve medya formatlarını üzerinde buluşturan ortak bir platform olması “içerikle dağıtım teknolojisi arasında daha önceleri mevcut olan ve farklı mecraların tüketim kalıpları ve iş mantığı üzerindeki temel kısıtlılıkları oluşturan ayrımları” geçersiz kılmış, bu da medya içeriğinin dağıtımında “medya endüstrisinin yerleşik iş yapma biçimini” etkilemiştir. Ayrıca internet, iletişim sürecinde tarafların birbirleriyle doğrudan iletişime geçebilmeleri, medya metinlerinin daha seçici tüketimi, editoryal süreçle reklam arasındaki sınırın aşılması, pazara giriş maliyetinde ucuzlama, medya içeriğinin yerleşik tüketim kalıplarının (*pattern*) değişmesi gibi noktalarda da medya içeriğinin üretimiyle ve dağıtımıyla ilişki içermekte ve bu alanlarda endüstrinin yerleşik kurallarını ve iş mantığını etkilemektedir (Sparks, 2004: 311-316). Schiller (1999: 97-99) medya tarihinin, “dağıtım üzerindeki kontrolün pazar kontrolünü sağladığını” gösteren örnekler içerdiğini ve medya endüstrisinin internet üzerinden içerik üretimine ve sunumuna yatırım yapmaya başlamasında da bu yeni dağıtım altyapısını kontrol etme istekliliğinin belirleyici olduğunu belirtmiştir. Buna göre internet sadece yeni bir dağıtım altyapısı olarak belirmesiyle medya endüstrisinin yerleşik yapılanmasına karşı bir tehdit yükseltmemiş, aynı zamanda daha önceleri ayrı olan medya ürünlerini ve programlarını ortak bir platform üzerinde buluşturması nedeniyle, medya ürünlerine ve programlarına ilişkin yerleşik gelir yöntemlerinin ağ üzerinde nasıl devam ettirilebileceği sorusunu da doğurmuştur. Böylesi bir değişim içinde medya endüstrisi hem gelir elde edebilme sorunuyla hem de internet içeriği alanına yaptığı yeni yatırımların mevcut içerik yatırımlarını etkilemesinin nasıl engellenebileceği sorunuyla karşı karşıya kalmıştır (Schiller, 1999: 97-99).

İnternet gazeteciliğinin ideal modeli, iletişim alanında üretim, dağıtım ve tüketim aşamalarında yaşanan değişimleri teknolojik gelişimle açıklama noktasında “önceki iletişim araçları sistemlerinden kesin bir kopuşun” yaşandığı iddiasını da içermektedir ve bu özellikle yeni iletişim teknolojileriyle “ekonomik ve politik seçkinlerin iktidarının gerilediğinin ve kullanıcıların kontrolü ele aldıklarının” belirtildiği iyimser beklentilerin dayanağı durumundadır. Teknolojik belirlenimciliğin yeni bir biçiminin üretilmesi olan bu durum yeni iletişim teknolojilerinin etkileşim gibi özelliklerinin ve bu teknolojiler üzerinden sunulan yeni içerik ve hizmetlerin içinde bulunduğumuz dönemde internet üzerindeki etkin pazarlama faaliyetleriyle birleşerek artan ticarileşmenin parçası olduklarını ve medya endüstrisinde bu bağlamda bir devamlılık yaşandığını gözden kaçırmaktadır (Murdock, 2004: 21).

Bu eksiklikler çerçevesinde bakıldığında internet gazeteciliğinin ideal modeli, internet gazeteciliğini, kuramsal öncülü sanayi sonrası toplum tartışmaları olan enformasyon toplumu yaklaşımı çerçevesinde yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerini, bu teknolojiler üzerinden sunulan yeni hizmetleri ve küresel düzeyde “serbest” akan enformasyonu uyguladıkları her alandaki değişimlerin temel belirleyeni olarak kavrayan evrimci yaklaşımın (Başaran, 2010: 67, 72; Geray, 2003: 123; Kumar, 1999: 26, 31) içine yerleştirmenin ötesine geçememektedir.

İnternet gazeteciliğinin ideal modeline mesafeli, internet gazeteciliğinin yapıma biçimini ve internet gazeteciliğinde farklı dönemlerde yükselen farklı eğilimleri bütüncül bir şekilde analiz edebilmek için iletişim çalışmaları içinde internet gazeteciliğine ilişkin bağlamsal çalışmaların geliştirilmesi gerekir. Bağlamsal çalışmalar her şeyden önce teknolojik değişim ve gelişmelerin iletişim alanındaki yansımalarını tamamen göz ardı etmeyen ancak indirgemeci de olmayan bir bakış açısıyla internet gazeteciliğinin teknolojik çerçevesini oluşturan teknolojik değişim sürecini tarihsel bağlamı içinde ve içerdiği ticarileşme, şirket kontrolünün genişlemesi gibi dinamikleri dikkate alarak değerlendirilmelidir.

Bağlamsal çalışmaların dikkate alması gereken bir diğer nokta ise internet gazeteciliğinde içerik üretim ve sunum süreçlerindeki uygulamaların ya da ideal model çerçevesinde uygulanması gerektiği belirtilen özelliklerin teknolojik gelişmeleri takip etme dışında asıl olarak internet içerik ve reklam endüstrisindeki gelişmelerle, endüstrinin talepleriyle bağlantılı olduğudur. Bu noktada özellikle kullanıcının ürettiği içerikle birleşme, çoklu ortam içerik üretimine ve sunumuna yönelme gibi internet gazeteciliğinin “olmazsa olmazlarının” internet gazeteciliği gelir modelleriyle ve geliri en çoğa çıkartma arzusuyla ilişkisi dikkate alınmalıdır.

İnternet gazeteciliğinin idealize edilmesi yerine internet gazeteciliğine ilişkin bağlamsal çalışmaların iletişim alanında yükselmesi, internet gazeteciliğini teknolojik gelişmenin doğal bir sonucu olarak kavramak yerine doğuşunda, gelişiminde ve biçimlenmesinde piyasa koşullarının ve medya endüstrisindeki yeniden yapılanmaların etkisinin görülebildiği, internet gazeteciliği etrafında kurulan katılımcı ve demokratik bir gazetecilik olma, büyük medya kuruluşlarının alandaki hakimiyetinin sona ermesi gibi iyimser beklentilerin daha gerçekçi değerlendirilebildiği, bu beklentilerin kendiliğinden değil kamu faydasını dikkate alan politikaların uygulanmasıyla gerçekleşebileceğini dikkate alan, internet gazeteciliğini bir endüstri olarak kavrayan bütüncül ve gerçekçi bir bakış açısına sahip analizlerin yapılmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

Allan, Stuart, (2006). *Online News: Journalism and the Internet*, Berkshire: Open University Press.

Atikkan, Z. ve Tunç, A. (2011). *Blogdan Al Haberi: Haber Blogları, Demokrasi ve Gazeteciliğin Geleceği Üzerine*, İstanbul: YKY.

Aydoğan, Aylin, (2012). “İnternet Gazeteciliğinde Profesyonelliğin Değişimi”, Ömer Özer (der.), *Haber Eleştirmek: Araştırma Alanlarına Göre Eleştirel Haber Çalışmaları*, İstanbul: Literatürk, s.305-331.

Aydoğan, A. ve Başaran, F., (2012). “Yeni Medyayı Alternatif Medya Bağlamında Anlamak”, Ömer Özer (der.), *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik: Türkiye’de Alternatif Gazetecilik Üzerine Değerlendirmeler*, İstanbul: Literatürk, s.213-246.

Aydoğan, Aylin, (2009). “Analyzing Corporatization of User Generated Content in Case of Turkey”, Bartolomeo Sapio vd. (der.), *The Good, the Bad and the Challenging: The User and the Future of Information and Communication Technologies*, Slovenia: ABS-Center, s.190-195.

Aydoğan, Aylin, (2005). “İnternet’te Geleneksel Medya”, Funda Başaran ve Haluk Geray (der.), *İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet*, Ankara: Siyasal Kitabevi, s.259-285.

Bardoel, J. ve Deuze, M., (2001). “Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism”, *Australian Journalism Review*, 23(2), s.91-103.

Bardoel, Jo, (1996). “Beyond Journalism: A Profession between Information Society and Civil Society”, *European Journal of Communication*, 11(3), s.283-302.

Başaran, Funda, (2010). *İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme: Yayılmanın Ekonomi Politikası*, Ankara: Ütopya.

Beckett, C. ve Mansell, R., (2008). “Crossing Boundaries: New Media and Networked Journalism”, *Communication, Culture & Critique*, 1(1), s.92-104.

Boczkowski, Pablo J., (2004). *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*, Massachusetts: MIT Press.

Boczkowski, Pablo J., (2002). “The Development and Use of Online Newspapers: What Research Tells Us and What We Might Want to Know”, Leah A. Lievrouw ve Sonia Livingstone (der.), *The Handbook of New Media*, London: Sage, s.270-286.

Brandtzaeg, Petter Bae, (2008). “The Innovators in the New Media Landscape: User Trends and Challenges in the Broadband Society”, Bartolomeo Sapio vd. (der.), *The Good, the Bad and the Unexpected: The User and the Future of Information and Communication Technologies*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, s.14-28.

Carlson, Matt, (2007). “Order versus Access: News Search Engines and the Challenge to Traditional Journalistic Roles”, *Media, Culture & Society*, 29(6), s.1014-1030.

Çaplı, Bülent, (2002). *Medya ve Etik*, Ankara: İmge Kitabevi.

Christopherson, Susan, (2004). “The Divergent Worlds of New Media: How Policy Shapes Work in the Creative Economy”, *Review of Policy Research*, 21(4), s.543-558.

Dahlgren, Peter, (1996). “Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and Its Publics”, *Javnost - The Public*, 3(3), s.59-72.

Deuze, Mark, (2008). “Epilogue: Toward a Sociology of Online News”, Chris Paterson ve David Domingo (der.), *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*, New York: Peter Lang, s.199-209.

Deuze, Mark, (2004). "What is Multimedia Journalism?", *Journalism Studies*, 5(2), s.139-152.

Deuze, Mark, (2003). "The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online", *New Media & Society*, 5(2), s.203-230.

Deuze, Mark, (2001). "Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web", *First Monday*, 6(10).

Deuze, Mark, (1999). "Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment", *International Communication Gazete*, 61(5), s.373-390.

Domingo, D. ve Heinonen, A., (2008). "Weblogs and Journalism: A Typology to Explore the Blurring Boundaries", *Nordicom Review*, 29(1), s.3-15.

Domingo, David, (2008). "Inventing Online Journalism: A Constructivist Approach to the Development of Online News", Chris Paterson ve David Domingo (der.), *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*, New York: Peter Lang, s.15-28.

Domingo, David, (2005). "The Difficult Shift from Utopia to Realism in the Internet Era. A Decade of Online Journalism Research: Theories, Methodologies, Results and Challenges", http://www.makingonlinenews.net/docs/domingo_amsterdam2005.pdf (Erişim: 5 Nisan 2011).

Elliott, Deni, (2009). "Essential Shared Values and 21st Century Journalism", Lee Wilkins ve Clifford G. Christians (der.), *The Handbook of Mass Media Ethics*, New York: Routledge, s.28-39.

Erdal, Ivar John, (2009). "Cross-Media (Re)Production Cultures", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15(2), s.215-231.

Friend, C. ve Singer J. B., (2007). *Online Journalism Ethics: Traditions and Transitions*, New York: M.E. Sharpe Inc.

Garrison, Bruce, (1998). "Coping with New Technologies in the Newsroom", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 4(4), s.18-25.

Geray, Haluk, (2011). "Dünyada Gazetecilik ve Teknoloji (2)", http://www.birgun.net/writer_index.php?category_code=1186995173&news_code=1294926373&day=13&month=01&year=2011#.UIU2mG9OufU (Erişim: 13 Ocak 2011).

Geray, H. ve Aydoğan A., (2010). "Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik", Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (der.), *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Ankara: Fersa Matbaacılık, s.305-321.

Geray, Haluk, (2008a). "Yeni Çağın Gazeteciliği (2)", http://www.birgun.net/writer_index.php?category_code=1186995173&news_code=1207184445&year=2008&month=04&day=03#.UHQz35hOufU (Erişim: 3 Nisan 2008).

Geray, Haluk, (2008b). “Yeni Çağın Gazeteciliği (3)”, http://www.birgun.net/writer_index.php?category_code=1186995173&news_code=1207788060&year=2008&month=04&day=10#.UMWkYeQyJEU (Erişim: 10 Nisan 2008).

Geray, Haluk, (2008c). “2008’de Haber Merkezleri (3)”, http://www.birgun.net/writer_2008_index.php?category_code=1186995173&news_code=1225928962&year=2008&month=11&day=06#.UMXNuOQyJEV (Erişim: 6 Kasım 2008).

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

Gillmor, Dan, (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*, Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.

Google, (2011). “Google News Highlights Unique Content With Editors’s Picks”, <http://googleblog.blogspot.com/2011/08/google-news-highlights-unique-content.html> (Erişim: 25 Temmuz 2011).

Google News, (2011). “About Google News”, http://www.google.com/intl/en_us/about_google_news.html (Erişim: 16 Mayıs 2011).

Hamilton, Chris, (2011): “Updated Social Media Guidance for BBC Journalists”, <http://bbc.in/opA4mZ> (Erişim: 11 Eylül 2011).

Hermida, Alfred, (2010). “Twittering the News”, *Journalism Practice*, 4(3), s.297-308.

Hermida, A. ve Thurman N., (2008). “A Clash of Cultures: The Integration of User-Generated Content within Professional Journalistic Frameworks at British Newspaper Websites”, *Journalism Practice*, 2(3), s.343-356.

İnal, Ayşe, (1996). *Haberi Okumak*, İstanbul: Temuçin.

Kaplan, A. M. ve Haenlein, M., (2010). “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media”, *Business Horizons*, 53(1), s.59-68.

Kopper, G. G. vd., (2000). “Research Review: Online Journalism-A Report on Current and Continuing Research and Major Questions in the International Discussion”, *Journalism Studies*, 1(3), s.499-512.

Kumar, Krishan, (1999). *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma: Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*, Mehmet Küçük (çev.), Ankara: Dost.

Lomborg, Stine, (2009). “Navigating the Blogosphere: Towards a Genre-based Typology of Weblogs”, *First Monday*, 14(5).

Mitchelstein, E. ve Boczkowski, P. J., (2009). “Between Tradition and Change: A Review of Recent Research on Online News Production”, *Journalism*, 10(5), s.562-586.

Murdock, Graham, (2004). “Past the Posts: Rethinking Change, Retrieving Critique”, *European Journal of Communication*, 19(1), s.19-38.

- Mutlu, Erol, (2004). *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Nip, Joyce Y. M., (2006). “Exploring the Second Phase of Public Journalism”, *Journalism Studies*, 7(2), s.212-236.
- OECD, (2007). *Participative Web and User-Created Content: Web 2.0, Wikis and Social Networking*, Paris.
- Örnebring, Henrik, (2008). “The Consumer as Producer-of What?”, *Journalism Studies*, 9(5), s.771-785.
- Pavlik, John Vernon, (2001). *Journalism and New Media*, New York: Columbia University Press.
- Pavlik, John Vernon, (2000). “The Impact of Technology on Journalism”, *Journalism Studies*, 1(2), s.229 -237.
- Pavlik, John Vernon, (1999). “New Media and News: Implications for the Future of Journalism”, *New Media & Society*, 1(1), s.54-59.
- Schiller, Dan, (1999). *Digital Capitalism, USA*: MIT Press.
- Scott, Ben, (2005). “A Contemporary History of Digital Journalism”, *Television and New Media*, 6(1), s. 89-126.
- Singer, Jane B., (2003). “Who are these Guys?: The Online Challenge to the Notion of Journalistic Professionalism”, *Journalism*, 4(2), s.139-163.
- Sparks, Colin, (2004). “The Impact of the Internet on the Existing Media”, Andrew Calabrese ve Colin Sparks (der.), *Toward a Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, s.307-326.
- Stanyer, James, (2009). “Web 2.0 and the Transformation of News and Journalism”, Andrew Chadwick ve Philip N. Howard (der.), *Routledge Handbook of Internet Politics*, New York: Routledge, s.201-213.
- Steensen, Steen, (2011). “Online Journalism and the Promises of New Technology”, *Journalism Studies*, 12(3), s.311-327.
- Technorati, (2009). “State of the Blogosphere: 2009”, <http://technorati.com/social-media/feature/state-of-the-blogosphere-2009> (Erişim: 22 Ekim 2010).
- Thurman, Neil, (2007). “The Globalization of Journalism Online: A Transatlantic Study of News Websites and their International Readers”, *Journalism*, 8(3), s.285-307.
- Törenli, Nurcan, (2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Trench, Brian, (2003). “New Roles for Users in Online News Media? Exploring the Application of Interactivity through European Case Studies”, Jan Servaes (der.), *The European Information Society: A Reality Check*, Bristol: Intellect, s.205-223.

Yıldırım, Besim, (2010). “Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşik Gazetecilik”, *Selçuk İletişim*, 6(2), s.230-253.

Quandt, T. ve Singer, J. B., (2009). “Convergence and Cross-Platform Content Production”, Karin Wahl-Jorgensen ve Thomas Hanitzsch (der.), *The Handbook of Journalism Studies*, New York: Routledge, s.130-144.

Wright, Dean, (2010). “Social Media: Some Principles and Guidelines”, <http://reuters/946smW> (Erişim: 2 Şubat 2011).