

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.10161136>

Accepted: 06.11.2023

Alternatif Gazetecilik Anlayışları: Çözüm Gazeteciliğinin Sosyolojik Boyutları**Nurgül ERGÜL GÜVENDİ**Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Yıldızeli Meslek Yüksekokulu
nurgulergul@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9473-1474>**Özet**

Geleneksel gazetecilik anlayışının dönüşümü, barış, hak, yurttaş ve çözüm gazeteciliği gibi yeni gazetecilik uygulamaları ile hız kazanmıştır. Geleneksel gazetecilik anlayışına alternatif olarak geliştirilen bu yaklaşımlar, yalnızca gazetecilik mesleğinin ve kitle iletişim araçlarının bir alternatifi olarak değerlendirilemez. Bu çalışmada, alternatif gazetecilik anlayışlarının ortaya konulması ve çözüm gazeteciliğinin sosyolojik açıdan değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Sosyolojik unsurlar ise geleneksel gazetecilik anlayışı ile alternatif gazetecilik uygulamalarının yapısal (etkileşimsel) açıdan karşılaştırılması ile ortaya konulmuştur. Ulaşılan sonuçlara göre çözüm gazeteciliği, habere atfedilen anlamın değişmesine öncülük eden diğer gazetecilik türlerine (barış, hak, yurttaş, yapıcı, katılımlı) kıyasla oldukça kapsamlıdır. Bu farkı oluşturan temel hususlar ise, çözüm gazeteciliğinde aktif katılım ve habere atfedilen anlamın değişmesine ek olarak; bilinçli farkındalık oluşturma, toplumsal sorumluluk anlayışının gelişmesi, durum-vaka perspektifi sunması, kurum ve yapıların dönüşmesi, aktif eleştiri anlayışının oluşturulması ve sürdürülebilirlik gibi katkıların bir arada bulunmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya Araştırmaları, Gazetecilik, Çözüm Gazeteciliği, Haber Sosyolojisi.

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, geleneksel toplum yapısında ve sektörlerde önemli değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu değişimler, toplumsal açıdan davranış ve tutumların değişmesine; iş yaşamında farklı sektörlerin ortaya çıkmasına, mevcut sektörlerin ise yapısal açıdan dönüşmesine neden olmuştur. Büyük bir kısmı bilgi ve iletişim teknolojilerine dayanan gazetecilik sektörü, yapısı gereği bu değişimden büyük ölçüde etkilenen sektörlerden birisidir. Geleneksel gazetecilik anlayışının değişimine neden olan en önemli unsur, internetin sunduğu hiper metin, meta dil, zaman ve mekân sınırlarının ortadan kalkması, sınırsız etkileşim

olanakları ve bilgiye erişim hızıdır. İnternetin sahip olduğu tüm bu potansiyeller, iletişimin karakterini de radikal biçimde değiştirmiştir (Castells, 2005, s. 440). Tüm bu avantajlar yalnızca iletişimin yapısını değiştirmekle kalmayıp, aynı zamanda haber üretim süreçlerinden haber içeriklerine, mesleğin bir zümreye ait olmaktan çıkarılarak toplumsal açıdan herkesin katılım sağlayabileceği ortak bir sisteme dönüşmesine neden olmuştur. Sistem değişimi sonucunda, bilgisayar destekli habercilik, grafik tasarım ile birleşen gazetecilik, dijital fotoğraf gazeteciliği gibi yeni çalışma alanları ortaya çıkmıştır (Powers, 2012). Toplumsal açıdan ise katılım ve etkileşim alanları değişmiştir. Katılım ve etkileşim olanaklarının bir sonucu olarak yurttaşlar, nesnel bir konumdan aktif özne konumuna geçmiştir. Bu noktada ortaya çıkan çözüm, yurttaş, hak ve barış gazetecilikleri, aktif katılıma olanak sağlayan başlıca gazetecilik türleridir. Bu çalışmada alternatif gazetecilik türlerinden çözüm gazeteciliğinin sosyolojik boyutları incelenmiştir.

DEĞİŞEN GAZETECİLİK ANLAYIŞI VE ALTERNATİF GAZETECİLİK TÜRLERİ

Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran temel özelliklerin başında çoklu ortam ve etkileşimlilik olanakları gelmektedir. Hipermetinsellik (metnin bağlantılı olması) aktif üretici/tüketici, yayılma biçimleri ve hızı, kitlesizleştirme, eş zamansızlık ise yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran diğer özelliklerdir. Nitekim Rogers 'a göre bu özelliklerin en önemli olanları; etkileşimlilik, eş zamansızlık ve kitlesizleştirme (Yanık, 2016, s. 904). Williams ise yeni medyanın etkileşim özelliğinin sınırların ortadan kaldırılmasını sağlaması nedeniyle onu geleneksel medyadan ayıran en önemli özellik olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca Williams'a göre ortak kültürlerin yeni medya içerisinde yer alabilmesi, iletişim teknolojilerinin eş zamanlı olarak bilgi, haber, içerik vb. verilerin taşınmasına olanak sağlaması nedeniyle mümkündür (Williams, 2003). Analog dönemden dijital döneme geçilen yeni medya alanı, etkileşim ve iletişim olanakları açısından bir devrim niteliğinde olup, aynı zamanda birçok sektörün dönüşmesine de neden olmuştur. Bu sektörlerin başında iletişim, halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütüldüğü meslekler gelmektedir. Yeni medya olanakları ve yarattığı değişimler sonucunda ortaya çıkan gazetecilik türleri: mobil, dron, kitle fonlu, katılımlı, veri, robot, yurttaş, hiperyerel, çevrimiçi, çözüm, hak ve barış gazetecilikleridir

Mobil Gazetecilik: Gazetecilik mesleğinin yürütülmesi için gerekli olan kamera tripot, mikrofon, ses kayıt cihazı gibi, fiziki olarak taşınması oldukça zor olan materyallerin yerini; akıllı telefon, tablet gibi taşınabilir mobil cihazların almasıdır. Bu cihazlar mesleğin icrasını kolaylaştırmakla birlikte, gazetecinin hareket alanını genişleten bir gazetecilik anlayışıdır (Çetinkuş ve Keleş, 2018: 191). Akıllı telefon kavramının sınırları belirsiz muğlak bir anlam yapısı olduğunu savunan Westlund (2020)'a göre bu kavram yerine mobil cihaz kavramı kullanılmalıdır. Mobil cihazların en büyük avantajı ise bu cihazların yalnızca gazetecilik mesleğini icra edenler tarafından kullanılan cihazlar olmamasıdır. Bu gazetecilik türünün en önemli avantajı, bu cihazların yurttaşlar tarafından kullanılması nedeniyle, halkın zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın olayları kayıt altına alma ve paylaşım olanaklarının bulunmasıdır.

Dron Gazeteciliği: İnsansız hava aracı anlamına gelen dron, ağ bağlantısı ile çalışan ve uzaktan kumanda ile kontrol edilen araçlardır. Havada çekim yapma özelliğine sahip olan bu araçlar, şarj

olanakları ve ağ bağlantısının sağlandığı her yerde kullanılabilir. Teknik yetersizlikler, araç eksiklikleri, zaman ve ekonomik olanakların kısıtlı olduğu alanlarda, belirli sürelerde kamera kaydı ve fotoğraf çekme olanakları sunması nedeniyle oldukça verimli araçlardır. Bu araçların gazetecilik mesleğine sunduğu katkılar, zaman, mekân açısından avantajlar, ekonomik katkılar ve haber üretim süreçlerinde çeşitlilik fırsatı sunmasıdır. Geleneksel medyada kullanılan görüntüleme tekniklerinden farklı olarak havadan ve her açıdan hareketli görüntü almaları, bu araçların en önemli katkısıdır (Kavaklı, 2018: 163).

Kitle Fonlu Gazetecilik: Gazetecilik fonlarının değişimi sonucunda oluşan gazetecilik türüdür. Bu uygulamada gazetecilik fonları (finans kaynakları) okuyucudan alınan küçük katılımlar sonucu karşılanır (Hülür ve Yaşın, 2017, s. 313). Gazetecilik mesleğine yönelik masrafların okuyucular tarafından karşılandığı bu gazetecilik türünde, dört çeşit finans kaynağı bulunmaktadır. Bu kaynaklar: Bağış, ödül, kredi ve hisse senedir. Bu gazetecilik türü fon kaynaklarının farklılaşması ve içerik yönünden ana akım medyadan farklılık göstermesi nedeni ile alternatif medya kapsamında yer alır (Fuchs, 2010). Nitekim Dağtaş ve Şirvanlı, (2020)'ya göre bir medya girişiminin alternatif medya kapsamında değerlendirilmesi için, yaygın içerikten farklı bir şekilde eleştirel yapıda olmalıdır.

Katılımlı Gazetecilik: Okuyucunun hem tüketen hem de haber içerik üreticisi olarak aktif bir şekilde konumlandığı gazetecilik türüdür. Bu gazetecilik türünün temeli kullanıcı merkezli içerik oluşturulmasına dayanır. Çeşitli meslek gurupları ve farklı alanlardan kişilerin hazırlamış olduğu içerikler, farklı teknolojik araçlar vasıtası ile paylaşılır. Bu gazetecilik türünün paylaşım alanı sosyal medya mecralarıdır. Nitekim bu durum Filibeli 'ye göre yurttaş medyası açısından, kullanıcı türevli içerik üretilmesine olanak sağlaması nedeniyle, katılımlı gazeteciliğin bir biçimi olarak tanımlanmaktadır (Filibeli, 2018, s. 456). WhatsApp, E-mail vb. uygulamalar katılımlı gazeteciliğe katkı sunan önemli mecralardır.

Veri Gazeteciliği: Bu gazetecilik anlayışının temelinde geleneksel gazetecilik anlayışından farkı, verilere erişim ve verilerin paylaşım olanaklarıdır. Verilerin hazırlanması, geleneksel gazetecilik anlayışında olduğu gibi bu gazetecilik anlayışında da 5N1K anlayışına dayanmaktadır. Veri oluşturma, veriye erişim ve veri paylaşımını kolaylaştıran veri gazeteciliği, geleneksel gazetecilikten farklı olarak tüm bu aşamalarda mesleki avantaj sağlamaktadır (Knight, 2015, s. 1).

Robot Gazeteciliği: Bu gazetecilik türünde içeriği belirleyen algoritmalarıdır. Bu nedenle (algoritmik / otomatik) gazetecilik olarak da adlandırılmaktadır. İçerikler, yapay zekâ ve akıllı algoritmalar aracılığı ile kullanıcının (okuyucunun) ilgi alanlarına göre belirlenir. Haber başlıklarının ilgi çekici anahtar kelime kullanımları ile yazılımsal araçlara yüklendiği robot gazeteciliğinde, robot teknolojisi aktif biçimde kullanılmaktadır. Özellikle son dönemlerde, sıcak haber uygulamalarında yaygın olarak kullanılan robot teknolojisi (Kalsın, 2016, s. 87), zaman, istihdam, ekonomik maliyet gibi hususlarda oldukça avantajlıdır.

Yurttaş Gazeteciliği: Okurların aktif biçimde haber içeriklerine dahil olduğu, haber üretim

süreçlerinde katılım sağladığı haber türüdür (Çetinkuş ve Keleş, 2018: 200). Bu gazetecilik anlayışında amaçlanan vatandaşın toplumsal konularda ifade özgürlüğünün sağlanması, sorunların gündeme gelmesine olanak sağlanması ve sorunlara ilişkin kamusal bir alan oluşturulmasıdır. Sorun ve çözüm odaklı olması, halkın doğrudan katılım olanakları nedeniyle bu gazetecilik anlayışı, demokrasi açısından oldukça önemlidir (Uzun, 2006: 646).

Hiperyerel Gazetecilik: Aslında yerel habercilik anlayışına dayanan bu gazetecilik türü, yerel habercilik anlayışının ileri boyutlu ve yaygınlaşmış süreçlerini ifade etmektedir. Yerel gazetecilik anlayışı “yurttaş gazeteciliği, katılımcı gazetecilik, sırt çantası gazeteciliği” şeklinde ifade edilmektedir (Değirmencioglu, 2011). Ultra-hiper yerel şeklinde adlandırılan bu gazetecilik türünde, geleneksel gazetecilik anlayışı, semt ve mahalle gibi küçük topluluklara indirgenmiştir. Bu gazetecilik anlayışında amaç, küçük topluluklar hakkında detaylı bilgiler ortaya koymaktır. Küçük topluluklara ilişkin bu uygulamalar bu topluluklarca internet sitelerinin oluşturulmasına zemin hazırlamış ve ilerleyen süreçlerde, bu oluşumlar fotoğraf, video gibi görsellerin paylaşımları ile aktivasyon artışını neden olmuştur.

Çevrimiçi Gazetecilik: Ana akım gazetecilik olarak da ifade edilen bu gazetecilik türünde, içerikler profesyonel gazeteciler tarafından oluşturulur. Yazılı basın içerikleri, profesyonel ajans/gazeteciler tarafından medya araçlarının kullanılması ile yeniden üretilir. Çevrimiçi gazeteciliğin ilk örneği 1990’lı yıllarda ABD’de ortaya çıkmıştır. ABD’de bazı basılı gazeteler çevrimiçi ortamlarda sayfalarını oluşturmak amacıyla şirket kurmuşlardır. Bu şirket haber yayıncılığını dijital mecrada sürdürerek öncü kabul edilmiştir (Çetinkaya, 2017: 75). Çevrimiçi gazetecilikte iki farklı uygulama mevcuttur. İlki; geleneksel gazetelerin çevrimiçi ortamlarda yayın akışını sürdürmek, ikincisi ise; sadece çevrimiçi yayın yapan haber mecralarının güncelliğini koruyarak varlığını sürdürmeleridir (Ünal, 2020, s. 243).

Hak Gazeteciliği: Bu gazetecilik türü yeni medya araçlarının dolaylı etkileri sonucunda oluşan daha çok sosyokültürel, sosyopolitik temelleri olan gazetecilik anlayışının (içerik) ve temel haklar bağlamında değişim gösterdiği gazetecilik anlayışdır. Hak ihlallerinin konu edildiği, hak temelli habercilik anlayışdır. Haber yaparken hak ihlali yapmamayı, haklar konusunda bilgilendirici, hakların kullanımları konusunda cesaretlendirici olmayı hedefler (Alankuş, 2013: 118). Hak temelli habercilik, içinde politik bir tercihi barındırır; “eleştirel duruşu toplulukçuluk geleneğinden kaynaklanan bu habercilik anlayışının merkezinde özgürleşme ve dönüştürme yer alır” (Timisi, 2020: 27). Bu gazetecilik anlayışında, toplumsal hareketler, grevler, sokak yürüyüşleri, protestolar gibi halk hareketlerinin kamuoyuna duyurulması oldukça önemlidir. Hak gazeteciliğinde, kamuoyu ile paylaşılan hak ihlaline ilişkin sorun çözülünceye dek haber takibi devam eder. Hak arayışının devamlı olması ve sorun çözümüne dek takipte kalınması, bu gazetecilik türünü geleneksel gazetecilik anlayışından ayıran temel noktadır.

Barış Gazeteciliği: Barış gazeteciliği fikri ilk olarak 1997 yılında Johan Galtung tarafından “Taplow Court, Birleşik Krallık Çatışma ve Barış Gazeteciliği Yaz Okulu”nda farklı ülkelerden katılım sağlayan gazetecilere anlatılmıştır (Lynch, 2017). “Barış gazeteciliği” kavramının

kullanımı ise “Barış ve Çatışma Çalışmaları” ve “Barış Araştırmaları”nı geliştirmiş olan Norveçli Profesör Johan Galtung çalışmalarına dayanmaktadır. Kavramın yaygınlaşması ise, 1990’lı yıllardan itibaren, eski gazetecilerden Jake Lynch ve Annabel McGoldrick’in bu kavramı kullanmasına dayanmaktadır. Yaz okullarının ardından, aralarında Jake Lynch’in de olduğu bir grup gazeteci tarafından reportingtheworld.net adlı bir internet sitesi oluşturulmuş ve bu site aracılığı ile uluslararası sorunlar ve çözüm önerileri tartışılmaya başlanmıştır. Bu site, dünya çapında ortaya çıkan çeşitli çatışmalara/uzlaşmazlıklara ve özellikle de bunların nasıl sunulacağına ilgi duyan gazeteciler arasında geçen tartışmalara sahne olmaktadır (Youngblood, 2017).

Yapıcı Gazetecilik ve Çözüm Gazeteciliği: Yapıcı gazetecilik, haber yapısı, haber değeri konularına odaklanması sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu gazetecilik anlayışında haber içeriğinde bulunan olumsuzluk, çatışma gibi durumların, haber değerini artıracak yönündeki yaygın kanaatler sorgulanmaktadır. Haber değeri konusunda yapılan araştırmalara göre, haberde yer alan çatışma, savaş vb. durumlar, yurttaşlar üzerinde güven kaybına neden olmaktadır (Harcup ve O’Neill, 2017). Bu nedenle yapıcı-çözüm gazeteciliği olarak adlandırılan gazetecilik anlayışının temelinde, halkın güveninin kazanılması, sorunların yapıcı bir üslup ile çözüme kavuşturulması amaçlanmaktadır (McIntyre, 2015; Gyldensted 2011; Haagerup, 2015). Üretilen haberlerin yaratacağı toplumsal etkiye odaklanılan çözüm gazetecilik anlayışı, haberlerin yapıcı bir üslupla ele alınması, çözümçül bir bakış açısının ortaya konulması, objektif ve pozitif bir yaklaşım esasına dayanmaktadır. Odak noktası, sorunların çözümü ve toplumsal iyileşme olan bu anlayış, geleneksel gazetecilik anlayışından farklı olarak “şimdi ne olacak” sorusuna odaklanır. Bu gazetecilik anlayış habere, gelecek yönelimi, kapsayıcılık ve çeşitlilik açısından farklı perspektifler sunar. Bu yönü ile pozitif bir aktivist hareket olmayıp, kapsayıcı ve birleştirici bir yaklaşımdır. Sorunların çözümüne ve barış ortamına katkı sunmayı amaçlayan çözüm gazeteciliği, yapıcı olma eylemini gerçekleştirirken her zaman çözüm sunmayabilir (McIntyre, 2015, s.16).

Bazı kaynaklarda yapıcı gazetecilik ve çözüm gazeteciliği eş anlamda kullanılsa da bu alandaki ilk akademik çalışma olan “Yapıcı Gazetecilik: Haber Anlatılarında Pozitif Duyguların ve Çözüm Bilgilerinin Kullanılmasının Etkisi” (McIntyre, 2015) isimli doktora tezinde, bu iki gazetecilik türü birbirinden farklı gazetecilik uygulamaları olarak nitelendirilmiştir. Gyldensted'e göre yapıcı gazeteciliğin beş temel kuralı: geniş düşün, beyin fırtınası yap, soruları sorgula, doğru aktar ve dünyayı harekete geçir! Olarak ifade edilmiştir (). Yapıcı gazetecilik ile çözüm gazeteciliği arasındaki temel fark ise bu iki gazetecilik türünde kullanılan yöntemdir (McIntyre, 2015). Amerika merkezli bir ağ olan The Solutions Journalism Network (SJN)'ün (Çözüm Gazeteciliği Ağı), resmi olarak 2013 yılında kurulmuş, toplumsal sorunların çözümlerine yönelik önerilerin kaleme alındığı bir ağıdır. İlk örnekleri bu ağ üzerinde uygulanan çözüm gazeteciliği, kâr amacı gütmeyen ve sosyal sorunları konu edinen bir organizasyon olarak tanımlanmaktadır (The Solutions Journalism Network, 2019). SJN tarafından yapılan tanımlamaya göre, çözüm gazeteciliği:

“Çözüm gazeteciliği sosyal sorunlara dair titiz haberciliktir. Haberleri yeniden dengelemek ve böylelikle insanların her gün karşılaştıkları problemleri, zorlukları anlamalarına imkân tanımayı,

onlara bu zorluklar ile baş etmenin mümkün olduğunu, olabildiğini gösteren hikâyeler sunmayı amaçlar'' (The Solutions Journalism Network – SJN, 2017).

ÇÖZÜM GAZETECİLİĞİNİN SOSYOLOJİK BOYUTLARI

Haber Üretimi ve Haber Değeri Açısından Çözüm Gazeteciliği: Geleneksel haber anlayışında neyin haber değeri taşıdığı konusu, mesleğin tartışmalı alanlarından birisidir. Buna rağmen 'bir köpeğin insanı ısırması değil; insanın bir köpeği ısırması', geleneksel haber anlayışı için, haber olarak kabul edilir. Geleneksel gazetecilik anlayışının temelini oluşturan bu görüş, çözüm gazeteciliği ile gelenekselin ayrıldığı noktadır. Çözüm gazetecilik anlayışı için haber veya paylaşılan olayın toplumsal açıdan yarattığı etki ve sonuçlar önemlidir. Okur veya izler kitle üzerinde farkındalık oluşturmak, etki oluşturmak, değişim yaratmak, bu gazetecilik anlayışı için haberin değerini belirleyen temel parametrelerdir. Diğer ayırım ise yapılmış veya yapılacak olan eylemlerin eksiklik veya pozitif yönlerine odaklanmasıdır.

Toplumsal Etki Açısından Çözüm Gazeteciliği: Geleneksel gazetecilik anlayışında gazetecinin temel görevi, haberin zamanında, objektif biçimde aktarılmasıdır. Çözüm gazetecilik anlayışında ise toplumu ilgilendiren sorunlar, çözüm önerileri ve yapılan çalışmalar bağlamında ele alınmaktadır. Geleneksel anlayıştan farklı olarak, konuya ilişkin kapsamlı bir araştırma gerekmesi, zaman kısıtı olmaksızın sorunun kaynağına inilmesi, sorun ve çözümler hakkında nedensellik ilişkilerinin kurulması, çözüme yönelik ilgili paydaşların sorumluluklarına dikkat çekilmesi gibi (kapsamlı) bir çerçeve çizilir. Geleneksel gazetecilik anlayışı ile çözüm gazetecilik anlayışını birbirinden ayıran temel farklar: Kapsam, bağlam, etki alanı ve ulaşılmak istenen sonuçlardır. Sorunlara ilişkin tüm paydaşlara dikkat çekilmesi, toplumsal kapsamı; herhangi bir konu kısıtı olmaması, içerik kapsamını; sorunların zaman kısıtı olmaksızın değerlendirilmesi zaman kapsamını; haber üretimine yurtaşların dâhil olması ise sektörel kapsamı genişletmektedir. Haberin çözüm odaklı bir yaklaşım ile ele alınması ise geleneksel gazetecilik ile çözüm gazeteciliği arasındaki bağlam farkını oluşturan hususlardır. Diğer farklılık ise etki alanıdır. Geleneksel gazetecilik anlayışına göre hazırlanan bir haberin muhatapları, haberle ilgili kesimler ve/veya haberle ilgili taraflardır. Çözüm gazetecilik anlayışında ise tüm bu taraflara ek olarak, habere erişim olanağı bulunan tüm kesimler, çözüm sürecinin paydaşı olarak kabul edilir. Dijital platformlar aracılığı ile sağlanan etkileşim olanakları, herkesin çözüm önerisinde bulunmasına, aktif katılımına, fikrine, yorum ve önerisine açıktır. Geleneksel anlayış ile çözüm gazetecilik anlayışını ayıran son farklılık ise ulaşılmak istenen sonuçlardır. Geleneksel anlayış için haberin hedef kitleye ulaşması ve hedef kitle üzerinde (şaşkınlık, beğeni, vb.) bir etkinin oluşması, haber başarısını belirleyen temel hususlardır. Çözüm gazetecilik anlayışının asıl amacı ise sorunun çözümüne yönelik etki, farkındalık oluşturulmasıdır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu araştırmada iki temel amacımız vardı. Bunlardan birincisi değişen gazetecilik anlayışının, geleneksel ve alternatif gazetecilik uygulamaları kapsamında ortaya konulması. İkincisi ise alternatif gazetecilik uygulamalarından birisi olan çözüm gazeteciliğinin sosyolojik boyutlar bağlamında değerlendirilmesi. Ulaşılan sonuçlara göre alternatif gazetecilik uygulamaları, haber erişim olanakları ve değişen araçlar bağlamında; (çevrimiçi, veri, dron, robot), ekonomik kaynaklar, sistem ve alt yapı değişikliği dikkate alındığında; (çevrimiçi, kitle fonlu, hiperyerel ve mobil), haber değeri, içerik ve habere atfedilen anlam açısından ise (yapıcı, katılımlı, yurttaş, barış, çözüm ve hak) gazeteciliği olarak tasnif edilmiştir. Sonuçlarımız, alternatif gazetecilik uygulamalarında erişim olanakları, kullanılan araçlar-kaynaklar ve alt yapı, habere atfedilen anlam olmak üzere üç temel yapıda değişiklik yaşandığını göstermiştir. Araştırmanın literatürden ayrıştığı düşünülen asıl nokta ise çözüm gazeteciliğinin sosyolojik boyutlarına ilişkin hususlardır. Buna göre çözüm gazeteciliği, habere atfedilen anlamın değişmesine öncülük eden diğer gazetecilik türlerine (barış, hak, yurttaş, yapıcı, katılımlı) kıyasla oldukça kapsamlıdır. Bu farkı oluşturan temel hususlar ise, çözüm gazeteciliğinde aktif katılım ve habere atfedilen anlamın değişmesine ek olarak; bilinçli farkındalık, toplumsal sorumluluk, durum- vaka analizi, kurum ve yapıların dönüşmesi, aktif eleştiri anlayışı ve sürdürülebilir olma amaçlarının bir arada bulunmasıdır. Çözüm gazetecilik türünün, herkesin haber üretimine dahil olduğu, katılım sağladığı ve etkileşim içerisinde bulunduğu ve/veya bulunma olanaklarının sunulduğu tüm diğer gazetecilik türlerinin üzerinde (bağlam, kapsam ve etki alanı) olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Alankuş, S. (2013). *Yeni Habercilik Arayışları: Hak Odaklı Habercilik, Yurttaş Gazeteciliği, Barış Gazeteciliği*. İçinde S. Alankuş (Der.), *Yeni Habercinin El Kitabı Gazeteciliğe Başlarken Okuldan Haber Odasına* (s. 98-135). İstanbul: IPS.

Budak, E. (2022). Haberciliğin Odak Noktası Yapıcı Gazetecilik ile Değişiyor mu? *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (8), 248-267.

Çetinkaya, A. (2017). Çevrimiçi Gazetecilikte Fikri Mülkiyet Hakları Sorunu. *Online Akademik Bilgi Teknolojileri Dergisi*. 8(30). 74-77.

Çetinkuş, H. ve Keleş, N. (2018). *Muhabir*. İstanbul: Anadolu Ajansı Yayınları.

Dağ, P. (2017). *Küresel Gazeteciliğin Geleceği: Veri Gazeteciliği*. B. Kalsın (der.) *Tüm Boyutlarıyla İnternet Gazeteciliği*. (282). Ankara: Gece Yayınları.

Dağtaş, E., Şirvanlı, T. (2020). Anaakım medya karşısında alternatif medya yayıncılığı: Ünsal Ünlü'nün Patronsuz" Programı Örneği, *Intermedia International E-journal*, 7 (13), 317-337.

Değirmencioğlu, G. (2011). Yerel Basında Yeni Medya ve Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı: Kocaeli’de Yayımlanan Yerel Gazetelerin İnternet Siteleri Üzerine Bir İnceleme. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 2 (5), 19-31.

Değirmencioğlu, G. (2016). Dijitalleşme çağında gazeteciliğin geleceği ve inovasyon haberciliği. *TRT Akademi*, 1(2), 590-606.

Filibeli, T.E. (2018). Kullanıcı Türevli İçerik ve Yurttaş Medyası: Haberin Dönüşümü, Sınırlar ve Olanaklar. *Akdeniz İletişim Dergisi*. 1(29). 456.

Fuchs, C. (2010). Alternative Media as Critical Media. *European Journal of Social Theory*, 13(2), 173-192.

Hülür, H. ve Yaşın, C. (2017). *Yeni Medya ve Gazeteciliğin Geleceğini Çerçevelemek, Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği*, Ed. Himmet Hülür ve Cem Yaşın, Ankara: Ütopya Yayınevi, ss.9 – 38.

Kalsın, B. (2016). Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği. *Akademik Sosyal Bilimler Çalışmaları Dergisi*. 3(42). 86-87.

Kalsın, B. (2017). *Robot Gazeteciliğinin Yükselişi: Haber Odalarının Yeni Çalışanları*. B. Kalsın (der.) Tüm Boyutlarıyla İnternet Gazeteciliği. (26). Ankara: Gece Yayınları.

Kavaklı, N. (2018). Drone’ların Gazetecilikte Kullanımı: Drone Haberciliğinin Olanakları, Zorlukları ve Sınırları. *Erciyes İletişim Dergisi*. 5(3). 163, 164.

Kazan, H. (2019). *Dijital Çağda Gazetecikte Yeni Kavramlar: Robot Gazeteciliği, Veri Gazeteciliği, Hiper Yerel Gazetecilik*. Z. Özdemir ve A. Çetinkaya A. (der.) Dijital Çağda Habercilik. (109). İstanbul: Der Yayınları.

Kırık, A.M. ve Yegen, C. (2017). *Değişen Habercilik Pratikleri Çerçevesinde Sosyal Medyada Yurttaş Gazeteciliği*, B. Kalsın (der.) Tüm Boyutlarıyla İnternet Gazeteciliği. (103-104). Ankara: Gece Yayınları.

Knight, M. (2015). Data Journalism in the UK: A Preliminary Analysis of Form and Content, *Journal of Media Practice*.

Lewis, S. C., & Westlund, O. (2014). Big data and journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics. *Digital Journalism*, 3(3), 447–466.

Lewis, S. C., Zamith, R., & Hermida, A. (2013). Content analysis in era of big data: A hybrid approach to computational and manual methods. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(1), 34–52.

Timisi, N. (2020). *Dijital Medya Deneyim ve Tanklık*. İçinde T. Durna, M. Binark ve G. Bayraktutan (Der.). İletişim Hakkı ve Yeni Medya: Tehditler ve Olanaklar (s. 23-50). Ankara: um:ag.

Uzun, R. (2006). Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (16). 646.

Ünal, D. (2020). Yeni Medyada Gazeteciliğin Dönüşümüne Dair Nitel Bir Araştırma. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (3), 238-253.

Westlund, O. (2020). *What is digital journalism studies?* Oxford, UK: Routledge, Taylor & Francis Group.

Williams, R. (1993). *Kültür* (1. baskı). (A. Suavi, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi. (Orijinal çalışma basım tarihi 1981).

Williams, R. (2003). *Televizyon, teknoloji ve kültürel biçim*. (1. baskı) (A. U. Türkbağ, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi. (Orijinal çalışma basım tarihi 1974).

Yanık, A. (2016). *Yeni Medya Nedir Ne Değildir*. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. 9 (45). 904.

Youngblood S. (2017). *Peace journalism principles and practices: responsibly reporting conflicts, reconciliation, and solutions*. New York: Routledge.

<https://www.solutionsjournalism.org/> Erişim Tarihi: (01.04.2023)