



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 8 Sayı: 38 Volume: 8 Issue: 38

Haziran 2015 June 2015

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

BİLGİ ÇAĞINDA SOSYAL SORUMLULUK ODAKLI GAZETECİLİK: YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ SOCIAL RESPONSIBILITY-FOCUSED JOURNALISM IN THE INFORMATION AGE: CITIZEN JOURNALISM

Sinem ONAR ÇAMBAY*

Öz

Teknolojik gelişmelere ve enformasyon akışının sürekliliğine bağlı olarak doğru, tam ve eksiksiz bilgiye daha da ihtiyaç duyduğumuz bu dönemde, bu bilginin üreticisi ve dağıtıcısı olan gazeteler için kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı gerekli olmaktadır. Bilgiye ulaşma yöntemlerinin giderek çeşitlendiği ve bilgi akışının önemli boyutlarda arttığı içinde bulunduğumuz bilgi çağı, gazetecilik alanında bilgi temelli olarak yeniden örgütlenmeyi bu bağlamda da sosyal sorumluluk odaklı yurttaş gazeteciliğini öne çıkarmış bulunmaktadır. Üretim konuları gereği tümüyle kamusal bir ürün ortaya koyan gazetelerin, içinde bulunduğumuz bilgi çağında kamusal sorumlulukla hareket etmesi ivedi bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmakla birlikte bu zorunluluğu giderme imkanı sağlayan gazetecilik anlayışı, yurttaş gazeteciliği olarak dikkat çekmektedir. Yurttaş gazeteciliğinin sosyal sorumluluk anlayışını merkezinde barındırması, gazeteciliğin yasal koşulları dikkate alarak, iş ahlakına ve kamusal beklentiler ile faydaya uygun strateji ve politika benimsemesini ve haber üretirken gerçekler ışığında toplumun refahını ve menfaatini koruyucu faaliyette bulunmasını gerektirmektedir. Sosyal bilincin özellikle arttığı günümüzde güçlü, uzun vadeli ve etkili bir kurum imajı yaratmak için yazılı basının sosyal sorumluluk anlayışıyla hareket etmesi ve yurttaş gazeteciliğinin dinamiklerini hayata geçirmesi önemli bir zorunluluk arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Toplumu, Bilgi Çağı, Gazetecilik, Sosyal Sorumluluk, Yurttaş Gazeteciliği.

Abstract

Technological developments and the relentless flow of information have given rise to greater need for accurate and complete information. This has made it crucial for newspapers, which are the producers and distributors of this information, to have a sense of social responsibility. Our current Information Age, where the means to reaching information have become diversified and the flow of that information has reached significant proportions, has underscored the importance of the fundamental reorganization of the foundations of information in journalism and, related to this, social responsibility-focused citizen journalism. Since newspapers create for public consumption, within the Information Age, is crucial that they must be socially responsible. This imperative can be met by citizen journalism. Given its sense of social responsibility, citizen journalism must adopt strategies and policies that are compatible with business ethics and public expectations. While producing news, it must also act to protect the wellbeing and interest of society in light of realities. At a time when social consciousness has expanded, in order to create a strong, long-term and effective institutional image, the printed press must be socially responsible and the dynamics of citizen journalism must be sustained.

Keywords: Information Society, Information Age, Journalism, Social Responsibility, Citizen Journalism.

1. Giriş

Günümüzde tüm dünyayı giderek etkisi altına almış bulunan bilgi çağı, içinde bulunduğumuz dönemde bilginin adeta bir güce dönüşmesi sonucunu beraberinde getirmiş bulunmaktadır. Bilginin önemli bir silah olarak öne çıktığı bu dönem, bilgiyi üretmek ve dağıtmak gibi son derece kritik fonksiyonları olan gazetecilik mesleğine dikkat çekmekle birlikte bu alanda çağın dinamiklerine uygun bir yeniden yapılanmayı zorunlu kılmaktadır.

Öyle ki bilgi çağında bulunduğumuz bu yüzyıl, gazetecilik mesleği alanında sosyal sorumluluk ve kamusal fayda odaklı bir biçimde örgütlenmeyi ve haber üretim sürecinin bu perspektifle yeniden biçimlendirilmesini zorunlu hale getirmiş bulunmakla birlikte bu noktada yurttaş hakları odaklı bir gazetecilik pratiği öne çıkmaktadır.

2. Kavramsal ve Kuramsal Olarak Sosyal Sorumluluk Olgusu

Kavramsal olarak ilk defa, Oliver Shelton tarafından ele alınan sosyal sorumluluk olgusu, toplumun sosyal felsefesine vurgu yapan bir kavram olarak öne çıkmaktadır (Altıg; 2006: 26). Günümüzde

küreselleşme olgusunun hız kazanması, bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesi gazetelerin kamusal sorumluluk anlayışını benimsemesi zorunluluğunu yaratmış bulunmaktadır. Günümüzde enformasyon akışının olağanüstü boyutlarda olduğu ve adeta bir enformasyon tipisi altında bulunduğumuz içinde bulunduğumuz dönem, doğru, tam, eksiksiz ve güvenilir bilgi akışını sağlayacak gazetelere ve gazetecilik mesleğine önemli bir araç olma özelliği kazandırmış bulunmaktadır.

Bir kuruluşun kaynaklarını tümüyle toplum yararına olacak şekilde kullanmasını ifade eden sosyal sorumluluk, tüm karar ve faaliyetlerin sosyal olarak yaratacağı etkiyi değerlendirme zorunluluğu şeklinde tanımlanmaktadır (Özüpek, 2005: 9).

Temel olarak entellektüel bir üretim yapan yazılı basın aracı olan gazeteler açısından bakıldığında doğruluğu, eşitliği, güvenilirliği, adaleti, inanırlığı, halkın görüş ve dengelerini sağlayarak sosyal sorumluluk ile özgürlük bağı arasında denge kuracak bir sorumluluk anlayışını içeren sosyal sorumluluk, kamunun bilgi edinme ve öğrenme hakkını karşılayan önemli bir bilinç olarak öne çıkmaktadır (Vural, 1994:24).

1980'lerden sonra medyada yaşanan tekelleşme olgusu ile birlikte gazeteler, belirli ekonomik gücü merkezinde toplayan kişilerin faaliyet merkezi olmuş bu durum yazılı basın ürünlerinin hem gazete sahiplerinin hem de büyük sanayi işletmecilerinin sesi olmasını beraberinde getirmiştir. Böylelikle oluşturulan yazılı ürünlerin, sadece belirli bir sesin tahakkümünü sürdürdüğü ve şekillendirdiği çıktılar olduğu dikkat çekmekte olup bu durumun içerik kalitesini önemli ölçüde kirlettiği göze çarpmaktadır.

Özgürlükçü liberal ideoloji sonucu tamamen işletmecilerin kar mantığıyla hareket eden bir gazetecilik olgusu, daha çok yüzeysel konulara ağırlık veren, halk ahlakı için bir tehlike yaratan ve sermaye tarafından denetlenen bir yapıya bürünmüş söz konusu yapı kamusal sorumlulukla hareket etmesi gereken bu aracın sorgulanmasına neden olmuştur. Gazetelerin tamamen kar amaçlı bir hizmet işletmesi olarak varlığını sürdürdüğü bu dönem, bilgi toplumu içine girdiğimiz ve bilginin adeta bir silaha dönüştüğü günümüz koşullarında sorgulanarak sosyal sorumluluk ideolojisi temelinde örgütlenmiş yeniden bir yapılanma gündeme gelmiştir. Bir başka deyişle, gazetecilik alanında sosyal sorumluluk olgusunun ortaya çıkışı, kamunun kitle iletişim araçlarına güveninin sarsıldığı ve toplumsal yararının sorgulandığı bir döneme rastlamaktadır (Karabay; 2000:28).

Gazetelerin belli ellerde toplanması ve 1980 lerden itibaren ortaya konan ürünlerin yalan haber, siyasi ve ticari çıkar hedefli haber, şiddeti körükleyen haber, piyango ve lotarya görünümlü haber gibi özellikler taşıması hem toplumun bakış açısını kısıtlayarak değiştirmiş hem de değerlendirme özgürlüğüne engel olarak demokrasiye engel olmaya başlamıştır. Tüm bu olumsuzluklar, yazılı basının ticari bir firmaya dönüşerek toplumsal çıkarlardan uzaklaşmasına, muhalif sesleri duymamasına neden olmuş ve bu alanda sorumluluk odaklı eğilimler sorgulanmaya başlamıştır (Karaismailoğlu, 2014:285).

Sosyal sorumluluk anlayışı, özgürlükçü liberal ideolojiden farklı olarak, kontrollü bir özgürlük anlayışını merkezine almakta ve gazeteler tarafından üretilen ürünlerin toplumsal sorumluluk ve özgürlük bağı arasındaki dengenin sağlanmasıyla güvenilir, eşit, adaletli, inanırlığı yüksek ve tarafların dengeli olarak yansıtıldığı sorumlulukla oluşturulması gerektiğini savunmaktadır. Bu anlayışa göre; toplumda demokrasinin kurumsallaşabilmesi ve varlığını sürdürülebilmesi için, gazeteler önemli bir mihnek taşı olma özelliğine sahip olduğundan bu işlevini, toplumu aydınlatmak, her türlü toplumsal ve siyasal sürece katkıda bulunmasını sağlamak, hükümet karşısında toplumun sesi, gözü, kulağı olmak, toplumun genel çıkarlarını korumak gibi önemli fonksiyonlarla yerine getirmek zorundadır (Budak; 1997:50).

Tümüyle sansasyona ve önemsizleştirmeye dönük serbest piyasa kurallarının egemen olduğu iletişim alanının yeniden sorgulanması gerektiği bilincine odaklanan sosyal sorumluluk olgusu, gazetecilik mesleğinin herşeyin üstünde "gerçeği" aktarma misyonuna vurgu yapmakta ve bu süreçte gerçeklik kriterini de kamusal fayda taşıyacak bilgi üzerinden kurgulamaktadır.

Sosyal sorumluluk olgusu, bilgi kaynaklarına özgürce ulaşabilme, doğru, çarpıtılmamış ve kurgulanmış gerçeklere ulaşabilme ve iletişim sürecine özgürce katılabilme haklarını öne çıkartan bu bağlamda da iletişimin demokratikleşmesine katkıda bulunan önemli bir kriter olarak göze çarpmakla birlikte kamunun ortak sağduyusunu harekete geçiren ve bu bağlamda önemli bir kamuoyu yaratma işlevi bulunan bir olgu olarak göze çarpmaktadır (Akçalı, 2002: 96).

Gazetelerin, yüzeysel konuları bir kenara bırakarak tümüyle güncel olaylara ve toplumsal konulara odaklanacağı bir bakış açısını yaygınlaştırmanın ana yolu olarak sosyal sorumluluk, kişi dokunulmazlığını güvence altına almayı, iyi niyetli ve saygılı olmayı, doğruluk ve tarafsızlığı ve toplum yararına hizmet etmeyi hedeflediğinden içinde bulunduğumuz giderek karmaşıklaşan bilgi çağında stratejik bir önem taşımaktadır.

3. Gazetecilik Olgusu ve Gazetecilik Mesleğinde Sosyal Sorumluluk Odaklı Haber Üretim Süreci

Bir yazılı basın kuruluşu olan gazeteler, bir yandan ekonomik ve ticari diğer yandan da sosyal yönleri bulunan bir araç olarak dikkat çekmekte olup hem kar elde etmek amacı taşımakta hem de üretim konusu gereği kamusal bir faydaya sahip olması zorunluluk arz etmektedir. Bu bağlamda hem ticari bir kimliğe hem de kamusal bir göreve sahip bulunan gazeteler, adeta bir enformasyon tipisi içinde bulunduğumuz günümüz koşullarında bilgi temelli olarak önemli bir güce sahip bulunan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kültürü yeniden üreterek bir kültür endüstrisi olma özelliği taşıyan gazetecilik mesleği önemli bir sosyal eylem alanı şeklinde belirginleşmektedir (Alver, 2007: 173). Söz konusu alan toplumsal olana ilişkin olduğundan bu alanda sosyal sorumluluk olgusu daha da önem kazanmaktadır.

Gazetecilik olgusu, günümüz dünyasında yurttaşlar ve insanlarla ilgili her şeye ilişkin sosyal iletişim sürecini ile kamusal alışverişi sağlayıcı ve teşvik edici önemli bir süreci açıklamaktadır (Alver, 2011: 91). Gazetecilik mesleğinin sahip olduğu bu konum onu içinde bulunduğumuz bilgi toplumunun temel aktörü olarak konumlandırdığından bu aracın yapacağı üretimin de gerçekleşmesi ayrıca bir önemi gerektirmektedir.

Gazetelerde üretim, beş aşamada gerçekleşen önemli bir süreci içermekte ve bu süreçte haber üretimi yapılmaktadır. Söz konusu üretim sürecinin ilk basamağı olan seçim aşaması, gazetecinin dünyada gerçekleşen çeşitli olaylar arasından bir seçim yapmasını ve bunu kamu gündemine taşımalarını içermekte olup bu süreci yöneten çok kritik unsurlar bulunduğu görülmektedir. Her şeyden önce gazetecinin sahip olduğu değer yargıları, algısı, tutumları, dünya görüşü haber seçimini etkilemekte olup daha sonra içinde çalıştığı medya kurumunun yayın politikası, editör baskısı, toplumdaki egemen ideoloji, ekonomik ve toplumsal güç odakları, ilan ve reklam verenler, devlet gibi unsurların sürece önemli ölçüde etkide bulunduğu dikkat çekmektedir.

Özellikle 1980'lerden itibaren hızla değişen siyasal ve ekonomik koşulların teknolojik gelişmelerle birlikte gazetecilik mesleği alanında köklü değişikliklere neden olduğu bu bağlamda da gazetecilik alanında yaşanan ekonomik bağımlılıkların, bu aracın kamuyu bilgilendirme ve haber verme fonksiyonlarından ticari kaygılarla sıyrılmasına neden olduğu açıkça görülmektedir (Topçuoğlu, 1996: 32-35). Gazetelerin bu denli önemli fonksiyonundan sıyrılmış olması ise içinde bulunduğumuz bilgi çağında önemli bir güç olan bilginin içerik kalitesinin körelmesine bu bağlamda da bilginin önemsizleşmesine neden olmuş bulunmaktadır.

Gazetecilik alanında ilansal ve reklamsal kaygıların, sübvansiyonlar, ucuz yollu kredilerle kendisini gösteren siyasal bağımlılıkların haber değeri kavramını önemli ölçüde değiştirdiği gerçeğinden hareketle bu alanda tarafsızlığın sağlanması önemli bir zorunluluk arz etmektedir. Söz konusu zorunluluk gazetecilik alanında haberin başka sorumluluklardan ziyade okuyucunun haber alma hak ve hürriyetini karşılayacak kamusal bir sorumluluk anlayışıyla üretilmesini gerekli kılmakta olup bu çerçevede editoryal bağımsızlığın sağlanması aciliyet gerektirmektedir.

Yazılı basın gazeteciliği mesleği alanında ilkeli bir üretim anlayışının ikinci aşamasını araştırma kısmı oluşturmakta olup bu aşamada üretilen haberlerin kamuya bir bilgi aktarım, toplumsal bir fayda yaratıp yaratmadığı ve bilginin doğruluğu araştırılmaktadır. Söz konusu araştırma yapıldıktan sonra sosyal sorumluluk gereği bilginin doğruluğu, tarafsızlığı sorgulanıp kamusal fayda sağlayacak bilgiler yeniden seçilmekte ve daha sonra biçimlendirilmektedir. Bu noktada vurgulanması gerekli en önemli husus bir kurguya dayanan haber olgusunun biçimlendirilmesinde ticari ve siyasal çıkarların değil, kamusal çıkarların hedef alınması zorunluluğudur. Günümüz bilgi toplumunun en önemli aktörü olan gazetelerin ürettiği bilgi ile önemli bir kamuoyu yaratma işlevi düşünüldüğünde bu zorunluluk daha da anlam kazanmaktadır.

Gazetelerde ilkeli ve sorumlu bir üretim anlayışının son aşamasını oluşturan yayımlama ise, enformasyon tipisi altında olduğumuz dünyada bilginin süratle haber olarak okuyuculara iletilmesini gerektirmekte ve gazetelerin varlık nedenini sosyal sorumluluk olgusunu merkeze alacak biçimde yeniden sorgulamasını gerektirmektedir.

İçinde bulunduğumuz bilgi çağında gazetelerin sosyal sorumluluk odaklı bir üretim anlayışına sahip olması bu kamusal aracın;

- Okuyucularını, doğru, tam ve eksiksiz bilgilerle donatmasını,
- Okuyucularının doğru enformasyon alma hakkını gözetmesini,
- Toplumdaki ana grupların tümüyle yer alacağı nitelik ve içerikte yayın yapmasını,
- Okuyucularına kendilerini özgürce ifade edecek bir yapı oluşturmasını,
- Toplumda düşünme ve sorgulama yetilerini kazandırmasını,
- Hükümete karşı halkın koruyuculuğunu üstlenmesini

- Olayları, nesnel gerçekliğe sadık kalarak uygun biçimde ve çarpıtmadan vermesini,
 - Enformasyonun farklı biçimlerine ve alternatif bakış açılarına yer vermesini,
 - Toplumun çeşitliliğini ve çoğulculuğunu sağlayan görüşlere yer vererek çoğulcu bir yapıya hizmet etmesini,
 - Suça, şiddete neden olabilecek, toplumsal olarak karmaşa yaratabilecek unsurların içeriğe yansımamasına özen göstermesini,
 - Bilgileri, kamu yararını sorgulayarak eksik olmayacak ve doğruluğundan şüphe duyulmayacak bir biçimde üretmesini,
 - Haber kaynaklarını hem dikkatle araştırıp netleştirmesini hem de çeşitlendirmesini,
- Haberli ilansal ve reklamsal sorumlulukla değil, etik ve kamusal sorumlulukla içeriklendirmesini gerektirmektedir.

4. Bilgi Toplumunda Gazetecilik Mesleği ve Yurttaş Gazeteciliği

Giderek tüm dünyayı kuşatan küresel bilgi akışı ve beraberinde enformasyon tipisi olgusuyla ortaya çıkan bilgi yağmurunun yaşantımızın her alanına nüfuz ettiği içinde bulunduğumuz dönem, bilgi toplumu olarak adlandırılmakta olup temel üretim konusu bilgi olan gazeteler söz konusu toplumda bilgi temelli olarak önemli bir toplumsal güce dönüşmüş bulunmaktadır.

Bilginin en değerli kaynak, temel ürün ve üretim aracı olduğu bilgi toplumu kavramı, enformasyonun bir toplumda en baskın gösterge olarak konumlandığı toplum türü olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 2008: 60).

Yeni teknolojilerin bilgi toplamada giderek yaygınlık kazandığı bilgi toplumu, gazetecilik alanında daha esnek bir yapının oluşmasını teşvik etmekte karşılıklı etkileşim, kitlesizleştirme ve anıdalık gibi önemli özellikler ile bu alanı biçimlendirmektedir (Aslan, 2008: 239). Söz konusu biçimlendirmenin bilgi toplumunda gazetecilik mesleğini kamusal sorumluluk bağlamında bir değişime uğrattığı göze çarpmaktadır.

Günümüzde bilginin temel üretim faktörü haline dönüşerek üretim ve dağıtımında bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin dikkat çektiği içinde bulunduğumuz dönem gazeteleri temel araç olarak konumlandırmış bulunmakla birlikte kamusal bir araç olarak da öne çıkarmaktadır. Söz konusu öne çıkış gazetelerin son derece önemli sosyal sorumluluk fonksiyonu bağlamında yurttaş gazeteciliği olgusuna da dikkat çekmektedir.

Görev ve sorumluluklar üzerine kurulu bir kavram olarak yurttaşlık, " bir topluluğa katılarak veya üye olarak bu üyelik çerçevesinde edinilen hak ve görevlere dayanarak kendilerinin ve gruplarının çıkarlarını içeren, özel alanda olduğu kadar kamu alanında da eylemde bulunma hakkıdır" (Sarıbay, 1991:18). Söz konusu hak, toplumda bireylerin kendilerini ilgilendiren her türlü konuda bilgi almasını ve bu bilgiyi paylaşmalarını da içerdiğinden bu noktada bilgi sağlama fonksiyonuyla gazeteler ve yurttaş gazeteciliği olgularını öne çıkarmaktadır.

Günümüz demokrasi anlayışının olmazsa olmaz yapı taşı olarak belirginleşmekte olan yurttaşlık, siyasal erkin kontrolüne ve toplumsal hayata dair her şeye tümüyle katılarak kendilerini ilgilendiren her bir sürece ve karar alma mekanizmasına müdahil olma yeteneği şeklinde göze çarpmaktadır. Bu noktada vurgulanması gerekli en önemli husus, bireylerin yurttaşlık yeteneğine sahip olma yolunda yazılı medyanın özellikle de gazetelerin çok önemli bir araç olarak konumlandığı doğru olmakla birlikte yurttaş gazeteciliğinin içinde bulunduğumuz dönemin önemli bir gazetecilik pratiği olarak öne çıktığı görülmektedir.

Yazılı medya alanında tüm toplumsal katmanlardaki çeşitli görüşlere yer vererek çeşitlilik ve çoğulculuğun bu bağlamda da farklılığın sağlanmasına odaklanan yurttaş gazeteciliği, vatandaşların özgür olduğu bir demokratik düzenin yaratılmasını gerektirmekte bunu sağlamak içinde yazılı basın alanında özgürlüğü zorunlu kılmaktadır (Cuilenburg, 2009:120-122).

Temsili demokrasi sisteminin geçerliliğini yitirdiği daha çok katılımcı bir demokrasi anlayışının önem kazandığı günümüz dünyası, edilgen değil etken ve aktif yurttaşlar yaratma odaklı olduğundan bu yurttaşlara tam donanımlı bilgi sağlayacak kamusal sorumluluk odaklı yurttaş gazeteciliğini gerektirmektedir. Haber olgusunu, kamuoyunun bilgilendirilmesi, belli bir görüş etrafında harekete geçip örgütlenmesi ve bilgi edinilmesinde temel araç olarak konumlandıran yurttaş gazeteciliği, haber alma ve iletişim olanaklarının geliştiği günümüzde oluşan yeni ve dinamik bir toplumsal yapının inşa ettiği yeni bir gazetecilik türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Demokrasinin sağlıklı ve toplumun özgür olması yolunda bir mihenk taşı olarak tanımlanabilecek yurttaş gazeteciliği, toplumun haber alma ve ifade özgürlüğüne odaklanmış kamuoyu oluşumuna çok fazla önem veren bir gazetecilik türü olarak belirginleşmektedir (Çakır, 2007: 40-42). Söz konusu gazetecilik anlayışı, daha çok duyulamayan seslere ve görünmeyenlere odaklanmakta ve kamu adına eleştiride bulunma işlevini gerçekleştirmektedir.

Yurttaşlık haklarının ve katılımcı bir sivil demokrasinin geliştirilmesinde temel araç konumunda bulunan gazetelerin, yurttaşlık haklarının savunuculuğunu üstlenip tümüyle nesnel yayımlar yapmasına odaklanan yurttaş gazeteciliği, hem hükümeti denetim hem de yurttaşı öne çıkartma gibi çift yönlü bir iletişim sürecini ifade etmekte ancak bu sayede toplumsal barış ve huzurun sağlanacağını vurgulamaktadır.

Toplum içindeki bireylerin birer yurttaş olarak haklarını kullanabilmeleri için gerekli bilgiyi sağlayan bir araç olarak yurttaş gazeteciliği, çeşitli ve farklı seslerin ortaya çıkmasına, olayların yorumlanmasına, kamusal tartışmaların çeşitlenmesine olanak sağlayan bir gazetecilik pratiği olarak toplumun demokratikleştirilmesine önemli bir katkıda bulunmaktadır (Atabek; Dağtaş, 1998: 89-90)

Tümüyle bilgi odaklı, akıcı, akılcı, demokratik, dinamik ve bu yönleriyle de özgürlükçü bir toplum yapısının inşasına olanak sağlayan bir kavram olarak bilgi toplumu, bilgiye erişim imkanlarını artırdığından özellikle yurttaş gazeteciliği açısından büyük önem taşımaktadır (Yurdadoğ, 1997: 73-75). Bu bağlamda yurttaş gazeteciliğinin bilgi toplumunda özellikle deşifre etme ve gözetleme işlevleriyle önem kazandığı tümüyle dinamik bir toplum yaratmayı amaç edindiği dikkat çekmektedir.

1980'li yıllardan itibaren yazılı medya alanına hakim olan çapraz tekeller ve dev holdingler, içeriğin kamusal sorumluluktan uzak tümüyle ilansal ve reklamsal sorumlulukla belirlenmesine neden olmuş bu durum içeriğin büyük ölçüde kirlenmesine neden olarak gazetecilik alanında yeni eğilimlere neden olmuştur. Söz konusu eğilimler içerisinde yurttaş gazeteciliği denilen kamusal sorumluluk odaklı yeni bir gazetecilik hareketi göze çarpmaktadır. Tümüyle toplum bağlantılı bir gazetecilik pratiğini vurgulayan bu anlayış, gazetecilik alanında önemli bir dönüşüm gerçekleştirmeyi amaç edinmiş bulunmakla birlikte bu amacın merkezine alternatif bir gazetecilik anlayışını koyarak kamu hizmeti medyasını öne çıkarmaktadır.

Günümüzde medya alanındaki asıl sorunun, hiyerarşik ve merkezi bir örgütlenmeden kaynaklı ilansal ve reklamsal kaygı üzerinde odaklanmış bir yapılanma olduğu gerekçesiyle tümüyle bilinçli ve katılımcı aktif yurttaşlar yaratacak kamusal bakış açılı medyanın yaratılmasıyla bu sorunun büyük ölçüde giderileceği açıkça görülmektedir. Bunun için medya alanında karşıt ya da yandaş oluşumlardan ziyade bilgi sağlama misyonuna odaklanılması ivedilik gerektirmektedir. Bugün içinde bulunduğumuz enformasyon toplumunda gazetelerin gerçek bir silah olan bilgiyi, üretme, yayma mekanizmasına sahip olması nedeniyle yasama, yürütme ve yargıdan önce birinci kuvvet konumunda olduğu gerçeği göz önüne alınacak olursa bu ivedilik açıkça görülmektedir.

Toplumda, aktif düşünen ve sorgulayan bireyler yaratmayı amaç edinmiş, yurttaş ve hak odaklı bir gazetecilik türü olarak tanımlanabilecek yurttaş gazeteciliği, yurttaşların kendi hak ve sorumluluklarının bilincinde olmasını ve bunun bilincinde olan yurttaşların bunları sorgulama ve savunma sürecinde nesne olmaktan çıkıp bizzat özne olmalarını içeren önemli bir etkileşimsel gazetecilik türü olarak göze çarpmaktadır (Alankuş, 2009: 110).

Yurttaş taleplerinin sözcüsü olarak yurttaş gazeteciliği, medya alanındaki çarpıklık ve bozulmalara tepki olarak doğmuş ve bunları revize etmek üzerine harekete geçmiş bir gazetecilik türü olarak dikkat çekmektedir (Duran, 2003: 89-90). Bu noktada vurgulanması gerekli en önemli husus, söz konusu anlayışın gündemin tümüyle yurttaş ve toplumsal sorunlar odaklı bir biçimde kurgulanması fikrine dayandığı okurun da haber üretimi sürecine dahil edildiğidir. Bu bağlamda yurttaş gazeteciliğinin medya aracını bizzat kamusal sorunların tartışıldığı kamusal alanlara dönüştürdüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Gazetelerin, sosyal sorumluluğunun yeniden hatırlanması çabası şeklinde öne çıkan bu olgu, kamusal çıkarlara odaklanarak kamunun vekilliğini yapmakta, daha katılımcı ve demokratik bir gazetecilik pratiğini inşa etmeyi amaçlamaktadır.

Geleneksel ana akım medyada çok fazla uygulama imkanı bulmayan yurttaş gazeteciliği olgusu, yurttaşları edilgen konumdan çıkartıp kamusal alanda aktif bir konuma dönüştürme amacı taşımakta bu bağlamda da kamusal alanda önemli bir dönüşümü ifade etmektedir. Genellikle geleneksel medyanın zayıf kaldığı ve görmezden geldiği konuları gündeme taşımayı ilke edinmiş bu gazetecilik pratiği, filtreli habercilik anlayışı yerine gölgesiz ve tarafsız habercilik anlayışını önermektedir.

Toplum içinde her katmanda ve tabakadaki taleplerin, toplumsal hareketlerin kamuoyunda bir yer edinebilmelerinde katalizör görevi gören yurttaş gazeteciliği, sorumlu bir yayıncılık anlayışını gerektirmekte olup bu anlayış hem siyasal tabakadan yurttaşlara bilgi verme hem de yurttaşlardan politikacılara talep

iletme gibi çift yönlü bir mekanizmayı içermektedir(Dağtaş, 2007:104-106). Bu mekanizmanın merkezinde toplum çıkarı hedef alınmakta haber üretiminde ise toplumun algısına güven duyulmaktadır.

Yurttaş gazeteciliği, farklı, değişik ve alternatif seslerin duyularak öne çıkmasına önayak olan bu sayede de çok seslilik ile çoğulcu bir toplum yapısının inşasına olanak sağlayarak demokrasiye hizmet eden bir gazetecilik pratiği şeklinde göze çarpmaktadır. Söz konusu pratik, hak haberciliği ve barış gazeteciliği ilklerine dayanmakta ve nefret söylemini dışlamaktadır. Ayrıca haber üretim sürecinde kaynakların çoğaltılması ve haberin çeşitli görüşlerle zenginleştirilmesi zorunluluğunu barındıran bu gazetecilik pratiği demokrasi açısından önem teşkil etmektedir. Liberal medya ortamının yarattığı içeriksel kirlilik ve tümüyle yandaş bir gazetecilik, farklı seslere ve toplumsal olana odaklanmış bir gazetecilik pratiğini zorunlu kılmaktadır.

Günümüzde, yazılı medya aracı olan gazetelerin siyasal ya da ekonomik yöneticilerin kişisel kazanç yada kar aracı olarak değil tümüyle yurttaşların kamusal yarar aracı olarak hareket etmesini savunan yurttaş gazeteciliği, pazar dışı ve devlet dışı bir yayıncılık anlayışını öne çıkarmaktadır (Şahin, 1993: 19).

Yazılı basın alanındaki tekeller ve tektipleştirmeler gazetecilik mesleğine duyulan güveni örselemiş, gazetecilik mesleği ile gazetecinin görevinin yeniden sorgulanarak biçim değiştirmesine neden olmuştur. Bilgi çağına adapte edilmiş gazetecilik mesleğinin kamusal sorumlulukla donatılmış, gazetecilerin ise watchdog yani gözcü olarak yeniden sorgulanmış olduğu dikkat çekmektedir. Bu sorgulama neticesinde öne çıkan yeni gazetecilik pratiği olarak yurttaş gazeteciliğinin iki boyutu bulunmakla birlikte bu boyutlar; bir taraftan yurttaşları aktif hale getiren kamusal sorumluluğa odaklanmış haber üretimi, diğer taraftan da bizzat kendisi muhabir olan yurttaşlar olarak öne çıkmaktadır.

Öyle ki demokratik ve katılımcı bir medyanın odak noktası, herkese eşit katılım imkanı sağlayan, sosyal yaşamla iç içe geçmiş bir ortamı hedef aldığından böylesi bir ortam, kendisini ilgilendiren, kendi sorunlarına odaklanmış yurttaşların da muhabir olarak çeşitli ortamlarda haber yapmalarına olanak sağlamaktadır. Bu noktada vurgulanması gerekli en önemli husus, yurttaş gazeteciliğinin günümüzde gerçekleşmesinde en önemli araç olarak yazılı basından çok yeni medya ortamlarının öne çıktığı bu ortamlardan özellikle Twitter'ın çok ayrıcalıklı bir konumda olduğudur.

Yeni medya araçları, bireyleri iletişim sürecinin pasif tüketicisi olmaktan çıkarmakta karşılıklı etkileşim olanaklarını kullanarak aktif birer yurttaşla dönüşmelerine olanak sağlamaktadır (Çoban, 1997: 17). Aktif ve bilinçli yurttaşların haber üretimi konusundaki talepleri bilinçlenen bir gazetecilik olgusunu içerdiğinden yurttaş gazeteciliği öne çıkmaktadır.

Diğer bir ifadeyle, yeni medya ortamları, yurttaş gazeteciliğini hızlandırmakta, interaktif erişim olanağıyla tüm dünyayla anında iletişim kurma imkanı sağlayarak yurttaşların sesini duyurabilmelerinde temel araç olarak konumlanmış bulunmaktadır. Bu noktada vurgulanması gerekli en önemli husus, yurttaş gazeteciliğinin gelişmesine zemin hazırlayan yeni medyanın iletişim özgürlüğü açısından da önemli doneler sağladığıdır. Akıllı telefonlar, internet, tabletlerin başta olduğu yeni medya araçları, alternatif gazetecilik imkanları yarattığından yurttaş gazeteciliği için önemli ve dinamik birer platform oldukları göze çarpmaktadır.

Yurttaşlık teknolojisi olarak da adlandırılabilir yeni medya araçları, hem yurttaşlara karşılıklı etkileşim olanağı sağlayarak bilgi alma ve iletişim becerilerini artırma olanağı sağlamakta hem de yurttaşlık kültürünün oluşup yerleşmesinde önemli ve farklı bir kamusal alan yaratarak yurttaşlık gazeteciliğinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Bayraktutan Sütcü, 2007:79-81).

Yeni medya uygulamaları, gazetecilik açısından daha iyi, daha bağlamlı bir içerik sağlamakta bu kapsamda da daha bilgili, daha duyarlı bir okuyucu kitlesi yaratmaktadır (Demir; Kalsın, 2013: 196). Söz konusu uygulamaların sağladığı avantajlar da toplumun bilgi edinme anlamında daha aktif ve sorgulayan bir yapı kazanmasına, hükümet ve siyaset alanına doğrudan müdahil olmasına olanak sağlamakta bu sayede de demokrasiye hizmet etmektedir.

Yeni medya araçlarını yurttaş gazeteciliği açısından önemli birer alternatif platforma dönüştüren en önemli unsur olarak geleneksel ana akım medyada, dışlayıcı ve tümüyle ayrımlaştırıcı yaygın bakış açısının sorgulanmaya başlaması olarak öne çıkmakla birlikte yeni medyanın bu amaca önemli ölçüde hizmet ettiği dikkat çekmektedir (Sözeri, 2012:281).

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde karmaşıklığı ve bilgi akışı hızla artan bir dünyada modernleşme ve demokratikleşme anlamında gazetecilik olgusunun önem ve rolü de giderek artmaktadır. Bilgi toplumu ve bilgi çağı sağladığı zengin enformasyon ve iletişim kaynaklarıyla, vatandaşların hak ve özgürlükler anlamında daha özgür, eşit

ve şeffaf bir dünyada yaşamalarını sağlamakla birlikte bu noktada özellikle gazetecilik mesleğine önemli bir misyon yüklemiş bulunmaktadır.

Bilgi akışının olağan üstü boyutlarda olduğu ve adeta enformasyon tipisi altında bulunduğumuz içinde yaşadığımız bilgi çağı, topluma yeni ufuklar açarak bilgi karmaşıklığını toplumsal fayda sağlayabilecek biçimde konumlandırarak gazetecilere ciddi sorumluluklar yüklemekte bu bağlamda gazetecilik mesleğinin üzerine oturması gerekli sosyal sorumluluk olgusu öne çıkmaktadır. Dünya üzerinde bilginin adeta bir silaha dönüştüğü bu dönem, bilginin üreticisi ve dağıtıcısı konumunda bulunan gazetelerin, kendisini liberal politika ve anlayışlar bağlamında uğradığı imaj kaybı, içerik kirliliği, kalite yoksunluğu gibi konularda sorgulamasını gerektirmektedir. Söz konusu sorgulamanın ortaya koyduğu sonuç ise kamusal sorumluluklarının tümüyle farkında, kamunun sesi, kulağı ve gözü olarak işlev gören alternatif bakış açılarının, duyulmayan seslerin öne çıkarıldığı yeni bir gazetecilik pratiği olarak göze çarpmaktadır. Bu pratik ise bilgi çağına uygun bir biçimde adapte edilmiş gazetecilik türü olan yurttaş gazeteciliği şeklinde belirginleşmektedir. Kamu gazeteciliği olarak da adlandırılan bu yeni gazetecilik pratiği, hem ana akım akım medyadaki uygulamalara karşı önemli bir duruşu içermekte hem de yurttaşlık bilincinin artırılarak demokrasinin gelişmesine odaklanmaktadır.

Toplumsal katılımı artırarak kamusal alanın kamu merkezli bir biçimde dönüşümünü hedef alan yurttaş gazeteciliği, ana akım geleneksel medyadan ziyade yeni medya ortamlarında özellikle de sosyal medya da geniş bir uygulama imkanı bulmakta ve gazetecilik pratikleri açısından önemli bir gazetecilik ortamı sağlamaktadır. Söz konusu ortam, gazetecilik açısından sosyal sorumluluk odaklı bir üretim anlayışının temel unsurları olan üretimin ilansal ve reklamsal sorumluluklarla ve ticari kaygılarla değil, kamusal sorumlulukla ve toplumsal fayda kaygısıyla üretilmesini gerektirmekte ve katılım imkanlarını artırarak toplumsal demokrasiye hizmet etmektedir.

KAYNAKÇA

- AKÇALI, Selda (2002). Türkiye’de Araştırmacı Gazetecilik Uygulamaları, İzmir: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- ALANKUŞ, Sevda (2009). “ Yeni Habercilik Arayışları: Hak Odaklı Habercilik, Yurttaş Gazeteciliği, Barış Gazeteciliği”, Derleyen: Sevda Alankuş, Gazeteciliğe Başlarken, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- ALVER, Füsün (2007). Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri, İstanbul: Beta Yayınları.
- ALVER, Füsün (2011). Gazetecilik Bilimi ve Kuramları, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- ATABEK, Necdet; DAĞTAŞ, Erdal (1998). Kamuoyu ve İletişim, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.
- ASLAN, K (2008). Değişen Teknolojiler ve Habercilikte İstihbarat, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınları.
- BAYRAKTUTAN SÜTCÜ, Günseli (2007). İktidar Müzelerinin Sanal Uzamdaki Varlığı Üzerinden Siyasal İletişimi Yeniden Düşünmek, Yeni Medya Çalışmaları, Der: Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları.
- CÜİLENBURG, J.V. (2009). Medya Ve Demokrasi, Ed: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Televizyon Haberciliğinde Etik, Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- ÇAKIR, H. (2007). Gazeteciliğe Giriş, Konya: Tablet Yayınları.
- ÇOBAN, H. (1997). Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş, Ankara: İnkılap Yayınevi.
- DAĞTAŞ, Erdal (2007). Yurttaşlık Haklarının İnşası Ekseninde Eskişehir Yerel Basınından Online (Çevrimiçi) Bir Örnek: Midas Gazetesi, Yeni Medya Çalışmaları, Der: Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları.
- DEMİR, M; KALSIN, B (2013). Yeni Medya ve Gazetecilik, Ankara: Phoenix Yayınları.
- KARAİSMAİLOĞLU, E (2014). İnsanlık Toplumu Eski Medya Köleliğinden Dijital Medya Efendiliğine Geçebilecek mi?, Ed: Beril Akıncı Vural, Dijital Panaroma, Ankara: Ütopya Yayıncılık.
- KEANE, John (1993). Medya Ve Demokrasi, Çev: Haluk Şahin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- MUTLU, E. (2008). İletişim Sözlüğü, İstanbul: Ark Yayınları.
- ÖZÜPEK, M. N. (2005). Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk, Konya: Tablet Yayınları.
- SÖZERİ, Ceren (2012). Sosyal Medya Gücüyle Geleneksel Medyayı Değiştirmek Mümkün mü?, Sosyal Medya Akademi, Ed: Tolga Kara, Ebru Özgen, İstanbul: Beta Yayınları.
- TOPÇUOĞLU, N. N. (1996). Basında Reklam ve Tüketim Olgusu, Ankara: Vadi Yayınları.
- VURAL, Sacide (1994). Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri, Ankara: Özışık Matbaacılık.
- YURDADOĞ, B. U. (1997). “ Enformasyon Devriminin Getirdikleri Götüremedikleri.”, Ankara: H.Ü. Kütüphanecilik Yayınları.