

T.C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

**İNTERNET ORTAMINDA SERBEST GAZETECİLİK
VE ETİK SORUNLAR**

Yüksek Lisans Tezi

ABDULKADİR BÜYÜKBİNGÖL

İstanbul, 2018

T.C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

İNTERNET ORTAMINDA SERBEST GAZETECİLİK VE ETİK SORUNLAR

Yüksek Lisans Tezi

ABDULKADİR BÜYÜKBİNGÖL

Danışman: DR. ÖĞR. ÜYESİ HALDUN NARMANLIOĞLU

İstanbul, 2018



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

GAZETECİLİK Anabilim Dalı BİLİŞİM Bilim Dalı TEZLİ YÜKSEK LİSANS
öğrencisi ABDULKADİR BÜYÜKBİNGÖL'nin İNTERNET ORTAMINDA SERBEST
GAZETECİLİK VE ETİK SORUNLAR adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun
21.06.2018 tarih ve 2018-17/24 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / ~~oy çokluğu~~
ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 10.02.2018

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

1.	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi HALDUN NARMANLIOĞLU	
2.	Jüri Üyesi	Prof. Dr. ÖZHAN TINGÖY	
3.	Jüri Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi ALİ BARIŞ KAPLAN	

GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı : Abdulkadir Büyükbingöl
Anabilim Dalı : Gazetecilik
Programı : Bilişim
Tez Danışmanı : Dr. Öğretim Üyesi Haldun Narmanlıoğlu
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans - Haziran 2018

ÖZET

İnternet döneminde serbest gazetecilerin nasıl bir dönüşüm geçirdiği önemli bir soru olarak karşımızda durmaktadır. Bütün iş kollarını etkileyen, gazeteciliğe yeni pratikler katan İnternet'in serbest gazetecilerin çalışma biçimini de etkilediği ve değiştirdiği düşünülmektedir. Konvansiyonel medya döneminde serbest gazeteciler, belirlenmiş bir süre içinde geçerli sözleşme çerçevesinde çalışmakta, genellikle haber başı ücret almakta iken, İnternet ile birlikte meslek pratiğinde meydana gelen önemli bir değişimin parçası oldukları göze çarpmaktadır. İnternetle birlikte isteyen herkesin gazetecilik yaptığı bir ortamda serbest gazeteciler, alternatif medya, yurttaşlar ve blog yazarları birbirinden nasıl ayırt edilebilir? Değişen medya ortamında serbest gazeteciliğin temel etik meseleleri nelerdir? Bu çalışmada söz konusu sorular ışığında yeni dönem serbest gazetecilerin durumu ve çalışma biçimi açıklanmaya çalışılmıştır.

Dört bölüm halinde hazırlanan çalışmanın birinci bölümünde, gazetecilik mesleğini oluşturan kavramlarla ilgili tanımlar tartışılmıştır. İkinci bölümde "Yeni Medya" ile birlikte gazetecilik mesleğinin, özellikle İnternet teknolojisiyle birlikte nasıl bir dönüşüm geçirdiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ise; İnternet ortamında serbest gazeteciliğin özellikleri tartışılmıştır. Son bölümde aktif gazetecilerle derinlemesine mülakat gerçekleştirilerek etik problemlerin çerçevesinin anlaşılmasına çalışılmıştır. Buna göre yeni medya serbest gazetecilere benzersiz imkânlar sunarken, iş güvenliği, ekonomik ilişkiler, fikri mülkiyet hakları gibi konuları sorun olarak karşımıza çıkarmaktadır. Yapılan mülakatlarda serbest gazeteciliğin etrafındaki etik sorunların genellikle söz konusu üç temel problem etrafında şekillendiği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnternet Gazeteciliği, Serbest Gazetecilik, Etik Sorunlar

GENERAL INFORMATION

Name and Surname : Abdulkadir Büyükbingöl
My department is : Journalism
Program : Informatics
Thesis Advisor : Dr. Instructor Haldun Narmanlıoğlu
Type of Degree and Date : Higher Education - June 2018

ABSTRACT

The question of how free journalists have undergone a transformation in the Internet era is an important question. It is believed that the Internet, which affects all sectors of business and adds new practices to journalism, also influences and changes the way journalists work. During the conventional media period, free journalists are working within the framework of a valid contract within a defined period, often paying per capita incentives, but they are part of a significant change in professional practice along with the Internet. How can freelance journalists, alternative media, citizens and bloggers be differentiated in a journalistic environment for everyone who wants to be with the Internet? What are the main ethical issues of free journalism in a changing media environment? In this study, the situation and working style of the new period free journalists were tried to be explained in the light of the question.

In the first part of the work, which is prepared in four chapters, definitions related to the concepts that constitute the journalism profession are discussed. In the second part, with the "New Media", the journalism profession was tried to show how it transformed especially with the Internet technology. In the third chapter, the features of free journalism on the Internet are discussed. In the last part, in-depth interviews with active journalists have been made to understand the frame of ethical problems. Accordingly, while the new media offer unique opportunities for freelance journalists, issues such as job security, economic relations, and intellectual property rights are raised as a problem. During the interviews, it was understood that the ethical problems surrounding free journalism were generally shaped around three fundamental problems.

Keywords: Internet Journalism, Freelance Journalism, Ethical Issues

ÖNSÖZ

İnternet döneminde serbest gazetecilerin nasıl bir dönüşüm yaşadığına odaklanan bu çalışmam, aynı zamanda mesleği bu tarzda icra etmek isteyenler için önemli bir rehber olma niteliği taşımaktadır. İsteyen herkesin gazetecilik yaptığı İnternet ortamında, genelde gazetecilik mesleği, özelde serbest gazeteciliğe dair önemli bilgiler aktaran bu tez, alternatif medya, yurttaşlar ve blog yazarları ile serbest gazetecileri ayırabilmek ve etik meselelere de dikkat ederek "iyi gazeteci" olmak yolunda ilerlemek isteyenler için ışık tutacaktır.

Bu vesileyle, büyük bir hassasiyet gösterdiğim bu çalışmamda iyi bir netice alınması için tüm aşamalarda bana yol gösteren tez danışmanım, çok değerli hocam Haldun Narmanlıoğlu başta olmak üzere, bir öğretmen edasıyla tezimi baştan sona okuyarak, özellikle dil açısından gerekli düzeltmeleri yapan özel insan, sevgili eşim Ayşegül hanıma sonsuz şükranlarımı sunarım.

Son olarak, bilim alanında yaptığım bu ilk kapsamlı çalışmayı, varlığı ile bize güç veren canım anneme ve bu günlere ulaşmamızda rehberliği ile en büyük katkı sahibi, her halimde, her hatıramda, her anımda benimle olan sonsuzluk diyarındaki varlık sebebime, "BABAM"a ithaf ediyorum.

Abdulkadir BÜYÜKBİNGÖL

Temmuz -2018

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AİHM	: Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
AOL	: Amerikan Online
BP	: British Petrol
CPJ	: Committeeto Protect Journalists
DVD	: Digital Versatile Disc
EFJ	: European Federation of Journalists
IFJ	: International Journalists Fondation
IJNet	: Internationol Journalists' Network
ODTÜ	: Ortadoğu Teknik Üniversitesi
RSS	: Really Simple Syndication
SİDA	: Sida - Swedish International Development Cooperation Agency
SPJ	: Profesyonel Gazeteciler Topluluğu
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TPM	: Talking Points Memo
TGC	: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
TV	: Televizyon
WIPO	: World Intellectual Property Organisation

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

GİRİŞ	1
-------------	---

BİRİNCİ BÖLÜM GAZETECİLİK MESLEĞİ

1.1 BİR MESLEK OLARAK GAZETECİLİK	4
1.1.1 İLETİŞİM	4
1.1.2 HABER	5
1.1.3 MEDYA\BASIN	6
1.1.4 GAZETE	7
1.1.5 GAZETECİ\HABERCİ	7
1.1.6 GAZETECİLİK\MUHABİRLİK MESLEĞİ	8
1.1.6.1 SERBEST (FREELANCE) GAZETECİLİK	10
1.1.6.2 TÜRKİYE'DE GAZETECİLİK MESLEĞİNİN YASAL SINIRLILIKLARI	12
1.1.6.3 YURTDIŞINDAKİ GAZETECİNİN HAKLARI VE SINIRLAMALAR	14

İKİNCİ BÖLÜM YENİ MEDYA VE GAZETECİLİK

2.1 YENİ MEDYADA GAZETECİLİK	19
2.1.1 BİR İŞ VE FIRSAT ORTAMI OLARAK YENİ MEDYA	21
2.1.2 HABERCİLER VE İNTERNET	24
2.1.2.1 WEB 1.0 DÖNEMİ	24
2.1.2.2 WEB 2.0 DÖNEMİ VE SONRASI	26
2.1.3 YENİ MEDYADA GAZETECİLİK PRATİKLERİ	28
2.1.4 İNTERNET SONRASI GAZETECİLİK PRATİKLERİ	31
2.1.5 İNTERNET ORTAMINDA ALTERNATİF MEDYANIN OLUŞUMU	37
2.1.6 İNTERNET ORTAMINDA BAĞIMSIZ VE YURTTAŞ GAZETECİLİK	41
2.1.7 SERBEST GAZETECİLİK, BAĞIMSIZ MI, ALTERNATİF Mİ?	44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM İNTERNET VE SERBEST GAZETECİLİK

3.1 İNTERNET ÜZERİNDEN SERBEST GAZETECİLİK	47
3.1.1 İNTERNET ORTAMINDA SERBEST GAZETECİLİK BİÇİMLERİ	51
3.1.2 İNTERNET ORTAMINDA SERBEST GAZETECİLİĞİN DEZAVANTAJLARI	53
3.1.3 SERBEST GAZETECİNİN ANONİM KİMLİK KULLANIMI	55
3.1.4 SERBEST GAZETECİNİN "TEK BAŞINA"LIĞI	57
3.1.5 SOSYAL GÜVENCE VE GÜVENLİK SORUNU	59
3.1.6 DEĞİŞEN GELİR MODELİ	61

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SERBEST GAZETECİLİK VE ETİK SORUNLAR

4.1 İNTERNET ÜZERİNDEN SERBEST GAZETECİLİK VE ETİK SORUNLAR...	65
4.1.1 HABER MEDYASINDA ETİK SORUNLAR.....	66
4.1.1.1 AKTİF GAZETECİLERE GÖRE KONVANSİYONEL DÖNEM İLE İLGİLİ GÖRÜŞLER.....	69
4.1.2 İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE ETİK SORUNLAR.....	71
4.1.2.1 İNTERNET DÖNEMİ İLE İLGİLİ MÜLAKATLAR.....	78
SONUÇ	83
KAYNAKÇA.....	89



GİRİŞ

Bir gazetenin hazırlanmasında görev alan kişi olarak tanımlanan gazeteci, işini iki şekilde yapmaktadır: 1- Bir kuruma bağlı olarak kadrolu veya sözleşme ile çalışmak. 2- Serbest olarak çalışarak yaptığı haberleri profesyonel haber medyasına pazarlamak. İnternet teknolojisinin gelişmesi ile birlikte, özellikle işin yapılış biçiminde, gazetecilik mesleğinde de büyük değişimler gözlenmektedir. İnternet, sadece gazeteciliği bir meslek olarak yapanlar için değil, haber sitesi kuran herkesin bir biçimde gazetecilik yapabileceği, daha ötesi kendi haber medyasının patronu olabileceği bir ortam sunmaktadır. Gazetecilik mesleğinin icrası açısından bu durum hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Yayın mecralarının çeşitlenmesi, anaakım medyaya alternatif olabilecek yeni bir medya ortamının oluşması olumlu görüşler arasındayken, özellikle meslek ahlak ilkeleri bağlamında oldukça sorunlu bir alanın ortaya çıktığı yönünde de görüşler bulunmaktadır.

Diğer yandan, konvansiyonel medya döneminde "serbest gazeteciler"in çalışma alanı olan ve birçok medya kuruluşunun da serbest gazetecilerle çalışmayı tercih ettiği bölgelerde, İnternet ile birlikte yeni bir gazetecilik biçimi olarak tanımlanan "yurttaş"ların aktif faaliyetleri belirdi. Bu faaliyetlerin birçok medya kuruluşu tarafından desteklenmesi nedeniyle serbest gazeteciliğin netliğini kaybettiği ve meslek pratikleri açısından da diğer gazetecilik biçimleri ile karıştırıldığı görülmektedir. Öyle ki, haber yayını yapan İnternet mecralarından ve o mecralarda haberi yayımlanan gazetecilerden hangisinin "serbest gazetecilik faaliyeti" tanımı içerisinde değerlendirilebileceği konusu bir kafa karışıklığına neden olabilmektedir.

Oldukça tartışmalı bir meslek olan gazetecilik ile genelde yeni iletişim teknolojilerinin ve özelde ise İnternet'in sorunlu ilişkisi bir arada düşünüldüğünde araştırmaya muhtaç çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır. İnternet ile birlikte serbest gazetecilik alanının belirsizleştiği düşünülmektedir. Konvansiyonel medya döneminde serbest gazeteciler, belirlenmiş bir süre içinde geçerli sözleşme çerçevesinde çalışmakta, genellikle haber başı ücret almakta iken, İnternet kanalları üzerinden haberlerini yayınlayan, canlı yayın yapan gazetecilerin nasıl bir ekonomi geliştirdiği araştırılmaya muhtaç görünmektedir. Yine İnternet'in sunduğu imkânlar dâhilinde herkesin

gazetecilik yaptığı bir ortamda serbest gazeteciler, alternatif medya, yurttaşlar ve blog yazarları nasıl birbirinden ayırt edilebilmektedir. Meslek etiğine riayet ve karşı karşıya kalınan sorunlar konusunda üretilen çözümler merak konusudur. Bu çalışmanın konusu İnternet ile birlikte beliren birçok sorun arasından serbest gazetecilik ile etik arasındaki ilişki üzerine konumlandırılmıştır.

Çalışmada öncelikle serbest gazetecilik ele alınarak İnternet ile birlikte serbest gazetecilik pratiklerinde nasıl bir değişim yaşandığı araştırılmıştır. İnternet ile birlikte isteyen herkesin haber verme ve yayma gibi pratikler yapabildiği bir ortamda "serbest gazetecilik" kavramı değişen ortam çerçevesinde ele alınmaya çalışılmıştır. İnternet'in serbest gazeteciler için doğurduğu fırsatlar ve dezavantajlar üzerinde durulmuştur. Ülkemiz de dâhil olmak üzere, dünya üzerinde İnternet ile ilgili yasaların kapsayıcı çözümler getirmemesi nedeniyle bu meslek alanının ne tür hukuki ve etik sorunlarla karşı karşıya olduğu çalışmanın ana odağına oturtulmuştur.

Dört bölüm halinde hazırlanan çalışmanın birinci bölümünde, gazetecilik mesleği ele alınmış, tarihsel olarak gazeteciliğin nasıl bir pratik süreçten geçtiği anlatılmıştır. İkinci bölümde yeni medya ile birlikte gazetecilik mesleğinin, özellikle İnternet teknolojisi ile birlikte nasıl bir dönüşüm geçirdiği ortaya konmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde İnternet ortamında serbest gazetecilik detaylı biçimde anlatılmış, son bölümde ise Türkiye'de serbest gazetecilik yapan habercilerle derinlemesine mülakat yapılarak mesleğin etik sorunlarıyla ilgili genel bir çerçevenin tespit edilmesine çalışılmıştır. İnternet ile birlikte gazetecilik etiğinde beliren sorunların serbest gazetecilik alanına yansımaları ve yaşanan belli başlı problemler sıralanarak geleneksel gazetecilik ile karşılaştırılmalar yapılmıştır.

Bu çalışma ile söz konusu belirsizlikler açıklanmakta ve mesleği bu yöntemle icra etmek isteyenlere önemli bilgiler sunulmaktadır. Belirsizleşen gazeteci kimlikleri içinde kime serbest gazeteci denebileceği, yurttaş gazeteci ve alternatif medya icracıları arasındaki yeri ve yeni dönemde serbest gazetecilerin durumu, çalışma biçimi ve meslek etiği ile alakalı yaşadıkları sorunların ortaya konulması bu araştırmanın hem önemini hem de amacını teşkil etmektedir.



BİRİNCİ BÖLÜM

1.2 BİR MESLEK OLARAK GAZETECİLİK

Bir alternatif olarak serbest gazetecilik çalışmalarını daha da önemli kılan durum, gazeteciliğin büyük medya organizasyonlarının ekonomik isteklerine göre şekillenmesinin ortaya çıkardığı sorunlardır. Öte yandan iletişim teknolojisindeki gelişmelerle birlikte gazetecilik mesleği üzerindeki tartışmalara da yeni boyutlar eklenmektedir. Toplumsal kurumlar içindeki güvenilirlik sıralamasında basın çok altlarda yer almasının tespit edilmesi, biri olmadan diğerinin olmayacağı "okur-gazete" arasındaki güvenin yeniden oluşturulması için ortaya konan gayretin değerini artırmaktadır (Uzun, 2006, s. 640). Bu nedenle, bu meslekte oluşan yıpranmanın revizesi için kitle ve medya düzlemindeki ilişkilerin yeniden kurulması yolunda serbest gazetecilere ihtiyaç olduğu görülmektedir.

İnternetin gazetecilik alanında kullanılmasının ilk gününden beri süregelen, "Gazetecilik yok mu olacak?" sorusuna, "habere duyulan gereksinim yok olmadığı sürece bu gereksinimi karşılayan profesyonel bir mesleğin de yok olmayacağı" düşüncesi ile cevap verilmektedir. Fakat telekomünikasyon sektöründeki önde gelen şirketlerin kâra dayanan çalışmaları etrafında tartışılan gazetecilik mesleği, bu kimliğin nasıl bir dönüşüm yaşayacağı ve meslek uygulamalarının nasıl değişeceği sorusunun, demokratik toplum düşüncesine yapacağı katkıyı gölgelemektedir (Uzun, 2006, s. 652). Bununla birlikte İnternetin, gazetecilik alanında yeni etik sorunları beraberinde getirip getirmediği de sorulan bir sorudur (Evers, 2010, s. 322). Bu nedenle günümüz teknolojisinin sağladığı olanakları kullanan herkesin bir gazeteci gibi davranabildiği ortamda, bir meslek olarak gazeteciliği ve gazeteci kimliğini netleştirmek açısından, bu mesleğin gerçekten ne olduğu ve kime gazeteci denebileceğinin anlaşılabilmesi önemli görülmektedir. Bu nedenle öncelikle bu meslek ile ilgili önemli kavramlara getirilen tanımlar araştırılmıştır.

1.1.1 İletişim

İki kişi veya tüm insanlar arasında, duygu, düşünce ve bilgi alışverişi şeklinde tanımlanabilen iletişim, yapısının bir gereği olarak başta haberleşme olmak üzere, bir kişinin diğer bireyler ve varlıklarla ilişkilerini geliştirme ve anlaşılabilme

gereksiniminden ortaya çıkmış bir olgu olduğu belirtilmektedir (Ulusoy, 2002, s. 233). Bilgiyi üretme, diğerlerine aktarma ve anlam kazandırma aşamaları şeklinde de tanımlanabilen iletişim (Dökmen, 2004, s. 19), kişinin, tür olarak sahip olduğu özellikler ve sosyalleşebilirliğinin bir yansıması şeklinde de görülmekle beraber, bireylerin hayatlarını devam ettirebilmeleri için kullanmak zorunda oldukları gereçlerden en önemlisi olarak nitelendirilmektedir (Girgin, 2008, s. 9). İletişimin geçerli olması için mesajın, anlam verilebilir kodlar içermesi, hedefe ulaşabilmesi ve böylece mesaj kaynağının hedef ile etkileşime girmesi gerekli unsurlar olarak açıklanmaktadır. Bu nedenle iletişimin bir "yayımlama eylemi" olarak tarif edildiği kadar "tepki alma ve tepki vermeyi" de kapsadığını söylemek mümkündür. Sonuçta kişi; etrafında olanları bilmek, duyumlarını diğerlerine nakletmek, bu konular üzerinde düşündüğü gibi bu düşünceleri de tekrar bir başkasına iletmek için iletişim halinde bulunmak zorunluluğunu hissetmektedir (Balcı, 2010, s. 1). İlk çağlardan beri birbirleriyle iletişim halinde olan insanlar sonraki yüzyıllarda gelişen sosyo-ekonomik koşullar gereği sadece çok yakın çevreleri ile ilgili olup bitenleri değil, daha uzak bölgelerde gelişen olaylarla da çıkarlarını korumak adına ilgilenmeye başlamışlardır. Bu gelişmelere eş zamanlı olarak insanın haber alma ihtiyacını karşılamak amacıyla kitle iletişim araçlarının ortaya çıktığı belirtilmektedir (Ulusoy, 2002, s. 234).

1.1.2 Haber

İletişim eyleminin öznesi olan haber, "olayın veya olayların hikâyesi veya özeti" şeklinde tanımlanagelse de (Tokgöz, 1981, s. 51), bireylerin bilme ve öğrenme istekleri dikkate alınarak "olmuş olan her şey", "dün bilmediğimiz her şey", "insanların üzerinde konuştuğu bilgiler" ve "okuyucuların öğrenmek istediği şeyler" şeklinde de tarif edilebilmektedir. Daha sonra günün koşulları ve gazetecilik mesleğinin gerekleri göz önünde bulundurularak "zamana uygun olan her şey", "zamana uygun rapor" ve "bir olayın raporu" şeklinde de tanımlanmıştır (Devran, 2010, s. 79). Haber ayrıca, birçok olgunun bildirilen bir yerde ve zamanda meydana gelmesi süreci şeklinde de açıklanmaktadır. Bütün bu tanımlar göz önüne alındığında, gündelik hayatın devamı dâhilinde bir farklılaşmaya sebep olmuş ya da olması muhtemel olaylar zinciri içinde yeni, önemli, ilginç ve farklı olan her olaya haber demek mümkün görünmektedir.

Kişilerin etrafı ve uzak çevrelerle devam eden kısa veya zamana yayılan bilgi akışını sağlayan haber, haberciler tarafından genellikle ülkelerdeki iktidarın öncelikle hâkim olmak istediği kamuoyu oluşturma ve yönlendirme aracı olarak kullanıldığı da dile getirilmektedir (Girgin, 2008, s. 112-115).

1.1.3 Medya\Basın

Haber eyleminin aktarım vasıtası olan ve yasama, yürütme ve yargı gibi demokrat sistemin ünlü üç alanın yanında dördüncü ayak şeklinde konumlandırılan medya ise; topyekün iletileri yayarak kişileri olaylardan haberdar eder. "Gazete, dergi, TV, radyo, İnternet" gibi toplumda mesaj alış verişini kitlesel olarak gerçekleştiren gereçlerin tamamı için kullanılan bu terim; halkın toplu olarak bilgilendirilmesi, eğitilmesive sosyal problemlerle ilgili olarak tartışılmasını da ifade etmektedir (Türk, 2013, s. 55). Çağdaş demokratik rejimlerde medya, bir kamu görevi olarak özgürlüklerin korunması ve demokrasinin desteklenmiş bakımından devlet ile vatandaş arasındaki ilişkiyi düzenlerken diğer güç sahiplerinin de büyük destekçisi olarak görülmektedir (Girgin, 2008, s. 147). "Medya, siyasi aktörlerden biri, dolayısıyla da kamusal alanın düzenlenmesinde söz sahibi bir unsur olarak devletin, tebaasını hiçe sayarak tek düzenleyici güç gibi varlığını sürdürmesini engellediği, bu anlamda hatırı sayılır bir kontrol aracı olduğu" belirtilmektedir. (Türk, 2013, s. 55).

İçel (1983, s. 52-53) medyanın kamusal işlevlerini altı başlıkta toplamaktadır:

- 1- Haber verme görevi
- 2- Denetleme ve eleştirme işlevi
- 3- Kamuya açıklama ve kamuoyununu oluşmasını sağlama yeteneği
- 4- Kitlesel eğitim yeteneği
- 5- Vatandaş, meclis ve iktidarla ilişkiyi temin etmek ve iletişim sağlama işlevi
- 6- Yöneticilerin dikkatini çekmek açısından toplumdaki azınlığı problemlerini ve dileklerini yansıtmak.

Bunlarla birlikte Basın Sözlüğü'nde, medyanın resmi kurumlara ilgili kanunla belirtilmiş görevleri "Kitleye saygı bağlamında topluma karşı; kendi kendisine

kabullendirilmiş ve gerçek anlamda bir gazetecinin, okurlarına karşı da sorumluluğu bulunmaktadır" şeklinde açıklanmaktadır (Gezgin, 1998).

1.1.4 Gazete

İnternet gereçlerinin iletişim ortamına katılması ile birlikte "oldukça geniş bir iletişim ortamı" yansıtan medya kavramının başlangıcı gazeteye dayandırılmaktadır. Gazetenin, ilk iletim aracı olduğu bildirilmektedir. Toplanan haberlerin yayılması için araç olarak kullanılmaktadır (Balcı, 2010, s. 4). Latince kökenli kelimenin Fransızca aracılığıyla Türkçe'ye geçtiği belirtilen ve haber bülteni anlamında kullanılan "gazete", İnternetin yayılması ile birlikte şekil değiştirmesine rağmen, günümüze kadar iletişimin çok önemli bir aracı olarak haber ve enformasyon dağıtmayı sürdürmektedir. (Yurdigül & Yüksel, 2012, s. 142). Literatürde çok sayıda "gazete" tanımı bulunmaktadır: İnuğur, gelişmelerden halkı her zaman haberdar eden, kamuoyunu düzenleyen, otoriteleri uyaran, işlediği meseleler açısından meşgul olduğu alanlara sınır tanınmayan bir iletişim aracı şeklinde gazeteyi tanımlarken (İnuğur, 1993) Ziya Gökalp, "Her gün herkesin ayağına giden ve herkesin anlayabileceği dersleri okutan canlı bir okul"dur, der. Evliyagil ise "İnsan adına konuşan güçlü ve etkili bir ses" tanımını yapmaktadır. (Balcı, 2010, s. 5). Milli Eğitim Bakanlığı'nın çalışmasında ise "iç ve dış politika, ekonomi, kültür, spor ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için yorumlu veya yorumsuz olarak her gün ya da haftanın belli günlerinde düzenli olarak çıkarılır" şeklinde bir çerçeve çizilmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2013, s. 3).

Bütün bu bilgilerden yola çıkarak yeni bir tanım geliştiren Balcı ise gazeteyi; toplumla veya diğer şeylerle alakalı olarak meydana gelen ve onları ilgilendiren, toplumu etkileyen olayların "bilgi-emek" etrafında, herkese ulaşmasına aracılık eden toplumsal iletişim vasıtası olarak tarif etmektedir. Toplumun doğru bilgiyi almasını sağlayan ve en eski toplumsal iletişim aracı olan gazete, kamuoyunu bilgilendirdiği, enformasyonun devamını sağladığı gibi, her düşüncenin yansıtılmasına da aracılık ederek, demokrasi için gerekli olan "nesnel, tarafsız, bağımsız ve özerk" bir yapıya sahip olmasının kaçınılmaz olduğunu vurgulamaktadır (Balcı, 2010, s. 6-7).

1.1.5 Gazeteci\Haberci

Bir gazetenin hazırlanmasında görev alan kişi gazetecidir (Girgin, 2008, s. 157). Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC) tarafından hazırlanan, Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde, teknolojik gelişmeler de düşünülerek, gazetecilik şöyle tarif edilmektedir: "Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli, elektronik veya dijital basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen kişidir. Bu asıl işidir ve başlıca geçim kaynağıdır. Çalıştığı işletmeyle, ilgili yasalar karşısındaki konumu da bu tanıma uygundur" (Türkiye Gazeteciler Cemiyeti). Basın İş Kanunu'nda ise "gazeteci, yayınlanan gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışan kişilerdir"(TBMM, 1952/md.1) şeklinde ifade edilmektedir. Tokgöz, "gazetecinin, erişmek istediği kitle için en önemli diye nitelendirdiği bilgileri toplayarak, haber olarak seçen, kişileri bilgi olarak düşünmeğe sevk ettiğini" belirtmektedir (Tokgöz, 1981, s. 10). Bunların dışında, gelişen olayları görev olarak bilen ve işi dolayısıyla çıkar sağlamayan kişileri gazeteci olarak niteleyen Özgen'in (Özgen, 2000, s. 77) yanında, Pekseven de gazeteciyi, toplumsal iletişim araçları vasıtasıyla haberleri yayan ve böylece toplumu bilgilendiren, bu görevi karşılığında da para alan kişi olarak tanımlar (Peksevgen, 2016, s. 593). İnuğur, gazetecilik dışında bir meşguliyeti olanı, tüm zamanını gazeteciliğe adamayanı ve geçimini sadece bu işle sağlamayanı gazeteci olarak kabul etmemektedir (İnuğur, 1993, s. 25). Bu tanımlar, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yapılan bir tarif ile toparlanabilir: "Ulaşmak istediği kitle için en önemli bilgileri toplayarak haber hâline getiren ve kişileri bilgilendirerek düşünmeye sevk eden meslek mensubu olan gazetecinin esas işi habercilik, yani gazeteciliktir" (Milli Eğitim Bakanlığı, 2013, s. 15).

1.1.6 Gazetecilik\Muhabirlik Mesleği

En genel biçimi ile gazeteciliğin temel işlevi haber vermektir (Tokgöz, 1981, s. 5). Yazılı, görsel veya işitsel iletişim kurumları olan ajanslar veya haber üretimi yapan bir kuruma tarafından verilen maaş karşılığında ya da sayfa veya program başına verilen ücret karşılığında habercilik yapan (haberleri araştırarak toplayan, ayıklayan, biçimlendiren, yayımlayan), kişilerin mesleğine gazetecilik denmektedir (Girgin, 2008,

s. 148). Bu genel tanımın dışında Tokgöz bu mesleği, bir haber için toplanan bilgilerin yazılması, düzeltilmesi ve dağıtımının sağlanması süreçlerini içeren işlemler olarak tarif ederken (Tokgöz, 1981, s. 10), Tom Rosenstiel'in ifadesiyle toplum tarafından ihtiyaç duyulan haberlerin temini amacıyla geliştirilmiş bir sistem olarak da görülmektedir (Girgin, 2008, s. 146). Endüstriyel bir örgütlenme biçiminde yapılan meslekte; haber toplama, yazma, işleme, basım, dağıtım ve hatta alım aşamaları büyük boyutlarda uzmanlaşmış ve teknik bir iştir (Çığ & Çığ, 2011, s. 27). Bu meslekte, haberi toplama ve bildirilme işine ise "muhabirlik" denir (Girgin, 2008, s. 157).

İnsanlığın başlangıcına dayandırılan bir mefhum olan haberin aksine gazetecilik, sosyolojik ilerlemenin belli bir aşamasından sonra biçimlenen toplumun ortaya çıkardığı bir ürün olduğu söylenmektedir. Buna göre, değişen ve dönüşen toplumun ihtiyaçlarına doğru cevaplar verebilmesi için gazetecilik de değişmekte ve dönüşmektedir. Bu nedenle gazetecilik kapitalist sistem tarafından yaratılan belirli bir iletişim biçimi olarak nitelenmektedir (Uzun, 2006, s. 634). Bu durumda "habercilik, genelde statüko değişikliğini (süregeleyen durumun değişmesini sağlayarak), özelde (istisna olduğu belirtilmekte) statükonun devamını (durumun süregelmesini destekleyerek) içeren olayların (eylem ya da söylemlerin), haberci (gazeteci) adı verilen kişiler tarafından bireylere ve toplumlara aktarılması olduğunu" (Girgin, 2008, s. 122) ileri sürmek mantıklı görünmektedir.

Gazeteciliği, profesyonel bir meslek olarak yapan bir yada birkaç basın kurumunda, yazınsal ve görsel içerik üretimi sağlayan, asıl, daimi ve ücretli olarak geçimini büyük oranda bu şekilde sağlayan kimse olarak tarif eden Uluslararası Gazetecilik Federasyonu bu tanımla, ülkemizde sayısı pek fazla olmayan fakat Batı ülkelerinde çok yaygın olan serbest gazetecileri, tarifi dışında bırakmaktadır. Bu tanımda, "kaşeli" olarak tarif edilen taşra muhabirleri de yer almamaktadır. Bu durum, ilgili yasada da belirtilen "Herhangi bir basın organına bağlı olarak ya da bağımsız biçimde, sürekli ve asli basın hizmeti gören ve geçimini bu yolla sağlayan kişidir" (Girgin, 2008, s. 163) tanımlamasının eksik olduğunu göstermektedir.

Gazetecilerin yol haritası olarak nitelenen ve 3 bine yakın gazetecinin imzasıyla belirlenmiş olan Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, 3.

maddesinde gazeteciliğin sorumluluğu şu şekilde açıklanır: "Gazeteciler; başta barış, demokrasi olmak üzere, insan haklarını, insanlığın evrensel değerlerini, çok sesliliği, farklılıklara saygı duymayı savunur. Milliyet, ırk, etnisite, cinsiyet, dil, din, sınıf ve felsefî inanç ayrımcılığı yapmadan tüm ulusların, tüm halkların ve tüm bireylerin haklarını ve saygınlığını tanır. Uluslararası nefreti, düşmanlığı körükleyici yayınlar yapmaktan kaçınır" (Türkiye Gazeteciler Cemiyeti).

1.1.6.1 Serbest (Freelance) Gazetecilik

Bu çalışma esas olarak serbest gazetecilik üzerine olduğu için gazetecilik türlerinden sadece "serbest gazetecilik"i açıklamak yeterli görülmektedir. Ülkemizde sayısı sınırlı olsa da, mesleğin tanımında belirtilenin dışında kalan bir gazetecilik türü "serbest gazetecilik"tir (Uçak, 2013, s. 387). Bireysel olarak veya bağlı bulunduğu bir habercilik kurumuyla birlikte kararlaştırılan ücrete mukabil, belirlenmiş bir işi (makaleyi, resmi, fotoğrafı, radyoyu veya televizyondaki programı) teklif ederek veya tamamladığı çalışmasını bir iletişim kurumuna pazarlayarak habercilik yapan gazeteciler bu gruba girmektedir (Millî Eğitim Bakanlığı, 2013, s. 16). Bağımsız olarak kitle iletişim araçlarına haber yaparak veya günün olayları ile ilgili yazılar hazırlayarak geçimini sağlayan serbest gazeteciler, genelde herhangi bir basın kuruluşuna bağlı olarak çalışmamaktadırlar. Aynı anda bir veya birkaç gazeteye düzenli olarak katkıda bulunabilirler (Atılğan, 1994, s. 292). Bunlar özel haberleri derleyip haber ajanslarına veya gazetelere para karşılığı satmaktadırlar (Uçak, 2013, s. 387). Basın Yasası'nda belirtildiği gibi yaptığı iş karşılığında para almayan kişiler gazeteci sayılmamaktadır. Bu durum serbest gazeteciler için de geçerlidir (Atılğan, 1994, s. 290).

Ülkeden ülkeye tanımı değişen serbest gazetecilik faaliyeti bazen serbest meslek faaliyetini bazen de bir işletme ya da şirket yönetme faaliyetini ifade edebilmektedir. Serbest çalışma biçimi gazeteciliğin özellikle uluslararası yayıncılık boyutundaki büyük şirketleri açısından çok önem arz etmektedir. Birçok medya kurumu, temsilci gönderemediği ya da büro açamadığı yabancı ülkelerde, o yörede ilişkide oldukları serbest muhabirlerle çalışmayı tercih etmektedirler (Uzunoglu, 2014).

Genel olarak Avrupa ülkelerine baktığımızda serbest gazeteciliğin üç farklı çalışma biçimi görülmektedir:

Birincisi; kendi belirlediği bir çalışma planı veya programı ile hiçbir işverene bağlı olmaksızın tamamen bağımsız olarak çalışan gazetecilerdir. Genellikle ikâmetgâhı ile çalışma yerleri aynıdır.

İkincisi; Belli bir gazete veya yayın kuruluşunda ücretli ve daimi olarak çalışan gazetecilerden farklı olarak, belirlenmiş bir süre için ve imzalanan bir sözleşme ile yayın kuruluşuna bağlı olarak çalışan serbest gazetecileri ifade eder. Belirli bir işin yapılması karşılığında sözleşmede belirtilen ücreti almaktadırlar ama ücretli çalışan statüsünde değildirler.

Üçüncüsü ise; Satırbaşına ücret elde eden (pigiste)¹ serbest gazetecilerdir. Bunlar için hiç bir çalışma saati belirlenmemiş olup tamamen serbesttirler.

Diğer Avrupa ülkelerinden farklı olarak Fransa bu tür gazetecilere, çeşitli sosyal haklardan yararlanmaları için gerekli yasal temeli oluşturmuşlardır. Bu nedenle, toplu sözleşmeye bağlı diğer gazetecilerin sahip oldukları ücretli izin, işsizlik sigortası, emeklilik hakkı, hastalık, kaza, işgörmezlik sigortası gibi haklara da sahiptirler. Sadece kazançlarının vergilendirilmesinde bir farklılık bulunmaktadır (Özkök, 2004, s. 275).

Veriler, serbest gazetecilerin, bütün gazeteciler içindeki oranını yüzde 22.58 olarak göstermektedir. Bu şekilde çalışan gazetecilerin sendikalılık oranı da yüzde 20.54 olarak görülmektedir. Yine bu verilere göre, serbest gazetecilerin Afrika, Latin Amerika ve Asya'daki oranı yüzde 20 ila 40 civarındadır. Araştırmalarda, işsizlik problemi olmayan, sanayide gelişmiş ülkelerde serbest gazeteciler, sendikaya üye olabildikleri için çok daha avantajlı konumda olduğunu gösterilmektedir. Bulgaristan, Togo, Japonya gibi ülkelerde serbest gazeteciliğin durumu verilerin aksine pek parlak değil iken; Bulgaristan, Bosna Hersek, Gürcistan, Gambiya, Peru, Endonezya ve Uganda gibi ülkelerde ise serbest gazetecilerin yasa karşısında durumlarında bir netlik oluşmadığı aktarılmaktadır. (Karahisar, 2008, s. 92).

¹Fransızcaolanbukelimenininilgizcekarşılığıiçin*freelance*kullanılmaktayken, Fransızca karşılığında *freelance* gazetecilik faaliyetindenaldığıücretvetabiibulunduğustatübakımındanayrıştırılmıştır.

Yukarıdaki bilgilerin dışında, Hollanda da gazeteciliğin bütünüyle serbest bir çalışma özelliği gösterdiği, esas işleri habercilik olmak kaydıyla serbest gazeteciliğin "Gazetecilik Sendikası"na üye olabildiği bilinmektedir. Sendikal kurumlar tarafından verilen basın kartlarının meslek kimliği sayıldığı İngiltere ile paralel olarak, Yunanistan'da da toplu sözleşme ile gazetecilerin hukuki durumu belirlenmektedir ancak; sendika tarafından asıl geçim kaynağının gazetecilik olması koşulu getirilmektedir (Uçak, 2013, s. 388). Bütün bu veriler Türkiye ile karşılaştırıldığında yurtdışında serbest gazetecilerin hem sendikal açıdan hem de mesleki durumu açısından daha iyi olduğu görülmektedir. ABD'de yaşanan bir olay, hak arayışı noktasında serbest gazetecilik mesleğinin ülkemizdeki durum ile karşılaştırma yapılması açısından önem arz etmektedir: Serbest gazeteci Jonathan Tasini, ünlü New York Times gazetesinin basılı sürümünde yayınlanmak üzere bir yazı hazırlar. Fakat gazete bu yazıyı web sitesinde de yayımlar. Fakat alınan ücrete web sitesinde yayımlanması hakkı dâhil değildir. Bu nedenle Tasini, kendisine web sitesine yayım için de telif ödenmesi gerektiğini söyler. Kabul edilmeyince dava açar. 25 Haziran 2001 tarihli Amerikan Anayasa Mahkemesi, yazar ve yaratıcıların haklarının korunması yönünde karar vermiş ve böylece Tasini ve Amerikan Ulusal Yazarlar Birliği'nin gazeteye karşı açtığı dava serbest gazetecinin lehine sonuçlanmıştır (Tonta, 2003, s. 84).

Türkiye'de ise serbest gazetecilerin cezai sorumlulukları olduğu halde başka hiç bir hakka sahip olmadıklarını söylemek mümkündür. Örneğin, sendikaya üye olma hakkı yoktur. 212 Sayılı Kanun kapsamında değildir. Bu nedenle gazeteci olduklarını dahi ispatlayamamaktadırlar (Karahisar, 2008, s. 98). Fakat 2015 yılında (TGS) Türkiye Gazeteciler Sendikası ile Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ) arasında yeni bir protokol yapılmış ve buna göre artık serbest çalışan gazeteciler 134 ülkede geçerliliğe sahip Uluslararası Basın Kartı'na sahip olabilmektedir (Admin, 2015).

1.1.6.2 Türkiye'de Gazetecilik Mesleğinin Yasal Sınırlılıkları

Tüm gelişmelere rağmen ülkemizde gazeteciliğin tarifi ve işleyiş kuralları, halen 1952 tarihli 5953 sayılı Basın İş Kanunu ile bu kanun üzerinde 1962 yılında yapılan kapsamlı değişikliklerle "212 Sayılı Kanun" şeklinde ünlenen yasa ile

belirlenmektedir. 2004 yılında çıkarılan 5187 Sayılı Kanun ise basın özgürlüğünü ve bu özgürlüğün kullanım şeklini düzenlemektedir (TBMM, 2004/md1).

5953 Sayılı kanunda, Türkiye'de yayınlanan gazeteler, haber ve fotoğraf ajanslarında her türden sanat ve fikir işlerinde çalışanlar ve İş Kanunundaki "işçi" tanımlaması haricinde kalan kişiler ve söz konusu kişilerin işverenleri hakkında uygulandığı belirtilmektedir (TBMM, 1952/md.1). Özetle gazetecilerle işverenleri arasındaki ilişki bu kanun çerçevesinde düzenlenir, fakat her meslekte olduğu gibi bu mesleğin de icrası esnasında, yaşanan toplumun etkilediği belirtilmektedir (Güner, Koç, Özdalı, & Özcan, 2014, s. Giriş). Bununla birlikte Türkiye'de mesleği düzenleyen bir kanun maddesi bulunmadığı için serbest gazeteciler gazeteci olduklarını ispatlayamamaktadırlar.

5187 Sayılı kanunun 11 maddesinde de "basılmış eserler vasıtasıyla işlenmiş bir suçun, yayım sırasında olduğu ve bu suçlardan eser sahibinin sorumlu olduğu" kaydedilmektedir. Yasa, ilgili eserin sahibi belli değilse veya yayım esnasında cezai ehliyete sahip değilse, bu gibi durumlarda mevkutenin sorumlu müdürünü ve yayın yönetmenini, genel yayın yönetmenini, editörü, basın danışmanını sorumlu tutmaktadır. Buna gerekçe olarak da sorumlu müdürün bunlara bağlı olmasını göstermektedir. Fakat sorumlu müdür ve bunun bağlı olduğu yetkililerin istememesine rağmen bu eser yayımlanırsa, buradan doğacak yükümlülük yayımlatan kişiye verilmektedir. Aynı kanunun 25. maddesine göre ise, "Türkiye dışında basılan süreli veya süresiz yayın ve gazetelerin hangi dilde olursa olsun, ikinci fıkrada belirtilen suçları içerdiklerine dair kuvvetli delil bulunması halinde, bunların dağıtılması veya satışa sunulması, Cumhuriyet Başsavcılığı'nın talebi üzerine Sulh Ceza hâkiminin kararı ile yasaklanabilir" denmektedir. Kararın gecikmesinin sakıncalı olduğunun düşünülmesi durumunda Cumhuriyet Başsavcılığı'nın kararı yeterli görülmektedir. En geç 24 saat içinde hâkimin onayına gönderilen karar, 48 saat içerisinde yargıç tarafından onaylanması halinde Cumhuriyet Başsavcılığı'nın verdiği karar geçerliliğini yitirdiği belirtilmektedir (TBMM, 2004/md.11).

Görüldüğü gibi Türkiye'de sıkı kurallara tabi olan yayınlar ihlal hallerinde kanunla yasaklanabilir ve yasaklanan yayını satan ve dağıtanlar da aynı suça ortak

olmaktan yargılanabilmektedirler. Erimli'nin ifadesine göre Avrupa Birliği uyum yasaları çerçevesinde 2004 tarihinde "basın özgürlüğü" ve bu özgürlüğün kullanılmasına yönelik çıkarılan yeni "Basın Kanunu"nda artık hapis cezaları yer almamaktadır. Fakat "Türk Ceza Kanunu" ve "Terörle Mücadele Kanunu" başta olmak üzere diğer birçok kanunda basına yönelik ceza maddelerin var olması "basın özgürlüğü" üstünde bir engel teşkil ettiği görüşü mevcuttur. Çağdaş Gazeteciler Derneği'nin açıklamasında yer alan verilere göre, 2003 tarihi itibarıyla "basın özgürlüğü, 150 kadar farklı yasa, yönetmelik veya tüzük" yoluyla engellenmektedir (Erimli, 2014, s. 29).

Bütün bu kısıtlamaların dışında, gazetecinin rutin çalışmaları içinde bir meslek ideolojisi ile donanarak haber yaptığı, çok önemli kişilerle görüşürken, halkı aydınlatmak adına o kişilerin hoşuna gitmeyen sorular sorarken, bu yüzyıllık meslek ideolojisi tarafından kuşandığı anlatılmaktadır. Bu nedenle sınırlamaların sadece yasalar, hükümetler, "büyük güçler", vb. ile sınırlı olmadığı düşünülmektedir (Adaklı, 2010, s. 83). Ayrıca, uygulama alanında farklılaşan kanunlardaki revizyonlarında çelişebilmektedir. Bu şekilde suçun aynı olmasına rağmen farklı yasalar gözetilerek farklı cezaların verilebilmesi nedeniyle orantıdan uzak cezaların verilebildiği de belirtilmektedir. Basın tarihimizde bu durum nedeniyle, var olan baskıyı arttırdığı için davranış olarak da etkilenen gazetecilerin, kanunlar yoluyla sansüre uğradıklarına dair çok sık örneklerin olduğu bildirilmektedir (Erimli, 2014, s. 29).

1.1.6.3 Yurtdışındaki Gazetecinin Hakları ve Sınırlamalar

1923 yılında "Amerikan Gazete Editörleri Cemiyeti"nin kabul ettiği "Gazetecilik Kuralları" şu maddeyi içermektedir: "Basın özgürlüğü, insanlığın hayati bir hakkı olarak korunmalıdır. Sınır getirici kurallar da dâhil olmak üzere, kanunla açıkça yasak edilmemiş her konu üzerinde tartışmak, şüphe götürmez bir haktır." Norveç'in, "Gazeteci Dikkat Et" yasasının birinci maddesinde de "Basının, toplumda olup bitenler hakkında haber verme ve eleştiriye açık konuları keşfetme hakkı bulunmaktadır. Basın, serbest enformasyon akışını, kaynaklara serbestçe ulaşma hakkını ve açık tartışmayı engellemeye çalışan hiç kimseden gelen baskılara boyun eğmez. Basının aynı zamanda,

farklı görüşleri yayımlama imkânı sağlama gibi bir sorumluluğu da bulunmaktadır" (Girgin, 2008, s. 36-37).

"Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi"nin 10. maddesinin birinci fıkrası; "Herkes görüşlerini açıklama ve anlatım özgürlüğüne sahiptir. Bu hak ve kanaat özgürlüğü ile kamu otoritelerinin müdahalesi ve ülke sınırları söz konusu olmaksızın haber veya fikir alma ve verme özgürlüğünü de içermektedir. Bu madde devletin radyo, televizyon ve sinema işletmelerini bir izin rejimine bağlı tutulmalarına engel değildir" şeklindedir. "Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi" (AİHM) bu maddeye dayanarak basın haklarını düzenlemekte ve davalardaki kararları buna göre vermektedir. Söz konusu basın olduğunda, ilke ve kuralların daha da önemsendiği AİHM'ye göre basın, "kişinin şöhretinin korunması" konusunda belirlenmiş sınırlara karşı sorumlu olduğu anlatılmakta, toplumun çıkarları ve başka alanlarda da dâhil olmak üzere, siyasi alanda da bilgilerini ve fikirlerini açıklamakla da yükümlüdür. Esas görevi bilgi vermek olan basının, yorumu halka bırakması gerektiği, bu nedenle, sadece bu tür bilgileri ve fikirleri açıklama görevi değil, aynı zamanda halka da ulaştırması ve halkın da bunlara ulaşması hakkı olduğu belirtilmektedir (Macovei, 2004, s. 18).

Görüldüğü üzere Başta AİHM olmak üzere gazetecilik mesleğini yapanların hareket alanı Avrupa ve ABD' de pek sınırlandırmadığı görülmektedir. Bununla birlikte her toplumda gazetecilik, özel gereksinimlere yanıt vermeyi hedefleyen belirli ahlâki ilkeler tarafından yönlendirilmesi gerektiği konusunda bir kanaat mevcuttur. Biraraya geldiklerinde meslek ahlak bütününi oluşturan bu ilkeler, gazeteciliğin kendine özgü haklarını, görevlerini, davranış kalıplarını, idealini ve bu idealin toplumla ilişkisini tanımlayan ve denetleyen bir dizi kuralı geliştirmek üzere ortaya çıkarılmışlardır. Bunlar, ulusal anayasalarda, yasalarda, günlük pratiğin yasal olmayan kurallarında, mesleki uygulamanın ortaya çıkardığı kavramlarda ve yazılı meslek ahlâk yasalarında varlık kazanırlar. Bu "yazılı meslek ahlak yasaları" da ahlaki ilkeler yoluyla profesyonel gazetecinin çevresiyle olan ilişkilerini düzenlemektedir (Akdemir, 1993, s. 215).

Temelini 1978 yılında Paris'te yapılan "gazetecilik mesleğinin temel ahlaksal ilkelerinin tanımlanması" toplantısında alan, son şekli ise 1983 yılında da verilen "Gazetecilik Alanında Uluslararası Meslek Ahlak İlkeleri" belgesi, gazetecilik

mesleğinin evrensel bir ahlak bildirgesinde ifade edilen ilk belge olma özelliği taşımaktadır (Akdemir, 1993, s. 223).

Bu ahlak ilkeleri ülkeye ve bölgeye göre kısmi olarak farklılık gösterse de genel olarak şu şekildedir:

- "• Doğru ve gerçek haber yapmak,
- Tarafsız ve objektif olmak
- Doğruluğundan emin olunmaksızın haber yayınlamamak,
- Barış, demokrasi ve insan hakları gibi insanlığın evrensel değerlerini savunmak,
- Kimseyi ırkı, cinsiyeti, dili, milliyeti, dini, sınıfı ve felsefi inancı nedeniyle kınamamak, aşağılamamak,
- Şiddeti haklı gösterici, özendirici ve kışkırtıcı yayın yapmamak,
- Eleştiri sınırını aşmamak, iftira ve hakareten kaçınmak,
- Cevap ve düzeltme hakkına saygılı olmak,
- Özel hayatın gizliliğine saygılı olmak,
- Masumiyet karinesi ve adil yargılanma ilkesini gözetmek,
- Mesleki dayanışmaya saygı göstermek,
- Başkalarının haberlerini ve yazılarını kendine mal etmemek,
- Mesleği özel amaç ve çıkarlara alet etmemek,
- Bilgi ve haber alma, yorum yapma ve eleştirme özgürlüklerini savunmak,
- Haber kaynaklarının gizliliğine ihanet etmemek,
- Saklı kalması kaydıyla verilen bilgileri, kamu yararı gerektirmedikçe yayınlamamak,
- Haber, yorum ve ilan-reklam metinlerini birbirlerinden ayrı tutmak,
- Fotoğraf yahut görüntünün güncel olup olmadığını açık biçimde belirtmek,
- Kamu yararı olmadıkça, belge temini amacıyla haber kaynaklarına para vermemek,
- 18 yaşından küçüklerin açık isimlerini ve fotoğraflarını yayınlamamak,
- Cinsel mağdurların fotoğraflarını, görüntülerini veya kimliklerini, açık kamu yararı olmadıkça yayınlamamak,
- Sağlık konusunda sansasyondan kaçınmak,
- Hastanelerde kimliğini açıkça belirtmek."

Erimli, belirlenen bu ilkelerin, mesleğe etik olarak uyumlu kodları bulundursa da, "yol göstericiliği bakımından" eksik kalabildiğini belirterek, yetersiz, biri diğeriyle çelişen, açık uçlu maddelerin faydadan ziyade zarar verdiğini düşünmektedir. Örneğin, "kamu yararı"nın tamamıyla açık uçlu ve belirgin olmayan bir kavram olduğunu belirten yazar, burada gazetecilerin faydacı ahlak anlayışıyla, toplam fayda hesabının yapılmasının beklendiğini, kısıtlı zamanı olan gazeteciler için kolay olmayan bu hesabın yapılamaması durumunda da gazetecilerin, kamu yararının ardına gizlenerek, etik ilkeleri ihlal edebildiğine dikkat çekmektedir. Kamu yararı ilkesini kullanarak, başta gazeteciler olmak üzere herkese müdahale hakkını kendinde bulan siyasilerin de bu konuya örnek gösterildiği gibi nedenlerle günümüzde, yer yer bu ilkelerin kâğıt üstünde kaldığını belirten Erimli, bundan dolayı basın alanında etiğin uygulanması için

gazetecilerin bu bilinçte olmalarının büyük önem arz ettiğini vurgulamakta, mesleki örgütlenme ve öz denetimlerin yetersiz kaldığı da dikkate alındığında bu ilkelere uyulmasının çoğunlukla gazetecinin vicdanına kaldığını açıklamaktadır (Erimli, 2014, s. 28-29).

Sözü edilen sınırlamalarla birlikte gazetecilik etiği üzerine yazan Richard Keeble da, gazeteciye sınırlandıran 6 unsur sıralamaktadır (Keeble, 2010, s. 62-67):

a- Cinayet: "Gazeteciye sınırlandıran en önemli konu, yaptığı haberler nedeniyle yaşamına kast edilmesidir. Bu konuda çarpıcı bir örnek olarak, Dublin’de çıkan Sunday Independent’in muhabiri Veronica Guerin’in, 1996 yılında, yaptığı haberlerle rahatsız ettiği uyuşturucu mafyası tarafından öldürülmesidir."

b- Yasalar: "Dünyanın her yerinde gazetecilere ve basın özgürlüğüne karşı bu tür engeller söz konusudur. Bu sınırlamaların, sadece basınla ilgili yasalarda değil, daha dolaylı biçimde başka alanları düzenleyen hukuki metinlerde de karşımıza çıkmaktadır."

c. Reklamcılar: "Reklamcıların, editoryal politikalara müdahalesinin bariz örneklerinden biri, 2005 yılında finans devleri BP ile Morgan Stanley’in, kendileri hakkında olumsuz yayınlar yapıldığında reklamlarını çekeceklerini de içeren bir reklam veren rehberi basmalarını kanıt olarak sunan Keeble, onları gizli ikna güçlerin sahibi olarak nitelemektedir."

d. Sahipler: "İngiltere’de Nortcliffe, Beaverbrook, Rothermere, Rowland, Murdoch, Maxwell ve Desmond gibi medya patronları, basın üzerindeki çok açık müdahaleleriyle tanınmaktadır."

e. Polis: "İngiltere’de 2000’li yıllar, veri korumayla ilgili yasaların polis tarafından sıkı biçimde uygulandığı ve polisiye olayları araştıran gazetecilerin yoğun olarak engellendiği bir dönem olduğu belirtilmektedir."

f. Gizli devlet: "Richard Turlow’a göre gizli devlet 20. yüzyıl süresine, gazeteciler için bir "girilmez" alan yaratacak şekilde, sinsice büyümüştür"



İKİNCİ BÖLÜM

2.1 YENİ MEDYADA GAZETECİLİK

İletişim ortamlarında teknolojilerin hızla ilerlemesinden dolayı, hemen hemen her sektör, hem sosyolojik hem de ekonomik olarak derinden etkilendiği aktarılmaktadır. Aristo'ya atfedilen "İletişimden söz edebilmek için, bir konuşan bir dinleyen ve arada gidip gelen söz olmalıdır", sözünü söylediği devirden bu yana hemen hemen herşeyin değiştiği, iletişim süreçlerinin de çok boyutlu ve karmaşık bir hal aldığı belirtilmektedir. İnternet ile birlikte neredeyse hayatın öznesi haline gelen bilgisayarın, power düğmesiyle sanal hayata dâhil olunan bir dönemin başladığı da bir gerçektir (Özgen, 2011, s. 85). İletişim araçları ile bilgisayar sistemleri ve telekomünikasyon teknikleri arasında bir yakınlaşmanın (yöndeşme) oluşması ve "sayısal teknoloji", iletişim araçlarının hızını, depolama kapasitesini, çeşitliliğinin yanında; verileri, görüntüleri, ses ve metinleri derinden etkileyerek çok verimli bir şekilde bir arada kullanılmasını sağlayan multimedyaı geliştirdiği bildirilmektedir (Yıldırım, 2010, s. 230). Aydoğan, multimedyaı veriler, resimler ve filmler gibi değişik teknolojik öğelerinin, bir iletişim ağı dâhilinde bir arada bulundurduğu platform olarak tarif etmektedir (Aydoğan, 2013, s. 31). Bu yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklara bağlı olarak, haber kuruluşlarının organizasyon şekillerinde ve haberlerin üretim biçiminde köklü bir değişikliğe gidilmesini zorunlu kılmıştır (Yıldırım, 2010, s. 230).

Bu teknolojinin gelişmesi ile daha önce her biri ayrı bir dünyaya sahip olan yayın, kablo ve eğlence şirketleri, telefon ve bilgisayar üreticileri İnternet'in kullanımı ile bir araya gelmektedir. Dijital kodlama yöntemi ile buralarda kullanılan ses, metin, fotoğraf, hareketli görüntü, müzik, grafik, animasyon gibi her tür iletişim ögesi aynı mecrada hem ulusal hem de uluslararası seviyede kullanımı mümkün hale getirilmektedir. Enformasyonun çok yönlü olarak üretilmesi ve aynı şekilde dağıtılmasını sağlayan bu süreçle beraber, mikroişlemciler, telekominikasyon ve optik araçlar ile hertür bilgisayarın bilgilendirme sistemlerinin yöndeşmesi mümkün hale geldiği belirtilmektedir. Böylece enformasyon ve iletişim içeriklerin belirli alt yapı ve araçlar vasıtasıyla akış ve erişim sağlanmış böylece tüm sınırlılıklar en aza indirilmektedir. Söz konusu görüntü, ses, grafik ve metin gibi veriler ve iletişim

biçimlerinin bütünleştirildiği İnternetg sitelerinin ortaya çıkmasıyla "Yeni Medya"nın teknolojik temelini oluşturulduğu aktarılmaktadır (Yıldırım, 2010, s. 231).

Yeni Medya 1990'lerden itibaren multimedya kavramının yerine kullanılmaya başlamıştır. Büyük oranda bilgisayar tabanlı olmasına dayanmasına rağmen, bütünüyle dijital bir medya olmasının ötesinde, etkileşim sağlayan bir bilgilendirme aracıdır da (Aydoğan D. , 2013, s. 31).

Matbaa ve fotoğrafın icat edilmesi ile birlikte 15. Yüzyılda devrim olarak nitelenen gelişmelerle doğan medya kültürü gibi, yeni medya da kendi kültürünü doğurduğu bir gerçektir (TVJ, 2011). Bu kültürün çıktıları olan CD, interaktif CD, DVD, GSM-WAP-GPRS gibi dijital teknoloji alanındaki gelişmelerin ortaya çıkardığı ürünler, üreten ile tüketen arasında yeni bir ilişkinin gelişmesini sağlamaktadır (Çakır, 2007, s. 124). Günümüzde "yeni medya" kavramı dendiğinde, İnternet ve teknolojiyle birlikte ortaya çıkan bilgiye erişim kolaylığı, hız, iletişim yollarının çeşitliliği ve sosyal paylaşım mecraların edindiği önemli fonksiyon düşünülmektedir. Bununla birlikte yeni medya, geliştirilen yeni teknolojiler ve bu teknolojilerin kullanım şekli ile önceki teknolojileri destekleyen yeni yöntemleri ihtiva ettiği de düşünülmektedir. E-kitap, İnternet gazeteleri, dijital animasyonlar ve 3D filmler bu yöntemlere örnek olarak verilebilmektedir (TVJ, 2011).

Yeni medyanın, ortaya çıkış sebepleri ve yarattığı etki ile "yeni bir dönemin başlangıcı" anlamı taşıdığını belirten Özgen'e göre bu kavram sosyolojik, teknolojik ve kültürel olarak bir değişimi de kapsamaktadır. Girişimciler ve kurumlar yanında, "medya yorumcuları, gazeteciler, sanatçılar, entelektüeller, yöneticiler, akademisyenler" için de yeniden tanımlanması gereken bir kavram olan "yeni medya"da, bir kişi İnternet'i, dijital TV'yi kullanmaya başladığında artık yeni medyayı kullanmış olur (Özgen E. , 2011, s. 92).

Sonuç olarak yeni medyanın, İnternet teknolojisi ve mobil teknolojilerle beraber gelen, kişilerin kullanırken zaman ve mekândan bağımsız hale gelerek interaktif bir biçimde diğerleri ile etikleşim haline girdikleri bir "sanal medya" ortamını ifade ettiği aktarılmaktadır. Bilinen yazılı ve görsel medyada tek yönlü iletişim söz konusu

iken yeni medya araçları aracılığıyla kitle iletişimi, artık karşılıklı etkileşim haline dönüşmektedir (Mahsumakbas.com, 2009). İnternet, web sitesi, multimedya, bilgisayar oyunları, DVD, dijital cihazlar gibi yeni iletişim teknolojilerini kapsamına alan ve popüler anlamda üretimden ziyade dağıtım ve sunum alanı olarak öne çıkan yeni medya, diğer tüm alanları da dolaylı olarak etkilemektedir (Manovich, 2001, s. 21). Bu değişim sürecinde yalnızca kendi içeriğini güncellemekle kalmayan yeni medya, konvansiyonel teknolojileri de hızla yeni düzene adapte etmektedir (Karabulut, 2009, s. 88). Bu durumun neticesinde geleneksel medyanın birçok içeriğini tek başına taşıyıp paylaşabilen yeni medya, mevcut sistemden geçiş sürecini de tetiklediği, dijital medya üretimi ve çevrimiçi katılımdan dolayı da, özellikle genç kuşağın yeni medyanın etkisini daha fazla hissettiği açıklanmaktadır (John ve Catherine, 2008:8). Aynı zamanda geleneksel medya çalışanlarını da mesleki açıdan etkileyen bu pratik alan, gazetecilerin kendilerini geliştirmesini teşvik ettiği de belirtilmektedir (Pavlik, 2001:209).

2.1.1 Bir İş ve Fırsat Ortamı Olarak Yeni Medya

Ürün, program ya da mesajların, birden-çoğa şeklinde dağıtıldığı gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi geleneksel mecralarda herşey okurların, dinleyicilerin ve izleyicilerin çoğunluğunun ilgi duyduğu veya duyabileceği konulara karar verilmesi şeklinde tasarlanmaktaydı. Burada hedef kitle, hangi ortamı veya ürünü tercih edeceği ile seçimi sınırlı kalmakta ve kanalı tercih ettikten sonra ne sunulursa, onu kabullenmesi zorunda bırakılmaktaydı (Çakır, 2007, s. 125). Fakat çeşitli medya teknolojilerinin ve iletişim şekillerinin bir platformda birleşmesinin hız kazandığı 20. yüzyıl sonunda ortaya çıkan yeni medya ile birlikte gelişen imkânlar, yeni bir iletişim ortamını ve ifade biçimini de gündeme getirmektedir (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 213). Özellikle İnternet teknolojileri, sesi, hareketli görüntüyü, metin ve resimler gibi ürünleri etkileşimli olarak taşınabilir duruma getirdiğinden dolayı; televizyon, radyo, dergi, gazete, mektup gibi iletişim yolları ve araçları İnternet vasıtasıyla bir arada sunulabilmektedir (Atabek, 2003, s. 68).

Enformasyonun çok kişiye daha kısa zaman içinde ulaştığı İnternet ortamında, her türlü bilgiye kolaylıkla erişilebilmektedir. Etkileşimin en önemli unsur olduğu bir yayıncılık anlayışının geliştiği bu ortamda İnternet kullanıcısı, okuduğu ya da ilgi

duyduğu konularla ilgili olarak düşüncelerini aktarabilmekte ve isterse yorum yapabilmektedir. Etkileşimli olarak karşılıklı iletişimin olması, anlık olması ve daima güncellenebilir olması İnternet ortamında yapılan haberciliği de diğer mecralarda yapılan habercilikten önemli bir biçimde ayırmaktadır (Çakır, 2007, s. 125). Global iletişim biçimi ile birlikte etkileşim imkânının "küresel köy"e evirdiği dünyada, artık zaman ve mekân sınırı kalmadığı da aktarılmaktadır. Geliştirilen "tartışma platformları, sohbet odaları veya elektronik posta" gibi olanaklar, İnternet kullanıcılarının daha etkili bir biçimde iletişim sürecine katılmasını sağlamaktadır. Böylelikle kişiler, okuduğu bir haber ile ilgili düşüncesini, bir başka iletişim aracına gerek duyulmaksızın, haberi yazan gazeteci ile anlık olarak iletişim kurarak, ilgili haber hakkında kendi fikirlerini direkt ulaştırabilme imkânına kavuşmaktadır (Aktaş C. , 2007, s. 34-35).

Bu olanakların geleceğe dair sağlayacağı imkânları fark eden basın kuruluşları da İnternete kayıtsız kalamamışlardır. İlk olarak Şubat 1995'te online sürümünü yayımlayan "The San Jose Mercury News"ın elektronik yayıncılık direktörü Bill Mitchell, İnternete geçmek isteğini, "daha fazla insanın ticari İnternet'e doğru geçiş yapacaklarını gördükleri" şeklinde ifade etmesi, çevrimiçi gazetecilin geleceğin en önemli fırsat ortamlarında biri olacağını görmesi şeklinde yorumlanmaktadır. "Los Angeles Times"ın bu girişimden sekiz ay sonraİnternete geçiş yapacaklarını ilan etmesi, Mitchell'in fikrinin isabetini ispatlamaktadır. Bu gazetenin yönetim kurulu başkanı ve sahibi Schlosberg de İnternetin geleceğe dönük bir fırsat olduğu, çok hızlı bir biçimde gelişen online dünyada, müşteriler, kullanıcılar ve reklam verenlerin gittiği yöne gitmek gerektiğini söylemesi kanıt olarak sunulabilmektedir (Boczkowski, 2005, s. 45)

Bütün bu olanaklar sayesinde, basılı gazetelerin her geçen gün tiraj kaybetlerinin aksine İnternet gazeteleri, her geçen sürekli gelişen bir grafik sergileyerek, hedef kitlelerini büyötmektedirler. Şimdilerde yazılı basın artık sadece online olarak gazetelerini çıkarabilmenin hazırlıklarını yaptıkları da bildirilmektedir (Aktaş C. , 2007, s. 36). Çünkü dağıtım başta olmak üzere geleneksel gazetelerde yaşanan ulaşım sorunu, radyo ve televizyon alanında yayınların kesintiye uğraması vs. gibi sorunların aksine İnternet gazeteleri, iki boyutluluktan kaynaklanan bu sorunları aşmakta ve evrensel düzeyde enformasyon akışı sağlayabilme imkânına kavuşmaktadır. Böylece; "yazı,

fotoğraf, grafik, ses, animasyon ve görüntü unsurları"nın aynı sayfada verilebilmesiyle İnternet kullanıcıları, gazete okuru olmanın yanı sıra aynı anda radyo ve televizyon izleyicisi olma imkânına da sahip olmaktadır ve böylece online yayınlar, sorunsuz olarak evrensel düzeyde izlenmesi sağlanmaktadır (Gürcan & Batu, 2002).

Web sayfaların sıralanması ve ihtiyaca göre düzenlenebilir olması, kullanıcıları, ilgilenilen konularla alakalı bilgiye suni gündemin tesirinden uzak bir biçimde ulaşabilme olanağına kavuşturmaktadır (Althaus & Tewksbury, 2002). Kullanıcıları için zaman ve mekân sınırlılığını ortadan kaldıran İnternet (Negroponte, 1996), geleneksel medya işletmelerinde olduğu gibi gazetecilen mekâna bağımlı bir şekilde çalışma zorunluluğunu da tarihe karıştırmaktadır. Böylece İnternet kullanıcıları, online versiyona sahip olan gazetelere her yerde, her an ulaşabilmekte ve bunlardan ücretsiz bir biçimde faydalanabilmektedirler (Aktaş C. , 2007, s. 36).

İnternetin, kitle iletişim teknolojileri ile karşılaştırıldığında çok daha düşük bir bütçe ile yayıncılık yapmaya imkân sağlaması da İnternet gazeteciliği uygulamalarının geleneksel medyadan bağımsız bir biçimde gelişmesinde etkili olmaktadır. Ayrıca, medya pazarına giriş şartlarını kolaylaştırmasının da bunda etkili olduğunu söylemek gerekmektedir. Bu nedenle ticari anlamda ilerlemiş uluslararası şirketlerin kontrolünde olan medya pazarına giremeyen ve geleneksel medya pazarında yakalanması zorunlu olan kritik kitleye ve promosyon eşiğine ulaşamayan gruplar ve şirketler hızla İnternet gazeteciliğine yatırım yaptığı aktarılmaktadır (Geray & Aydoğan, 2010)

Bununla birlikte İnternette çeşitli ilgi gruplarının ortaya çıkması da bu siteleri daha da güçlendirmekte ve hedef kitlelerini genişlettiği söylenmektedir. Şimdiye kadar geleneksel gazetelerde çok sık rastlanmayan "hava tahminleri, yol, deniz durumları" açıklayan günlük raporlar, gitmek istediğiniz yer ile ilgili olarak tren, uçak, metro tarifeleri ayrıntı gerektirenlere okurların istifatesine sunulmakta iken, okurun sansüre uğramamış veya satır sütun sınırlılığı nedeniyle kesilmiş habere veya bilgiye bütünlüklü olarak ulaşılabilirdiği de görülmektedir (Gürcan & Batu, 2002). Bütün bu olanaklar, İnternet kullanımının artmasını sağlamakta, reklam pastasındaki payını büyütmede, haber ve enformasyonun sunumunda rekabet koşullarının yönünün

değiştirmesine etki etmekte ve online ortamın haber mecrası olarak kullanımının tercih edilmesini ve yaygınlaşmasını sağlamaktadır (Çetinkaya, 2017, s. 384).

2.1.2 Haberciler ve İnternet

İnternet olarak adlandırılan ve iletişim alanında önemli gelişmelerin öncüsü olan iletişim ağı, 1969'da ABD Savunma Bakanlığı'na bağlı bir proje olarak hayata geçen ARPA Net'in (Advanced Research Programme Agency), 1990'da İnternet adını almasıyla geliştiği bildirilmektedir (Özgen, 2000, s. 60). 6 Ağustos 1991 tarihinde Tim Berners-Lee tarafından "World Wide Web" projesinin tanımlanarak ilk İnternet sitesinin kurulması, bu alanda önemli bir kilometre taşı daha geride bıraktığı kaydedilmektedir (www.chip.com.tr). Esasen, 1990'lı yıllarla dünya genelinde ve Türkiye'de yaygınlaşan İnternet gazeteciliğinin kökeninde renkli televizyonların teletext yayınlarının yer aldığı hatırlatılmakta, 1972'de İngiliz BBC kanalının CEEFAX adlı sistemle hayata geçirdiği bu yayın İnternet gazeteciliğinin de başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Yüksel, 2014, s. 49). İnternetin yaygınlaşmasından sonra da bu alana yatırım yapan haberciler, İnternet aracılığı ile online olarak yayın yapan yeni bir habercilik türünü, bir alternatif olarak ortaya çıkartmakta ve genel anlamda elektronik yayıncılık denen bu türe, terimle "İnternet gazeteciliği" denmektedir (Çakır, 2007, s. 125).

2.1.2.1 Web 1.0 Dönemi

İnternet Gazeteciliği fikri, ilk olarak ABD'deki gazetecilik işletmelerinden çoğunun İnternet ortamına geçiş yapmasıyla, geleneksel gazetelerle birlikte onların İnternet versiyonlarının yayımlanmasıyla ortaya çıktığı bildirilmektedir. Gazete tirajlarında yaşanan düşüş ve 1980'lerin başından itibaren maliyetlerinin artan seyri, medya sektörünü yeni arayışlara yönelttiği söylenmektedir. İnternet ortamında hizmet veren bu alandaki ilk yatırımcılar olan Amerikan Online (AOL) ve CompuServe gibi şirketler, ulusal çapta yayın yapan gazetelere elektronik versiyonlarını İnternet'te yayımlama imkânı sunduğu görülmektedir. Bu alanda AOL bir tedarikçi gibi davrandığı ve Wired, Omni, Time, Compute, The Chicago Tribune ve The San Jose Mercury News gibi gazetelerin çevrimiçi sürümlerini İnternetten yayımlamalarını sağladığı anlatılmaktadır. Florida Today ve The Detroit Free Press yayınlarını ise 1990'ların

ortalarına kadar CompuServe sunmaktadır. O dönem için atılan en önemli adım olarak, The San Jose Mercury gazetesinin 1993 yılında bütünüyle çevrimiçi ortama geçmesi gösterilmektedir (Gunter, 2003, s. 22). 1995 yılının ardından gazeteler artık bu alana kendileri yatırım yapmaya başlamakta ve çevrimiçi hizmet sunan şirketler üzerindeki yayınlarını sona erdirmeye başladığı görülmekte; buna da The San Jose Mercury News'in AOL'dan, Los Angeles Time'ın ise Prodigy'den ayrılması örnek olarak verilmektedir (Çetinkaya, 2017, s. 384).

1990'ların ortalarına doğru Avrupa'da çevrimiçi gazeteciğin hız kazandığı görülmekte, bu çerçevede, 1994 yılının Kasım ayında İngiltere'de The Daily Telegraph, çevrimiçi ortamda The Electronic Telegraph ismiyle okuyucusu ile buluşmaya başlamaktadır. Bu yılın Eylül ayında The Times, etkileşimli bir tartışma forumu ile birlikte İnternet ortamına aktarıldığı, 1996'da The Times ve Sunday Times, basılı versiyonlarındaki tüm içeriği İnternete taşıyan ilk gazeteler olurken, bunlardan farklı olarak, The Electronic Telegraph, basılı versiyonundan ayrı olarak İnternet okuyucuları için tüm içeriğini yeniden şekillendirdiği görülmektedir (Gunter, 2003, s. 23). Yukarıdaki anlatımlara paralel bir şekilde, geleneksel gazetelerin hızlı bir biçimde İnternet ortamına geçmesi ve bu ortamın yeni haber mecrası olarak yaygın bir biçimde kullanılmaya başlamasının sebepleri arasında İnternet kullanımının artması, buna ek olarak reklam pastasından aldığı payın her geçen gün yükselmesi ve çeşitli haber sunum yöntemini geliştirmesi ile rekabet şartlarını gün geçtikçe değiştirmesi sıralanmaktadır (Çetinkaya, 2017, s. 84).

2 Nisan 1993 yılında Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nde (ODTÜ) ilk İnternet bağlantısının gerçekleştirildiği (Uzunoğlu, 2017) Türkiye'de de, gazetecilik sektörü bu yeni teknolojiye kayıtsız kalamamış ve kısa bir süre sonra da İnternet'e yatırım yapmaya başladığı görülmektedir. Kayıtlara göre, Türkiye'de İnternete geçiş yapan ilk gazete 2 Aralık 1995 yılında Zaman gazetesidir. Bu gazeteyi 19 Mayıs 1996 yılında Turkish Daily News izlediği görülmektedir. Dergicilik alanında da 1995'in Temmuz ayında Aktüel, Ekim ayında ise Lemn online yayının öncüsü olduğu anlatılmaktadır. Bu mevkuteler Amerika ve Avrupa'daki örnekleri gibi ilk zamanlarda basılı yayının aynısını İnternet ortamına aktarmaktadırlar. (Özgen, 2000, s. 60). Milliyet ise

Türkiye'de, bütün içeriğini İnternet ortamına geçiren ilk gazete olduğu kaydedilmekle birlikte (Aydoğan D. , 2013, s. 30), geleneksel medya kuruluşlarının hemen hemen tamamının 1997 yılında kendi İnternet sitelerini kurarak elektronik gazetecilik uygulamalarını devreye soktukları anlatılmaktadır. Türkiye’de İnternet üzerinden yayın yapan haber mecralarının günlük kullanıcısı milyonlara ulaştığı görülmektedir (Geray & Aydoğan, 2010). Konvansiyonel haber medyası dışında bağımsız ilk İnternet gazeteciliği uygulaması 1996 yılının Ocak ayında faaliyete başlayan XN’dir (Geray & Aydoğan, 2010). 1999 yılında kapatılan bu ilk İnternet gazetesi, günlük gazeteleri tarayarak günün önemli köşe yazılarını ve öne çıkan haberleri derleyerek okura sunmaktaydı (Uzunoğlu, 2017)

Gazeteciliğin İnternet ortamında yapıldığı ilk günden 2000’li yılların başına kadarki dönem incelendiğinde, İnternet üzerindeki aktivitenin Web1.0 dönemi özelliklerini gösterdiği anlaşılmaktadır. İnternet kullanıcılarının siteleri bilgi edinmek gayesi ile ziyarette ettikleri bu dönemde, içeriğe yorum yapmak, katkıda bulunmak, yeni içerik üretmek gibi imkânları bulunmamaktadır. Site sahibinin içeriği İnternet kullanıcıları tarafından tüketilmektedir. Bu dönemde İnternet kullanımının artmasıyla beraber içerikler ihtiyacı karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Sunulan içeriklerin yetersizliği, bunlara müdahalede bulunabilme isteği, kendi içeriğini oluşturma ve bunları paylaşma yolu ile etkileşim kurma çabası web 2.0’ın ortaya çıkmasının nedeni olarak görüldüğü ortaya çıkmaktadır.

2.1.2.2 Web 2.0 dönemi ve Sonrası

2004 yılında hayatımıza giren Web 2.0 kavramı, Web’in yeni bir dönemine geçildiğinin belirteci olarak tanımlanabilmektedir. Bu yeni dönemle birlikte bütün kullanıcıların hem katılımcı hem de içerik üreticisi olduğu, yeni bir mecranın oluşturulduğu söylenebilmektedir. Üretilen içeriğin değiş-tokuş edilebildiği İnternet temelli bir uygulama olarak da tanımlanabilen Web 2.0 uygulamalarına örnek olarak; Twitter, YouTube, Wikipedia, Facebook gibi pek çok uygulama sayılabilirken, katılımcılık, paylaşımcılık ve açıklık Web 2.0’ı belirleyen temel özellikler olarak sıralanmaktadır (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 226).

Bu dönemde etkileşimli İnternet sitelerinin kurulması ile Türkiye'de de haber siteleri bu özellikten faydalanmaya başlamaktadır. Bağımsız haber sitelerinin artması da daha çok bu döneme denk gelmektedir. Net Haber, Habertürk ve İnternet Haber gibi siteler bu grubun öncülerindendir. Bunların içinde Ufuk Güldemir tarafından kurulan Habertürk, geleneksel yapının aksine amiral gemisinin İnternet olmasıyla dikkat çekmektedir. Bir gazetenin basılı versiyonu geleneksel medya olarak değerlendirilirken, İnternet versiyonu yeni medya alanına dâhil edilmektedir. Çünkü İnternette paylaşılan yazı, görsel, video ve sesler artık etkileşim özelliklerine sahip olmaktadır. Böylelikle okuyucular, kendi aralarında iletişim kurabildikleri gibi, gazete yazarları ile de etkileşim halinde olabilmektedirler (Aydoğan D. , 2013, s. 31).

Bu dönemin önemli bir özelliği olarak kullanıcılar artık içerik oluşturmaya ve bu içerikleri paylaşmaya, yorumlama imkânına kavuşmaktadırlar. Wikipedia, Youtube etkileşimli web sitelerinin ilk örnekleri olarak verilmektedir. Web 2.0 dönemi ile beraber tasarım ve kullanılabilirlik açısından daha başarılı olan Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram vb. sosyal ağlar ortaya çıkmakta, bu yeni durumla birlikte gazetecilik de yeni bir şekle bürünmektedir. Birleşmiş Milletler organı Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'nin yayınladığı son rapora göre, 2017 yılı başı itibari ile 3.77 milyar insan İnternet kullanıcısı bulunmakta iken, bunların 2.8 Milyar kadarı aktif olarak sosyal medya kullandıkları belirtilmektedir. Bu kullanıcılardan 2.56 milyarı söz konusu ortamlara mobil cihazlar vasıtasıyla bağlantı kurarken, mobil kullanıcıların toplam sayısı da 4.92 Milyar civarı olarak verilmektedir (Ayaz, 2017). Dünya nüfusu şu an itibariyle 7.2 milyar sayısını gösterirken hâlâ 4 Milyar insanın açıkta olduğu görülmektedir. Bu veriler, gelecekte yeni uygulamalar ve arabirimler sayesinde iletişimin yeni boyutlar kazanacağını düşündürmektedir.

Temeli 2001 yılında atılan ve günümüzde, başlangıçta tahmin edilemeyen bir şekle ulaşan İnternet teknolojisi kapsamında, eşyanın da İnternete bağlanması ile bilginin dünyanın her yerinde, her zaman, kişisel isteklere uygun olarak erişime hazır olacağı (Demers, 2016) ve bu sayede gazeteciliğin de yeni boyutlar kazanacağı tahmin edilmektedir. İşte bu içeriğin birbiriyle ilişkilendirildiği ve devasa bir veri tabanına dönüşen İnternetin, bu dönemden sonra makinelerin soru sorabildiği ve birbirleriyle

iletişim halinde olduğu, sorulara cevap verebildiği, özetle, makinelerin de konuşabildiği, servis ve sonucu yaklaşımların yerine, kullanıcıların merkezde olduğu tamamen dağıtık bir yapının beklendiği yeniçağ ise Web 3.0 (Doğan & Kesken, 20017) olarak tanımlanmaktadır. Bu dönemde açık platformlar vasıtasıyla, daha çok hizmetin değişik ortamlar üzerinde birlikte kullanılacağı, bunun sonucu olarak fiziki dünya ile sanal dünya arasında hiçbir sınırın kalmayacağı öngörülmektedir. Bilgisayarlı gazeteciliğin yeni bir evresi olarak görülen (Narin, 2017, s. 82) böylesi kollektif bir gücün gerçeğe çok daha yakın yapay zekâyı oluşturması da mümkün görülmektedir (Richards, 2009)

2.1.3 Yeni Medyada Gazetecilik Pratikleri

Çıkan her yeni teknoloji beraberinde habere ve enformasyona ulaşma olankalarını arttırırken, alışkanlıklarının ise değişmesine yol açtığı belirtilmektedir. İlk olarak davul sesi, ısıık, duman ve güvercinlerin taşıdığı mesajlarla başlayan haberleşme daha sonra zaman içerisinde yeni teknolojilerin sunduğu imkânlarla bambaşka boyutlar kazanmaktadır. Telgraf, radyo, televizyon ve İnternet ile birlikte mobil teknolojilerin de bu süreçlerde yer alması, insanların çoklu ortamlarda, farklı yöntemlerle iletişim kurma imkânını sağlamaktadır. Gelişen bu teknolojilerden, gazete ve gazetecilik yöntemlerinin de etkilendiğini söylemek mümkündür (Özçağlayan, 2008, s. 154).

Bu gelişmeler sonucunda, yeni medyada İnternetin kullanımı, gazeteciliğe yeni boyutlar kazandırmaktadır. "Hipermetinler" ya da "bağlantılar" yoluyla görünen veya okunanın arkasında karmaşık ve sınırsız bir boyutun daha kullanıcıların hizmetine sunulduğu anlaşılmaktadır. İçerik unsurları olan metinlere veya grafiklere bağlantı verilerek, okunan haberi tamamlayan görsel, arşiv verileri ve diğer grafiksel unsurlar da okunan metne dâhil edilmektedir. Özçağlayan'ın ifadesiyle, "sayısallaşma, diğer bir deyişle dijitalleşme süreci, birbirine bağlı elektronik cihazların, birbirlerini tanımalarını ve karşılıklı olarak bütünleşmelerini mümkün hale getirmektedir." Sahip olunan yüksek teknoloji bir fotoğraf makinesi özelliğine sahip mobil telefonla yakalanan fotoğraflar ya da videolar, bilgisayarlara aktarılabilmekte veya İnternete yüklenerek sosyal paylaşım sitelerinde çok sayıda kişilerin izlemesi sağlanabilmekte, hatta istenilen kişilerin mail adreslerine gönderilebilmektedir. Bu şekilde dijitalleştirilmiş farklı veriler, tek bir araç üzerinden kolaylıkla dolaşıma sokulabilmektedir. Bu şekilde

etkileşimli iletişim imkânı sunan mecraların başında bloglar, Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri gelmektedir. Geliştirilen bu yeni teknoloji hem gazete okurlarına hem de gazetelere çift yönlü bilgi akışı sağlayacak yeni imkânlar sunmaya başlamaktadır. Bütün bu olanakları değerlendiren medya kuruluşları da kitlesine yeni teknolojilerle ulaşabilmek ve onların da kendilerine kolaylıkla erişebilmeleri için yeniden yapılanmayı gerekli görmektedirler (Özçağlayan, 2008, s. 145). İşte yeni medyanın bu "multimedya" özelliğiyle gazeteler ve televizyonlar, İnternet sayfalarında metin, ses ve görüntülerin birlikte verildiği içerikler sunabilmektedirler (Değirmencioğlu, 2011, s. 22).

Bu gelişmeler geleneksel gazetecilik pratiklerinin gözden geçirilip yeni yönelimlerle ilgili çalışmalara başlanmasına yol açmıştır. Örneğin, kaliteli gazetecilik üzerinde yoğunlaşma ve İnternet haberciliğini ön planda tutmak isteyen Almanya'daki DieWelt gazetesi, 1996'da "entegre bir haber merkezi" kurmuş ve bu merkez, yazı işlerinden, aynı kadro ile teknolojinin bütün imkânlarını değerlendirerek, Berliner Morgenpost, DieWelt, Welt Kompakt, Welt am Sonntag ve aralarında bir İnternet TV'nin bulunduğu "Welt Online" sitesini kurmuştur. Bunların mobile teknolojilerle da izlenebilmesi için ise özel olarak hazırlanan "Welt Mobile" adlı İnternet sayfasının yanında Berliner Morgenpost'un web sitesi Morgenpost.de ve DieWelt'in web sitesi, Welt.de gibi farklı formatlardaki "gazeteleri" çıkarılabilmektedir. Bu gelişmelerden yararlanan "okurlar" ve reklamverenler sayesinde de bu gazeteler, hem okuyucu sayısı olarak hem de reklâm geliri olarak ilerleme olanağı bulmaktadırlar.

Özçağlayan'ın araştırmasına göre; buna benzer olarak The New York Times gazetesi de; gazetecilik teknolojileri ve medya alanındaki gelişmeleri yakından izleyen bir kadro kurarak, özellikle 1977 ile 1996 yılları arasına doğanlardan başlayarak, yeni nesil üzerinde, "haber tüketme" alışkanlıkları da dâhil olmak üzere çok sayıda araştırma yaptırdığı aktarılmaktadır. Buradan çıkan sonuca göre, kişilerin artık haberleri sadece tüketmediği, aynı zamanda daha fazla insanla paylaşma eğilimi olduğunun görüldüğü ve buna uygun olarak çok sayıda yerel ve bölgesel çapta haftalık gazeteler çıkarıldığı, bu gazetelerin hem basılı hem de İnternet sayfalarının okuyucuya sunulduğu belirtilmektedir. Bu çalışma ile ABD'deki üniversite kampüslerinde basılı versiyonunun

% 18, online versiyonun ise % 14 ile en çok okunan gazete durumuna geldiği bildirilen New York Times'in İnternet sitesine aylık ortalama 19 milyondan fazla ziyaretle, ABD'de en fazla takip edilen bir gazetenin İnternet sitesi haline geldiği görülmektedir. Tüm bu çalışmalar, online haber ve enformasyon sitelerinden gelen gelirin, gazetenin toplam gelirlerine % 10'unun üzerine çıktığı anlatılmaktadır. Bunun yanında, 60'tan fazla blog oluşturularak, bazı makaleler okuyucu yorumlarına açıldığı, topluluk ve etkileşime yönelik taleplerin karşılanmaya çalışıldığı, reklâm satışlarının her okur kesimine yönelik olması için yeni stratejiler geliştirildiği de aktarılmaktadır.

Innovations in Newspapers tarafından ortaya konulan bir raporda, ABD'de, 90 farklı gazeteye yayımcı olarak hizmet veren Gannett tarafından, 2008 Mayıs'ından itibaren uygulamaya koyduğu bir projeye bağlı olarak, tüm yayım birimlerinde "enformasyon merkezi" adıyla "yazı işleri" odaları kurduğu belirtilmektedir. Buradaki asıl hedefin okura; 7 gün ve 24 saat, içerisinde "metin, fotoğraf, grafik, video"lar bulunan haber ve bilgi sağlanırken, gelen yoğun geri bildirimlerden de yararlanmak olduğu açıklanmaktadır. "Geleceğin yazı işleri odası" olarak adlandırılan bu enformasyon merkezlerinde, "haber ve enformasyonu tüm platformlarda dağıtmak ve yerel enformasyon ile etkileşim üzerine özellikle yoğunlaşmak" gibi çalışmalar yapıldığı, eş zamanlı olarak da gazetecilere ilgili bazı eğitimler verildiği söylenmektedir.

Sadece gazetelere değil, onların iş yapma noktasında en önemli paydaşları olan ajanslara da önemli olanaklar sunan yeni teknolojiler ve İnternet vesilesiyle Reuters, artık, uydu vasıtasıyla bilgi toplamanın getirdiği yüksek maliyetlerden kaçınmakta ve sitelerindeki içeriklerin yarısından fazlasını artık İnternet üzerinden sağlamaktadır. Ajans, kullanıcıları tarafından üretilen içerikten de geniş bir şekilde yararlanırken, çalıştırdığı gazetecilere daha ucuz, ancak daha pratik cihazlarla İnternet yoluyla haberlerini, görüntülerini aktarabiledikleri donanım sağlanmakta ve böylece maliyetler aşağı çekilmektedir. Reuters Genel Müdürü Tony Donovan, oluşturtukları "mobil journalist" (seyyar gazeteci) kitiyle ilgili olarak: "Nokia 95 cep telefonu, küçük bir bluetooth klavye, hafif bir mikrofon ve güneş enerjisi ile şarj edilebilir bir pilden oluşan bu kit ile gazeteci tamamen mobil bir hale gelebiliyor. Bu kit ile Afrika'da Senegal ve

Kenya gibi yerlerde haberler çekildi ve kırmızı halı üzerinde yürüyerek Oscar törenine katıldık" demektedir (Özçağlayan, 2008, s. 146-148).

2.1.4 İnternet Sonrası Gazetecilik Pratikleri

1993 yılında, grafik tabanlı bir İnternet tarayıcısı olan Mosaic'in kullanılmasından kısa bir süre sonra başta ABD olmak üzere dünya çapında 4900'den fazla gazete kendi İnternet versiyonlarını kurduğu, 2001 yılına gelindiğinde ise İnternet ortamında habercilik yapan kuruluşların sayısının 14.000'e ulaştığı kaydedilmektedir. 2005 yılı itibari ile haber yayını için İnterneti tercih edenlerin sayısı milyonlarla ifade edilmektedir. Bu geçişten sonra washingtonpost.com, usatoday.com ve foxnews.com gibi tanınmış haber kuruluşlarına ait siteler, aylık 5-6 milyon tekil kullanıcı sayılarına ulaşmaktadır. 2007 yılında aylık ortalama tekil kullanıcı sayısı olarak 32,6 milyona ulaşan Yahoo News sitesinin yanında, MSNBC ise 29,2 milyon aylık ortalama tekil kullanıcıya ulaştığı görülmektedir (Geray & Aydoğan, 2010). Çetinkaya'nın Pew Research Center'daki verilere dayanarak açıkladığı raporda, 2015 yılının Ocak ayına gelindiğinde Yahoo-ABC News'in 130 milyon, NBC News Digital ve CNN Network 101 milyon, diğer önemli bir haber kuruluşu Huffington Post ise 100 milyon aylık tekil kullanıcı sayısına ulaştığı tespit edilmektedir (Çetinkaya, 2017, s. 385).

Türkiye'de ise İnternet dünya ile eş zamanlı olarak, kullanımı her geçen gün artmakta ve bunun sonucunda haber sitelerine ilgi de yükselmektedir. 2016 yılında Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan "Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması"na göre, yılın ilk çeyreğinde İnternet kullanıcılarının yüzde 82,4'ünün sosyal medya ortamında profiller oluşturma, mesajlaşma veya görsel benzeri içerikleri paylaştığı görülürken, yüzde 74,5'i de sosyal medyadan videoları izleme, yüzde 69,5 gibi bükük bir oranı da çevrimiçi gazete ya da dergi okumak için İnterneti kullanmaktadır (Tuik.gov.tr, 2016).

İnsanların haber alma ihtiyaçlarını karşılamak için ortaya çıkan gazetelerden sonra teknolojik ilerleme ile birlikte birinci dünya savaşı sırasında radyo, İkinci Dünya Savaşı sırasında ise televizyon da faaliyete başlamaktadır. Böylece yazılı basının yanı sıra görsel ve işitsel basında kitle iletişim araçlarına katılmıştır. Son yıllarda bunlara

"elektronik gazetecilik" olarak da adlandırılan İnternet gazeteciliğinin eklenmesiyle kitle iletişim araçları da çağa uygun hale geldiği belirtilmektedir (Ulusoy, 2002, s. 34).

İnternet gazeteciliği; gazeteciliğin çeşitli yöntemlerinin kullanılması suretiyle, enformasyonun yazılı, görsel ve işitsel bir şekilde İnternet aracılığı ile kitlelere ulaştırılması olarak tanımlanmaktadır (Yurdigül & Yüksel, 2012, s. 148). Günümüze gelene kadar hayli mesafe kat eden İnternet gazeteciliğinde ilk olarak, geleneksel gazetelerin içerikleri birebir kopyalanarak alınmakta oluğu, daha sonra giderek farklılaşmaya başladığı aktarılmaktadır. İzleyici veya okuyucunun katılımının mümkün hale geldiği günümüzde, artık okur istediği an istediği yazarlarla etkileşim içine girme fırsatı bulmaktadır (Aydoğan D. , 2013, s. 31). Mobil teknolojilerin bu alan yeni uygulamaların türetilmesini sağladıktan sonra da hem yurttaş gazeteciler hem de profesyonel gazeteciler için çok sayıda mobil uygulama ortaya çıkarılmıştır. Günümüzde bir gazeteci artık, sahip olduğu akıllı telefonu ile yazısını yazabilmekte, fotoğrafını çekebilmekte, video veya ses kaydedebilmekte, konum bilgilerini paylaşabilmekte, yeni enformasyonlara ulaşabilmekte, canlı yayın bağlantısı gerçekleştirilebilmekte ve oluşturdukları içeriği kolayca depolanarak, sosyal medya aracılığıyla kısa zaman içinde çok sayıda kişiye iletebilmektedir. Böylesi bir durum gazeteciye kalabalık araç takımından kurtarmaktadır (Narin, 2015).

Yeni medya ile birlikte değişen gazetecilik pratikliklerini tezinde işleyen Yüksel, geleneksel gazeteciliğin dönüşmesini zorunlu kılan yeni medyanın, mesleğin icrası ile ilgili olarak getirdiği farklılığın teoriden ziyade pratik anlamda olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla bu farklılıklar neticesinde her iki medya alanı için de avantaj ve dezavantaj durumları ortaya çıkmaktadır. Her iki medya arasında en önemli farklılık olan "etkileşim", "okuyucu" statüsündeki kitleyi "kullanıcı" durumuna getirmektedir. Bu bağlamda geleneksel gazetecilikte haber içeriğine müdahale şansı olmayan okuyucu yeni medya ortamında doğrudan haber yapım sürecine dâhil olmaktadır. Yeni medya gazeteciliğinde kişisel ve yerel yayıncılık da yapıldığından dolayı bu noktada fırsat eşitliği sağlanmakta ve böylece tekelciliğin de önüne geçilmektedir. Geleneksel gazetecilikte haber içeriğinin belirlenmesinde etki oluşturma ve tiraj kaygısı güdülerek editoryal süreçte karar alınırken yeni medya ortamında haberin önem düzeyine

bakılmaksızın paylaşım gerçekleştirilir ve bu süreçte kullanıcı da etkin rol üstlenmektedir. Bu hız ve güncellik durumu nedeniyle geleneksel gazetecilikteki "atlatma haber" anlayışı da sona ermektedir. Geleneksel medya araçlarından olan gazete, yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla beraber etkinliğini İnternet medyasına kaptırmakla kalmayıp aynı zamanda gazetecilerin de yöndeşmesine zemin hazırlamaktadır. Nitekim yeni medya alanının sunmuş olduğu imkânlar gazeteciye yeni teknik beceriler öğrenme yükümlülüğü getirmekte ve böylece teknoloji bağlamında yöndeşen gazetecinin görev alanı da genişlemektedir. Öyle ki genişleyen görev alanı neticesinde sorumluluğu da artan gazeteci buna rağmen haber merkezine bağlı kalmaktan kurtulduğu için pratik haberciliğe elverişli hale gelmektedir. Yeni medya ile birlikte daha düne kadar editöre mektup ulaştıran bir okuyucu, radyo programına bağlanan bir dinleyici veya televizyon yayınına katılan bir izleyici konumunda yer alan birey yeni medyanın aktif kolu durumundaki blog ortamı ile beraber gazetecilik imkânı yakalamaktadır. Bu süreçte gelişen "yurttaş gazeteciliği"; gazetecilik alanının yeni bir pratiği olarak bireyi haber yapım sürecinin öznesi konumuna getirmektedir. Öyle ki geleneksel gazetecilikte bu sürecin nesnesi olarak pasif konumda kalan birey, yurttaş gazeteciliği ile bizzat haberi kendisi üretmektedir. Böylece zaten haberin kaynağı durumunda olan yurttaş, haberin içeriğini de belirlediğinden dolayı amatör gazeteci konumuna erişmektedir.

İnternet gazeteciliği haber kaynağına erişim noktasında da geleneksel gazetecilikten ayrılmaktadır. Geleneksel gazetecilikte haber ajansları birinci, ikinci ve üçüncü el haber kaynakları kullanırken İnternet gazeteciliğinde haberin kaynağı doğrudan İnternet ağının kendisidir. Nitekim haberi yapan kişi aynı zamanda olayın tanığı konumundadır ve bizzat birinci elden bu haberi paylamaktadır (Bulut, 2006, s. 32) Zira geleneksel gazetecilikte ham haberin yayım aşamasına kadar geçirdiği dönüşümün yanı sıra haber kaynağının içerik üzerinde bariz etkisi bulunmaktadır. Bu bakımdan haber kaynağı da daha kısıtlı durumdadır ve genel olarak ajans haberleri değerlendirilmektedir. Ancak değişen ve gelişen iletişim teknolojileri her iki gazete alanını bu süreçte bir araya getirmektedir. Öyle ki geleneksel medya gazetecileri haber kaynağı olarak İnternet gazetelerinden yararlanmakta ve böylece masa başında haber

oluşturabilmektedir. Üstelik haber içeriğinin yanı sıra haberle ilgili resimler de bu ilişki çerçevesinde kullanılmaktadır (Çakır, 2007, s. 143)

Dijital iletişim olanaklarını gazetecilik bağlamında inceleyen Yıldırım, yeni pratikleri şu şekilde özetler:

“A- Doğrudan iletişim: Yeni olanaklar okuyucu konumunda değişiklik yaparak, kullanıcıların hem diğer kullanıcılarla, hem gazeteciler ve hem de kaynaklarla doğrudan iletişime geçmeleri mümkün olmuştur. *B- Mobilite:* Okurlar cep telefonlarıyla entegre edilen kamera, fotoğraf makinesi, ses kayıt cihazı gibi iletişim teknolojileri sayesinde çevresindeki olayları kaydederek, ister kendi bloğunda, isterse profesyonel medya örgütlerine bedelli ya da bedelsiz şekilde verebilmektedir. *C- RSS (Really Simple Syndication - Gerçekten Basit Dağıtım) teknolojisi:* İçeriğin dağıtımı açısından oldukça önemli bir işlev gören, yeni eklenen içeriğin kolaylıkla takip edilmesini sağlayan özel bir XML dosya formatıdır ve bu yolla haberlerin e-posta karmaşasından ve siteleri dolaşma zahmetinden kurtarılıp, en kısa yoldan en fazla kişiye ulaştırılabilmesi amaçlanmaktadır. *D- Haritalama:* Bir olayı hem coğrafi konumuna yönelik hem de olaya ilişkin istatistikî verilerin çeşitli grafik ve şekiller üzerinde haritalandırılması, içeriğin çok daha zenginleştirilmesi ve anlaşılmasının da bir o kadar kolay olması amaçlanmaktadır. *E- Sınırsızlık:* İnternet teknolojisi ile birlikte gazeteler için dağıtımda fiziksel anlamda bir sınır kalmamıştır. *F- Arşivleme:* Gazeteciler açısından haber ve bilgi toplamada oldukça önemli olan veritabanları özelliklerle kazanma yönünden önemli bir fırsattır. Diğer türlü dışarıda günlerce sürecektir bir araştırma ile elde edilecek bilgi İnternetteki çeşitli veritabanları sayesinde evde ya da iş yerinde çok daha kısa sürede elde edilebilir. *G- Ölçülebilirlik:* Bu özellik sayesinde ise editörler en çok tıklanan, en çok yorumlanan, en çok e-mail ya da diğer yöntemlerle dağıtılan haberler tespit edilebilir. Tespit edilen veriler ışığında eskiye oranla çok daha sağlıklı izleyici eğilimleri çıkarılabilir ve üretimlerini bu yönde yoğunlaştırabilirler. *H- Multimedya:* Sayısal teknoloji sayesinde ses, görüntü, metin ve diğer iletişim öğelerinin bir arada kullanılarak, içeriğin etkisi arttırmıştır. *I- Bağımsızlık:* İnternet ve diğer sayısal teknolojilerle gazeteci haber merkezine ya da herhangi bir fiziksel ortama bağlı kalmaksızın, habercilik faaliyetlerini yürütebilir. *J- 7/24 habercilik:* Sayısal teknolojilerin veriyi her an yeniden yapılandırabilme

özelliğinin sunduğu imkânlarla İnternet ortamındaki gazete içeriği olayların gelişimine bağlı olarak her an güncellenebilmesine olanak sağlamaktadır. *K-Etkileşim*: İnternetin gazeteciliğe sağladığı en önemli özellik etkileşimdir. Gazetecinin profesyonel rolü açısından da değer taşıyan etkileşim imkânı gazeteciye okur yorumları almak ve kamuoyu araştırması yapmak gibi yöntemlerle halkın tepkisini öğrenme olanağı sağlar. *L- Hypertext*: Metin içerisinde detay bilgi ya da ardalan bilgisi vermek, konuya ilişkin başka bağlantılar kurabilmek için yerleştirilen linkler aracılığıyla kullanıcıyı metnin içinden başka açıklayıcı verilere götürmek amacıyla kullanılan yardımcı metinlerdir. *M- Kişiselleştirme*: Talebe yönelik içerik üretimi de kişiselleştirme yapılabilir” (Yıldırım, 2010, s. 235-236).

Birkaç dakika içinde ve ücretsiz olarak kurulmuş tek bir sosyal medya hesabıyla; bir blog yazarının veya kişisel dijital haber platformunun, milyon dolarları bulan yatırımları olan geleneksel medya dönemine kıyasla çok daha etkili olabildiği bir habercilik çağında olduğumuzu hatırlatan Tunçdemir, daha enteresan bir şey olarak, bu yeni jenerasyon habercilerin büyük bir bölümünün herhangi bir habercilik eğitimi veya kurumsal statülerinin bulunmadığını anlatmaktadır. Hatta bu gazetecilerin, "20. Yüzyılın devlet zihniyeti ve endüstri altyapısına göre dizayn edilmiş geleneksel medya kurumları"ndaki profesyonel habercilerden, bu mesleği daha iyi yaptıklarından dolayı konvansiyonel haber medyasının okur kitlesini giderek artan oranda kendilerine çektiğini iddia etmektedir. Bunun bir yetenek değil imkân olduğuna dikkat çeken Tunçdemir, kurumsal ayıpların ağırlığından dolayı hem sansüre hem de oto sansüre uğrayabilen geleneksel medya kurumlarının aksine; bloglarda yazarlar, serbest çalışan gazeteciler, hatta yurttaş gazetecilerin "bilgileri doğrulama, herkesin kınadığı kişiye söz hakkı tanıma, resmi açıklamaları sorgulama" görevlerini daha başarılı biçimde ifa ettiklerini savunmaktadır. Yakın zamana kadar sadece gazeteciliği bir endüstri olarak nitelenmesini sağlayan sadece bu gazetecilik kurumlarının sahip olabildiği matbaa, video kamera, ses kaydedicisi İnternet yayın mecrası gibi ekipmanların yerini günümüzde sadece bir akıllı telefon almakta ve sahip olduğu bir İnternet bağlantısı ile bütün bu teknik cihazlara sahip olabilmektedir. New Yorklu bir evsiz bile blog sahibi olduğu bu ortamda kurumsal gazetecilik ile serbest gazetecilik arasındaki farkların neredeyse tamamen söylemektedir (Tunçdemir, 2015). Bu durumun giderek daha çok

sayıda profesyonel gazetecinin, İnternet ortamına geçmesi veya kendisinin bizzat böyle bir platform kurması sonucunu doğurduğu düşünülebilmektedir

Ekonomik pratikler açısından ise; İnternet üzerinden sağlanan reklam gelirlerinin sürekli artması, medya kuruluşlarının; araştırmacı gazeteci, uzman ve yabancı muhabir gibi nisbeten masrafı yüksek editöryal kesimin işten çıkarılmasına bahane edilmektedir. Ekonomik olarak sorunlar yaşayan medya organlarının ilk başta yabancı bürolarını kapattığını söyleyen Times editörü Robert Thomson'u destekleyen bir haber, 2013 yılı 1 Haziran tarihinde Habertürk gazetesinde yayınlanmıştır. "ABD'de bir gazete foto muhabirlerini işten çıkardı" başlığı ile verilen bu haber, medyanın nasıl şekillendiğini göstermektedir. Başlangıçta etkili fotoğraf kullanmak iddiasıyla yola çıktığı belirtilen bu gazete, multi medya ile birlikte, daha çok videoya ihtiyaç duyduğu için bu kişileri işten çıkardığı, onların yerine yarı zamanlı çalışan fotomuhabirler ile çalışacağı bildirilmektedir. Habere göre, bu muhabirlere Iphone gibi gelişmiş telefonlar verilecek ve yurttaş gazetecilere daha çok ağırlık verilecek. Alman Bild gazetesinin de, profesyonel gazetecilerin giremediği yerlerde bulunan yöre insanların bulunması, sıcak haber fotoğraf ihtiyacını onlardan elde etmenin daha rahat olduğu için bu yönde karar aldıkları belirtmektedir. İnternet gazetelerinin devamlı güncellenmesi zorunluluğu, video fotoğraf ve yazı hazırlanması için çok daha fazla iş gücüne ihtiyaç duyulması nedeni ile "daha fazla habere ve fotoğrafa, daha az maliyetle ulaşılabileceği" fikrini geliştirmesi de gazetelerin çalışma biçimlerini her geçen gün değiştirdiği söylenmektedir. İnternet yayıncılığı alanında infografiklerin kullanılması, içerik sunumu açısından daha farklı bir açı sağlamakta, bu içeriği oluşturma gereği, beraberinde tasarımcılara olan ihtiyacı da doğurmaktadır. TV'nin de İnternette giderek yaygınlaşması, bu bilgi ve tecrübeye sahip kişilerin istihdamını gerektirmektedir. Reklam pastasının paylaşımında İnternet yayıncılığının, konvansiyonel medyayı yakalaması, hatta geçmesi de departmanlarda yeni iş kollarını meydana getirmektedir. Temel pratikler açısından aynı olmasına karşın teknoloji ağırlıklı olan platforma geçildiği için gazetecilik sektöründe de yazılım ve bilişim kadroları ağırlık kazanmaktadır. Çünkü artık, bir platformun süreklilik kazanması ve problemsiz bir şekilde çalışması, bilgisayar, yazılım ve sistem uzmanlarının yanında ürün geliştirme

ekiplerinin çalıştırılması ve bu ekiplerin performansı ile yakından alakalıdır (etinkaya, 2017, s. 387-392 arası).

Özetle, gazete okuyucusu İnternetle birlikte aynı zamanda üretici ve kullanıcı konumuna geçtiği gönüylemektedir. İnternetin ulaştığı her yere gazete de erişmiş ve böylece zaman-mekân kısıtlaması olmaksızın kolay ve pratik habercilik ortamı sağlanmışır. İnternet ortamında haber her an güncellenebildiği gibi gerekli görüldüğu durumlarda haber içeriğine anında müdahale edilebilmektedir. Gelişen teknoloji bağlamında haber içeriğinde görsellik ve metin ile birlikte hareketli görüntülerin de yer alması haberin sunum ve paylaşımını daha etkili kılmıştır. Hız ve pratikliğin etkisiyle her kullanıcı aynı zamanda dağıtıcı konumuna da sahip olmuştur. Arşiv haberciliği kolaylaşarak herhangi bir yayım aracının geçmiş sunumlarına kısa zamanda ve rahatça erişim olanağı sağlanmışır. Yeni medya alanının geniş haber içeriği hem kitleye ekstra enformasyon sağlamış hem de bu donanım diğer medya araçlarına haber kaynağı bağlamında referans oluşturduğu sonucu çıkarılmaktadır (Yüksel, 2014, s. 62).

2.1.5 İnternet Ortamında Alternatif Medya'nın Oluşumu

Çoğunlukla bir güvencesi olmayan medya çalışanlarının büyük bir kısmı, salt işinden olma korkusuyla basın meslek ilkelerini hiçe sayarak patronunun istediği türden haber hazırlarken; ne olursa olsun meslek itibarına gölge düşürmek istemeyerek, meslek etiğine bağlı kalanlar da ya işini kaybetmekte ya da yükselme şansını yitirdiği bilinmektedir (Ulusoy, 2002, s. 237). 1962 Anayasa değişikliği sırasında büyük uğraşlar sonucunda kabul ettirilen 212 sayılı kanunun meclisten geçmesinden sonra medya patronları tepki olarak gazetelerini çıkarmamaya karar vermiş, dönemin gazetecileri ise birleşerek o gazetelerin çıkmadığı günlerde İstanbul Gazeteciler Sendikası'nın da desteği ile "Basın" adında 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? Nasıl özellikler göstermektedir? Alternatif medyayı, üreticisinin ve tüketicisinin yatay olarak birbirleri ile etkileşime geçebilmesi açısından kamusal alanı tekrar kurma potansiyeli olan demokratik bir

platform şeklinde değerlendiren Enzensberger'in (Waltz, 2005, s. 21) dışında, konuyu kavram olarak ele alan Aydoğan ve Kırık "küçük azınlıkların görüşlerini yayan medya ya da yaygın olarak bilinen ve tüketilen medyanın karşısında olan, ona alternatif üretim yapan medya" olarak 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 karşındadır. Daha küçük boyutlu, kendine has topluluklara yönelik, 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 üstlenir (Bailey, Cammaerts, & Carpentier, 2007, s. 66-67).

Bir yayının alternatif olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceğini üç şarta bağlamayı öneren Atton 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'nun 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 radikaldır. 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 red eder. 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)

Bu açıklamalarla birlikte aşırı biçimde kara dayanan, küresel ölçekte şirketler tarafından kontrol edilen medya ortamında, promosyon eşiklerinin yüksekliği nedeniyle kendine bir yer bulamayan ama bu alanda yatırım yapmak isteyen şirketler (Geray & Aydoğan, 2010), İnternetin olanaklarından yararlanarak medya sektörüne yatırım yapmaya başladıkları bilinmektedir. Bu süreçte yaşanan gelişmeleri, geleneksel medyada ortamlarında kendine bir ifade olanağı bulamayanların, bir devrim olarak niteledikleri bu yeni İnternet olanaklarının temelinde Web 2.0, teknolojisi içinde kullanıcı tarafından üretilen içeriklerin ve sosyal medya olanakların yattığı söylenmektedir (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 227). Bu yeni ortamda gelişen imkânların, farklı iletişim şekillerini göndeme getirdiğini aktaran Aydoğan ve Başaran, tarih boyunca ticari bir faaliyet şeklinde örgütlenen medya tarafından üretilen ve iletilen enformasyonun, piyasa kurallarına uyararak; emeğe karşı konumlandırılışı, toplumun faydasından ve farklı kesimlerin yaşamına dair bilgi ve problemleri vermekten uzak bir durumun geliştirilmesi nedeniyle, alternatif iletim araçlarının kurgulanması sürecinin hızlandığını belirtmektedirler (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 213).

Bu nedenle İnternet alternatif medya uygulayıcıları ve aktivistler için bir fırsat olarak görülmekte, bu olanaklardan faydalanılarak geleneksel medyadan farklı olarak çok daha fazla okuyucuya çok daha az bir maliyetle ulaşmaktadırlar. Bunun yanında geleneksel medyadan daha fazla enformasyon sağlayarak, değişik ilgi alanı olan kitlelere yayılabilmektedirler. Alternatif fikirlere yer vermesi dolayısıyla alternatif medya çok daha geniş bir bakış açısına sahip olduğu aktarılmaktadır (Waltz, 2005, s. 120). Bundan dolayı, kullanıcıların ürettikleri içeriklerin 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 döngüsü sağlayan mecra olmadığı, teknolojinin sosyalleşmiş hali, etkili bir iletişim aracı olarak görülmesi gerektiği, bu şekliyle toplumsal hareketlerin göbeğinde yer alan bir unsur olduğunu belirtmektedir. Sosyal mecraların "Yaratıcılık, kendine güven ve meydan okuma" kabiliyetlerini inkişaf ettiği 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, 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"

Yukarıdaki bilgiler ışığında denilebilir ki; alternatif medyanın faaliyet biçimi ile serbest gazetecinin çalışma biçimi karşılaştırıldığında, benzer yönleri bulunmakla birlikte ne İnternet'ten önce ne de İnternet'ten sonra bu iki gazetecilik türü birbiriyle tam olarak örtüşmemektedir. Yukarıda belirtildiği gibi serbest gazeteci her şeyden önce profesyoneldir, gazeteci tanımı gereği geçimini bu meslektan sağlamaktadır (Atılğan, 1994, s. 290). Muhalif medya, hâkim medya, sendikalar veya özel şirketler ile de çalışabilmektedir. Bunların yanında İnternetle birlikte bağımsız gazetecilik yapmaya başlayan profesyonel gazetecilerin gazetecilik faaliyetlerinde, muhalif olma özelliğini daha fazla ön plana çıkarttığını ve bu şekilde alternatif medyaya daha yakın bir özellik gösterdiğini söylemek mümkündür. Medyascope, T24, Diken, Ahval, Medyascope gibi haber sitelerinin kuruluş şekli incelendiğinde, bir şekilde çalıştığı kurumdaki ayrılmak zorunda kalan işsiz gazetecileri çalıştırarak veya bu işsiz gazetecilerden birinin kadro kurarak oluşturulduğu faaliyet içinde olduğu görülmektedir. Bu kuruluşların muhaliflik, her hangi bir ekonomik güce dayanmama ve kâr amacı gütmeme, farklı görüşlere yer verme gibi özellikleriyle alternatif medyayı andırırsa da profesyonel bir yaklaşımla gazetecilik yapmaları, habercilikten gelir elde etmeleri ve bazı fonlarla desteklenmeleri yönüyle serbest gazeteci tanımına da uygun oldukları görünmektedir.

2.1.6 İnternet Ortamında Bağımsız ve Yurttaş Gazetecilik

Atikka, teknolojinin medya ekonomisini nasıl değiştirdiğine, haberin kimin tarafından yapılacağını, nasıl dağıtılacağını, nasıl okunacağını gibi olguları etkilediğine vurgu yapmaktadır. Her teknolojik devrim gibi İnternet teknolojilerinin de oluşturduğu tahribatın olumlu gelişmeler veya hayal kırıklıklarını da ortaya çıkabileceğini anlatan Attika, İnternet devriminin 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 birşeyleri olanlara yeni olanaklar sunduğunu düşünen yazar, önceden sıklıkla görülen, insanları parlatan ya da yok eden kudret simsarlığınının 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 değerlendirilmektedir. Örneğin, araştırılarak yazılmış bir haberin veya o habere yapılmış bir yorumun, Avrupa ya da dünyanın farklı bir coğrafyasında aynı meseleyle ilgili bir sitede yayınlanabilmektedir. 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).

Haber medyasının, siyasal ve ekonomik gücün sahibi olan insanların temsilcisi olduğu, gazete, dergi ve elektronik yayın araçlarının "bağımsız bir güce sahip olma potansiyeli"ne rağmen bunu başaramadığı iddia edilmektedir (Balcı, 2010, s. 28). Halbuki, medya kuruluşlarının, bütün güç odaklarına ve patronların çıkarına karşı gazetecilik mesleğinin temel ilkeleri ile etik değerlerini kamusal izmet 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. Rahatsızlık veren bu durumdan dolayı gazeteciler, daha özgür gazetecilik yapmak adına çeşitli yollara başvurmaktadır (Güner, Koç, Özdalı, & Özcan, 2014, s. 58). Bu nedenle gazeteciler, normal gazetelerde, yasalar ve medyadaki yapısal problemle yüzünden yayımlama fırsatı bulamadıkları haberlerini dijital gazeteler vasıtasıyla kitleye ulaştırabilmektedirler (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 gazetecilerin oranını artırdığı da belirtilmektedir (Güner, Koç, Özdalı, & Özcan, 2014, s. 58). Profesyonel gazeteciler, Twitter, Youtube ve Periscobe uygulamaları başta olmak üzere; özel haber siteleri, bloglar ve diğer sosyal medya ortamlarını özne habercilik yapmak

için hayli elverişli bir biçimde kullanmaktadırlar. Ayrıca, işsiz kalan gazeteciler de kendi blogunu kurarak yeni iletişim ortamlarından haberlerini ve yorumlarını üretebilmektedir (Cangöz, 2016, s. 115).

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, Tunus'ta sansürlenен medya nedeniyle yerel televizyon kanallarının, magazin yayınların ve gazetelerin ekonomik ve politik durumla ilgili ya da ülkenin iç kısımlarındaki aşırı yoksullukla ilgil 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 mecraları vasıtasıyla kullanarak ani gelişmeleri dolaşıma sokmuşlardır. İletişim imkanları üzerindeki baskıların çok ağır olduğu söz konusu bölgelerde insanlardünyaya 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 örneklerindendir. Bu gelişmeler, yurttaş gazeteciliği kavramını alternatif bir habercilik terminolojisi kapsamındaki yerini sağlamlaştırmıştır

2.1.7 Serbest Gazetecilik, Bağımsız mı, Alternatif Mi?

Bütün bu anlatımlardan sonra, serbest gazetecilik alanının iyice belirlenmesi açısından, kendilerini "bağımsız" veya "alternatif" medya olarak niteleyen alandan ayıracak bazı hususları tekrarlamak önemli görülmektedir. 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 kavramdır (Aziz, 1976, s. 291). Tarafsız bir yayıncılık politikası için de kullanılır. Kamu hizmeti yayıncılığından bilgilendirme, eğlendirme, eğitime işlevlerinin tümünü yapması beklenirken hiçbir grubun, partinin, görüşün temsilcisi gibi davranmaması da "bağımsızlık" olarak nitelendirilmektedir (Blumler & McQuail, 1969, s. 173) Halbuki, serbest gazetecilik, bireysel bağımsızlığı vurgulamaktadır. Gazeteci, işini yaparken her hangi bir kuruluşa bağlı değildir (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 mücadele vermektedirler. (Aydoğan & Başaran, 2012, s. 242). Serbest gazetecilik faaliyeti ise tamamen ekonomiye dayanmaktadır. "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 teklif edilen bir işi yapmakta veya tamamlandığı bir projeyi basın kuruluşlarına pazarlamaya uğraşmaktadırlar (Milli Eğitim Bakanlığı, 2013, s. 16). Bağımsız çalışan gazete ve diğer kitle iletişim araçları haber yaparlar. Bununla birlikte herhangi bir basın kuruluşuna bağlı olarak çalışmamaktadırlar. Aynı anda bir veya birkaç gazeteye düzenli olarak katkıda bulunabilmektedirler (Atılğan, 1994, s. 292). Özel haber derler ve bunu haber ajanslarına, gazete kuruluşlarına para karşılığı satmaktadırlar (Uçak, 2013, s. 387). 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 görülebilir.

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

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.1 İNTERNET ÜZERİNDEN SERBEST GAZETECİLİK

Serbest zamanlı (freelance) çalışmanın, gazeteciliğin en hızlı büyüyen sektörü olduğu söylenmektedir (Uzun, 2011, s. 129). Avrupa Gazeteciler Federasyonu (EFJ) tarafından 1994 yılında Berlin'de gerçekleştirilen bir seminerde medya ortamında serbest gazeteciliğin önemli bir biçimde arttığı vurgulanmaktadır. Bu durumu destekleyen bir rapor hazırlayan Nies ve Pedersini, serbest gazetecilerin Avrupa'da giderek daha fazla tercih edildiğini ve eğer yeterince desteklenirlerse bu resmin daha da netleşeceğini belirtmektedirler. (Nies & Pedersini, 2003, s. 2-3). Avrupa Komisyonu'nun gerekli şekilde bilgilendirilmesi için hazırlanan bu raporda 18 Avrupa ülkesinde 100 binin üzerinde serbest gazetecinin bulunduğu, tüm gazetecilerle oranlandığında, 1/4 gibi bir toplam ortaya çıktığı, buna rağmen düşük ücretlerin ve durumlarının istikrarsızlığının bu ülkelerin bazılarında devam ettiği tespit edilmektedir (Nies & Pedersini, 2003, s. 9). Diğer yandan, son yıllarda çok sayıda gazetecinin işsiz kaldığı, yine birçok yayın kuruluşunun da kapandığı Türkiye'de bu şekilde işini kaybeden hemen hemen tüm gazeteciler de kendilerini hızla freelancer (serbest çalışan) ilan etmektedirler (Uzunoglu, P24.com, 2018). Ancak bir mecra yazı yazana "freelancer" diyebilmek için o ortamın ekonomik yapısına, amacına ve kişilerin çalışma geçmişine de bakılması gerektiği de belirtilmektedir (Uzunoglu, P24.com, 2018).

İnternet tüm meslek alanlarında olduğu gibi gazetecilik mesleğine de hem çeşitlilik hem de pratiklik kazandırmıştır. Fakat işin esasında gazetecilik mesleğinin özünün değişmediği kaydedilmektedir (Porter, 2009). Profesyonel kişiler açısından etik kodlar hemen hemen aynıdır. Deuze, medya endüstrisindeki bireysel okuma yetkinliklerinin, üretimdeki verimliliğin, çok yönlü olmanın, kolay bir biçimde yazmak ve iletişim kabiliyetlerinin hala çok değerli görüldüğünü belirtmektedir. Yine de, profesyonel kimliğe meydan okuyan unsurlar olarak, değer ve inanç sistemi ile mesleki ideolojilerin tarihsel süreçte mesleğin profesyonel söylem içinde yer olması sayılabilmektedir (Deuze, 2005'ten alıntı, Patrão, Figueiredo, & Sepetçi, 2012, s. 166).

İnternet teknolojisi, son çağın en büyük buluşlarından biri olarak tüm mesleklerde olduğu gibi medyayı da biçimlendiren en önemli unsur olmuştur. İnternet ağının ulus sınırlarını aşıp dünyanın tamamında bilgi akışını destekleyen global bir

mecra olması (Aydoğan & Kırık, 2012, s. 61), serbest gazetecilerin yaşadığı en büyük sorunlardan biri olan iletişim problemini neredeyse tamamen ortadan kaldırmıştır. Bu alanda, İnternet tabanlı araçların kullanımı; bilgi sağlamak, geri bildirim almak, öneride ve inisiyatifte bulunmak için kullanımı dağınık halde bulunan serbest gazetecilerin bağlantı kurması konusunda gücünü ispatlamıştır (Nies & Pedersini, 2003, s. 22). Gazeteci artık bizzat kendi bir proje hazırlayıp sunmakta, ya da kendi portfolyosunu gözler önüne koyarak dikkat çekebilmektedir. Bu yeni yol, kendi kabiliyetlerini sergilemek ve reklamlarını yapmanın yanı sıra serbest gazetecilere, sahnede kalmak ve müşterilerin dikkatini çekmek için ilginç fırsatlar sunmaktadır (Brems, Temmerman, Graham, & Broersma, 2016). Bunun dışında gazeteci, haberini yayımlayacak mercii bulamadığında bizzat kendi platformunda yayımlayarak kamuoyuyla buluşabilmektedir. İnternet gazeteciye gazeteci işi olmanın dışında gazeteci patron olma imkânı da sağlamıştır. Artık gazeteci istediği haberi yapar ve yayımlamakta özgürdür. Patron müdahalesinden uzaktır. Facebook, Twitter ve İnstagram gibi medya platformlarının popülaritesinin gittikçe artması, bireysel gazetecilere, bağımsız çevrimiçi kişilere dönüşmeleri için fırsat sunmaktadır (Brems, Temmerman, Graham, & Broersma, 2016).

İnternet teknolojisi, sunduğu olanaklar sayesinde, bölgesel medya kuruluşlarının global ölçekte yayın yapmasını sağlamış, yerellikle uluslararası arasındaki sınırları ortadan kaldırarak, küresel dayanışmaya en uygun medya türü haline getirdiği anlaşılmaktadır (Aydoğan & Kırık, 2012, s. 62). Böylece serbest gazetecinin yaşadığı en büyük sorunlardan biri olan güvence ve fon problemine uluslararası düzeyde çözüm sunmuştur. Çünkü yerel sınırlılık ve kısıtlı imkânlar, uluslararası sınırsızlık ve global imkânlarla yer değiştirmiştir. Gazeteci, artık uluslararası imkânlardan faydalanabilme potansiyeline sahip, global çapta kurumların kendisine ulaşması olanağı bulunmaktadır. Mac Arthur Foundation, Committeeto Protect Journalists (CPJ), IJNet, Women's Media Center, Knight Foundation, International Women's Media Foundation, International News SafetyInstitute, GJS-Security gibi kurumlar serbest gazetecilerin araştırmalarını destekleyen önde gelen bağımsız otonom şirketlerdir. Bu şirketlerden kimisi demokrasiye katkısı olacak çalışmaları desteklerken (Macfound.org) kimisi de medyada kadınların daha fazla etkili olmasını sağlamak için bu yönde destekler sunmaktadır (Womensmediacenter.com). Geleneksel gazetecilik döneminden kalan ve halen devam

eden uluslararası basının özellikle cephe bölgelerinde serbest gazetecilerle çalışmaya devam etmesinin yanında bu fonlar çok önemli katkı olmaktadır.

Türkiye özelinde bu şekildeki otonom şirketlerden bahsetmek mümkün görünmemektedir; fakat fon aldıkları projelerde serbest gazetecilerle çalışan kurumlar mevcuttur. 2015'te çıkardığı dört sayıyla, hem plazalarda hem de işsiz gazeteciler arasında ilgi uyandırdığı belirtilen Journo dergisi, farklı ideolojik eğilimlere sahip olmakla birlikte, "meslektaş dayanışması" olarak belirledikleri ortak bir hassasiyeti taşıyan yaklaşık 40 gazeteciye, ifade özgürlüğünün tehdit altında olduğu düşünülen ortamda serbestçe içerik üretme fırsatı vermek amacıyla kurulduğu kaydedilmektedir. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından kurulan ve desteklenen platform, hem projelerinde hem de özel ve resmi kuruluşlar tarafından araştırılması istenen alanlarda serbest gazetecilerle birlikte çalışmaktadır. Bu kurumların sağladığı fonlarla özel dosyalar hazırlanmaktadır. "YouTube'da gazetecilik: Abone, reklam, sponsor ekseninde özgürlük" (journo.com.tr, 2018); 8 Mart Dünya Kadınlar Günü için hazırlanan "Gazeteci Kadınların Yaşadığı Cinsiyet Ayrımcılığı ve Şiddet Araştırması" başlıklı dosyalar (Journo.com) gibi daha bir çok dosya bu fonlarla finanse edilmiştir.

Aynı şekilde Bianet de başta Avrupa Birliği olmak üzere birçok kurum adına araştırma yaparken serbest gazeteciler ile çalışmaktadır. "İşsiz Gazeteciler Haberinin Peşinde" projesi Hollanda Kraliyeti Başkonsolosluğu'nun Matra-İnsan Hakları Programı finansal desteği çerçevesinde serbest gazetecilere hazırlatılan kapsamlı bir çalışmadır (Bianet.org). Yine, "Haklar için Habercilik Haberciler için Özgürlük" başlıklı projesi İsveç Ulusal Kalkınma Ajansı (SİDA), Avrupa Birliği- Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu gibi kuruluşlar tarafından desteklenmiştir. Basın özgürlüğünü ve bağımsız gazetecilik formlarını korumak için ülke çapında network kurmak gibi bir proje başta olmak üzere, daha birçok projede bu tür fonları kullanan (Bianet.org) Bianet'in sitesi incelendiğinde, bu sitenin Türkiye'de serbest gazetecilerin kümелendiği önemli bir kuruluş olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra kimi yurt içinden kimi yurt dışından Türkçe yayınlanan siteler söz konusu otonom şirket özelliği göstererek serbest gazetecilerle birlikte çalışmaktadırlar. Ancak bu sitelerden çoğu kâr gütmeyi için ya hiç telif ödememekte ya da cüzi bir miktar ödemektedir. Duvar, T24, Beş Harfliler,

Diken, Artı Gerçek gibi birçok dijital yayın, ekonomik döngülerini bu fonlar üstünden kurgulamış ancak analiz yazarlarına ve dışarıdan haber üreten şahıslara telif ödemek konusunda belirgin bir sistem oturtabilmiş değildir (Uzunoğlu, 2014, s. 30).

Yapılan araştırmada, Türkiye'de Başbakanlık ve bazı bakanlıkların "tanıtım" adı altında verdiği fonlar (kms.kaysis.gov.tr, 1984, s. 2) ve bazı kurumların zaman zaman kendi özel çalışmaları için açtıkları fonlardan başka, kurumsal olarak serbest gazetecilerin desteklendiğine dair bir kaynağa rastlanmamıştır. Buna karşın, Türkiye'de faaliyet gösteren gazetecilerin bile yurtdışı kaynaklı fon kurumları tarafından desteklendiği Journo.com ve Bianet'teki veriler açıkça göstermektedir. Avrupa'da ise hem çeşitlilik bakımından hem de serbest gazetecilerin örgütlenme ve sosyal hakları açısından daha gelişkin bir görünümünden söz edilebilir. Literatür ve pratikteki uygulamalar, serbest gazetecilik faaliyetine ilişkin olarak yurtdışında bu alanın herşeyden önce habercilikle birlikte çok çeşitli faaliyetleri kapsadığını da göstermektedir. Çizim ve karikatür işi, grafik, maket fotoğraf gibi faaliyetler de serbest gazetecilik faaliyeti olarak değerlendirilmektedir. Bu faaliyetlerin günümüzde sadece gazetelerde yapılmakla sınırlı kalmadığı, global yayın anlayışının gelişmesiyle birlikte, gazete ve dergilerin yanında bilginin toplanması, düzenlenmesi ve yayılması faaliyetinin radyo ve televizyonlar, basın ve haber ajansları, elektronik veya ağ üzerinden yayınlar ile multimedya boyutuna ulaştığı açıktır.

Sosyal medyada bireysel yayıncılık, kişisel İnternet siteleri kurabilme imkânı, yerellikten globalliğe geçiş, istenen herkes ile rahatlıkla iletişim kurabilme imkânı ve bütün bunların yanında serbest gazetecilerin en önemli problemi olan maddi destek ve güvence probleminin nispeten çözülmüş olması yeni dönem imkânları arasında ilk akla gelenlerdir. Serbest çalışan gazetecinin yerellikten çıkıp bir dünya gazetecisi haline geldiğini söylemek yanlış olmayacaktır; çünkü İnternet sayesinde oluşturduğu portfolyo dünyanın her yerinden görünebilir ve iletişim kanalları sayesinde her taraftan kendisine ulaşılabilme imkânına sahip olabilir. Haber kaynaklarına ulaşması, üretimden dağıtıma kadar geçen süreçte, İnternetin maliyet düşüren bir işlev üstlenmesinin (Yıldırım, 2010, s. 234) serbest gazeteciyi olumlu yönde etkilediği görülmekte, sosyal medya aracılığı ile de kendi kitlesini geliştirebilen serbest gazeteci, potansiyel müşterilerini oluşturmakta

ve gerekli etkenleri besleyerek bireysel bir marka haline de gelebilmektedirler (Brems, Temmerman, Graham, & Broersma, 2016).

3.1.1 İnternet Ortamında Serbest Gazetecilik Biçimleri

Kitleler ve bireylerle iletişimi derinden etkileyen sosyal medya, gazetecilik mesleğinde çalışanlar açısından, yeni bir haber kaynağı olmasından öte, mesleği interaktif bir şekilde icrasına imkân tanıyan yepyeni bir gazetecilik ortamı olduğunu da söylemek mümkündür. Twitter, Facebook ve YouTube gibi uygulamaların gazeteciler arasında kullanılması (Kurt, 2014, s. 833), hızı ve bilgiye ulaşma kolaylığını artırmıştır. Kaynak çeşitliliği, erişim imkânları ve okuyucu/izleyici ile anında etkileşimi sağlamıştır. Bu özelliklere sahip olması nedeniyle, sosyal medyanın, geleneksel medya karşısında avantajlı duruma geldiği belirtilmektedir (Eurobarometer Qualitative studies , 2012, s. 7). İşte bu yöntemler, mesleğe öz olarak değilse bile, uygulama alanında yeniliklere yol açtığı aşikârdır. Bir gazeteci artık, olay yerinden anlık twit atarken, diğer yandan da canlı video yayını yapabilmekte ve ajanslara görüntü geçebilmektedir. Ortadoğu'daki olaylar, Afrin Harekatı'nın an be an aktarılması, Amerika Birleşik Devletleri'nde görülen Zarrab davası bu teknolojinin kullanıldığı önemli olaylar arasında sayılabilir. Bu olaylar sosyal medyada, çoğunlukla serbest gazetecilerin gözünden dünyaya aktarılmıştır.

Serbest gazeteciler risk açısından incelendiğinde değişik kategorilere ayrılabilir. Tüm dünyada serbest gazeteciler ile işbirliği yapan Associated Press'in Başkan Yardımcısı John Daniszewski serbest gazetecileri üç kategoride değerlendirmektedir: *Birincisi*, yıllar süren tecrübeler sonunda yeteneklerini geliştirmiş, itibarlarını oturtmuş, haber kurumları adına görev yapan, sorumlu ve profesyonel serbest gazeteciler; *ikincisi*, mesleğe yeni başlayan, yapacakları cesur işlerle haber organizasyonlarının ve halkın dikkatini çekmek için uğraşan serbest gazeteciler; *üçüncüsü*, bulundukları ülkelerde lokal bir haber ağı için çalışan ve uluslararası haber kuruluşlarında haber ve bilgi pazarlayan yerel gazeteciler (Mahoney, 2015).

Bu gazetecilerden Joshua Micah Marshall'ın İnternet ortamında serbest gazetecilik tarihi için önemli bir yeri olduğu değerlendirilmektedir. Marshall,

gazetecilik dalının en değer verilen ödülllerinden biri olan "George Polk Gazetecilik Ödülünü" adliye muhabirliği alanında kazandığında, yepyeni bir durum ortaya çıkmıştı. Çünkü ödülü alan bu gazeteci, kurumsal herhangi bir medyada çalışmamaktaydı. George W. Bush döneminin Adalet Bakanı tarafından işten çıkarılan 8 savcının, siyasi düşüncelerinden bu kararın alındığını ispatlayan Marshall, yaptığı bu haberi de kurumsal herhangi bir medyada değil, resmi bir kuruluş olmayan kendi blogunda yayınlaması da şaşkınlıkla karşılandığı belirtilmektedir. Bu durum üzerine sonradan etkili bir haber mecrası haline gelen Talking Points Memo (TPM) adındaki bu blog, yayınlarını sadece İnternet üzerinden yaparak "Polk" ödülüne layık görülen ilk bağımsız mecra olarak kayda geçmektedir. Gelişen bu olaylar üzerine, ABD Adalet Bakanlığı'nın da, hiçbir kuruma bağlı olmayan bu gazeteciyi "akredite" gazeteciler listesine eklediği aktarılmaktadır (Tunçdemir, 2015).

Öte yandan bir şekilde işyerlerinden ayrılan gazetecilerin bir şirket kurarak, veya bir şirket etrafında toplanarak çeşitli destek ve fon programları ile araştırmacı gazetecilik faaliyetinde bulundukları bilinmektedir. Türkiye'de Medyascope, Duvar ve Diken.com bu duruma en iyi örnek gösterilecek mecralar arasında bulunmaktadır. Bu oluşumlardan çoğu içerikleri okura ulaştırmak için gönüllü çalıştıklarını (medium.com) ve yine hepsi ticari veya politik müdahalelerden uzak olduklarını ve kamu desteğine dayandıklarını açıklamakta ve okurdan destek talep etmektedirler (theshiftnews.com).

Diğer yandan bazı gazeteciler YouTube ve Facebook başta olmak üzere bir program formatında günlük veya haftalık canlı yayın yaparak veya gelişen olayları Twitter üzerinden birbirini izleyen, numaralandırılmış kısa mesajlarla gazetecilik faaliyetini yürütmektedirler. Özellikle Ortadoğu'da yaşanan savaş ve Türkiye'nin dış politikasının yansımaları konusunda serbest gazeteciler oldukça zengin haber konusu sunmaktadır.

Bir diğer serbest gazetecilik faaliyeti olarak "outsourcing" gösterilebilir. This American Life'in ortaya çıkardığı duruma göre, çok büyük medya şirketlerine haber veren Journatic adında bir Amerikan şirketi, Uzakdoğu ülkelerinde yaşayan freelancerlara çok ucuza haber yazdırarak müşterilerine pazarlamaktadır (Genç, 2012). Günümüzde bu yöntem yaygın olarak kullanılmaktadır.

Son olarak, bazı gazeteciler, kurdukları İnternet site veya bloglarından sadece kendi haber, yorum ve dosyalarını yayımlayarak gazetecilik faaliyetini sürdürmektedir. Bunun Türkiye versiyonunda minimum çapta ünlü gazetecilerden Fehmi Kuru'nun bloğu gösterilebilirken (fehmiroku.com/) uluslararası boyutta Julian Assange'ın kurduğu Wikileaks'in iyi bir örnek olduğu düşünülmektedir.

3.1.2 İnternet Ortamında Serbest Gazeteciliğin Dezavantajları

Günümüzde "serbest çalışan" birçok kişinin kendisine ait bir sitesi ya da portfolyosu olmalı iken Türkiye'de kimsenin böyle bir işe girişmediği görülmektedir (Uzunoglu, P24.com, 2018). Öte yandan Çığ da, serbest çalışan gazetecilerin, basılı geleneksel (ana akım) medyada çalışan gazeteciler kadar seslerini duyuramadığını vurgulamaktadır (Çığ & Çığ, 2011, s. 27). Cangöz de gazetecilerin bireysel olarak yaptıkları haberleri yayınlama olanakları, ana akım haber medyasının kurumsal gücüne ihtiyaç duyduğunu söylemekle birlikte; Türkiye'de bu tartışmaların Batı'dan farklı bir görünüm sergilediğini çünkü freelance gazeteciliğin özellikle Kuzey Avrupa ülkeleri, Kanada ve Amerika'da daha gelişkin ve kurumsal bir kimlik olarak kabul gördüğünü aktarmaktadır (Cangöz, 2016, s. 115). Cangöz'ün tezini, Uzunoglu'nun, İsveç Gazeteciler Sendikası Başkanı Jonas Nordling'le yaptığı söyleşi de desteklemektedir. Zira Nordling, ülkelerinde freelancerların birer bağımsız şirket gibi faaliyet gösterdiklerini söylemektedir (Uzunoglu, P24.com, 2018). Bu durum özellikle haber bedelleri ile ilgili pazarlık yapabilme kabiliyetini kuvvetlendirmektedir.

Öte yandan; iş hukuku ile ilgili bazı yükümlülüklerden muaf olmaya çalışan bir kısım işveren, aslında kuruma bağlı bir şekilde istihdam ettikleri işçi niteliğindeki gazetecileri, "göstermelik sözleşme"lerle "serbest gazeteci" gibi sunabilmektedirler (Karahisar, 2008, s. 92). Bu durumun, gazeteciler arasında stres düzeyini arttırdığı gözlemlenmektedir. "Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü İş Sağlığı ve Güvenliği Bölümü"nde gerçekleştirilen bir proje kapsamında, kurumlarda çalışan gazeteciler ve serbest çalışan gazetecilerden 24 ile 50 yaş arasında olan 50 gazeteciye, stres düzeyleriyle ilgili bir test uygulandı. Testte, "iş stresi düzeyi ölçeği ilgili problemlerle birlikte bu mesleği icra etmeye başladıktan sonra karşı karşıya kaldıkları rahatsızlıklar ve çalışma şartları" ile alakalı sorular soruldu. Sonuçta; projeye katılım

gösterenlerden stres %70 oranında "tehlikeli seviyede" çıkarken, sadece %30'luk bir kısmında, psikolojik ve fiziksel bir belirti olduğu tespit edilmiştir (Erşin, 2017).

Mahoney tarafından 2015 yılında farklı bölgelerdeki serbest gazetecilerin sorunları üzerine yapılan niteliksel bir araştırmada ilginç sonuçlar ortaya çıkmıştır. Kahire'de çalışan bir serbest gazeteci olan Louisa Loveluck, serbest gazeteci olmanın en zor yanının sürekli zihinsel yıpranma olduğunu ve bir şey ters gittiğinde bir kişi veya kuruluşun desteğinin belirsiz olması gibi olumsuzlukları ön plana çıkarmıştır. Ücret ve güvenliğin doğrudan ilişkili olduğunu da belirten Loveluck, çalıştığı bazı yayınların serbest gazetecilerin güvenliğiyle ilgili bir tartışmadan kaçındığını ve acil durumlar için planlarının olmadığını belirterek, bir görev öncesinde güvenlik hakkında tek konuşmanın e-postanın sonunda "dikkatli ol" ya da "güvende kal" demekten ibaret olduğundan bahsetmektedir. Kahire merkezli çalışan diğer bir serbest gazeteci olan Tom Dale de bir haber oluşturmak için sarfedilen çaba ile karşılığında alınan ücret arasında uyum bulunmadığını belirtmektedir. Serbest gazetecilerden bazıları "spekülatif şekilde" haber peşinden koşmaktadırlar. Özellikle genç gazetecilerin isim yapmak için risk aldığını belirten Dale, iş olanaklarının kısıtlı olması nedeniyle insanların bu seçimleri yapmaya zorladığını kaydetmektedir. Son zamanlarda, özellikle DAİŞ terör örgütü tarafından öldürülen serbest gazetecilerden dolayı bazı kurumlar bu tür spekülatif haberleri almayacaklarını açıklamışlardır (Mahoney, 2015). Bu durum ile ilgili olarak, serbest gazetecilerin zaten sorunlu olan iş alanlarını iyice daralttığından dolayı yapılan çok sayıda eleştiri mevcuttur.

Verilen bu bilgilere bakıldığında, serbest gazeteciler açısından, çalışma saatlerinin belirsizleşmesi, iş kapasitesinin artması ve nitelik ihtiyacının artması nedeniyle yeni medyanın, geleneksel medya tarafından sağlanan imkânları aratacağı düşünülmektedir (MacGregor, 2003). Yeni iş bölümü ve kazançlardaki adaletsizliğin daha da artacağına öngörüldüğü yeni medyada, iş gücü olarak çok basit olmasına rağmen büyük kârlar sağlayarak "patron"lara dönüşeceği bir sorun olarak belirtilmektedir (İLEF, 2007, s. 8). Çalışan gazetecilerin, mesleki kariyerleri açısından birden fazla yeteneğe sahip olmalarının önemli olduğunu düşünmelerine karşın, aldıkları maaş ve sosyal güvence konularında bu yeteneklerinin pratikte bir avantajını

görmedikleri, hatta önceki döneme göre çalışma sürelerinin arttığı gözlemlenmektedir (Avilés, Carvajal, & García, 2008, s. 226). Bununla birlikte, gazetecilere birden fazla kabiliyet kazandırmak için verilmesi gereken eğitime yönelik yatırım yapmaktan kaçınan patronlar, bunun yerine "yeni medya uzmanı" veya eski çalışanları işten çıkartıp yerine yeni iletişim teknolojilerine hâkim, daha genç kişileri işe almak gibi bir yöntem izlemektedirler. Bu nedenle yeni medya dönemi ile birlikte gelişen "multimedya"nın gazetecilik mesleğini icra edenler arasında bir huzursuzluğa neden olduğu ve bilinen "geleneksel gazetecilik kültürü"nün doğasıyla pek uyuşmadığı söylenebilmektedir. Yine de, bu sistemde istihdam olan gazeteciler ve editörler, multimedyanın kullanılmasının yapılan iş kalitesini yükselttiğini, kariyer fırsatını geliştirdiği gibi, iyi bir iş yaptıkları hissini de kuvvetlendirdiğini ifade etmektedirler (Deuze, 2004, s. 146).

3.1.3 Serbest Gazetecinin Anonim Kimlik Kullanımı

Anonimlikten kasıt, "eser sahibinin belli olmaması"dır. Konu ile ilgili Basın Kanunu'nun 11/3. Maddesi, bu durumun mümkün olabileceğine atıf yaparak "sürelî yayınlarda eser sahibinin belli olmaması veya yayım sırasında ceza ehliyetine sahip bulunmaması vs. gibi durumlarda, sorumlu müdür ve yayın yönetmeni, genel yayın yönetmeni, editör, basın danışmanı gibi sorumlu müdürün bağlı olduğu yetkili"yi sorumlu tutmaktadır. Ancak bu eserin sorumlu müdürün ve sorumlu müdürün bağlı olduğu yetkili kişinin karşı çıkmasına rağmen yayımlanması durumunda, bundan doğan sorumluluğu yayımlatana vermektedir (TBMM, 2004).

Uzunoğlu, anonimlik kavramının üzerindeki tartışmaların genellikle teknik özellikler olmadığını, anonim kimlikler üzerine kurulu olduğunu belirterek tam bir anonimlikten söz edebilmek için gerekli kriterlerin bu tür tartışmalarda genellikle atlandığını belirtmektedir. Cep telefonu numaralarıyla sosyal ağlara kaydolanlar veya Gmail gibi izleme/gözleme kabiliyeti üst seviyede olan servislerle sosyal ağ bağlantılarını sağlayan bireyler açısından küresel gözetimi atlatabilmek pek mümkün olmamaktadır. Anonim kimlikler sosyal mühendislik çalışmasıyla ifşa edilebilmektedir (Uzunoğlu, journo.com, 2017). Türkiye'de 2015 yılında Gezi protestoları dolayısıyla yapılan gözaltılardan yarısının kişilerin kendi fotoğrafları ve meta datası silinmemiş farklı fotoğrafları değerlendirilerek yapılmıştır (Yörür, 2017). Yine, Facebook benzeri

mecralarda blog bağlantıları veya bloglarda paylaşılan Facebook profillerinin bağlantılarından dolayı, anonim bir kimlik kullanılsa da gerçekte kim olduğu görülebilmektedir (Erbaş, 2011).

Peki, anonimlik neden tercih edilmektedir? Ekseriyetle siber zorbalık faaliyetleri ve siber zorbaların gizlenmesi açısından kullanılan ve bu şekilde aşına olunan anonimliği (Topçu-Uzer & Tanrıkulu, 2017, s. 4) basın yayın alanında kullananlar genelde, düşünceyi korumak ve özgürce yayın yapmak amacını gütmektedir. Hatta kişisel güvenlik söz konusu olduğunda, anonimlik öz kimliğin önüne geçebilmektedir (Soeharto, 2002). Konu ile ilgili geniş bir makale yazan Uzunoğlu, özellikle son ABD seçimlerinde anonim kaynaklara dayalı farklı içeriklerin insanları etkilemek için kullanılmasına dikkat çekmiştir. Doğu Avrupa ülkelerinde özellikle gençlerin dolaşıma soktukları kaynağı belirsiz içeriklerin ortaya çıkardığı etki ve bu işlerin arkasında Rusya'nın bulunduğu inancı anonim kişilerin bir zombi ordusu gibi siyaseti ve dünyayı etkiledikleri görüşüyle birleştirilmiştir. Trump dahil çok sayıda siyasi aktör ve çoğu "liberal siyasetçinin" bu anonimler ve robot profiller tarafından sarıldığı inancının ortamı yönlendirdiğini belirten Uzunoğlu, yandaş olan anonim kişilerin kim olduğu ve ne istediklerinden ziyade onların üstünden rakiplerini alt etmek ya da onlar üzerinde moral üstünlük kurma peşinde olduğunu aktarmaktadır. Uzunoğlu aslında bu meselenin günümüzde medya ve iletişim araştırmalarının ortaya çıkmasına sağlayan probleme götürdüğüne dikkat çekerek:

"Gündemi kim belirleyecek" fikri, "ortamı kim domine edecek ve nihayetinde kitlelerin rızasını kim üretecek ya da yıkarak yerine yenisini koyacak?" sorusu, medya araştırmaları için önemlidir. Yeni Medya ortaya çıktığından beri de siyasal iletişimin bir baş ağrısı olarak görülmesinin ana nedenlerinden birisi de budur" (Uzunoğlu, journo.com, 2017).

Panama Belgeleri'nden Wikileaks'e uzanan değişik sızıntılar tüm dünyada ilginç sonuçlar verebilmektedir. CPJ araştırmaları, devletler ve müttefiklerinin bu akışı kesmek için radikal hamleler yaptığını göstermektedir. Bu çerçevede dünya çapında cezaevlerinde bulunan tüm gazetecilerin yarısı kadarının ajanlık ya da devlet sırlarını ifşa etmek gibi devlete karşı işlenen eylemlerden dolayı suçlanarak hapsedildikleri

görülmektedir (CPJ, 2012). Bu ve benzeri nedenlerle devletlerin İnternet devleri ile işbirliğine giderek, terör örgütlerinin sosyal ağları kullanımını, sıradan eleştirel yurttaşların ifşa edilmesini bahane etmesi, devletlerin kullandıkları geniş teknik gözetim imkanları ile birlikte düşünüldüğünde, anonimlik konusunun farklı bir teknik kapasite gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır (Uzunoğlu, journo.com, 2017).

Buna karşılık gizliliği koruyucu yeni teknolojiler de geliştirilmektedir. NSA dokümanlarının ilk serisinin yayınlanmasının birinci yıl dönümünde, habercilerin gizli dokümanlarını gazeteğe göndermelerini kolaylaştıracak farklı bir sistem geliştirdiğini duyuran The Guardian gazetesi, Secure Drop isimli açık kaynaklı bu sistem sayesinde, kaynakların anonimliğini koruyarak, onların güvenli bir şekilde haber ve belgelerini iletmelerini sağlamaktadır. Bu teknoloji kullanılarak, devletlerin gözetleme pratikleri nedeniyle habercilerin sessiz kalmasının önüne geçilmesi amaçlanmaktadır. Daha geniş bir perspektiften bakıldığında bu yeni uygulama, araştırmacı gazetecilik için sınırlamalara karşı "dokunulmaz" bir alan geliştirilmesi açısından oldukça önemli sayılmaktadır (Kara, 2014). Bunun yanında Adblocker, Tor tarayıcısı veya Tails gibi daha sofistike alternatif sistemlerle anonim kimlik korunabilmektedir.

"Anonim" olmanın getirdiği neredeyse "mutlak" özgürlük hissinin anonimliği körükleyen diğerk bir olgu olduğu öne sürülmektedir. Fakat bu özgürlüğün "mutlak" zannedilmesi, etik ve hukuk normlarını hırpaladığı için, bunların yeniden şekillendirilmesi gereği, yeni bir soruna işaret etmektedir. Basın özgürlüğünün kısıtlı olduğu ortamlarda ileri sürülen görüşlerden dolayı ceza almaktan endişe eden birilerinin anonimliği kullanması, siyasal olarak özgür bir durum kazanıldığı da yapılan diğerk bir savunmadır. Fakat kurgusallığın, nefret söylemi için de uygun bir zemin temin ettiği gerekçesi ile bu kapsamdaki özgürlüğün her zaman meşru görüşler için kullanıldığını da düşünmemek gerektiği hatırlatılmaktadır (Uyanık, 2013, s. 15).

3.1.4 Serbest Gazetecinin "Tek Başına"lığı

Serbest gazeteci işinin doğası gereği "tek başına"dır. Burada üstünde durulması gereken nokta, gazeteci işini yaparken karşılaştığı tehlikeler ve riskler karşısında bir yalnızlıktan söz etmek daha doğru olacaktır. Serbest gazetecilerin ani gerçekleşen bir

doğal afeti kendileri için anlık fırsat olarak değerlendirirken, riskler ve potansiyel sonuçlar açısından tek başlarına kalabilmektedirler. Bu nedenle, haber yapımından önce haber konusu için medya kuruluşunun talebinin garantiye alınması ve ardından serbest gazetecilerin harekete geçmesi ve böylelikle bir haber kuruluşunun sağlayacağı kurumsal desteğin önceden garanti altına alınması önemli görülmektedir (CPJ, 2012).

Enformasyon teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte önem kazanan unsarlardan biri olan yazar haklarından kaynaklandığı belirtilen serbest gazeteci sayısındaki artış nedeniyle, gazetecilik sendikaları ve meslek birliklerinin birbirleri ile yakın işbirliğinin daha da önem kazandığı vurgulanmaktadır. "Uluslararası Gazeteciler Federasyonu"nun, bu amaçla, yazar hakları alanındaki uzmanları bir araya getirmek için "Yazar Hakları Uzman Grubu"nu kurduğu söylenmektedir (Uzun, 2005, s. 69). Diğer yandan, terör örgütlerinin gazetecileri hedef alması başta olmak üzere farklı tehlikeler altında ve düşük ücret ortamında çalışan serbest gazeteciler, kendi aralarında örgütlenerek bu risklere karşı durmaya çalışmaktadırlar. Bu örgütler arasında Londra'daki Cephe Hattı Serbest Gazeteciler Kaydı (Frontline Freelance Register-FFR) gösterilebilir. FFR üyeleri, gazeteciler için riskli bir bölgeye girmeden önce özel eğitimlerin alınması, uygun sigorta şartlarının sağlanması ve temel güvenlik protokollerinin yerine getirilmesi için faaliyet yürütmektedirler (Mahoney, 2015). Serbest kameraman Vaughan Smith, serbest gazetecileri destekleyen organizasyonların daha önce de var olduğunu ancak kendilerini temsil etme yetkilerinin olmadığını hatırlatmaktadır. 400'ün üzerinde üyesi bulunan Cephe Hattı Serbest Gazeteciler Kaydı'nın medya şirketlerini serbest gazetecilerin ücretleri ve koşullarını iyileştirmek için zorlamaktadır. Smith serbest gazetecilerin daha iyi ücretler almalarıyla kendi sigortalarını yaptırabileceklerini ve güvenlik ekipmanlarını satın alabileceklerini belirterek, serbest gazetecilerin haber endüstrisinde kendilerini örgütleyebilmeleri halinde şartlarının daha iyi hale geleceğini düşünmektedir (Mahoney, 2015).

3.1.5 Sosyal Güvence ve Güvenlik Sorunu

Gazeteciler savaş bölgesi gibi yüksek risk içeren bölgelerde çoğunlukla sigorta ve bir sosyal güvenceden yoksun olarak, belli bir kuruluşa bağlı olmadan çalışmaktadır. Bunun en büyük nedeni prestijli haber kuruluşlarının bile maddi külfetleri göze alarak

riskli bölgelere kendi çalışanlarını göndermek istememesi olarak gösterilebilir. Dünyanın farklı coğrafyalarındaki insanlara bulundukları yerlerde neler yaşandığını aktarmak için canını ortaya koyan habercilerin bir çoğu güveneceği bir kurumu arkalarına almadan, yalnız ve büyük risk olarak çalışmaktadırlar (Türesay, 2014).

2014 yılında Amerikalı serbest habercilik yapan Steven Sotloff ve James Foley'in Suriye'de radikal IŞİD militanları tarafından kafalarının kesilmesi ile gazetecilerin artık birer hedef olduğu gün yüzüne çıkmıştır. Bu olayla birlikte görülmüştür ki isyancı gruplar artık haber yaymak için muhabirleri kullanmamakta, onları kaçırarak haber olmaktadır. Bu nedenle prestijli haber medyası, giderek daha tehlikeli hale gelen bu duruma tedbir olarak, "HEFAT" olarak bilinen ilk yardım eğitimini çalışanları için vermeye başlamıştır. Bu eğitime güvenlik ekipmanlarının temini ve güvenlik uzmanlarının işe alınması da dâhil edildi. Konu ile ilgili CPJ için ayrıntılı bir yazı yazan Mahoney'in araştırmasına göre Reuters söz konusu eğitimi veren haber kuruluşları arasında yer almaktadır. Ajans riskli bölgelerde görev yapan tüm muhabirlere güvenlik eğitimi, uygun ekipman ve sağlık sigortası sağlarken editöryal yapıları güvenliğini sağlayacak biçimde yeniden düzenlemektedir. Reuters, kadrolu bir çalışanını göndermeyeceği bölgelere serbest gazetecileri de göndermemektedir ancak öyle bir bölgede faal olan serbest bir gazeteciden materyal satın alabilmektedir. 2014 yılının Ağustos ayında DAESH'in kafa kesme videolarının dolaşıma girmesi üzerine Agance France-Presse güvenlik politikasını halka duyurmuş, haber müdürü Michèle Léridon kaleme aldığı bir yazıyla ajansın çatışma bölgelerine haberci göndermeyeceğini belirtmiştir. Burada, potansiyel habercileri böylesi riskler almaktan caydırmak ve onlara "kendi başına gitsen ve bize harika materyal getirsen dahi onu satın almayacağız" mesajı vermeye çalıştıklarını belirten Léridon, ancak bölgede yaşayan insanlardan haber ve fotoğraf almaya da devam ettiklerini belirtmektedir. Dünyanın birçok farklı coğrafyasındaki sıcak çatışma bölgelerinde çalışmış olan serbest gazeteci Toby Muse bu tutuma kısmen karşı çıkmaktadır. Muse'ya göre temelinde serbest gazetecileri koruma fikri bulunsa da Suriye veya Bağdat'taki serbest gazetecilerden haber ve görüntü satın almama kararının serbest gazetecilerin iş imkânlarını daralttığını söylemektedir (Mahoney, 2015).

Cephe Hattı Serbest Gazeteciler Kaydı'nın öncülük ettiği inisiyatifler, serbest gazetecileri güvenlik kurallarına uymaları, sigorta olmadan çalışmamaları ve güvenlik eğitimi almaları konusunda uyarmaktadır. Mahoney haber medyasının serbest gazetecilere ait içeriğe adil yaklaşmasının bunun yanında eğitimsiz ve sigortasız serbest gazetecilerden yararlanmamasının en ideal çalışma tarzı olduğunu belirtmektedir. Daha sıkı güvenlik protokolleri konusunda hassas olan bazı hak savunucuları riskli bölgelerde görev yapan gazeteciler için HEFAT yeterlilik akreditasyon sistemini önermektedirler. Ancak Mahoney bunun tartışmalı bir fikir olduğunu ve serbest gazeteciler arasında kimin haber yapıp kimin yapamayacağını belirleyecek keyfi bir otorite olarak görenlerin olabileceğine dikkat çekmektedir (Mahoney, 2015).

Yeni iletişim ortamı gibi esnek bir yapıya sahip ve genelde projeye dayalı bir alanda çalışanlar için diğer önemli bir sorunun da iş güvencesi olduğu belirtilmektedir (Deuze & Dimoudi 2002, s. 91). Batt vd., giderek büyüyen bu endüstride çalışan personelin sadece üçte ikisinin gelecekteki iki yıl görevlerinde kalacağını yaptıkları çalışmayla ortaya koymaktadırlar. Yapılan bu araştırmanın katılımcıları genelde, yüksek maaşla istihdam edilen yeni medya çalışanları olmasına karşın, onların, "güvence politikaları, sağlık sigortası, çalışma saatleri, izin" vb. gibi konularda ihmal edildiklerini düşündükleri görülmüştür. Ortaya konan çalışmada tam gün çalışanların sadece yüzde 72'sinin kapsamlı sağlık bakımını ve yüzde 77'sinin sağlık sigortası işverenlerden aldığı; bağımsız çalışanlardan ise yüzde 25'inden daha azının bu tür desteği işverenlerden ya da müşterilerden aldığı ve yalnızca yüzde 11'inin sağlık sigortası bulunduğu saptanmaktadır (Batt, Christopherson, Rightor, & Jaarsveld, 2000, s. 7).

İşte bu risklere karşı uygun bir sağlık sigortasına sahip olmak günümüzde serbest gazetecilerin yaşadığı en büyük sorunlardan biri olduğu bilinmektedir. CPJ'nin hazırladığı serbest gazetecinin güvenlik rehberine göre büyük prestijli medya kuruluşlarına bağlı savaş muhabirlerinden, az gelişmiş ülkelerdeki yerel çalışanlara kadar çok sayıda haberci sigortasız ya da kısıtlı sigorta şartları altında çalışmaktadır. Serbest gazeteciler bazı durumlarda sigortalarını kendileri yapmak zorunda kalabilmektedirler. Öte yandan bazı gelişmiş ülkelerde serbest gazeteciler için kısıtlı da olsa farklı sigorta imkanları bulunmaktadır. Profesyonel Gazeteciler Topluluğu - SPJ

engellilik maaşı, ölüm, tıbbi yardım, yaralanma gibi risklere karşı gazetecilere farklı sigorta seçenekleri sunmaktadır. Ancak ne yazık ki SPJ'nin sigorta seçenekleri ABD dışında görev yapan habercilere de uygun değildir.

Bunun yanında üyelerine sigorta sunan kuruluşlar arasında Ulusal Basın Fotoğrafçıları Birliği (National Press Photographers Association) ve Ulusal Yazarlar Birliği (The National Writers Union) gösterilebilir. Paris merkezli basın özgürlüğü grubu Sınır Tanımayan Gazeteciler (Reporters Without Borders) Quebec, Kanada merkezli özel sigorta şirketi World Escapade Travel Insurance ile beraber yaşadıkları ülke dışında çalışan serbest gazeteciler de dâhil olmak üzere gazetecilere farklı sigorta paketleri sunmaktadır. Bu poliçeler özellikle savaş bölgelerinde görev yapan gazetecileri de kapsayacak şekilde planlanmıştır. Ancak bu sigortalardan faydalanabilmek için gazetecilerin Sınır Tanımayan Gazeteciler örgütüne üyelik aidatı ödemesi gerekmektedir (CPJ, 2012).

3.1.6 Değişen Gelir Modeli

Yeni medyada değişen önemli unsurlardan biri de eskiden elde edilen gelir kaynaklarının farklılaşması olarak gösterilmektedir. Özellikle iş geliştirme stratejilerinin, pazarlarının veya yapılandırmalarının değiştiğini görmekteyiz (Çulcuoğlu, 2013, s. 15). İnternet ortamında gelir kaynakları çeşitlenmiş ve bu kaynaklardan birçoğu gazetecilik alanında da kullanılmaktadır. İnternet içeriğinin kazanç sağlayan bir alan olarak anlaşılması 1990'lı yıllara dayanmasına rağmen, gelir modelini, hizmet sunu üzerinde kuran Google tarafından getirilen yeniliklerle birlikte, İnternet sitelerinin çoğunda içerik sunumu üzerine kurulan iş modeli 2000 yıllardan itibaren değişmeye başlamaktadır. Bu alanda iş yapan şirketlerin enformasyona veya içeriğe dayanan birikim stratejileri "iletişime ve işbirliğine dayanan" şeklinde değiştiği tespit edilmektedir. Bu durum şirketlerin İnternet alanına daha çok yatırım yapmasını beraberinde getirmiş, piyasa kurallarına uygun hale getirilen İnternette, kullanıcıların katılımı ve üretiminin de metalaşmasını beraberinde getirdiği izlenmektedir. Katılım, paylaşım ve değişim gibi etkinliklerde bulunulabilen Web 2.0 döneminde, İnternet birikim stratejisi, "İnternet reklamcılığı" üzerinden örneklendirilmektedir (Fuchs 2009'dan aktaran Aydoğan & Başaran, 2012). Kendi ürünlerini ve verdikleri hizmeti

ücretsiz biçimde sunmakta olan, reklam alımına dayalı sosyal ağlar ve paylaşım siteleri, daha çok kullanıcının daha çok reklam getireceği varsayımıyla, İnternet üzerindeki içeriğini ve hizmet sunumunu olabildiğince çeşitlendirip ücretsiz hale getirmektedirler. Bu durum, geleneksel medyada izleyicilerin/okuyucuların metalaşması sürecinin, Web 2.0 döneminde de kullanıcılara yönelik olarak devam ettiğini göstermektedir. İnternette, sadece tüketen değil aynı zamanda içerik üreten olan kullanıcı, bu içerikleri paylaşarak üretim ve sunum noktasında aktif katılımcı durumuna da gelmektedir. Bu da kullanıcıyı, hem reklamdaki hem de üretiminden dolayı meta olarak kullanılması sonucunu doğurduğuna dikkat çekilmektedir (Aydoğan & Başaran, 2012).

2006 yılında New York'ta kurulan ve bireyi odak noktasına koyan içerik üretimi amacıyla kurulan bir sosyal ağ olan Buzzfeed, can sıkıntısı içinde olan çalışan insanları temel alarak, onların okuyacağı neşeli içerikler sunmaya başladıktan kısa bir süre sonra Alexa araştırmasına göre, dünyanın 135. Popüler sitesi haline gelmiştir. Site Amerika'da ise popülerlikte 41. sıraya ulaşmıştır. Sadece İngilizce dilinde içerik sunduğu milyonlarla ifade edilen bir rakama ulaşan şirket, 2016 rakamlarına göre 850 milyon dolarlık değere ulaşmıştır. Günlük 150 milyon kullanıcısı bulunan İnternet gazetesinin esas geliri, web sitelerine aldıkları reklamlardan oluşmaktadır. Sitenin reklam ekibi tarafından hazırlanan "Nativeadvertising" adı verilen bu yeni nesil reklamlar, site içeriğine benzer bir formatla yayınlanmakta ve çoğunlukla alakalı içeriğin yanına konulmaktadır. Bu tür reklamlar, klasik reklamlardan 3-6 kat daha fazla talep edilebilmektedir (Kalsın, 2016, s. 79).

Columbia Üniversitesi'ne bağlı Tow Center'ın araştırmasına göre ise gazetelerin İnternet sürümlerindeki haber görselleri 500-1000 arasında tıklama almaktadır. 1000 kez görüntülenen bir videonun yaklaşık 20 dolar kazandırdığı hesaplanan bu videolardan elde edilen kazancın, gazetelerin toplam reklam kazancının sadece yüzde 2'sine, İnternet gelirlerinin ise yüzde 10'una denk olduğu kaydedilmektedir. Bununla birlikte, bu yolla gelen gelirin 2010 yılından günümüze kadar yaklaşık üç katına ulaştığı belirtilmekte, bu da gazetelerin videoları ileriye yönelik bir yatırım aracı olarak görebileceğini işaret etmektedir (Kalsın, 2016, s. 83). Bu verilere bakıldığında, YouTube üzerinden açılmış olan kanalların zaman zaman yüz

binlerle ifade edilebilen izlenme oranları, yeni bir gelir kaynağı oluşturduğu açıktır (Özdemir, 2017)

Gazeteciler serbest kalmaya karar verdiklerinde, çoğu zaman kendi firmalarını kurmaları da önemli bir yöntemdir. Yapılan bir araştırmada kendi firması olmadan çalışan serbest gazetecilerin serbest meslek sahibi olarak değerlendirildikleri için her hangi bir durumda işsizlik tazminatı alamamaktadırlar. Serbest gazeteciliğin rahat mekânlarından olan İsveç'te bile Kamu İstihdam Hizmeti işsizlik tazminatının alınması için uğraş verdiği bu nedenle de bir serbest gazetecinin gelir ele etmesinin yolunun firma kurmasına bağlı olduğu söylenmektedir (Ladendorf, 2012, s. 89).

Diğer yandan haber sektörünün değişen ekonomik yapısına bağlı olarak özellikle küçük haber kuruluşlarının dış habercilikte gitgide serbest gazetecilerin haberciliğine dayanmalarına yol açmaktadır. Burada artan haber talebinin serbest gazetecilerin kazançlarını artırması gerektirirken, teknolojik imkanların da dâhil olduğu başka faktörlerden dolayı alana giren yeni habercilerin sayısının artması, ücret artışı önündeki engeller arasındadır. Kişisel güvenlik masraflarının artması da serbest gazetecilerin düşük ücret ve yüksek risk şartları altında kalmalarının nedenleri arasında sayılmaktadır (Mahoney, 2015). Ancak yeni dönemde serbest gazeteci uluslararası gazetecilik kurumları ile iletişime geçerek, sigorta giderleri ve güvenlik tedbirleri dâhil olmak üzere tüm habercilik giderleri için her türlü desteği bulabilmektedir. Örneğin; Birleşik Krallık merkezli AKE'nin amacı gazetecilere çatışmalı ortamlar için gerekli eğitimleri vermektir. Yurtdışında yaşayan veya çalışan kişi veya gruplara Banner Financial Group sigorta hizmeti sağlarken, Bellwood Prestbury tehlikeli bölgelerde görev yapan kişilere kaçırılma ve fidye sigortası temin etmektedir. CPJ'nin hazırladığı "Gazeteci Güvenlik Rehberi"nde bu örneklerden çok sayıda bulunmaktadır (CPJ, 2012). Dünyanın herhangi bir bölgesinde bulunan serbest gazeteci çalışma durumuna uygun olabilecek bu kurumlardan istediklerine üye olarak, gerekli ekonomik ve güvence desteğini sağlaması mümkün görünmektedir.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4.1 İNTERNET ÜZERİNDEN SERBEST GAZETECİLİK VE ETİK SORUNLAR

Etik; belirli durumlardaki reaksiyonlara yol gösteren davranış kuralları ve ahlaki prensipler olarak tanımlanmaktadır (Baran, 2004, s. 215). Karakter oluşumunun sağlanabilmesi için bu ahlaki prensiplerin öğrenilmesine ihtiyaç olduğu belirtilmektedir. Ahlaki değerlerin; toplumsal, psikolojik, insani, ekonomik gibi sınıflamalar içerisinde, diğer tüm değerleri kuşatıcı bir yapıya sahip olduğu ve bireyin, birey olmasını, ahlaklı, kişiliği oturmuş, özgüven sahibi, hem kendi toplumuna hem de dünyaya fayda sağlayan bir birey olmasını sağlamaya çalışırken bu değerlere ihtiyaç olduğu savunulmaktadır (Yağcı, 2012, s. 41). Gazetecilik bağlamında değerlendirildiğinde ise bu prensiplerin gazetecilere etik sorunlar karşısında karar verebilme niteliği kazandırdığı vurgulanmaktadır. Zira etik kurallar, aynı zamanda bir birey olan gazetecinin ahlaka ters düşen davranışlarını kontrol edebilme iradesine sahip olabilmesi anlamına geldiği hatırlatılmaktadır (Akıner, 2007, s. 217). İnternetin sektörlerde kullanımı, çoğunlukla yeni etik sorunların kaynağı olarak görülmektedir (Evers, 2010, s. 322). Mesleği gereği birçok vaka gören gazeteci, bu vakaları habere çevirirken önyargılarını bir kenara bırakarak hikayenin her iki tarafını da objektif olarak analiz etme zorunluluğunun yanında; gazetecilik etiğinin evrensel kodlarını oluşturan adalet, denge, tutarlılık ve kapsamlılık olgularına da dikkat etmesi büyük önem taşımaktadır. İfade özgürlüğü ve insani değerlere saygı hususu, ötekileştirmeyi de engellediği için çoğunluk tarafından önemli kabul edilmektedir (Akıner, 2004, s. 15).

Etik hususunda bir uygulama yönergesi hazırlanarak editörler ve muhabirlerin bu sözleşmeye dahil edilmesi, sözleşmeye karşı çıkacak olanlar da düşünülerek iki kademeli bir basın sistemi oluşturulması, böylece sözleşmeye dahil olmayanların halka ifşa edilmesi, kamu görevlilerinin basın ile işbirliği yapması için teşvik edici ortam oluşturulması amacıyla gazetecilerin, tıp alanındaki hipokrat yemini gibi, etik ilkelerine bağlı kalacağına dair mesleki bir yemininin gerekliliğine vurgu yapan Akıner, gazetecilik bölümlerinden mezun olan öğrencilere diplomaları bu yeminin ardından verilmesini tavsiye etmektedir (Akıner, 2004, s. 17).

Bu çalışmada etik meselelerden söz edildiğinde genel çerçeve, gazetecilik olduğu için serbest gazetecilik ayrıca değerlendirilmeyecektir. Zira, gazetecilik meslek ilkeleri çerçevesinde serbest gazeteciliğin ve profesyonel meslek erbabı olan serbest çalışan gazetecinin, kurumsal bir yapı altındaki gazetecilik ile oradaki çalışanlardan sorumluluk ve yaşanan sorunlar açısından bir farkı olmadığı değerlendirilmektedir. Bu nedenle gazetecilikte iki belirgin dönem olan, İnternet öncesinde ve İnternet sonrasında etik sorunların farklılaşıp farklılaşmadığı tespit edilecektir.

4.1.1 Haber Medyasında Etik Sorunlar

1977 yılında Uluslararası Gazeteciler Federasyonu'nca gerçekleştirilen bir araştırmada serbest gazetecilerin birtakım sorunları olduğu ortaya konmuştur. Örneğin sadece birkaç ülkede, serbest gazetecilerin ücretleri tatmin edici düzeydedir. Serbest gazetecilerin talep edecekleri ücretin büyük ölçüde pazarlık güçlerine bağlı olduğu, diğer meslektaşları ile karşılaştırıldığında, sosyal güvenlik açısından da kötü durumda oldukları belirtilmektedir. Pek çok ülkede özel yasa ve önlemler alınarak ve sendikaların da serbest gazetecileri bünyelerine alması yoluyla bu sorunların giderilmeye çalışıldığı aktarılmaktadır (Atılğan, 1994, s. 292). Türkiye’de ise; medya sahiplerinin sendikalaşmayı engellemesi, işsizlik baskısı, mesleğin rekabetçi yapısı (Karahisar, 2008, s. 87) ve en önemlisi; siyasi liderleri ve patronları kızdırma kaygısı, bazı gazetecilerin son yıllarda mecra değişikliğine gitmelerine yol açtığı için, serbest gazetecilerin sayısında bir artış gözlemlenmekte, ancak Türkiye’de serbest gazetecilerin Türkiye Gazeteciler Sendikası tarafından tanınmamaları onların örgütlenememesine neden olduğu belirtilmektedir (Güner, Koç, Özdağ, & Özcan, 2014, s. 58).

Globalleşen dünyada ekonomik rekabetlerden dolayı etik ilkelerin değer görmediği bir gazetecilik mecrasında objektif gazetecilikten söz edilmesi de mümkün görünmemektedir. Bu kapsamda bir gazetecinin herhangi bir baskıdan dolayı, örneğin, devletin çıkarı veya zararı için ya da bir menfaat grubunun emeli için elindeki haberi örtbas etmemesi, etik olgusunun bir gereği olarak görülmektedir. Buna karşın; tüm baskılara rağmen gazeteci özgür haber verebilme hakkını talep ederek etiğin gereğini yerine getirmesi ve böylece evrensel etik kodlarına bağlılığını göstermesi tavsiye edilmektedir (Raue, 2000, s. 22).

Amerikan Yayıncılar Birliği "Etik Kuralları" adı altında; sorumluluk, basın özgürlüğü, bağımsızlık, içtenlik-doğruluk-gerçeklik, tarafsızlık ve centilmenlik şeklinde altı madde belirlemiştir. Küreselleşen dünyada gelişen ve değişen medya bağlamında basının bu ahlaki ilkelere bağlılığını sağlama noktasında gazetecinin sorumluluk bilinci önemli görölmektedir. Aşırı profesyonellik anlayışı ile mesleğine karşı, resmi olarak kurumuna karşı, tutucu bir tavırla devletine karşı ve görevinin gereği olarak tüm topluma karşı sorumluluğunun bilincinde olan bir gazeteci bu ilkeleri koruma hususunda sürecin merkezinde yer almaktadır (Girgin, 2000, s. 158). Evrensel etik kodlarıyla birlikte bu maddelerde belirtilen kuralları da habercilik faaliyetlerinde uygulayan medya organları prestijini koruyacağı gibi güvenilirliğini de pekiştirmiş olmaktadır. Nitekim basın özgürlüğü ve bağımsızlık olgularının gazetecilik alanı için mühim değerde olduğu göz önüne alındığında etik kurallarının gerekliliği bir kez daha ortaya çıkmaktadır (Yüksel, 2014, s. 38).

Gazeteci için etik unsurun öne çıktığı hassas noktalardan biri haber kaynağıdır. Evrensel etik kodları bu noktada gazeteciyi yönlendirse de gazetecinin, mesleğine karşı sorumluluğunun gereği olarak kendi inisiyatifiyle haber kaynağının gizliliği hususunda dürüstlük karinesinden taviz vermemesi doğru kabul edilmektedir (Toruk, 2008, s. 204). Bu bağlamda gazetecinin de sorumluluklarıyla gazetecilik uygulamalarının büyük bir bölümü; dürüstlük, doğruluk, özgürlük, mahremiyet ve tarafsızlık gibi etiksel kavramlarla tanımlanıp incelenmektedir. Bu durumda etik ilkelerin, gazetecilikten ayrı düşünölmeyen, tartışma, uygulama ve sonuçlarla birlikte gazeteciliği sağlayan bir unsur olarak kabul edilmesi gerekmektedir (Belsey & Chadwick, 1998, s. 10). Zaten geleneksel gazeteciliği ayakta tutan güven meselesi düşünöldüğünde yeni medyada da sadık okuyucu kitlesi korunarak prestijin muhafaza edilmesi için en önemli dayanağının etik olduğu gerçeğine ulaşılmaktadır (Yılmaz, 2009, s. 329).

Etik ile ilgili bir diğer mesele; zaten sorunlu bir alan olan telif meselesinde karşıımıza çıkmaktadır. İnternet ile birlikte çevrimiçi gazetecilik pratiklerinde söz konusu sorun yeni bir boyut kazanmaktadır. Üzerinde uzun süreden beri çalışılıyor olmasına rağmen henüz yasal bir çözüm getirilemeyen bu konuya dair "ABD Telif Hakları Yasası", İnterneti de kapsayacak bir biçimde yeniden düzenlendiği

belirtilmektedir. Kitap, makale, haber ve fotoğraf dâhil olmak üzere, fikir ürünleriyle ve sanatsal eserlere dair hakların kanuni bir çerçeveye oturtulması "Birleşmiş Milletler"in de gündemine taşındığı ve bu konuda bir yasa taslağı hazırlandığı aktarılmaktadır. "Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi"nin de İnternet düzleminde telif haklarının korunması doğrultusunda bir karar tasarısının olduğu; "Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı"nın WIPO (World Intellectual Property Organisation) ise hazırladığı sözleşmeyle, İnternet ortamında fikri hakların korunmasını hükme bağladığı bilinmektedir. "Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu"nda 2001 yılında bir takım değişikliklerin yapıldığı görülen ülkemizde ise bu değişikliklerle beraber, kanun gövün şartlarına uygun hale getirilmeye çalışılmış ise de yeterli olmadığı düşünülmektedir. Bunun yanında yapılan değişikliğin İnternet yayıncılığında telif haklarını kapsamaması, bu alandaki teknolojinin gelişmeve değişme hızı ile birlikte meselenin tam olarak kavranmamış olmasına da bağlanabilmektedir (Kırçıl & Karagüler, 2012).

Gazetecilik pratikleri açısından etik sorunların farklılaşmasında gazetecilerin örgütlenme sorunlarının büyük önem taşıdığı belirtilmektedir. Halkın haber alma hakkının güvencesinin "bağımsızlık" olduğu düşüncesi çerçevesinde gazetecilerin bu hakkının güvence altına alınması gerektiği bildirilmektedir (Adaklı, 2010, s. 86). Dünyanın pek çok yerinde 1980'li yıllardan beri örgütsüzlüğün ve esnek istihdamın bir kural gibi görüldüğü bu sektörde, bir rutine dönüştüğü söylenen işten çıkarılmaları ve buna yönelik baskıyı sürekli hisseden çalışanlardan "etik gazetecilik" adına olarak birşeyin beklenmesinin fazla iyimserlik olacağı düşünülmektedir (Adaklı, 2010, s. 87).

Yeni teknolojilerin hızla değişiminden dolayı habercilik alanında yeni hukuki ve ahlaki sorunlar geliştiği gibi, intihal gibi büyüyen sorunların gündeme getirilmesi de bir zorunluluk olduğu kabul edilmektedir (Uzun, 2005, s. 45). Haber hırsızlığının, genellikle basının etik kodları çerçevesinde ele alındığı bir sorun olmasına ragmen, Uzunoğlu, kaynak belirtmenin de her zaman bu kurallar dahilinde davranıldığını gösteren bir anlam taşımadığını savunmaktadır (Uzun, 2005, s. 50). Yazara göre, İnternet gazeteciliğinde kaynağa link verilmesi de hak teslimi açısından sorun teşkil etmektedir. Link vermede uygulanan farklı teknikler nedeniyle, eser sahibi, istese dahi hangi haklarının ihlal edildiği sorusunu çözemediği için, buradaki zararları telafi etmeye

yönelik özel bir yasal düzenlemenin gerekli olduğunu belirtmektedir (Uzun, 2005, s. 65). Haksız eylemin gerçekleştirildiği mekân ile zararın gerçekleştiği yerin farklı olabilmesinden dolayı, dijital mecralardaki telif hakkı ihlallerini hukuksal olarak, hiç bir teklif bütüncül bir çözüm getirememektedir. Habere yönelik geliştirilen korumanın "kapsam, süre ve içerik"inin belirlenmesinde de sorunları taşıdığını, bu nedenle medya profesyonelleri tarafından, ürettikleri ürünler üzerinde denetim kurma hakkının olması, gazetecilik mesleğinin kalitesini tanımladığı ve garantilediği etik standartların sürdürülmesi açısından gerekli görülmektedir (Uzun, 2005, s. 71-72).

4.1.1.1 Aktif Gazetecilere Göre Konvansiyonel Dönem İle İlgili Görüşler

Çalışma kapsamında konvansiyonel dönem olarak İnternet öncesi gazetecilik pratiklerinde gazetecilerin karşılaştıkları etik problemler ile İnternet sonrası dönemde ortaya çıkan etik sorunların anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu amaçla alanında deneyimli 5 farklı gazeteci ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Serbest gazetecilik yapan Emre Erciş ve Türkiye Gazeteciler Sendikası Genel Sekreteri Mustafa Kuleli ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Yine serbest gazetecilik yapan Sarphan Uzunoğlu, Raffi Hermon ve Burcu Karakaş ile de İnternet üzerinden yazılı soru-cevap mülakatı yapılmıştır. Mülakat sonuçlarının daha iyi anlaşılması için, İnternet öncesi dönem ile İnternet sonrası dönem hakkındaki görüşler ayrıştırılarak, farklı başlıklar altında değerlendirilmiştir.

Dünyada en çok tanınan mikro blog mecrası Twitter üzerinden serbest gazetecilik faaliyetini yürüten Emre Erciş'e göre ana akım konvansiyonel medya kuruluşlarında bağımsız gazetecilik yapmak neredeyse imkânsızdır. Erciş, belli bir künyesi olan kurumsal bir yapıda bağımsız gazeteciliğin yapılamadığını, kurumun varlığını sürdürmek için illaki bir tarafa angaje olmak zorunda kaldığını, Türkiye'de serbest gazetecilerin eleştirel gazetecilik yapamadığını; çünkü, riske girmemek ve reklam akışını kesmemek için iktidarın eleştirilemediğini savunmaktadır.²

Türkiye Gazeteciler Sendikası Genel Sekreteri Mustafa Kuleli ise Türkiye'de, devletin gazeteci tanımının sorunlu olduğunu belirtmektedir. Kuleli'ye göre kanunen

² ERCİŞ, Emre ile 18.01.2018 tarihinde yapılan görüşme

basın sektöründe faaliyet gösteren bir şirketten sigortalı olarak çalışan kişilerin gazeteci olarak kabul edilmekte, bunun dışındakiler dolayısıyla da serbest gazeteciler, resmi anlamda gazeteci olarak kabul edilmemektedir. Serbest gazetecilerin sarı basın kartı sahibi olamadığını hatırlatan Kuleli, serbest gazeteciler için hukuken düzenlenmemiş bir alan bulunduğunu, iş yasasında da belli bir tanım bulunmadığı için serbest gazetecilerin tamamen güvencesiz kaldığını belirtmektedir³.

Sarphan Uzunoğlu'na göre konvansiyonel medyada karşılaşılan en büyük sorun bir gazeteci tanımının bulunmamasıdır. Gazeteci kimdir, hangi etik kodlarla yükümlüdür, kime karşı sorumluluk hisseder gibi hayati derecede önemli sorunların konvansiyonel medyada yanıtının olmadığını belirten Uzunoğlu'na göre gazetecilikten para kazanmak isteyen ve belirli bir işi olmayan herkesin serbest gazetecilik faaliyeti yapabilmesi önemli bir problem olarak belirtmektedir. Uzunoğlu'na göre telif ödemelerindeki düzensizlikler, serbest gazetecilere ait haberlerin izinsiz kullanımı, iyi düzenlenmemiş borçlanma ilişkileri gibi konular serbest gazetecilerin karşılaştıkları diğer problemler arasında gösterilebilir.

Medyanın temel olarak ekonomi politikasında büyük bir sorun bulunduğu dikkat çeken Uzunoğlu, medya kuruluşlarını finansal olarak sürdürülebilir kılan tüm ilişkilerin siyasal ya da ekonomik aktörlerle kurdukları ilişkilere dayandığını belirtmektedir. Uzunoğlu'na göre bu da medyanın finansal çıkar çevrelerinin ya da politik karar vericiler olan hükümetlerin ekseninde yayıncılık yapmasına neden olmakta, resmi ve kurumsal ilanlar bağlamında ilan almayan bir gazetenin yaşaması böylece imkânsız hâle getirilmektedir.

Uzunoğlu'na göre serbest gazeteciliği etkileyen en önemli değişimlerden biri konvansiyonel medyada gazetecilikle halkla ilişkiler faaliyetleri arasındaki geçirgenliğin artmasından kaynaklanmaktadır.

"Bir reklam ve onun yarattığı etkiyi ölçebilirsiniz ya da doğrudan ilişki kurabilirsiniz. Ama firmaların halkla ilişkiler faaliyetlerinin yayın politikaları üzerinde yarattığı etkiyi ölçmek çok daha kapsamlı bir içerik

³ KULELİ, Mustafa ile 06.03.2018 tarihinde yapılan görüşme

analizi ve "içeriden bilgi" gerektirir. Haber ve reklam ya da halkla ilişkiler alanının benzeşmesini bu bağlamda değerlendirdiğimizde, İnternet'i yeni performans rejimi dâhilinde düşündüğümüzde, serbest gazetecilerin içeriklerine ödenecek paranın çok azına, editörlerin gelen basın bültenlerini azıcık takla attırarak yayınlaması çok sık rastlanan bir durum. Bu durum serbest gazetecinin işiyle gazeteye girmesinin önünde en temel engeldir. Zaten tam zamanlı muhabir sayısının azalmasında da bu kontrollü içeriklerin artışı büyük bir etkindir. İşte bu nedenlerle serbest gazeteciler de bu tür PR faaliyetleriyle gayri etik ilişkiler kurmaktadırlar. Sürekli geliri olmayan bazı serbest gazetecileri, dünyanın farklı ülkelerindeki marka ya da sivil toplum etkinliklerine katılırken gördüğümüzde onların tarafsızlığına ilişkin çeşitli soru işaretlerinin ortaya çıktığını düşünmekteyim⁴."

Serbest gazeteci olarak farklı kuruluşlarla çalışan Raffi Hermon⁵ ve Burcu Karakaş⁶ da genel olarak Türkiye'de serbest gazeteciliğin her dönemde çok zor olduğunu, çoğunlukla haber isteyenlerin, istediklerini aldıktan sonra para ödeme noktasında sıkıntı çıkardıklarını vurgulamaktadırlar.

4.1.2 İnternet Gazeteciliğinde Etik Sorunlar

Gelişen teknolojiler ve online gazetecilik uygulamaları ile ilgili meslek etiği ilişkisi kapsamındaki çalışmalar, bir yandan muhtemel problemleri ve bu problemlerin sonuçlarını ihtiva ederken, diğer yandan da her kesimin haber üretimi ve sunumu yapabildiği bir alanda gazetecilik mesleğinin geleneksel kurallarının ve ahlaki kurallarının geçerli olup olmadığı; yani profesyonellerin haricindeki kişilerin de haber üretiminde ve sunumunda bulunanların bu kural ve kodlarla çalışmalarının zorunlu olup olmadığına dair tartışmaları kapsamaktadır (Geray & Aydoğan, 2010). Gazetecilerin günlük rutinleri, gittikçe ucuzlayan, yaygınlaşan ve çeşitlenen, veriyi işleme kapasitesi ve saklama hacimleri artan, dijital fotoğraf makineleri, yüksek kalitede görüntü kaydedebilen ve elde taşınabilen kameralar, ses kayıt cihazları, metinleri ve görüntüleri işlemeyi olanaklı hale getiren yazılımlar ve bunların merkeze transfer edilmesini

⁴ UZUNOĞLU, Sarphan (2018). SerbestGazeteci, 02.05.2018 tarihli yazılı soru-cevap mülakatı

⁵ HERMON, Raffi (2018). SerbestGazeteci, 18.01.2018 tarihli yazılı soru-cevap mülakatı

⁶ KARAKAŞ, Burcu, (2018). SerbestGazeteci. 26.03.2018 tarihli yazılı soru-cevap mülakatı

sağlayan kablosuz modemlerle donanmış mobil bilgisayarlar ve görüntü kaydedebilen cep telefonları sayesinde kolaylaşmaktadır (Martyn, 2009, s. 200). Bu teknolojilerin getirdiği bir diğer imkân ise haber üretim sürecinde habere konu olan enformasyona erişim kolaylığıdır. İnternet üzerinden kolaylıkla erişilen yayımlanmış rapor, istatistik, kurumsal ve resmi İnternet sayfaları, e-arşiv ve kütüphaneler, haber ve kişisel web sayfaları, haber konusuna dair bilgiye erişim veya bu bilginin doğrulanması sürecinde gazeteciler tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Bu erişim, bazen meslek etiği yönünden bir takım problemlere neden olmaktadır (Geray & Aydoğan, 2010).

Geray ve Aydoğan'ın konu ile ilgili yaptığı çalışmaya göre, söz konusu kolaylığın, profesyonellerden başka, sıradan kullanıcıların da içerik üretebilmesini ve bu içeriği İnternette paylaşmasını da mümkün hale getirmektedir. YouTube, Ohmy News ve Wikinews gibi uygulamalar ile kişisel webloglar, Facebook, MySpace gibi sosyal paylaşım siteleri, haber odaklı uygulamalar olmamasına rağmen, son zamanlarda İnternet vasıtasıyla haber paylaşımı ve habere erişim amacıyla geniş bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Zaten webloglar da, profesyonel bir biçimde gazetecilik rutinlerini ve kodlarını kullanmasalar da, güncel gelişmeleri, konu hakkındaki tartışmaları ve yorumları olabildiğince geniş bir kitleye aktarmak amacını gütmektedirler (Geray & Aydoğan, 2010).

Yeni teknolojilerin topluma sunulmasının ve kullanılmasının dikkatle incelenmesi gereken bazı etik problemleri de beraberinde getirdiğini öne süren Copper, yeni iletişim teknolojileri ülkelere ilk defa girdiğinde, bunların gazetecilik etiği yönünden ortaya çıkarabileceği problemlerin çok daha özel bir biçimde incelenmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. Yeni teknolojilerin ortaya çıkardığı uygulamalardan kaynaklanan problemlerin anlaşılabilmesi için bunların, şirketler, bireyler ve toplumla ilişkilerinin önemi vurgulanmaktadır (Cooper, 1998). Dijital teknolojiler vasıtasıyla haber üretiminin etik standardı, sözkonusu içeriğin etik sınırı ve artık etkileşimli ve global bir hal alan haber sistemi içerisinde, etik konuları inceleyen Pavlik ise; bu problemlerin, geleneksel dönemde yaşananlardan farklılaştığını belirtmektedir (Pavlik J. V., 2001, s. 82). Şimdi, literatürde de sıklıkla geçen bu problemler ele alınacaktır.

a- Görüntü Manipülasyonu: Dijital ortamda depolanmış bir görselin bilgisayarlar vasıtasıyla uygun yazılımlar kullanılarak değiştirilmesi ve tekrar dizayn edilmesi şeklinde açıklanabilecek görüntü manipülasyonu, Pavlik'in de belirttiği gibi önemli bir geleneksel kural olan, haberi güvenilen ve birden fazla kaynak ile doğrulama ilkesinin İnternet döneminde daha fazla önemli hale geldiği söylenebilmektedir. Çünkü daha önce bazı özel teknikleri kullanan uzman kişiler tarafından gerçekleştirilen bu eylem günümüzde kolayca kullanılabilen bilgisayar programları sayesinde herkes tarafından rahatlıkla yapılabilmektedir (Pavlik, 2001, s. 87). Bir video veya fotoğraf karesinde gerçekte bulunmayan kişilerin eklenmesi, önemli görülen bölümlerin daha belirginleştirilmesi veya silinmesi gibi değişiklikler manipülasyon olarak değerlendirilmektedir (Gillmor, 2004, s. 177). Türkiye'de 2009 yerel seçimlerinde yaşanan bir olay, bu teknolojilerin görüntü manipülasyonuna ilişkin iyi bir örnek olarak gösterilebilmektedir. Bir siyasi partinin rakip partiye yönelik düzenlediği mitinge "katılım yüksek değildi" demesi üzerine, mitingi yapan parti bir fotoğraf paylaşmış fakat fotoğraftaki kişilerin bilgisayar ortamında Photoshop programı yardımıyla klonlanarak çoğaltıldığı, böylece fotoğrafın miting alanını kalabalık gösterecek şekilde düzenlendiği ortaya çıkmıştır (Korkmaz, 2009).

b- Haberde Manüplasyon: Hızın çok önemli olduğu bir ortamda, doğru haber ilkelerinin bozulmadan kalıp kalmayacağı tartışılmaktadır. Hali hazırdaki bu koşulların; adil, doğru ve önyargısız çalışma biçimine zarar verebileceği düşünülmektedir. Hıza dayalı olan bir ortam olması dolayısıyla İnternet mecralarında hata olması ihtimalinin yüksek olduğu kabul ediliyorsa da, habercilikde eskiye dayanan bir alışkanlık olan "ilk verme" refleksinin de bilinç düzeyine çıkması gerektiği hatırlatılmaktadır (Evers, 2010, s. 324). Sansasyonel haber üretme kaygısının yattığı bu etik ihlal kapsamında, bir olay doğrulanmadan, kulaktan kulağa edinilen enformasyon derhal yayına sokulmakta ve paylaşılabilmektedir. Kişilik haklarına tecavüz dâhil olmak üzere, bu haberler çok sayıda olumsuzluk doğurmaktadır (Varol, 2011, s. 504).

Yeni iletişim teknolojileri, habere konu olan enformasyona erişim için gazetecilere hem zamandan tasarruf hem de ulaşım kolaylığı sağlamasına karşın, haberin yayınlanması için sahip olunan zamanı kısalttığı için baskıya neden olmaktadır.

Bu nedenle habere konu olan olayın, teyidi ve ek kaynaklardan araştırılması aşamaları devreden çıkarılmaktadır. İşte bu durum bazen, bir manipölasyon şeklinde kendini gösteren yalan haberin dolaşıma girmesine yol açmaktadır (Geray & Aydoğan, 2010). Fransız besteci Maurice Jarre'nin ölümüyle ilgili doğrulanmadan farklı medya organizasyonları tarafından verilen "anma yazıları" bu tür manipölasyona iyi bir örnek olarak gösterilebilmektedir. Radikal'deki habere göre İrlandalı bir üniversite öğrencisi, küreselleşme konulu akademik çalışması için veri toplamak niyetiyle, Wikipedia'da, sanatçıyla ilgili başlığa, "öldüğümde hala kafamda çalan son bir vals olacak" şeklinde kendisinin uydurduğu bir cümleyi, sanatçı "ölmeden önce kendisi söylemiş gibi" şekillendirerek eklemiştir. Söz konusu cümle Independent ve The Guardian gibi büyük haber kuruluşları başta olmak üzere BBC Music Magazine ve Daily Mail gazetesinin İnternet versiyonlarındaki içeriklerde birebir alınarak kullanılmıştır. Durum maddeyi sitede yazan kişi tarafından medya kuruluşlarına bir elektronik posta atılarak, bu cümlelerin kendisine ait olduğunu itiraf edene kadar devam ettiği aktarılmaktadır (Ajans, 2009). Türkiye'de ise bir spor spikeri, televizyonda maç yayını yaptığı sırada aktardığı çeşitli bilgilerin, ortak bir paylaşım sitesi olan Ekşi sözlük'de aldığı fark edilince, bazı Ekşi sözlük yazarları bilerek buraya yanlış bilgiler girmiş ve spikerin de bunları aynen kullandığı örnek verilmektedir (Geray & Aydoğan, 2010). Herkesin kendi adıyla ya da takma bir adla kendi görüşlerini yaydıkları bloglardaki bilgiler ile ilgili en büyük sorun, kısmen veya tümünden uydurulmuş olması ya da doğrulanmamış söylentilerin yayınlanması olduğu aktarılmaktadır. Çoklu içerik taşımaya uygun bir yapıya sahip olması nedeniyle İnternette, haber metinlerinin ve yardımcı unsurların da erişime açık hale getiren gazetecilerin, yazılarında kullandığı arkaplan bilgi ve belgeleri sınırsız bir biçimde erişilebilmeyi mümkün hale getirmesi (Evers, 2010, s. 322) soruna nispeten çözüm getireceği düşünülmektedir.

c- Kaynak Kullanımı ile İlgili Sorunlar: Bazen basın mensupları yasal sorumluluktan kaçmak için kelime oyunları yaparak haber kaynağı konusunda manipölasyona başvurmakta, böylece etik ihlallerini bilerek sürdürmektedirler. Örneğin, eski bir YÖK başkanı ile alakalı olarak verilen bilgiyi "iddia edilmektedir" şeklinde veren muhabir hem kaynak vermekten kaçınmış hem de yasal sorumluluktan kurtulmuş olduğu ifade edilmektedir (Varol, 2011, s. 504). Diğer yandan online gazetecilik

açısından bakıldığında İnternet üzerinde bulunan haberlerin ve görüntülerin kopyalanmasının çok kolay ve kısa sürede mümkün olmaktadır. Turnitin gibi servisler aracılığı ile kolaylaşan bu ihlallerin tespit edilmesi gittikçe yaygınlaşmasına rağmen gazetecilik alanında intihalin önüne tam olarak geçilebildiği söylenememektedir. Yine Turnitin şirketi tarafından geliştirilen bir başka uygulama olan Lexis Nexis Copy Guard adlı sistem de dijital veri tabanlarında tutulan enformasyon arasından tarama yaparak intihali belirlemektedir (Pavlik J. V., 2008'den aktaran Geray & Aydoğan).

d- Haber ve Reklam Alanı Sorunu: Çoğunluk için etik açıdan büyük sorun oluşturan konuların başında, içerikte bulunan haberler ile ticari enformasyonların bir arada verilerek sınırlarının belirsizleştirilmesi olduğunu belirten Evers'e göre, konvansiyonel olarak da tabir edilen geleneksel gazetecilik döneminde bağımsızlık çok ciddiye alındığından dolayı, editöryal sorumluluk genel yayın yönetmeninin sorumluluğuna bırakılmaktaydı. Bu şekilde, haber içeriği ile ticari içerik belirgin bir şekilde birbirinden ayrılmaktadır. Ancak İnternet gazeteciliğinde bu durum çoğu zaman ihlal edilmektedir (Evers, 2010, s. 323). İnternet haber siteleri içinde reklamlar verilirken, haberlerin ve reklamların verildiği alanların keskin bir biçimde bir birinden ayrıştırılmaması ve haber içinden linkler verilerek, başka bir sayfaya yönlendirme yapılması, güvenilirliğin zedelenmesi bakımından sorunlu olarak görülmektedir. Halkla ilişkiler firmalarının ve reklamcılarının yeni iletişim teknolojilerinden faydalanmak için çaba içinde olması, editöryal süreç ile tanıtım faaliyetlerinin bütünleşmesi yönünde baskı oluşturmaları da doğru bulunmamaktadır. Kullanıcıların da etik olarak sorunlu bulunan tanıtım faaliyetinde bulunması ve "gerilla" diye tabir edilen, önce çok sayıda kişinin üye olmasına olanak tanıyan bir başlık ile sosyal medyada grupların kurulması ve amaçlanan sayıya ulaşıncaya da grubun başlığının değiştirilmesi şeklinde değiştirilen reklam stratejisi de uygun görülmemektedir (Geray & Aydoğan, 2010).

İnternet haber ana sayfalarında manşet olarak verilen haber başlıklarının, ilgi çekmesi amacıyla haberle alakasının zayıflatılması da bir başka ihlal olarak görülmektedir. Burada yapılanın da gizli bir reklam sunumu olduğu hatırlatılan bu tür ihlalde, ilk sayfaya daha fazla haber sığdırabilmek için bazı reklamların alt sayfalara yerleştirilmesi sağlanmaktadır. Habere tıklandığında önce reklam çıkar ve "geç"

düğmesine basılana kadar reklam ekranda durmaya devam etmektedir. Okuyucuya zoraki reklam izlettirilmesi de etik açıdan sorunlu bulunmaktadır (Varol, 2011, s. 503).

İletişim teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanılmasının yanında, editoryal içerik ile reklam ürünleri arasındaki sınırların belirsizleşmesi dolayısıyla ortaya çıkan bu sorunların çözümünde rehberlik etmesi düşüncesiyle bazı ilkelerin belirlendiği de aktarılmaktadır. Amerika'da saygın gazetecilik örgütlerinden biri olan "Profesyonel Gazeteciler Derneği (Society of Professional Journalists-SPJ)", gazetecilerin haberlerini yaparken ilgilendikleri olayla ilgili olarak, gerçeğe ulaşma çabaları ve bu gerçeği habere çevirmeleri, bundan dolayı doğabilecek zararları minimuma indirmeye çalışmaları, bağımsız ve hesap verebilir olmaları gibi ilkeler saptadığı görülmektedir. Bu ilkelerden yola çıkan Black, gazetecilerin haberleri için doğruya ulaşmaya ve bunu haberleştirmeye uğraşırken; olayın doğruluğunu araştırmasını, haber ile reklâm arasındaki sınırları keskin bir biçimde ayırmasını, haberin oluşturulduğu tüm süreçlerde dürüst davranmasını salık vermektedir. Habere konu olan kişi ve kaynakların haklarına ve mahremiyete ihtimam gösterilmesinin, haberle ilgili zararların en aza indirmekle alakalı olduğunu da belirten Black, "gazetecilerin bağımsız davranabilmeleri maddesiyle haber üretiminde her türlü ticari ve siyasi çıkardan bağımsız olarak sadece kamuya ve kamunun bilme hakkına bağlı kalarak işlerini yapmaları gerektiği"ni anlatmaktadır (Black, 1998, s. 12-15).

e- Webloglarda Haber Etik Sorunu: İnternet gazeteciliğinde, en fazla tartışılan konulardan biri olan webloglarla ilgili olarak, bir yandan "Medya Blogcuları Birliği (Media Bloggers Association)" tarafından uyulması gerekli görülen ahlaki standartlar ve profesyonel kimliği tanımlayabilecek ilkeler ve kurallar belirlenirken, diğer yandan weblog yazarları tarafından hazırlanan haberlerin karşılaşılabilecekleri yasal problemlerle alakalı olarak eğitim programları tertiplenmekte olduğu bildirilmektedir. Bununla birlikte akademik birikimi olan kullanıcılarca üretilen haberlerde gazetecilik etik kurallarının aranmasının gerekli olup olmadığı, webloglara sahip olan kişilerin de, profesyonel gazetecilik ideolojisiyle çalışmalarının gerekli olup olmadığı ve gazeteci ile weblogçuyu ayıran sınırların neler olduğu gibi tartışmaların devam ettiği aktarılmaktadır (Geray & Aydoğan, 2010).

Bu konuda Friend ve Singer, ister haber bazlı olsun isterse de farklı meselelerde görüş ve önerileri aktaran kullanıcılar tarafından üretilen içeriklere sahip olan siteler olsun, habere erişim açısından weblogları değerli uygulamalar olarak görmektedirler. Bu mecralarda içerik üretenlerin, gazeteci veya weblog sahibi olduğunu ayırmanın çok güç olduğunu belirten yazarlar, bir kişinin "gazeteci" olarak tanımlanması sırasında kullanılabilecek bir yöntemin bulunması ve böyle bir tanımlamaya dayanak oluşturabilecek kavramların bulunmasının da problemli olduğunu düşünmektedirler. Böyle bir tartışmanın kısa vadede sonlanmayacağını düşünen yazarlar, bu nedenle etik bir perspektifle yaklaşılmasının meseleyi bir parça da olsa netleştirebileceğini savunmaktadırlar (Friend & Singer, 2007, s. 115-120).

f- Özensiz Dil Kullanılması Sorunu: Dilin özensiz kullanımı bir çok yerde olduğu gibi, İnternet yayıncılığında da karşılaşılan önemli bir sorun olarak bildirilmektedir. Hızlı haber servisi gayesiyle çalışan haber sitelerinin bu nedenle makaleleri ve haberleri editörlere yeterince kontrol ettirmeden yayına sokmaları sonucunda oluşan bu tür ihlaller yapılabilmektedir. Dilin özensiz kullanımının etik bir ihlal olduğu değerlendirilmektedir (Varol, 2011, s. 504).

g- Sosyal Paylaşım Gruplarının Amaç Dışı Kullanımı: Sosyal paylaşım sitelerinde özellikle yakın arkadaş grupları ile iletişim halinde olmak veya belirlenmiş başka bir amaç için kurulan sayfalar, bir çok zaman gazeteciler tarafından haber materyaline ulaştıkları kanallar olarak kullanılabildiği belirtilmektedir. Örneğin, 2007 yılının Nisan ayında ABD’de bulunan Virginia Teknoloji Üniversitesi’nde 32 kişinin hayatını kaybettiği okul baskını sonrasında ölenlerin anılması ve acılarının paylaşılması amacıyla Facebook üzerinden kurulan gruplara gazeteciler de ilk elden haber malzemesine ulaşmak amacıyla çok kısa süre içerisinde üye olduğu bu durum sonucunda, bir yandan bu tarz platformlarda içerik kamuya açık ve haber değeri taşıdığı için kullanılabileceği gibi bir argüman olarak değerlendirilebilirken, diğer yandan grubun oluşum amacı dışında kullanılmasının bir sorun olarak da değerlendirilebileceği belirtilmektedir (Hermida, 2007'den aktaran Geray & Aydoğan).

h- Özel Alan İhlali Sorunu: Genellikle tanınmış kişilere karşı yapılan bir uygulama olan özel yaşamın deşifre edilmesi, o kişileri yıpratmak, bulundukları

mevkilerdeki itibarlarını sarsmak için kullanıldığı belirtilmektedir. Daha önce gizli bir şekilde çekilen fotoğraf veya video görüntülerinin, belirlenmiş amaçlar doğrultusunda İnternet ortamında yayımlanarak ilgili kişilerin ya da mensubu oldukları kurumların kamuoyu önünde yıpratılmasının hedeflendiği bu tür ihlallere, siyasi parti mensuplarına ait gizli video görüntülerinin İnternette yayınlanması ve bunun sonucunda da onların istifa etmek zorunda kalmaları örnek verilmektedir (Varol, 2011, s. 504).

Görüldüğü üzere, profesyoneller haricinde sıradan İnternet kullanıcısının da bir anlamda gazeteci olabildiği yeni bir ortam söz konusudur. Böyle bir ortamda meslek etiğinin nasıl şekilleneceği, konvansiyonel gazetecilik kurallarının ve etik anlayışın w yeni tür gazetecilik pratiği için yeterli olup olmadığı tartışılan konular arasında bulunmaktadır. "Gazeteci kimdir?" sorusu merkeze alınarak yapılan çalışmalarda, başta weblog sahipleri olmak üzere kimin "gazeteci" olarak değerlendirilebileceği, gazetecilik faaliyetinde bulunan herkesin, bilinen gazetecilik kodları çerçevesinde kalmalarının gerekip gerekmediği tartışılmakta, iletişim teknolojileri ve gazetecilik etiği" ile etkileşimlerini ele alınmaktadır. Kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriğin, İnternet üzerinden yaygınlaşması, bir taraftan konvansiyonel medya şirketleri tarafından üretilen haberlere bağımlılığı ortadan kaldırması bakımında olumlu bulunması, diğer taraftan da bu haberlerin konvansiyonel medya şirketlerine haber için yeni hikâyelere kaynaklık ettiği savunulmasına rağmen, bu kaynak ve uygulamaların pratik ve etik sorunları doğurduğu da ortaya çıkmaktadır. Bu sonuç; her haberin doğruluğunun tespit edilememesi, kaynağının anonim olması veya kimliğinin belirlenememesi gibi güvenilirliği zedeleyen denge ilkesinin ihlalini ve yanlış haber yazılması gibi sorunları doğurduğu hatırlatılmaktadır (Geray & Aydoğan, 2010).

4.1.2.1 İnternet Dönemi İle İlgili Mülakatlar

Konvansiyonel dönem etik sorunlar genel olarak serbest gazeteci tanımının hukuki bir zemine oturmaması ve serbest gazetecilerin ekonomik durumları etrafında şekillenmektedir. İnternet dönemiyle birlikte konvansiyonel medya ortamının dışında yeni tarz sorunların belirdiği aşikârdır. Bu sorunlar genel olarak serbest gazetecinin değişen ekonomik kaynakları ile emeklerinin yeni medya ortamında çok kolay biçimde çalınarak farklı haber ağlarında dolaşıma sokulabilmesiyle ilgilidir.

Emre Erciş, yeni iletişim ortamında değişen ekonomik duruma gönderme yapmaktadır:

"İnternet döneminde, bir haber mecrası ayakta kalabilmek için, başta Google reklamları olmak üzere diğer maddi kaynaklardan faydalanabilecek şekilde yapılandırılmaktadır. Google reklamlarının tıklanma üzerine para kazandırması, başlıkların daha çekici yapma gereksinimi doğurmakta bu da çoğunlukla başlık-içerik ilişkisini kesmektedir. Burada amaç kamuoyunun bilgilendirmek değil reklamı göstermektir. Bu şekilde serbest gazetecinin haberlerini ayrıca farklı mecralara satmasına ihtiyaç kalmamaktadır."

Öte yandan Erciş'e göre yeni medya yalnız serbest gazeteciler için değil aynı zamanda konvansiyonel medya mensubu gazeteciler için de haberlerini değerlendirebilecekleri yeni bir mecra sunmaktadır:

"Bir kuruma bağlı bazı gazeteciler de zaten bir takım özel haberlerini bağlı olduğu kurum üzerinden değil de, kendi özel İnternet kanalından yayınlamayı tercih etmektedir. Çünkü onlar, olayları tüm açıklığı ile bağlı olduğu kurum kanalından anlatamayacağı kaygısını taşımaktadırlar. Kurumun söyletmek istediği şeyleri söyleyeceği için yaratılmak istenen algı da doğru sonuç doğurmayacağı için bu şekilde bireysel kanallar tercih edilmektedir. Bu nedenlerle, gazeteciyi "haber getiren" olarak tarif edersek, Youtube, Twitter veya Facebook üzerinden haberlerini yapanlar da serbest gazetecilik faaliyetinde bulunduğunu söylemek mümkündür."

Erciş'e göre medyanın kullanım amaçları nedeniyle artık üzerinde konuşulması gereken etik sorunlar tartışma zeminini kaybetmektedir:

"Günümüzde haber yapılırken ilk olarak ticari kaygılar, ikinci olarak kamu yararı gözetilmekte, üçüncü olarak da siyasi silah olarak kullanılmaktadır; ancak, sonuç olarak, haber mecraları ideolojilerin propaganda aracı gibi kullanıldığından dolayı etik tartışması gereksiz kalmaktadır." Mustafa Kuleli ise serbest gazetecilerin emekleri sonucu elde ettikleri özel haberlerin artık yeni medya ile birlikte çok daha kolay biçimde haberde emeği olmayanlar tarafından telif konusu edilmeden kullanılabildiğini

belirterek bu durumun eskiye oranla daha fazla emek hırsızlığının artması anlamına geldiğini belirtmektedir:

"Konvansiyonel dönemde olduğu gibi İnternet döneminde de çok az kişide telif sözleşmesi var. Bunun oranı % 5 dolaylarıdır. İnternet ile ilgili şöyle bir yenilik oldu. Geçmiş dönemde gazeteciler, fotoğrafa ve araştırma habere ciddi paralar ödeyebiliyordu. Savaş bölgesindeki gazeteci 1000 dolar da alabiliyordu. İnternet döneminde çoğunlukla içerik copy-past edildiği için çok değersizleşti."

Öte yandan yeni medya ile birlikte serbest gazeteciler için beliren fırsatlara dikkat çeken Kuleli'ye göre artık gazeteciler için ekonomik fırsatlar daha çeşitli hale gelmektedir. Buna rağmen gazetecilik değişmemekte yalnız mesleğin icra yöntemi değişmektedir:

"Serbest gazetecilik bir meslek icra yöntemidir. Bir dernek veya birlik şeklinde kuruluşlar etrafında toplanılabilir. Freelance olmak kişilerin kendi tercihi ile ilgilidir. Ekonomik yöntemler farklıdır. Bir gazetecilik kuruluşu birden fazla gelir yöntemini kullanabilir. Kimi reklam modelini kullanıyor, kimi fon modelini, kimi de hem reklam hem de fon modelini hatta kitlesel fonlamayı kullanabilir. Freelance gazeteci eğer bir blog üzerinden haberlerini yayınlıyorsa bu mesleğin bir devamı niteliğindedir ama bir markalaşmaya gidip bir haber merkezi oluşturduysa artık o bir müteşebbistir. Buna entrepreneur journalism denir. Bir İnternet sitesi kuran gazeteci, ekonomi modelleri ile para kazanma amacı güder ama reklam gelirlerinin veya diğer gelirlerinin az olması onu gazeteci tarifine aykırı hale getirmez."

Türkiye'de serbest gazeteciler için özellikle Avrupa Birliği ekseninde yeni fırsatların bulunduğunu belirten Kuleli, proje bazlı gazeteciliğin yeni bir tarz olduğuna vurgu yapmaktadır:

"Türkiye'de genelde Avrupa kaynaklı haber fonları kullanılıyor. Avrupa birliği ise eğer örneğimiz, Avrupa Birliği'nin parası zaten bizim paramız. Çünkü bu para Ankara'dan bizim vergilerimizden kesilerek gidiyor. O paraların Türkiye'ye dönmesi hayırlı bir şey. Fon kurumları kişilerle çalışmıyor, kurumlarla çalışıyor. Projeyi kurum yapıyor, kurum serbest gazeteci ayarlıyor. Örneğin İsveç Başkonsolosluğu diyor ki;

İnsan hakları konusunda haber yapacak 60 tane gazeteci ayarlayın ve bu yapılan haberleri Journo.com'da yayınlayın. Biz de bunu ilan ediyoruz. Ve haber projeleri kabul edilen gazeteciye belirlenen telifi ödüyoruz. Frellance gazetecilerin bu fonlardan faydalanabilmesi için mutlaka bir kuruluşa üye olması gerekir. Bir tüzel kişiliğe kavuşulması gerekir. 15-20 gazeteci bir dernek kurup o fonlara başvurabilir mesela. Birlik olmak çoğu zaman bu parayla değil mesleki donanım ile alakalıdır. Mesela iyi bir İngilizceye ve proje yönetim bilgisine sahip olmalıdır."

Yeni medya ortamına serbest gazetecilik açısından oldukça iyimser yaklaşan Kuleli'ye göre:

"İnternet, serbest gazeteciliğe avantaj kazandırmıştır. Kişi kendini pazarlama imkanına daha fazla sahip. Dünya'da iyi serbest gazetecilerin hemen hepsinin kişisel İnternet siteleri bulunmaktadır. Orada uzmanlık alanları, daha önce takip ettiği haber ve haber konuları, banka hesap ve iletişim bilgileri yazıyor. Twitter sayesinde mesela Afrin'de fotoğraf çektiğinde onu bütün dünya medyasına gösterebiliyor. Kendini ve ürünlerini pazarlamak için muazzam bir fırsat. Eskiden haberini yayınlamak için kimi tanıdığın önemliydi ama şimdi buna hiç gerek kalmadı. Aslında, meslek yapılış biçimi olarak aynı meslek. Dünyada bütün gazeteciler serbest gazeteci olmaya doğru gidiyor. Çünkü büyük medya kuruluşları yok oluyor. Ya da küçülüp insanları işten çıkarıyorlar. Dolayısıyla bir yandan da piyasa freelanceliği dayatıyor."

Sarphan Uzunoğlu da yeni medya ortamındaki emek hırsızlığının serbest gazeteciler açısından olumsuz bir özellik olarak belirlediğine vurgu yapmaktadır. Uzunoğlu'na göre yeni medyanın kolay kopyalama yapma ve yayma özelliği serbest gazetecilerin kendi özel haberleri üzerindeki telif haklarını oldukça kaygan bir zemine taşımaktadır:

"İnternet gazeteciliği alanı, konvansiyonel medyada paylaşılan telif ödemelerinde gecikme, haberlerin izinsiz kullanımı, iyi düzenlenmemiş borçlanma ilişkileri gibi bazı problemleri paylaşıyor. Ancak söz konusu yeni medya alanı olduğunda içeriklerinizi izinsiz kullanan ve bundan kâr eden aktörlerin önemli kısmının aslen kayıtlı ve hukuken meşru aktörler olmaması bir şekilde telifinizin peşine

düşmenizi de imkânsızlaştırıyor. Alıntılama konusunda ulusal bir etik kod olmaması gibi birçok sebeple hyperlink kullanımından yazara ve içeriğin yayınlandığı orijinal mecra ya referansa birçok ayrıntı içermeyen korkunç bir alıntılama sistemi var ve bu bence asli unsur. Bir diğer unsursa dijitalde özellikle de fotoğrafın kullanımı. Bazı ajanslar izinsiz görsel kullanımı nedeniyle sık sık bazı gazetelere dava açıyorlar. Temel olarak çok haklılar zira bir muhabirin emek vererek çektiği görselin herhangi bir anlaşma olmaksızın yayınlanması sıkıntı. Ajans hakkını koruyabiliyor, peki ya serbest muhabir. Birçok serbest foto muhabir eserlerini nasıl koruyabileceğini dahi bilmez."

Yeni medyadaki hukuki belirsizliğin serbest gazeteciler açısından olumsuz bir durum oluşturduğunu belirten Uzunoğlu'na göre esasında konvansiyonel dönem etik anlayışla yeni medya dönemi etik sorunlar arasında temelde bir fark bulunmamaktadır. Çünkü etik ilkeler evrenselken, yeni medyanın durumu konuyu belirsiz hale getirmektedir:

"İnternet gazetelerinin hukuki durumunun belirsizliği, bazılarının gazete ya da medya şirketi değil lojistik şirketi olarak kaydolmuş olması gibi birçok durum aslında alandaki emek ilişkilerinin denetlenmesini zorlaştırıyor. Aslına bakarsanız Facebook vs. gibi platformlarda topluluk kurallarına uyma sözü veriyorsunuz ve bunlar temel olarak bu amaç ve etik dışı kullanıma karşı verdiğiniz sözler de var, sadece verilerin kullanımı değil mesele. Raporlandığı takdirde çoğu zaman sorunlar çözülebiliyor. Ama şu da bir gerçek ki bunun için kolektif bir bilinç ve etik anlayışı gereklidir. Serbest gazetecilikle kuruma bağlı gazetecilik arasında meslek etiği açısından fark yoktur. Mesleki ilkeler evrensel Türkiye'deki etik kod ve özdenetim organı eksikliği, basın konseyi denen kurumun işlevsizliği gibi faktörler burada özel alan ihlali gibi sorunları da yaratıyor. Yani serbest gazetecilik özelinde bir şey söylemek mümkün değildir."

Raffi Hermon ise yeni medya ile birlikte hızlı haber vermenin temel kaygı haline geldiğini belirterek bu durumun da kalitesiz haber tasarımına neden olduğunu belirtmektedir. Ancak tıpkı konvansiyonel medyada olduğu gibi yeni medyada da haberin bütün unsurlarına sahip kaliteli haber yapmayan gazetecilerin bir süre sonra "doğal elemeye" tabi tutulduğunu belirten Hermon'a göre:

"Konvansiyonel yani kağıda basılmış basının çalışma yöntemi değişti. Sosyal medyanın hızı, konvansiyonel basının önüne geçti. Dolayısıyla hızlı, anında ve birden çok daha geniş kitleye ulaşabilme isteği serbest gazetecilerin de İnternet'e geçmesini teşvik etti. Uluslararası ve bölgesel siyasal sorunları, araştırmalarını, fikirlerinizi 'engel olunacak' tasası olmadan yapabilme dürtüsü de serbest gazetecileri İnternet'e iten nedenler arasındadır. Bununla birlikte kalitesiz (haber, makale, röportaj, söyleşi vs.) ürün hazırlayanın, bir süre sonra doğal elenmeye tabi tutulduğunu görüyoruz."

Burcu Karakaş ise yeni medyanın bireysel kullanımı getirmesine rağmen serbest gazeteciliğin artık bireysel bir meslek icra yöntemi olmadığına vurgu yapmaktadır. Bunun nedenlerinin başında ekonomik sorunlar gelmektedir:

"Etik sorunlardan biri ekonomik sorunlarla ilgilidir. Serbest gazeteciler, ekonomik yetersizliklerinin bir kısmını çeşitli kurumların sağladığı fonlardan gidermektedir. Fakat bu kurumlardan fon almak dernekler aracılığıyla mümkün olmaktadır. Gazeteciler bireysel olarak bu fonlara başvuramamaktadır. İnternetten önce de sonrada Türkiye'de serbest gazetecilik zor iştir. Genel olarak iş isterler ama ödeme yapmak istemezler. Zaman zaman çalıştığım kurumlar bana haber önerisi sunuyor, bazen de ben sunuyorum. Başta Avrupa Birliği olmak üzere elçilikler tarafından açılan haber projeleri ile ilgili olarak çağırıyoruz."

SONUÇ

İnternet'in gazetecilik alanında kullanılmasının ilk gününden beri süregelen, gazeteciliğin geleceğiyle ilgili tartışmalar artarak devam etmektedir. Bununla birlikte gazeteciliğin, büyük medya organizasyonlarının ekonomik ihtiyaçlarına uygun olarak şekillenmesinin yarattığı komplikasyonlar, bir alternatif olarak serbest gazetecilik çalışmalarını daha da önemli kıldığı düşünülmektedir. Yapılan kamuoyu yoklamalarında, toplumsal kurumlar arasında yapılan güvenilirlik sıralamasında basının en alt sıralarda kendine yer bulduğunun görülmesi, okurlar ile basın arasında bir güven tesisinin yeniden başlaması, gerekli görülmektedir. Bu nedenle günümüz teknolojisinin

sağladığı olanakları kullanan herkesin bir biçimde gazetecilik yapabildiği ortamda "gazeteci" kimliğinin netleştirilmesi, kimlere gazeteci denebileceğinin anlaşılabilmesi bakımından önemli bulunmaktadır.

Kamuoyunu bilgilendirme, enformasyonun akışını sağlamak, çeşitli fikir ve görüşlere yer vererek en doğru bilgiye ulaşılmasını sağlamak, demokratik duruşun temel prensiplerinden olan; nesnellik, tarafsızlık, bağımsızlık ve özerklik, gazetecilik mesleğinin yapılması için şart olduğu kabul edilmektedir. Toplumsal gelişmenin ve biçimlenmenin bir ürünü olan gazetecilik mesleğinin, içinden çıktığı topluma uygun yanıtlar verebilmesi için değişim ve dönüşümlere uğraması normal görülmektedir. Ülkeden ülkeye tanımı değişen serbest gazetecilik faaliyeti ise bazen serbest meslek faaliyetini bazen de bir işletme ya da şirket yönetmen faaliyetini ifade edebilmektedir. Serbest çalışma biçimi gazeteciliğin özellikle uluslararası yayıncılık düzleminde çok önemli bir yer tutmaktadır. Birçok medya kurumu, temsilci gönderemediği ya da büro açamadığı yabancı ülkelerde ilişkide oldukları serbest muhabirlerle çalıştığı görülmektedir. Sayıları gittikçe fazlaşmasına rağmen resmi kurumlar tarafından görmezden gelindiği ortaya çıkan serbest gazeteciler özellikle Türkiye’de önemli sorunlarla karşı karşıya bulunmaktadır.

Sendika kurma hakkı, basın kartına sahip olma zorluğu, ekonomik sıkıntılar, mahkemeler karşısında yaşanan zorluklar, sigorta ve güvence problemleri genel olarak tüm dünyada bir problem olarak belirmesine karşın, Türkiye’de serbest gazetecilerin cezai sorumlulukları olduğu halde başka hiçbir hakkının olmaması, çözülmesi gereken bir sorun olarak ortada durmaktadır. Fakat 2015 yılında Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGS) ve Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ) arasında yapılan protokolle serbest gazetecilerin 134 ülkede geçerli Uluslararası Basın Kartı’na sahibi olabilmesi pozitif bir gelişme olarak değerlendirilmektedir.

Yeni medya teknolojilerinin ivme kazanmasıyla, iletişim araçları ile bilgisayar sistemleri ve telekomünikasyon teknikleri arasında bir geçişgenliğin oluşması, dijital teknolojinin iletişim araçlarına uygulanması ile sağlanan hız, depolama kapasitesi ve çeşitlilik ile görüntü, metin, ses ve verinin birlikte verimli bir biçimde kullanılan multimedyanın geliştirilmesi, haber bürolarının organizasyon yapılarını, haberin

üretimini, sunumunu kökten değiştirdiği gözlenmektedir. "Yeni medya" olarak adlandırılan bu dönemde kablo şirketleri, bilgisayar üreticileri, yayıncılar, eğlence sektörü ve İnternet kullanıcıları bir araya getirilmekte, çeşitli veri türlerinin bütünleştirildiği web siteleri ile birlikte yeni bir süreç başlamaktadır.

İnternet kullanımının artışı, İnternet'te yayın yapan haber mecralarının reklamdan kaptığı payın gün geçtikçe yükselmesi ve haber aktarımında rekabet biçiminin değişmesi, yeni medya mecralarının haber alanları olarak kullanımın yaygınlaşmasında etkili sebepler olarak sayılabilmektedir. Web sayfalarının ihtiyaca göre düzenlenebilir olması, kullanıcıların ilgilendikleri konuları suni gündemin etkisinden uzak bir biçimde takip edelebilmesi, her tür sınırlılığı ortadan kaldıran küresel bir iletişim imkânı sağlaması haber sitelerinin öne çıkan özellikleri olarak görülmektedir. Bu şekilde hem gazetecilerin, ofise bağımlı olarak çalışma zorunluluğu ortadan kalkmakta hem de kullanıcılar, dünyanın her tarafından, haberleri ücretsiz okuyabilme imkânına kavuşmaktadır. Temel pratiklerin aynı olmasına karşın geçilen platformun teknoloji ağırlıklı olması, araştırmacı, uzman ve yabancı gazeteciler yerine daha çok, yazılım ve bilişim ekiplerinin istihdam edilmesine kapı aralamaktadır.

Bu teknoloji ile günümüzde bir akıllı telefonu ve bir İnternet bağlantısı olan herkes artık tek başına canlı yayın yapabilmekte, hız ve pratikliğin etkisiyle her kullanıcı aynı zamanda dağıtıcı konumuna gelmektedir. İnternet aracılığıyla kendini ifade etmek ya da enformasyona erişme noktasında sıkıntı yaşayanlar, alternatif medya gibi kullanılabilen, aktivistleriğin de çok yararlı bir araç olan Twitter, Facebook gibi sosyal medya platformları, bloglar vasıtasıyla kendilerini ifade olanağı sağlamıştır. Bunun dışında gazeteci, haberini yayımlayacak mercii bulamadığında bizzat kendi platformunda yayımlayarak kamuoyuyla buluşabilmektedir. Facebook, Twitter ve Instagram gibi medya platformlarının popüleritesinin gittikçe artması, gazeteciler için, bağımsız çevrimiçi kişilere dönüşmeleri yönünde fırsat sunmaktadır.

İnternet profesyonellerden ayrı olarak, bulunduğu bölgelerde yerel ve gönüllü bir gazeteci şeklinde faaliyet gösteren yurttaşlara da bağımsız gazetecilik kulvarında yeni bir alan açmıştır. Otoritelerin uluslararası medyanın erişimini engellediği Libya ve Suriye'de de yurttaşlar bağımsız gazeteciler olarak öne çıkmış, bazıları hükümet

baskısını videoya çekip görüntüleri İnternet'e yükleyerek, bazıları ise bağımsız blogları, mikro-blogları ve sosyal medyayı kullanarak, kısıtlamaların çok ağır olduğu bölgelerde dünyanın geri kalanı için bir pencere açmıştır.

Bununla birlikte eski, maaşlı, güvenceli çalışan ya da haberlerini tatminkar telif ücretleri karşılığında satan, freelance gazetecilerin yerini, "outsourcing", yani kurum dışından birilerine iş yaptırma yöntemi almış bulunmaktadır. Amerika'daki bir gazete, haberlerini Filipinler'den muhabir çalıştırarak yapabilmektedir. Yeni medyanın profesyonellere sağladığı geniş imkânlarla rağmen çalışma saatlerinin belirsizleşmesi, iş kapasitesinin artması ve nitelik olarak artan ihtiyaç dolayısıyla yeni medyada profesyonellerin sorunlarının, eskiye oranla katmerleşeceğini düşünenler de mevcuttur (MacGregor, 2003).

İnternet, sosyal medyada bireysel yayıncılık, kişisel blok veya site kurabilme, yerellikten globalliğe geçiş kabiliyeti, istenen herkes ile rahatlıkla iletişim kurabilme imkânları ile serbest gazeteciler için de büyük olanaklar sunmaktadır. Profesyonel gazeteci için en önemli problemlerden olan maddi destek ve güvence yoksunluğu nispeten çözülmüş gözükmektedir. Çünkü dünyanın her hangi bir yerindeki serbest gazeteci, bu imkânları sağlayan gazetecilik kurumları ile bağlantı kurabilmekte ve projesine uluslararası kaynak sağlayabilmektedir. Bu şekli ile serbest gazetecilerin yerellikten çıkıp bir dünya gazetecisi haline gelme imkanına sahip olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır; çünkü İnternet sayesinde oluşturduğu portfolyo dünyanın her yerinden görünebilir ve iletişim kanalları sayesinde her taraftan kendisine ulaşılabilme imkânına sahip olabilmektedir. Haberin üretim ve dağıtımı sürecinde İnternet'in maliyetleri düşürücü işlevi serbest gazeteciyi de olumlu yönde etkilediği söylenebilmektedir. Sosyal medya aracılığı ile kendi kitlesini geliştirebilen serbest gazeteci, potansiyel müşterilerini oluşturarak ve gerekli etkenleri besleyerek bireysel bir marka haline de gelebildiği de bir vakıdır.

Habercilik ekonomisindeki radikal değişimler, özellikle küçük haber kurumlarının ve maddi olarak zorda bulunan kurumların haber kaynağı olarak daha fazla serbest gazetecilerden yararlanmalarına yol açmaktadır. Ancak büyüyen talep serbest gazetecilerin gelirlerini artırmamıştır. İletişim teknolojilerindeki masraflarının

düşmesi alana dâhil olan gençlerin ve yurttaşların sayısını artırmıştır. Bu durum kendini ispatlamış olan gazeteciler dışındakiler için ücretlerin düşük seviyede kalmasına neden olmuştur. Dünyanın en büyük medya kuruluşları dâhil düşük ücretli sigortasız serbest gazetecilerden faydalanmaktadır.

Bunun yanında, sigorta masraflarından kaçındıkları için çatışma bölgelerine kadrolu çalışan göndermede isteksiz davranan patronlar, bütün riskleri göze alan bir serbest gazeteciyi fırsat olarak değerlendirmektedir. Ancak, yeni dönem serbest gazetecilerin uluslararası gazetecilik kurumları ile iletişime geçerek, sigorta giderleri ve güvenlik tedbirleri dâhil olmak üzere tüm habercilik giderleri için her türlü desteği bulabilme imkânları da mevcuttur. Örneğin The Guardian gibi büyük gazeteler İnternet üzerinden okurlarından freelance gazeteciliği geliştirmek, ekonomik ve sosyal destekte bulunmak için okuyucularından bağış yapmalarını talep etmektedir. Yine de bu risklere karşı uygun bir sağlık ve iş göremezlik sigortasına sahip olmak halen serbest gazetecilerin yaşadığı büyük problemlerden sayılmaktadır.

Gazetecilik olgusu bağlamında etik prensipler farklı bir tartışmanın konusu haline gelmektedir. Zira etik kurallar aynı zamanda bir birey olan gazetecinin ahlaka ters düşen davranışlarını kontrol edebilme iradesine sahip olması anlamına gelmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ve gazetecilik etiğinin, sıradan kullanıcıların da haber üretebildiği ve paylaşabildiği bu yeni ortamda, etik olarak gazeteciliğin nasıl biçimleneceğini, geleneksel gazetecilik normlarının bu yeni habercilik pratikleri açısından da yeterli veya geçerli olup olmayacağı halen tartışılmaktadır.

Çok fazla sayıda ve çeşitlilikte haber sitesinin olmasından dolayı, profesyonel İnternet gazeteciliği konusunda araştırma yapanlar, pratik ve değerler konusunda bir ortaklığın, işler bir öz-denetim sisteminin geliştirilmesinin mümkün olmayacağını düşünmektedirler. Ayrıca özellikle çevrimiçi gazeteciliğin, sınırlarının açıkça çizilmiş bir meslek olmamasının da bu olumsuzlukta payı olduğu görülmektedir. Öte yandan; iş hukukunun bir takım yükümlülüklerinden kurtulmak isteyen bazı işverenlerin, aslında bağımlı olarak çalıştırdıkları işçi niteliğindeki gazetecileri, göstermelik sözleşmelerle serbest gazeteci şeklinde çalıştırabilmesi ayrı bir sorun olarak belirlemektedir. Gerçekten serbest gazetecilik faaliyetinde bulunan habercilerin her geçen gün sayılarının artmasına

rağmen TGS tarafından tanınmaması ve Türkiye'de serbest gazetecilerin hiçbir şekilde örgütlenememesi diğ er önemli bir sorun olarak karşımızda durmaktadır.

Mevcut hukuksal durum, hızla değışen yeni teknolojilerden dolayı kolaylaşan intihali önlemede yetersiz kalmaktadır. Fikri mülkiyet konusu ve bu alandaki büyüyen sorunlar g ndeme getirilmesine rağmen keskin önlemlerin alınmadığı bu durumun İnternet ortamında serbest gazetecilik faaliyeti yapan haberciler için önemli bir motivasyon düşüklüğüne neden olduğu görülmektedir.



Kaynakça

- Adaklı, G. (2010). Gazetecilik etiğini belirleyen yapısal. *Gazetecilik etiğini belirleyen yapısal unsurlar: Mülkiyet ve kontrol sorunu. Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 61/96). içinde Ankara: Fersa Yayıncılık.
- Admin. (2015, 1 21). 2 28, 2108 tarihinde tgs.org.tr: <https://tgs.org.tr/freelance-calisanlara-uluslararasi-basin-karti-kolayligi/> adresinden alındı
- Akdemir, S. (1993). GAZETECİLİK MESLEK AHLAKINA YÖNELİK OLARAK ÜLUSLARARASI ALANDA ORTAYA ÇIKAN YENİ GELİŞMELER VE TÜRKİYE'DEKİ DURUM. *Kurgu Dergisi* , 215-144.
- Akner, N. (2007). *Bir Sorun Olarak Gazetecilik*. Konya: Tablet Yayınları.
- AKINER, N. (2004). *Düşman Değiliz: 11 Eylül'ün Ardından Amerikan Milliyetçiliği*. İstanbul: Karakutu Yayınları.
- Aktaş, C. (2002). Gazetecilerin İş Güvencesi Sorunları ve Çözüm Önerileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 115-128.
- Aktaş, C. (2007). İnternetin Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi* , 30-41.
- Althaus, S. L., & Tewksbury, D. (2002). Agenda setting and the "new" news: Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times. *Communication Research* , 180-207.
- Atabek, Ü. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- 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.
- Avilés, J., Carvajal, M., & García, A. (2008). Avilés, José Alberto García, and Miguel Carvajal. "Integrated and cross-media newsroom convergence: Two models of multimedia news production—The cases of Novotecnica and La Verdad Multimedia in Spain. *Convergence* , 221-239.

- Ayaz, T. (2017, 2 6). 12 14, 2017 tarihinde dijitalajanslar.com:
<http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/>
adresinden alındı
- Aydoğan, A., & Başaran, F. (2012). Yeni medyayı alternatif medya bağlamında anlamak. *Alternatif Medya, Alternatif Gazetecilik* (s. 213-247). içinde Konya: Literatürk Yayınları.
- Aydoğan, D. (2013). Türkiye'de Dijital Gazetecilik: Habertürk ve Hürriyet Gazeteleri Örneği. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication* , 26-40.
- 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.
- Baran, S. J. (2004). *Introduction to mass communication: Media literacy and culture*. New York: Mc Graw Hill.
- Başaran, F. (2010). Yeni İletişim Teknolojileri, Alternatif İletişim Olanakları. *Mülkiye Dergisi* , 255-270.
- Batt, R., Christopherson, S., Rightor, N., & Jaarsveld, D. D. (2000). *Work patterns and workforce policies for the new media industry*. New York: Ithaca.
- Bekiroğlu, O., & Bal, E. (2006). Sanal Alemin Yerel Aktörleri: Konya Yerel Basını Üzerine Bir Analiz. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi* , 71-85.
- Belsey, A., & Chadwick, R. (1998). *Medya ve gazetecilikte etik sorunlar*, Nurçay Türkoğlu (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Black, J. (1998). Journalism Nethics. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* , 10-17.
- Blumler, J. G., & McQuail, D. (1969). *Television in politics: Its uses and influence*. Chicago: University of Chicago Press.
- Boczkowski, P. J. (2005). *Digitizing the news: Innovation in online newspapers*. Cambridge: MIT Press.

- Brems, C., Temmerman, M., Graham, T., & Broersma, M. (2016, Mayıs 3). *Personal Branding on Twitter*. Mart 26, 2108 tarihinde <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2016.1176534> adresinden alındı
- Bulut, M. (2006). *Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete ve İnternet*. İstanbul: Tekağaç Yayıncılık.
- Cangöz, İ. (2016). 21. Yüzyıl Başlarında Türkiye’de Gazetecilik: Mesleki Rol Kavrayışı ve Etkili Dinamikler. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 107-128.
- Cooper, T. W. (1998). New Technology Effects Inventory: Forty Leading Ethical Issues. *Journal of Mass Media Ethics* , 71–92.
- CPJ. (2012). *Gazetecinin Güvenlik Rehberi*. Mart 29, 2018 tarihinde [cpj.org: https://cpj.org/Journalist_Security_Guide_Turkish.pdf](https://cpj.org/Journalist_Security_Guide_Turkish.pdf) adresinden alındı
- Çakır, H. (2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 123-149.
- Çetinkaya, A. (2017). Basın İşletmelerinde Çevrimiçi Gazetecilik ile İstihdam ve İşgücü Becerilerinin Dönüşümü. *Erciyes İletişim Dergisi Akademia* , 380-398.
- Çığ, Ü., & Çığ, E. Ç. (2011). Haber Endüstrisi ve Etiği. *İş Ahlak Dergisi* , 25-60.
- Çulcuoğlu, Ç. (2013). *YENİ MEDYA; Değişen Ne?* İstanbul: Medya Derneği.
- Değirmencioğlu, G. (2011). Yerel Basında Yeni Medya Ve Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı: Kocaeli’de Yayımlanan Yerel Gazetelerin İnternet Siteleri Üzerine Bir İnceleme. *Online Academic Journal of Information Technology* , 19-31.
- Demers, J. (2016, 4 18). 11 1, 2017 tarihinde [www.forbes.com: https://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2016/04/18/7-predictions-for-how-the-internet-will-change-over-the-next-15-years/#182d5a4922e0](https://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2016/04/18/7-predictions-for-how-the-internet-will-change-over-the-next-15-years/#182d5a4922e0) adresinden alındı
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism studies* , 139-152.
- Deuze, M., & Dimoudi, C. (2002). Online Journalists in the Netherlands, Towards a Profile of a New Profession. *Journalism* , 85-100.
- Devran, Y. (2010). *Haber-Söylem-İdeoloji*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- Doğan, B., & Kesken, E. (20017). Ağ 3.0 - Anlamsal Ağ. *Elektrik Mühendisliği* , 44-46.
- Dökmen, Ü. (2004). *İletişim Çatışmaları ve Empati*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Erbaş, T. (2011, Ekim 13). *Türkiye’de Tumblr Blog Ortamındaki Popüler Blogcuların Kullanım Pratikleri*. Mart 27, 2018 tarihinde [yenimedya.wordpress.com: https://yenimedya.wordpress.com/category/yazi/page/5/](https://yenimedya.wordpress.com/category/yazi/page/5/) adresinden alındı

- Erimli, B. (2014). Gazetecilik Meslek İlkelerinin Uygulanmasını Engelleyen Unsurlar ve Çözüm Önerileri. *İnsan&İnsan* , 23-34.
- Erşin, T. A. (2017, Ağustos 20). *Gazeteciler alarm veriyor: Yüzde 70 tehlikeli seviyede stresli.* 31 Mart, 2018 tarihinde journo.com: <https://journo.com.tr/gazeteciler-alarm-veriyor> adresinden alındı
- Eurobarometer Qualitative studies . (2012). *Journalists and Social Media-Aggregate report.* European Comission.
- Evers, H. (2010). *İnternet Haberciliği: Yeni Etik Sorunlar mı?* Ankara: Fersa Yayınları.
- Friend, C., & Singer, J. B. (2007). *Online Journalism Ethics: Traditions and Transitions.* New York: M.E. Sharpe Inc.
- Genç, K. (2012, Temmuz 29). Mart 29, 2018 tarihinde sabah.com.tr: <https://www.sabah.com.tr/pazar/2012/07/29/amerika-fason-gazeteciligi-kesfetti> adresinden alındı
- Geray, H., & Aydoğan, A. (tarih yok). Ekim 20, 2017 tarihinde <http://ilefarsiv.com>: <http://ilefarsiv.com/etik/yeni-iletisim-teknolojileri-ve-etik/> adresinden alındı
- Gezgin, S. (1998). *Basın Sözlüğü.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gillmor, D. (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People.* Sebastopol: O'Reilly Media.
- Girgin, A. (2008). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri.* İstanbul: Der Yayınları.
- Girgin, A. (2000). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i.* İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Görgülü, G. (2010, Haziran 24). *İnternetin Devleri Gazeteci Peşinde.* Nisan 4, 2018 tarihinde istekobi.com: <http://www.istekobi.com.tr/kobi-bilgi-merkezi/makaleler/internetin-devleri-gazeteci-pesinde-m119.aspx> adresinden alındı
- Gunter, B. (2003). *News and The Net.* Londra: Lawrence Erlbaum.
- 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.
- Gürçan, H. İ., & Batu, Ç. (2002). Ocak 5, 2018 tarihinde <http://inet-tr.org.tr>: http://inet-tr.org.tr/inetconf7/eposter/gurcan-batu.html#_edn16 adresinden alındı
- İçel, K. (1983). *Devlet ile Basın Arasındaki İlişkiler.* İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları.

- İLEF, R. (2007). *Medya ve İletişim Eğitiminde Uluslararası Üniversitelerin Temel Eğilimleri Raporu İçin İletişim Çalışmaları, Kitle İletişimi, Gazetecilik ve Medya Çalışmaları Birimleri İlgili Alt Rapor*. İLEF.
- İnuğur, N. (1993). *Basın ve Yayın Tarihi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies* , 75-93.
- Kara, M. (2014, Haziran 6). Mart 29, 2018 tarihinde webrazzi.com: <https://webrazzi.com/2014/06/06/the-guardian-muhbir-securedrop/> adresinden alındı
- Karabulut, N. (2009). *Yeni medya teknolojileri ve halkla ilişkiler*. İstanbul: Beykoz Lojistik MYO Yayınları.
- Karahisar, T. (2008). Türkiye'de Gazetecilerin Sendikalaşma Sorunları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Hakemli* , 83-102.
- Keeble, R. (2010). "Constraints on Journalists – and How to Challenge Them." Ethics For Journalists. G. A. den alıntıl原因 içinde, *Gazetecilik etiğini belirleyen yapısal unsurlar: Mülkiyet ve kontrol sorunu* (s. 61-96). Ankara: Fersa Yayıncılık.
- Kırçıl, A. G., & Karagüler, T. (2012). *Dijital Çağda İletişime Yeni Yaklaşım: Online Gazetecilik*. Mart 2018, 21 tarihinde [www.academia.edu](http://www.academia.edu/1285028/D%C4%B0J%C4%B0TAL_%C3%87A%C4%9EDA_%C4%B0LET%C4%B0%C5%9E%C4%B0ME_YEN%C4%B0_YAKLA%C5%9EIM_ONLINE_GAZETEC%C4%B0L%C4%B0K): https://www.academia.edu/1285028/D%C4%B0J%C4%B0TAL_%C3%87A%C4%9EDA_%C4%B0LET%C4%B0%C5%9E%C4%B0ME_YEN%C4%B0_YAKLA%C5%9EIM_ONLINE_GAZETEC%C4%B0L%C4%B0K adresinden alındı
- Koç, H. (2017). "Habercilik Ama" Toplumun doğru, eksiksiz ve serbestçe haber alma hakkı. *TRT Akademi* , 302-319.
- Korkmaz, E. (2009, Ağustos 3). *Manisa'daki mitingde insanları klonlamışlar!* Nisan 6, 2018 tarihinde radikal.com: <http://www.radikal.com.tr/politika/manisadaki-mitingde-insanlari-klonlamislar-925176/> adresinden alındı
- Kurt, H. (2014). Gazetecilik Pratiği ve Sosyal Medya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences* , 821-835.
- Ladendorf, M. (2012). Freelance Journalists' Ethical Boundary Settings in Information Work. *Nordicom Review* , 83-98.
- MacGregor, P. (2003, Ocak). *Mind the gap: Problems of multimedia journalism*. Mart 31, 2018 tarihinde [journals.sagepub.com](http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/135485650300900302?journalCode=cona): <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/135485650300900302?journalCode=cona> adresinden alındı

- Macovei, M. (2004). *A guide to the implementation of Article 10 of the European Convention on Human Rights*. Human rights handbooks 2.
- Mahoney, R. (2015, Nisan 27). *Tek başına çalışmak: Daha çok serbest gazeteci daha az destek, daha çok tehlike demek*. Mart 31, 2018 tarihinde cpj.org: <https://cpj.org/tr/2015/04/basina-saldirilar-tek-basina-calismak.php> adresinden alındı
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge: MIT press.
- Martyn, P. H. (2009). The Mojo in the third millennium: Is multimedia journalism affecting the news we see? *Journalism Practice* , 196-215.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2013). *Gazetecilik\Gazeteciliğin Temel Kavramları*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.
- Mnasri, C. (2011, Bahar). Tunus: halkın devrimi. *marx-21* , s. 219-234.
- Narin, B. (2015). Mobil Telefonlar ve Gazetecilik: Mobil Haber Üretimi ve Habere Mobilden Erişim. *Türkiye’de İnternet Konferansı*. Ankara: Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi.
- Narin, B. (2017). Robot Gazetecilik. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* , 79-108.
- Negroponte, N. (1996). *Dijital Dünya*. İstanbul: Türk Henkel Dergisi Yayınları.
- Nies, G., & Pedersini, R. (2003). *Freelance Journalists in the European Media Industry*. Brussels: European Federation of Journalists.
- Özçağlayan, M. (2008). Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme). *Marmara İletişim Dergisi* , 131-159.
- Özdemir, C. (2017, Kasım 30). *Rıza Sarraf ve Hakan Atilla Davası'nda 3. Gün Neler Yaşandı?* Mart 20, 2018 tarihinde youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=syGSi64DYwg> adresinden alındı
- Özgen, E. (2011). Halkla İlişkiler ve Yeni Medyanın işaret ettiği Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi* , 84-105.
- Özgen, M. (2000). *Türkiye’de Basının Gelişimi ve Sorunları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Özgen, M. (2000). Türkiye’de İnternet Gazeteciliği. *İletişim Fakültesi Dergisi* , 57-64.
- Özkök, D. Ç. (2004). Freelance Gazetecilikten Elde Edilen Kazançların Avrupa Birliği’nde Vergilendirilmesi. *Mülkiye Dergisi* , 273-287.
- Patrão, C., Figueiredo, A. D., & Sepetçi, Ç. T. (2012). Yeni Jenerasyon Gazetecilerin Eğitimi: Moodle’den Facebook’a. *Akdeniz İletişim Dergisi* , 164-176.

- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Pavlik, J. V. (2008). *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University Press.
- Peksevgen, B. S. (2016). Global Dünyada Değişen Basın ve Gazetecilik. *Global Media Journal: Turkish Edition* 6.12 , 587-600.
- Porter, J. (2009, Haziran 03). Mart 20, 2018 tarihinde [blog.journalistics.com](http://blog.journalistics.com/2009/journalism_education_preparing_future_journalists/):
http://blog.journalistics.com/2009/journalism_education_preparing_future_journalists/
adresinden alındı
- Raue, P. J. (2000). Etik ve Çıkar Çekişmesinde Medya. *Türkiye ve Almanya'da Gazetecilikte Etik*, 15. *Alman-Türk Gazetecilik Semineri* (s. 21-34). Magdeburg: Konrad Adenaur Vakfı.
- Richards, J. (2009, Haziran 20). Mart 5, 2018 tarihinde [www.thetimes.co.uk](http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/the_web/article2726190):
http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/the_web/article2726190
adresinden alındı
- Smyth, F. (2016). *Gazetecinin Güvenlik Rehberi*. New York: 2012 Gazetecileri Koruma Komitesi (CPJ).
- Soeharto, N. W. (2002). Identity on the Net: Should We Talk Methodology Here?
ANTROPOLOGI INDONESIA: 'Rebuilding Indonesia, sia, a Nation of "Unity in Diversity": Towards a Multicultural Society (s. 12-19). Bali: Udayana University.
- TBMM. (2004/md1, 6 26). 5187 Sayılı Basın Kanunu. *Resmi Gazete* . Ankara: TBMM.
- TBMM. (1952/md.1, 6 20). Basın İş Kanunu, Madde 1 – (Değişik: 4/1/1961 - 212/1 md.).
Resmi Gazete . Ankara: TBMM.
- Tokgöz, O. (1981). *Temel Gazetecilik*. Ankara: ANKARA ÜNİVERSİTESİ SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ YAYINLARI.
- Tonta, Y. (2003). Elektronik Kaynaklarda Yasal Sorunlar. *Bilgi Toplumuna Doğru Halk Kütüphaneleri: PULMAN-XT Türkiye Ulusal Toplantısı Sonuç Raporu* (s. 81-88). Ankara: Türk Kütüphaneciler Derneği and ANKOS.
- Topçu-Uzer, Ç., & Tanrıkulu, İ. (2017). Siber Zorbalığı Önleme ve Müdahale Programları: Ulusal Bir Alanyazın Taraması. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 1-18.
- Toruk, İ. (2008). *Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik-Türkiye'de Haber Siteleri*. İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Tunçdemir, C. (2015, Eylül 25). *Gazeteci kimdir? Buna kim karar verir?* Nisan 4, 2018 tarihinde [t24.com](http://t24.com.tr/yazarlar/cemal-tuncdemir/gazeteci-kimdir-buna-kim-karar-verir,12803): <http://t24.com.tr/yazarlar/cemal-tuncdemir/gazeteci-kimdir-buna-kim-karar-verir,12803> adresinden alındı

- Türesay, S. (2014, Eylül 7). *Cephede kamerasıyla tek başına*. Mart 31, 2018 tarihinde haberturk.com: <http://www.haberturk.com/yasam/haber/987678-cephede-kamerasıyla-tek-basina> adresinden alındı
- Türk, G. D. (2013). Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri. *XVIII. Türkiye'de İnternet Konferansı* (s. 55-60). İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi. (1998). (s. 13). İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- 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.
- Uyanık, F. (2013). Sosyal Medya: Kurgusalılık ve Mahremiyet. *Kocaeli Üniversitesi Yeni Medya Kongresi* (s. 1-16). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Uzun, R. (2006). Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 633-656.
- Uzun, R. (2005). Haber Telif Hakları ve İnternet Gazeteciliğinde İntihal. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 45-76.
- Uzun, R. (2011). Türkiye’de Gazetecilik Eğitimi: Değişimler ve Eğilimler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 119-133.
- Uzunoglu, S. (2017, Eylül 25). Mart 26, 2018 tarihinde journo.com: <https://journo.com.tr/totaliter-zamanlarda-anonim-olmak> adresinden alındı
- Uzunoglu, S. (2017, Eylül 6). Ekim 22, 2017 tarihinde platform24.org: <http://platform24.org/p24blog/yazi/1060/turkiye-de-internet-gazeteciligi--xn-den-bugune-ne-degisti> adresinden alındı
- Uzunoglu, S. (2018, Mart 05). Mart 19, 2018 tarihinde P24.com: <http://platform24.org/yazarlar/2867/freelancer-gazeteciler--sektorun-en-dibinde-varolus-savasi> adresinden alındı
- Uzunoglu, S. (2014). Gazeteler dijitalleşirken: Kognitif emek nereye? *Mesele* , 30-31.
- Varol, A. (2011). İnternet Yayıncılığında Etiksel Sorunlar. *Medya ve Etik Sempozyumu* (s. 495-507). Elazığ: versitesi İletişim Fakültesi.
- Waltz, M. (2005). *Alternative and activist media*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

- Yağcı, A. B. (2012). *Değerler Eğitimi Bağlamında Yusuf ile Züleyha Kissası*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldırım, B. (2010). Gazeteciliğin Dönüşümü: Yönteşen Ortam ve Yöndeşik Gazetecilik. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi* , 230-253.
- Yılmaz, H. (2009). *Her Yönüyle Gazetecilik*. İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Yörür, F. (2017, Etik 24). Mart 26, 2018 tarihinde korsanparti.com: <https://korsanparti.com/arti-gercekle-yaptigimiz-roportaj-guvenli-yazilimlar-gazetecilerin-celik-yelegi/> adresinden alındı
- Yurdigül, Y., & Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğin Dönüşümü: Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Habercilik Pratikleri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 140-161.
- Yüksel, H. (2014). *Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Gazetecilik Pratikleri*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İNTERNET KAYNAKLARI

- Ağustos 18, 2017 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779> adresinden alındı
- Ekim 19, 2017 tarihinde <http://www.mahsumakbas.com/yeni-medya-nedir/> adresinden alındı
- Ekim 19, 2017 tarihinde <http://aycamanaztvj.blogspot.com.tr/2011/03/yeni-medya-nedir.html> adresinden alındı
- Ekim 21, 2017 tarihinde www.chip.com.tr: https://www.chip.com.tr/galeri/internetin-ilklerine-yolculuk_2644.html adresinden alındı
- Mart 19, 2018 tarihinde journos.com.tr: <https://journos.com.tr/hakkimizda> adresinden alındı
- Mart 19, 2018 tarihinde Bianet.org: <https://bianet.org/bianet/diger/185333-yeni-islerinde-konusuyorlarsa-da-onlar-gazeteci> adresinden alındı
- Mart 19, 2018 tarihinde Bianet.org: <https://bianet.org/bianet/sayfa/ips-iletisim-vakfi> adresinden alındı
- Mart 19, 2018 tarihinde <https://journos.com.tr>: <https://journos.com.tr/kadin-gazeteciler-tgs-8-mart-raporu> adresinden alındı
- Mart 20, 2017 tarihinde fehmi.koru.com/: <http://fehmi.koru.com/> adresinden alındı

Mart 23, 2018 tarihinde Macfound.org: <https://www.macfound.org/programs/media/strategy/> adresinden alındı

Mart 23, 2018 tarihinde [kms.kaysis.gov.tr:https://kms.kaysis.gov.tr/Home/Goster/25127?AspxAutoDetectCookieSupport=1](https://kms.kaysis.gov.tr/Home/Goster/25127?AspxAutoDetectCookieSupport=1) adresinden alındı

Mart 23, 2018 tarihinde Womensmediacenter.com: <http://www.womensmediacenter.com/about> adresinden alındı

Mart 26, 2018 tarihinde medium.com: <https://medium.com/t%C3%BCrkiye/about> adresinden alındı

Mart 26, 2018 tarihinde theshiftnews.com: <http://theshiftnews.com/donate/> adresinden alındı

Mart 26, 2018 tarihinde theguardian.com: <https://www.theguardian.com/info/guardian-news-media-freelance-charter> adresinden alındı

(2018). Mart 19, 2108 tarihinde journo.com.tr: <https://journo.com.tr/youtube-gazetecilik-abone-reklam-sponsor-ozgurluk> adresinden alındı