

Toplumsal Eylem Sosyolojisi Ve İşlevselcilik Açısından Yurttaş Haberciliği

Nurgül ERGÜL GÜVENDİ

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Yıldızeli Meslek Yüksekokulu
nurgulergul@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9473-1474>

Özet

Bu araştırmada toplumsal eylem teorisi açısından yurttaş habercilik anlayışının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla haber üretim süreçleri, toplumsal etkileşim, medya, toplumsal katılım ve toplumsal değişim süreçleri Bourdieu ve Weber'in toplumsal eylem teorileri bağlamında değerlendirilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre yurttaş habercilik anlayışının temel işlevleri, yurttaşların siyasi, politik vb. güç unsurlarından bağımsız, objektif haberlere ulaşması, ifade özgürlüğünün önündeki engellerin kaldırılması, çok seslilik, kamusal alanın çeşitlenmesi, bilgiye erişim imkânlarının artması, deşifre etme ve gözetleme işlevleri, dinamik bir toplum yapısının oluşması, reklam vb. kaygıların ortadan kaldırılması, karşıt veya yandaş oluşumlardan sakınılması, medya hiyerarşisi ve tekelleşme gibi sorunların çözümü, yurttaşların nesne olmaktan çıkıp, özne olarak konumlandırılması ve katılımcı, demokratik, çözüm odaklı gazetecilik anlayışının oluşturulmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Yurttaş Haberciliği, Yeni Medya, Toplumsal Eylem Sosyolojisi, İşlevselcilik

GİRİŞ

Gazetecilik, teknolojik ve toplumsal değişimlere bağlı olarak önemli bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Bu dönüşüm süreçleri kullanılan iletişim ağları, kamusal alan tanımlarının değişmesi ve etkileşim olanaklarının artışı gibi çeşitli unsurlara göre şekillenmiştir. Dijitalleşmenin getirdiği yenilikler, gazetecilik mesleği üzerinde iki temel etkiye neden olmuştur. Bunlardan birincisi, hızlı iletişim olanaklarıdır. Akıllı telefon, tablet vb. yeni medya araçları ile habere erişim kolaylaşmış ve anlık haber akışları hızlanmıştır. Günün her saati anlık erişim olanakları, geleneksel gazetecilik anlayışını dezavantajlı hale getirmiştir (Henderson ve Cremedas 2017). Bilgi ve haberlerin yayılma hızında yaşanan artış, haber seçimi, yazımı ve paylaşımı gibi temel gazetecilik uygulamalarını etkilemiştir. Gazetecilik mesleğinin temel pratiklerini değiştiren diğer unsur ise etkileşimdir (Bayram, 2017: 158). Etkileşim sürecini kısaltan ve etkileşim biçimini değiştiren sosyal ağlar, medya içeriklerinin değişiminde de oldukça önemlidir (Şen, 2020). Bu noktada gazetecilik mesleği açısından hayati önem arz eden etkileşim faktörü, mesleğin dönüşümüne neden olan temel parametrelerden birisidir. Bardoel (1996)' e göre etkileşim olanağı sağlayan iletişim biçimleri,

vatandaşlar arasında iletişimi teşvik eder. Gazetecilik mesleğinde dönüşüme neden olan diğer faktör ise sivil toplum yapısının değişmesi, medyatikleşmesidir (Bayram, 2017, s. 158). Nitekim Hep ve Loosen (2019)'a göre sivil toplum aktörleri, medya araçları ile doğrudan hedef kitleyi meşgul edebilirler. Tüm bu süreçler, gazetecilik mesleği pratiklerine etki eden yeni gazetecilik modellerinin oluşmasına neden olmuştur. Yurttaş haberciliği uygulamaları ilk olarak 1990'lı yıllardan itibaren Amerika'da görülmeye başlamıştır. Bu habercilik uygulamasında, vatandaşlar bizzat haber üretiminde yer alan aktif öznelerdir (Arık, 2013). Bu uygulama Güney Kore' de her yurttaş bir muhabir sloganı ile Ohmynews.com sitesi aracılığı ile yürütülmektedir. CNN, Guardian gibi profesyonel haber medyaları, halkın gönderdiği haberleri paylaşmaktadır (Erbaysal Filibeli, 2018). Ayrıca günümüz merkez medyası tarafından aktif olarak kullanılan WhatsApp ihbar hatları, bu uygulamaların işlevselliği açısından oldukça önemlidir (Karaman ve Önder, 2017). Yurttaş gazeteciliği anlayışı, çözüm odaklı olması bakımından demokrasi anlayışı ile uyum içerisinde görülürken aynı zamanda ihtilafli yapısı nedeniyle de birtakım eleştirilere neden olmaktadır (Uzun, 2006; Erbaysal Filibeli, 2018). Literatürde yurttaş haberciliğinin gazetecilik mesleği açısından değişim süreçlerine ve bu uygulamaların iletişim araçları ile ilişkilerine odaklanıldığı görülmektedir. Ulaşabildiğimiz kadarıyla literatürde yurttaş haberciliğinin sosyolojik ve işlevsel açıdan incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışmada, yurttaş haberciliğinin sosyolojik, işlevsel boyutları araştırılmıştır.

TOPLUMSAL EYLEM SOSYOLOJİSİ

Sosyolog Alan Dawe (1970, s. 207-218)' e göre sosyoloji, sosyal sistemler ve toplumsal eylemler olmak üzere iki kısma ayrılır. İşlevselcilik, toplumsal yapıya odaklanırken, toplumsal eylemler sosyolojisi, toplumsal aktörlerin iradi ve bilinçli eylemlerine odaklanır. İşlevselcilik teorisine göre toplum, bireysel eylemler ve bireylerin toplamından çok daha kapsamlıdır. Bu noktada önemli ayırım, eylem teorisinde beşerî fiillere odaklanılmasıdır (Larsen ve Pedersen, 2011). Eylem teorisi, hermeneutik (yorumsamacı) ve pozitivist (olgucu) olmak üzere iki perspektiften ele alınmaktadır. Hermeneutik eylem teorisi Klasik dönemde Weber'in "ideal tipik eylem" modelleri hakkında geliştirdiği eylem tipolojisinden sembolik etkileşim, fenomenoloji ve etno-metodolojiye, modern dönemde ise faydacı eylem teorisinden akılsal seçim teorisine kadar uzanan görüşleri kapsamaktadır (Larsen ve Pedersen, 2011: 224). Bourdieu, klasik sosyolojinin kuramsal ikiliklerini aşmak amacıyla, sermaye kavramını kullanmıştır (Kuyucuoğlu, 2015, s. 248). Bourdieu, sermaye kavramını ekonomik kaynaklar, kültürel kaynaklar ve sosyal sermaye (bireylerin sosyal yaşam içerisindeki konumu) olmak üzere üç kategoriye ayırmaktadır (Bourdieu, 1997: 52). Bu düşünceye göre toplumsal eylemler, bu üç sermaye alanı için bir mücadele alanıdır (Furseth ve Repstad, 2013: 79-80). Sosyolojik açıdan tüm eylemler toplumsal olarak kabul edilmez. Bir eylemin toplumsal olarak nitelendirilmesi için eylemlerin başkalarına yönelmiş, öznel bir edinin anlamı oluşturması gerekir. Bu noktada sosyal sermaye açısından oldukça önemlidir. Weber'e göre sosyal eylemler, nedenleri açısından dört kategoriye ayrılır (Aron, 2010: 458-459):

Amaca bağlı rasyonel davranış: Bireyin eylemi yaparken önceden belirlenmiş ve tasarlanmış bir amaç doğrultusunda eylemlerini düzenlemesidir.

Değer odaklı rasyonel davranış: Bireylerin sahip olduğu değerler doğrultusunda, bağlı olduğu değerlere sadık kalarak, eylemlerini oluşturmasıdır.

Duygusal odaklı davranış: Weber'e göre bu davranış biçimi, bireylerin bizzat kişisel özellikleri doğrultusunda belirlediği davranışlardır. Davranışları belirleyen tamamen duygusal nedenlerdir.

Geleneksel davranış: Alışkanlıklar, adetler, inançlar, doğrultusunda belirlenen davranışlardır. Yurttaş habercilik anlayışının, işlerliği ve ulaşılmak istenen sonuçlar bakımından bu davranış biçimlerinin ifası, sermayenin yapısı ve kullanım biçimleri oldukça önemlidir. Bu noktada Bourdieu (2006, s. 18-20)'nun kültürel sermaye olarak nitelendirdiği, statü ve güç arasındaki ilişkileri ortaya koyan, düşünce, dil ve alışkanlıklar, araştırmanın temel bağlamlarından birisidir.

TOPLUMSAL ETKİLEŞİM VE HABER ÜRETİMİ

Haber, güncel, ilginç ve önemli bir olayın, durumun veya gelişmenin, objektif ve doğru bir şekilde aktarılmasıdır. Haberde amaç, insanların olay, durum, gelişmeler hakkında bilgilendirilmesi, aydınlatılması veya yönlendirilmesidir. Bir haberin temel özelliği, güncel ve objektif olarak aktarılmış olmasıdır. Bu bağlamda haberler, halkın bilgilene ve bilinçlenmesinde hayati önem taşır. Başlık, giriş, ana metin ve sonuç, haberin başlıca unsurlarıdır (Güz, 2005: 60). Bir haberin toplumsal açıdan sorumluluk oluşturan şu temel niteliklere sahip olması gerekmektedir (Tokgöz, 2012: 202-205): Doğruluk, tarafsızlık, güncellik, etkili iletişim, zamanında aktarım ve çeşitlilik. Doğruluk, haberin gerçek ve doğru bilgileri yansıtmasıdır. Haberler kişisel görüş ve önyargılardan arındırılmış olmalı, objektif bir bakış açısı ile hazırlanmalıdır. Haberin güncel olması, olayın gerçekleştiği anda veya hemen sonrasında aktarılmasıdır. Haberin etkili ve anlaşılır bir şekilde aktarılması ise etkili iletişim açısından oldukça önemlidir. Bir haberin farklı konu ve ilgi alanlarını, farklı bakış açılarını yansıtması ise toplumsal çeşitlilik ve etkileşim açısından oldukça önemlidir. Haber üretim sürecini etkileyen ve bir haberi toplumsal açıdan önemli kılan faktörler şunlardır (Shoemaker ve Reese, 1996: 84-89; Werner ve Tankard, 1994: 390-395):

Haber kaynakları: Bir haberin güvenilir kaynaklardan elde edilmiş olması, haber niteliğini belirleyen temel hususlardan birisidir. Gazetecinin temel görevi, farklı kaynaklar ile bilginin doğruluğunu teyit etmesi ve tarafsız bir şekilde değerlendirme yaparak kaynakların doğruluğundan emin olmasıdır.

Sosyoekonomik ve sosyopolitik unsurlar: Ekonomik faktörler, siyasi ve toplumsal baskılar haberin tarafsızlığını etkileyebilir. Medya sahipliği, toplumsal ve siyasi irade gibi baskıların minimize edilmesi, haber ve gazetecilik mesleğinin niteliği açısından oldukça önemlidir.

Sunum biçimi ve güncellik: Haberlerin etki ve niteliğini belirleyen diğer unsur ise haberin toplanma süresi, paylaşım süreci, paylaşım biçimi, bilginin güncelliği ve paylaşım hızıdır.

Teknolojik gelişmeler: Gazetecilik mesleğinin ve haber sunumundan içeriklerine haber

biçimlerinin dönüşümüne neden olan hayati unsurlardan birisi de teknolojik gelişmelerdir. İnternet, dijitalleşme, sosyal ağların yaygınlaşması, haber üretim süreçlerini nicel ve nitel açılardan dönüştürmüştür. Geleneksel habercilik anlayışının dönüşümüne neden olan temel unsur, teknolojik gelişmelerdir. Yeni medya uygulamalarının aktif kullanımı, haber üretim sürecinde, erişim hızı, paylaşım hızı, erişim ve paylaşım biçimlerinin değişmesi gibi durumlara neden olmuştur.

Hedef kitle beklentileri: Haberin nihai hedefi, bilginin okur ile paylaşılması ve hedef kitle üzerinde etkili olmasıdır. Okuyucuların ilgi alanları, sosyokültürel ve demografik özellikleri, okuyucu beklentilerini belirleyen temel unsurlardır. Haber içerikleri ve aktarım biçimlerini belirleyen bu unsurlar, haberin etkili olması, geniş kitlelere ulaşması ve istenen etkileşimin yaratılması açısından oldukça önemlidir.

MEDYA, TOPLUMSAL KATILIM VE TOPLUMSAL DEĞİŞİM

Sosyal medyanın ortaya çıkışı Web 1.0 ile başlayan temel internet teknolojilerinin Web 2.0 olarak ifade edilen internet teknolojilerine evrilmesi sonucunda, statik yapının dinamik hale dönüşmesine dayanmaktadır.

Bu dönüşümle kullanıcılar, içerik oluşturma ve katılım olanağı bulmuştur. Bu durum ise sosyal tabanlı bir ağ yapısının oluşmasına ve sosyal medya yapısının oluşmasına neden olmuştur (Bozarth, 2010: 11). Yeni medya olarak da adlandırılan sosyal medya, kitlenin bireysel olarak katılım olanaklarının bulunduğu, zaman ve mekân kısıtları olmaksızın sınırsız etkileşim olanaklarının sunulduğu sistemlerdir (Geray 2003: 20). Kullanıcıların bireysel olarak katılım olanağına sahip olması, anlık etkileşim ve erişim imkânı sunması, zaman ve mekân kısıtlarının olmaması bu sistemleri etkin bir araç haline getiren temel noktalarlardır. Kişisel erişim olanaklarının sınırsız olması, yeni yönetim anlayışlarının ortaya çıkması, iş modellerinin değişmesi, şirket, sivil toplum kuruluşları, gibi birçok yapının değişimine zemin hazırlamıştır. Görüntü, ses ve metnin eş zamanlı olarak iletişim ortamına taşınması, bu sistemlerin karşılıklı etkileşimini kolaylaştırmıştır. Eş zamanlı sınırsız etkileşim olanaklarının bir sonucu olarak, toplumsal ilişkiler etkilenmiş ve toplumsal yapılar yeniden inşa edilmiştir (Yücesan ve Özdemir 2008: 10-11). Yurttaşların dolaysız katılımına zemin hazırlayan yeni medya araçları, sağlamış olduğu bu olanaklar sebebiyle demokrasinin katılımcı modeline benzetilmektedir (Toprak, 2009). Hiyerarşik tek merkezli geleneksel medya uygulamalarına karşılık altyapı, uygulama ve biçimsel özellikleri nedeniyle simetrik ve demokratik yapıya benzetilen yeni medya uygulamaları, yurttaşların siyasal karar alma etkinliğine yer veren, şeffaf, ağ üzerinden katılım olanağı sunan bir iletişim modelini temsil etmektedir (Törenli 2005: 159). Kültürel açıdan medya etkilerine odaklanan araştırmalara göre, yeni medya ortamları toplum üzerinde kendiliğinden bir oluşuma neden olmaktadır. Ancak söz konusu etki olduğunda, kendiliğinden oluşum süreçleri, bilinçli bir şekillendirmeye veya bozulmaya yol açmaktadır (Barrett, Braham, 1995: 63). Bu noktada ortaya çıkan önemli hususlardan birisi de yeni medyanın kamuoyu oluşturma etkisidir. Bu etki dijital platformlar ve sosyal ağların etkisi ile yapıların kontrolünü olumsuz biçimde etkileyerek, kontrolsüzlük sorununa neden olmuştur (Stein, 2005). Denetimsizlik, objektiflik sorunu, olumsuz algı oluşturulması gibi

durumlar, yeni medyanın dezavantajlarıdır. Toplumsal hareketlerin ortak noktası bu hareketlerin ortak bir kimlik bulmasıdır. Bu nedenle toplumsal hareketlerin amacı, mevcut toplumsal yapıların soyut ve somut nitelikte yeni işlevler kazanması ve işlerlik kazanmasıdır. (Çoban, 2011: 1). Nitekim toplumsal hareketlerin oluşumunda bu platformların etkisi nedeniyle, iletişim araçlarına duyulan ihtiyaç kaçınılmazdır. Bu bağlamda oluşması beklenen toplumsal hareketlerin temelinde hedefe ulaşmak amacıyla kullanılan iletişim araçları, yalnızca bir iletişim aracı olmaktan çıkmış, kitlesel bir yönlendirme aracı olarak, bir güç unsuruna dönüşmüştür. Ayrıca yeni medya olarak nitelendirilen iletişim yapıları, yeni bir kimlik yapısının oluşmasına, bireysel medyatik, aktivist kimliklerin oluşumuna zemin hazırlamıştır. Bu aktivist yapılanmalar içerisinde bireylerin temel yaklaşımları, benmerkezci bir yaklaşımdır. Bu bağlamda yeni medyanın toplumsal hareketler üzerindeki etkisi, bireysel ölçekte ön plana çıkmış ve bu durum özne yapısını şekillendirmiştir. Bu yapılar içerisinde otorite, bireyin kendisidir. Bu nedenle de daha otonom, kararlı yapılar (Vardarlır ve Zafer, 2019). Tüm bu yapısal değişiklikler, toplumsal hareketlerin içerik ve yapısında değişikliklere neden olmaktadır. Sosyal medyanın geleneksel medyaya kıyasla çok daha baskın olması ve yaptırım gücünün bulunması aslında bu ağların bireyler tarafından aktif biçimde kullanılması ve bu ağların dikey ve yatay etki bakımından uygun mekanizmalarının bulunmasına dayanır. Sonuç olarak toplumsal hareketlerde yaşanan bu değişimler, kullanıcının, kullanılan araçların ve yapıların dönüşmesine neden olmuştur (Mattoni, Trere, 2014: 252).

TOPLUMSAL EYLEM VE İŞLEVSELLİK AÇISINDAN YURTTAŞ HABERCİLİĞİ

“Amaçsal rasyonel eylem” ve “iletişimsel eylem” kategorileri açısından toplum, deneyimsel bir yaşam dünyası ve içinde bulunulan sistem olmak üzere iki kategoride incelenir (Marshall, 1999). Amaçsal rasyonel eylemler sistemi ifade eder. İçsel-öznel iletişimsel eylemler ise yaşam dünyasını temsil eden eylemlerdir. Dışsal ve nesnel bir temele dayanan amaçsal eylemler, sistemi oluşturan ve sistem tarafından oluşturulan (işteş) eylemlerdir. Yaşam dünyası ise öznel ve nesnel bir bakış açısına dayanır (Habermas, 1987: 117). Yaşam dünyası ve sistem, birbirinin tamamlayıcısıdır. Bu sistemler birbirine yeni olanaklar sağlayan ve birbirini sınırlandıran yapılar. Bu nedenle sistemler arasında dinamik bir etkileşim söz konusudur. Yaşam dünyası, dinleyen ve konuşanın karşılıklı olarak bulunduğu bir mekân olarak algılanır (Habermas, 1987: 126). Gazetecilik mesleği, bu sistemin hem oluşturanı hem de oluşandır. Bu nedenle toplumsal anlamın inşası ve dönüşümü açısından oldukça önemlidir. Toplumsal yapının temel parametrelerini belirleyen kültür, gazetecilik mesleği açısından aktif bir sosyal eylem alanıdır. Bu mesleği kültür endüstrisinin temel bileşenlerinden birisi yapan işlev ise gazetecilik mesleğinin aktif bir sosyal eylem alanı olmasıdır (Alver, 2007: 173). Yurttaş gazeteciliğine göre gazeteler, siyasal ya da ekonomik yöneticilerin kişisel kazanç ya da kar aracı değil, yurttaşların kamusal yarar aracıdır. Bu nedenle yurttaş gazeteciliğinde pazar ve devlet etkilerinden bağımsız, objektif bir yayıncılık anlayışı hâkimdir (Şahin, 1993: 19). Yurttaş gazeteciliği, demokratik ve bağımsız bir toplum yapısının oluşması için, toplumun haber alma ve ifade özgürlüğü gibi temel haklarının sağlanması noktasında hayati önem taşıyan bir gazetecilik türüdür (Çakır, 2007: 40-42). Bu noktada yurttaş gazeteciliğinin temel işlevleri (Şahin 1993; Çoban, 1997, 17; Bayraktutan Sütçü, 2007:79-81; Sözeri, 2012:281):

Yurttaşların siyasi, politik vb. güç unsurlarından bağımsız, objektif haberlere ulaşmasını sağlamak ve ifade özgürlüğünün önündeki engellerin kaldırılması,

Farklı seslerin ortaya çıkmasına, çok sesliliğe olanak sağlaması,

Kamusal alanın çeşitlenmesi,

Bilgi ve erişim imkânlarının artması,

Deşifre etme ve gözetleme işlevleri,

Dinamik bir toplum yapısının oluşumuna katkı sunması,

Reklam vb. kaygıların ortadan kaldırılması,

Karşıt veya yandaş oluşumlardan sakınılması,

Medya hiyerarşisi ve tekelleşme gibi sorunların çözümü,

Yurttaşların nesne olmaktan çıkıp, özne olarak konumlandırılması,

Yurttaş ve toplumsal sorun odaklı gazetecilik anlayışının oluşturulması,

Katılımcı ve demokratik bir gazetecilik anlayışının inşasıdır.

SONUÇ

Bu çalışmada toplumsal eylem sosyolojisi açısından yurttaş habercilik anlayışının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Toplumsal eylem teorisine göre, toplum içerisindeki tüm aktörler ve toplumsal yapının değişimine yönelik tüm eylemler, sosyal eylemlerdir. Bu eylemlerin temelinde ise bireyler bulunmaktadır. Toplumsal eylemleri oluşturan davranışlar ise amaçlar, değerler, duygular ve gelenekler olmak üzere dört ideal davranış biçimi ile yansıtılır. Bu noktada sosyal eylemlerin yapısı gereği bireyler aktif aktörlerdir ve bireysel davranışlar sonucunda kolektif eylemler oluşur. Yurttaş gazeteciliğinin toplumsal eylemin temel aktörü olarak özneyi (bireyi) konumlandırması, değişen habercilik anlayışı ile aslında değişimin arzulandığı sistemlere (toplumsal yapının) dönüşümüne aracılık eder. Ulaşılan sonuçlara göre, halkın katılım ve denetimi ile aktif üretici olarak konumlandırıldığı yurttaş habercilik anlayışı ile amaçlanan; özne anlayışının değişmesi, toplumsal yapının değişmesi, sistemin dinamik bir yapı olarak yurttaşlar tarafından kontrol edilmesi, toplumsal değişim için aktif denetim mekanizmalarının oluşması, çok seslilik, tarafsızlık, güç unsurlarının önemini kaybetmesi, toplumsal eylem bilincinin gelişmesi, aktivist eylemlerin meşruiyet kazanması ve katılımcılık anlayışının oluşmasıdır.

KAYNAKÇA

- Alver, F. (2007). *Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Alver, F. (2011). *Gazetecilik Bilimi ve Kuramları*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Arık, E. (2013). Yurttaş gazeteciliğinin günümüzdeki görünümü: Twitter gazeteciliği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36), 273-287.
- Aron, R. (2010), *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*, Çev. Korkmaz Alemdar, 8. Basım, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Ağır, İ. (2023). Yeni Medyanın Haber Üretim Sürecine Etkisi ve Haber Üretim Süreçlerinde Yaşanan Değişim. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9 (14), 1-12.
- Atabek, N. Dağtaş, E. (1998). *Kamuoyu ve İletişim*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Salık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.
- Bardoel, J. (1996). Beyond journalism: A profession between information society and civil society. *European Journal Of Communication*, 11(3), 283-302.
- Bardoel, J., ve Deuze, M. (2001). Network journalism: Converging competencies of old and new media professionals. *Australian Journalism Review*, 23(2), 91-103.
- Barrett, O. ve Braham, P. (1995). *Media, Knowledge and Power*, London: Routledge.
- Bayraktutan Sütcü, G. (2007). *İktidar Müzelerinin Sanal Uzamdaki Varlığı Üzerinden Siyasal İletişimi Yeniden Düşünmek*, Yeni Medya Çalışmaları, Der: Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Bayram, P. (2022). Dijital Çağda Gazetecilik: Geleneksel ve Dijital Gazetecilik Pratiklerinin Karşılaştırılması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022 (58), 153-169.
- Bozarth, J. (2010). *Social Media For Trainers*, San Francisco: Pfeiffer Publish.
- Çakır, H. (2007). *Gazeteciliğe Giriş*, Konya: Tablet Yayınları.
- Çoban, B. (2011). "Toplumsal Hareketler ve Yeni Alternatif Radikal Medyalar", *Yeditepe Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, No, 14.
- Çoban, H. (1997). *Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş*, Ankara: İnkılap Yayınevi.

Dağtaş, E. (2007). *Yurttaşlık Haklarının İnşası Ekseninde Eskişehir Yerel Basınından Online (Çevrimiçi) Bir Örnek: Midas Gazetesi*, Yeni Medya Çalışmaları, Der: Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları.

Erbaysal F. T. (2018). Kullanıcı türevli içerik ve yurttaş medyası: Haberin dönüşümü, sınırlar ve olanaklar. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Özel Sayısı*, 453-469.

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

Güz, N. (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuyou Araştırmaları*. Ankara: Nobel Yayınları.

Güz, N. (2018). *Media with Its News, Approaches and Fractions in the New Media Age*, Internationaler Verlag der Wissenschaften. Berlin: Sage: 13-32.

Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action, Lifeworld and System, A Critique of Functionalist Reason*, Beacon Press, vol. II, Boston.

Henderson, K., & Cremedas, M. (2017). Are traditional journalism principles still alive and well in today's local tv newsrooms? *Electronic News*, 11(4), 245-262.

Hepp, A. ve Loosen, W. (2019). Pioneer journalism: Conceptualizing the role of pioneer journalists and pioneer communities in the organizational re-figuration of journalism, *Journalism*,

İyiler, Z. (2009). *Elektronik Ticaret ve Pazarlama-İhracatta İnternet Zamanı*, Ankara: Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi.

Karaman, M., ve Önder, M. (2017). Yurttaş gazeteciliğinin ana akım medyaya etkisi: Whatsapp ihbar hatları örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(2), 164-180.

Kuyucuoğlu, İ. (2015). Modern Sosyolojide İşlevselcilik-Eylemcilik Teorileri İkiliğini Aşma Çabaları, *Dokuz Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (41) 243-270.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, çev. Osman Akınbay ve Derya Kömürcü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Mattoni, A. ve Trere, E., (2014). Media Practices, Mediation Processes, and Mediatization in the Study of Social Movements, *Communication Theory*, 24(3), 252-271

Shoemaker, P. J. and Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. Newyork: White Plains, N.Y.: Longman.

Soydan, E. ve Alpaslan, N. (2014). Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi, *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 53-64.

Sözer, C. (2012). *Sosyal Medya Gücüyle Geleneksel Medyayı Değiştirmek Mümkün mü?* Sosyal Medya Akademi, Ed: Tolga Kara, Ebru Özgen, İstanbul: Beta Yayınları

Stein, R. (2005). *Media Power: Who is Shaping Your Picture of the World?* Lincoln: Universe.

Şen, A. F. (2020). *Bir dijital gazetecilik uygulaması olarak video gazeteciliği ve çevrimiçi haber videoları*. İçinde Ö. Erkmen, B. Ataman, B. Çoban (Editörler), Yeni gazetecilik: mecralar, deneyimler, olanaklar, (ss. 177-214). Kafka Kitap.

Taşkıran, İ. ve Kırık, A. M. (2016). Gazetecilerin sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanımı: Medya profesyonellerinin bakış açılarını tespit etmeye yönelik bir araştırma, *Intermedia International E-Journal*, 3 (4), 213-241.

Tokgöz, O. (2012). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitapevi.

Toprak, A. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı facebook: "görüliyorum öyleyse varım!"*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

Törenli, N. (2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.

Uzun, R. (2006). Gazetecilikte yeni bir yönelim: Yurttaş gazeteciliği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 633-656.

Vardarlıer, P. ve Eren, E. (2013). Social Media's Role in Developing an Employees Sense of Belonging in the Work Place as an HRM Strategy. The Proceedings of 9th International Strategic Management Conference. Riga: Elsevier, 852-860.

Vardarlıer, P. ve Zafer, C. (2019). Medya ve Toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (2), 355-361.

Werner J. S. and James W. T. (1994). *İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları

Yücesan, G. ve Özdemir, A. M. (2008). *Sermayenin Adaleti: Türkiye'de Emek ve Sosyal Politika*. Ankara: Dipnot Yayınları.