T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK VE MEDYA ÇALIŞMALARI BİLİM DALI

GAZETECİLİK ALANININ DÖNÜŞÜMÜNDE PERİFERİ AKTÖRLERİN ROLÜ: ALAN TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE MEDYA ALANI ÜZERİNE BİR İNCELEME

DOKTORA TEZİ

Turancan ŞİRVANLI

KOCAELİ 2025

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK VE MEDYA ÇALIŞMALARI BİLİM DALI

GAZETECİLİK ALANININ DÖNÜŞÜMÜNDE PERİFERİ AKTÖRLERİN ROLÜ: ALAN TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE MEDYA ALANI ÜZERİNE BİR İNCELEME

DOKTORA TEZİ

Turancan ŞİRVANLI

Danışman: Prof. Dr. Emel Ş. BAŞTÜRK

KOCAELİ 2025

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK VE MEDYA ÇALIŞMALARI BİLİM DALI

GAZETECİLİK ALANININ DÖNÜŞÜMÜNDE PERİFERİ AKTÖRLERİN ROLÜ: ALAN TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE MEDYA ALANI ÜZERİNE BİR İNCELEME

DOKTORA TEZİ

Tezi Hazırlayan: Turancan ŞİRVANLI
Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 07.07.2025/27

KOCAELİ 2025

ÖNSÖZ

Bu çalışma, iletişim alanındaki akademik yolculuğum boyunca Türkiye medya ekosisteminde gözlemlediğim yapısal sorunlara yönelik teorik ve ampirik bir sorgulama çabasının ürünüdür. Her ne kadar bilimsel nesnellik, araştırmacının kendini bilinçli bir mesafede konumlandırmasını gerektirse de hiçbir araştırmanın kendi tarihselliğinden, yani yazıldığı dönemin küresel, toplumsal ve politik ruhundan bağımsız olamayacağını düşünüyorum. Bu nedenle, çalışma boyunca bir yandan bilimsel nesnelliği koruyarak "kendimi paranteze almaya" özen gösterirken, diğer yandan beni yetiştiren hocalarımdan edindiğim formasyonun ve bir akademisyen sorumluluğunun gereği olarak eleştirel duruştan ödün vermemeye dikkat ettim. Tüm eksik ve sınırlılıklarına rağmen bu tezin, ait olduğu alana, alan yazına ve en önemlisi kamusal düşünceye, mütevazı da olsa bir katkı sunmasını diliyorum.

Bu zorlu ve uzun soluklu sürecin bir esere dönüşmesi, elbette yalnız benim çabamla mümkün olmadı. Bu yolculukta bana destek olan ve minnettarlığımı sunmayı bir borç bildiğim çok değerli insanlar var. Öncelikle, sadece bu tez sürecinde değil, tanıştığımız ilk günden itibaren benden desteğini esirgemeyen, bilgi birikimi ve sabırlı rehberliğiyle bu teze yön veren değerli danışman hocam Prof. Dr. Emel BAŞTÜRK'e içtenlikle teşekkür ederim. Tez izleme komitemde yer alarak yapıcı eleştiri ve önerileriyle çalışmamı olgunlaştıran değerli hocalarım Doç. Dr. İhsan KARLI'ya ve Doç. Dr. Sevim KOÇER'e; savunma jürimde yer alarak metne nihai haliyle değerli katkılar sunan Prof. Dr. Aslı YAPAR ve Prof. Dr. Elif KORAP ÖZEL hocalarıma içten teşekkürlerimi sunarım.

Bu tezin görünmez kahramanları da var. Akademik yolculuğumda, lisans yıllarımdan bu yana hep yanımda olan ve her zorlukta beni sonuna kadar destekleyen Prof. Dr. Erdal DAĞTAŞ hocama teşekkürü bir borç bilirim. Bu sürecin tüm yükünü benimle birlikte omuzlayan ve desteğini her an yanımda hissettiğim İpek KAYA'ya olan teşekkürümü bu sayfadaki akademik dilin sınırları içinde ifade etmekte yetersiz kalıyorum. Ancak, şunu biliyorum ki İpek'in desteği olmasaydı, bu süreci tamamlayamazdım. Son olarak, beni bugünlere getiren, hayatım boyunca tüm maddi ve manevi destekleriyle en büyük dayanağım olan sevgili aileme; annem Seval ŞİRVANLI'ya, babam Erdal ŞİRVANLI'ya ve ablam Ceren ŞİRVANLI'ya sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Onların inancı ve desteği olmasaydı ne bu yolculuğu tamamlayabilir ne de bugün olduğum kişi olabilirdim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ ..... **I**
İÇİNDEKİLER ..... **II**
ÖZET ..... **V**
ABSTRACT ..... **VI**
KISALTMALAR LİSTESİ ..... **VII**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **VIII**
GÖRSELLER LİSTESİ ..... **X**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GAZETECİLİKTE NORMATİF YAKLAŞIMLAR VE ALANI İNŞA EDEN KODLAR **13**
1.1. NORMATİF GAZETECİLİK KODLARININ OLUŞUMUNDAKİ TARİHSEL DURAKLAR **13**
1.2. NORMATİF GAZETECİLİK KODLARINA ELEŞTİREL BAKIŞ VE HABERCİLİK ALANININ KRİZİ **28**
1.2.1. Üretim İlişkilerindeki Değişim: Kurumsal Sürdürülebilirlik Krizi **35**
1.2.2. Tüketim İlişkilerindeki Değişim: Kamusal Yeterlilik Krizi **42**
1.2.3. Haber Nosyonundaki Değişim: Haber Sonrası Gazetecilik **50**
1.3. NORMATİF HABERCİLİĞİN YAPISÖKÜMÜ OLARAK GAZETECİLİKTE SINIR ÇALIŞMALARI **56**
1.3.1. Gazetecilikte Sınır Çalışması Biçimleri ve Sınır Nesnesi Kavramı **60**
1.3.2. Epistemik Otorite ve Meta Gazetecilik Söylemi **68**
1.3.3. Alandaki Yeni Failler ve Gazeteciliğin Ötesi **71**

İKİNCİ BÖLÜM

2. ALAN TEORİSİ VE GAZETECİLİK ALANI İÇİNDE YENİ FAİLLER: PERİFERİ AKTÖRLER **78**
2.1. PİERRE BOURDİEU SOSYOLOJİSİNİN ONTOLOJİK VE EPİSTEMOLOJİK ZEMİNİ **78**
2.1.1. Teorik Miras: Durkheim, Marx ve Weber'in Etkileri **81**
2.1.2. Bourdieu Sosyolojisinin Ontolojik Temelleri **88**
2.1.3. Bourdieu Sosyolojisinin Epistemolojik Dayanakları **93**
2.2. ALAN TEORİSİ VE KAVRAM SETLERİ **103**
2.2.1. Aktörlerin Stratejik Oyun Mekânı: Alan **107**
2.2.2. Alanın Güç ve Pozisyon Kaynağı: Sermaye **118**
2.2.3. Sosyal Deneyimin İçselleştirilmiş Yatkınlıkları: Habitus **127**

2.3. MEDYA VE GAZETECİLİK ÇALIŞMALARINDA BOURDİEUCÜ PERSPEKTİFİN KULLANIMI 135
2.3.1. Bourdieucü Perspektifle Gazetecilik Alanı 138
2.3.2. Dijitalleşme ve Alanın Değişen/Korunan Dinamikleri 150
2.4. YENİ AKTÖRLERİN ORTAYA ÇIKIŞI 157
2.4.1. Periferi Aktörlerin Tanımlanması 161
2.4.2. Periferi Aktörlerin Dijital Medya Ekosistemindeki Yeri 172
2.4.2.1. Alternatif, Kamusal ve Demokratikleştirici Bir Unsur Olarak Agonist Periferi Aktörler 173
2.4.2.2. Mesleki Etik Değerleri ve Gazetecilik Otoritesini Aşındıran Bir Unsur Olarak Antogonist Periferi Aktörler 193

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE'DE GAZETECİLİK ALANI 200
3.1. TÜRKİYE'DE GAZETECİLİK ALANININ YAPISAL ÖZELLİKLERİ: TARİHSEL DURAKLAR 200
3.1.1. Osmanlı'da Gazetecilik Alanı (1831-1923) 204
3.1.2. Fikir Gazeteciliğinden Holdingleşmeye (1923-1980) 217
3.1.2.1. Tek Parti Rejiminde Tek Parti Basını (1923-1950) 218
3.1.2.2. Demokrat Parti ve Geçici Özgürlük Havası (1950-1960) 226
3.1.2.3. 1961 Anayasasının Alana Etkileri (1960-1980) 231
3.1.3. Gazetecilik Alanında Neoliberal Dönüşüm (1980-2000) 237
3.1.4. Adalet ve Kalkınma Partisi İktidarı ve "Otoriter Neoliberalizm" (2002 ve sonrası) 250
3.1.4.1. AB Uyum Yasaları ve TMSF'nin Alana Eklemlenmesi (2002-2010) 255
3.1.4.2. Alanının Siyasi Alana Eklemlenmesi ve Kutuplaşma (2010-2020) 265
3.1.5. 2020 Sonrası Tarihi Gelişmeler Üzerinden Medya Alanının Değerlendirilmesi 278

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TÜRKİYE MEDYA ALANINDA PERİFERİ AKTÖRLERİN ANALİZİ .. 295
4.1. ARAŞTIRMANIN TASARIMI 296
4.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ 299
4.2.1. Örneklem Seçimi ve Yayıncılar 301
4.2.2. Veri Toplama Süreci 307
4.2.3. Veri Analiz Süreci ve Refleksif Tematik Analiz 309
4.2.4. İçerik Analizi Süreci ve Kategorilerin Belirlenmesi 315

4.3. YAYINCILARIN PROFİLİ VE YAYINLARIN ÖZELLİKLERİ 321
4.4. GÖRÜŞMELERDEKİ TEMATİK BULGULAR..... 330
4.4.1. Mesleki Arka Planlar ve Mesleki Kimlik..... 330
4.4.2. Değerler ve Motivasyonlar 335
4.4.3. İş Modelleri, Üretim Yapıları ve Sermaye Türleri 340
4.4.4. Alanda Kullanılan Yöntemler ve Stratejiler..... 352
4.4.5. Alandaki Yapısal Sorunlar ve Eleştirel Konumlanışlar 363
4.4.6. Alanın Sınırlarını Zorlama ve Dönüşüm Mücadeleleri 380
4.5. YAYINLARIN İÇERİK ANALİZİ 394
4.5.1. Biçimsel Kategoriler (Format) 395
4.5.2. İçeriğin Tematik Kategorileri 399
4.5.3. Haber-İçerik İşlevleri 403
4.5.4. Kaynak Kullanımı..... 410
4.5.5. İçerik Dil ve Anlatımı 416
4.5.6. Alan Teorisi Bağlamında İçeriğin Alanla İlişkisi..... 420
SONUÇ VE TARTIŞMA..... 430
KAYNAKÇA 449
EKLER..... 468
ÖZGEÇMİŞ..... 474

ÖZET

Pierre Bourdieu'nün bir kültürel üretim alanı olarak kavramsallaştırdığı gazetecilik alanı, dijitalleşme, ekonomik krizler, politik dönüşümler ve toplumsal güven kaybı gibi küresel dinamiklerin etkisiyle köklü değişimler yaşamaktadır. Bu değişim süreci, gazetecilik mesleğinin geleneksel normları ile kurumsal otoritesini zayıflatmış, medya alanının merkezinde yapısal boşluklar yaratarak periferi konumundaki yeni aktörlerin öne çıkmasına zemin hazırlamıştır. Uluslararası literatürde "periferi aktörler" ya da "müdahaleci medya" olarak tanımlanan bu yeni oluşumlar, teyit platformları, yurttaş gazetecileri, açık veri araştırma grupları ve video hikâye anlatıcıları gibi çeşitli pratiklerle kendilerini göstermektedir. Öte yandan, medya-demokrasi ilişkisinin kurumsallaşmadığı ve merkez medyanın göreli özerkliğini kaybederek siyasal alana eklemlendiği Türkiye gibi bağlamlarda, merkez dışında konumlanan bu aktörlerin anlam ve işlevi daha kritik bir önem kazanmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, Türkiye'de merkez medya dışında yer alan ve uluslararası literatürde periferi aktörler olarak adlandırılan yeni nesil yayıncıları tanımlamayı, bu aktörlerin medya alanındaki konumlarını ve önemlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel problemi, söz konusu yeni aktörlerin Türkiye medya ekosistemindeki konumlarının, dönüştürücü stratejilerinin ve medya-demokrasi ilişkisine etkilerinin anlaşılmasıdır. Teorik çerçeve olarak Bourdieu'nün alan teorisi ve gazetecilikte sınır çalışmaları yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel araştırma deseninin kullanıldığı bu çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren doğrulama platformlarından start-up yayıncılara, bağımsız gazetecilerden YouTube hikâye anlatıcılarına kadar geniş bir yelpazeyi kapsayan yeni nesil yayıncılarla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve bu yayıncıların içerikleri içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular, periferideki aktörlerin merkez medyadan farklı stratejiler ve sermaye türleriyle alt-alan oluşturduğunu, ancak, genel medya alanının yapısal kırılganlıklarından da etkilendiklerini göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Gazetecilikte Sınır Çalışmaları, Periferi Aktörler, Dijital Gazetecilik Alanı, Medya Sosyolojisi, Bourdieu ve Medya

ABSTRACT

The field of journalism, conceptualized by Pierre Bourdieu as a field of cultural production, has undergone profound transformations under the influence of global dynamics such as digitalization, economic crises, political shifts, and a loss of public trust. These changes have weakened the traditional norms and institutional authority of journalism, creating structural voids at the center of the media field and paving the way for the rise of peripheral actors. Referred to in the international literature as "peripheral actors" or "interloper media," these new formations manifest through practices such as fact-checking platforms, citizen journalism, open-source investigation collectives, and video storytelling. In contexts like Türkiye, where the relationship between media and democracy has not been fully institutionalized and mainstream media has lost its relative autonomy by becoming integrated into the political sphere, the meaning and function of these peripheral actors become increasingly critical. Accordingly, this study aims to identify the new generation of media actors operating outside the mainstream media in Türkiye -those defined as peripheral actors in the global literatüre- and to examine their positions and significance within the media field. The core research problem centers on understanding these new actors' positions in the Turkish media ecosystem, their transformative strategies, and their effects on the media-democracy relationship. Theoretically, the study is grounded in Bourdieu's field theory and the boundary work approach in journalism studies. Utilizing a qualitative research design, semi-structured interviews were conducted with a diverse range of new media actors, from verification initiatives to independent journalists and YouTube storytellers. Their content was also analyzed using content analysis techniques. Findings indicate that peripheral actors constitute subfields with distinct strategies and capital types, yet remain influenced by the structural fragilities of the broader media field.

Keywords: Boundary Work in Journalism, Peripheral Actors, Digital Journalism Field, Media Sociology, Bourdieu and Media

KISALTMALAR LİSTESİ

AB: Avrupa Birliği
ABD: Amerika Birleşik Devletleri
AFP: Agence France-Press
AKP: Adalet ve Kalkınma Partisi
ANAP: Anavatan Partisi
ANT: Actor-Network Theory
AP: Associated Press
BBC: British Broadcasting Corporation
BDDK: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu
BİK: Basın İlan Kurumu
BTK: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
CHP: Cumhuriyet Halk Partisi
CIR: Center for Information Resilience
CNN: Cable News Network
DP: Demokrat Parti
DW: Deutsche Welle
ECPMF: The European Centre for Press and Media Freedom
FBK: Fond Borby S Korruptsiyey (Yolsuzlukla Mücadele Vakfı)
IFJ: International Federation of Journalists
IMF: International Monetary Fund
IPI: International Press Institute
OSINT: Open Source Intelligence
OSLOMET: Oslo Metropolitan Üniversitesi
RSF: Reporters Sans Frontières (Sınır Tanımayan Gazeteciler)
RTÜK: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SSCI: Social Sciences Citation Index
TGC: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
TMSF: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TRT: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD: Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
VOA: Voice of America

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Gazetecilikte Sınır Çalışması Biçimleri 62

Tablo 2: Yıllık Makale Sayısına Göre Bourdieucü Düşüncenin Gazetecilik Araştırmalarında Zaman İçindeki Kullanımı 136

Tablo 3: Çalışmanın Analiz Düzeyleri 298

Tablo 4: Örneklem Seçim Kriterleri Ve Yayıncılar 304

Tablo 5: Görüşme Yapılan Yayıncıların Demografisi 306

Tablo 6: Braun Ve Clarke'ın Refleksif Tematik Analiz Aşamaları Ve Bu Çalışmadaki Uygulanma Süreci 310

Tablo 7: Araştırmanın Kodlama Tablosu 311

Tablo 8: Katılımcılar Tarafından Verilen Cevapların Benzerlik Dağılımı 315

Tablo 9: İçerik Analizi Kategorileri Ve Değişkenleri 317

Tablo 10: Tema 1. Mesleki Arka Planlar ve Mesleki Kimlik 331

Tablo 11: Tema 2. Değerler ve Motivasyonlar 335

Tablo 12: Tema 3. İş Modelleri, Üretim Yapıları Ve Sermaye Türleri 340

Tablo 13: Yayıncıların Üretim Modellerinin Dağılımı 342

Tablo 14: Tema 4. Alanda Kullanılan Yöntemler Ve Stratejiler 352

Tablo 15: Tema 5. Alandaki Yapısal Sorunlar Ve Eleştirel Konumlanışlar 364

Tablo 16: Tema 6. Alanın Sınırlarını Zorlama ve Dönüşüm Mücadeleleri 380

Tablo 17: Görüşme Yapılan Yayıncıların Yaş Aralığı 389

Tablo 18: İçeriklerin Türüne Göre Dağılımı 395

Tablo 19: İçeriklerin Sunuluş Biçimine Göre Dağılımı 396

Tablo 20: İçeriklerin Uzunluğuna Göre Dağılımı 398

Tablo 21: İçeriklerin Temalarına Göre Dağılımı 400

Tablo 22: En Çok Tematik Kategoriye Sahip Yayıncılar 401

Tablo 23: İçeriklerin Potansiyel İşlevlerine Göre Dağılımı 404

Tablo 24: Girişimci Yayıncılar Haber İçerik İşlevleri 404

Tablo 25: Video Yayıncılar Haber İçerik İşlevleri 405

Tablo 26: Doğrulama Üzerine Çalışan Yayıncılar Haber İçerik İşlevleri 406

Tablo 27: Vesaire ve Metin Cihan Haber İçerik İşlevleri 409

Tablo 28: İçeriklerde Kullanılan Kaynakların Türüne Göre Dağılımı 410

Tablo 29: İçeriklerde Kullanılan Kaynakların Sayısına Göre Dağılımı 411

Tablo 30: Kaynak Sayısına Göre Kaynak Türünün Çapraz Tablosu 412

Tablo 31: Kullanılan Kaynakların Gösterim Biçimine Göre Dağılımı 413

Tablo 32: Kaynak Gösterim Biçimine Göre Kaynak Türünün Çapraz Tablosu 414

Tablo 33: İçeriklerde Kullanılan Dil Özelliklerine Göre Dağılımı 416

Tablo 34: İçeriklerde Kullanılan Anlatım Özelliklerine Göre Dağılımı 418
Tablo 35: Kaynak Sayısına Göre Anlatım Özelliklerinin Çapraz Tablosu 419
Tablo 36: İçeriklerin Alanın Doxasına Yönelik Potansiyel Konumu 422
Tablo 37: İçeriklerde Gözlemlenen (Potansiyel) Sermaye Türleri 424
Tablo 38: İçeriklerin Kamuoyuna Yönelik Potansiyel Etkileri 427

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1: *Scrolli*'nin Scrollytelling (Hibrit) Formatında Hazırlanmış Haber Örneği 397

Görsel 2: *Doğruluk Payı* Örnek İçerik 401

Görsel 3: *SLOTmedia* Örnek İçerik 402

Görsel 4: Eğitim İşlevi Örnek İçerik 1 406

Görsel 5: Eğitim İşlevi Örnek İçerik 2 407

Görsel 6: Metin Cihan'ın 30 Nisan 2025 Tarihli Paylaşımından Bir Görsel 408

Görsel 7: *Mind Vorteks* Resmi Tutanaklardan Kaynak Kullanımı Ve Gösterimi 412

Görsel 8: *Doğruluk Payı*, Örnek Kaynakça Kullanımı 414

Görsel 9: *Vesaire*, Örnek Kaynakça Kullanımı 415

Görsel 10: *Doğruluk Payı* Doğrulama Metni Sonu Örnek Görsel 425

GİRİŞ

İletişim çalışmalarında "medya" olarak kavramsallaştırılan fenomeni anlamak için temelde üç unsur araştırılmaktadır: (1) içerik/metin, (2) izleyici/kullanıcı ve (3) aktörler/kurumlar/endüstriler. Bu unsurlardan hangisi araştırmanın merkezine alınırsa alınsın, her iletişim araştırmacısının, söz konusu unsurların temelinde yer alan üretim süreçlerini ve bu süreçlerin toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel bağlamda nasıl şekillendiğini sorgulaması gerekmektedir. Nitekim tarihsel süreçte, içerik, izleyici ve kurumlar temelinde gerçekleşen her dönüşüm, farklı toplumsal alanlar arasındaki ilişkisel dinamiklerle yakından ilişkilidir. Bu bağlamda, medya üretim süreçlerinin belirleyici örneklerinden biri olarak gazetecilik alanı, toplumsal yapılarla kurduğu çok katmanlı ilişkiler üzerinden ayrıksı bir inceleme alanı sunmaktadır.

Gazetecilik, tarihsel ve kültürel süreçler içerisinde şekillenen; kendi kuralları, normları ve simgesel sermayesi bulunan, görece özerk bir sosyal alandır (Bourdieu, 2021: 49). Bu alanın sınırları, gazeteci kimliğini ve habercilik anlayışını biçimlendiren liberal çoğulcu değerlerin tarihsel ve ekonomik bağlamda kurumsallaşmasıyla çizilmiş; objektiflik, kamu yararı ve basın özgürlüğü gibi ilkeler üzerinden şekillenmiştir (İnal, 1996: 13; Ward, 2004: 181; Taş, 2012: 37). Ancak, kağıt üzerinde bu değerlere bağlı kalabilen alan, ekonomik ve politik etkilere her zaman açık olmuş; bu durum, 2000'li yıllara girilirken alanda ciddi bir kriz durumunu beraberinde getirmiştir. Medya tekelleşmesi, ticarileşme, yapısal yanlılık ve kamusal alanın daralması gibi sorunlar, geçmişte olduğu gibi günümüzde de gazetecilik alanının temel yapısal problemleri olarak varlığını sürdürmektedir (İnal, 1996: 193-194; Curran, 1997: 145-147; Dağtaş, 2006: 113; Thompson, 2013: 212). Özellikle alanın normatif temellerinin kırılganlaşması, dijitalleşmenin tetiklediği ekonomik ve yapısal dönüşümlerle birleşerek, günümüzde yaşanan çok katmanlı krizi daha da derinleştirmiştir.

Tarihsel bağlamda taşıdığı yapısal sorunları günümüzde de yeniden üreten medya alanı, bugün, ciddi bir ekonomik ve yapısal kriz içindedir. Bu krizin temelleri esas olarak üretim ilişkilerindeki dönüşüme ve geleneksel finansal modellerin işlevsizleşmesine dayanmaktadır. Dijitalleşme ve internet teknolojilerinin medya

ekosistemine girişi, son yirmi yılda haber üretim ve dağıtım süreçlerini temelden değiştirmiştir (Çevikel, 2020: 1). Bu süreçte, geleneksel medya kuruluşları, reklam gelirlerindeki keskin düşüş nedeniyle ciddi bir ekonomik sürdürülebilirlik kriziyle karşı karşıya kalmıştır (Pickard, 2020). Özellikle büyük teknoloji şirketlerinin medya sektörüne dâhil olması, yayıncıları bu platformların ekonomik ve algoritmik yapısına bağımlı hâle getirmiş ve bu durum, enformasyon kapitalizmine eklemlenen medya alanının -zaten kırılgan olan- göreli özerkliğini önemli ölçüde tehdit etmiştir (Fuchs, 2012: 701-705). Bu dönüşüm, gazetecilerin çalışma koşullarını da doğrudan etkilemiş, medya sektöründeki iş güvencesizliği artmış ve içerik kalitesi büyük ölçüde düşmüştür (Pickard, 2020) ve haberle kurdukları ilişkiyi kökten değiştirmiştir. Özellikle geleneksel mecraların yerine dijital platformların tercih edilmesi, okuyucu ve izleyicilerin haber tüketim alışkanlıklarını daha da parçalı ve bireysel hale getirmiş; bu durum, gazetecilik alanının demokrasiyle ilişkili olan "kamusal yeterlilik" işlevini zayıflatmıştır (Blumler, 2010: 439; Newman ve Cherubini, 2025: 3-4). Haber tüketiminde yaşanan bu dönüşüm, kamuoyunun medyaya duyduğu güveni aşındıran bir süreci de beraberinde getirmiştir. Medya kuruluşlarına duyulan güvenin azalması, habercilik pratiklerindeki etik sorunlar ve sosyal medya platformlarında artan dezenformasyon ile birleşerek toplum genelinde "haber yorgunluğu" (news fatigue) ve "haberden kaçınma" (news avoidance) eğilimlerini tetiklemiştir (Skovsgaard ve Andersen, 2020; Villi vd. 2022; Newman vd., 2022, 2023; Toff vd., 2023; Andersen vd., 2024). Bu eğilim, haberlerin demokratik tartışmalardaki rolünü ve kamusal bilgilenmedeki etkinliğini sorgulanır hâle getirmiş, gazeteler ise içeride ekonomik işlevlerini, dışarıda ise kamusal yarara yönelik "güven işlevlerini" yeniden inşa etme zorunluluğuyla karşı karşıya kalmıştır (Zuckerman, 2021: 44-47). Bu bağlamda, tüketim ilişkilerindeki dönüşüm, gazetecilik alanında bir "kamusal yeterlilik krizi"ni de beraberinde getirmiştir (Blumler, 2010: 439).

Üretim ve tüketim süreçlerinde yaşanan krizlerin bir sonucu olarak, gazetecilik pratiğinin temel ürünü olan "haber" nosyonu da günümüzde ciddi bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Dijitalleşme ve sosyal medyanın haber üretimi ve tüketimini şekillendiren yeni dinamikleri, haber kavramının geleneksel anlamını aşındırmakta, onu içerik kavramıyla iç içe geçirmektedir (Eddy vd., 2025; Newman ve Cherubini, 2025). Örneğin, 2025 yılına girilirken, ABD'de, sosyal medya ilk kez televizyonu

geride bırakarak izleyici kitlesi için en önemli haber kaynağı konumuna gelmiştir (Newman vd., 2025: 11-16). Böylelikle, bir zamanlar hem kültürel bir form hem de "para verip satın alınmaya değer" bir meta olarak kabul edilen haber (Carey, 2009: 16-17), bugün sosyal medya akışında karşılaşılan sıradan bir enformasyon türüne dönüşmekte ve bu durum, haberin toplumsal değerini zayıflatmaktadır (Eddy vd., 2025; Newman ve Cherubini, 2025: 3-4). Dijital platformların ekonomik modelleriyle uyumlu şekilde ve yüzeysellikte haber üretimini teşvik etmeleri, haberin meta değerini de ciddi ölçüde değiştirmiştir. Gazetelerin temel gelir kaynağı olan reklamların dijital platformlara kayması sonucu haber içerikleri, artık doğrudan kaliteleriyle değil, kullanıcıların sayfa görüntülenme sayısıyla ölçülen bir meta değer kazanmaktadır (Çevikel, 2020: 60). Böyle bir ortamda, "haber" kavramının geleneksel tanımı bulanıklaşmakta, farklı içerik türleriyle rekabet eden haberler, kültürel bir değer olmaktan çok, kullanıcıların dikkatini çekmeye yönelik geçici bir içerik hâline gelmektedir (Mir, 2020: 17; Derakhshan, 2021: 123). Haberin güncel medya ekosisteminde hem kültürel hem de meta değerini kaybediyor oluşu, "haber sonrası gazetecilik" (post-news journalism) olarak tanımlanan yeni bir paradigma üzerinde tartışmalar da yaratmaktadır (Mir, 2020; Derakhshan, 2019, 2021; Gurri, 2021). Dolayısıyla, gazeteciliğin karşılaştığı mevcut kriz, öncelikle haberin tanımına ve toplumsal işlevine ilişkin yeniden değerlendirmeyi gerektirmekte ve haberin günümüz medya ortamındaki konumunu tartışmaya açmaktadır.

Bu kapsamda, günümüzde gazeteciliğin yaşadığı krizin boyutlarını ortaya koyan üç temel alan öne çıkmaktadır: (1) ekonomik ve kurumsal sürdürülebilirlik, (2) kamusal yeterlilik ve (3) haber nosyonunun hem bir meta hem de kültürel bir değer olarak anlamını yitirmesi. Bu kriz ortamı, kaçınılmaz olarak "Gazetecilik nedir?" ve "Gazeteci kimdir?" gibi temel soruları yeniden gündeme taşımakta ve "gazeteciliğin sınırları" meselesini hem ontolojik hem de pratik düzeyde kritik bir araştırma gündemi hâline getirmektedir (Carlson, 2015: 9). Öyle ki, geleneksel medyanın görece istikrarlı bir işleyişe sahip olduğu dönemlerde, gazeteciler mesleklerinin "iyi" ve "kötü" üyelerini ayırt etmek için normatif standartları ve etik ilkeleri temel alırken, günümüzde geleneksel kurumların görece istikrarsız bir zeminde konumlanması, bu standartların hangi kurum ve aktörleri kapsadığı sorusunu daha da karmaşık hâle getirmiştir (Singer, 2015: 21). Nitekim, Bourdieu'nün (2021: 45) de ifade ettiği gibi,

gazetecilik alanının sınırları, o alana özgü kurallarla birlikte dışsal etkenlerin şekillendirdiği bir sembolik güç alanı olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda, gazetecilik alanında sınırların nasıl oluşturulduğu sorusu, alandaki aktörler ile sosyal yapılar arasındaki karmaşık ilişkilerin güncel medya ekosistemine yansımalarını anlamak açısından öncelikli bir araştırma meselesidir.

Diğer yandan, gazetecilik alanının sınırlarının bu denli belirsizleştiği bir çağda geleneksel olarak gazeteci kabul edilmeyen aktörlerin etkinliğinin ve öneminin de alan içinde arttığı gözlemlenen bir unsurdur. Bu durum, gazeteciliğin sınırlarının sabit olmadığını, aksine sürekli biçimde müzakere edildiğini ve yeniden tanımlandığını göstermektedir (Carlson, 2015: 9). Özellikle dijital dönüşümün etkisiyle geleneksel medya organizasyonlarının istikrar kaybetmesi, gazetecilik pratiğini "gazetecilik ötesi" (beyond journalism) olarak kavramsallaştırılan yeni bir çalışma alanına doğru genişletmektedir. Deuze ve Witschge'nin (2018: 166-167) ifade ettiği üzere, bu yaklaşım, gazeteciliği katı normatif sınırlardan uzak, sürekli dönüşüm hâlinde olan dinamik bir süreç olarak tanımlamakta ve alanda faaliyet gösteren farklı aktörleri de kapsamına almaktadır.

Bu yaklaşım, yalnızca sektör dinamiklerinde değil, aynı zamanda akademik alanda da önemli bir araştırma gündemi hâline gelmektedir. Örneğin, *Oslo Metropolitan Üniversitesi Dijital Gazetecilik Araştırma Grubu*, günümüzde gazetecilik kurumlarına ait olmayan sosyal medya platform yayıncılarının, geçmişte yalnızca gazetecilik kurumları tarafından üstlenilen pek çok işlevi "belirli ölçüde" yerine getirmeye başladığını vurgulamaktadır. Özellikle dijital platformların yükselişi, geleneksel gazeteciliğin tekelini kırarak gazeteciliğin sınırlarını bulanıklaştırmakta, mikro bloglar, podcast'ler, chatbot'lar ve veri gazeteciliği gibi yeniliklerle birlikte gazeteci kimliğini ve mesleki normları yeniden tartışmaya açmaktadır (OsloMet, 2024). Geleneksel medya kurumlarının yaşadığı ekonomik zorluklar, sosyal medya kullanımının artışı ve serbest gazeteciliğin yaygınlaşması, gazetecilik pratiklerinin merkezden periferiye doğru genişlemesine zemin hazırlamaktadır (Deuze ve Witschge, 2020). Nitekim, periferi aktörler, Schapals'ın (2022: 14) ifadesiyle "krizi fırsata çevirerek" alternatif haber üretim pratikleri geliştirmekte ve gazetecilik alanının sınırlarını hem içeriden hem dışarıdan sorgulayan yeni yapılar ve süreçler ortaya

koymaktadırlar. Bu nedenle, dijital çağın yarattığı bu dönüşüm, periferi aktörlerin hem teorik hem de ampirik düzeyde derinlemesine incelenmesini zorunlu kılmakta ve bu aktörlerin gazeteciliğin güncel konumu üzerindeki etkilerini anlamak açısından önemli bir araştırma gündemi oluşturmaktadır.

Bu noktada, kritik bir soru görünür hâle gelmektedir: "Periferi aktörler kimlerdir?" Periferi medya aktörleri, geleneksel gazeteciliğin sınırları dışında konumlanmalarına rağmen, medya ekosistemi içinde gazeteciliğe özgü bazı işlevleri üstlenen heterojen bir fail grubunu ifade etmektedir. Uluslararası alan yazında, bu gruba web analistleri, açık veri temelli araştırma grupları, doğrulama platformları, start-up yayıncıları, yurttaş gazeteciler, haber odaklı influencer'lar, *YouTube*'daki hikâye anlatıcıları, podcast yayıncıları ve hiciv sayfaları gibi örneklerle sıklıkla atıf yapılmaktadır (Tandoc Jr ve Jenkins, 2017; Eldridge, 2018; Holton ve Bleair-Gognon, 2018; Schapals, 2022; Löhmann, 2025). Bu aktörler, bağımsız olarak ya da geleneksel yapılarla iş birliği içinde faaliyet göstererek, gazeteciliğin normlarını, formatlarını ve teknolojilerini yeniden yorumlamakta; böylece gazetecilik ile gazetecilik dışı üretimler arasındaki sınırların bulanıklaşmasına neden olmaktadırlar. Bu durum, bir yandan bilgi doğruluğu ve çeşitliliği açısından yenilikçi katkılar sunarken, diğer taraftan gazetecilik alanının normatif bütünlüğünü tehdit edebilecek potansiyel riskler de barındırmaktadır. Örneğin, doğruluk kontrolü yapan bir platform gazetecilik kalitesini artırma potansiyeline sahipken; komplo teorisi yayan bir blog veya YouTube yayıncısı, dezenformasyon aracılığıyla alana zarar verebilir. Bu bağlamda periferi aktörler, gazetecilik alanı için birer "sınır nesnesi" olarak değerlendirilebilir. Bu aktörler, gazeteciliğin sınırlarında konumlanarak kimi zaman alanı dönüştürücü, kimi zaman ise tehdit edici roller üstlenmektedir (Tandoc Jr ve Jenkins, 2017; Eldridge, 2018; Holton ve Bleair-Gognon, 2018; Schapals, 2022; Maares ve Hanusch, 2022a; Müller ve Wiik, 2023; Parks, 2024; Eldridge, 2025; Löhmann, 2025). Dolayısıyla, periferi aktörleri anlamak yalnızca kim olduklarını değil, aynı zamanda yürüttükleri pratiklerin niteliğini ve bu pratiklerin gazetecilik alanına etkilerini çözümlemeyi gerektirmektedir.

Periferi aktörlerin gazetecilik alanındaki konumunu ve etkilerini daha somut biçimde anlamlandırmak için, bu aktörlerin faaliyet gösterdiği medya ekosisteminin

tarihsel ve yapısal özelliklerini dikkate almak gerekmektedir (Schapals, 2022: 66). Türkiye medya ekosistemi değerlendirildiğinde, küresel düzeyde gazetecilik alanında yaşanan krizlerin yanı sıra, ülkenin tarihsel ve yapısal koşullarının da etkisiyle daha özgün ancak bir o kadar da kırılgan bir medya yapısı ortaya çıkmaktadır. Gazeteciliğin içinde bulunduğu yapısal krizler ve küresel eğilimler, politik kutuplaşmanın derinleştiği ve medya sahipliği yapılarının siyasi iktidarla sıkı ilişkiler içinde olduğu Türkiye bağlamında, çok daha belirgin ve yıkıcı sonuçlar doğurmaktadır. Nitekim, Türkiye'de gazetecilik alanı, Osmanlı İmparatorluğu'ndan günümüze uzanan tarihsel süreklilik içinde merkeziyetçi bir siyasal yapı ile iç içe gelişmiş, çoğu dönem devlet aygıtının ideolojik bir uzantısı hâline gelmiş ve özgür kamusal tartışma işlevinden ziyade iktidarın (veya muhalefetin) söylemlerini yeniden üreten bir araca dönüşmüştür (Taş, 2012: 141; Cangöz, 2015: 93; Öncü, 2016: 169). Dolayısıyla, Türkiye'de medyanın siyasal iktidarla ilişkisini yalnızca son otuz yılın dönüşümleri bağlamında değerlendirmek, tarihsel olarak kalıcı ve yapısal bir ilişkiyi göz ardı etmek anlamına gelir. Zira Türkiye medya alanının oluşumunda basın yasaları, medya sahipliği yapıları ve gazetecilik pratikleri, ifade özgürlüğünü kısıtlayan ve siyasal iktidara bağımlı kılan bir çerçevede şekillenmiştir. Bu durum, basın kurumlarının çoğunlukla devlet ya da siyasi muhalefet çıkarları doğrultusunda hareket etmeye zorlanmasına ve medya kuruluşlarının, siyasal iktidarların sembolik iktidarını sürdürmesine hizmet eden bir araç olarak işlemesine neden olmuştur (Alan, 2015: 245).

Bu tarihsel arka plan doğrultusunda şekillenen günümüz Türkiye medya atmosferinde, medya sahipliği ekonomik kazanç sağlamaktan ziyade, siyasi nüfuz elde etme ve sosyal sermaye oluşturma amacıyla araçsallaştırılmıştır (Tunç, 2018: 152). Türkiye'nin mevcut politik sistemini tanımlamak amacıyla kullanılan "otoriter neoliberalizm" (Yeşil, 2016) ve "rekabetçi otoriter rejim" (Tunç, 2018; Esen vd., 2023) kavramsallaştırmaları, merkez medyanın siyasal ve ekonomik alanların kesişim noktasında konumlandığını ortaya koymaktadır. Merkez medya kurumlarının hem tarihsel olarak taşıdığı yapısal kısıtlamalar hem de güncel rekabetçi otoriter sistemin baskıları altında faaliyet göstermesi, "medya alanında gazeteciliğin görevlerini ve potansiyelini kimlerin ve hangi kurumların üstlendiği" sorusunu önemli bir araştırma gündemine dönüştürmekte ve aynı zamanda bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Uluslararası alan yazında "periferi aktörler" olarak kavramsallaştırılan, merkez medya dışında konumlanan yeni nesil aktörleri Türkiye medya alanı bağlamında tanımlamak ve Türkiye'deki örneklerin gazetecilik alanındaki rolünü ve önemini ortaya koymak, bu çalışmanın başlıca amacını oluşturmaktadır. Çalışma, "Türkiye'deki bu yeni nesil yayıncıların medya ekosistemindeki konumlarının ne olduğu, hangi stratejilerle bu alanı dönüştürme potansiyeli taşıdıkları ve bu dönüşümün medya-demokrasi ilişkisine nasıl etkilerde bulunduğu" problemine cevap bulmak üzere inşa edilmiştir. Bu temel soruya yanıt ararken, Türkiye'nin kendine özgü medya-demokrasi ilişkisi çerçevesinde ampirik verilerle desteklenen tartışmalar sunmak da çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

Araştırmanın ifade edilen bu temel problemi ve amaçları doğrultusunda, çalışma boyunca aşağıdaki dört temel araştırma sorusuna yanıt(lar) aranmaktadır:

AS1: Türkiye'de periferi aktörlerin karakteristik özellikleri nelerdir?

1a: Bu aktörlerin gazetecilik alanına giriş koşulları nelerdir?

1b: Bu aktörlerin sahip oldukları sermaye türleri nelerdir ve bu sermayeyi alan içinde hangi stratejilerle kullanmaktadırlar?

AS2: Periferi aktörler, kendi deneyimleri ve ortaya koydukları pratikler (metinler) doğrultusunda, Türkiye'de gazetecilik alanında hangi eksiklikleri veya boşlukları doldurmayı amaçlamaktadırlar?

AS3: Türkiye'deki gazetecilik alanının periferisi ne ölçüde özerk bir alan niteliği taşımaktadır?

3a: Bu alanda gerçekleşen mücadelelerin dinamikleri hangi unsurlardan oluşmaktadır?

3b: Bu mücadeleler, gazetecilik alanında bağımsız bir alt-alan oluşmasına elverişli koşulları ne düzeyde sağlamaktadır?

AS4: Medya-demokrasi ilişkisi çerçevesinde değerlendirildiğinde, periferi aktörlerin Türkiye'deki medya ekosistemine olası katkıları ve/veya potansiyel zararları nelerdir?

Araştırmanın yöntemsel stratejilerinin belirlenmesi ve alandaki faillerin yapılarla kurdukları ilişkilerin tartışılmasında Pierre Bourdieu'nün alan teorisi, çalışmanın temel kuramsal çerçevesi olarak benimsenmiştir. Bourdieu'nün alan teorisine göre, bireylerin habitusları ile bir alandaki yapılar, karşılıklı toplumsal ilişkiler ve etkileşimler yoluyla şekillenmektedir. Bu bağlamda çalışma hem gazetecilik alanındaki yapıları hem de aktörlerin bireysel deneyimlerini sosyal etkileşimler çerçevesinde çözümlemeyi amaçlamaktadır (Bourdieu, 2018; Bourdieu ve Wacquant, 2014). Özellikle habitus, sermaye türleri, *doxa*, strateji ve alan içi mücadele gibi kavramlar, periferi aktörlerin alanda nasıl konumlandığını, bu konumlanışın gazeteciliğin merkez normlarıyla ne ölçüde örtüştüğünü ve alanı hangi biçimlerde dönüştürdüklerini anlamak açısından önemli kuramsal araçlar sunmaktadır.

Çalışma, araştırma sorularına daha kapsamlı ve derinlemesine yanıtlar üretilebilmesini sağlamak amacıyla -amaçları ve kuramsal temeline uygun şekilde- iki farklı nitel veri toplama ve analiz tekniğini bir araya getiren *sıralı çoklu yöntemli* (*multi-method*) bir *nitel araştırma deseni* üzerine inşa edilmiştir. Araştırma kapsamında, amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenen doğruluk kontrolü platformlarından sosyal medya yayıncılarına, serbest gazetecilerden bağımsız dijital medya girişimcilerine kadar çeşitli yayın türlerine sahip, on farklı yayıncı ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Örneklem seçiminde, literatürdeki benzer çalışmalardan yararlanılarak, Türkiye bağlamında periferi olarak değerlendirilebilecek yayıncılar belirli seçim kriterlerine göre seçilmiştir. Yayıncılarla gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen nitel veriler ise Braun ve Clarke'ın (2006: 87) *refleksif tematik analiz* yöntemiyle analiz edilmiştir.

Araştırmanın ikinci aşamasında, görüşme yapılan her bir yayıncının ürettiği içerikler (toplam 100 içerik) üzerinden *nitel içerik analizi* gerçekleştirilmiştir. Bu analizle, tematik bulguların içeriksel çeşitlilik ve eğilimlerle desteklenmesi amaçlanmıştır. Görüşmeler sırasında ortaya çıkan kavramsal örüntüler doğrultusunda analiz kategorileri yapılandırılmış ve metinler bu çerçevede değerlendirilmiştir. Ayrıca, uluslararası literatürdeki benzer çalışmalarda kullanılan analiz kategorileri incelenerek, bu araştırma için geliştirilen çerçevenin oluşturulmasında önemli birer referans olarak kullanılmıştır. Bu yöntem aracılığıyla, görüşmelerde tanımlanan eğilim

ve stratejilerin, yayıncıların içerik üretim süreçlerine nasıl yansıdığı analiz edilmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında yöntemin uygulanış biçimi, örneklem seçim kriterleri, yayıncı profilleri, veri toplama süreci, araştırmanın sınırlılıkları ve diğer yöntemsel ayrıntılar "Araştırmanın Tasarımı" başlıklı bölümde ayrıntılı şekilde sunulmuştur.

Uluslararası alan yazında, gazetecilik alanındaki periferi aktörler olgusuna ilişkin çalışmalar son yıllarda önemli ölçüde artış göstermiştir. Örneğin, bu konuya ilişkin ilk çalışmalardan biri olarak gösterilen Scott A. Eldridge'in *Online Journalism from the Periphery: Interloper Media and the Journalistic Field* (2017) başlıklı çalışması *Gawker*, *Reddit*, *Breitbart* ve *WikiLeaks* gibi periferi aktörlerin gazetecilik alanına dâhil olmasıyla birlikte çağdaş gazeteciliğin nasıl değişip dönüştüğünü tartışmaktadır. Buna ek olarak, saygın akademik yayınlardan *Media and Communication* dergisi, 2019 yılında yayımladığı *Peripheral Actors in Journalism: Agents of Change in Journalism, Culture and Practice* başlıklı özel sayısında, alanın önde gelen yazarlarının katkılarıyla bu konuyu çok yönlü biçimde ele almış ve pek çok metinde periferi aktörlerin gazetecilik alanına etkisi hem teorik hem de ampirik düzeyde incelenmiştir. Benzer şekilde, Patrick Ferrucci ve Scott A. Eldridge'in (2022) editörlüğünü yaptığı *The Institutions Changing Journalism: Barbarians Inside the Gate* başlıklı kitap, gazetecilik alanını şekillendirmede giderek daha belirleyici hâle gelen ve merkez medya dışında yer alan kurumların çok boyutlu doğasını incelemektedir.

Konuya ilişkin en geniş örnekleme sahip ve öncü yayınlardan biri olan Aljosha Karim Schapals'ın *Peripheral Actors in Journalism: Deviating from the Norm*? (2022) başlıklı kitabı, periferi aktörleri saha verileriyle en kapsamlı biçimde inceleyen çalışmalar arasında öne çıkmaktadır. Schapals (2022: 21), özellikle *BuzzFeed* ve *Vice* gibi kitleselleşmiş yeni nesil yayıncılar, girişimcilik mantığıyla kurulmuş *Huffington Post* gibi dijital medya girişimleri, açık kaynak temelli araştırmacı gazetecilik platformu *Bellingcat* ve doğrulama ile gazeteciliği birleştiren STK tabanlı *Correctiv* gibi kurumları, gazetecilik alanındaki "periferi aktörler" tanımı çerçevesinde incelemiş ve bu kurumların -geleneksel anlamda gazetecilik kurumları olmasalar da- gazetecilik alanının meşru aktörleri hâline geldiklerini ifade etmiştir. Son olarak, 2025 yılında

Scott A. Eldridge tarafından yayımlanan *Journalism in a Fractured World* başlıklı kitap, ABD, Birleşik Krallık ve Hollanda'daki *periferik gazetecilik medyasını* (*peripheral journalistic media*) incelemektedir. Eldridge'in bu çalışmasında, gazetecilik alanına yenilik ve yeni değerler sunan "agonist periferi aktörler" ile alanın yapısını bozma potansiyeli taşıyan "antagonist periferi aktörler" arasında yaptığı kuramsal ayrım, alan yazına önemli bir katkı sunmaktadır.

İlgili çalışmalar, gazeteciliği yalnızca kültürel bir biçim ya da pratik olarak ele almakla kalmayıp, normatif tanımların ötesine geçilmesi gerektiğini vurgulamakta ve uluslararası düzeyde periferi aktörlerin güncel pratiklerini inceleme yönünde çağrıda bulunmaktadır.[1] Nitekim, özellikle son beş yılda, başta *Journalism* ve *Digital Journalism* dergileri olmak üzere, alandaki birçok SSCI indeksli akademik dergide farklı ülkelerden bu konuyu ele alan yayınlarda belirgin bir artış gözlemlenmektedir (Hanusch ve Löhmann, 2022). Türkçe alan yazında ise "yeni medya yayıncıları"na ilişkin çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte, bu konuyu hem yeni bir kuramsal çerçevede ele alan hem de yeni terminolojilerle kavramsallaştırarak ampirik düzeyde analiz eden bir çalışmaya henüz rastlanmamaktadır.

Başka bir ifade ile, Türkiye'deki gazetecilik alan yazınında, haber temelli aktör ve kurumların genellikle ya organizasyonel düzeyde (ana akım/alternatif medya) ya da tekno-işlevsel açıdan (geleneksel/dijital medya) ele alındığı görülmektedir. Ancak, gazeteciliğin normatif boyutunu ve bu alandaki aktörlerin doğasını sorgulayarak, konuyu merkez (çekirdek) ve çevre (periferi) ilişkiselliği bağlamında inceleyen bir çalışmanın henüz yapılmamış olması dikkat çekicidir. Bu bağlamda, konuyu daha önce ele alınmamış bir perspektiften değerlendiren bu çalışma, yalnızca değişen gazetecilik/habercilik alanını ve aktörlerin doğasını betimlemeyi değil, aynı zamanda alandaki yerleşik normlara yönelik eleştirel bir düşünce biçimi geliştirmeyi de amaçlamaktadır. Bu yönüyle çalışma hem kuramsal çerçevesi hem de ampirik boyutu

[1]İfade edilen çalışmalara ve bunların detaylarına, bu tezin literatür bölümünde kapsamlı biçimde yer verilecektir. Konuyu kuramsal düzeyde ele alan kurucu metinlerden bazıları için bkz: Belair-Gagnon ve Holton, 2018; Eldridge, 2018, 2019; Schapals vd. 2019; Maares ve Hanusch, 2020, 2022a; Hanusch ve Löhmann, 2022; Schapals, 2022. Ayrıca, konuyu ampirik saha araştırmalarıyla inceleyen çalışmalar için bkz: Tandoc Jr ve Jenkins, 2017; Schapals vd., 2019; Ahva, 2020; Lichtenstein vd., 2021; Hanusch ve Löhmann, 2022; Schapals, 2022; Maares ve Hanusch, 2022a; Müller ve Wiik, 2023; Glazunova ve Schapals, 2024; Parks, 2024; Eldridge, 2025; Löhmann, 2025.

doğrultusunda, dijital gazeteciliğin epistemolojik temellerini sorgulayan bir yaklaşım benimsemektedir. Dolayısıyla, geleneksel gazetecilik tanımlarının dışında konumlanan ancak, ortaya koydukları pratiklerle gazetecilik işlevini yerine getiren bu aktörlerin yapısal özelliklerini ve gazetecilik alanındaki konumlarını Türkiye bağlamında incelemek hem uluslararası ve hem de Türkçe gazetecilik literatürüne yeni bir katkı sunmakla birlikte, aynı zamanda bu çalışmanın önemini de ortaya koymaktadır.

İfade edilen temel noktalardan hareketle, çalışmanın içeriğini özetlemek yerinde olacaktır. Çalışmanın "Gazetecilikte Normatif Yaklaşımlar ve Alanı İnşa Eden Kodlar" başlıklı birinci bölümünde, gazeteciliğin tarihsel gelişimi ele alınarak normatif kodların oluşum süreci tarihsel duraklar üzerinden incelenmiştir. Gazetecilik alanının güncel konjonktürünü etkileyen olay, olgu ve dönemlere de değinilmiştir. Bölümün devamında, gazeteciliğin yapısal sorunlarına odaklanılmış ve çağdaş gazetecilik alanında yaşanan krizler tartışılmıştır. Bu kapsamda; (1) üretim ilişkilerindeki dönüşümün neden olduğu ekonomik ve kurumsal sürdürülebilirlik krizi, (2) tüketim ilişkilerindeki değişimle birlikte ortaya çıkan kamusal yeterlilik krizi ve (3) haber nosyonundaki dönüşüm sonucu haberin kültürel ve metalaşmış değerinde yaşanan kriz olmak üzere üç boyutlu bir sorunsallaştırmaya gidilmiştir. Bu kriz ve dönüşümler çerçevesinde, "gazetecilikte sınır çalışmaları" literatürüne yer verilmiş ve alanın güncel konjonktürdeki alanın "sınır hatları" ile bu sınırların kırılgan doğası vurgulanmıştır.

"Alan Teorisi ve Gazetecilik Alanı İçinde Yeni Bir Fail: Periferi Aktörler" başlıklı ikinci bölümde, çalışmanın kuramsal temeli ortaya konmuştur. Bu kapsamda, öncelikle Pierre Bourdieu sosyolojisine ilişkin ontolojik ve epistemolojik çerçeve açıklanmış, ardından alan teorisinin temel bileşenleri ele alınmıştır. Alan, sermaye ve habitus kavramları Bourdieu'nün düşünsel hattı çerçevesinde ayrıntılı biçimde değerlendirilmiş; bu kavramlar üzerinden gazetecilik alanına yönelik Bourdieucü yaklaşımlara yer verilmiştir. Bölümün devamında, çalışmanın ikinci teorik dayanağını oluşturan "periferi aktörler" olgusu kapsamlı biçimde ele alınmıştır. Periferi aktörlerin tanımı, dijital medya ekosistemindeki konumları ve türlerine ilişkin açıklamalara yer verilmiş ve bölüm sonunda konuya dair genel bir değerlendirme sunulmuştur.

Bourdieu'nün kavramsal araçlarıyla "Türkiye'deki gazetecilik alanı"na odaklanan üçüncü bölümde, öncelikle bu alanın yapısal özelliklerinin şekillenmesinde etkili olan tarihsel kırılma noktalarına yer verilmiştir. Bu çerçevede, Osmanlı dönemindeki gazetecilik faaliyetlerinden Cumhuriyet'in kuruluş yıllarındaki gazetecilik anlayışına kadar uzanan süreçte, Türkiye medya tarihinin temel dinamikleri ele alınmıştır. Gazetecilik alanında neoliberal dönüşümün belirginleştiği 1980'li ve 1990'lı yıllar ile AKP iktidarı döneminde değişen ve günümüzdeki yapısına evrilen medya düzeni, ayrı başlıklar altında incelenmiştir. Bölüm, bir "Türkiye medya tarihi kesiti" sunma hedefi doğrultusunda, geçmişteki önemli tarihsel gelişmelerin yanı sıra, 2020'li yılların siyasal ve toplumsal konjonktüründe yaşanan güncel ve kritik gelişmelere de yer vermektedir. Merkez medya alanının genel dinamikleri ortaya konduktan sonra, çalışmanın son bölümü olan araştırma ve analiz bölümüne geçilmiştir.

Araştırmanın son bölümü olan "Türkiye Medya Alanında Periferi Aktörlerin Analizi" başlığı iki alt bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, araştırmanın tasarımı, kapsamı ve yöntemi ile örneklem seçimi, yayıncı profilleri, veri toplama ve analiz sürecine ayrıntılı biçimde yer verilmiştir. Bu bölümün sonunda, çalışmada yer alan yayıncıların profilleri ve yayınların temel özellikleri okuyucuya sunulmuştur. İkinci bölümde ise araştırma kapsamında elde edilen bulgular aktarılmıştır. Öncelikle görüşmelerden elde edilen tematik analiz bulguları altı başlık altında sunulmuş, ardından yayıncıların içerikleri üzerinde gerçekleştirilen nitel içerik analizine dair bulgular altı farklı kategori doğrultusunda açıklanmıştır. Çalışmanın "SONUÇ VE DEĞERLENDİRME" bölümünde ise hem tematik hem de içerik analizinden elde edilen bulgular, çalışmanın genel çerçevesi doğrultusunda bütüncül bir yaklaşımla ele alınmış, araştırma soruları yanıtlanarak bulgular ışığında yorumlayıcı argümanlar geliştirilmiştir. Bölümün sonunda araştırmanın sınırlılıkları tartışılmış ve gelecekte gerçekleştirilebilecek çalışmalara yönelik öneriler sunulmuştur. Bu yönüyle, araştırmanın hem akademik literatüre hem de yeni nesil yayıncılık pratiklerine özgün ve güncel bir katkı sunması amaçlanmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GAZETECİLİKTE NORMATİF YAKLAŞIMLAR VE ALANI İNŞA EDEN KODLAR

Bu bölümde, çalışmanın temel problemine teorik ve tarihsel bir zemin oluşturmak amacıyla gazetecilik alanını inşa eden tarihsel kodlara ilişkin bir tartışma yürütülecektir. Öncelikle, tarihsel süreçte gazetecilik alanında ortaya çıkan paradigma değişimlerinin belirleyici unsurları olarak kabul edilen Anglo-Sakson ve Avrupa basın tarihine odaklanılacak, bu bağlamda, gazeteciliğin normatif tanım ve kodları tarihsel bir perspektifle ele alınacaktır. Ayrıca, haberin ve gazetecilik pratiğinin dönüşümüne vurgu yapılarak, "gazetecilikte sınır çalışmaları" literatürüne ilişkin temel kavramsal çerçeve sunulacaktır. Böylece, gazetecilik alanının tarihsel ve kuramsal altyapısına dair temel tartışma noktaları değerlendirilecektir.

1.1. NORMATİF GAZETECİLİK KODLARININ OLUŞUMUNDAKİ TARİHSEL DURAKLAR

Gazetecilik alanının tarihsel dönüşümü çoğunlukla ya bireysel gazetecilerin rol algılarındaki farklılaşmayla ya da kurumsal medyanın organizasyonel yapısındaki değişimlerle açıklanmaya çalışılır. Medya tarihçisi John Nerone (2013: 447), Batı merkezli tanımlanan gazeteciliğin bir "inanç sistemi" olduğunu vurgulamaktadır. Nerone'a göre tüm toplumlar bir tür haber sistemine sahiptir çünkü, her toplum değişimi ve sapmayı izlemek için bir mekanizmaya ihtiyaç duymaktadır. Ancak, alanı oluşturan merkezi kodların algılanışı ve bu kodlara biçilen anlamlar tarihsel süreç içinde homojen bir bütünlük oluşturmaz. Çünkü, medya tarihi anlatılarından hareketle, medyanın toplumsal yaşamın şekillenmesindeki rolüne ilişkin yorumlar müşterek bir kabulü yansıtmamaktadır. Öyle ki, haber üretiminin kod ve normları "gazetecilik alanı"nı oluşturur ve bu alan toplumun ekonomik, siyasal ve kültürel alanları ile kurduğu etkileşim ile biçimlenmektedir (Cangöz, 2015: 11). Medya pratiklerine yönelik anlayışın ve medyaya dair tanımlamaların nasıl şekillendiği, sosyal teorinin öne çıkan sorun alanlarından biridir. En temel düzeyde, gazetecilik alanının normatif tanım ve kodlarına ilişkin ikili bir ayrım olduğu söylenebilir. Bu ayrım liberal ve

eleştirel paradigma ekseninde şekillenmektedir. Bu bölümde basından gazeteye, gazeteden medyaya giden tarihsel süreçteki başat tarihsel duraklara öncelikle liberal paradigma ekseninde değinilecek, ardından bu durakların eleştirisine yer verilecektir. Böylece gazetecilik alanındaki sınır çalışmalarında referans verilen "sınırların" neler olduğuna ilişkin bir kavramsal altyapı sunulmaya çalışılacaktır.

Liberal çoğulcu medya anlayışı, medyanın işleyişi ve rolüne ilişkin modernizm ve pozitivizm merkezli bir perspektifi ifade etmektedir. Bu anlayış, liberal demokrasilerde öne çıkan -çoğulculuk, bağımsızlık, tarafsızlık, hükümeti denetleme gibi- temel değerlere dayanmaktadır. Liberal gazetecilik kodları, gazetecilik faaliyetlerini ifade özgürlüğü anlayışı ekseninde tartışmakta ve gazeteciliğin ancak serbest pazar ortamında özerk olabileceğini savunmaktadır. Bu şekilde gazetecilik, siyasal katılım konusunda genişleme ve iktidar odaklarına karşı mücadele için ilerici bir adım olacaktır. Dolayısıyla liberal gelenek, medya tarihini medyanın özgürleştiği, bağlılığını hükümetten halka çevirdiği ve demokrasiye hizmet ettiği bir ilerleme hikayesi olarak anlatmaktadır (Curran, 2002: 8; Taş, 2012: 13). Bir başka ifade ile, normatif bağlamda kurulan gazetecilik tanımları ve kodları, özünde, Batı toplumunda 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında sanayileşme ve kentleşme getirdiği değişimlerin ve bu değişimlerin inşa ettiği modernist anlatının bir yansımasıdır. Robert Park (1923: 273), "basını" eğitim olanaklarının geniş halk kitlelerine yayılması sayesinde aydınlanmanın en karakteristik "ürünlerinden" biri olarak tanımlamaktadır.

Gazete, gazeteci ve haber kavram setlerinin; teknik sacayağını ekonomik üretim biçiminde sanayileşmeye geçilmesi, matbaanın icadı ve yaygınlaşması, baskı tekniklerinin gelişmesi, gazete fiyatlarının düşmesi ve telgrafın icadı gibi gelişmeler oluştururken; söz konusu normatif kavramsallaştırmaların fikirsel arka planında, Avrupa'da dinde reform süreci ile başlayan aydınlanma hareketi, okur-yazarlığın artması, düşünce ve ifade özgürlüğü hak talepleri ve yansız bir dünya görüşü gibi dönemin politik ve sosyolojik olguları yer almaktadır. Söz konusu ekonomik, politik, teknik ve kültürel gelişmelerin sonucunda bir toplumsal aktör olarak idealize edilen gazetecinin normatif görevi; halkın gözü-kulağı olma, onlar adına kendinde konuşma hakkını görme, haberi kamu yararı için yapma ve kamusal alanda söz söyleme şeklinde tanımlanmıştır (Cangöz, 2015: 10-12).

Örneğin, bu anlayışta basına ilişkin en meşru normatif kod (ve bir anlamda gazetecinin rol algısı), basının kamu bekçisi olma görevidir. Liberal anlayışta basına verilen kamu bekçisi olma görevi, basının tarihsel gelişim evresinde, dönemin sosyo-politik yapısının demokratik bir olgunlaşma sürecine tekabül etmesinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, liberal gazetecilik anlayışını oluşturan temel ilke ve normlar, basının toplumsal bir kurum olarak geçirdiği dönüşümle anlaşılabilmektedir (Taş, 2012: 12). Liberal medya tarihinin temel tezi, -özellikle İngiltere'deki- demokratikleşme sürecinin modern kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle büyük ölçüde güçlendiği ve medyanın hükümetten bağımsız olmak için başarılı bir mücadele verdiğidir. Öyle ki, bu anlatıda özgürleştirilen ilk mecranın basın olduğu iddia edilmektedir. Bir anlamda, gazetecilik alanı çoğulcu demokrasinin garantörü olarak tanımlanmaktadır. Diğer yandan, liberal anlayışın özünü oluşturan özgür medyanın halkı güçlendirdiği düşüncesi gazetecilik kodlarının arkasında yatan düşüncenin harcını oluşturmaktadır (Curran, 2002: 4-5).

Medya tarihi alan yazınında genellikle gazetecilik etiğinin ve hâkim kodlarının, gazetecilik okullarının ve profesyonel gazetecilik derneklerinin kurulmasıyla birlikte 20. yüzyılın başlarında oluşmaya başladığı vurgulanmaktadır. Ward'a (2004: 100) göre ise gazeteciler, 1920'lerde oluşturulan yazılı etik kurallarından çok daha önce, toplumsal rollerinden, uygulama normlarından ve kamusallık görevlerinden bahsetmişlerdir. Özünde normatif kodlar, 17. ve 18. yüzyıllarda İngiltere ve ABD'de sözü edilen gazetecilik gelenekleri üzerine inşa edilmiştir. 17. yüzyılda gazetecilik etiği ne tekil gazetecilerin ne de kurumsal yapılanmaların bir sonucu olmuştur. Gazeteci-toplum ilişkisindeki her iki aktörün de birbiriyle etkileşime girmesi ve birbirini etkilemesi sonucu ortaya çıkmıştır.

Medya tarihi araştırmaları, 15. yüzyılın ortalarında matbaanın icadı ve Avrupa'da yayılmaya ile birlikte, ilk gazete örneklerinin 16. yüzyılda, Avrupa'nın çeşitli şehirlerinde ortaya çıkan resmi ilanları (gazette) ve elle yazılan tek sayfalık haber mektupları (newsletters) olduğunu belirtmektedir (Taş, 2012: 13). Bu dönemde haberler genellikle el ilanları, broşürler ve afişler şeklinde üretilip dağıtılıyordu. Bu gazetelerin birçoğu devlet kontrolü altındaydı ve hükümetin bakış açısını yansıtıyordu.

Bu dönem, devlet etkisini ve sınırlı izleyici erişimini ile karakterize olan bir anlayışı yansıtmaktadır. Öyle ki, haberin ticari bir meta haline gelmesi matbaanın icat edilmesinin ardından 1450-1530 yılları arasında 80 senede gerçekleşmiştir. 15. yüzyıl boyunca ve 16. yüzyılın başlarında haber kağıtlarına düzenli bir şekilde erişmek, iktidar çevrelerinde bulunanların ayrıcalığıydı. Yalnızca bu kişilerin habere erişecek parası ve imkânı vardı (Pettegree, 2022: 8-9).

Haber hizmetinin sistematik olarak ticarileştirilmesi ve haber kağıdından gelir elde edilmeye başlanması ancak 16. yüzyılın ortalarında başlamıştır. Haber satarak para kazanan ilk kişiler, İtalya'nın şehirlerindeki tüccarlardır. Bu tüccarlar Avrupa'nın en gelişmiş haber piyasasında, güç sahibi müşterilerine, her hafta elle yazdıkları bilgilendirmeleri sunmuşlardır. En başarılı olanı ise haftada birkaç düzine kopya çıkaran katiplerle dolu bir dükkân işletmeye başlamıştır. *Avvisi* olarak bilinen bu haber bültenleri kısa, öz ve bilgilendirici içerikler sunuyordu.[2] *Avvisiler*, haber piyasasının erken döneminde güncel haber mefhumuna referans verilebilecek en önemli örnekler olarak gösterilebilir (Pettegree, 2022: 13). Diğer yandan, 16. ve 17. yüzyılda gazeteler henüz ayrı bir meslek olarak görülmediği için 1600'lü yılların sonlarına kadar "gazeteci" terimi ortaya çıkmamıştır (Pettegree, 2022: 221-222).

16. yüzyılda haberler gazetelerde değil, haber risaleleri şeklinde çıkıyordu. Bu metinlerin ortaya çıktığı dönemde haber akışı seçkin kişilerin kontrolündeydi. İlk dönem matbaacıları kralların yalnızca zaferlerini bildirmeye ve onların itibarını veya otoritesini sarsacak yenilgileri yazmamaya özen göstermişlerdir. Ancak, bu durum tüccarlar için bir sorun teşkil etmiştir. Çünkü, dönemin tüccarları kendi ticaret planını doğru bilgiye göre yapmaları gerekiyordu. Haber risaleleri iktidarın otoritesi sarsmama adına olayların sansürlenerek sunuyor; bunun yanında anlatımı canlandırmak için de hikayeleri abartılarak aktarıyordu. Ancak, ticarini sağlıklı bir zeminde yürütülebilmesi için doğru ve yalın bilgiyi ihtiyaç vardı. 17. yüzyılın başlarında gazetenin ortaya çıkışı, tüccar sınıfın bu durumu düzeltme girişimi olarak da okunabilir. Diğer yandan, Avrupa'nın yeni ulus devletlerinde hükümet organı

[2]*Avvisiler*, siyasi, askeri ve ekonomik haberleri aktaran, el yazması haber bültenlerinin ilk örnekleridir. Avrupa'nın birçok yerinde kişiye özel el yazması haber hizmeti, 18. yüzyılın ikinci yarsına kadar devam etmiştir. 16 yüzyılın basılı haber risaleleri, haber piyasasının gelişiminde bir dönüm noktası olmuştur (Pettegree, 2022: 15).

geliştikçe haberleri takip etmesi gereken kişilerin sayısı da katlanarak artmıştır (Pettegree, 2022: 14-16).

Bu gelişmeler ışığında düzenli olarak yayın yapan ilk gazete örnekleri 17. yüzyılda görünür olmuştur.[3] Bugün bildiğimiz anlamdaki modern gazete örnekleri esas olarak 1600'lerin başında basılan Alman gazetelerinde görülmektedir; ilk basılı gazeteler 1605'ten itibaren Almanya'da haftalık olarak yayınlanmıştır. Almanya'da ilk haftalık gazete, 1605 yılında Johann Carolus tarafından yayımlandı. "*Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien (*kısaca *The Relation* veya *Strosbourg Relation)*" adını taşıyan yayın, günümüzde "gazete" olarak tanımlamamıza olanak sağlayacak belli başlı ilkeler taşıyordu.[4] Bu ilkeler; halk tarafından erişilebilirlik, düzenli aralıklarla yayınlan, güncel bilgi ve farklı konuları yayınlar çıkarma şeklindeydi (Einav ve Lipson, 2015; 82; Pettegree, 2022: 222; Unwin vd, 2023). Ancak *The Relation* ve türevi ilk gazete örneklerinin el yazması haber mektubundan miras kalan sade ve tarafsız üslubu, tutarsız haber risalelerinden farklıydı. Gazetelerin en büyük sıkıntısı, içinde eğlence olmamasıydı. Bu haberler birkaç cümleden uzun değildi; herhangi bir açıklama veya yorum içermiyordu, bu bakımdan anlatım biçimi, deneyimsiz okuyuculara yardımcı olmuyordu. Bir başka ifadeyle bu gazeteler, dönemin okuyucuları için sıkıcı metinlerdi. Pettegree'ye (2022: 19) göre, "erken dönem haber risalelerini okurken âdeta sokak müziklerini bütün o curcunası ve coşkusuyla duyabiliyoruz. Buna karşılık, gazetenin ilk dönemlerinde okurlara sunulan sıkıcı bir sessizlikti ve bu, herkese uygun değildir." Dolayısıyla, gazetelerin günlük hayatın bir parçası haline gelmesi, ilk gazetelerin ortaya çıkmasından yüz yıldan fazla bir süre sonra gerçekleşmiş; gazetelerin fikir oluşturma konusunda rol oynamaya başlaması ise ancak 18. yüzyılın sonlarına denk gelmiştir (Pettegree, 2022: 16-17).

[3]Konuya "iletişim süreci" perspektifinden yaklaşıldığında ilk gazetenin M.Ö. 202'de Çin'de haber metninin en eski biçimlerinden olan *Dibao*'lar olarak kabul edilebilir. Bu yayınlar, hükümet tarafından dağıtılan ve bürokratlara yönelik saray raporları ya da imparatorluk bültenleriydi. Diğer yandan M.Ö. 59 yılında Antik Roma'da günlük resmi haberlerin kaydedildiği taş ya da metal belgeler olan *Acta Diurna* da ilk gazete örnekleri olarak konumlandırılabilir (Baldwin, 1985; Standaert, 2022). Modern anlamda tam bir gazeteyi tarif etmese de 16. yüzyılda yeni bir haber formatını temsil eden *Neue Zeitung*'lar da ilk haber örnekleri olarak gösterilebilir. İlk olarak 1509 yılında görülmeye başlayan *Neue Zeitung*'lar nispeten kısa, çoğu zaman tek bir habere dayanan düz yazılardır. Bu, onları, gazetelerin gerçek atası sayılabilecek el yazması haber mektuplarında sunulan daha çeşitli haberlerden ayırmaktadır (Pettegree, 2022: 90).

[4]*The Relation*'ın -basım formatlarındaki farklılıklardan ötürü- dünyanın ilk gazetesi olarak nitelendirilip nitelendirilmeyeceği konusunda günümüzde de çeşitli fikir ayrılıkları olsa da *Dünya Gazeteler Birliği* (*World Association of Newspapers*)'nin dünyadaki ilk gazete örneği olarak *The Relation*'ı kabul ettiği görülmektedir (Einav ve Lipson, 2015; Unwin vd, 2023).

The Relation'ı 1618'de Amsterdam'da dünyanın ilk geniş sayfalı gazetesi (broadsheet) olarak yayımlanan *Courante uyt Italien, Duytslandt, &c. (İtalya, Almanya vb.'den Güncel Olaylar)* izlemiştir. Gazete formatı kısa sürede İspanya, Fransa ve İsveç'te yayınlanan gazetelerle tüm Avrupa'ya yayılmıştır. Bu örneklerin ortaya çıkmasında özellikle Amsterdam şehrinin önemli bir noktada olduğu söylenebilir; çünkü şehir, Avrupa şehirleri arasındaki önemli bir ticaret kavşağıdır ve buradaki askeri, siyasi ve ticari faaliyetlerle ilgili enformasyon düzenli olarak çeşitli Avrupa şehirlerine Amsterdam aracılığıyla yayılmaktadır (Pettegree, 2022: 228-230). Bu anlamda, ilk gazete örneklerinin ortaya çıkmasında ve yaygınlık kazanmasında ticaret burjuvazisinin etkili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, modern anlamda "gazete"yi oluşturan ana aktör ticaret burjuvazisidir (Thompson, 2013: 208; Unwin vd, 2023). Dolayısıyla, Batılı haber modelleri, Batı ticareti ve imparatorlukları ile dünyaya ihraç edilmiştir. Örneğin Britanya İmparatorluğu'nda hem denizaşırı İngiliz bürokratları ve tüccarları hem de yerel elitleri için gazeteler kurulmuştur (Nerone, 2013: 451).

Geleneksel basın tarihi anlatısı, Avrupa'daki ilk basılı yayınları, 17. yüzyılda, liberalizmin tarihsel gelişimi içinde bir özgürleşme dinamiği olarak konumlandırmaktadır. 17. yüzyıldaki en önemli gelişme basına hükümet tarafından lisans verilmesine son verilmesi iken, 18. yüzyılda basın daha fazla ekonomik bağımsızlık kazanmış ve yasal kısıtlamalara daha az tabi olmuştur. Bu kapsamda 18. yüzyılın gazetecilik alanı adına dönüştürücü bir evreyi yansıttığı söylenebilir. Bu dönemde basın üzerindeki devlet etkisi devam etse de gazeteler geçmiş dönemlere göre daha bağımsız kuruluşlara dönüşmüştür. İngiltere'de ilk günlük gazete olan "*The Daily Courant*" (1702) gazetesi, "gerçeklere dayalı haberciliği" vurgulamıştır. Gazetenin editörü ilk baskısında "diğer insanların kendileri için düşünecek kadar mantıklı olduğunu varsayarak" kendi yorum ve varsayımlarını yayımlamayacağını ifade etmiştir (Pettegree, 2022: 298). Özellikle, "doğruluk" ve "bağımsızlık" gibi modern gazeteciliğin normatif temellerinin 18. yüzyılda atıldığı söylenebilir. 17. ve 18. yüzyıl boyunca İngiltere, Fransa, Almanya, Hollanda ve ABD'de günlük gazeteler ortaya çıkmış ve burjuva devrimleri süreciyle birlikte modern gazetecilik alanını esas

be1irleyecek yüzyıl olan 19. yüzyıldaki gelişmelerin temelleri atılmıştır (Thompson, 2013: 216; Cangöz, 2015: 57-59; Kaderoğlu Bulut, 2017: 53).

Günümüz gazetecilik alanının normatif değerlerine şekil veren esas dönem, özünde 19. yüzyıldır. Sanayi devrimi çağı modern medyanın teknolojik ve ekonomik biçimlerini şekillendirmiş; ancak, medyanın fikirsel (normatif) boyutunu, bir başka ifade ile medyanın "ne yapması gerektiğine" dair normları sabitleyen *devrim çağı*, yani *burjuva devrim çağı* olmuştur (Nerone, 2003: 103; 2013: 447). Nitekim, devrimin kurumsallaşmaya başladığı 19. yüzyılda, basının yasama, yürütme ve yargının yanına *dördüncü güç* olarak yerleştirilmesi, devrimin getirdiği kazanımları -çoğunlukla burjuva değerleri- korumaya ve sürdürülebilir kılmaya yöneliktir. 19. yüzyılda, burjuvazinin aristokrasiye karşı başlattığı mücadelede gazeteler önemli bir ideolojik mücadele aracı olarak kullanılmıştır (Kaderoğlu Bulut, 2017: 53). Fransız İhtilali'nin önemli figürlerinden gazeteci Camille Desmoulins, döneme ilişkin rol ve ilkelerini şöyle ifade etmiştir: "Bir gazeteciyim ve bu, oldukça iyi bir rol. Gazetecilik, artık hükümetin eline düştüğünüz, sefil ve paralı bir meslek değil. Bugün Fransa'da plakaları, sansürü ve senatoyu, konsolosları ve diktatörü denetleyen; bizzat gazetedir" (aktaran Pettegree, 2022: 430).

18. yüzyılın sonundaki Fransız ve Amerikan Devrimleri sırasında, haber yayınlarının sadece gelişen olayları günden güne aktarmakla kalmadığı, aynı zamanda bu gelişmeleri şekillendirmede de etkili bir rol oynadığı görülmektedir (Pettegree, 2022: 8). 18. yüzyılın sonlarından başlayan ve 19. yüzyılın başlarına uzanan bir süreçte, gazetelerin genellikle düşünce, yorum ve tartışmaların öne çıktığı, haber ve yorum arasında belirgin bir ayrımın olmadığı gözlenmektedir. Bu dönemde, basının toplumsal tartışmalarda ve kamuya yönelik konularda net bir tutum aldığı eleştirel bir basın atmosferi egemendir.[5] Fransız Devrimi, öncelikle edebiyat ve sanat alanlarıyla ilgilenen kamuyu politikleştiren bir etki yaratmıştır. Böylece kamusal alan politikleşmiş; toplumsal hayatın politikleştirilmesi ile de fikir gazeteciliğini yükselişe

[5]19. yüzyılın özellikle ilk yarısında görünür olan ve "partizan basın (patisan press)" olarak tanımlanan aktivist gazeteler, savunduğu tarafın fikirlerini kamuoyuna yayma ve savunma amaçlı fikir ve mücadele basınını tarif etmektedir. Partizan basın sadece işçi sınıfı basınını değil, dönemin tüm gazetecilik alanını kapsadığı söylenebilir. 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren alanda farklı norm ve kodların işlerlik kazanmasıyla partizan basın anlayışı alandaki etkisini kaybetmiştir (Curran, 2002: 93-95; Taş, 2012: 60-63; Kaderoğlu Bulut, 2017: 33)

geçirmiştir (Habermas, 1997: 16-17). Bu yıllarda, gazeteciler, çeşitli düşünce liderleri, belirli siyasi parti savunucuları/aktivistler ve bağımsız yazarlar bu dönemin önemli figürleriydi. İşçi basınının ortaya çıkması[6], bu atmosferi önemli ölçüde etkileyerek, gazeteci kimliğinin sadece toplumsal ve siyasal elitlerden sınırlı kalmamasına, aynı zamanda işçi sınıfı liderleri, organik aydınları ve düşünürlerinin de gazetecilik yapabilmesine zemin oluşturmuştur (Kaderoğlu Bulut, 2017: 55-56). Ancak, asıl önemli değişimin 19. yüzyılın ortalarında, gazetelere sıradan insanların ulaşmasına imkân sağlayacak basın vergilerinin kaldırılmasıyla -ucuz gazetelerin (penny press) ortaya çıkışıyla- gerçekleştiği söylenebilir (Curran, 2002: 4).

19. yüzyılın ikinci yarısında ucuz gazetelerin ortaya çıkışı, aynı zamanda kitle basınının doğuşu ile ilişkilendirilen bir dönemi yansıtmaktadır. Ayrıca bu dönemde basında ticarileşme döneminin ilk iz düşümleri görülebilir. 19. yüzyılın ikinci yarısında basın üzerindeki vergilendirmeler gevşetilmiş ve böylece gazete fiyatları düşmüş; dolayısıyla "penny press" olarak tarif edilen ve bir penny'ye satın alınabilen gazetelerin ortaya çıkmasıyla gazeteler yalnızca belirli bir kesime değil, tüm topluma hitap etmeye başlamıştır. Bu durum gazeteler için bir "okur pazarının" oluşmasına zemin hazırlamış ve gazeteler bu okur pazarı için yarışır duruma gelmiştir. Dolayısıyla, bu dönemde "partizan gazetecilik anlayışı" alanın hâkim kodlarından biri olmaktan çıkarılmış; gazetelerin temel normları "bilgi ve fikirleri yaygınlaştırmak/savunmak"tan "kamunun ilgisini çekme"ye doğru bir dönüşüm geçirmiştir.[7] Nitekim "kamunun ilgisini çekme" anlayışı gazetelerin içeriklerini piyasa ve okur pazarı eksenli bir niteliğe büründürmüştür. 19. yüzyılın başlarında gazete içerikleri fikir ve tartışma ekseninde inşa edilirken; 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra ağırlıklı olarak gündelik olaylar, insan hikayeleri ve betimleyici haberler ekseninde içerikler oluşturulmuştur (Kaderoğlu Bulut, 2017: 56). Böylece 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren "tüketici memnuniyeti" gazetecilerin söylemsel üretim tarzını

[6]Bu tarihsel durakta işçi sınıf basınının ortaya çıkışı basın tarihi açısından önemli kırılma anlarından birine işaret etmektedir. Bilgi üzerindeki vergileri reddeden işçi sınıfının sınıf bilinci yaratma adına izinsiz dağıtılan gazeteleri 1800–1830 yılları arasında işçi sınıfı basınının gelişmesine ve toplumsal bir aktör olarak konumlanabilmesine yol açmıştır. Öyle ki, 1830'larda işçi sınıfı yayıncıları, tiraj olarak yerel basını geçebilmiştir (Chalaby, 1998: 12-14; Curran, 2002: 81-84; Kaderoğlu Bulut, 2017: 31).

[7]Özellikle 19. yüzyılın ikinci yarısında alanda yaşanan bu paradigma değişiminin aktivist değerlerle yayınlar yapan ve güçlü bir konumda bulunan işçi sınıfı basınının etkisiz bırakmaya dönük girişimler olduğu söylenebilir (Chalaby, 1998: 13-26; Curran, 2002: 93-95; Taş, 2012: 25-27; Kaderoğlu Bulut, 2017: 56).

etkileyen bir faktör haline gelmiştir. Dolayısıyla okur kitlesinden okur pazarına geçiş, son 250 yılın en önemli tarihsel durağı olmuş; haber üretim sürecinin çıkış noktası olarak kamu yararından çok, piyasa mantığına geçilmiş ve bu durum yayıncıların söylemsel pratiklerinin dönüşümünde ve kamusal söylemin metalaşmasında en temel belirleyici olmuştur (Chalaby, 1998: 184).

İfade edilen noktalardan hareketle bu süreçte, gazetecilik normlarının, temel etik kodlarının ve haber formatının önemli bir dönüşüm geçirdiği söylenebilir. 19. yüzyılın ikinci yarısı ve 20. yüzyıla geçişle birlikte gazetelerin politik eğilimleri kaybolmuş ve "haber-yorum ayrımının net olarak ortaya konulması" alanda merkezi bir kod olarak yerleşmiştir. 1880'lerde günlük gazetelerin en temel ilkesi "apolitiklik" olmuş[8]; böylece haber, editöryal unsurlardan hareketle tanımlanmaya başlanmış; objektiflik ekseninde şekillenen en temel ilkeler -"yansızlık" (neutrality), "tarafsızlık" (impartiality), "dengelilik" (balance) ve "doğrulu" (accuracy)- geleneksel gazetecilik anlayışının merkezi normları haline gelmiştir (Taş, 2012: 49; Özer, 2012: 93-95). Bu ilkeler söylemsel normlardır ve haber formatını çevreleyen sınırları çizmiştir; böylece artık, haber, sadece bir gazetecilik türü olarak tanımlanmaya başlanmıştır (Chalaby, 1998: 130). Oğuzhan Taş'a göre, bu dönemden itibaren gazeteciler kendi hareket sahalarını siyaset, basın ve kamu arasında varolması gereken hayali bir sınırın içine hapsetmiştir. Böylece liberal yaklaşımın kurumsallaştırdığı gazetecilik anlatısı, gazetecileri -ve gazetecilik pratiğinin bir çıktısı olan haberi- kamu ve siyasal süreç arasında bir dolayımlayıcı kurum olarak tanımlamıştır (2012: 48). Gazetecilik pratiği ve tanımlarının kurumsallaştığı, tirajların arttığı, partizan basının yok olduğu, hükümet denetiminin kaldırıldığı, piyasa mantığının yerleştiği, "nesnellik" ve "çeşitlilik" ilkelerinin gazeteciliğin temel normu haline geldiği ve basının "görece" özgür olduğu bu dönem alan yazında *Viktoryen Dönem* (1860-1890) olarak tanımlanmakta ve gazeteciliğin altın çağı olarak kabul edilmektedir (Kaderoğlu Bulut, 2017: 33-34).

Normatif kodların yerleşmesindeki bir diğer önemli tarihsel durak, teknik bir sürecin yansımasıdır. 1840'ların sonunda telgrafla haber iletiminin başlaması haberin

[8]Chalaby'ye (1998: 130-131) göre gazetelerin parti bağlarını koparması esas olarak 1855'te damga vergisinin kaldırılmasından sonra gerçekleşmiştir. 1880'lerde yeni kurulan gazetelerin çoğu apolitik oldukları iddiası ile yayıncılık yapmış ve tüm gazetelerin üçte biri kendilerini siyasi bağlardan arınmış olarak ilan etmiştir. 20. yüzyılın başında, gazetelerin büyük çoğunluğu tek amaçlarının okuyucularına günün olayları hakkında bilgiler vermek olduğunu belirtmiştir (Chalaby, 1998: 131).

ve haber değerlerinin yeniden yapılanma sürecinde önemli bir dönüşüm olmuştur.[9] Habere "zamanındalık" değeri böylece yerleşirken, gazeteci de haberin üretiminde "zaman baskısı" ile yüzleşmek zorunda kalmıştır. Diğer yandan, *Agence France-Press* (1835), Associated Press (1846) *Wolff* (1849), *Reuters* (1851) ve *Stephani* (1853) gibi ulusal ve uluslararası haber ajanslarının kurulması, -5N1K ve ters piramit tekniği gibi- kısa haber yazım formatlarını yaratmış ve bu tarihten itibaren haberlerin "yorumsuz" olgular olarak aktarılmasına neden olmuştur (Kaderoğlu Bulut, 2017: 59). İfade edilen gelişmelerin sonunda ise alanda "meslekleşme" süreci hız kazanmıştır: "Bu kapsamda basından gazeteciliğe geçiş aynı zamanda modern bağlamıyla 'gazetecilik mesleğinin' doğuşunu da içerir. Bu yeni meslek, gazetecilerin eski yazınsal pratiklerinin farklılaşması ve toplumsal konumlarının yeniden tanımlanması gibi ciddi bir sürece tekabül etmektedir" (Kaderoğlu Bulut, 2017: 67). Tarihsel süreçte konumlandırılan objektiflik, yansızlık gibi temel normlar mesleki ideoloji olarak kurumsallaşırken, zamanındalık, 5N1K ve ters piramit gibi teknik formatlar "haber"in tipolojik bir kategori olarak tanımlanmasına neden olmuştur.[10] Böylece muhabirler arasındaki "yorum farklılığı" oluşturacak unsurlar ortadan kalkmış; ölçek ekonomisine dayanan yeni ekonomik koşullar, yeni teknolojiler ve yeni üretim biçimleri haber çalışanları için yeni görev ve normlar dizisini yönlendiren temel unsurlar olmuştur (Nerone, 2013: 449).

19. yüzyılda "meslekleşme" olarak tanımlanan süreci incelerken, özellikle İngiliz ve ABD basının geçirdiği dönüşümün basın tarihi açısından kritik bir eşiğe işaret ettiğini söylemek gerekir. 19. yüzyılda İngiltere ve ABD'deki siyasal, iktisadi ve kültürel gelişmeler, İngiliz ve ABD basınında radikal dönüşümler yaratmış ve bu durum küresel bağlamda "gazetecilik" mantığının yerleşmesindeki önemli duraklardan biri olmuştur (Chalaby, 1998: 32-35). Dönemin İngiliz basın tarihine bakıldığında gazetecilikle ilişkili hâkim kodların ideolojik mücadele (işçi sınıfı basınının varlığı), sınıf savaşımı ve bilgi üzerindeki vergilendirmelere karşı basın

[9]Telgrafın ve telgraf ile yayıncılık yapan haber ajanslarının modern habercilik tarzlarının ve normatif ölçütlerin oluşmasındaki rolünü anlamak adına Blondheim'ın (1994) ve Rantanen'ın (2009) çalışmalarına bakılabilir. Telgrafla haberleşmeyi merkezi bir unsur olarak alan yazarların belirli oranda tekno-determinist bir perspektifle konuya yaklaştığının altını çizmek gerekir.

[10]Ters piramit tekniği, 19. yüzyılın ikinci yarısına, "objektiflik" ve "gerçeklik" normlarının bir yansıması olarak gazetecilerin olguları en önemli olanından en önemsizine doğru sıralayarak anlatabilmesi için icat edilmiştir. Bu tekniğin mantığında, okuyucuların olayları yorumsuz ve en doğal biçiminde anlamalarına yardımcı olunacağı düşüncesi vardır (Kovach ve Rosenstiel, 2007: 78).

özgürlüğü düşüncesi ekseninde şekillendiği gözlenirken; ABD'de ise hâkim kodların gazeteciliğin kurumsallaşmasına, devlet denetiminin sınırlı olmasına, objektiflik etiğine ve profesyonelleşmeye dönük adımlarla biçimlendiği söylenebilir. Nitekim, söz konusu profesyonelleşme eğilimlerinin en yoğun olduğu dönem 20. yüzyılın ortalarına tekabül ederken; basın artık, "medya" olmuş, İngiltere ve ABD'deki tekelleşme ve tabloidleşme eğilimlerinden kaynaklı ortaya çıkan sorunlara cevap olarak basının toplumsal bir sorumlulukla hareket etmesi gerektiği anlayışı da 20. yüzyıla gelindiğinde gazetecilik alanının normatif bir kodu olarak kabul edilmiştir (Taş, 2012: 14-15).[11]

20. yüzyılda, söz konusu toplumsal sorumluluk anlayışından hareketle toplumu bilgilendirme normu benimsenmeye çalışılsa da bu dönemde, basında "toplumsal eğlence" anlayışının da ön plana çıktığı görülmektedir. Bu kapsamda, gazete haberlerinde eğlence içeriklerinin arttığı bir sürece girilmiştir. Bu döneme ilişkin en kritik unsur, Kaderoğlu Bulut'un (2017: 60) da altını çizdiği üzere "söz konusu sürecin gazetecilerin gerçeklikle olan ilişkilerini dönüşüme uğratmış" olmasıdır. Çünkü, "toplumsal sorunların veya olguların taşıdıkları haber değeri, onların ticari değerine ya da okur ilgisine bağlı hale gelmiştir" (Kaderoğlu Bulut, 2017: 60). Bu durum, 20. yüzyılda gazetecilik alanının -özellikle İngiltere ve ABD'deki tekelleşme ve tabloidleşme eğilimlerinden kaynaklı- ekonomi politiğinde yaşanan değişimle de yakından ilişkilidir. Nitekim, Chalaby'ye göre (1998: 37), "ister sembolik, ister siyasi, ister ekonomik olsun, kâr beklentisi olmayan hiçbir söylemsel üretim yoktur. Kamusal metinlerin üretimi temelde siyasi kazanç beklentisiyle yönlendirilirken, bilgi üzerindeki vergilerin kaldırılması ekonomik kârı basın sahipleri için daha da rasyonel bir hedef haline getirmiştir." Dolayısıyla, 20. yüzyılda gazete sahibi olarak kâr elde etmeye çalışmak, meşru ve özerk bir neden haline gelmiş; bu yüzden 20. yüzyılın gazetecilik alanı, öncelikle gazeteciliğin ticari yönüyle ilgilenen girişimcileri cezbetmiştir. Öyle ki, bazı gazete editörleri gazetecinin bir "iş insanı" olduğunu, "tıpkı diğer insanların herhangi bir mal ticareti yaptığı gibi, kendilerinin de sözcük ticareti yaptığını" düşünmektedir (Symon'dan aktaran Chalaby, 1998: 37). Bu mantığın iz

[11]Medya alanında "toplumsal sorumluluk" anlayışının ortaya çıkışında, özellikle I. ve II. Dünya Savaşı dönemlerinde, gazetelerin birer propaganda aygıtı olarak kullanılmasının etkisiyle yaşanan güven krizinin de büyük etkisi olduğu görülmektedir. Haber endüstrisinin bu güven kaybına karşı, mutlak bir profesyonelleşme projesi ile cevap vermeye çalıştığı söylenebilir (Nerone, 2013: 450).

düşümleri, 2010'lu yıllarda yaygınlaşan "*girişimci gazetecilik* (*start-up gazetecilik*)" anlayışında da görülebilir.[12]

20. yüzyılın başlarında alana yerleşen bu eğilim, gazetecileri ve editörleri siyasete alternatif konular arayışına itmiştir. Bu dönemde "okuyucunun ilgisini çekme" değeri alanın en güçlü normu olarak yerleşirken; insan hikayeleri ve spor konuları giderek siyasi bilginin yerini almıştır (Chalaby, 1998: 78). Dolayısıyla, gazetecilik mantığının değişimi, bir pratik olarak haber nosyonunun teknik ve kültürel çerçevesini de değiştirmiştir. Kuşkusuz, bu değişim, yeni habercilik formatlarına da kapı aralamıştır. Schudson'a göre (2022: 14), gazeteciler 19. yüzyılın sonlarına doğru röportajlar yapmaya ve başkalarının anlattıkları üzerine kendileri birer "hikâye" oluşturmaya başladılar. "Bir bakıma gazetecilik, başkalarının seslerini tırnak içine almayı keşfettiğinde ve onları, gazetecinin konuştuğu tek bir parçada bir araya getirdiğinde kendi sesini buldu" (Schudson, 2022: 14). Böylece haber metinleri birer kronolojik açıklama metinlerinden birer hikâye anlatımına doğru kaymaya başladı. Dolayısıyla, gazetecilik edebiyatta kullanılan anlatı tekniklerini kullanmaya da bu dönemde başlamıştır (Schudson, 2022: 15).

Diğer yandan, gazetelerde "insan ilgili" mantığının ve yeni hikâye anlatım tekniklerinin yaygınlık kazanmasının, gazetelerin "kültürel bir kurum olma" işlevinin daha çok ön plana çıkmasına neden olduğu söylenebilir. Özellikle ABD'de göçmenlerin topluma entegre olabilmesi adına gazeteler bir "sosyal nesne" ve "kültürel form" görevi görmüştür. Park'a (1923: 274) göre bu gazeteler, ABD'deki göçmenler için, içinde yaşamak zorunda kaldığı göçmen topluluğunun dar çemberi dışındaki daha geniş dünyalara açılan bir penceredir. Benzer şekilde, James W. Carey (2009) de *Communication as Culture* başlıklı kitabında gazeteciliğin "kültürel bir form" olarak gündelik yaşamdaki yerini tartışmaktadır. Carey, gazete okumayı bilgi

[12]*Girişimci gazeteci* (*Entrepreneurial Journalist*) tanımı, geleneksel medya kuruluşlarına bağlı olmayan ve bir anlamda "kendi işini kurmuş" gazeteciler için kullanılmaktadır. Girişimci gazeteci, gazeteciliğin hem sosyal hem de ekonomik yönüne ilişkin yeni yaklaşımlar geliştirirken bir yandan da yeni teknolojileri ve "yenilikçi" uygulamaları benimsemektedir. Girişimci gazeteciler herhangi bir medya şirketinden bağımsız olarak, kişisel markası etrafında bir izleyici kitlesi oluşturmakta ve kendine özgü içerikler geliştirmektedir. *Buzfeed*, *Vox* ve *First Look Media* bu anlayışın başarılı örnekleri olarak gösterilebilir. Bu bakımda, *girişimci gazetecilik* olgusunun 21. yüzyıl dijital medya atmosferine yeni açılımlar sunduğu söylenebilirken; aynı zamanda bu anlayış, piyasanın ihtiyaçlarına göre gazeteciliği tanımladığı, sürekli kendini metalaştırma ve kendini pazarlama faaliyeti yürüttüğü için çeşitli eleştiriler almaktadır (Cohen, 2015: 517; Vos ve Singer, 2016: 8).

göndermek ya da bilgi edinmekten ziyade, "bir ayine katılmak" olarak görmektedir; haber okumak ve yazmak ritüel bir eylemdir (Carey, 2009: 16-17). Özellikle, 19. yüzyıldaki *sarı basın* ve *penny press*, kentin tüm kesimlerine hitap etmeye başlamış; geleneksel bağlarından kopan yeni kentliler için gazete, gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olmuştur (Cangöz, 2015: 13).

20. yüzyılda okur ilgisindeki yoğun artışın alandaki kodların yerleşmesinde etkili olduğu ve bununla bağlantılı olarak alandaki profesyonelleşme eğilimlerinin yoğunluk kazandığı görülmektedir. Diğer yandan, ulusal ve uluslararası gazetecilik örgütlerinin/sendikalarının kurulması ve gazetecilik okullarının açılması ile alandaki "profesyonelleşme" mantığının, gazetecilik etik kurallarının ve "bilimsel/profesyonel gazetecilik" anlayışının kurumsallaştığı söylenebilir (Nerone, 2013: 450; Kaderoğlu Bulut, 2017: 70-73). Özellikle ABD'de gazetecilik okullarının açılmasıyla ilk kez gazetecilik profesyonel bir meslek olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Schudson, 2022: 16). Nitekim, 20. yüzyılın henüz başlarında gelişmekte olan ülkeler, Batı gazeteciliğinin normatif kodlarını ithal etmeye başlamıştır. Nerone'a (2013: 451) göre, söz konusu Batılı gazetecilik kodlarının ithal edilmesi, yurt dışından gelen öğrencilerin Batılı gazetecilik okullarına devam etmesiyle gerçekleşmiştir. Örneğin ABD'de Missouri, Columbia ve Michigan gibi ilk açılan gazetecilik okulları, Japonya ve Çin gibi yerlerden gelen öğrencilere eğitim vermiş ve bu öğrenciler de kendi ülkelerinde geri döndüklerinde ders kitapları yazmış, gazeteler kurmuş ya da gazetecilik okulları açmıştır (2013: 451). Dolayısıyla, haber formatlarının ve "gazetecilik mantığı"nın hem sektörel hem de akademik düzeyde dünyaya ithal edilmesi, alandaki kurumsallaşma aşamasının son adımı olarak nitelendirilebilir.[13]

20. yüzyılın sonuna ve 21. yüzyılın başına gelindiğinde ise sayısallaşma ve dijitalleşme sürecinin bir devamı olarak, gazetecilik alanını etkileyen en önemli gelişmenin *yöndeşme (convergence*) olgusu olduğu söylenebilir. Yöndeşme kavramı, farklı medya uygulamalarının birbiriyle kesişmesiyle, yeni ürünler ve hizmetlerin ortaya çıkması şeklinde tanımlanabilir. Yöndeşme, sadece teknik değil, aynı zamanda

[13]Uluslararası kuruluşların çabası, gazetecilik deontolojisinin yerleşmesinde kritik bir noktada durmaktadır. Özellikle savaş sonrası dönemde *Birleşmiş Milletler* gibi uluslararası kurumların, uluslararası haber ajanslarının, servis sağlayıcı özel kuruluşların, *Freedom House* gibi sivil toplum örgütlerinin ve ulusal hükümetlerin çabaları aracılığıyla modern gazetecilik, demokratikleşme için herkese uyan tetikleyici bir unsur olarak dünyaya sunulmuştur (Nerone, 2013: 451-452).

kültürel bir alanı da imlemektedir. Henry Jenkins (2006: 2) yöndeşme kavramını, "eski ve yeni medyanın çarpıştığı, taban ve kurumsal medyanın kesiştiği, medya üreticisinin gücünün ve medya tüketicisinin gücünün öngörülemeyen şekillerde etkileşime girdiği" bir kültür olarak açıklamaktadır. Bu sayede, birden çok medya platformunda aynı anda içerik akışı sağlanabilmekte ve birden çok medya endüstrisi arasında iş birliği kurulabilmektedir. Dolayısıyla, güncel geleneksel medya ve sosyal medya alanlarının hem sektörel hem de teknolojik düzeyde melezleşip kaynaşması bu bağlamda okunabilir. Diğer yandan yöndeşme kavramının, medya alanında çokuluslu şirketlerin ve büyük sermaye yapılarının çok daha etkin ve belirleyici olmasını mümkün kıldığı söylenebilir. Kaderoğlu Bulut (2017: 65), bunun gazeteciler açısından yansımasını "emek sürecinde hız ve zaman baskısı, vasfın değişen niteliği ve denetimin makineye devredilmesi" olarak açıklamaktadır. Yöndeşme olgusunun güncel gazetecilik alanının zorunlu bir unsuru olarak görünür olduğu söylenebilir. Nitekim, günümüzde bir gazeteci adayından sadece haber yazması değil, bir haberi farklı platformlara -ve ilgili platformun mantığına uyacak şekilde- hazırlayabilmesi beklenmektedir.

Tüm sözü edilen gelişmeler sonunda günümüz medya dünyasına bakıldığında, alanın teknik ve kültürel kodlarında geçmiş dönemlere kıyasla çok daha radikal değişimler yaşanmış; dijitalleşme ile basılı formatlardan dijital formatlara geçilmiş, *YouTube*, *X (Twitter)* ve *Facebook* gibi sosyal medya platformları haberlerin yayılması ve izleyici katılımı noktasında önemli aktörler konumuna gelmiş ve veri görselleştirme, yapay zeka ve otomasyon uygulamaları haber formatlarına çeşitli yenilikler getirmiştir. Buna ek olarak, sıradan insanlar sosyal medya ve dijital araçlar ile haber üretiminde ve dağıtımında bir aktör olarak alanda konumlanmış; ancak, diğer yandan yanlış bilginin artmasıyla birlikte doğruluk kontrol kuruluşları da önem kazanmıştır. Ana akım medyanın ve reklamla büyümenin ekonomik olarak durma noktasına gelişi ile dijital haberler için ödeme duvarları ve aboneliğe dayalı gelir modelleri gibi alternatif gelir modelleri ön plana çıkmaya başlamıştır. Tüm bu gelişmelerin yanında hem ekonomik gelir devamlılığını sağlayabilmeyi hem de okuyucuyla daha aktif bir ilişki kurup "yeni haber değerleri" yaratabilmeyi merkeze alan "sürdürülebilir gazeteciliğe" yönelik yeni anlayışlar da güncel fenomenler olarak gazetecilik alanında yerini almıştır.

Batı gazeteciliğinin liberal modeli, ağ tabanlı pratiklerin gelişmesiyle belirli değişimler geçirmiştir. Örneğin, kurumsallaşmış gazetecilik anlayıcı pratik düzeydeki canlılığını haber bülteni modelinden alıyordu. Bu şekilde gazetecilerin günün haberlerini sunarak gündemi belirledikleri kabul edilmekteydi. Ağ ortamına geçişle birlikte "günün haberi" daha kişiselleştirilmiş bir boyut kazanmıştır. Bir başka ifade ile, Nerone'un (2013: 453-454) da altını çizdiği üzere "eğer ağ medyasının vaat ettiği gibi günün haberleri her birey için farklı olabiliyorsa, o zaman günün haberleri kavramı artık gazeteciliğin gerektirdiği türden bir otorite yaratmaz." Dolayısıyla, dijital dönüşüm ile tarihsel bağlamda kurumsallaşmış gazetecilik modelinin ciddi bir dönüşüm geçirdiği ve bu dönüşümün haberin hem teknik hem kültürel hem de meta değerindeki değişimlerle ilişkili olduğu söylenebilir. Bu tartışmalara çalışmanın ilerleyen bölümlerinde daha detaylı değinilecektir.

İfade edilen noktalardan hareketle, günümüzde gazete ve gazetecilik olarak tanımladığımız mefhumların, hâkim paradigma ekseninde güncel ekonomik, sosyal, kültürel ve politik koşulların sentezlediği bir anlatı olduğu çıkarımı yapılabilir. Nitekim, dönemin "dünya anlatısı", bir anlamda "gazetecilik anlatısını" kendi mantığına eklemleyebilmektedir. Yaklaşık 100 yıl önce, Robert Park bu durumu "var olan gazete türü, modem yaşam koşulları altında hayatta kalan gazete türüdür" (Park, 1923: 274) şeklinde açıklamaktadır. Ona göre "basının doğal tarihi, hayatta kalan bu türün tarihidir. Mevcut gazetenin hangi koşullar altında büyüdüğünün ve şekillendiğinin bir anlatımıdır" (1923: 274). Dolayısıyla, gazetecilik alanı verili değildir; "modernizm ve sanayi kapitalizminin gelişim dinamiklerine içkin olarak yapılandırılmıştır; kapitalist üretim ilişkileri ve kent hayatının haber ve bilgi ihtiyacını giderme rolüyle gelişim göstermiş bir alan ve meslek dalıdır" (Cangöz, 2015: 11).

Bu bağlamda, günümüzde kavramsal düzeyde stereotipleşmiş gazetecilik anlayışının Anglo-Amerikan gazetecilik anlayışı ile ilişki içinde olduğu ve tarihin çeşitli dönemlerinde ilgili dönemin hâkim paradigmasından hareketle değişiklik gösterdiği söylenebilir. Haber kültürünün her yeni oluşumu ortaya çıktıkça, "haberin tarihini yapmanın" yeni türleri de gelişmiştir; bu perspektiften bakınca, gazeteciliğe ilişkin tanımlamalardaki sınırların gazeteciliğin tarihi boyunca her zaman geçirgen ve

bulanık olduğu anlaşılmaktadır (Barnhurst ve Nerone, 2009: 17). Dolayısıyla, tarihsel bir anlatı olarak şekillenen gazetecilik kodları, her ne kadar "normatif" olarak performe edilmeye çalışılsa da; özünde -Weber'in *ideal tip* olarak kavramsallaştırdığı (Weber, 2004: 107)- analitik bir kurguyu ifade etmektedir. Çünkü, bir "ideali" temsil eden bu anlayış, düşünsel olarak zihinde tasarlanan kurgusal bir "ideal tip" gazetecilik tipolojisidir (Eldridge II, 2017: 26). Bu yüzden eleştirel okumalara açıktır. Bir sonraki bölümde normatif gazetecilik kodlarının eleştirel bir okuması yapılacaktır.

1.2. NORMATİF GAZETECİLİK KODLARINA ELEŞTİREL BAKIŞ VE HABERCİLİK ALANININ KRİZİ

Bir sosyal tasarım olarak gazetecilik alanı, kendine özgü kuralları olan bir sosyal alandır. Bu alanın kuralları hem profesyonel yapı içindeki pratik kodlarla hem de gazetecinin içselleştirdiği kurumsal kodlarla işlevsellik kazanmaktadır. Mesleki sosyalizasyon sürecinde bir gazeteci, bir özne olarak kendi çalışma alanına şekil verirken, -ilişkisel bir süreç içinde- alandaki hâkim mekanizmalar ve ilkeler de gazeteci kimliğinin şekillenmesine zemin hazırlamaktadır. Dolayısıyla, bir önceki bölümde de değinildiği üzere bu normatif yapıyı ve yapı içindeki tarihsel, kültürel ve ekonomik mekanizmalar "gazeteci" ve "haber" mefhumlarını tanımlamakta ve idealize etmektedir. Gazetecilik alanı verili bir sistem olmadığı için sosyal bir alan olarak kurgulanmıştır. Gazetecilik alanındaki hâkim kodlar belirli bir tarihsel, kültürel ve ekonomik süreçler ışığında şekillenmiştir; bu nedenle gazetecilik alanını dolaysız olarak çözümlemek mümkün değildir.

Kitlesel gazetecilik alanının hâkim kodlarının arkasındaki tarihsel ve epistemolojik temel, özünde liberal gazetecilik anlayışıdır. Klasik liberalizmin kurucularından olan John Locke'un "özel mülkiyete" olan vurgusu, John Stuart Mill'in faydacı etik anlayışı ve çoğulculuk ekseninde büyüyen "ifade özgürlüğü" düşüncesi, günümüz "basın özgürlüğü" düşüncesinin temellerini oluşturmuştur (İnal, 1996: 13; Taş, 2012: 37; Ward, 2004: 181). Öyle ki, yasama, yürütme ve yargının yanında dördüncü güç olma, devlet müdahalesine karşı "basın özgürlüğünü savunma" ve kamunun bekçisi olma (watchdog) gibi basına atfedilen denetleyici roller, liberal çoğulcu demokrasi anlayışının bir getirisidir. Haber etiğinin temellerini oluşturan

objektiflik, tarafsızlık ve kamu yararı gibi ilkeler, bu liberal çoğulcu anlayışın kategorileridir. Dolayısıyla, kitlesel basının tarihsel bir mefhum olarak varlığı, faydacı bir epistemolojinin, liberal çoğulcu bir öğretinin ve serbest piyasa mekanizmasının çıktısıdır. Bir başka ifade ile, günümüzde alana şekil veren ve profesyonelliği simgeleyen hâkim kodlar, aynı zamanda kapitalist pazar ekonomisi ile özdeşleşmiş bir mantığı ürünüdür (İnal, 1996: 20; Ward, 2004: 13). 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarında Batı'da ortaya çıkan bu gazetecilik modelinin günümüzde de "hegemonik bir model" olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Çünkü, tarif edilen bu model - diğer pek çok Batılı inanç ve uygulamalarla birlikte- dünyaya ihraç edilebildiği için uluslararası bir varoluşa sahip olmuştur (Nerone, 2013: 447).

Hâkim kodlar ve etik ilkeler, gazetecilik alanına ve gazeteciye görece özerk ve simgesel bir güç verirken; aynı zamanda kitlesel medyadaki yapısal (tarihsel) ve pratik düzeyde çeşitli sorunları yeniden üretmektedir. Medyadaki ticarileşme ve belirli siyasi grupların akredite kaynaklar olarak kabul edilmesi, alandaki yapısal (tarihsel) sorunları imlemektedir. Özellikle 19. yüzyılda İngiltere ve ABD'de yükselen ticari gazetecilik anlayışı ve 1980 sonrası uygulanan yeni sağ politikalar sonucu medyada yaşanan tekelleşme eğilimleri bu mantığın somutlaştığı zeminlerdir. Alandaki rekabetçi piyasadan kaynaklı büyük ölçekli medya holdinglerinin ortaya çıkışı, haber atlatma olgusu, benzeşme ve tektipleşme ise liberal çoğulcu mantığın medya alanında pratikte yarattığı çeşitli sorunlardır (İnal, 1996: 193-194; Curran,1997: 145-147; Dağtaş, 2006: 113; Thompson, 2013: 212).

Özellikle "nesnellik" ilkesi, 1800'lerin ortasına gelindiğinde popüler basının ortaya çıkışı ile, "yansız bir dünya görüşünü anlatmak için" kullanılmıştır. Bu aynı zamanda, eleştirel bir perspektiften bakıldığında, tecimsel yayıncılığın zorunlu bir sonucu olarak görülmektedir. 1900'lerin başında "nesnellik" ilkesi gazetecilik alanına mutlak bir norm olarak yerleşmiş; buna ek olarak, haberlerin olaylara ve gerçeklere ilişkin olmasına dönük normlar da alanda baskın birer kod olarak konumlandırılmıştır (İnal, 1996: 16-17). "Nesnellik" ilkesi bir yandan da medya organlarının tecimsel mantığını da desteklemektedir. Nitekim 20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde reklamcılık, gazetecilik alanının önemli bir parçası haline gelmiş, gazeteler haberlerin

yanında aynı zamanda mal ve hizmetlerin pazarlanmasında kullanılmaya başlanmıştır (Thompson, 2013: 211).

Gazetecilik alanı içindeki hâkim kodlar, alan içindeki aktörleri "gazeteci" olarak tanımlayabilmek için aktörlere çeşitli roller vermektedir. Gazetecilik rolleri, normatif bir değerle inşa edilmiş, pratikte hayata geçirilen görevlerin toplamı olarak anlaşılabilir. Bu nedenle, roller yalnızca işlevler veya uygulamalar değil, ahlaki açıdan gazeteciye yüklenmiş, amaca yönelik faaliyetlerdir (Vos vd., 2023: 4). Gazetecilik rolleri, yapı içindeki kurumsal beklentilere uygun olarak yapılandırılmıştır. Bu bakımdan, hâkim kodlar ve roller gazeteciliğin toplumdaki rolünü meşrulaştırmakta, gazetecilerin işine anlam vererek gazeteciye sembolik bir güç vermektedir (Hanitzsch, 2007: 369). Diğer yandan, gazeteciliğe ilişkin normların gazeteciye yüklediği rol algıları haber üretim sürecinde belirli bir yapısal yanlılık yaratabilmektedir. Liberal anlatının haber kaynaklarını dengeli sunum normu, karşılıklı iki tarafın sosyal statüsünün veya sınıfsal konumunun nispeten orantılı olduğu durumlarda işlerlik kazanır. Ancak, toplumdaki sınıfsal, ırksal, cinsel veya kültürel eşitsizliklerden kaynaklı farklı gruplar dengeli bir şekilde sunulamaz; çünkü, toplum içindeki pozisyonları dengeli değildir. Bu durum, toplumsal sistemdeki avantajlı gruplar lehine bir tür yapısal yanlılık getirmektedir (Nerone, 2013: 452).

Söz konusu eşitsiz durum, haber kaynağı seçiminde de görünür olmaktadır. Tarihsel süreç içinde gazetelerin tarafsızlık, olay ve hakikate bağlılık ilkeleri, hükümet yetkililerine ilişkin yayınların "güvenli" olduğuna yönelik toplumu ikna etme girişimi olarak sunulmuş; haberlerin hakikati yansıttığı iddiası ise gazetelerin olayları resmi otoritelerin bakış açısına göre yazdıklarını ifade eden bir "kod" olarak kullanılmıştır (Ward, 2004: 101). Dolayısıyla, liberal çoğulcu anlayış ekseninde inşa edilmiş gazetecilik alanının en baskın normu olan "nesnellik" (objectivity) ilkesi, akredite haber kaynaklarına bağlı kalma zorunluluğundan dolayı özünde statükodan yana taraftır ve doğası gereği muhafazakârdır (İnal, 1996: 15). Aynı şekilde, gazeteciler öngörülen entelektüel bağımsızlıklarını destekleyecek bir ölçüde mesleki bağımsızlığa sahip değilse, bağımsızlık normu da bir anlam ifade etmez (Nerone, 2013: 452). Tarafsızlık, nesnellik, dengelilik, hakkaniyetten yana olma gibi en temel gazetecilik

normları alan içinde söylem düzeyinde gazeteciye özel bir alan yaratırken, pratik düzeyde toplumdaki güç ve iktidar ilişkilerini gölgelemektedir.

Bu durumun en net örneği ABD ana akım gazeteciliğindeki hâkim normlarda görülebilir. Örneğin, Herbert Gans (2004: 42-52), ABD'li gazetecilerin, çoğu zaman farkında bile olmadan çeşitli "kalıcı değerlere" bağlı kaldıklarını belirtmektedir. Bu kalıcı değerler; dünyanın geri kalanından çok daha fazla ABD hakkında yazmanın uygun olduğu düşüncesini içeren (1) "etnosantrizm" (ethnocentrism), kapitalist sistemde sadece kâr hırsı değil, aynı zamanda kamu yararını gözetme sorumluluğunu benimseme fikri olan (2) "sorumlu kapitalizm" (responsible capitalism), başkalarını düşünen demokrasi olarak özetlenebilecek (3) "özgecil demokrasi" (altruistic democracy), diğer aşırı konumlara güvenmemeyi içeren (4) "ılımlılık" (moderatism), ırksal, cinsel ve diğer azınlıklara karşı ayrımcılık dışında her türlü geleneğe duyulan temel saygıyı ifade etmek için (5) "küçük kasaba pastoralizmi" (small-town pastoralism) ve bireyin özgürlüğünün korunması için (6) "bireycilik" (individualism) şeklindedir. Gans, bu listesini 1979'da oluşturmuştur ve bu değerler, güncel ABD gazetecilik anlayışında hâlâ ana akım medyanın normatif değerlerini temsil etmektedir. Gans'ın belirttiği değerler, sadece haberleri çarpıtmak amacıyla taraflı olmayı değil, çağdaş dünya ve temel kurumlar hakkında neyin iyi veya kötü, doğru veya yanlış olduğuna ilişkin varsayımları içeren bir arka plan önyargısını da temsil etmektedir (Schudson, 2022: 25).

İfade edilen noktalardan hareketle söylenebilir ki, alanın hâkim kodları ve bu kodların gazetecilere verdiği roller, gazetecilik alanı dışındaki ekonomik, yasal, politik ve sosyal faktörler tarafından şekillendirilmekte ve sınırlandırılmaktadır (Hallin ve Mancini, 2004: 296-297; Mellado, 2020: 27). Öyle ki, Habermas (1997: 31-32) da 18. yüzyılın sonları ve 19. yüzyılın başlarında medya alanının kamusal müzakere yoluyla güçlü bir müzakereci demokrasi potansiyeli taşımasına vurgu yapar; ancak, bu potansiyelin, 19. yüzyıl ve 20. yüzyılda medyanın önce ticari mantık ve ardından sanayi kapitalizmi tarafından ele geçirilmesiyle yok olduğunu ve yerel kamusal alanın parçalandığını belirtmektedir. Nitekim, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren medyanın "dördüncü güç" olarak kavramsallaştıran teoriler, yalnız eleştirel medya çalışmaları tarafından değil, liberal ana akım medya çalışmaları ve medya

profesyonelleri tarafından da giderek daha fazla sorgulanır hale gelmiştir. Bu süreç günümüzde "dördüncü gücün ölümü" olarak değerlendirilmektedir (Erdoğan, 1999: 40; Kaderoğlu Bulut, 2017: 40).

Diğer yandan objektiflik idealinin çeşitli önyargıların etkisinde kalmasına cevap olarak 19. yüzyılın ikinci yarısında gazeteciler "objektiflik" yerine "gerçeklik" normunu alanda kullanmaya başlamışlardır. "Bu düşünceye göre muhabirler sadece olguları su yüzüne çıkarır ve bunları bir düzene koyarlarsa, gerçek gayet doğal bir biçimde kendini açığa çıkaracaktır" (Kovach ve Rosenstiel, 2007: 78). Dolayısıyla, "objektiflik" yerine "gerçeklik" normunun alanda yer etmeye başlamasıyla objektiflik anlayışı bir norm olarak değil, bir yöntem olarak algılanmaya başlanmıştır. Bir başka ifade ile, bir sosyal aktör olan gazeteci objektif olamaz ancak, haberi inşa edeceği bilgiyi objektif yöntemlerle elde edebilir (Kovach ve Rosenstiel, 2007: 79). Bu bağlamda, gazeteciliğe ilişkin güncel tartışmalarda, tarihsel süreç içinde normatif bağlamda yerleşen "objektiflik" ve "tarafsızlık" kodlarının idealist bir perspektifle değil, araçsal bir metodoloji ile kavrandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Günümüzde, gazetecilik alanında yaygınlaşan ve "gerçekliği" temel norm belirleyen *doğruluk kontrolü* (*fact-checking*) kurumlarının bir *sistem* kurma çabası, bu çerçeveden okunabilir.

Bu durum normatif gazetecilik alanının öznesiz, dışsal düzenlemelerle inşa edilmiş bir alan olduğunu göstermektedir. Örneğin televizyon yayıncılığında seçkinlerin söylemi kendiliğinden değil, dışsal bir düzenleme ile inşa edilmiştir. Bu anlamda Bourdieu, televizyonda yapılan tercihlerin öznesiz tercihler olduğunu vurgulamaktadır (Bourdieu, 2021: 30). Çünkü, medya profesyonellerinin değerlendirme kategorileri -enformasyonun döngüsel dolaşımının şekil verdiği izlenme kaygısını merkeze alan- nesnel zorunluluklara göre ayarlanmıştır: "Enformasyonun en belirleyici bölümü, yani neyin önemli olduğuna, neyin aktarılması gerektiğine karar vermeye imkân veren o enformasyon hakkındaki enformasyon, büyük ölçüde daha başka enforme edicilerden gelmektedir. Ve bu da önem hiyerarşilerinin türdeşleşmesine, bir tür aynı düzeye getirilmesine yol açmaktadır" (Bourdieu, 2021: 31).

Söz konusu türdeşleşme alandaki hâkim normatif kodları korurken aynı zamanda ana akım medyaya kültürel alanda bir meşruiyet kazandırmaktadır. Temelde neoliberal ideolojinin pazar mantığının hâkim kıldığı bu meşruiyet, Bourdieu'ya göre neolibereal düşünce ile kültürel alan arasındaki ilişkiyi somutlaştırmaktadır (Köse, 2004: 35). Bu durum, medyanın dış etkilere açık ve geçirgen bir özellik göstermesine sebep olan unsurlardan biridir. Gazetecilik alanındaki tecimsel mantık, medya özerkliğini olanaksız kılmaktadır. Medyanın bu haliyle toplumsal bilinci temsil etme gücü sınırlıdır. Çünkü, gazetecilik alanının dış etkilere açık karakteri bir yönüyle de profesyonellik kodları ile ilişki içindedir. Bu anlamda Bourdieu, gazetecilik alanındaki problemlere deontoloji problemini de ekler (Köse, 2004: 55). Dolayısıyla, alandaki güncel durumu sadece teknolojik değişim ile açıklamak doğru bir perspektif sunamamaktadır. Bu durumu daha çok geleneksel ve yeni medya arasındaki kültürel hegemonya mücadelesi üzerinden okunabilir (Nerone, 2013: 454).

İfade edilen noktalardan hareketle söylenebilir ki, günümüzde gazeteciliğin krizi, aynı zamanda modernizm eksenli anlatının ve onun kurumsallaştırdığı bir meta gazetecilik anlayışının krizidir. Nitekim, Batı gazeteciliğinin normları, görece merkez partilerin seçmen desteği için yarıştığı siyasi sistemlerde, orta sınıf kitlelere haber sattığı durumlarda bir anlam ifade ediyorlardı. Batı gazeteciliğinin normları elbette gazetecilerin doğrudan ne yaptığını tanımlamaz. Ancak, "normlar mükemmel durumlarda mükemmel aktörlerin ne yaptığına dair idealleştirmelerdir" (Nerone, 2013: 452). Bu bağlamda, sistem dışında tanımlanan her gazetecilik anlayışı ve pratiği alanın sınırlarının dışında algılanmaktadır.

Gazetecilik alanındaki sahiplik yapısının büyük teknoloji şirketlerine kayması ve gazetecilerin proleterleşmesi, alandaki çeşitli dönüşümlere zemin hazırlamıştır. Alandaki etik kodları taşıyan ancak, farklı biçimlemeler ile yayın yapan aktörler alternatif medya uygulamalarını işler kılarken; -yurttaş gazetecileri, sosyal medya aktivistleri ve hacker'lar gibi- alan dışında yer alan aktörler de gazetecilik alanındaki kültürel dönüşümü tetiklemektedir. Dolayısıyla günümüze, modernizm temelli Batı gazetecilik anlayışının -ve bununla bağlantılı 4.güç mitinin- sarsılmasıyla birlikte; haber nosyonunun, haber üretim ve tüketim süreçlerinin, profesyonel ve profesyonel olmayan pratiklerin ve örgüt içi/dışı alanlar arasındaki sınırların birbiriyle iç içe

geçmiş olması, geleneksel gazetecilik çalışmalarının uzun süredir dayandığı analitik kategorileri bulanıklaştırmış; gazetecilik alanının sınırlarını ve sınırların ötesini tartışmaya açık bir noktaya getirmiş (Turner, 2005: 321-322; Eldridge, 2014: 2; Carlson, 2015: 9; Belair-Gagnon ve Holton, 2020: 91). Nitekim, bu durum da alandaki bir paradigma değişimini zorunlu kılmaktadır.

Güncel gazetecilik alanında gözlenen paradigma değişiminin, somut düzlemde de karşılık bulduğu açıkça görülmektedir. Nitekim 2000'li yılların başından bu yana çok sayıda araştırma ve ulusal-uluslararası rapor, gazetecilik sektörünün bir "kriz" içinde bulunduğunu yineler şekilde veri sunmaktadır (Deuze ve Witschge, 2018; Newman, 2019, Pickard, 2020; Foroohar, 2021; Newman, vd. 2022; Myers ve Gilberds, 2024). Gazetecilik endüstrisi, son yirmi yılda özellikle ekonomik, teknolojik, çalışma koşulları ve kültürel açılardan önemli dönüşümler geçirmiştir. Bu kapsamda, söz konusu krizin tek bir nedene indirgenemeyeceği vurgulanmalıdır. Cohen'e (2015: 513) göre, gazeteciliğin yaşadığı kriz, "dijital teknolojilerin yükselişi, yazılı basının reklam gelirlerindeki düşüş, içerik için ödeme eğiliminin azalması, çevrimiçi üretim ve tüketimin yaygınlaşması, mobil cihaz kullanımının artması ve sosyal medyanın etki alanının genişlemesi" gibi pek çok gelişmeye dayanmaktadır. Bu listeye, Schapals (2022: 8-9) ayrıca "iş güvencesinin azalması, büyük ölçüde dönüşen iş modelleri ve dijital ortama daha kapsamlı ve zorlayıcı bir adaptasyon" gibi faktörleri de eklemektedir.

Bunlar gazetecilikte münferit sorunlar olmamakla birlikte, birbirleriyle kesişmekte ve geleneksel kavram ve uygulamalara meydan okuyarak sektörün durumuna ilişkin endişelere yol açmaktadır. Haber kuruluşları kâr marjlarını artırmak için kapanmakta ya da maliyetlerini düşürmekte, gazetecilerden daha fazla ve birden fazla platformda çalışmaları beklenmekte, uluslararası ve araştırmacı gazetecilik gibi pahalı gazetecilik formatları değiştirilmekte ve gazeteciler halk arasındaki güven ve inandırıcılıklarını kaybetmiş görünmektedir (Sridharan, 2024: 15). Gazeteciliğin ekonomik kriz dönemleriyle birlikte gündeme gelen internetin yükselişi ve diğer teknolojik yenilikler, haber üretimi ve tüketimi süreçlerinde geleneksel gazetecilik değerlerini, uygulamalarını ve normlarını önemli ölçüde dönüştürmüştür (Mitchelstein

ve Boszkowski, 2010: 1087). Dolayısıyla, geçmişin doğrusal haber modeli, yerini karmaşık bir bilgi döngüsüne bırakmıştır.

Gazetecilik alanındaki krizin nedenleri farklı değişkenler bağlamında ayrıntılı biçimde ele alınabilse de, bu çalışma kapsamında konuyu üretim, tüketim ve haber nosyonu ekseninde bütüncül olarak değerlendirmek amaçlanmaktadır. Zira söz konusu üç boyut birbirinden bağımsız düşünülemeyeceği gibi, alanda yaşanan paradigma değişiminin de temel dinamiklerini oluşturmaktadır. Üretim ilişkileri ve emek süreçlerinde meydana gelen dönüşümler, bilgi ve enformasyon akışını aksatırken, haberin gündelik yaşamdaki konumunu da etkilemektedir. Öte yandan, haberin bir nosyon olarak sahip olduğu kültürel ve meta değerini yitirmesi, haber sağlayıcılarını izleyicilerin dikkatini çekme amacıyla farklı format ve mecralara yöneltmektedir. Böylece gazetecilik, gazeteciler ve haberin normatif yapısı belirli ölçüde bir paradigma değişimiyle karşı karşıya kalmaktadır. Belirtilen hususlardan hareketle, bir sonraki bölümde gazeteciliğin güncel krizinin nedenleri, gazeteciliğin normatif yapısı çerçevesinde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

1.2.1. Üretim İlişkilerindeki Değişim: Kurumsal Sürdürülebilirlik Krizi

Dijital medyanın genel bir panoraması incelendiğinde, kişiler ve kurumlar ekseninde yaşanan dönüşümün temelinde ekonomik ve teknolojik dinamiklerin yer aldığı görülmektedir. *Reuters Enstitüsü*'nün *2023 Dijital Haber Raporu*'na göre, haber yöneticilerinin en büyük gelecek kaygısı, maliyetlerin artması, reklam gelirlerinin düşüşü ve abone sayısındaki artışın yavaşlamasıdır (Newman, 2023). Ancak, bu durum yeni bir gelişme değildir. Medya alanındaki ekonomik sıkıntılar, teknik altyapı ve insan kaynağı yetersizliği, prekaryalaşma, serbest çalışma modellerinin yaygınlaşması ve okuyucu ile yapıcı ve sürdürülebilir ilişkilerin kurulamaması gibi unsurlar, son on yıldır gazetecilik alanının en önemli sorunları olarak öne çıkmaktadır. Bu sorunların, medya endüstrisinde yaşanan yapısal değişimler tarafından tetiklendiği söylenebilir. Tolga Çevikel'in (2020) ifadeleriyle:

> "Gazetecilik sektörünü global ölçekte bir bütün olarak değerlendirdiğimizde, yani dünyadaki tüm gazetelerin ürettiği toplam gelirin seyrine baktığımızda; söz konusu krizin ilk işaretinin 2004 yılında geldiğini, sektördeki büyümenin bu yıldan itibaren hız kesmeye

> başladığını, 2007 yılına gelindiğinde ise büyümenin tamamen durduğunu görüyoruz. 2008 yılından bu yana ise, gazetecilik sektörü istisnasız her yıl küçülüyor, yani gazeteler her geçen yıl düzenli olarak gelir kaybediyor" (Çevikel, 2020: 1).

Son on yılda, küresel medya endüstrisinde medya sahipliği önemli ölçüde değişmiş; Rupert Murdoch gibi geleneksel medya patronlarının yanı sıra, *Google*, *Facebook*, *Amazon* ve *Apple* gibi dev teknoloji şirketleri, küresel bilgi akışı üzerindeki kontrol sürecine dahil olmuştur (Nechushtai, 2018; Newman, 2019). Küresel ölçekte "Big Tech" olarak adlandırılan en büyük beş teknoloji şirketi -*Amazon*, *Apple*, *Google*, *Meta* (*Facebook*) ve *Microsoft*- hangi içeriğin nerede, nasıl ve ne şekilde yayımlanacağı konusunda eşik bekçisi konumuna gelmiştir (Foroohar, 2021: 24-25). Dolayısıyla enformasyon kapitalizmi, medyanın tarihsel olarak getirdiği yapısal sorunlara yeniden üretmiştir (Fuchs, 2012: 701-705). Bu durum, değişen medya alanında yaşanan sorunların temel nedenlerinden biri olarak kabul edilmektedir.

Gazetecilik krizine ilişkin en yaygın söylemlerden biri, haber üretiminin finansmanı ve ekonomik modelleri etrafında şekillenmektedir. Gazeteler, makro ve mikro düzeydeki ekonomik gerilemeler, internetin yükselişi ve reklam önceliklerinin değişmesi gibi çeşitli etkenlerin yanı sıra, basılı reklam gelirlerinin hızla düşmesi ve büyük medya gruplarının kurumsal konsolidasyon süreçleri nedeniyle "yok olma düzeyinde" bir tehditle karşı karşıyadır. Dahası, gazetecilik işinin değişen doğası ve örgütsel biçimler mesleği etkilemekte, gazetecilerin yerleşik mesleki statülerini, rollerini ve uygulamalarını bozmakta ve daha önce var olan mesleki kontrolü ortadan kaldırmaktadır (Blumler, 2010; Curran, 2019; Sridharan, 2024: 15-18).

James Curran (2019), çağdaş gazeteciliğin üç temel krizle karşı karşıya olduğunu belirtmektedir. Bunlar: (1) Birçok ülkede medya özgürlüğünün ciddi şekilde kısıtlanması,[14] (2) haber kaynaklarının büyük ölçüde siyasi, ekonomik ve idari elitlerden oluşması ve bu durumun demokratik tartışmaların önünü tıkaması, (3)

[14]James Curran'ın medya özgürlüğü sorununu anlatırken Suudi Arabistan'da 2014 yılında Raif Badawi'nin kırbaçlanması ve Türkiye'de 2016-2017 yıllarında 170 medya kuruluşunun kapatılması örneklerini vermesi (2019: 190) dikkat çekicidir. Diğer yandan bu sorunun uluslararası boyutu da önem taşımaktadır. *Reuters Enstitüsü*'ün "2025 Eğilim ve Öngörüler Raporu"nda siyasi kutuplaşma, basına yönelik saldırılar ve siyasetçilerin medya üzerinde kontrol kurma yarışı başta olmak üzere basın özgürlüğüne yönelik tehditler devam edeceği öngörülmektedir.

reklam gelirlerindeki azalmanın gazetecilik sektöründe küçülmeye yol açarak araştırmacı gazetecilik ve yerel haberlerin gerilemesidir. Curran'ın belirttiği bu üç sorunun, gazetecilik alanındaki üretim ilişkileri üzerinde benzer bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte, reklam gelirlerindeki düşüş, gazeteciliğin içinde bulunduğu krizi çok daha somut ve belirgin bir hale getirmiştir. Dijital teknolojilerin ve özellikle internetin yaygınlaşması, gazetelerin 150 yıldır sorunsuz bir şekilde işleyen ve büyük ölçüde reklam gelirlerine dayalı olan finansal modelini işlevsiz hale getirmiştir (Çevikel, 2020: 2).

Nitekim Blumler (2010: 439) de reklam gelirlerinin azalmasını, dijital platformların yükselişini ve medya tüketimindeki değişimleri gazetecilik alanındaki "varlığını sürdürme krizi (viability crisis)" veya daha net bir ifade ile "ekonomik / kurumsal sürdürülebilirlik krizi" olarak tanımlamaktadır. Bu durum, kuşkusuz birçok medya kuruluşunu yapısal reformlar yapmaya zorlamıştır. Çevikel'in (2020: 25) belirttiği gibi, 2013 yılı sektör için önemli bir dönüm noktası olmuştur. Zira, 19. yüzyılın ortalarından itibaren gazeteler için ana gelir kaynağı olan reklamlar, 2013 yılından itibaren bu özelliğini ilk kez kaybetmiştir. Sektör genelinde, bu kuruluşların reklam gelirlerinde ortalama %30 ila %60 düzeyinde düşüş gözlemlenmiştir (Myers ve Gilberds, 2024). Söz konusu gerileme, medya kuruluşlarını işten çıkarmalar ve önemli meselelere daha az yer verilmesi gibi maliyet düşürücü tedbirler almaya zorlamıştır. Bu gelişmeler, gazetecilik sektörünü, geleneksel gelir modellerinin artık nitelikli haberciliği besleyemediği bir piyasa başarısızlığı ile karşı karşıya bırakmıştır. Sonuç olarak, gazeteci sayısında belirgin bir azalma yaşanırken, yerel haber kaynaklarının bulunmadığı "haber çölleri"nin sayısının artması da toplumların bilgiye erişimi açısından önemli bir sorun olarak ortaya çıkmıştır (Pickard, 2020).

Sridharan'ın (2024: 19) belirttiğine göre, küresel ölçekte 2004 ile 2019 arasında 2.300'ü aşkın gazete, mali zorluklar ve tiraj düşüşleri nedeniyle kapanmıştır. Medya sektörünün güçlü olduğu Amerika Birleşik Devletleri'nde dahi 200 yerel bölgede hiç gazete bulunmamaktadır. İlçelerin yaklaşık yarısında sadece tek bir gazete, o da çoğunlukla haftalık periyotla yayın yapan bir gazete yer almaktadır. Bu bölgeler, "haber çölleri" olarak adlandırılmakta ve "demokrasiyi tabandan besleyen, güvenilir ve kapsamlı haber ile bilgilere sınırlı erişimi olan kırsal ya da kentsel topluluklar"

şeklinde tanımlanmaktadır. İnternetin yükselişi, finansal krizlerin etkileri ve gazetelerin kâr odaklı sahiplik yapısı, söz konusu haber çöllerinin oluşmasındaki başlıca etkenler olarak gösterilmektedir (Sullivan, 2021; Mathews, 2022: 1252-1253; Sridharan, 2024: 19).

Geleneksel medyanın gerilemesine paralel olarak, dijital medyanın yükselişi haber tüketim biçimlerini ve gelir modellerini büyük ölçüde dönüştürmüştür. Bu dönüşüm karşısında geleneksel medya kuruluşları, reklam gelirlerini korumak adına *Google* ve *Facebook* gibi teknoloji devleriyle rekabette zorluk yaşamış ve bu durum ekonomik yapılarını ciddi ölçüde etkilemiştir (Pickard, 2020). Bu noktada, *Google* ve *Facebook*'un yalnızca birer arama motoru veya sosyal medya platformu olmadığını, aynı zamanda birer reklam şirketi olduğunu vurgulamak önem taşımaktadır. Arama motorları ve sosyal medya platformları, içeriklerin bulunması, keşfedilmesi ve erişilmesi sürecinde "aracı" ya da "dağıtıcı" işlevi görmektedir. Başka bir ifadeyle, "dijital platformlar, dijital pazarın hâkim aktörleri konumundadır; dolayısıyla dijital gazetelerin bu pazardaki rakipleri de diğer dijital gazetelerden ziyade, temelde bu dijital platformlardır" (Çevikel, 2020: 29). Reklamverenler, reklamlarını yalnızca dijital gazetelerde yayınlamaktansa, çok daha fazla veri toplayarak hedefli reklamcılık uygulama imkânı sunan arama motorlarını ve sosyal medya platformlarını tercih etmektedir. Bu nedenle, "dijital reklamların aslan payı, dijital gazetelere değil, onların ürettiği içeriğe aracılık eden ya da bu içeriği dağıtan platformlara gitmektedir" (Çevikel, 2020: 37). Bunun bir sonucu olarak pek çok gazete, ödeme duvarları ve okuyucu desteği gibi alternatif gelir modellerine yönelmiştir.

Ekonomik ve teknolojik krizlerin yansımaları, gazetecilik emeğini de yakından etkilemiştir. Gazetecilik sektöründeki işten çıkarmalar ve güvencesiz istihdama yönelik artış, bu etkinin en somut göstergelerinden biridir (Sridharan, 2024: 17). Gazetelerde çalışan gazeteci sayısının azalması ise üretilen haber içeriklerinin niteliğinde düşüşe yol açmıştır (Çevikel, 2020: 54). Medya kuruluşlarının maliyet kısıtlamalarına yönelmesi, özellikle araştırmacı haberciliğin zayıflamasına ve kamuoyunu derinlemesine bilgilendirmeyen, iktidarın sorumluluğunu yeterince sorgulamayan daha yüzeysel içeriklerin yaygınlaşmasına neden olmuştur (Myers ve Gilberds, 2024: 26). Kuşkusuz, sosyal medya platformları da haberlerin üretilme ve

yayılma biçimlerini derinden dönüştürmüştür. Kuşkusuz, sosyal medya platformları da haberlerin üretilme ve yayılma şeklini değiştirmiştir. Çoğu zaman sansasyonel içeriğe kaliteli habercilikten daha fazla öncelik verilmiş; Google algoritma değişikliklerine duyarlı bir haber üretim yöntemlerini uygulayan örnekler gözlenmiştir (Şirvanlı ve Yavaşçalı, 2021: 811-812). Çünkü, bu yeni modelde dijital gazeteler, ürettikleri haberin niteliğinden ziyade, sayfa görüntülenme sayılarına göre gelir elde etmektedir (Çevikel, 2020: 60). Böyle bir üretim ilişkisinin sonucu olarak da gazetecilik alanında tektipleşme ve yüzeyselleşme kaçınılmaz hâle gelmektedir.

Son yıllarda, özellikle *Facebook Journalism Project* ve *Google News Initiative* gibi projeler aracılığıyla *Google* ve *Facebook*, gazetecilik alanının önemli fon sağlayıcılarından biri hâline gelmiştir. Bu durum, haber medya kuruluşları ile platformlar arasında giderek karmaşıklaşan bir ilişkiyi ortaya çıkarmış ve "gazeteciliğin platformlaşması" olarak adlandırılan sürece zemin hazırlamıştır (Papaevangelou, 2024). Platformlaşma, çevrim içi platformların altyapılarının, ekonomik süreçlerinin ve düzenleyici çerçevelerinin farklı toplumsal sektörlere ve yaşam alanlarına nüfuz etmesi olarak tanımlanmaktadır (Poell vd., 2019: 5-6). Bu bağlamda, günümüzde platformlar, haber üretimi ve tüketimi gibi gazetecilik pratiğinin her aşamasını etkileyebilmektedir. Bu durum, yayıncıları platformlara aşırı bağımlı bir konuma getirmekte ve gazetecilik alanının özerkliğini tehdit eden yeni bir dinamik yaratmaktadır (Papaevangelou, 2024: 3).

Öyle ki, platformlar, bir anlamda "yeni eşik bekçileri" konumuna gelmiş; haber seçim süreçleri artık yalnızca insan editörlerin değil, aynı zamanda algoritmaların etik ve politik tercihleri tarafından da yönlendirilmeye başlanmıştır. Özellikle *Facebook* gibi platformlar, haber editörlüğünün rolünü üstlenerek neyin haber olup olmadığına karar veren bir yapıya evrilmiştir (DeVito, 2017). *Google* ve *Facebook*'un algoritmaları, haber kaynaklarını belirleme konusunda kritik bir rol oynayarak bazı haberleri ön plana çıkarırken, diğerlerini geri plana itmektedir. DeVito'nun (2017: 754) "algoritmik haber seçimi" olarak adlandırdığı bu süreç, haberlerin yaygınlaştırılmasını platformların ticari çıkarlarına ve kullanıcı etkileşimine bağlayan bir bilgi ekosistemini tanımlamaktadır. Bu durum, geleneksel gazetecilik değerlerinin

yanı sıra, haberlerin toplumsal etkisini ve erişilebilirliğini de önemli ölçüde şekillendirmektedir.

Dolayısıyla, geleneksel gazeteciliğin yerini dijital platformların aldığı günümüz dünyasında, gazetecilik alanının merkez aktörleri hâlâ gazeteciler ve haber kuruluşları olarak görünse de, haber dağıtım süreçleri büyük ölçüde algoritmaların kontrolü altında ilerlemektedir. *Facebook*, *Google* ve *X* (*Twitter*) gibi platformlar, gazeteciliğin normlarını doğrudan etkileyen ana aktörler hâline gelmiş; haber seçimi artık editörlerin değil, otomatik sistemlerin ve kullanıcı etkileşimi kriterlerinin belirlediği bir sürece dönüşmüştür. Algoritmaların haberleri öne çıkarma kriterleri genellikle ticari ve politik faktörlere dayandığı için, normatif ve objektif habercilik anlayışı parçalanmakta; haber kaynakları üzerinde tam kontrol sahibi olan gazeteciler, artık haberlerin görünürlüğü üzerinde daha az söz sahibi olmaktadır. Dahası, kullanıcıların ilgi duyduğu haberlerin algoritmalar tarafından önceliklendirilmesi, bilgi ekosisteminin daralmasına ve "yankı odaları"nın oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda, geleneksel haber merkezlerindeki üretim ilişkilerinin artık görevini tamamladığı ve yeni haber modellerine geçişin bir zorunluluk hâline geldiği söylenebilir. Gazeteciliğin, yeni bilgi ekosistemindeki fırsatlar ve zorluklara uyum sağlayabilmesi için yeni taktiklere, örgüt içi ilişkilerin yeniden yapılandırılmasına ve hatta yeni bir gazetecilik tanımına ihtiyaç duyulmaktadır (Deuze ve Witschge, 2018).

Anderson, Bell ve Shirky (2012: 42), "Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present" başlıklı raporlarında gazetecilik alanının artık, "post-endüstriyel" bir haber modeline doğru evrildiğini; gazeteciliğin yeni medya ortamına uyum sağlayabilmesi için mesleğin yeni taktiklere, yeni bir benlik algısına ve yeni örgütsel yapılara ihtiyacı olduğunu belirtmektedirler. Post-endüstriyel gazetecilik, mevcut kurumların gelir ve pazar payı kaybedeceğini ve eğer geçerliliklerini korumayı ve hatta artırmayı umuyorlarsa, dijital medyanın sağladığı yeni çalışma yöntemleri ve süreçlerinden faydalanmak zorunda kalacaklarını varsaymaktadır. Mevcut krizin hiçbir çözümü eski modelleri korumayacaktır. Yaratıcı endüstrilerdeki ve telekomünikasyon teknolojilerindeki gelişmeler, sermaye ve emek ilişkilerinin giderek bireyselleşmesi ve post-endüstriyel üretim biçimine geçiş, iş sürecini küresel olarak diğer alanlarla bütünleştirmektedir. Bunun bir sonucu olarak, değişen haber odaları ve

yeni iş yapış pratiği, "devamlı ağa bağlı bir gazetecilik" türünü şekillendirmektedir (Van der Haak vd., 2012: 2927; Deuze ve Witschge, 2018: 172).

Bu durum küreselleşme ile dünyadaki çoğu yapının akışkan bir karakter kazanmasıyla da ilgidir. Özellikle son yirmi yılda dijital teknolojiler haber endüstrilerini, iş modellerini, haber üretim/tüketim rutinlerini; izleyici etkileşim, tüketim ve dağıtım modellerini değiştirip dönüştürmüştür. Yapısal düzeydeki değişimler ise medya endüstrilerinin -özelleştirme ve ticarileşmeden kaynaklı- çeşitli baskılarla karşı karşıya kalmasına neden olmuştur (Hallin ve Mancini, 2004: 247; Mellado, 2020: 22). Son yıllarda ekonomik, teknolojik ve kültürel değişimler, medya alanındaki "sınır" çalışmalarını gündeme getirmiş; gazeteci olan ve olmayan aktörler arasındaki sınırlar bulanıklaşmış, profesyonel gazetecilerin haber üretimi ve dağıtımı üzerindeki "otorite olma" iddiaları zayıflamıştır (Carlson, 2015: 9).

Sonuç olarak gazeteciliğin güncel krizi, ekonomik ve teknolojik dönüşüm ile medya özgürlüğüne yönelik baskıların bir araya gelmesiyle derinleşmiştir. Özellikle reklam gelirlerindeki düşüş ve büyük medya kuruluşlarının küçülmesi alandaki üretim ilişkilerini etkileyen en öncül unsurlar olarak değerlendirilebilir. Bu süreçte post-endüstriyel gazetecilik modeli olarak ön plana çıkan yeni yaklaşımlar mevcut kurumların eski yöntemlerle ayakta kalamayacağını ve dijital ortamın sunduğu yeni pratiklerin benimsenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla, gazetecilik bugün, yapısal dönüşüme yanıt verecek yeni mesleki stratejilere ihtiyaç duymaktadır. Ancak, gazeteciliğin yaşadığı krizin temelleri, sadece üretim ilişkilerinin dönüşmesi ve reklam gelirlerindeki azalma ile sınırlı değildir. Aynı zamanda, dijital platformların yükselişiyle değişen okur alışkanlıkları ve "haberden kaçınma" kültürü de bu sorunu derinleştirmektedir. Dolayısıyla, krizin nedenlerini çok boyutlu ve ilişkisel bir yaklaşımı ele almak adına mevcut alanda haber üreticileriyle birlikte, haber tüketicilerinin konumuna da değinmek yerinde olacaktır.

1.2.2. Tüketim İlişkilerindeki Değişim: Kamusal Yeterlilik Krizi

Değişen tüketici alışkanlıkları, gazeteciliğin içinde bulunduğu krizin önde gelen sebeplerinden biri olarak kabul edilmektedir. Dijital içeriğin basılı mecralara kıyasla giderek daha fazla tercih edilmesi, geleneksel gazetelerin aboneliklerini ve okur sayılarını önemli ölçüde azaltmıştır. Bu dönüşüm, yerleşik medya kuruluşlarının hem geçerliliğini hem de finansal istikrarını sürdürebilmek amacıyla hızla uyum sağlamasını zorlaştırmaktadır (Pickard, 2020). Reuters Enstitüsü'ün "2025 Eğilim ve Öngörüler Raporu"nda gazetecilerin karşılaşılacak en büyük zorluğun haber tüketme alışkanlığını kaybeden kitleleri yeniden kazanmak ve yeni nesli habere çekmenin yollarını bulmak olduğu vurgulanmıştır (Newman ve Cherubini, 2025: 3-4). Bu durum, aynı zamanda gazeteciliğin demokrasiye olan katkısının giderek zayıflamasıyla da ilişkilidir. Tüketim ilişkilerindeki değişimden kaynaklanan bu krizi Blumler (2010: 439), "kamusal yeterlilik krizi (civic adequacy crisis)" olarak tanımlamakta ve geleneksel haber değerlerinin, toplumsal stereotiplerin ve yanıltıcı anlatıların yeniden üretilmesine katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla, finansal kriz gazetecilik kurumlarının varlığını tehdit ederken, toplumsal kriz ise gazeteciliğin demokratik işlevini ciddi ölçüde zayıflatmaktadır.

"Kamusal yeterlilik krizi" (civic adequacy crisis) kavramı, temelde gazeteciliğin demokratik işlevini gerektiği gibi yerine getirip getiremediği sorusu etrafında şekillenmektedir. Blumler (2010), bu kavramı, haberlerin tüketilme biçimlerindeki dönüşümün yanı sıra medya kuruluşlarının haber üretim süreçlerindeki değişimlerin de etkisiyle, gazeteciliğin halkı bilgilendirme ve demokratik katılıma olan katkısının zayıflamasını ifade etmek için kullanmaktadır. Kamusal yeterlilik krizi, yalnızca gazetecilik mesleğine özgü bir sorun olmayıp, tüm medya ekosisteminin ve toplumsal-siyasal yapıların dönüşümüne işaret eden daha geniş bir sorunsalın parçasıdır. Bu kriz, medyanın demokratik süreçlerdeki rolünün yeniden değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymakta ve gazeteciliğin kamusal yarara hizmet etme işlevinin nasıl güçlendirilebileceğine dair yeni tartışmaları beraberinde getirmektedir.

Bu kapsamda, finansal sürdürülebilirlik krizi (viability) çözüldüğünde bile toplumsal yeterlilik krizi (civic adequacy) kendiliğinden çözülmez. Dolayısıyla, gazeteciliğin toplumsal güveni tekrardan sağlamak için sadece ekonomik değil, aynı zamanda etik ve toplumsal reformlara ihtiyacı vardır. Öyle ki, son yıllarda gazeteciliğe ilişkin çok ciddi bir güven aşınmasının yaşandığı gözlenmektedir. Önyargı, yanlış bilgilendirme ve şeffaflık eksikliği algıları nedeniyle kamuoyunun medyaya olan güveni azalmıştır. Özellikle Facebook'da başlayan *Cambridge Analytica* skandalı, Donald Trump'ın ABD Başkanı seçilmesiyle kendisini eleştiren medyaya "halkın düşmanı" olarak saldırması, İngiltere'deki Brexit kampanyalarında medyaya yönelik eleştiriler medyaya ilişkin son yıllarda artan güvensizliği ve önyargıları pekiştiren unsurlar olarak değerlendirilebilir (Zuckerman, 2021: 76).

Schapals (2022), gazeteciliğin üretim ilişkilerinde yaşadığı krizin ötesinde daha derin bir soruna dikkat çekmekte ve günümüzde "gazeteciliğe ve gazetecilere değil, kurumların bütününe yönelik bir güven krizi" (2022: 9) yaşandığını vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Ethan Zuckerman (2021) da medya başta olmak üzere kurumlara duyulan güvenin azalmasının önemli nedenlerinden birinin, Ronald Reagan ve Margaret Thatcher dönemlerinden itibaren temel devlet kurumlarına olan güvenin ciddi ölçüde sarsılması olduğunu ifade etmektedir (2021: 44-47). Dolayısıyla tüketim ilişkilerindeki değişim, özünde sadece gazeteciliğe karşı değil, geleneksel kurumların bütününe ilişkin bir güven krizinden kaynaklanmaktadır.

Edelman'ın (2025) *Küresel Güven Raporu*'na göre, dünya genelinde hükümetler, işletmeler, medya ve sivil toplum kuruluşları gibi aktörlere duyulan güvenin azalması, toplumsal düzeyde bir "güven krizini" derinleştirmekte ve bu durum sosyal, ekonomik ve politik sonuçlar doğurmaktadır. Raporda, gazetecilik ve medya sektörünün, insanların en az güven duyduğu alanlar arasında yer alması dikkat çekicidir: Katılımcıların %70'i, gazetecilerin insanları yanlış yönlendirdiğini ve kasıtlı olarak yanlış bilgi verdiğini düşünmektedir (Edelman, 2025: 10). Ayrıca, gazetecilerin CEO'lar ve hükümet liderleri ile birlikte "en az güvenilen profiller" arasında bulunduğu bulgulanmıştır (Edelman, 2025: 49). Raporda dikkat çeken bir diğer bulgu ise, medyanın yalnızca belirli gruplara hizmet ettiği yönündeki yaygın algıdır. Bu durum, medyanın toplumun farklı kesimlerinin bilgi ihtiyaçlarına eşit derecede cevap

veremediğini göstermektedir. Dolayısıyla, tüketim ilişkilerindeki dönüşümü, kurumlara yönelik küresel çapta yaşanan güven krizi ve gazetecilik alanına duyulan güvensizlikle birlikte değerlendirmek gerekmektedir.

Öte yandan, *Cambridge Analytica* skandalının ardından *Facebook*'a duyulan güvensizlik, *Metaverse* yatırımlarının beklenen etkiyi göstermemesi, Elon Musk'ın *X* (*Twitter*) üzerindeki olumsuz etkisi ve *TikTok*'un ABD-Çin ilişkilerinde potansiyel bir gerilim kaynağı hâline gelmesi gibi faktörler, önümüzdeki yıllarda küresel ölçekte "sosyal medyadan kaçış" ve "dijital göç" eğilimlerinin doğmasına yol açabilir (Papacharissi, 2022). Bu eğilim, *Mastodon*, *Post.News* ve *Hive* gibi ana akım platformlara alternatif yeni mecraların görünürlüğünün artmasıyla da kendini göstermektedir. Özellikle son on yıllık süreçte sosyal medya ile iç içe bir gelişme refleksi sergileyen çağdaş gazetecilik alanının, bu dönüşümden etkilenmemesi mümkün değildir. Sosyal medyada yükselen dezenformasyon ve ideolojik kutuplaşma gibi olumsuzluklar, gazetecilik alanına ve gazetecilik algısına doğrudan yansımaktadır. Özellikle gazeteciliğin sosyal medya platformlarına giderek artan bağımlılığı, sektöre yönelik güven kaybının önemli nedenlerinden biri olarak değerlendirilebilir.

Tüm dünyada, özellikle dezenformasyonun yaygınlaşması ve ideolojik kutuplaşmanın artmasıyla birlikte, medyanın tarafsız ve güvenilir bir bilgi kaynağı olma rolünün izleyiciler nezdinde erozyona uğradığı gözlemlenmektedir. Bu durum, kuşkusuz halkın haber kaynaklarına erişim biçimlerini ve haber tüketim alışkanlıklarını değiştirmekle kalmayıp, medya kuruluşlarının varlıklarını sürdürme stratejilerini de önemli ölçüde etkilemektedir. Nitekim, "başlangıçta siyasi önyargılara hitap eden uydurma medyayı tanımlamak için kullanılan 'sahte haber' terimi, Trump tarafından kendisini eleştiren her türlü medya içeriğini nitelendirmek amacıyla benimsenmiş" (Zuckerman, 2021: 76) ve bu durum, gazeteciliğin ve haberin kültürel değerini aşındırmıştır.

Bu güven erozyonu, izleyicileri ana akım medyadan daha da uzaklaştıran artan siyasi kutuplaşma ve toplumsal eşitsizliklerle birleşmektedir (Myers ve Gilberds, 2024: 25-26). Öyle ki, birçok bölgede gazeteciler, bağımsız haberciliği engelleyen

artan siyasi baskı ve sansürle karşı karşıyadır. Otoriter rejimler bilgi akışını kontrol etmek için sıklıkla taktikler uygulamakta, bu da özgürce faaliyet göstermek isteyen gazeteciler için ortamı daha da karmaşık hale getirmektedir (Alexander, 2015: 11). Bu durum, partizan haber kuruluşlarının yükselişini de beraberinde getirmiş; izleyicilerin yalnızca mevcut inançlarını pekiştiren bilgilerle etkileşime girebildiği parçalanmış bir medya ortamına katkıda bulunarak toplumdaki kutuplaşmanın artmasına yol açmıştır (Alexander, 2015: 22). Öyle ki 2024 yılı Reuters Institute Dijital Haber Raporu'na katılan her on kişiden yaklaşık dördü (%40) çoğu zaman haberlere güvendiğini söylemektedir (Newman vd., 2024: 24). Dolayısıyla, insanların çok büyük bir bölümü için günümüzde "haber" güvenilir bir kaynak olarak değerlendirilmemektedir. Bu bağlamda günümüzde habere duyulan güvenin yeniden tesis edilebilmesi yönünde "haberde değer yaratma" meselesi, haber merkezlerinin karşılaştığı en önemli yapısal zorluklardan biri olarak öne çıkmaktadır (Baştürk, 2024: 34).

Habere karşı güven kaybının nedenleri arasında, niceliksel olarak fazla ancak niteliksel olarak sınırlı organizasyonların alanda etkin hâle gelmesi gösterilebilir. Öyle ki, ekonomik ve politik aktörlerin medya alanına doğrudan müdahaleleri, bilgi ekosistemini ve kamusal alanı parçalamakta; nitelikli aktörler ise azınlıkta kalmaktadır. Özellikle giderek kutuplaşan toplumlarda, dünyanın pek çok yerinde önemli politikacılar, bağımsız gazetecilere yönelik saldırılarda bulunmakta ve gazetecilik faaliyetlerini tehditler veya davalarla engellemeye çalışmaktadır. Giderek artan sayıda ülkede, ulusal güvenlik yasaları da dâhil olmak üzere mevcut veya yeni yasalar, gazetecilerin çalışmalarını zorlaştırmak amacıyla kullanılmaktadır (Newman ve Cherubini, 2025: 6). Dolayısıyla, medya ortamının yapısal sorunları ile izlerkitlenin medya tüketim pratikleri arasında bir ilişki bulunmaktadır.

Fletcher vd.'nin (2025) 46 ülkede haber kullanım alışkanlıklarını inceledikleri araştırma sonuçlarına göre 2015'ten bu yana dünya genelinde habere duyulan güven genel olarak azalmaktadır; ancak, bu düşüş her ülkede aynı oranda gerçekleşmemektedir. Demokratik-korporatist medya sistemlerinde haber güveninin daha istikrarlı seyrettiği gözlemlenirken, kutuplaşmış medya sistemlerinde güvenin hızlı bir biçimde gerilediği saptanmıştır (Fletcher vd., 2025: 11). Bu veriler, habere yönelik güven düzeylerindeki değişimlerin, büyük ölçüde bireysel faktörlerden ziyade

medya ortamının yapısal dönüşümüyle ve medya-politika ilişkisiyle açıklanabileceğine işaret etmektedir.

Tüketim ilişkilerindeki bir diğer önemli değişim, okurların haber tüketim mecralarının dönüşmesidir. Özellikle genç kitleler, habere erişimde geleneksel gazeteleri veya televizyon bültenlerini giderek daha az tercih etmekte; bunun yerine sosyal medya akışlarında dikkat çekici başlıklarla veya influencer'ların yönlendirdiği içeriklerle daha fazla etkileşime girmektedir (Newman vd., 2024: 53; Newman ve Cherubini, 2025: 4). Fletcher vd.'nin (2025) araştırmaları haber güveninin yalnızca bireysel tercihlere değil, medya kullanım alışkanlıklarındaki yapısal dönüşümlere de bağlı olduğunu göstermektedir. Çalışmada, televizyon haberlerini daha çok tüketen bireylerin haber medyasına daha fazla güven duyduğunu; buna karşın sosyal medya üzerinden haber tüketenlerde bu güvenin daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla, televizyon haberlerine ilginin azalması güvenin düşmesiyle ilişkilendirilirken, sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanımının artması güven düzeyini olumsuz etkilemektedir (Fletcher vd., 2025: 8-9).

Diğer yandan, haberlerin sürekli olarak negatif bir dil kullanması; savaş, göç ve çatışma gibi konuları sıklıkla gündeme getirmesi, izleyici kitlesinde korku duygusunu tetiklemekte ve bu durum insanların haber yerine daha eğlenceli yayın formatlarına yönelmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla, toplumun önemli bir kesimi hem ekonomik hem de dijital dönüşümün yarattığı bilgi bolluğu içinde haberin değerine dair şüpheye düşmekte ve "haberden kaçınma" (news avoidance) eğilimi göstermektedir (Skovsgaard ve Andersen, 2020; Villi vd. 2022; Toff vd., 2023; Andersen vd., 2024).

2022 *Reuters Institute Dijital Haber Raporu*'na göre (Newman vd., 2022), dünya genelinde haberden kaçınma (news avoidance) davranışına ilişkin ciddi bir artış yaşanmaktadır. *Reuters Institute*'ün 2022 yılının sonunda yaptığı bir başka araştırmada ise dünyadaki yayıncıların %72'si, insanların haberlerden giderek daha fazla kaçınmasından endişe duyduğunu ifade etmektedir (Newman, 2023). 2024 yılı *Reuters Institute Dijital Haber Raporu* incelendiğinde ise neredeyse her on kişiden dördünün (%39) haberlerden "bazen" ya da "sıklıkla" kaçındığını belirtilmiş; karşılaştıkları

haber sayısının fazlalığı nedeniyle kendilerini "aşırı yüklenmiş" hissettiklerini söyleyenlerin oranı ise 2019'dan bu yana önemli ölçüde (+11 puan) artmıştır (Newman vd., 2024: 11). Reuters Institute'ün 2025 yılına ait bir başka raporunda ise "kötü haber sağanağının" (Gazze, Ukrayna ve Orta Doğu'daki savaşlar, İklim Felaketi, Avrupa'da radikal sağın yükselişi ve Trump'ın söylemleri) önlenemeyecek boyuta geldiği medya profesyonelleri tarafından belirtilmiştir (Newman ve Cherubini, 2025: 3-4). Dolayısıyla, "haber yorgunluğu" ve "haberden kaçınma" davranışlarının devam etmesi beklenmektedir.

Bu noktada, değişen tüketim ilişkileri bağlamında "haberden kaçınma" olgusunu detaylandırmak yerinde olacaktır. Haberden kaçınma, bireylerin kasıtlı olarak haber tüketimine direnme veya haberleri reddetme durumu olarak tanımlanmaktadır. Bu kaçınma davranışı, haberlerin aşırı politikleşmesi, olumsuz içerik barındırması veya bireylerin günlük yaşamlarında bir fayda sağlamadığını düşünmeleri gibi çeşitli nedenlerden kaynaklanmaktadır (Toff vd., 2023; Andersen vd., 2024). Haberden kaçınma, yalnızca bireylerin bilgiye erişimini sınırlamakla kalmayıp, demokratik katılım süreçlerini de olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle politik haberlerden kaçınan bireyler, kamusal alandaki tartışmalardan uzaklaşarak karar alma mekanizmalarına daha az katılmaktadır. Toff vd.'ne (2023: 8) göre, "haberden kaçınma, yalnızca siyasi ve sivil yaşamda bilgiye erişimi olanlar ile olmayanlar arasındaki eşitsizliği artırması nedeniyle değil, aynı zamanda bu kaçınma davranışının siyasi yelpazenin farklı kesimlerinde eşit şekilde görülmemesi ve toplumu ideolojik çizgiler boyunca daha da kutuplaştırması nedeniyle de bir sorundur."

Haberden kaçınmanın çeşitli nedenleri mevcuttur. Toff vd.'nin (2023) kapsamlı araştırmasına dayanarak, sürekli haberden kaçınan bireylerin kendilerini haberlere yabancılaşmış hissetmelerinin nedenlerinin yalnızca haberin içeriksel unsurlarına indirgenemeyeceği ortaya konulmuştur (Toff vd., 2023: 3-5). Aşırı bilgi yükü, haberlerin olumsuzluğu ve medya güvensizliği gibi faktörler -uluslararası raporlarda da belirtildiği üzere (Newman vd., 2022; Newman, 2023; Newman vd., 2024; Newman ve Cherubini, 2025)- haberden kaçınma davranışının öncül unsurları olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, dijitalleşmenin etkisiyle haber tüketimi bireyselleşmiş; sosyal medya algoritmaları, kullanıcıların tercihleri doğrultusunda haber içeriklerini

şekillendirmekte ve bu da bireylerin kendilerine rahatsızlık veren veya ilgi alanlarına girmeyen haberlerden uzaklaşmalarını mümkün kılmaktadır. Bunun yanı sıra, geleneksel gazetecilik anlayışında haberlerin kamu yararına sunulması beklense de günümüzde haberlerin aşırı dramatize edilmesi veya politik kutuplaşmaya zemin hazırlaması, bireylerin haberlere olan ilgilerini azaltan önemli etmenler arasında değerlendirilmektedir.

Bu bağlamda, haberden kaçınma davranışını "istemli (intentional)" ve "istemsiz (unintentional)" biçiminde kavramsallaştırmak daha doğru görünmektedir (Skovsgaard ve Andersen, 2020). Haberlerin aşırı derecede olumsuz olması, bireylerin ruh hâlini olumsuz etkilemesi, haber medyasına duyulan güvensizlik ve bilgi fazlalığından kaynaklanan haber yorgunluğu (news fatigue) gibi etkenler sonucu insanların haber tüketiminden bilinçli olarak uzaklaşması "istemli kaçınma" olarak nitelendirilmektedir (Skovsgaard ve Andersen, 2020: 463-464). Öte yandan, eğlence içeriklerinin artışıyla birlikte bireylerin doğal olarak haberlere daha az maruz kalması veya dijital algoritmaların eğlence içeriklerini ön plana çıkararak kullanıcıları haberlere daha seyrek ulaştırması "istemsiz kaçınma" şeklinde değerlendirilebilir (Skovsgaard ve Andersen, 2020: 465). Dolayısıyla, haberden kaçınma olgusu yalnızca ilgisizlikten kaynaklanmamaktadır. Bireylerin zihinsel yükü hafifletme, olumsuz duygularla başa çıkma ya da medya güvenilirliğine ilişkin kaygıları gibi çeşitli faktörler bu kaçınma davranışını pekiştirmektedir. Sürekli bilgi akışı ve haberlerin duygusal içeriğiyle karakterize olan dijital medya ortamı ise bireylerin haberden kaçınma eğilimlerini daha da artırmaktadır (Andersen vd., 2024: 1371-1375).

Öte yandan, Villi vd. (2022) tarafından küresel düzeyde yürütülen bir araştırma, haberden kaçınmanın salt bireysel bir tepkiyi yansıtmadığı; aynı zamanda kolektif kültürel pratiklerin de bir parçası olabileceğini öne sürmektedir. Bu açıdan, belirli ülkelerdeki politik atmosfer, medya sistemi ve kültürel dinamikler, bireylerin haber tüketme biçimlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Dolayısıyla, haberden kaçınma oranı ve gerekçeleri ülkeler arasında önemli farklılıklar gösterebilmektedir. Örneğin, ABD'de haberden kaçınma oranının %41 iken Finlandiya'da %17 olarak kaydedilmesi, bu değişkenliğe somut bir örnek oluşturmaktadır. Sonuç olarak, haberden kaçınma, bireylerin içinde bulundukları sosyokültürel bağlam ve medya

ekosistesiyle etkileşimli bir süreç olarak farklı biçimlerde ortaya çıkmakta ve tek boyutlu bir olgudan ziyade çok katmanlı bir davranış örüntüsünü yansıtmaktadır.

İfade edilen noktalar ışığında, "haber yorgunluğu" ve "haberden kaçınma" davranışları, güncel medya ekosisteminde tüketim ilişkilerinin dönüşümünde belirgin etkenler olarak değerlendirilebilir. Özellikle dijital teknolojilerin ve sosyal medya platformlarının yaygın kullanımı, haber akışında sürekli artan bir yoğunluğa yol açmış; bu durum, bilgi kirliliği, şeffaflık eksikliği ve duygusal yorgunluk gibi etmenler sebebiyle izleyici ve okuyucu kitlesinin haber içeriklerinden bilinçli ya da bilinçsiz biçimde uzaklaşmasını beraberinde getirmiştir (Skovsgaard ve Andersen, 2020; Andersen vd., 2024). Bu olgu, tüketici-üretici ilişkisinde bir dönüm noktası olarak görülebilir; zira izlerkitle, medya ürünlerine duydukları güvenin sarsılması sonucunda, esnek ve seçici tüketim eğilimlerini benimsemektedir (Newman vd., 2024: 53). Böyle bir ortamda, hâlihazırdaki gazetecilik modelleri, haberin nesnellik ve tarafsızlık iddiasının ötesine geçerek izleyicilerin duyusal, duygusal ve bilişsel gereksinimlerine yanıt verme konusunda yetersiz kalmaktadır.

Bu doğrultuda, teknolojik, toplumsal ve ekonomik dönüşümlerin gazetecilik alanının mesleki ethosuna, hâkim kodlarına, işlevlerine ve gazetecilik otoritesine nasıl etki edeceği; gazeteci habitusunun hangi örüntülerle biçimleneceği, güncel gazetecilik tartışmalarının merkezinde yer almaktadır. Öte yandan, yalnızca gazetecilik değil, bu mesleğin çıktısı olan "haber" kavramı da bu dönüşümler çerçevesinde sorgulamaya açık bir hâl almaktadır. İnsanların haber içeriklerinden uzaklaşma eğiliminin belirginleştiği bir ortamda, gazetecilik pratiğinin salt bilgilendirme işleviyle sınırlı kalmaması gerektiği açıktır. Bu açıdan "haber sonrası gazetecilik" yaklaşımı, haberi yalnızca aktarma işlevinin ötesine taşıyıp toplumsal bağlamı, derinlemesine analizleri ve interaktif platformları merkeze alan, izleyiciyle etkileşimi ön plana çıkaran bir modelin gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu çerçevede, bir sonraki bölümde, gazetecilik alanındaki hem üretim hem de tüketim ilişkilerindeki değişimin bir yansıması olarak "haber" kavramındaki dönüşüme odaklanılacak ve "haber sonrası gazetecilik" perspektifi tartışılacaktır.

1.2.3. Haber Nosyonundaki Değişim: Haber Sonrası Gazetecilik

Gazetecilik alanındaki normatif kuralları şekillendiren tarihsel, kültürel ve ekonomik süreçler, bu kuralların dönüşümünde de belirleyici rol oynamaktadır. Bununla birlikte, günümüzde "sabit" bir meta gazetecilik anlatısının kurumsallaştığını öne sürmek zordur. Zira mevcut gazetecilik alanı, farklı anlatıların karmaşık etkileşimi, öznel gerçeklikler ve büyük meta-anlatılardan uzaklaşma gibi unsurlarla karakterize edilmektedir (Deuze, 2005: 458; Wahl-Jorgensen, 2016: 103-104). Nerone'a (2013: 454) göre hegemonik Batı gazeteciliği, Batı ülkelerindeki günlük gazetelerin geniş işçi sınıfı okur kitlesine etkili biçimde ulaşmayı başardığı bir dönemde ortaya çıkmıştır. Buna karşın, günümüzde Batı'da herhangi bir haber medyası formatının benzer ölçüde dağıtım iddiasında bulunabildiği söylenemez. Ayrıca, bir sonraki baskın haber formatı konusunda da henüz belirgin bir aday görünmemektedir. Dijital medyadaki yeni oluşumlar, dünyanın bazı bölgelerinde olumlu gelişmeler yaratmakla birlikte, sosyal medya temelli yapıların yeni bir hegemonik gazeteciliğin altyapısını inşa etmesi pek olası görünmemektedir. Zira bu mecralar, geçmişte Batı'daki günlük gazetelerin yaptığı gibi geniş yurttaş kitlelerini "aydınlatma" işlevini yerine getirememektedir (Nerone, 2013: 454). Bu durum, gazeteciliğin çıktısı olan "haber" nosyonunun günümüzde ne anlama geldiği sorusunu yeniden gündeme getirmekte ve haberin hem kültürel hem de meta değerinin ne olduğuna dair tartışmaları derinleştirmektedir.

Haber nosyonundaki değişim, gazeteciliğin üretim ve tüketim süreçlerinden kaynaklı değişimlerin bir sonucu olarak haberin gündelik yaşamdaki konumu ile yakından ilişkilidir. Haber okumak bir zamanlar gündelik yaşamda "kültürel bir form" olarak kabul edilirken (Carey, 2009: 16-17), günümüzde haber sosyal medya akışı için karşılaşılan bir olgu haline gelmiştir. Klasik anlamda haberin en temel işlevi, kitleleri "bilgilendirmek" olarak kabul edilmektedir. Ancak, medya alanının dijitalleşme süreciyle birlikte hem üretim hem de tüketim boyutunda yaşanan dönüşüm, "haber" kavramını büyük ölçüde "içerik" kavramıyla örtüştürmektedir. Bu durum, içerik ve haberin aynı şeyler olarak algılanmasına zemin hazırlamaktadır. Kuşkusuz, geleneksel medya merkezlerinin yayın politikalarını *YouTube* ve *Instagram* gibi dijital platformların yapısına uyarlamaları, bu algının oluşmasında önemli bir rol

oynamaktadır. Günümüzde haber paylaşımı, artık yalnızca gazeteler, radyolar veya televizyonlar gibi geleneksel mecralarla sınırlı değildir; *YouTube*, *X*, *Instagram* ve *TikTok* gibi dijital platformlarda da sıklıkla karşılaşılan bir metin türü hâline gelmiştir. Bu dönüşüm, dijital çağda haber tüketim alışkanlıklarının köklü bir şekilde değişmesine neden olmuştur. Bu süreç, bir yandan da haberin doğası ve işlevi üzerine yeni tartışmaları da beraberinde getirmektedir.

Zygmunt Bauman'ın (2019: 32) sözleriyle ifade edilen *akışkan modernite* (*post-modernite*) çağında, yapıların biçim değiştirmesi, mevcut hâllerini korumalarından daha kolay hâle gelmiştir. Bu durum, yeni yapıları çeşitlilik temelinde bireyselleşmiş ve özelleştirilmiş versiyonlara dönüştürmektedir. Dijital dönüşüm, haber üretim pratiğini verimlilik esasına dayalı olarak daha olanaklı kılmakla birlikte, haberin "meta" konumuna yönelik yeni rakiplerin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Böylece haberin "meta değeri" erozyona uğramıştır. Günümüzde *New York Times*'ta yayımlanan bir haber, yalnızca *Washington Post* gibi rakip yayın kuruluşlarının içerikleriyle rekabet etmemekte; aynı zamanda *BuzzFeed* gibi eğlence odaklı internet medyasıyla, *Vox* gibi açıklayıcı formatlarıyla, *YouTube*'daki niş içeriklerle, *X* (*Twitter*) üzerinden aktarılan "son dakika" enformasyon akışıyla, podcast yayınlarıyla ve hatta *Netflix* içerikleriyle de bir meta olarak yarışmaktadır. Bu gelişme, "haber" nosyonuna doğrudan bir alternatif sunmasa da, haber alma biçimlerine yönelik alternatiflerin görünürlüğünü artırmış ve haber dışı alanlardan bilgi ihtiyacının karşılanabilmesini mümkün kılmıştır.

Reuters Enstitüsü tarafından hazırlanan *Gazetecilik, Medya ve Teknoloji: 2025 Eğilim ve Öngörüler Raporu*'nda, izleyici kitlesinin video formatına yöneldiği ve yayıncıların da bu eğilim doğrultusunda *YouTube* ve *TikTok* gibi görsel ağırlıklı platformlara daha fazla içerik üretmeye başladığına ilişkin veriler yer almaktadır (Newman ve Cherubini, 2025: 3-4). Geleneksel medya kurumlarının "haber-içerik" trendine uyum sağlama girişimleri, "haber" kavramının özünde köklü bir dönüşümü beraberinde getirmektedir. Buna ek olarak, içerik üreticilerinin kendilerini "gazeteci" olarak nitelendirmesi ve ürettikleri her yayını bir gazetecilik faaliyeti şeklinde sunması, günümüzde "haber" nosyonunun neye tekabül ettiği sorusunu daha da karmaşık hâle getirmektedir. Bu durum, gazetecilik alanının sınırlarını

bulanıklaştırmakta, geleneksel medya ile yeni medya aktörleri arasındaki ayrımı giderek belirsizleştirmektedir.

Benzer bulgular, *Pew Research Center*'ın 2025 tarihli "What is News?" başlıklı raporunda da gözlemlenmektedir (Eddy vd., 2025). Dijital dönüşümün haber tüketim alışkanlıklarını nasıl etkilediğini ampirik verilerle ortaya koyan bu çalışmaya göre, geleneksel medya araçlarının (gazete, televizyon) yerini giderek sosyal medya platformları, podcast'ler ve vlogger içerikleri almaktadır. Özellikle Z kuşağı (18-30 yaş), haberleri *TikTok* ve *YouTube* üzerinden takip etme eğilimi göstermekte, bu platformlardaki bilgilendirici videolar ise katılımcılar büyük çoğunluğu tarafından sıklıkla "haber benzeri" içerikler olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, bu platformlardaki içeriklerin gazetecilik standartlarını karşılayıp karşılamadığı konusunda katılımcılar arasında belirgin bir görüş ayrılığı bulunmaktadır. Nitekim bireylerin "haber" tanımını kişisel deneyimlerine, kimliklerine ve ilgi alanlarına göre şekillendirdikleri görülmektedir. Raporda özellikle seçimlere ilişkin bilgiler (%66) ile Gazze'deki savaş hakkındaki içerikler (%62), "sert haber" kategorisinde değerlendirilmiş; bu konular katılımcılar tarafından açık biçimde "kesinlikle haber" olarak tanımlanmıştır. Buna karşılık, ünlülere dair içeriklerin yalnızca %3'ü "kesinlikle haber" olarak nitelendirilmiştir. Bu durum, bireylerin haber tanımında kişisel ilgi ile toplumsal önem arasında bir denge kurmaya çalıştıklarını göstermektedir (Eddy vd., 2025). Sonuç olarak rapor, dijital çağda haberin tanımının ve tüketim biçimlerinin bireyselleştiğini, ancak, doğruluk, güncellik ve toplumsal önem gibi temel gazetecilik kriterlerinin geçerliliğini hâlâ koruduğunu ortaya koymaktadır.

Medyanın tarihsel açıdan taşıdığı yapısal sorunlara ek olarak, enformasyon kapitalizminin önde gelen şirketleri medya sektöründe belirleyici bir konuma yükselmiş (Fuchs, 2012: 701-705), liberal gazetecilik kodlarının dayandığı kategoriler giderek bulanıklaşmıştır (Turner, 2005: 321). Ayrıca, medya şirketleri için reklam artık temel gelir kaynağı olma niteliğini büyük ölçüde yitirmiştir. Dijital gazeteler söz konusu olduğunda, haber içeriğinden ziyade sayfa görüntülenme sayısı esas kazanç kalemini oluşturmaya başlamıştır. Haberin meta değerindeki bu dönüşüm, geleneksel haber metinlerinin bir kültürel form olarak ortadan kalktığına işaret eden güncel

tartışmaların görünürlük kazanmasına neden olmaktadır (Eldridge, 2014; Carlson, 2015; Deuze ve Witschge, 2018; Mir, 2020; Derakhshan, 2019; 2021; Gurri, 2021).

Alandaki üretim ve tüketim süreçlerinde yaşanan dönüşüm, haber kavramını, gazeteci kimliğini ve gazetecilik alanının sınırlarını köklü bir şekilde yeniden yapılandırmaktadır. Haberin meta değerindeki bu değişimle birlikte, geleneksel haber anlayışını (örneğin ters piramit tekniği ve 5N1K kuralı çerçevesinde, gündelik bilgi ve enformasyon sağlayan biçim) ortadan kalktığını ve artık "haber sonrası gazetecilik (post-news journalism)" çağında yaşadığımızı öne süren yaklaşımlar dikkat çekmektedir (Derakhshan, 2021: 123). "Haber Sonrası Gazetecilik" kavramı, geleneksel haber formatının günümüzün sektörel ve demografik ihtiyaçlarına yeterince yanıt veremediği görüşünü esas almakta ve dijitalleşme sürecinin haber olgusunu, dolayısıyla haber üreten aktörlerin rolünü yeniden sorgulamaya açmaktadır. Haberin hem meta hem de kültürel değerindeki bu dönüşüm, geleneksel haber üretim tekniğinin değişmesine neden olmuş; haber formu niş formatlara doğru evrilmiştir. Bu bağlamda, çok biçimli gazetecilik (longform journalism), etkileşimli podcast yayıncılığı ve dijital öykü anlatıcılığı (storytelling) gibi yeni haber konseptleri giderek daha görünür hâle gelmektedir (Mir, 2020; Derakhshan, 2021; Gurri, 2021). Böylece, gazetecilik pratiğinden doğan "haber" kavramının ne anlama geldiği günümüzde her zamankinden daha belirsiz bir noktaya ulaşmış; bu belirsizlik, "haber alma gereksiniminin" gazetecilik dışı alanlardan karşılanmasına da zemin hazırlamıştır.

Mir'e (2020: 17) göre, haberin meta ve kültürel değerindeki dönüşüm, geleneksel medyanın gündem belirleme tekelini ortadan kaldırmıştır. Zira internet, kitle kaynaklı ve alternatif bir gündem oluşturma yönteminin ortaya çıkmasına olanak tanımıştır. Bu gelişmeye bağlı olarak, izleyiciler ve reklamcılar da daha etkili reklam sunan ve verimli sonuçlar getiren platformlara yönelmiştir. Ayrıca, medya tüketimi için rekabetin giderek yoğunlaştığı günümüzde, yeni dijital medya, kullanıcıların dikkatini çekme konusunda geleneksel medya karşısında çok daha başarılı olmaktadır. Bu durum, gazetecilik pratiğinin ürünlerinden biri olan "haber" kavramının neyi ifade ettiği konusunda belirsizliğe yol açmaktadır. Söz konusu sorunlar nedeniyle, geleneksel haber formu hem bir meta hem de teknik olarak gerileme -hatta bazı

yorumlara göre yok olma-[15] evresine girmiştir (Mir, 2020; Derakhshan, 2021; Gurri, 2021).

İfade edilen noktalardan hareket eden Andrey Mir (2020), konuya hem demografik hem de teknolojik bir bakış açısıyla yaklaşarak güncel gazetecilik alanını "Gazetecilik Sonrası" (Post-Journalism) kavramı çerçevesinde tanımlamaktadır. Mir'e (2020) göre, gazetecilik alanına yönelen "son darbe," geri döndürülemez bir demografik geçişten kaynaklanacaktır. Bu geçişi şu sözlerle açıklamaktadır: "Dijital yerliler, gazeteleri ya geçmişe ait birer öğe ya da bir promosyon kanalı olarak algılamaktadır. Gazetelerle, bir meta veya gündem sağlayıcısı olarak ekonomik ya da toplumsal bir etkileşim kurma deneyimleri yoktur. Bir sonraki dijital nesil olan Z kuşağı ise basınla duyusal bir deneyim dahi yaşamamıştır" (Mir, 2020: 15-16). Son dönemde yapılan bazı araştırmalar, Mir'in bu tespitini destekler niteliktedir. Örneğin, Pew Research Center'ın 2023 yılının sonlarında gerçekleştirdiği bir anket, 18-29 yaş aralığındaki ABD vatandaşlarının yaklaşık üçte birinin haberleri medya organlarından değil, düzenli olarak *TikTok* üzerinden takip ettiğini göstermektedir (Matsa, 2023).

Andrey Mir kadar katı bir ayrım yapmayan Hossein Derakhshan (2019; 2021) ise gazeteciliğin değil, geleneksel anlayışla bildiğimiz "haber nosyonu"nun sonuna gelindiğini savunmaktadır. Derakhshan, sektörel ve demografik düzeyde geleneksel haber formatının günümüz dünyasına uyum sağlayamadığını "Haber Sonrası Gazetecilik" (Post-news Journalism) kavramıyla ifade etmektedir. Burada, gazetecilik alanının bütününü değil, "güncel haber formu"nu ve "haberin doğası"nı sorunlu bir çerçeveye yerleştirmektedir. Dolayısıyla, "Haber Sonrası Gazetecilik" ve "Gazetecilik Sonrası" kavramlarını tartışan yazarların, haberin meta değerinin yanında, haberin kültürel değerindeki dönüşüme de vurgu yaptıkları görülmektedir.

Özetle, "Haber Sonrası Gazetecilik," yeni habercilik pratiklerini keşfetmekten ziyade, geleneksel "haber" kavramının işlevini yitirdiğine işaret eden bir olgudur. Buradaki temel argüman, gazeteciliğin kendisinden çok, onun çıktılarından biri olan "haber"e yöneliktir. Bu konuyu tartışan medya profesyonelleri, geleneksel haber

[15]Hossein Derakhshan (2019) ve Martin Gurri (2021) bu durumu "haberin ölümü" olarak tanımlamaktadır.

biçimlerinin -hem bir meta olarak hem de kültürel bağlamda- popülerliğini kaybettiğini ve artık küresel bir olgu ya da günlük tüketim alışkanlığı olmaktan çıktığını vurgulamaktadır (Mir, 2020; Derakhshan, 2019; 2021; Gurri, 2021). Bu bakış açısından hareketle, "haber" kavramını kültürel bir form olarak ele aldığımızda, günümüzde yaşanan "gazetecilik krizi"nin öncelikli olarak "haberin krizi" olduğu söylenebilir. Gazetecilik alanının karşılaştığı güncel meselelerin en acil olanı, iş modelleri, kaliteli içerik üretimi ya da etik sorunlar değildir. Asıl sorun, geleneksel "haber"in artık bir meta değerine sahip olmayışı; başka bir deyişle, maddi ve manevi açıdan yatırım yapılabilecek bir "değer" barındırmamasıdır.

Bu doğrultuda, Derakhshan (2021: 128), "İki yüzyıldır bildiğimiz şekliyle haberin ölüme yaklaştığını kabul etmemiz gerekiyor; çünkü orta sınıfın büyük bölümü için artık çoğu işlevini yitirdi ve bir meta olarak değeri ortadan kalktı." şeklindeki yorumunun ardından şu soruyu öne sürer: "Ancak, haberler ölüyorsa, gazetecilik -ve dolayısıyla demokrasi- nasıl ayakta kalabilir?" Derakhshan'a (2019) göre, gazeteciliği "kurtarmak," yalnızca yeni iş modelleri geliştirmek ya da ileri teknolojiler kullanmakla sınırlı değildir. Aksine, "haber" nosyonuna ilişkin yeni kültürel formlar ve sunum biçimleri oluşturmakla mümkündür. Bu çerçevede, çok biçimli anlatılar (metin, ses ve videonun etkileşimli biçimde kullanılması), kurgusal olmayan edebiyat, kurgusal olmayan sinema (video belgeseller), sesli belgeseller ve anlatımlı podcast'ler gelecekte meta ve kültürel form değeri taşıyabilecek "yeni haber" biçimleri olarak değerlendirilmektedir (Derakhshan, 2021: 128-129).

"Haber Sonrası Gazetecilik" anlayışı, haberin gündelik yaşamdaki yerine dair önemli gözlemler sunmakla birlikte, aşırı derecede "piyasa" odaklı ve tekno-determinist bir bakış açısına sahip olması nedeniyle eleştiriye de açıktır. Bu yaklaşım, haber formatları üzerinde üretim ilişkilerinin doğrudan etkilerini değerlendirme ve bunlara yönelik yapısal çözüm önerileri sunma konusunda yetersiz kalmaktadır. Nitekim, biçimsel düzeyde kavramsallaştırılan "haber," telgrafla haberleşme sürecinin bir ürünü iken; normatif düzeyde tanımlanan gazetecilik kodları, sektörel gerileme ya da ilerleme dinamiklerinin sonuçları olarak ortaya çıkmaktadır (Taş, 2012: 49; Özer, 2012: 93-95). Dolayısıyla, geleneksel haber formatlarına alternatif olarak geliştirilecek "yaratıcılık" ve "konsept" merkezli yeni anlatım yöntemlerinin, ana akım medya

alanında süregelen tarihsel ve yapısal sorunlara ne ölçüde çözüm getirebileceği belirsizdir. Diğer taraftan, "Haber Sonrası Gazetecilik" olgusunun temelde gazeteciliği değil, "geleneksel haber" anlayışını hedef alan bir eleştiriye dayanması, "haber"i farklı türde "içerik" biçimlerine yaklaştırarak ciddi etik tartışmaları gündeme getirebilir.

Bütün bu eleştiriye açık yönlerine rağmen, "haber sonrası gazetecilik" olgusu, günümüzde haberin ekonomik ve kültürel boyutunu tartışmaya açma konusunda önemli bir başlangıç noktası sunmaktadır. Nitekim, Derakhshan'ın tanımladığı yeni habercilik pratiklerinin, dijital medya dünyasında yalnızca profesyonel gazetecilerin yürüttüğü çalışmalar olmadığı da görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, gazetecilik sınırlarının ötesinde yer alan "öteki" aktörlerin de alanın sınırlarına dâhil olduğu fark edilmektedir. Bu durum, alan tanımlarını ve alandaki aktörlerin konumunu daha muğlak hâle getirdiğinden, *sınır çalışmaları* bağlamında "flu çizgiler" ve "flu aktörler" doğal olarak gazetecilik alanındaki incelemelerin odağına yerleşmektedir.

1.3. NORMATİF HABERCİLİĞİN YAPISÖKÜMÜ OLARAK GAZETECİLİKTE SINIR ÇALIŞMALARI

Gazetecilik alanındaki "sınır" kavramı, özellikle geleneksel haber kuruluşlarının gerilemesi ve yeni dijital medya aktörlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte alan yazında yoğun biçimde tartışılan bir konu haline gelmiştir. Bir önceki bölümde değinilen ekonomik sürdürülebilirlik ve kamusal yeterlilik krizleri ile haber nosyonunun hem meta hem de kültürel değerini kaybetmesi gibi etmenler, kaçınılmaz bir biçimde "gazetecilik nedir?" ve "gazeteci kimdir?" gibi temel soruları gündeme getirmektedir. Bu soruları merkezine alan çalışmalar ise doğal olarak gazetecilik alanındaki sınır çalışmalarının kapsamına dâhil olmaktadır (Carlson, 2015: 9). Geleneksel medyanın görece "istikrarlı" olduğu dönemlerde, gazeteciler kendi mesleklerinin "iyi" ve "kötü" üyelerini ayırt etmek için normatif standartları ve etik ilkeleri kullanmaktaydı. Günümüzde ise geleneksel kurumların istikrarsız bir düzlemde hareket ettiği görülmektedir. Dolayısıyla, günümüzde gazetecilerin etik anlayışı, kendi mesleklerinin "iyi" ve "kötü" üyelerini ayırt etmenin yanında, aynı zamanda -hatta öncelikle- içeridekiler ile dışarıdakileri ayırmak için; daha net ifade etmek gerekirse, kimin gazeteci olup kimin olmadığını ayırt etmek için de kullanılmaktadır (Singer,

2015: 21). Gazeteciliğin normativitesi üzerine verilen mücadeleler, özünde sınırlar üzerine verilen mücadelelerdir. Dolayısıyla, Bourdieu'nun da ifade ettiği gibi gazetecilik alanın sınırları, bir anlamda o alandaki kendine özgü yasalar ve "dış etkenlerle" şekillenmiş sembolik güç alanıdır (Bourdieu, 2021: 45). Bu anlamda, gazetecilik alanında sınırların nasıl oluşturulduğu, alandaki aktörler ve sosyal yapılar arasındaki karmaşık ilişkinin de iz düşümlerini taşımaktadır.

Bu çerçevede, bir araştırma alanı olarak değerlendirilen "gazetecilikte sınır çalışmaları," gazetecilik mesleğinin ve pratiklerinin sınırlarını tartışarak, alandaki sınırların genişlemesine veya korunmasına neden olan etmenleri incelemektedir. Bu çalışmalar, gazetecilik mesleğinin profesyonel normlarını, rol algılarını, uygulamalarını ve dış aktörlerle etkileşimlerini, alanın normatif çerçevesi dâhilinde nasıl müzakere edildiğini araştırmaktadır. Özellikle dijital çağda, "gazeteciliğin ne olduğu" ve "kimin gazeteci sayılması gerektiği" gibi hayati sorular üzerinde durmaktadır (Ferrucci ve Vos, 2017: 868). Bu bakımdan, "gazetecilikte sınır çalışmaları"nın temel tartışması, alandaki kodlar ile toplumsal yapılar arasındaki ilişkilerin, güncel gazeteciliğin sınırlarını nasıl etkilediği konusuna odaklanmaktadır (Carlson, 2015: 9). Sonuç olarak, sınır çalışmaları, gazetecilikteki hem ekonomik/kurumsal hem de kültürel süreçleri bir arada değerlendirmeyi amaçlayan bir yaklaşım olarak görülebilir. Bu doğrultuda, "sınır çalışmaları" kavramı, "Günümüzde gazetecilik nedir? Gazeteci kimdir? Gazeteciliğin sınırları nerede çizilir? Bu sınırları kim belirler? Sınırlar nasıl oluşturulur ve bu süreçlerin sonuçları nelerdir?" gibi sorular üzerinden araştırma gündemini belirlemektedir.

Lewis (2015), sınır çalışmasının (boundary-work) "aynı anda anlaşılması kolay, paradigmatik açıdan esnek ve analitik bakımdan derin" bir kavram olduğunu öne sürmektedir. Bu yaklaşım, "bir toplumsal dünyanın ve bu dünya ile ilişkili performanslar ile pratiklerin hangi koşullar altında dayanıklı veya yeniden biçimlendirilebilir hâle getirildiğini, bu biçimlendirme çabalarının kimin çıkarları doğrultusunda ve hangi amaçlara hizmet ederek gerçekleştiğini düşünmeye davet etmektedir." (Lewis, 2015: 221). Diğer yandan Lewis (2015: 221-222), gazeteciliğin sınırlarına ilişkin yürütülen araştırmalar kapsamında iki temel öneri sunmaktadır. İlki, toplumsal ve maddi unsurlar ile bunlar arasındaki etkileşimin daha derinlikli biçimde

ele alınması gerektiğini ifade ederken, ikincisi ise özellikle teknoloji ve buna bağlı değişimlerin yarattığı yeni haber yapma koşullarına dair daha yüksek düzeyde bir duyarlılık geliştirilmesini önermektedir. Bu bakış açısı, gazetecilik alanındaki sınır çalışmalarının hem toplumsal-maddi etkileşimlere daha yakından odaklanmasına hem de teknolojik dönüşümlerle ortaya çıkan koşulları daha kapsamlı şekilde analiz etmesine olanak tanımaktadır.

Gazeteciliğin sınırlarını irdeleyen araştırmacılar, gazeteciliğin toplumsal değişimlere nasıl yanıt verdiğini ve yeni medya formlarının ortaya çıkışıyla nasıl dönüştüğünü kavramak için farklı kuramsal çerçevelerden yararlanmaktadır. Sınır çalışmalarına dair ortak, homojen bir kuramsal yaklaşımdan söz etmek güç olsa da bu çalışmaların yöntem ve analiz biçimlerini yönlendiren belirli ontolojik ve epistemolojik eğilimler bulunmaktadır. Bu eğilimler, gazeteciliğin doğasını, bilgi üretim süreçlerini ve araştırma yöntemlerini etkilemektedir. Bu çerçevede, sınır çalışmaları alanında kuramsal düzeyde; Thomas Gieryn'in kültür ve bilim alanına dönük "sınır çalışmaları" kavramından (Carlson, 2015: 10), alandaki aktörlerin güç mücadelesine odaklanması nedeniyle Bourdieu'nun alan teorisinden (Eldridge, 2017: 143-144) ve birey ile kurumların rölativist konumunu vurgulamak üzere Bruno Latour'un aktör-ağ teorisinden (Ryfe, 2022: 274; Nawararthne & Storni, 2023: 1632) yararlanıldığı söylenebilir.

Thomas Gieryn'in (1999) "sınır çalışmaları" yaklaşımı, bilimin toplumsal ve kültürel otoritesini anlamaya odaklanmakla birlikte, gazetecilik alanındaki sınır çalışmalarını incelemek için de önemli bir kuramsal dayanak sunmaktadır (Carlson, 2015: 10). Öte yandan Bourdieu'nun alan teorisi[16], gazetecilik alanının yarı özerk bir yapısı olduğuna işaret eder ve bu alandaki aktörlerin (gazeteciler, editörler, medya sahipleri, reklamcılar, izleyiciler, düzenleyici kurumlar) güç ilişkileri yoluyla alanın sınırlarını şekillendirdiğini vurgular (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 26). Bruno Latour ise aktör-ağ teorisinde, sosyal olguları insan ve insan-dışı eyleyenler arasındaki ilişkiler üzerinden değerlendiren ve ikili karşıtlıkları aşmayı amaçlayan bir ontolojik yaklaşım benimser (Latour, 2021: 43). Bu bakış açısı, gazetecilikteki sınırların

[16]Bu çalışmanın üçüncü bölümünde Pierre Bourdieu'nun alan teorisine, kavram setlerine ve Bourdieu'cu perspektifle gazetecilik alanına daha detaylı yer verilmiştir.

yalnızca mesleki normlar ve etik değerlerle değil, aynı zamanda teknolojik ve dijital aktörlerin katkılarıyla da belirlendiğini göstermektedir (Ryfe, 2022; Nawararthne & Storni, 2023). Aktör-ağ teorisi, özellikle dijitalleşme ve yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilikte ortaya çıkardığı yeni sınırları incelemede etkin bir kuramsal çerçeve sunmaktadır.[17] Böylelikle, Gieryn'in sınır çalışmaları ve Bourdieu'nun alan teorisi, gazeteciliği daha çok mesleki normlar, etkileşim biçimleri ve iktidar mücadeleleri perspektifinden açıklarken, aktör-ağ teorisi bu çerçeveyi genişleterek teknolojinin de temel bir aktör olarak gazetecilik pratiklerinin oluşumunda nasıl rol oynadığını ortaya koymaktadır.

İlgili kuramsal yaklaşımları referans alan gazetecilikte sınır çalışmaları, gazeteciliğin değişen görünümünü anlamak için belirli ön kabullere dayanmaktadır. Bu ön kabuller, gazeteciliğin doğası, toplumla ilişkisi ve yeni medya teknolojilerinin etkileri hakkında temel varsayımları yansıtmaktadır. Nitekim, Carlson ve Lewis'in (2015) gazetecilikte sınır çalışmaları üzerine tartışmalarından hareketle, gazetecilikte sınır çalışmalarının şu ön kabullere dayandığı söylenebilir:

1-Gazeteciliğin Dinamik Doğası: Gazetecilik statik bir yapı olmaktan uzaktır ve sınırları devamlı olarak değişmekte, yeniden tanımlanmaktadır.

2-Alandaki Periferi Aktörler: Normatif bağlamda "gazeteci" olarak tanımlanmayan, ancak gazetecilik alanında faaliyet göstererek bu alanı etkilemeyi başaran yeni aktörler, gazeteciliğin sınırlarını sürekli biçimde müzakere etmekte ve bu sınırların nasıl yeniden tanımlanacağını sorgulatmaktadır. Dolayısıyla, sınır çalışmaları alandaki periferi aktörleri kabul eder ve bunları da çalışma gündemi içine alır.

3-Meta Gazetecilik Söylemi: Gazetecilik, bir meslek pratiği olmanın yanı sıra, aynı zamanda bir *meta söylem*dir. Gazeteciler, profesyonellik ve normatif değerler aracılığıyla kendilerini amatörlerden, gazeteci olmayanlardan ve diğer medya üreticilerinden ayırmaya çalışarak gazeteciliğin sınırlarını koruma gayreti içindedir.

[17] Bu gelişmelerle bağlantılı olarak, Bruno Latour, Michael Callon ve John Law'un çalışmalarından ilham alan aktör-ağ teorisi (ANT) özellikle yapay zekâ araçlarının gazetecilik alanına etkisi konusunda büyük önem kazanmıştır. Bir teoriden ziyade yöntemsel çerçevelere odaklanan ANT, ağa bağlı sistemlerde yer alan aktörler (insan ya da insan olmayan) arasındaki ilişkileri takip ederek, aktörlerin konumlarını ve ağ içerisindeki göreceli etkilerini organik ve durumsal biçimde belirlemeye imkân tanımaktadır (Lewis, 2015: 224).

Sınır çalışmaları sadece sınırların değişkenliğini değil, sınırları koruma yönündeki stratejileri de araştırma gündemi içine alır.

Sınır çalışmaları, gazeteciliğin dinamik bir alan olduğu ve sınırlarının sabit olmaktan ziyade daima yeniden çizildiği önermesini benimsemektedir. Bu doğrultuda, gazeteciliğin doğası, bilgi üretim süreçleri ve yeni medya teknolojilerinin etkileri hakkında kabul gören temel perspektifler, mesleğin sürekli değişen yapısını desteklemektedir. Dolayısıyla, gazetecilikte sınır çalışmalarının dayandığı bu ön kabuller, araştırma alanının temel çerçevesini belirlemekle birlikte, gazeteciliği sürekli dönüşüm hâlinde olan ve yeni aktörlerin katılımıyla yenilenen bir pratik olarak konumlandırmaktadır.

1.3.1. Gazetecilikte Sınır Çalışması Biçimleri ve Sınır Nesnesi Kavramı

Gazetecilik söylemi -spesifik bazı meslek gruplarının aksine- belirli bir topluluğa ait değildir. Haber, gazeteci olmayanlardan derlenir ve yine gazeteci olmayan bir kamuoyu için üretilir. Bu geçirgen doğaya karşın, Matt Carlson (2015: 9) gazetecilerin yaptıkları işi büyük ölçüde toplumsal öneme sahip bir pratik olarak gördüklerini ve gazeteci olmayanların saldırılarına karşı alanı savunduklarını ifade etmektedir. Bu tutum, "profesyonelliğe" duyulan ideolojik bağlılıkla yakından ilişkilidir. Ancak, son yıllarda meydana gelen ekonomik, teknolojik ve kültürel dönüşümler, medya çalışmalarında sınır çalışmalarının önemini her zamankinden daha fazla ön plana çıkarmıştır.

Profesyonel gazetecilerin haber üretimi ve dağıtımı üzerindeki ayrıcalık iddialarının zayıflaması, onları diğer toplumsal aktörlerden ayrışma noktalarını yeniden gözden geçirmeye zorlamıştır. Bu çerçevede, gazetecilikte sınır çalışmaları; alan içindeki (merkez) aktörler ile alan dışındaki (periferi) "müdahaleci" aktörler arasındaki belirsizlikleri, yerleşik sınırların geçirgenliğini ve ortaya çıkan boşlukları ele almaktadır (Eldridge, 2014: 2; Belair-Gagnon ve Holton, 2020: 91). Hem mikro hem de makro düzeylerde ve çeşitli bağlamlarda yürütülen bu çalışmalar, gazetecilik alanının sınırlarının ne şekilde inşa edildiğini veya aşıldığını incelemektedir.

Thomas Gieryn'in (1999) "Cultural Boundaries of Science" adlı eserinde ana hatlarını çizdiği sınır çalışmaları, bilim ve toplum arasındaki sınırların hangi süreçler yoluyla kurulduğunu, korunduğunu ve zaman zaman nasıl değişime uğradığını incelemektedir. Gieryn, bu inceleme alanını "sınır çalışması (boundary-work)" kavramıyla tanımlayarak bilimin sınırlarının sosyal olarak inşa edildiğini savunmaktadır. Ona göre, "(…) bilimin kültürel otoritesine ilişkin sosyolojik bir açıklamanın kendisi 'sınır çalışması'dır" (Gieryn, 1999: 4). Bu yaklaşım, bilimsel toplulukların ve bilim insanlarının, bilimi diğer bilgi biçimlerinden ayırmak ve bilimsel bilginin özerkliğini korumak amacıyla nasıl sınır çizdiklerini ve bu sınırları nasıl koruma yönünde pratikler sergilediklerini ortaya koymaktadır. Gieryn (1999: 17), bilim insanlarının ve bilimsel toplulukların, alan dışı bilgi türlerini dışlayarak bilimsel alanı güçlendirdiğini öne sürer. Böylece, sınırlar yalnızca fiziksel veya kurumsal düzeyde değil, aynı zamanda kültürel olarak da inşa edilmektedir.

Thomas Gieryn'in (1999: 15-17) kültür ve bilim alanında tanımladığı "sınır çalışmaları" tipolojisi (genişleme, dışlama ve özerkliğin korunması), Matt Carlson tarafından gazetecilik alanına uyarlanarak "katılımcılar," "uygulamalar" ve "profesyonellik" unsurlarını içerecek şekilde genişletilmiştir. Bu yaklaşım, gazetecilikte sınır çalışmalarının farklı biçimlerini betimlemek üzere tablo hâlinde sunulmuştur (Bkn: Tablo 1). Böylece, söz konusu tablo, gazetecilik alanında kimlerin dâhil olduğu (katılımcılar), hangi pratiklerin yürütüldüğü (uygulamalar) ve mesleğin normatif çerçevesiyle özdeşleşen profesyonel kodların (profesyonellik) sınırlar üzerindeki etkisini görünür kılmaktadır. Bu kapsamda gazetecilikte sınır çalışması, üç temel biçimde gerçekleşir: Genişleme (expansion), dışlama (expulsion) ve özerkliğin korunması (protection of autonomy).

Tablo 1: Gazetecilikte Sınır Çalışması Biçimleri

	Katılımcılar	Uygulamalar	Profesyonellik
Genişletme	Geleneksel olmayan gazetecilerin dahil edilmesi Örnek: Yurttaş Gazeteciler	Yeni medya uygulamalarının kabul edilebilir olarak ele alınması Örnek: Gazetecilik formu olarak tweet atmak	Yeni medyanın kabul edilebilir gazetecilik örneği olarak özümsenmesi: Örnek: Televizyon ve bloglar profesyonel gazeteciliğe giriş sağlaması
Dışlama	Ayrıksı aktörlerin alandan kovulması. Örnek: Jayson Blair'in sahte haberleri sonrası *New YorkTimes*'tan kovulması	Ayrıksı uygulamaların sınır dışı edilmesi Örnek: Magazin fotoğrafçılarının işten çıkarılması	Ayrıksı biçim ve değerlerin dışlanması Örnek: Partizan haberlerin veya magazin haberlerinin gazetecilik dışı olarak tanımlanması
Özerkliğin Korunması	Gazeteci olmayan enformasyon aktörlerini dışarıda tutmak Örnek: Halkla ilişkiler ajansları, reklam departmanları, vatandaşlar	Doğru uygulamaları savunulması Örnek: Leveson Soruşturması[18], gizli bilgi sızıntılarının yasallığı	Profesyonel olmayan dış aktörlere karşı savunma Örnek: Yönetimi editoryal kontrolden uzak tutmak

(Carlson, 2015: 12)

(1) Genişleme (Expansion): Gazeteciliğin sınırları, medya teknolojilerinin evrim geçirmesiyle sürekli olarak genişlemektedir. Bu süreç, yeni medya ortamlarının ortaya çıkması ve gazeteciliğin farklı biçimlerle bütünleşmesiyle gerçekleşir. Örneğin, basılı gazeteciliğin önce radyo ve televizyona, daha sonra ise dijital platformlara yayılması bu genişleme sürecinin bir parçasıdır. Aynı zamanda, yurttaş gazeteciliği

[18]Birleşik Krallık'ta gazeteciler, *News of the World* skandalı ve *Leveson Soruşturması*'nın ardından hükümetin haberler üzerinde düzenleyici yasalar çıkarma çabalarına karşı çıkmıştır.

gibi yeni aktörlerin dahil edilmesi de gazeteciliğin sınırlarının genişletildiği bir örnektir.

(2) Dışlama (Expulsion): Gazeteciliğin güvenilirliğini korumak ve mesleki etik kuralları sürdürmek adına, zaman zaman belirli kişi veya uygulamalar alandan dışlanır. Örneğin, kasten yalan haber üreten bir gazetecinin çalıştığı kurumdan kovulması ya da sendikal haklarından mahrum bırakılması, gazetecilik mesleğinin itibarını koruma amacıyla uygulanan bir dışlama sürecine işaret eder. Benzer şekilde, aşırı sansasyonel habercilik veya etik dışı yöntemlerle görüntü elde eden magazin fotoğrafçılığının, kimi gazeteciler tarafından gazetecilik çatısı altında değerlendirilmeyişi de bu sınır çalışmasının bir yansımasıdır.

(3) Özerkliğin Korunması (Protection of Autonomy): Gazetecilik, meslek dışı aktörlerin etkisinden korunmak için belirli sınırlar çizerler. Örneğin, halkla ilişkiler uzmanları, reklam departmanları veya siyasi aktörlerin doğrudan gazetecilik süreçlerine müdahale etmesi, mesleğin bağımsızlığına tehdit olarak algılanır. Bu yüzden gazeteciler, gazeteciliğin karar alma süreçlerinde bağımsız kalması için sınırlarını korumaya çalışırlar. Bu bağımsızlık, gazetecilerin haber üretimindeki etik ve yasal çerçevelere bağlı kalmalarını sağlamanın yanı sıra, hükümetler tarafından "suç" ilan edilen ancak gazetecilik açısından "kamusal fayda" değerine sahip içeriklerin yayımlanmasında ısrarcı olabilmeyi de içerir.

Söz konusu üç dinamik, gazetecilik alanının sınırlarını belirleyen temel faktörler olup, mesleğin sürekli dönüşen medya ortamına uyumunu anlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, Tablo 1'deki metris içerisindeki sınır çalışmaları türleri, birbirini dışlayan yapılardan ziyade, etkileşim hâlindeki unsurlar olarak düşünülebilir; zamanla değişip dönüşme potansiyeline sahiptir. Örneğin, blog yazarlığı, geçmişte büyük ölçüde amatörlerin faaliyeti olarak görülmüş ve gazetecilikten dışlanmıştır; ancak son yıllarda gazetecilik sınırları, blog yazarlığının haber iletimi için kabul edilebilir bir format olarak dâhil edilmesi yönünde genişlemiştir (Carlson, 2015: 12).

Öte yandan, yeni medya aktörleri gazeteciliğin dönüşümünde önemli bir rol oynamakla birlikte, geleneksel medya bu aktörleri marjinalleştirerek kendi otoritesini yeniden sağlamaya çalışmaktadır. Bu durum, gazeteciliğin sınırlarının nasıl korunduğunu ve yeni katılımcılarla hangi mücadele biçimlerinin ortaya çıktığını göstermesi açısından dikkate değerdir. Örneğin, Scott Eldridge (2013), yeni medya aktörlerinin (bloglar, WikiLeaks, hacktivistler) yükselişi karşısında geleneksel gazetecilik pratiklerinin kendilerini nasıl konumlandırdığını incelemiş ve bu bağlamda bloglar ile *WikiLeaks* gibi platformların, geleneksel gazetecilik tarafından profesyonel olmayan ve tehlikeli aktörler şeklinde çerçevelendiğini ortaya koymuştur. Geleneksel medya, bu aktörlere karşı küçümseyici ve dışlayıcı bir dil kullanarak kendi profesyonel kimliğini savunmaktadır. Özellikle *WikiLeaks*, gazetecilik sahasında yeni bir "tehdit" olarak konumlandırılırken, geleneksel medya kendisini "güvenilir bilgi sağlayıcı" rolünde sunmaktadır (Eldridge, 2013: 295-296). Sınır çalışmaları, gazeteciliğin hangi aktörleri kendi özerk alanına kabul edip hangilerini dışladığı meselesine odaklanmaktadır. Profesyonel gazetecilerin *WikiLeaks*'e karşı geliştirdiği sınır çizme eylemi, gazetecilik mesleğini, rollerini ve etik normlarını korumak adına kullandıkları söylemsel ve pratik stratejileri gözler önüne sermektedir.

Patrick Ferrucci ve Tim Vos'un (2017) araştırması da gazetecilerin özerkliklerini korumak amacıyla benimsedikleri benzer bir sınır çizme eylemini ortaya koymaktadır. Çalışmada, dijital gazetecilerin kimliklerini nasıl tanımladıkları ile dijital gazetecilik kavramının kimleri dâhil edip kimleri dışladığı incelenmiştir. Bulgular, dijital gazetecilerin kimliklerini belirli sınırlar kapsamında kurguladığını göstermektedir. Bu doğrultuda, dijital ortamda çalışan gazeteciler, kendilerini hem geleneksel gazetecilerden hem de profesyonel olmayan aktörlerden ayrıştırarak bir sınır çizme pratiği sergilemektedir (Ferrucci ve Vos, 2017: 879). Araştırma sonuçlarına göre, kurumsal destek ve haber üretim sürecinde takip edilen etik standartlar, dijital gazetecilik kimliğinin belirleyici unsurlarıdır. Dijital gazeteciler; bir medya kuruluşunda çalışan ve şeffaflık gibi gazetecilik ilkelerini benimseyen kişileri alanın "içinde" (in-group) sayarken, blog yazarları, sosyal medya fenomenleri ve yurttaş gazeteciler, "gazeteci" kimliğinin "dışında" (out-group) bırakılmaktadır (Ferrucci ve Vos, 2017: 874-878). Dolayısıyla, sınır çalışmaları kavramı, gazetecilerin

kendilerini belirli normlar ve pratikler ekseninde tanımlayarak kimlerin dahil edildiğini ve kimlerin hariç tutulduğunu belirleme sürecini de kapsamaktadır.

Bu noktadan hareketle Lewis (2015: 221), -Gieryn'in bilim üzerine yaptığı çalışmadan faydalanarak- gazetecilik alanında sınır çalışmasının "yumuşak (soft)" ve "sert (hard)" olmak üzere iki düzlemde uygulandığını ileri sürmektedir. "Yumuşak sınır çalışması," gazeteciliğin kültürel ve retorik boyutlarını veya sınırları tanımlayan söylemsel pratikleri ele alırken, "sert sınır çalışması" odağını daha çok maddi olana yöneltmekte ve sınırları fiilen hayata geçiren eylemlere yoğunlaşmaktadır. Lewis'in ifadesiyle, "ilk durumda sınırlar sözcüklerle veya sembollerle tanımlanırken, ikincisinde ise pratikte gerçekleştirilir ya da nesneler aracılığıyla devreye sokulur" (Lewis, 2015: 221). Sosyal ve maddi olan unsurlar birbirini dışlamaz, aksine sınırların geliştirilmesi ve yerleştirilmesinde ortaklıklar iç içe geçmektedir. Dolayısıyla, genişleme, dışlama ve özerkliğin korunması süreçleri hem söylem hem de eylem odaklı incelenebilir.

Tablo 1'de belirtilen ögeler, gazetecilik alanındaki normatif unsurları değil; gazetecilikte yürütülen sınır çalışmalarının çeşitliliğini ve kapsamını betimlemektedir. Genişleme, dışlama ve özerkliğin korunması süreçleri, "sınır nesnesi (boundary object)" adı verilen analitik bir araca dayanmaktadır. "Sınır nesnesi," sınırları belirlemek ve bu sınırların niteliğini açıklamak için kullanılan önemli bir kavramdır. Farklı toplumsal gruplar veya disiplinler arasındaki iletişim ve iş birliği, esnek ve çok anlamlı bir yapıya sahip olan sınır nesneleri sayesinde sağlanmaktadır. Susan Leigh Star ve James R. Griesemer'e göre, sınır nesnesi heterojen grupların koordinasyonunu gerçekleştirmesine imkân tanımaktadır: "Hem birbiriyle kesişen farklı sosyal dünyalarda yaşayan hem de bu dünyaların her birinin bilgi gereksinimlerini karşılayan bilimsel nesnelere ilişkin analitik bir kavramdır" (Star ve Griesemer, 1989: 393). Bu nesneler, farklı grupların kimliklerini ve özerkliklerini korumalarına izin verirken, ortak bir iletişim kanalı oluşturarak sosyal alanlar arasında konumlanır (Carlson, 2015: 7).

Başka bir ifadeyle, sınır nesnesi, farklı toplumsal grupların kendi gereksinimlerine göre farklı biçimlerde yorumlayabileceği, ancak aynı zamanda ortak

bir anlam çerçevesinde etkileşimde bulunmalarına olanak tanıyan nesneler ya da kavramlar olarak tanımlanmaktadır. Sınır nesneleri, farklı aktörler arasında iletişim ve iş birliğini kolaylaştıran yapılar olarak işlev görmektedir.[19] Star ve Griesemer'a göre, "bu nesneler soyut ya da somut olabilir. Farklı sosyal dünyalarda değişen anlamlara sahiptirler, ancak yapıları birden fazla dünyada tanınmalarına olanak tanıyacak kadar ortaktır; dolayısıyla, bir çeviri işlevi görmektedir. Sınır nesnelerinin yaratılması ve yönetilmesi, kesişen sosyal dünyalar arasında tutarlılığın sağlanması ve sürdürülmesi açısından kritik bir süreçtir" (Star & Griesemer, 1989: 393). Barley vd. (2012) ifade ettiği üzere, sınır nesneleri, alandaki hem geleneksel hem de yeni aktörler için hak iddia etme, anlam yaratma ve mevcut anlamları yeniden inşa etme süreçlerinde kritik bir işlev görmektedir. Aynı zamanda, ittifakların oluşturulması ve bir topluluğun sınırlarını yeniden tanımlamaya yönelik diğer ilişkisel faaliyetlerin gerçekleştirilmesi açısından da önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir (Barley vd., 2012: 283).

Sınır nesnesi kavramı, gazetecilikte sınır çalışmalarının temel araştırma konularından biridir. Bu kavram, normatif sınırların konumunu belirleme işlevi de görmektedir. Örneğin, gazetecilikte bir sınır nesnesi olarak "ana akım" (mainstream) kavramını ele almak mümkündür (Steensen vd., 2023). Bu kavram, gazetecilik alanının merkezinde konumlanan ve alanın normlarını belirleyen aktörler tarafından, geniş kitlelere ulaşabilen medya kuruluşlarını tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Ancak, alternatif gazetecilik anlayışını benimseyenler açısından ise bu kavram, sınırları sorgulamak ve ana akım gazetecilik pratiklerini eleştirel bir bağlamda değerlendirmek için bir araç niteliği taşımaktadır (Dağtaş ve Şirvanlı, 2020). Öyle ki, günümüzde herhangi bir geleneksel medya kuruluşu, büyük medya holdinglerini örnek alarak "ana akım" olmayı, erişilmesi gereken bir hedef olarak tanımlarken, bağımsız medya kuruluşlarının bir kısmı ise bu kavramın ticari boyutuna vurgu yaparak onu eleştirel bir perspektiften değerlendirmektedir. Dolayısıyla, "ana akım" kavramı, gazetecilik alanındaki normatif ve ideolojik sınırların nasıl belirlendiğini ve müzakere edildiğini anlamak açısından önemli bir sınır nesnesi olarak işlev görmektedir (Steensen vd., 2023: 657).

[19]"Sınır nesneleri" fikrini ele almak, dikkati kontrol üzerindeki söylemsel mücadelelerden koordinasyonda yer alan maddi bağlantılara kaydırır. Bu da Latour'un aktör-ağ teorisi perspektifinde kurulan sınır çalışmaları aktörlerin bir ağda oluşturdukları ortak anlamlara odaklanmasını sağlamaktadır (Carlson, 2015: 7).

Dolayısıyla, “ana akım” kavramı, hem gazetecilik alanının merkezinde yer alan aktörler tarafından sınırları koruma amacıyla kullanılmakta hem de alan dışı aktörler ve alternatif gazetecilik pratikleri tarafından sınırları sorgulamak için bir araç olarak işlev görmektedir (Steensen vd., 2023: 654). Bu bağlamda, ana akım kavramı, gazetecilik alanındaki temel tartışmaları besleyen, farklı aktörler ve uygulamalar arasındaki sınırları belirleyen ve görünürde ortak bir anlam alanı yaratan bir “sınır nesnesi” olarak değerlendirilmektedir (Steensen vd., 2023: 657-658). Sınır nesnesi, yalnızca söylemsel düzlemde değil, somut pratikte de işlev görmekte ve simgesel bir mücadele alanı yaratmaktadır. Bu kavram, farklı aktörlerin ortaklıklarını keşfetmesine olanak sağlarken, bir yandan da gazeteciliğin mesleki kimliğini ve sınırlarını koruma süreçlerinde kritik bir analitik araç olarak işlev görmektedir. Gazetecilik alanındaki profesyoneller, mesleki kimliklerini dışsal aktörlerden ayırt etmek ve alanın normatif çerçevesini belirlemek için sınır nesnelerinden yararlanmaktadır. Bu doğrultuda, sınır çalışmalarında “sınır nesnesi” kavramının, gazetecilik pratikleri ve yaklaşımlarının nasıl bir arada var olabileceğini ve nasıl etkileşime girdiğini anlamada önemli bir analiz aracı sunduğu söylenebilir (Eldridge, 2018: 114).

Diğer bir örnek olarak *WikiLeaks*’ın gazetecilik alanındaki konumu gösterilebilir. *The Guardian* ve *The New York Times* gibi önde gelen medya kuruluşları, *WikiLeaks*’i bir kaynak veya aktivist platform olarak nitelendirmiş ve kuruluşu kendi gazetecilik sınırlarının dışında konumlandırmıştır. Buna karşın, bağımsız gazeteciler ve bir grup sivil vatandaş, *WikiLeaks*’i “alternatif gazetecilik” ya da “kamusal çıkarın savunucusu” olarak değerlendirmiştir (Eldridge, 2013). Bu çoklu yorumlama, *WikiLeaks*’in bir sınır nesnesi şeklinde gazetecilik ve aktivizm arasında konumlandığını göstermekte ve gazeteciliğin sınırlarının esnek ve müzakereye açık olduğunu ortaya koymaktadır.

Sınır nesnesi üzerindeki mücadele, öncelikli olarak söylem düzleminde görünür hale gelmektedir. Bu bağlamda, gazeteciliğin söylemsel düzeyde nasıl inşa edildiği ve meşrulaştırıldığı sorusu, gazetecilik alanındaki sınır çalışmaları açısından temel bir araştırma konusu olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, gazeteciliğin bilgi üretim süreçlerini ve mesleki otoritesini nasıl koruduğunu anlamak için “epistemik otorite”

(epistemic authority) ve "meta-gazetecilik söylemi" (meta-journalistic discourse) kavramları, gazetecilikte sınır çalışmalarının önemli kavramsal çerçevelerini oluşturmaktadır.

1.3.2. Epistemik Otorite ve Meta Gazetecilik Söylemi

Bir alanın özerkliğini koruma çabası, genişleme, dışlama veya özerkliğin korunması gibi stratejiler aracılığıyla gerçekleşmekte olup, bu süreçler büyük ölçüde dilsel ideolojiler ile şekillendirilmektedir. Bu çerçevede, sınırların belirlenmesi ve muhafaza edilmesi, bu sınırları inşa eden ve bilgi üreten aktörlerin incelenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu noktada, Thomas Gieryn'in *epistemik otorite* (epistemic authority) kavramı belirleyici bir öneme sahiptir. Zira, belirli bir eylemi meşru bir biçimde gerçekleştirmek ya da bir toplumsal alan üzerinde hak iddia etmek, bir tür sosyal tanınma gerektirmektedir. Gieryn'e göre epistemik otorite, "gerçekliğin belirli alanlarını tanımlama, açıklama ve tarif etme konusunda meşru bir güç" olarak tanımlanmaktadır (Gieryn, 1999: 1). Başka bir ifadeyle, epistemik otorite, bir bireyin, grubun veya kurumun bilgi üretme, bu bilginin doğruluğunu değerlendirme ve güvenilir bir bilgi kaynağı olarak kabul edilme yetisini ifade etmektedir (Bartsch vd., 2025: 38).

Farklı toplumsal ve mesleki gruplar, retorik araçları kullanarak "epistemik otorite" elde etmek ve meşruiyetlerini pekiştirmek amacıyla kamusal alanda "sınır çalışmaları" yürütmektedir (Carlson, 2015: 3). Bu süreç, özellikle gazetecilik gibi bilgi üretimine dayalı alanlarda, hangi aktörlerin "meşru bilgi üreticisi" olarak kabul edileceğine dair sürekli bir müzakereyi içermektedir. Dolayısıyla, epistemik otoriteyi koruma veya genişletme çabaları, gazeteciliğin sınırlarının nasıl belirlendiğine ve bu sınırların kimler tarafından şekillendirildiğine dair önemli bir tartışma alanı oluşturmaktadır. Çünkü epistemik otorite, bilgi ile gücü birbirine bağlayan temel bir kavramdır; yalnızca doğru bilgi üretme ve yayma yetkisini değil, aynı zamanda prestij, özerklik ve maddi faydalar gibi ödülleri de beraberinde getirmektedir.

Epistemik otoritenin işlevselliği büyük ölçüde "dışlayıcılığından" kaynaklanmaktadır (Carlson, 2015: 3). Nitekim bir otorite, ancak belirli sınırlarla

korunuyorsa ve belirli bir zamanda yalnızca belirli aktörler için erişilebilirken diğerlerine kapalı tutuluyorsa, etkili ve anlamlı hale gelmektedir. Gazetecilik alanında ise epistemik otorite, alanın sınırları içinde belirlenen etik ve normatif kodlar tarafından şekillenmekte ve alanın tanınmış profesyonelleri tarafından üretilmektedir. Nitekim gazetecilik alanındaki sınırları tartışmaya açmak, bir bakıma epistemik otoritenin genişletilmesi veya reddedilmesi için yorumlayıcı zeminler hazırlamayı ifade etmektedir (Eldridge, 2014: 4; Carlson, 2015: 7).

Epistemik otorite, aynı zamanda, alandaki aktörleri bir arada tutan kolektif bir inanç sistemini temsil etmesi bakımından, Bourdieu'nun alan teorisinde yer alan *doxa* kavramıyla da örtüşmektedir. *Doxa*, belirli bir alanda yürütülen mücadelenin ortaklaşılmış ve sorgulanmadan kabul edilen meşruiyet çerçevesini ifade etmektedir (Swartz, 2018: 319). Gazetecilik alanı ve bu alanı tanımlayan sınırlar göz önüne alındığında, *doxa* ve epistemik otorite kavramları, gazeteciliğin ortodoks kurallarını, etik anlayışını ve alanın merkez aktörlerini açıklamak için kullanılabilir. Bu iki kavram, yalnızca bireysel düzeyde değil, kurumsal çerçevede de gazeteciliğin sınırlarını koruma işlevi görmektedir. Nitekim gazetecilik örgütleri ve meslek kuruluşları, dijitalleşmenin yarattığı yeni zorluklar ve dönüşümler karşısında mesleğin etik kodlarını gözden geçirmekte ve güncellemektedir (McBride ve Rosenstiel, 2013: 18-22). Bu süreç, gazeteciliğin mesleki standartlarının yeniden tanımlanmasını ve meslek alanının değişen medya ortamında meşruiyetini korumasını amaçlamaktadır. Epistemik otoritenin bağlama özgü bir olgu olduğu ve farklı disiplinlerde bilgi üretim süreçlerinin dijitalleşme ile birlikte sürekli olarak yeniden tanımlandığı görülmektedir (Bartsch vd., 2024: 47).

Gazeteciliğin standartlarının, değerlerinin ve performans ölçütlerinin belirlenmesi sürecinde, "meta-gazetecilik söylemi" olarak adlandırılan, gazeteciliğin doğasını, işleyişini ve mesleki sınırlarını tanımlayan söylemsel bir çerçeve inşa edilmektedir. Bu söylem, gazeteciliğin meşruiyetini sağlamak ve mesleğin kabul edilebilir normlarını belirlemek amacıyla üretilen değerlendirmeleri, eleştirileri ve tartışmaları içermektedir. Gazetecilikte sınır çalışmalarında önemli bir analitik araç olarak değerlendirilen meta-gazetecilik söylemi, profesyonel gazeteciler ve alandaki diğer aktörler tarafından, iyi ve kötü gazetecilik pratiklerinin, mesleki değerlerin ve

gazeteciliğin nasıl olması gerektiğine dair normların tartışıldığı bir söylemsel çerçeve sunmaktadır (Carlson, 2014: 34). Başka bir ifadeyle, bu söylem, "gazeteciliğin ne olması gerektiğine" dair söylemsel bir kontrol mekanizması olarak işlemekte ve mesleğin kabul edilebilir sınırlarını belirlemeye yönelik bir çaba içermektedir. Bu söylemsel kontrol süreci, ombudsmanların gazetecilik pratikleri hakkındaki değerlendirmelerinde, köşe yazarlarının mesleğe yönelik eleştirilerinde veya medya kuruluşlarının kendi etik kodlarını tanımlamalarında açıkça gözlemlenebilmektedir. Eldridge'e (2017: 51) göre, meta-gazetecilik söylemi, esasen "gazetecilerin, gazetecilik hakkında konuşmasıdır." Bu söylem aracılığıyla belirli gazetecilik pratikleri meşru kabul edilirken bazıları dışlanmakta, böylece gazeteciliğin sınırları ve normatif çerçevesi sürekli olarak yeniden tanımlanmaktadır.

Bu doğrultuda, "meta-gazetecilik söylemi", gazeteciliğin kültürel ve simgesel otoritesinin koşullarını belirleme ve bu otorite üzerinde kontrol kurma işlevi görmektedir. Gazetecilerin mesleki otoritesi, bu kontrol mekanizması aracılığıyla şekillenir ve pekiştirilir. Bu süreç, gazetecilerin dünyadaki olayları "doğru" bir biçimde nasıl anlatabileceklerini tanımlamalarına olanak tanımaktadır. Başka bir ifadeyle, gazeteciler mesleğe yönelik dış algıları yönlendirme çabasıdır (Carlson, 2014: 35). Bu bağlamda, meta-gazetecilik söyleminin gazetecilik alanının toplumsal inşasında temel bir rol oynadığı söylenebilir. Bu söylem, haberin ne olduğu, nasıl üretildiği ve nasıl yorumlanması gerektiği üzerine şekillenen bir "sembolik otorite" üretmektedir (Bourdieu, 2021: 45). Dolayısıyla, meta-gazetecilik söylemi yalnızca gazeteciliğin otoritesini ve meşruiyetini yansıtmakla kalmamakta, aynı zamanda onu yeniden inşa eden ve şekillendiren bir mekanizma olarak işlev görmektedir (Thomas ve Thomson, 2023: 2).

Bu çerçevede, meta-gazetecilik söylemi ile sınır nesnesi inşa sürecinin birbirleriyle doğrudan ilişkili olduğu söylenebilir. Gazeteciliğin sınırlarının nerede çizileceği ve hangi pratiklerin meşru kabul edileceği sorunu, doğası gereği bir sınır nesnesi oluştururken, bu sorulara verilen müşterek yanıtlar meta-gazetecilik söylemini inşa etmektedir. Başka bir ifadeyle, meta-gazetecilik söylemi, gazeteciliğin tanımını, sınırlarını ve mesleki meşruiyet kazanmış aktörlerini belirleyen söylemsel bir çerçeve sunmaktadır. Öte yandan, sınır nesneleri, araştırmacıların dikkatini söylemsel kontrol

mücadelelerinden maddi pratiklere ve aktörler arasındaki bağlantılara yönlendirmektedir (Carlson, 2015: 7). Gazetecilikte sınır nesnesi ve meta-gazetecilik söylemi kavramları, gazeteciliğin sosyal ve kültürel bir pratik olarak nasıl değiştiğini ve gazetecilerin mesleki kimlik ile meşruiyet mücadelelerini anlamak için kritik bir epistemolojik çerçeve sunmaktadır. Dolayısıyla, gazetecilik alanında sınırları koruma ya da genişletme çabalarını yansıtan sınır nesnesi, epistemik otorite ve meta-gazetecilik söylemi gibi kavramlar, esasen alanın epistemolojisine ve doğası gereği ontolojisine dair tartışmaları da içermektedir.

Diğer yandan, epistemik otoriteler, bireylerin bilgiye kontrollü, hızlı ve etkili bir biçimde erişimini sağlayarak bilgi üretim süreçlerinde kritik bir rol üstlenmektedir. Ancak, dijital dönüşüm süreciyle birlikte influencerlar ve yapay zekâ gibi yeni bilgi kaynaklarının ortaya çıkması, epistemik sınırların bulanıklaşmasına neden olmuştur. Geleneksel epistemik otoriteler -özellikle gazetecilik ve bilim gibi alanlarda- dijital çağın dinamikleri karşısında giderek daha fazla sorgulanmakta ve otoritelerini sürdürme konusunda çeşitli meydan okumalarla karşı karşıya kalmaktadır. Geleneksel bilgi otoritelerinin yeniden inşa edilmesi ve yeni tür epistemik arabulucular ile iş birliği geliştirmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Bartsch vd., 2024). Bu epistemolojik dönüşüm, gazetecilik alanının ontolojik çerçevesini de tartışmaya açmakta; alandaki üretim ve tüketim dinamiklerindeki dönüşümler ile mevcut yapısal krizler doğrultusunda gazetecilik yeniden şekillenmektedir. Bu değişim sürecine bağlı olarak, bazı araştırmacılar gazetecilik alanına ilişkin mevcut ön kabullerin ötesine geçilmesi gerektiğini ileri sürmekte ve yeni bir gazetecilik paradigmasının gerekliliğini vurgulamaktadır (Carlson, 2015; Lewis, 2015; Eldridge, 2018; Deuze ve Witschge, 2018; Mellado, 2020; Derakhshan, 2021).

1.3.3. Alandaki Yeni Failler ve Gazeteciliğin Ötesi

Gazetecilik alanında hem sektör düzeyinde hem de okur nezdindeki değişimler dikkate alındığında, alanın kapsamlı biçimde dönüştüğü ve gazetecilik sınırlarının daha geçirgen bir hâl aldığı söylenebilir (Carlson, 2015; Lewis, 2015; Eldridge, 2018; Deuze ve Witschge, 2018). Sınır çalışması perspektifi, "kimin gazeteci sayıldığı ve neyin gazetecilik sayıldığı" gibi sosyal olarak inşa edilen sınırlara odaklanmaktadır.

Gazetecilikteki sınır çalışmalarının inşacı yaklaşımı, esasen gazetecilik ile gazetecilik dışı eylemlerin nasıl ayrıştığı veya hangi koşullarda ortaklaştığını anlamaya yöneliktir (Carlson, 2015: 2). Dolayısıyla, sınır çalışmaları bir "gazetecilik kimliği" tartışmasıdır. Gazeteciler, doğrulama, özerklik, tarafsızlık, haber–yorum ayrımı ve şeffaflık gibi etik normlar çerçevesinde simgesel değerlerini yeniden üretmek için belirli sınırlar çizmekte (Singer, 2015; Vos ve Singer, 2016), ancak alanın dönüşümüyle birlikte, gazetecilik değerlerinin alanın merkezinin dışından gelen aktörler tarafından da benimsendiği gözlemlenmektedir (Schapals, 2022). Sınır çalışması, yeni ve geleneksel oyuncuların alandaki konumlarını belirlerken çoklu anlamlar ürettikleri, keşfettikleri ve tartıştıkları "haber söylemi" ile "yorumlar" gibi sınır nesnelerini de kapsamaktadır. Bu durum, alandaki yeni aktörleri de tartışmaya açmaktadır.

Sonuç olarak, giderek karmaşıklaşan bir tanımlama alanına dönüşen gazeteciliğin, geleneksel olmayan aktörler tarafından sürekli biçimde sınırlandırılmaya ve meşrulaştırmaya tabi tutulduğu söylenebilir (Sridharan, 2024: 25). Bu bakış açısı, geleneksel gazetecilik pratiklerinin yeni aktörlerin müdahaleleriyle yeniden tanımlanmasıyla, gazetecilik sınırlarının giderek daha geçirgen hâle geldiğini vurgulamaktadır (Deuze ve Witschge, 2018). Bazı araştırmacılar tarafından "yabancılar" olarak tanımlanan periferi aktörler, blog yazarları, yurttaş gazeteciler, kâr amacı gütmeyen gazetecilik girişimleri, OSINT araştırma grupları, öncü gazeteciler ve WikiLeaks gibi sızıntı gazeteciliği pratiklerine dayalı girişimleri kapsayan geniş bir yelpazede yer almaktadır.[20]

Bu çerçevede, gazetecilik alanının merkez-periferi dikotomisi içinde kavramsallaştırıldığı gözlemlenmektedir. Ancak, Deuze ve Witschge (2018: 165-168), gazeteciliğin varsayılan çekirdeğinin ve haber kuruluşlarının iç işleyişlerine atfedilen tutarlılığın, gazetecilik araştırmaları için sorunlu bir başlangıç noktası oluşturabileceğini ileri sürmektedir:

> "Gazeteciliğin varsayılan özünün ve haber kuruluşlarının iç işleyişine atfedilen varsayılan tutarlılığın, aslında bir uzlaşıdan ibaret olduğu ve zorunlu olarak norm teşkil etmesi gerekmediği kabul edilmelidir. Bununla birlikte, eski haber kuruluşlarının dışında veya

[20]Bu çalışmanın da araştırma nesnesi olan "gazetecilik alanındaki periferi aktörler" konusuna bu çalışmanın üçüncü bölümünde daha detaylı şekilde yer verilmiştir.

> yanında gelişen yeni gazetecilik biçimlerinin, mutlaka mesleğin temel değerlerine, ideallerine ve uygulamalarına aykırı ya da muhalif olduğunu varsaymak da hata olacaktır. Bu nedenle, gazetecilik kavramsallaştırmalarını yapay merkez-çevre ikileminin ötesine genişletmeyi, merkezin sözde çevreden daha homojen olmadığını ve hiçbirinin diğerinin antitezini temsil etmediğini anlamayı öneriyoruz" (Deuze ve Witschge, 2018: 168).

Maares ve Hanusch (2022a) da merkez-periferi kavramsallaştırmasını aktörlerin konumlarını tanımlamada işlevsel bulmakla birlikte, periferi aktörleri geleneksel gazeteciliğin basit birer karşıtı olarak görmenin indirgemeci bir tutum olduğunu ifade etmektedir.

Nitekim, gazetecilikte periferi aktörleri anlamaya yönelik çeşitli kavramsallaştırmalar (Eldridge, 2018, 2019, 2025; Holton ve Belair-Gagnon, 2018; Schapals, 2022; Maares ve Hanusch, 2022a), gazetecilik alanındaki karmaşıklığa dair kavrayışımızı önemli ölçüde derinleştirmektedir. Bu modeller, merkez ve çevre arasındaki sınırların yalnızca geçirgen değil, aynı zamanda dinamik ve karşılıklı etkileşimle şekillendiğini vurgulayarak hem geleneksel gazetecilik normlarını hem de çevredeki yenilikçi uygulamaları etkilediğini öne sürmektedir. Bahsi geçen akademik katkılar, gazetecilik alanına ikili bir bakışın ötesine geçerek, periferi aktörlerin rolü ve etkisi üzerine daha zengin ve incelikli bir anlayış geliştirmeyi hedeflemekte, nihayetinde dijital çağda gazeteciliği daha kapsamlı biçimde anlamamıza katkı sunmaktadır (Sridharan, 2024: 31).

Bu genişleme, gazetecilik araştırmalarının odağını yalnızca geleneksel nesnelere yönelik tartışmaların ötesine taşıyarak, alanda faaliyet gösteren aktörlerin, onlarla ilişkili alanların ve normatif kodların incelenmesine imkân tanımaktadır. Deuze ve Witschge'ye (2018) göre, bakış açısındaki bu artan kapsam, gazetecilik çalışmalarında ele alınan nesnelerin çeşitlenmesiyle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda "hem kuruluşların (sabit haber kurumlarının ötesinde), hem bireylerin (gazeteciliğin kurtarıcısı olarak girişimciliğin ötesinde) ve hem de izleyicinin (az ya da çok hevesli haber tüketicisinin ötesinde) rolünü yeniden değerlendirmemizi gerektirmektedir" (Deuze ve Witschge, 2018: 176). Bu bakımdan, günümüzdeki gazetecilik alanının (ve alan içerisindeki aktör yapısının), dinamik, ilişkisel ve akışkan bir yapıya sahip olduğu söylenebilir.

Söz konusu dinamik ve akışkan yapıyı, profesyonel gazetecilerin rol algılarında da gözlemlemek mümkündür. Günümüzde gazetecilerin her olayda aynı rol anlayışıyla hareket etmesi mümkün değildir; haber profesyonelleri, tek bir rol tercihine veya tek bir rol icra biçimine bağlı kalmak yerine, sürekli değişen koşullara uyum sağlamak amacıyla günlük olarak birden fazla rol üstlenmekte, uyarlamakta ve yerine getirmektedir (Mellado, 2020: 6). Bu bağlamda, alanda yürütülen ampirik araştırmalar, tarafsız, yandaş, katılımcı, hak savunucusu, muhalif, popülist, gözlemci ve radikal gazeteci gibi çeşitli rol tipolojileri olduğunu göstermektedir (Mellado, 2020; Vos vd., 2023). Her ne kadar bu roller, biçimsel açıdan belirli ve tanımlanabilir bir yapıya sahip olsa da statik değildir. Rol tiplerinin alandaki kalıcılığı, yeni koşullara uyum sağlama becerileriyle doğrudan ilişkilidir. Bu doğrultuda, roller, kurumsal sosyalleşme aracılığıyla aktarılabildiği ve kurumsal misyona bağlı ahlaki bir söylemi yansıttığı sürece varlığını sürdürebilmektedir (Vos vd., 2023: 4-5). Nitekim, gazetecilik alanının liberal çoğulcu öğretilerden gelen kodları görece sabit bir deontoloji sunuyor olsa da gazetecilik kültürel bir pratik olarak -özellikle dijitalleşme ve küresel sermayenin akışkan yapısı nedeniyle- sürekli yeniden tanımlanmaya eğilim göstermektedir (Mellado, 2020: 24).

Örneğin, "girişimcilik" mantığı çerçevesinde biçimlenen gazetecilik pratiklerinde, bazı gazetecilik aktörlerinin pazarlama kodlarını giderek daha yoğun biçimde içselleştirdikleri gözlenmektedir. Bu kodlar, gazetecilik çıktılarını yalnızca izleyici/okura ulaştırmakla kalmayıp, aynı zamanda onların ilgilerini çekmeye yönelik kapsamlı pazarlama işlevleri içermektedir. Gazetecinin geleneksel anlamda bilgi, eğlence veya kamu hizmeti sunma gibi rollerinin ötesinde, "girişimci" bir yaklaşımın alanda belirginleştiği görülmektedir. Her ne kadar, "krizi fırsata çevirme" ilkesi etrafında şekillenen ve neoliberal özneyi yansıtan bu tipoloji, gazeteciliği bir tür start-up zihniyetiyle sınırlandırdığı için eleştirilere açık olsa da (Keten, 2023: 84-86), gazetecilikte yeni bir rol algısının varlığını göstermektedir. Bu girişimci yaklaşım, pazarlama işlevi aracılığıyla, izleyicileri yalnızca haberlerin "alıcıları" değil, aynı zamanda etkileşime geçilmesi gereken, dikkatle hedeflenmiş "müşteriler" olarak konumlandırmaktadır (Cohen, 2015: 517-518; Vos ve Singer, 2016: 8; Vos vd., 2023: 1-2). Sosyal, ekonomik ve kültürel üretim-tüketim ilişkilerinden kaynaklanan bu

dönüşümler, gazetecilik alanının ne denli dinamik, ilişkisel ve akışkan bir yapıya sahip olduğunu da göstermektedir (Deuze ve Witschge, 2018: 170).

İfade edilen olumlu ve olumsuz noktaları temel alarak gazeteciliği dinamik bir çalışma nesnesi olarak ele alan yaklaşımlar, *gazeteciliğin ötesi* (*beyond journalism*) başlığı altında değerlendirilmektedir. Deuze ve Witschge'ye (2018) göre, gazeteciliğin ötesi kavramı, haber endüstrisindeki kalıcı istikrarsızlığı ve gazetecilik pratiklerini mesleğin dışında yerine getiren aktörlerin yapısal ve yapılandırılmış doğasını işaret etmektedir. Bu yaklaşım, mesleğin kesin sınırlarla tanımlanmış, görece kapalı "katı" tanımlarından uzaklaşarak, sürece çeşitli yollarla katkıda bulunan çok sayıda aktörün gerçekleştirdiği bir dizi "yumuşak" pratiğe de atıfta bulunur. Zira gazetecilik, statik bir yapı olmaktan ziyade sürekli dönüşen, dinamik bir pratik olarak değerlendirilmektedir. Gazetecilik alanı, "bir varlık" statüsünden çok, "devamlı bir oluş ontolojisi" (ontology of becoming) bağlamında ele alınmalıdır (Deuze ve Witschge, 2018: 176). Bu perspektif, gazeteciliği durağan bir meslek olarak değil, sürekli değişen, yeniden şekillenen ve farklı aktörler tarafından yeniden üretilen bir alan olarak ele almaktadır. Bu çerçevede, ilgili çalışmaların temel amacı, geçmişin ortodoks kurallarını tümüyle terk etmek veya kınamak değil; aksine, gazetecilik alanının akışkan doğasını kabul edip mevcut sınırların ötesine geçmektir (Deuze ve Witschge, 2018: 177).

Bu yöndeki tartışmaların büyük ölçüde alanda yaşanan epistemolojik kopuştan kaynaklandığı söylenebilir. Güncel alan yazın, gazetecilik aktörlerini genellikle normatif veya teknolojik bağlamları temel alarak tanımlamaktadır. Artık gazetecilik, tek başına bir kavram olmaktan ziyade, "Yavaş Gazetecilik," "Hak Odaklı Gazetecilik," "Drone Gazeteciliği," "Veri Gazeteciliği" ve hatta "YouTube Gazeteciliği" gibi çeşitli alt alanlarla birlikte ele alınmaktadır. Bu tür tanımlamalar ya teknolojiyi öne çıkararak aktörleri araç üzerinden kavramsallaştırmakta ya da gazetecinin kamusal sorumluluğunu vurgulayarak gazeteciliği normatif bir çerçevede idealize etmektedir (Deuze ve Witschge, 2018: 167). Dolayısıyla, gazeteciliğin bu dönüşümü, yeni terimlerin sürekli ortaya çıkmasına yol açmakta ve ifade edilen epistemolojik kopuşu beslemektedir. Nitekim, gazetecilik pratiği ve uygulamaları sürekli değiştiği için Loosen vd. (2022: 42), ortaya çıkan tüm yeni gazetecilik

biçimlerini kapsayacak bir ifade olarak "X Gazeteciliği" kavramsallaştırmasını tercih etmiştir. Alandaki nesnelerin, aktörlerin ve dış müdahalelerin artması, gazeteciliğin mümkün olan bir tanımını yapmayı güçleştirmektedir. Merkez ve çevre kavramları üzerinden şekillenen geleneksel gazetecilik tanımlarını, merkez-çevre ikiliğiyle sınırlı kalmaksızın ele almak (Deuze ve Witschge, 2018: 168), daha ilişkisel ve rölativist bir bakış açısı sunacaktır.

Bu bakış açısı, mesleğin baskın kavramsallaştırmaları çerçevesinde gazeteciliğin ne olması ve ne yapması gerektiğine dair normatif beklentileri eleştirel bir yaklaşımla ele almaktadır. Günümüzün post-endüstriyel gazetecilik ortamında, haber merkezi temelli geleneksel gazeteciliğin her zaman sağlam ve tutarlı bir bütün oluşturmadığı, ayrıca haber merkezleri dışındaki haber çalışmalarının da geleneksel gazeteciliğin kurumsal düzenlemelerinden bütünüyle bağımsız olmadığı gözlenmektedir (Deuze ve Witschge, 2018: 166-167). Gazeteciliğin unsurları üzerine yapılan tartışmaların büyük ölçüde, haber değerleri ve mesleki standartların görece istikrarlı bir çekirdeği (merkezi) olduğu varsayımından ilerlemektedir. Ancak, bir pratik olarak gazetecilik söz konusu olduğunda, bu varsayım sorunlu bir temele dayanmaktadır. Zira, uzlaşılmış bir çekirdek (normlar) etrafında yapılan vurgu, marjinal ya da azınlık seslerin, alternatif uygulamaların ve farklı gazetecilik biçimlerinin dışlanmasına neden olmaktadır (Deuze ve Witschge, 2018: 168).

Bu çerçevede "gazeteciliğin ötesi (beyond journalism)" kavramsallaştırması, geleneksel gazetecilik tanımlarının günümüz medya ekosistemini açıklamada yetersiz kaldığını ve gazeteciliğin giderek daha farklı biçimlere dönüştüğünü vurgulamaktadır. Bu dönüşüm, sabit bir meslek anlayışının ötesine geçilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Gazeteciliğin, salt haber odaklı bir iş olmaktan ziyade, toplumsal ve kültürel bir bağlama sahip olduğu gerçeği, onu daha geniş bir kavramsal çerçevede ele almayı ve hem geleneksel hem de yeni medya pratiklerini içerecek biçimde yeniden tanımlamayı gerekli kılmaktadır (Deuze ve Witschge, 2018: 166). Ayrıca, normatif gazetecilik anlatısının günümüz medya ekosistemini açıklamakta yetersiz kaldığı ve haberi yalnızca teknik bir form olarak ele aldığı görülmektedir. Bu yaklaşım, gazeteciliğin gerçek çeşitliliğini ve dinamik yapısını tam anlamıyla yansıtmamaktadır. Bu bağlamda, gazeteciliğin temel normlarının ve pratiklerinin, medya ortamındaki

değişimlere uyum sağlayarak yeniden tanımlanması gerekmektedir. Nitekim günümüzde gazetecilik yalnızca büyük haber kuruluşlarının ürettiği içeriklerle sınırlı kalmamakta; serbest gazeteciler, STK bazlı yayıncılar ve yurttaş gazeteciler gibi farklı aktörler de gazetecilik alanının parçası hâline gelmektedir. Bu bakış açısı, gazeteciliğin demokratik süreçlerdeki rolünü, geleneksel tanımlardan daha geniş bir perspektifle değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla, "gazeteciliğin ötesi" argümanı, gazeteciliğin geleneksel sınırlarını aşarak bilgilendirici medya çalışmalarına katılan çeşitli aktörlerin varlığını vurgulamakta ve böylece gazetecilikteki farklı failler ile periferi aktörler üzerine yürütülen araştırmaları her zamankinden daha önemli hâle getirmektedir (Eldridge, 2025: 165).

İKİNCİ BÖLÜM

2. ALAN TEORİSİ VE GAZETECİLİK ALANI İÇİNDE YENİ FAİLLER: PERİFERİ AKTÖRLER

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın dayandığı teorik zeminini sistematik bir şekilde ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, Pierre Bourdieu'nün sosyolojik yaklaşımı, ontolojik ve epistemolojik temelleri üzerinden tanıtılmış; alan, sermaye ve habitus kavramları, Bourdieu'nün kavramsal çerçevesine sadık kalarak okuyucuya aktarılmıştır. Bu kavramlar, gazetecilik alanının dinamiklerini çözümlemek için Bourdieucü bir perspektif sunacak şekilde değerlendirilmiştir. Bölümün ilerleyen kısımlarında, çalışmanın diğer kuramsal dayanağı olan periferi aktörler kavramı ayrıntılı bir şekilde ele alınmış; bu aktörlerin tanımı, dijital medya ekosistemindeki rolleri ve çeşitlilik gösteren türleri irdelenmiştir. Son olarak, bölüm, bu teorik çerçeveye dair bütüncül bir değerlendirme ile tamamlanmıştır.

2.1. PİERRE BOURDİEU SOSYOLOJİSİNİN ONTOLOJİK VE EPİSTEMOLOJİK ZEMİNİ

Pierre Bourdieu, yapı ya da fail merkezli temel öncüller arasındaki ontolojik ve epistemolojik konumlanışını özgün biçimde sentezleyerek, 20. yüzyılın en etkili sosyologlarından biri olarak sosyal teoriye önemli katkılarda bulunmuştur (Arlı, 2014). Bourdieu'nün sosyolojisini kapsamlı biçimde anlayabilmek için, düşünce hattını şekillendiren kuramsal yaklaşımların ve düşünürlerin konumunu saptamak büyük önem taşımaktadır. Bourdieu'nün sosyolojik yaklaşımı, yapısalcılık ile sembolik etkileşim ve fenomenoloji arasında özgün bir sentez yaratma çabası olarak değerlendirilebilir. Bourdieu'nün çalışmaları, idealizm ile materyalizm kutuplaşmasını, kültürel yaşama dair materyalist ancak indirgemeci olmayan bir yorumla aşmaya yönelmektedir. Bu doğrultuda, "onun düşüncesi Marx'tan yola çıkar

ama somut analizlerinde Durkheim ile Weber'den daha çok yararlanır" (Swartz, 2018: 20).[21]

Pierre Bourdieu ve ilişkisel sosyoloji ekolü, Marx, Weber ve Durkheim'ın sunduğu farklı kuramsal bakışlardan yararlanarak özgün bir yorum geliştirmektedir (Jourdain ve Naulin, 2016: 7; Özpolat ve Arap, 2023). Marx, Weber ve Durkheim arasındaki farklı yaklaşım biçimlerini sentezlemek, Bourdieu'nün perspektifinde bilimsel ilerlemenin önemli bir adımıdır. Nitekim, "birçok durumda, bilimin ilerlemesinin önünü açmanın yolu, birbirlerine zıt, çoğu zaman daha en başından birbirlerine karşıt olarak kurgulanmış olan teorilerin arasında diyalog kurmaktan geçer" (Bourdieu, 2016a: 30). Bourdieu'ya göre, bu üç klasik düşünür (Marx, Weber ve Durkheim) iktidarın toplumsal temellerini farklı perspektiflerle ele almaktadır. Marx, ekonomik yapının belirleyiciliğini vurgulayarak, sınıf temelli tahakküme dikkat çeker. Durkheim, toplumu bütüncül bir sistem olarak değerlendirip kolektif bilincin dışsal baskısını öne çıkarırken, Weber ise iktidarı meşruiyet temsilleri üzerinden inceleyerek farklı iktidar biçimlerini, etkileşim temelli bir güç ilişkisi (*Macht*) şeklinde kavramsallaştırır. Marx ve Durkheim, toplumsal düzenin nesnel temeline ağırlık verirken, Weber daha çok ideolojik meşrulaştırma mekanizmalarına yoğunlaşmaktadır. Bourdieu'ya göre, her ne kadar üç düşünür iktidarı farklı şekillerde açıklasa da toplumsal yapı ve etkileşimlerin önemine yaptıkları ortak vurgu, bir kesişim noktası oluşturmaktadır (Bourdieu ve Passeron, 2015: 34).

Söz konusu yaklaşım çeşitliliği, Bourdieu'nun sosyolojik analizine önemli bir katkı sağlamaktadır. Bourdieu'ya göre sosyoloji bilimi, sabit yorumlara ya da doktrinsel bağlılığa indirgenemez; bunun yerine, farklı kuramsal geleneklerin diyalog ve çatışma içinde yeniden yorumlanması gerekmektedir. Bourdieu, "Marx ile Marx'a karşı veya Durkheim ile Durkheim'a karşı ve elbette Marx ve Durkheim ile Weber'e karşı (veya tam tersi sırada) düşünebileceğimiz kanısındayım. Bilim böyle işler." (Bourdieu, 2013a: 92) şeklindeki ifadesiyle, teorik çoğulculuğa ve eleştirel mesafe alma pratiğine verdiği önemi vurgulamaktadır. Bourdieu'ya göre, Marx, Durkheim

[21]Kuşkusuz söz konusu üç sosyolog dışında da Bourdieu'nün sosyolojisine etki eden pek çok düşünür ve ekol bulunmaktadır. Ancak, Bourdieu'nün araştırmalarda işler kıldığı kavram setlerinin geliştirilmesinde en çok Durkheim, Marx ve Weber'in etkileri gözlenmektedir. Pierre Bourdieu'nün sosyolojisini etkileyen diğer düşünürler ve düşünce gelenekleri için bkz: Özpolat ve Arap, 2023: 198.

veya Weber gibi klasik düşünürlerin metinleri, tarihsel bağlamlarına sadık kalınarak okunmalı; aynı zamanda, söz konusu metinlerin dönemsel sınırlılıkları ve ideolojik ön kabulleri de eleştirel bir süzgeçten geçirilmelidir. Nitekim kendi çalışmalarında (örneğin, alan teorisi, habitus ve sermaye kavramlarında) hem yapısalcı hem de eylem odaklı kuramsal yaklaşımları aynı çerçevede değerlendirme çabası göze çarpmaktadır. Bu ilişkisel yaklaşım, klasik kuramlardaki teorik içgörüleri alıp dönüştürmeyi, eleştirel bir şekilde yeniden kurmayı ve yeni yorumlarla genişletmeyi içerir. Dolayısıyla, Bourdieu'nün sosyoloji anlayışı, klasik kuramlar arasında esnek, yaratıcı ve eleştirel bir diyalog kurmayı, bu yolla sosyal gerçekliğe ilişkin daha derin ve çok boyutlu bir kavrayış geliştirmeyi hedefleyen düşünümsel bir tutum olarak değerlendirilebilir (Arlı, 2014: 141-142; Ünal, 2014: 162).

Örneğin, Bourdieu "alan" kavramını geliştirirken Weber'in papaz, peygamber ve cadı arasındaki ilişkiler üzerine yaptığı analizden ilham aldığını belirtmesine karşın, Weber'in varsayımlarını sorgulamaktan ve onlara itiraz etmekten de kaçınmaz (Bourdieu, 2013a: 91). Burada kilit nokta, Weber'in analizini mutlak bir referans noktası olarak kabul etmemek; aksine, Weberyen yaklaşımı eleştirel süzgeçten geçirerek dönüştürmekten ibarettir. Özellikle Fransa'daki düşünce geleneğinde, klasik kuramcılar sıklıkla "Marx için" ya da "Marx'a karşı" gibi keskin kategoriler içinde ele alınır. Ancak, Bourdieu -Althusser'in Marx'ı konumlandırışını hatırlatarak- bir kuramcıdan hem esinlenmenin hem de o kuramcıya eleştirel mesafe almanın aynı anda mümkün olduğunu vurgular (Bourdieu, 2013a: 92). Bu durum, Bourdieu'nün sosyoloji anlayışında teorik çoğulculuk ve eleştirel mesafenin taşıdığı öneme işaret etmektedir. Dolayısıyla, Bourdieu geçmişin düşüncelerini yaratıcı biçimde yeniden yorumlarken, dogmatik veya katı ideolojik bağlılıklar yerine, kuramcılar arasında esnek bir diyalog ve gerilim alanı kurmayı tercih etmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 33). Klasik kuramların içgörüleri, Bourdieu'nün yaklaşımında hem yeniden işlenmekte hem de gereksinim duyulduğunda dönüştürülmektedir. Bu çerçevede, Bourdieu'nün düşünce çizgisini şekillendiren Durkheim, Marx ve Weber'le olan ortaklıkları ve ayrışma noktaları, Bourdieu sosyolojisinin ontolojik ve epistemolojik zeminine dair daha kapsamlı bir bakış elde etmemizi sağlayacaktır.

2.1.1. Teorik Miras: Durkheim, Marx ve Weber'in Etkileri

Bourdieu'nün sosyolojisinde öncelikle Durkheim ekolünün izlerine rastlamak mümkündür (Jourdain ve Naulin, 2016: 16-17). Bourdieu ve Durkheim arasındaki temel ortaklıklardan biri, toplumsal yapılar ile bireysel eylemler arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik çabalarıdır. Durkheim, toplumsal yapıların bireysel bilinç üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğunu ileri sürerek, toplumun bireyden bağımsız işleyen normlar ve değerler sistemi olduğunu savunmuştur. Bourdieu de bu yaklaşımı belirli ölçülerde benimsemekle birlikte, bireylerin toplumsal yapıdan bütünüyle ayrı düşünülemeyeceğini vurgular. Ancak, bu ilişkiyi Durkheim gibi katı bir yapısalcılık çerçevesinde incelemek yerine, *habitus* ve *alan* kavramları üzerinden daha dinamik bir perspektif geliştirmeyi tercih etmiştir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 80-81). Ayrıca, Bourdieu (2016a: 59-60), Durkheimcı hattı yetersiz bularak, öznel deneyimi ve bireylerin içselleştirilmiş toplumsal normlarını da dikkate alan daha ilişkisel bir epistemoloji ortaya koymuştur. Bu yaklaşım, hem toplumsal yapıların bireyler üzerindeki etkisini hem de bireylerin yapı içindeki eylem pratiklerini karşılıklı etkileşim bağlamında ele alarak, Durkheimcı geleneği önemli ölçüde dönüştürmektedir.

Diğer yandan, Bourdieu, Durkheim'in simgesel sistemler ve toplumsal yapılar arasındaki bağı vurgulayan yaklaşımını kendi kuramına uyarlayarak, sınıflandırma biçimlerinin hem bilişsel hem de toplumsal işlevlerini ele almıştır (Özpolat ve Arap, 2023: 213). Özellikle *habitus*, *doxa* ve *sembolik şiddet* gibi kavramlarında, Durkheim'in "toplumsal gerçekliğin kolektif tasavvurlarla biçimlendiği" görüşüne atıfta bulunur. Bourdieu, Durkheim'deki "kolektif temsiller"in keyfi ve tarihsel olarak inşa edildiği anlayışını genişleterek, söz konusu temsil biçimlerinin gerçekliği yalnızca yansıtmakla kalmayıp aynı zamanda yapılandırdığını savunur (Bourdieu, 1995: 124). Bu nedenle, toplumsal faillerin eylemlerini yönlendiren esas unsurun fiziksel güçler değil, simgesel sınıflandırmaların organize ettiği alanlar olduğunu öne sürmektedir.

Bourdieu ile Durkheim arasındaki benzerlik, her ikisinin de toplumsal gerçekliği kolektif tasavvurlar ve sembolik sistemler aracılığıyla açıklamasından kaynaklanmaktadır (Bourdieu, 1995: 126-127; 2016b: 29-30). Durkheim, simgesel

sistemlerin toplumsal dayanışmayı güçlendirdiğini savunurken, Bourdieu söz konusu sistemleri tahakkümün yeniden üretimini gizleyen bir mekanizma olarak görmektedir. Ona göre, bu sistemler keyfi olmakla birlikte toplumsal işlevleri bakımından zorunludur. Ancak, Durkheim bu işlevi meşruiyeti pekiştiren bir "rıza" modeli şeklinde değerlendirirken, Bourdieu aynı düzenin mazur görülmesini sağlayan bir "yanlış tanıma" sürecine işaret etmektedir (Özpolat ve Arap, 2023: 214). Böylece Bourdieu, tahakküm ilişkilerini örten sembolik güç odaklarını açığa çıkararak Durkheim'e kıyasla daha eleştirel bir duruş sergilemektedir. Bu durum -pozitivizm ya da yapısal işlevselci yaklaşım gibi- toplumu "verili" kabul eden tüm yaklaşımların eleştirisini de beraberinde getirir:

> "Fevkalade objektivist, fevkalade realist (burada ne toplumsal dünyanın de de bilimin varlığından şüphe duyulur, vs.), fevkalade klasik (bilimsel yöntemin en klasik araçları işe koşulur) olan bu yaklaşım bilimsel çatışmaların nasıl nihayetlendirildiğine dair hiçbir imada bulunmaz. Aslına bakılırsa uymalı amaçladığı bilimin baskın, mantıkçı tanımını olduğu gibi kabul eder (bu paradigmayı yer yer biraz tahrif etse de)" (Bourdieu, 2024: 30-31).

Bununla birlikte Bourdieu, Durkheim'ın yapısal-işlevselci bakışını tümüyle reddetmez; ancak toplumsal yapıların "keyfi" ve tarihsel niteliğini vurgulamak suretiyle, tahakkümü yeniden üreten süreçlerin gizil boyutuna dikkat çeker. Durkheim'ın sınıflandırma sistemlerini toplumu bütünleştiren bir araç olarak değerlendirme eğilimi, Bourdieu tarafından iktidarın görünmez işleyişini perdeleyen bir mekanizma biçiminde yeniden yorumlanmaktadır.

Bourdieu'nün "müdahil sosyoloji" yaklaşımı tam da bu noktada görünür olmaktadır (Özpolat ve Arap, 2023: 215). Bourdieu, yalnızca araştırmacının gözlem ve çözümlemelerine dayalı bir kuramsal çerçeve oluşturmayı değil, aynı zamanda eşitsizliği üreten ve sürdüren süreçlere yönelik farkındalık sağlamayı da amaçlamaktadır. Toplumsal acıları "doğal" ve bireysel yetersizliklerden kaynaklanan sorunlar olarak gören anlayışı sarsmayı hedefleyerek, çelişkileri ve yapısal şiddeti görünür kılmaya çabalar (Bourdieu, 2015c: 950). Böylece, Durkheim'ın teorik hattını eleştiren Bourdieu (2015a: 377, 698), sosyoloğun rolünü pasif bir tanıklığın ötesine

taşır ve onu, toplumsal dönüşümün olanaklarını etkin şekilde sorgulayan ve ortaya çıkaran bir konumda tanımlar:

> "Bilim, ne bir uçtaki, dogmatik akılcılığın totalize edici aşırılıkları ne de diğer uçtaki, akıl dışı bir nihilizmin estetçe vazgeçmişliği arasında tercih kullanmak durumundadır. Bilim, yaygın görüşler ve entelektüel doksa karşısında kazanabileceği ve özgürlüğe, yani politik eyleme kalan manevra alanından en iyi şekilde istifade etmeyi sağlayacak yegâne akılcı yöntemleri ortaya koymaya mahir olan kısmi ve geçici hakikatlerle yetinir" (Bourideu, 2015c: 951).

Böylece Bourdieu, bilimin güvencesiz iki uç arasındaki diyalektik konumunu vurgulamaktadır: Bir yandan hakikat arayışından vazgeçmemek (dogmatik akılcılığa boyun eğmeksizin), diğer yandan da bilgi iddialarının sınırlarını eleştirel bir tutumla kavramak. Bu çerçevede Bourdieu, kendi sosyolojisini de benzer bir konuma yerleştirir: Sosyoloji, normatif yargılar veren ya da bütüncül öğretiler kuran bir alan değildir; aksine, toplumsal gerçekliğin karmaşıklığını, süreçsel niteliğini ve tarihsel dönüşümlerini görmeye imkân tanıyan bir disiplindir. Dahası, Bourdieu'ye göre sosyoloji, sadece hâkim "yaygın görüşleri" ve entelektüel "doksayı" sorgulamakla kalmaz, aynı zamanda bu bilgilerle "özgürlük" adına nasıl bir siyasal ya da toplumsal eylem alanı açılabileceğini de göstermeye çalışır. Bu yaklaşım çerçevesinde, "yegâne akılcı yöntemlerle" üretilen bilimsel doğrular, mutlak ve değişmez hakikatler olmaktan ziyade, toplumsal mücadelelerin ve dönüşümün olanaklarını açığa çıkaran, kısmi ancak işlevsel gerçekler olarak değerlendirilmelidir. Bu yaklaşım hem eleştirel hem de dönüşüme açık bir bilim anlayışının özünü yansıtmaktadır.

Bourdieu'nün söz konusu "eleştirel" ve "müdahaleci" konumu, onu belirli oranda Marksist perspektife yaklaştırır. Özünde, Bourdieu'nün -Durkheim ve Weber'de de olduğu gibi- Marx'la ilişkisi de "ödünç almalar, süreklilikler ve kopuşlardan oluşan bir diyalektikle karakterize edilir" (Özpolat ve Arap, 2023: 199). Bourdieu, Marx'ın eserlerinden etkilendiğini belirtmekle birlikte (Bourdieu, 2013a: 34), Marx'ın ekonomik belirlenimciliğini ve "öznel hakikatleri" dışlamasını eleştirir (Bourdieu, 1995: 156). Bu doğrultuda, eşitsizliğin yalnızca ekonomik boyutla sınırlı olmadığını, aynı zamanda kültürel ve sosyal sermaye aracılığıyla da işlediğini vurgular (Bourdieu, 2016a: 31). Bourdieu'yu Marx'tan ayıran en temel nokta, emek ve sermaye

(ve dolayısıyla iktidar) biçimlerini çeşitlendirerek bu emek biçimlerinin birbirine dönüştürülebileceğine yaptığı vurguya dayanmaktadır (Bourdieu, 1995: 27). Bourdieu, sermayeyi, taşıdıkları emek miktarı bakımından nicel farklılıklar üzerine kurulu iktidar ilişkileri biçiminde değerlendirir. Bu nedenle, sermaye kavramı, yalnızca kapitalist emek biçimlerini değil, kapitalist olmayan emek biçimlerini de kapsayacak şekilde tanımlanır (Swartz, 2018: 110).

Bourdieu, -materyalist olduğu yönündeki vurgusu gibi- Marksizm ile ortaklaştığı noktalar bulunsa da (Bourdieu, 2018: 138) ekonomik üretimin, toplumsal ilişkilerdeki belirleyici konumunu, toplumsal düzeni şekillendiren birçok iktidar kaynağından sadece biri olarak görmektedir. Bu anlamda Marksist geleneğin ekonomik belirlenimciliğini eleştirerek üstyapı kurumlarının da etkinliğini savunan ve bu yönüyle Max Weber ekolüne daha yakın duran Bourdieu (2016a, 30-31), toplumsal mekânın çok boyutluluğuna vurgu yapmaktadır: "Toplumsal sınıf, sadece üretim ilişkileri içindeki bir konumla değil, aynı zamanda bu konumla 'normal olarak' (yani güçlü bir istatistiki olasılıkla) bağdaştırılan sınıf habitusu aracılığıyla tanımlanır" (Bourdieu, 2015a: 537). Bir sınıfın varlığı ve toplumsal uzamdaki algılanışı, yalnızca üretim ilişkilerindeki konum değil, aynı zamanda tüketim pratikleriyle de şekillenmektedir (Bourdieu, 2015a: 700). Dolayısıyla, ekonomik sermayenin yanı sıra, ekonomik olmayan sermaye biçimleri de sınıfsallığı simgesel düzeyde yansıtmaktadır. Bu yaklaşım, Bourdieu'nün sınıf ilişkilerinin simgesel boyutunu da vurgulayarak, Marksist sınıf kuramını eleştirel bir bakışla genişlettiğini göstermektedir (Bourdieu, 1995: 26-27). Nitekim onun toplumsal sınıflara dair yaklaşımı, Max Weber'in sınıf anlayışına çok daha yakın konumlanmaktadır (Coulangeon ve Duval, 2015: 7).

Diğer yandan, -her ne kadar çeşitli eleştiriler yöneltse de- Bourdieu'nün temel kavramlarını geliştirirken Marx'tan etkilendiği görülmektedir. Bu etkilenmenin temelinde, toplumsal düzenin yeniden üretimini açıklayan materyalist bir bakış açısı yer almaktadır. İlk olarak, her iki düşünür için de "sermaye" kavramı merkezi bir öneme sahiptir. Marx, sermayeyi ekonomik ilişkilerin temel belirleyicisi olarak konumlandırırken, Bourdieu bu perspektifi genişleterek kültürel, sosyal ve sembolik sermaye biçimlerini sistematik biçimde incelemektedir. İkinci olarak, Marx'ın "toplumsal varlık bilinci belirler" önermesi, Bourdieu'nün habitus kavramını

geliştirmesinde önemli bir ilham kaynağı olmuştur. Bu anlayışa göre, bireylerin zihinsel şemalarını şekillendiren faktörler, doğrudan toplumsal konum ve tarihsel pratiklerin ürünü olarak değerlendirilmelidir (Özpolat, 2024: 3). Son olarak, sınıfsal tahakküm ve eşitsizliklerin yeniden üretimi sorunsalı, Bourdieu'nün alan kuramının merkezinde yer almaktadır. Marx gibi Bourdieu de egemen sınıfların sembolik araçlar yoluyla tahakküm mekanizmalarını gizlediğini ve meşrulaştırdığını ileri sürmektedir (Özpolat ve Arap, 2023: 204).

Gramsci'nin hegemonya teorisiyle kimi paralellikler kurulabilmekle birlikte, Bourdieu'nün saha çalışmalarıyla desteklediği ampirik yaklaşımı, teorik çerçevesine farklı bir nitelik kazandırmaktadır (Bourdieu, 2013a: 64; Türk, 2014: 623). Ayrıca, ona göre, Gramsci'nin ve Althusser'in devlet teorileri genellikle devlet aygıtının işlevleri üzerinedir; "devlet olarak adlandırdığımız o şeyin mevcudiyeti ve fiiliyatı meselesinden kaçınılır" (Bourdieu, 2015b: 20). Ayrıca Bourdieu "karamsar işlevselciliğin Truva atı" gibi kullanıldığı için "aygıt" nosyonunun kullanım biçimlerini de eleştirmektedir: Ona göre, "bu komplo fantezisi, toplumsal dünyada olup biten her şeyden şeytani bir iradenin sorumlu olduğu düşüncesi 'eleştirel' düşünceyi çok sık felç etmektedir" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 87). Bourdieu'ya göre Althusser'in devletin ideolojik aygıtları olarak tanımladığı devlet, kilise veya siyasi partiler birer aygıt değil, alandır (2014: 87). Bu alanda failler kendi konumlarını güçlendirmek adına sürekli bir mücadele içindedir. Sonuç olarak, Bourdieu, Marksizmin yapı, sermaye ve tahakküm temelli yaklaşımını kendi kuramsal yenilikleriyle harmanlayarak özgün bir sosyoloji modeli geliştirmektedir. Bu sayede, sınıf egemenliğinin ideolojik ve pratik dayanaklarını açıklama konusunda Marx'ın mirası, Bourdieu'nün düşüncesine eleştirel, ancak üretken bir çerçeve sunmaktadır.

Bourdieu'nün düşünsel referanslarından bir diğeri ise Max Weber'in sosyolojik yaklaşımıdır. Nesnelci sosyal bilim anlayışına eleştirel bir mesafe alan Weber, toplumsal eylemin ancak bireylerin ona atfettiği "anlam" üzerinden kavranabileceğini ileri sürerek yorumsamacı sosyoloji geleneğinin öncülerinden biri olarak kabul edilmektedir. Weber'in bu yaklaşımı, toplumsal olguların çözümlemesinde "anlam" ve öznel yapıların dikkate alınmasını gerekli kılar. Bu doğrultuda Bourdieu de -Weber'den aldığı ilhamla- toplumsal gerçekliğin analizinde öznel yapıların ve anlam

dünyalarının göz ardı edilemeyeceğini savunur (Arlı, 2014: 147; Özpolat ve Arap, 2023: 207-208). Bu çerçevede Bourdieu, Weber'den özellikle simgesel boyutun toplumsal analizdeki yerine ilişkin önemli bir kuramsal esinlenme sağlamıştır (Bourdieu, 2015b: 18).

Nitekim, Bourdieu bu durumu şöyle ifade eder: "Simgesel iktidarın ve devlet iktidarının tam anlamıyla simgesel olan boyutunu açıklamak söz konusu olduğunda, Marksist düşünce destekten ziyade köstek olur. Buna karşılık, Max Weber'in din hakkındaki yazılarında, özelleşmiş failleri ve özel çıkarlarını yeniden mevzubahis etmek suretiyle, simgesel sistemler kuramına yaptığı önemli katkıdan faydalanabiliriz" (Bourdieu, 2016b: 210-211). Bu doğrultuda, Bourdieu'nün simgesel iktidar, alan ve habitus gibi kavramları geliştirirken Weberyen düşünceden belirgin biçimde beslendiği ve toplumsal yapıları yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda simgesel boyutlarıyla da çözümleme arayışında olduğu söylenebilir.

Özellikle Weber'in din ve iktisat ilişkilerini çözümlemeye yönelik yaklaşımı, Bourdieu'nün ekonomik indirgemeciliği aşarak "alan" kuramında farklı toplumsal pratik ve kurumların kendilerine özgü işleyiş mantıklarını kavramsallaştırmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır (Özpolat ve Arap, 2023: 210). Weber'in kiliseyi "selamet ürünlerinin tekelcisi" olarak tanımlaması, Bourdieu'nün "sembolik sermaye" kavramını daha geniş bir perspektifle düşünmesine imkân vermiştir. Din ve sanat gibi "kâr amaçlı olmayan" alanların da yalnızca maddi değil, aynı zamanda sembolik kaynaklar ürettiği, dağıttığı ve yeniden ürettiği fikri, Weber'in çalışmalarından esinlenerek Bourdieu'nün araştırma gündemine dâhil olmuştur (Bourdieu, 1995: 211-212). Bu doğrultuda, Weber'in materyalist analiz olanaklarını din alanına uygulaması, Bourdieu'nün "kültürel" ve "sembolik" sermaye türlerini ekonomik çözümleme çerçevesine dâhil etmesinde yol gösterici bir işlev görmüştür (Arlı, 2014: 148).

Diğer taraftan, Max Weber'in "tahakküm" kavramı, Bourdieu'nün sembolik şiddet ve alan kuramının şekillenmesinde kritik bir rol oynamıştır (Bourdieu, 1995: 128). Weber, iktidarı doğrudan baskı ve zor kullanımına dayandırırken; tahakkümü, bireylerin itaat etme isteğine dayalı daha incelikli bir yönetim biçimi olarak tanımlamaktadır. Bourdieu ise Weber'in bu temel ayrımını genişleterek, toplumsal

alanlardaki faillerin nasıl gönüllü rızaya dayalı bir biçimde yönlendirilebildiğini analiz etmiştir. Bu bağlamda Bourdieu, sembolik sermayenin meşrulaştırma ve onay mekanizmaları üzerinden tahakküm üretme kapasitesine dikkat çekmiştir (Jourdain ve Naulin, 2016: 62).

Dolayısıyla, Weber'in tahakküm anlayışı, Bourdieu'ye rıza mekanizmalarını çözümleyebilmek adına önemli bir kuramsal çerçeve sunmuştur. Weber'in, tahakkümün yalnızca baskı ya da zorlama yoluyla değil, aynı zamanda itaat edenlerin gönüllü kabulleriyle sürdürüldüğüne ilişkin vurgusu, Bourdieu'nün "meşru bakış" ve "kurulu düzenin doğallaştırılması" kavramlarını geliştirmesine ilham vermiştir. Ancak, burada Bourdieu, bu gönüllü kabulü bireylerin bilinçli tercihlerinden ziyade, toplumsal yapılar tarafından şekillenen ve habitus aracılığıyla içselleştirilen bir "tarihsel bilinçdışı" üzerinden açıklar. Bu doğrultuda, Weber'in "meşruluk" kavramı, Bourdieu'nün toplumsal alanda egemenliğin içselleştirilmesini ve rıza süreçlerini açıklayan sembolik güç kuramının merkezinde yer almaktadır (Özpolat ve Arap, 2023: 209).

Pierre Bourdieu'nün sosyolojik düşüncesi, Marx, Weber ve Durkheim gibi klasik düşünürlerden derinlemesine etkilenmiş olup, söz konusu etkileşim onun özgün kavramsal çerçevesinin oluşumunda belirleyici olmuştur. Özpolat ve Arap'ın (2023) ifade ettiği üzere, Bourdieu bu düşünürlerle ilişkisini "borçlanma, süreklilik ve kopuş" diyalektiği üzerinden kurar. Bu doğrultuda, Marx'tan toplumsal yeniden üretim ve sınıfsal tahakküm analizlerini devralırken, sermaye kavramını yalnızca ekonomik boyutla sınırlı tutmayarak kültürel, sosyal ve sembolik sermaye biçimleriyle genişletir. Ayrıca, Marx'ın altyapı-üstyapı ayrımına eleştirel bir yaklaşım getirerek, sembolik sistemlerin maddi ilişkilerle ayrılmaz bir bütün oluşturduğunu ileri sürer ve bu yaklaşımını sembolik şiddet kavramıyla somutlaştırır.

Benzer şekilde, Weber'den simgesel iktidar, anlam üretimi ve meşruiyet mekanizmalarına ilişkin önemli ilhamlar alırken; Durkheim'dan ise toplumsal yapı ile birey arasındaki ilişkiyi kavramlaştırma noktasında yararlanır ve bu ilişkiyi habitus ve alan gibi özgün kavramlarla yeniden yorumlar. Böylelikle, Bourdieu'nün sosyolojisi, bu üç düşünürden aktardığı teorik izlekler aracılığıyla, toplumsal gerçekliği

açıklamada hem yapısal hem de eylem odaklı dinamikleri dikkate alan bütüncül bir yaklaşım ortaya koyar. Bu çerçevede, Bourdieu sosyolojisinin temel kavramsal omurgasını ve analiz ufkunu anlamak amacıyla, onun ontolojik ve epistemolojik yaklaşımına odaklanmak yerinde olacaktır.

2.1.2. Bourdieu Sosyolojisinin Ontolojik Temelleri

Bourdieu'nün çalışmalarında doğrudan bir "ontoloji" tartışmasına nadiren rastlanmakla birlikte, gerçeklik, (anti) tözcülük ve gerçekçiliğe yönelik göndermelerinin belirgin bir şekilde öne çıktığı görülmektedir (Akram, 2023: 16). Temel olarak epistemolojiye yoğunlaşan Bourdieu, özellikle "epistemolojik duyarlılık (epistemological vigilance)" kavramına yaptığı vurgu ile, araştırmacının hem kullandığı kavramsal araçları hem de analizine konu olan toplumsal nesneyi sürekli olarak sorgulaması gerektiğini ifade etmektedir (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 73). Bourdieu'ye göre sosyal bilimlerde "gerçek" ya da "varlık" üzerine yürütülen tartışmaların soyut felsefi spekülasyonlara saplanması, araştırmacının toplumsal gerçeklikle kurduğu ampirik ve eleştirel ilişkiyi zayıflatma riskini taşır. Bu nedenle Bourdieu, toplumsal analizlerde bilgi üretiminin süreçsel ve tarihsel karakterine odaklanarak, durağan ve değişmez varlık anlayışlarına dayanan "tözcü" yaklaşımlardan özellikle kaçınır. Dolayısıyla onun -epistemolojik olduğu kadar- ontolojik yaklaşımı da toplumsal gerçekliği sabit kategoriler üzerinden değil, tarihsel koşullarda şekillenen ilişkisel dinamikler üzerinden kavramlaştırmaya dayanır. Ona göre "her bilimsel eylem, tıpkı her pratik gibi, iki tarih arasındaki karşılaşmanın ürünüdür: yatkınlıklar biçiminde (failde) ete kemiğe bürünmüş bir tarih ve bizzat alanın yapısında ve teknik nesnelerde (aletlerde, araçlarda), yazılarda vb. nesneleşmiş bir tarih" (Bourdieu, 2024: 69).

Öte yandan, Bourdieu'nün habitus ve alan gibi temel kavramlarının, örtük biçimde belirli bir ontolojik çerçeveyi işaret ettiği, ancak Bourdieu'nün bu ontolojiyi açıkça formüle etmekten bilinçli olarak kaçındığı gözlemlenmektedir (Akram, 2023: 16). Nitekim habitus kavramı, toplumsal pratiklerin sürekliliğini ve bireylerin bedenleşmiş tarihsel deneyimlerinin eylemler üzerindeki etkisini vurgularken; alan kavramı ise farklı güç ve sermaye ilişkilerinin özgün mantıklarla işlediği toplumsal bir

mekân anlayışını ortaya koyar. Bu iki kavramın analitik gücü, yalnızca epistemolojik bir duyarlılıkla açıklanamayacak ölçüde, toplumsal gerçekliğe ilişkin belirli bir ontolojik varsayımı da içermektedir. Zira habitus ve alan, toplumsal dünyanın dinamik, ilişkisel ve tarihsel olarak inşa edilen yapılar bütünü olduğu fikrini varsayan bir gerçeklik tasavvuruna dayanır. Dolayısıyla Bourdieu'nün ontolojik yaklaşımı, doğrudan formüle edilmese de kavramsal çerçevesinde yer alan bu temel kavramlar üzerinden dolaylı biçimde okunabilmektedir. Bu durum, Bourdieu sosyolojisinin yalnızca bilgi üretim süreçlerine dair bir epistemolojiye değil, aynı zamanda toplumsal dünyanın işleyişine ilişkin bir ontolojiye de sahip olduğunu göstermektedir.

Bourdieu, ontolojik açıdan öncelikle Marx'tan günümüze uzanan kültürel idealizm ile tarihsel materyalizm arasındaki tartışmanın merkezine yerleşerek, bu ikiliği aşacak özgün bir ontolojik zemin inşa etme arayışına yönelir. Bu doğrultuda hem maddi toplumsal ilişkileri hem de kültürel anlam üretim süreçlerini tek bir analitik çerçevede kavramsallaştırmayı hedefler. Bourdieu'nün yaklaşımı, toplumsal yaşamı yalnızca ekonomik belirlenimcilik ekseninde açıklayan indirgemeci yaklaşımlardan kaçınırken, kültürel dinamikleri de tarihsel bağlamından koparmayan bir bütünselliğe dayanmaktadır. Bu çerçevede, yukarıdaki satırlarda açıklanan Marx, Weber ve Durkheim gibi klasik düşünürlerden devraldığı kuramsal araçları dönüştürerek; toplumsal yapılar, eyleyen özneler ve sembolik anlam sistemleri arasındaki etkileşimi açıklayan özgün bir sentez geliştirmiştir (Özpolat ve Arap, 2023: 199). Böylece Bourdieu'nün sosyolojisi, toplumsal gerçekliği hem yapısal düzenler hem de pratik eylemler temelinde ele alan ve bu iki düzlemi birbirinden ayrıştırmadan çözümlemeye çalışan bütüncül bir ontolojiye dayanmaktadır:

> "Bourdieu'ye göre sosyal gerçekliğin doğası hem objektiftir hem de subjektiftir. Bunu izah etmek için Bourdieu, Pascal'ın bir sözünü kullanır: 'Uzay beni bir noktaymışım gibi yutar, ben de onu anlarım.' Bourdieu bu sözü sosyal evrene uygular ve şöyle der: 'Sosyal uzay beni bir nokta gibi yutar, tam da o beni yuttuğu için ben de onu anlarım' (Bourdieu, 1995: 28-29). Dolayısıyla sosyal gerçekliğin hem objektif hem de subjektif boyutu söz konusudur" (Ünal, 2014: 175).

Klasik sosyolojiden ayrıldığı noktalarla birlikte Bourdieu daha özgün bir ontolojik ve epistemolojik konumlanış önermektedir. Ontolojik düzlemde, toplumsal

gerçekliğin hem nesnel hem de öznel boyutlarını kabul eden ve yapı-fail ikiliğini aşmaya çalışan bir bakış açısı benimsemektedir. Yapı ve eylem, birey ve toplum gibi ikilikleri sorgulayan Bourdieu'nün ontolojisi, "pratik teorisi" çerçevesinde anlamlandırılabilir (Bourdieu, 2018). Pratik teori, teorik bilgi ile pratik bilgi arasındaki kopukluğu gidermeye çalışan bir yaklaşımdır. Bourdieu (2018: 151-152), sosyal bilimlerde yaygın olan nesnelci ve öznelci bakış açılarının eksikliklerini eleştirerek, bunların yerine pratik yönelimi vurgulayan bir teori sunar. Pratik teori, bireylerin sosyal yapı içerisindeki eylemlerini sadece dışsal kurallar veya bilinçli tercihlerle değil, aynı zamanda içselleştirilmiş habitus ve sosyal alanlarla ilişkili olarak açıklar (Tatlıcan ve Çeğin, 2014: 313-316, 322). Bu ontoloji, habitus (bireylerin sosyal deneyimlerinden şekillenen içselleştirilmiş eğilimler) ve alan (sosyal pozisyonların ve güç ilişkilerinin bulunduğu dışsal yapılar) arasındaki dinamik etkileşime dayanır.

Klasik sosyolojiden ayrıştığı noktalarla birlikte Pierre Bourdieu, özgün bir ontolojik ve epistemolojik konumlanış ortaya koyar. Ontolojik düzlemde Bourdieu, toplumsal gerçekliğin hem nesnel hem de öznel boyutlarını dikkate alan ve yapı-fail ikiliğini aşmaya yönelik bir perspektif geliştirir. Yapı ve eylem, birey ve toplum gibi geleneksel ikilikleri sorgulayan bu yaklaşım, Bourdieu'nün "pratik teorisi" ekseninde anlam kazanır (Bourdieu, 2018). Pratik teori, sosyal bilimlerde teorik bilgi ile pratik bilgi arasındaki kopukluğu gidermeyi amaçlayan bir yaklaşım olarak öne çıkar. Bourdieu (2018: 151-152), sosyal bilimlerde sıkça karşılaşılan nesnelci ve öznelci yaklaşımların sınırlılıklarını eleştirerek, bu ikiliğin ötesine geçen ve pratik yönelimi merkeze alan bir kuramsal çerçeve önerir. Bu çerçevede toplumsal eylemler, yalnızca dışsal kurallar ya da bilinçli tercihlerle değil; bireylerin yaşam deneyimleriyle şekillenen içselleştirilmiş eğilimler olarak tanımlanan habitus ile bireylerin konumlandığı, güç ilişkilerinin örgütlendiği sosyal yapılar olarak tanımlanan alan arasındaki dinamik etkileşim yoluyla açıklanır (Tatlıcan ve Çeğin, 2014: 313-316, 322).

Bourdieu'nün ontolojik yaklaşımında pratik teori, toplumsal yapıyı hem belirleyen hem de yeniden üreten dinamik bir süreç olarak ele almaktadır. Bu çerçevede nesnel yapılar, bireylerin içselleştirilmiş eğilimleri olan habitus aracılığıyla eylemleri şekillendirirken; aynı zamanda bireyler de gerçekleştirdikleri pratiklerle bu

yapıları sürekli olarak yeniden üretmektedir. Bu çift yönlü etkileşim, Bourdieu'nün pratik teorisinin temelini oluşturur ve sosyal bilimlerde yaygın biçimde karşılaşılan katı yapısalcılık ya da indirgemeci bireycilik gibi tek yönlü açıklamaların ötesine geçmeyi amaçlar (Bourdieu, 2018: 158-161). Bourdieu'nün ontolojisi, toplumsal gerçekliği statik ve durağan bir yapı olarak değil; sürekli değişen, karşılıklı ilişkiler üzerinden şekillenen dinamik bir süreç olarak kavramsallaştırır. Ontolojik olarak bireyler, toplumsal yapıların edilgen taşıyıcıları ya da yalnızca belirlenen özneleri değil; aynı zamanda bu yapıların aktif üreticileri ve dönüştürücüleridir.

Bourdieu, Sartre'ın öznelciliği (failin yaratıcılığını belirleyici unsur olarak görmesi) ile Lévi-Strauss'un nesnelciliği (yapının belirleyiciliğini esas alması) arasındaki ikili karşıtlığı aşmayı hedeflerken, her iki yaklaşımın da sunduğu katkıları muhafaza etme çabasındadır. Bourdieu, fail ile yapıyı birbirinden bağımsız ya da karşıt unsurlar olarak değerlendirmek yerine, bunları diyalektik bir ilişki içinde kavramsallaştırmayı önerir (Tatlıcan ve Çeğin, 2014: 312; Swartz, 2018: 21). Onun alan teorisinin temelinde de bu ontolojik yaklaşım yer alır. Bu çerçevede Bourdieu'nün ontolojisi, ilişkisel bir anlayış üzerine inşa edilmiştir (Akram, 2023: 16). Bourdieu için toplumsal gerçeklik, maddi ya da durağan "şeyler" üzerinden değil, dinamik "ilişkiler" aracılığıyla açıklanabilir. Bu yaklaşım, sosyal gerçekliğin, habitus ve alan kavramları arasında kurulan etkileşim üzerinden şekillendiğini ortaya koyar. Böylece toplumsal anlam ve varlık, bireylerin içselleştirilmiş eğilimleriyle dışsal sosyal yapıların karşılıklı ilişkisi içerisinde ortaya çıkar. Bu perspektif, Bourdieu'nün ontolojik konumlanışının hem nesnelci (objektif) hem de öznelci (subjektif) unsurları içeren çift yönlü bir önerme sunduğunu göstermektedir (Ünal, 2014: 175).

> "Bir yanda, içinde bulundukları etkileşimlere ve pratiklere indirgenemeyen büyük yapısal dengeler üzerinde ısrar ettiğim için 'büyük kuramcılara' (özellikle yapısalcılara) yakın görünebilirim; öte yanda, kendimi şeylere yakından bakan araştırmacılarla dayanışma içinde hissediyorum (özellikle etkileşimcileri, Goffman'ı ve doğrudan gözlem ya da istatistik çözümleme yoluyla, gerçekliğe çok yukardan bakan 'büyük kuramcılar'ın bilmediği ampirik gerçeklikleri açığa çıkaran herkesi kastediyorum); ama onların toplumsal pratiğin ayrıntılarıyla ilgilenme ilkelerinin altında yatan, çok yakından bakmanın dayattığı toplumsal dünya felsefesini ve beslediği kuramsal 'miyopluk'u kabul edemem" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 99).

Alanlar bireylerin eylemlerini belirlerken, bireyler de alanın yapısını dönüştürebilmektedir. Bu anlamda Bourdieu yapı ve faile mutlak bir belirlenim vermemekle birlikte iki merkezi ontoloji arasındaki ilişkiselliğe dikkat çekmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 33). Öte yandan Bourdieu, toplumsal yapıların tarihsel süreçler içinde şekillendiğini vurgulamaktadır. Alanlar ve habitus, ontolojik düzlemde tarihsel olarak belirlenmiş ve sürekli değişen kategorilerdir (Bourdieu, 2018: 153, 157). Dolayısıyla, Pierre Bourdieu'nün ontolojisi, toplumsal gerçekliğin dinamik, tarihsel ve ilişkisel olduğunu savunmaktadır. Bireyler hem yapıların ürünleri hem de bu yapıların üreticileridir. Dolayısıyla, Bourdieu alan, sermaye ve habitus arasında epistemolojik olduğu kadar aynı zamanda "eleştirel realist" bir ontolojik ilişki de kurmaktadır (Akram, 2023: 16).

Bourdieu'nün ontolojik yaklaşımında, alanlar bireylerin eylemlerini belirlerken, aynı zamanda bireylerin de alanların yapısını dönüştürebilme kapasitesine sahip olduğu vurgulanmaktadır. Bu çerçevede Bourdieu, yapı ile fail arasındaki ilişkiyi tek yönlü bir belirlenim üzerinden açıklamaktan kaçınarak, söz konusu iki merkezi ontolojik unsur arasındaki karşılıklı etkileşimi ön plana çıkarmaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 33). Öte yandan Bourdieu, toplumsal yapıların tarihsel süreçler içinde şekillendiğine işaret ederek, alan ve habitus kavramlarının durağan kategoriler olmadığını, aksine tarihsel olarak inşa edilen ve sürekli dönüşen yapılara karşılık geldiğini belirtmektedir (Bourdieu, 2018: 153, 157). Bourdieu'nün ontolojisi, toplumsal gerçekliği durağan ve sabit bir yapı olarak değil; dinamik, tarihsel ve ilişkisel bir süreç olarak kavramsallaştırmaktadır. Bu yaklaşım, bireyleri yalnızca yapıların pasif taşıyıcıları olarak değil, aynı zamanda bu yapıların aktif üreticileri olarak da konumlandırmaktadır. Dolayısıyla, Bourdieu'nün alan, sermaye ve habitus kavramları arasında kurduğu ilişki yalnızca epistemolojik düzeyde kalmayıp, aynı zamanda eleştirel realizmin ontolojik çerçevesiyle de uyumlu bir yapı sergilemektedir (Akram, 2023: 16).

Diğer yandan, Bourdieu'nün kendi ontolojik çerçevesini açık bir biçimde tanımlamaktan kaçınması, çalışmalarının esasen epistemolojik bir yaklaşım etrafında şekillendiğini ortaya koymaktadır. Nitekim Bourdieu'nün temel meselesi, ontolojik olarak "toplum nedir?" sorusuna yanıt aramaktan ziyade, toplumsal gerçekliğe ilişkin

bilginin nasıl üretildiği, bu süreçte karşılaşılan epistemolojik engellerin neler olduğu, bu engellerin aşılması için hangi sosyolojik stratejilerin geliştirilebileceği ve sosyolojinin özgün bir bilimsel disiplin olarak üniter bir sosyal epistemoloji kurmasının mümkün olup olmadığı üzerinedir (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991). Bu çerçevede Bourdieu, toplumsal gerçekliği analiz ederken merkezine sosyal pratikleri yerleştirir. Sosyal pratikler, bireylerin gündelik yaşamda gerçekleştirdiği eylemler ile bu eylemlerin toplumsal bağlam içerisindeki etkilerinden oluşan dinamik süreçlerdir. Örneğin, Bourdieu'nün eğitim sistemi üzerine gerçekleştirdiği çalışmalar, bu alandaki eşitsizliklerin ve güç ilişkilerinin nasıl üretildiğini ve bu pratiklerin toplumsal bilgiye nasıl katkı sağladığını göstermektedir (Bourdieu ve Passeron, 2014; Bourdieu ve Passeron, 2015). Bu nedenle, Bourdieu'nün çalışma pratiği, sosyal bilimlerde nesnellik ve öznellik arasındaki gerilimi nasıl aşabileceğimize yönelik, -ontolojik referans noktaları bulunsa da- özünde derin bir "epistemolojik" katkı sunar.

2.1.3. Bourdieu Sosyolojisinin Epistemolojik Dayanakları

Pierre Bourdieu, Jean-Claude Chamboredon ve Jean-Claude Passeron ile birlikte kaleme aldıkları *The Craft of Sociology* (1991) adlı eserlerinde, kurmayı hedefledikleri sosyoloji disiplinine ilişkin epistemolojik edimlerin hiyerarşisini ortaya koyan temel örüntüler sunmaktadır. Bourdieu'nün bu epistemolojik yaklaşımı, özellikle Georges Canguilhem, Gaston Bachelard ve Alexandre Koyré gibi Fransız bilim felsefecileri ve bilim tarihçilerinden aldığı etkilerle şekillenmiştir (Özpolat, 2024: 2). Bu çerçevede Bourdieu, pozitivist, tözcü ve yorumsamacı gelenekleri aşmayı hedefleyerek, sosyal gerçekliğin çok boyutluluğunu kavrayabilen ilişkisel bir epistemoloji önermektedir (Akram, 2023: 12).

Bourdieu'nün epistemolojik perspektifi, bilimsel bilginin üretiminin toplumsal ve tarihsel bağlamdan bağımsız düşünülemeyeceği temel savına dayanmaktadır. Bu yaklaşım, Bachelard'ın doğa bilimlerine yönelik geliştirdiği "süreksizlik" ve "epistemolojik kopuş" kavramlarını sosyal bilimler alanına uyarlamasıyla daha da belirginleşir. Bourdieu, bu uyarlama ile bilimsel bilginin mutlak veya değişmez bir hakikat olmadığını, tersine, sürekli olarak yeniden inşa edilen ve yorumlanan bir bilgi alanı olduğunu savunur (Akram, 2023: 14). Bu bakış açısına göre sosyal dünya, nesnel

ve "verili" bir gerçeklikten ziyade, toplumsal pratikler ve tarihsel koşullar içinde inşa edilen, değişken ve dönüşen bir yapı arz eder. Dolayısıyla Bourdieu, Bachelard'ın "epistemolojik duyarlılık" ve "epistemolojik kırılma" yaklaşımlarını benimseyerek, sosyal bilimlerde de geçerliliği olan bir "ilerleme halinde bilim" anlayışını savunmaktadır. Bu anlayış, toplumsal gerçekliğin statik bir biçimde ele alınması yerine, sürekli sorgulanan, yeniden üretilen ve tarihsel olarak dönüşen bilgi süreçlerine odaklanan bir bilimsel yaklaşımı gerektirir (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 8).

Bourdieu, Bachelard'dan aldığı ilhamla bilimsel alanda ortaya çıkan kutuplaşmış epistemolojik yaklaşımları eleştirmektedir. Bourdieu'nün "epistemolojik duyarlılık" olarak adlandırdığı yaklaşım, bu tür "aşırılık" veya "monolog" eğilimlerine karşılık, "rasyonalite" ile "deneysel veri" arasındaki diyalektiğin derinleştirilmesi gerektiğini savunur. Ona göre, "epistemolojik duyarlılık, gündelik görüş ile bilimsel söylem arasındaki ayrımın diğer alanlara kıyasla daha bulanık olduğu sosyal bilimlerde özellikle gereklidir" (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 13). Bu doğrultuda, yalnızca kuramsal söylemlere ya da yalnızca ampirik veri toplamaya dayalı yaklaşımlar yetersiz kalmaktadır. Bilimsel üretimin zenginliği, akıl ile deney, soyutlama ile gözlem arasındaki çok katmanlı etkileşimde ortaya çıkmaktadır. Bourdieu, Bachelard'ın doğa bilimleri felsefesinden hareketle bu dengeyi sosyal bilimlere taşımayı amaçlamakta ve teori ile ampirizm arasındaki uyumun kaybolduğu durumlarda bilimsel tartışmaların kısırlaştığını, buna bağlı olarak bilimsel ilerlemenin zayıfladığını ileri sürmektedir (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 66-67).

Dolayısıyla, ne Talcott Parsons, Robert Merton ve Paul Lazarsfeld'in öncülüğünü yaptığı nicel pozitivist ampirik gelenek (Bourdieu, 2012: 93); ne de Adorno ve Frankfurt Okulu'nun öncülüğünü yaptığı -Bourdieu'nun (1991: 25) tabiriyle- "teorisist peygambercilik", sosyoloji disiplininin epistemolojik ihtiyaçlarını tam olarak karşılayamaz (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 247-248). Bir sosyolojik araştırmada, teori ve ampirik araştırmanın birlikteliğiyle bilgi üretimi gerçekleşir. Bourdieu'nün güçlü bir teorik zemine dayanan ampirik sosyoloji inşa etme niyetinde olduğu görülmektedir. *The Craft of Sociology* (1991) kitabında da esas

amacının "ampirik araştırma yapmanın başka bir yoluna teorik bir temel vermek" (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 247) olduğundan bahsetmektedir.[22]

The Craft of Sociology (1991) adlı eserde yer alan ilk ilke olan "epistemolojik kopuş" (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 13-20), sosyologun toplumsal gerçekliğe dair hâkim önyargılardan ve gündelik yaşamın sıradan kanaatlerinden bilinçli olarak uzaklaşmasını ifade eder. Bu ilkenin temelinde, "doğrudan bilgi" yanılsamasına kapılmamak yer alır. Bir başka deyişle, günlük yaşamda "aşikâr" gibi görülen; ancak, gerçekte ideolojik ve normatif yükler barındıran temsil ve kategorizasyonları sorgulamak esastır (Kaya, 2014: 399). Bourdieu'ye göre, "sosyoloğun spontane sosyolojiyle mücadelesi asla nihai olarak kazanılmaz ve sosyolog, anlık bilgi yanılsamasını ve bunun aşılmaz zenginliğini çok kolay bir şekilde sağlayan kör edici öz-kanıtlara karşı bitmek bilmeyen polemikler yürütmek zorundadır" (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 13). Zira toplumsal olgular, çoğunlukla onları meşrulaştıran politik, ahlaki ya da geleneksel kabuller aracılığıyla görünürlük kazanır. Bu nedenle, en temel toplumsal birim gibi sunulan olgular dahi büyük ölçüde değer yargıları, güç ilişkileri ve mevcut düzenin korunmasına hizmet eden meşrulaştırıcı söylemlerle örülüdür. Bu bağlamda Bourdieu'nün epistemolojisi, "verili" olan her şeyi sorgulama gerekliliğini temel bir ilke olarak kabul eder.

Bu "kopuş"un temelini, "doğrudan gözleme" ya da "ortak kanaate" dayanan ampirizmin yanıltıcı olabileceği düşüncesi oluşturur. Zira gündelik yaşantı içerisinde gerçekleştirilen "veri toplama" veya "gerçekliği gözleme" süreçleri, çoğu zaman toplumsal gerçekliğin önceden kültürel olarak kodlanmış, siyasal olarak çerçevelenmiş ve dilsel olarak inşa edilmiş biçimlerini fark etmeksizin yeniden üretme ve onaylama riskini taşır. Bourdieu, "toplumsal nesneler"in (örneğin aile, siyaset, din) bilimsel

[22]Bourdieu, Chamboredon ve Passeron tarafından kaleme alınan *The Craft of Sociology* adlı eser, Amerikan pozitivist ampirik geleneğinin sosyoloji alanında oldukça etkili olduğu bir dönemin ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Bu süreçte yazarlar, ampirik araştırmalara yapılan güçlü vurgunun karşısında, sosyoloji disiplininde teorik temellere daha fazla önem verilmesi gerektiğini savunmuşlardır. Ancak, 1970'li yıllardan itibaren özellikle Fransız sosyoloji geleneğinde teorik çalışmaların ağırlık kazanmasıyla birlikte, Bourdieu'nün söz konusu eseri bu dönemde yazmış olması hâlinde, bu kez ampirik yönü öne çıkarmayı tercih edeceğini ifade ettiği görülmektedir. Bu durumu şu şekilde dile getirmektedir: "*The Craft of Sociology*'nin yazıldığı dönemde pozitivizme karşı teorik kutbu güçlendirmek gerekiyordu. 1970'lerde, Althusserci dalga Fransa'yı kasıp kavururken, failleri yapıların 'taşıyıcıları' olan Träger'in durumuna indirgeyen bu teorisizme karşı ampirik kutbu güçlendirmek isterdim" (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 252).

incelemeye konu edilebilmesi için, öncelikle bu nesnelerin "mevcut kullanım" biçimleri ya da "spontane temsiller" yoluyla aktarılan önyargılı şemalardan arındırılması gerektiğini ifade eder (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 17). Bu süreç, esasen bir "ayrıştırma" ve "yeniden inşa" pratiğidir. Sosyolog, gündelik söylemlerin hangi tarihsel arka planlara, hangi güç ilişkilerine ve hangi meşrulaştırma pratiklerine dayandığını açığa çıkarmalıdır. Ancak, bu şekilde "ortak kanaat" ile şekillenmiş temsiller aşılabilir ve bilimsel düzeyde analiz edilebilir bir toplumsal nesne üretilebilir. Böylece, "olgu (sosyal gerçeklik), doğrudan bilgi yanılsamasına karşı ele geçirilir" (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 13).

Dolayısıyla "kopuş" aşaması, yalnızca toplumsal gerçekliğe ilişkin ön kabullerden arınmayı değil, aynı zamanda sosyoloğun kendi dilini, yöntemini ve kuramsal çerçevesini sürekli olarak sorgulamasını da gerektirir. Bourdieu'ye göre sosyoloji, gündelik yaşamın dilini ve kavramlarını kaçınılmaz biçimde paylaşır; bu nedenle, söz konusu dili eleştirel bir süzgeçten geçirme ve "ortak dilin" sorgulanmaksızın aktardığı anlamları çözümleme ihtiyacı her zaman varlığını korur (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 21-22). Aksi durumda, gündelik dilde yerleşik olan "temsil"ler, araştırmacının gözlem ve analiz süreçlerini farkında olmadan yönlendirebilir ve bu durum bilimsel mesafenin aşınmasına neden olabilir. Bourdieu tam da bu riske dikkat çekerek, sosyoloğun öncelikle "toplumsal nesne"yi, ona atfedilen siyasal, normatif ve değer yüklü özelliklerden arındırarak kendi kuramsal çerçevesi içerisinde yeniden inşa etmesi gerektiğini belirtir (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 23). Bu bağlamda, "kopuş ilkesi", hem ampirik yöntemi hem de teorik yaklaşımı ortak kanaatlerin etkisinden kurtarmayı hedefleyen bir epistemolojik titizliği ifade eder. Bourdieu'nün bu yaklaşımı, sosyolojiyi diğer bilimler gibi metodik ve eleştirel bir disiplin hâline getirirken, toplumsal dünyanın özgün ve karmaşık doğasını da göz ardı etmeyen bir perspektif sunar.

> "Bachelard, dikiş makinesinin ancak tasarımcılar el dikişinin hareketlerini taklit etmeyi bıraktığında icat edilebildiğini gösterir. Benzer şekilde, sosyoloji de doğa bilimlerin epistemolojisini doğru bir şekilde temsil edebilirse en iyi dersi çıkarabilir. Bunun için, her an gerçekten kendi 'dikiş makinelerini' inşa edip etmediğini doğrulamaya çalışmalı ve naif pratiğin spontane ortaya çıkan hareketlerini farklı derecelerde başarıyla

> aktarmakla yetinmek yerine, kendi yöntemlerini geliştirmelidir" (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 24).

Kopuş ilkesi, sosyolojik bilgi üretiminde bir tür "arındırma" veya "temizlik" sürecini ifade etmektedir. Bourdieu'ye göre toplumsal gerçeklik, bireylerin günlük yaşamda kullandıkları dil, kanaatler ve izlenimler aracılığıyla çoğu zaman bulanıklaşır. Örneğin, "Gazeteci tarafsızdır" ifadesi, sosyolojik bir analizden ziyade, normatif bir temsil ya da değer yargısı niteliği taşır. Bu tür temsiller, mevcut toplumsal düzenin meşrulaşmasına veya yeniden üretilmesine hizmet edebilir. Bu nedenle, sosyoloğun temel görevi, bu tür temsilleri olduğu gibi veri kabul etmekten kaçınarak, onları eleştirel bir süzgeçten geçirmek ve araştırma nesnesini (örneğin "gazeteci"yi) bilimsel bir çerçevede yeniden inşa etmektir. Bu yeniden inşa süreci, söz konusu nesneyi, üzerinde yerleşik olan izlenimlerden, normatif tanımlamalardan ve ortak kanaatlerden "koparma"yı zorunlu kılar.

Kopuş ilkesinin yerine getirilmesinin ardından, Bourdieu, Chamboredon ve Passeron'un (1991: 23) ortaya koyduğu ikinci epistemolojik ilke "nesnenin inşası"dır. Yazarların nesnenin inşası (construction of the object) ilkesinde vurguladıkları temel nokta, sosyal bilimlerde inceleme konusu yapılacak olguların, verili gerçekliklerinden koparıldıktan sonra, kuramsal bir çerçeveden hareketle yeniden inşa edilmesi gerektiğidir. Bu bağlamda, "bir bilim kendine özgü bir gerçeklik alanıyla tanımlanamaz" (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 33). Aksine, araştırmacı, ele aldığı olguyu kendi kuramsal ve yöntemsel araçları doğrultusunda kurarak bilimsel inceleme nesnesine dönüştürmekle yükümlüdür. Zira farklı disiplinlerde "gerçeklik" tasarımları, her bir alandaki kuramsal yaklaşımların ve gözlem protokollerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla nesnenin inşası ilkesi, araştırmacının gündelik yaşam pratikleri ve yaygın kanaatlerin ötesine geçerek, sistematik bir yaklaşım ve belirli hipotezler eşliğinde hangi olguyu, hangi yöntemle ve nasıl inceleyeceğine karar vermesi sürecini ifade etmektedir.

Bourdieu'ya göre, bir konu veya olgu, belirli bir bilimsel alanın tekeline ait değildir; örneğin, aynı toplumsal olgu, psikoloji ve sosyoloji gibi farklı disiplinler tarafından kendi kavramları ve araçlarıyla ele alınarak farklı gerçeklikler olarak ortaya çıkar. Bu noktada Weber'in özellikle Bourdieu üzerindeki etkisi görünür olmaktadır:

“Çeşitli bilimlerin kapsamını belirleyen, ‘şeylerin’ birbirleriyle olan ‘gerçek’ bağlantıları değil, sorunların kavramsal bağlantılarıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 80). Yeni sorunların yeni yöntemlerle takip edildiği ve böylece önemli yeni bakış açıları açan gerçeklerin keşfedildiği yerde yeni bir ‘bilim’ ortaya çıkar” (Weber’den aktaran Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 33). Dolayısıyla, nesnenin inşası, araştırmacının kullandığı kavramsal çerçeve ve sorduğu sorularla şekillenir. Böylece “bilimsel araştırma aslında, naif algının böldüğü birimlerle artık hiçbir ortak noktası kalmayan inşa edilmiş nesneler etrafında örgütlenmektedir” (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 33).

Bourdieu, katı ampirist yaklaşıma eleştirel bir tutum sergiler. Ona göre ampirizm, gerçekliğin bilimsel alanlar arasında nesnel biçimde bölündüğü ve verilerin herhangi bir teorik çerçeveye ihtiyaç duymaksızın doğrudan gözlemlenebileceği varsayımına dayanır. Ancak bu yaklaşım, Bourdieu’ya göre yanıltıcıdır; zira her veri, belirli bir teorik çerçevenin ve özgül gözlem koşullarının ürünüdür (Bourdieu, 2024: 26-27). Bu nedenle nesnenin inşası, rastlantısal gözlemlerle değil, bilinçli bir teorik ve metodolojik süreç aracılığıyla gerçekleştirilebilir (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 35-36). Araştırma süreci, bir teoriden hareketle oluşturulan hipotezler ve ön kabuller doğrultusunda nesnenin sistematik biçimde inşasıyla başlar.

Diğer yandan, Bourdieu nesnenin inşası sürecinde çeşitli yöntemler önermektedir. Ona göre sosyal bilimlerde “yeni” veya “yaratıcı” keşiflere ulaşabilmek için olguların yalnızca “verili” biçimleriyle ele alınması yeterli değildir; bunun yerine sistematik ve sorgulayıcı bir yaklaşımla yapılandırılmaları gerekmektedir. Bu doğrultuda Bourdieu’nün önerdiği ilk yöntem, Weberci ideal tiplerin hipotez üretim sürecinde kullanılmasıdır. İdeal tipler, gerçekliğin birebir temsili olmaktan ziyade, olguları karşılaştırmak ve değerlendirmek amacıyla geliştirilen yaklaşık kurgular olarak işlev görür. Bu tür modeller, araştırmacıya kavramsal netlik kazandırmanın yanı sıra, olguya uygulandığında yeni soruların ortaya çıkmasına da olanak sağlar (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 50). Bourdieu’nün önerdiği bir diğer yöntem ise “analojik akıl yürütme”dir. Analojiler aracılığıyla farklı zaman, mekân veya toplumsal bağlamlarda gözlemlenen olguların ardında benzer toplumsal dinamiklerin bulunabileceği varsayılabilir. Bu yöntem, belirli bir olgunun farklı

örneklerle karşılaştırılması yoluyla daha derin bir anlayış geliştirilmesine katkı sunar. "Aslında analoji, meşru bir karşılaştırma biçimidir ve karşılaştırma, şeyleri anlamak için sahip olduğumuz tek pratik araçtır" (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 51).

Tüm bunlar, Bourdieu'nün gözünde, sosyologun "kendi dikiş makinesini icat etmesi" anlamına gelir: Yani toplumsal gerçekliği, gündelik önyargıları olduğu gibi aktaran bir anlayışla değil, sistematik kuramsal araçları ve dikkatle seçilmiş yöntemleri kullanarak özgün bir nesne hâline getirme çabasıyla incelemesi gerektiğini gösterir. Bu da "nesne"nin, basitçe dış dünyada hazır bekleyen bir olgu olmaktan ziyade, bilimsel araştırmanın kurucu bir parçası olduğunu ortaya koyar. Dolayısıyla, Bourdieu'nün yaklaşımı, araştırmacıyı pasif bir gözlemci olmaktan çıkarıp aktif bir inşa edici konumuna yerleştirmektedir. Böylece, Bourdieu'nün epistemolojik yaklaşımı, bilimin nesnesini inşa ederken hem kuramsal derinlik hem de yöntemsel yenilik arayışını bir araya getiren bütüncül bir perspektif önerir.

Bourdieucü epistemolojinin üçüncü ve son ilkesi olan "uygulamalı rasyonalizm" (applied rationalism), araştırmacının "kopuş" ve "nesnenin inşası" aşamalarını tamamladıktan sonra geliştirdiği kuramsal çerçeveyi ampirik verilerle sınayarak bilimsel bilgi üretmesini ifade etmektedir. Bu ilke temelinde Bourdieu, Bachelard'ın doğa bilimlerine ilişkin düşüncelerinden hareketle, idealizm ve realizm arasında konumlanan "uygulamalı rasyonalizm" yaklaşımının önemini vurgular. Bachelard'a göre bilimsel pratiğin nihai amacı "tam gerçeğe" ulaşmak değildir; asıl amaç, aklın tutarlılığı ile gerçekliğe sadakati birleştiren bir epistemolojik yaklaşım geliştirmektir. Bu çerçevede, akıl (rasyonalite) ile deney (ampirizm) arasındaki diyalektik ilişki, bilimsel bilginin niteliğini artıran temel unsur olarak görülür. Söz konusu diyalektik ilişki ne kadar güçlü bir biçimde işletilirse, bilimsel bilgi de o denli sağlam bir temele oturur (Bachelard'dan aktaran Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 66).

Bu doğrultuda, "Bachelard ve Bourdieu için bilim, gerçek olandan bilime ve genellemeye doğru değil, rasyonel olandan (nedenler ve teori) gerçek olana (deneyler) doğru ilerler" (Akram, 2023: 15). Bu yaklaşım doğrultusunda sosyolog, kuramsal düzeyde oluşturduğu hipotez ve önermeleri sahada elde ettiği ampirik bulgularla

karşılaştırarak doğrulama ya da yanlışlama olanağı bulur. Bu bağlamda "uygulamalı rasyonalizm", Bourdieucü epistemolojik yapı içinde kritik bir aşama teşkil eder. Bu ilke, sosyal bilimcinin sistematik biçimde yanlışlama, revizyon ve yeniden yorumlama süreçlerine açık kalarak kuramsal yenilenmeye olanak tanıyan bir bilim pratiği geliştirmesini sağlar.

> "Deneyci, biçimci ya da sezgici hata ilkesinin özü, epistemolojik eylemlerin birbirinden koparılması ve her birinin görünüşlerle bağını koparma, inşa etme ve doğrulama eylemlerini gerektirdiği teknik işlemlerin yetersiz bir biçimde temsil edilmesinde yatar. Teori ya da ölçüm, sezgi ya da biçimcilik gibi unsurların özsel erdemleri üzerine yürütülen tartışma ise, bu işlemlerin tüm anlamını ve verimliliğini zorunlu olarak tek bir bütüncül sürece yerleştirilmelerinden alan yapısını göz ardı edip onları özerkleştirerek ele aldığı için, kaçınılmaz biçimde kurgusaldır" (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 57).

Bourdieu, idealist ve ampirist yaklaşımları reddederek kuram ile ampirik araştırmayı bütünleştirmeyi ve hatta bu bütünleşmenin ötesine geçmeyi amaçlamaktadır. Ona göre teorik kavramlar, yalnızca spekülatif düzeyde üretilmemeli; aynı zamanda saha çalışmaları yoluyla sınanarak ve somut veriler aracılığıyla test edilerek oluşturulmalıdır. Bu yaklaşım, özellikle Bourdieu'nün habitus ve alan kuramlarında, Bachelard'ın epistemolojik etkilerinin belirgin biçimde izlenebildiği bir düşünsel zemin yaratmıştır (Swartz, 2018: 52-56). Dolayısıyla Bourdieu, öznel ve nesnel yaklaşımlar arasındaki ikili karşıtlığı aşmayı hedefleyerek, bu amaca hizmet edecek biçimde "genel pratikler bilimi" olarak adlandırdığı üçüncü bir model önermektedir (Swartz, 2018: 80). Bu çerçevede hem pozitivist geleneği hem de fenomenolojik yaklaşımı tözcü bulduğunu ifade eden Bourdieu, toplumsal gerçekliğin analizinde ilişkisel yöntemin önemini vurgular:

> "İlişkisel yöntem, Bourdieu'nün kültür, hayat tarzları, sınıf tahlili, popüler kültür gibi konularda benimsediği tavrın temelini oluşturur. Yöntem olarak Bourdieu kültürel pratikleri çözümlerken, bunları yüksek/düşük, seçkin/vülger, saf/saf olmayan, estetik/yararlı gibi ikili karşıtlıklar etrafında ilişkisel biçimde yapılanmış pratikler olarak ele alır. Bir sistemin her unsurunun değeri, o sistemin diğer unsurlarıyla ilişkisi çerçevesinde tanımlanır. Belirli kültürel pratikler, başka pratiklerle aralarındaki karşıtlıklarıyla meşruiyet kazanır. Kültürel meşrulaştırma ve tahakküm, belirli tarzlar ya da fikirler çerçevesinde değil, birbirine karşıt pratikler çerçevesinde düşünülür -bir alt

kültürün unsurlarının, başka bir alt kültürün unsurlarına tabi olması gibi" (Swartz, 2018: 93).

Bourdieu, toplumsal gerçekliği tözler üzerinden değil, ilişkiler temelinde kavramsallaştırmaktadır. Bu yaklaşım doğrultusunda "ilişkisel yöntem", onun yapısalcılıktan devraldığı en önemli unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır (Kaya, 2014: 399). İlişkisel yöntem, bireysel ya da ortak özelliklerin, belirli toplumsal ve tarihsel bağlamlar içindeki göreli konumları üzerinden anlam kazandığını kabul eder ve araştırma sürecini bu çerçevede kurgular (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 19). Bu yöntemde amaç, öznelci ya da nesnelci bilgi biçimlerine yönelmekten ziyade, toplumsal faillerin alan içerisindeki konumlarını ve bu failler arasındaki ilişkisel dinamikleri bilimsel incelemenin nesnesi hâline getirmektir. İlişkisel düşünce, evrenselleştirici, standartlaştırıcı ve normatifleştirici iddiaları görelileştirerek, söz konusu normların meşruiyetini de araştırmanın konusu yapar (Swartz, 2018: 94).

Bourdieu sosyolojisinin kavramsal çerçevesinin ontolojik değil, esasen epistemolojik bir zemine dayanması bu bağlamda okunabilir: Bourdieu'nün araştırma pratiğinde odak noktası fail gruplarından ziyade faillerin alan içerisindeki göreli konumlarıdır; mekânlardan ziyade alanlar analiz edilir. Bu doğrultuda araştırma nesnesi durağan bir yapı arz etmez; aksine sürekli değişen ve dönüşen dinamik bir süreç olarak ele alınır. Nitekim Bourdieu'nün alan teorisinde her olgunun ilişkisel bir biçimde kavranması esastır (Bourdieu, 1987: 6). Bu yaklaşım, belirli paradigmalar üzerinden ilerleyen ve doğrusal bir neden-sonuç ilişkisi kuran kapalı bir sistem önermez. Bourdieu, "yapının ya da eyleyicinin, sistemin ya da aktörün, kolektifin ya da bireyselin varlıkbilimsel önceliğini öne süren tüm yöntembilimsel tekçilik biçimleri karşısında bağıntıların önceliğini savunur" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 24). Bu nedenle Bourdieucü bir araştırma yaklaşımında teori ve yöntem birbirinden bağımsız düşünülmez; aksine ayrılmaz bir bütünlük içinde ele alınır. Yöntem teoriden bağımsız kullanılamaz. "Nesnenin inşası, nesnenin inşasının araçlarından ve onların eleştirilerinden ayrılamaz" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 34).

Özetle, Bourdieu'nün sosyolojisi, eleştirel bir yaklaşımı ampirik verilerle bütünleştirir ve "bilimsel" olmayı, yalnızca nicel yöntemlerin yüceltildiği bir pozitivizm anlayışıyla sınırlandırmaz. Bu yaklaşım, toplumsal gerçekliği teorik

çerçeveler aracılığıyla incelerken, saha gözlemleri, pratik süreçler ve deneyimleri dikkate almayı da gerekli görür. Bourdieu, bu doğrultuda "sosyal peygamberlik" olarak adlandırılabilecek keskin ütopyalardan veya nihai doğrulara dayalı dogmatik yaklaşımlardan kaçınır; toplumu dönüştürmeye yönelik radikal öneriler sunmaktan ziyade, mevcut güç ilişkilerini görünür ve anlaşılabilir kılmayı amaçlar (Özpolat ve Arap, 2023: 49). Bu nedenle, epistemolojik açıdan hem nesnel analizlere hem de öznel anlamlara aynı anda odaklanarak bütüncül bir çözümleme sunar. Söz konusu yaklaşımın temelinde ise bilimsel mesafeyi korurken eleştirel özrefleksiyonla birlikte toplumsal aktörleri, yapıları ve süreçleri derinlemesine anlama arayışı bulunmaktadır (Bourdieu, Chamboredon ve Passeron, 1991: 13).

Bourdieu, her sosyolojik incelemenin aynı zamanda bu incelemeyi mümkün kılan entelektüel ve toplumsal koşullar üzerine eleştirel bir düşünmeyi gerektirdiğini savunmaktadır. Bu çerçevede, bilimsel bilgi üretiminde araştırmacının kendi konumunu da sorgulama sürecine dâhil etmesini öngören "düşünümsel (refleksif) sosyoloji" yaklaşımını ön plana çıkarır (Bourdieu, 2024: 159). Düşünümsellik, sosyal bilim pratiğinde kullanılan kavramsal kategorilerin sürekli olarak analiz edilmesini, denetlenmesini ve bu kategorilere yönelik farkındalık geliştirilmesini ifade eder. Bu yaklaşım, sosyal bilimcinin kendi habitusunu ve alan içerisindeki konumunu da araştırmanın analiz nesnesi hâline getirmesini zorunlu kılar. Bourdieu'ye (2024: 60-62) göre, sosyolog araştırma nesnesi ile arasına epistemolojik bir kopuş koymalı ve aynı zamanda kendi sosyo-kültürel konumunu analiz sürecine dâhil etmelidir. Düşünümsellik, "kendini nesne olarak alan bir sosyal bilimin, kendi kendisini anlamak ve yine kendisini kontrol etmek amacıyla kendi araçlarını kullandığı bir faaliyet" olarak tanımlanabilir (Bourdieu, 2024: 159). Sosyal bilimcinin araştırma nesnesiyle kurduğu ilişki de eleştirel bir sorgulama konusu olarak öne çıkmaktadır. Bir anlamda, sosyal bilimcinin nesneleştirme sürecini yürütürken, aynı zamanda kendisini de nesneleştirmesi gerekmektedir. Nitekim, "epistemolojik engellerin öncelikle toplumsal engeller olduğu bir alanda, bu tür bir tetikliğin tam da bu biçimi alması" gerektiğini vurgulamaktadır (Bourdieu, 2024: 159).

Düşünümsel tutum, araştırmacının çalıştığı nesneyi hazır ve verilmiş tanımlar üzerinden değil, bu tanımların içerdiği çıkar ilişkilerini açığa çıkararak yeniden inşa

etmesi gerektiğini savunur. Bu yaklaşım, bilimsel nesnelliğin güçlendirilmesi amacıyla, araştırmacının kendi toplumsal koşullanmışlıklarını da analizin bir parçası hâline getirmesini zorunlu kılar (Bourdieu, 2024: 160-161). Zira bir araştırmacı sınıfsal önyargılarının farkında olsa dahi, habitusunun ürettiği daha derin ve örtük önyargıların bilincinde olmayabilir. Bu çerçevede, "sosyoloğun yüzleşmesi gereken ikinci önyargı kaynağı, alan konumudur. O hâlde düşünümsellik, Bourdieu için aynı zamanda alan analizi bakış açısını bizzat sosyal bilim pratiğine uygulamak anlamına gelmektedir" (Swartz, 2018: 372).

İfade edilen ontolojik ve epistemolojik yaklaşımlar doğrultusunda Pierre Bourdieu, yapı ve eylem ikiliğini aşan ilişkisel bir perspektif geliştirerek toplumsal gerçekliği "alan" (champ), "sermaye" (capital) ve "habitus" kavramları üzerinden analiz etmektedir. Bu çerçevede, Bourdieu'nün alan teorisi, toplumsal yaşamı belirli kurallar, ilişkiler ve mücadeleler ekseninde şekillenen özerk "sosyal alanlar" üzerinden inceleyen özgün bir sosyolojik yaklaşım sunar. Bourdieu, toplumu birbirinden ayrı ancak karşılıklı ilişkiler içinde olan alanlara ayırır ve bu alanlardaki aktörlerin (bireyler ve kurumlar), ellerinde bulundurdukları sermaye türlerine bağlı olarak konumlandıklarını ve habitus (içselleştirilmiş eğilimler ve pratikler bütünü) aracılığıyla çeşitli stratejiler geliştirdiklerini ileri sürer. Alanlar, aktörler arasında süregelen güç mücadelelerinin ve sembolik tahakküm pratiklerinin gerçekleştiği toplumsal mekânlar olarak tanımlanır. Alan teorisinin temel yapı taşlarını oluşturan "alan" (champ), "sermaye" (capital) ve "habitus" kavramları, sosyal pratiklerin nasıl üretildiğini, meşrulaştırıldığını ve yeniden üretildiğini açıklamada merkezi bir işlev görür. Bu doğrultuda, çalışmanın devamında Bourdieu'nün analizlerinde işlevsel olarak kullandığı söz konusu kavram setleri ayrıntılı biçimde ele alınacaktır.

2.2. ALAN TEORİSİ VE KAVRAM SETLERİ

Pierre Bourdieu'nün toplumsal dünyayı çözümlemek amacıyla geliştirdiği temel kuramsal çerçevelerden biri olan alan teorisi, toplumu birbirinden farklı, özgün kurallara ve işleyiş mantıklarına sahip çeşitli alanlar üzerinden kavramsallaştırır. Bu alanlar, farklı toplumsal faaliyetlerin gerçekleştiği ve bireyler ile kurumların belirli sermaye türlerini kullanarak rekabet ettikleri yapılardır. Her alan, kendi içinde özgün

kurallar, hiyerarşiler ve dinamikler barındırır. Bourdieu, bu alanların medya, ekonomi, siyaset, sanat ve eğitim gibi farklı toplumsal sektörleri kapsadığını ve her birinin kendine özgü bir mantıkla işlediğini ifade eder (Bourdieu, 2016a: 137). Alanlar zaman zaman birbiriyle iç içe geçebilse de Bourdieu, her bir alanı diğerlerinden görece özerk yapılar olarak değerlendirir. Bu doğrultuda, alan teorisi farklı toplumsal alanlara ilişkin çok boyutlu bir araştırma gündemi sunar. Bourdieu, alan teorisinin kuramsal ve ampirik araştırmalardaki işlevini ise şu şekilde ifade etmektedir:

> "Alan teorisi ampirik çalışmaları çerçeveleme ve yönlendirme niteliğini haizdir. Böyle bir teori, alanda ne tür bir oyun oynandığın; mücadele nesnelerinin, dolaşımdaki ürünlerin neler olduğunu ya da hangi özelliklerin arandığını, dağıtıldığını veya yeniden dağıtıldığını; bunların nasıl dağıtıldığını; oyunda kazanma şansına sahip olmak için hangi araçlara veya silahlara sahip olmak gerektiğini ve oyunun her anında ürünlerin, kazançların ve kozların, yani alana özgü sermayenin dağılımının yapısının ne olduğunu sormaya iter. (Görülebileceği üzere, alan kavramı her defasında daha da spesifikleşen bir sorular sistemidir)" (Bourdieu, 2024: 68-69).

Bu sorulara yanıt ararken Bourdieu'nün alan teorisi hem kuramsal hem de ampirik araştırmalara rehberlik eder. Bu teori, alandaki mücadeleleri, farklı konumlarda bulunan aktörlerin stratejilerini ve bunların meşruiyet arayışlarını analiz etmeye olanak tanır. Böylece alan kavramı, toplumsal evreni tek bir mekanizma üzerinden açıklamak yerine, her biri kendine özgü kurallara sahip çok sayıda "mikro-dünya" aracılığıyla anlamayı mümkün kılar. Örneğin medya, akademi, edebiyat, sanat ve siyaset gibi alanların her biri, rekabet kuralları, sermaye türleri ve ödül biçimleri bakımından birbirinden farklılaşır (Kaya, 2014: 400). Alan teorisi, toplumsal süreçleri incelerken "Kim, neye, nasıl, hangi kaynaklarla ve ne tür bir meşrulaştırmayla hâkim oluyor?" sorusunu derinlemesine sorgulamayı sağlar.

Bourdieu'nün en kilit kavramlarından biri olan "alan" tanımı, toplumsal gerçekliğin bütün karmaşıklığını kavrayabilmek amacıyla geliştirilmiş kuramsal bir araçtır. Alan; ekonomi, siyaset veya sanat gibi farklı toplumsal "mikro-kozmos"ların, kendilerine özgü kurallara, aktörlere ve sermaye dağılımlarına sahip olduğunu varsayar. Bu alanlarda aktörler, belirli hedefler doğrultusunda rekabet ederken, kullandıkları kaynaklar (sermaye) ve izledikleri stratejiler, alanın tarihsel olarak şekillenmiş yapısından etkilenir. Dolayısıyla her alan, özgün bir mantığa ve

hiyerarşiye sahiptir; bu da hem yapısal unsurların hem de etkileşim süreçlerinin birlikte analiz edilmesini zorunlu kılar (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 81).

Bourdieu, bu kavramı, "teorisist teori" ile "pozitivist ampirizm" arasındaki gerilimi aşmak için kullanır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 79-81). Hem ampirik veriye hem de kuramsal soyutlamaya önem verir; ancak bunlardan herhangi birine mutlak bağlılık göstermez. Alan yaklaşımı, farklı sosyolojik vakaların özgünlüklerini analiz etmeye imkân tanırken, aynı zamanda genel kuramsal ilkeleri koruma olanağı sağlar. Toplumsal aktörlerin konumlanışları habitus ve sermaye yapılarına bağlı olarak şekillense de bu konumlanışlar alanın kuralları ve rekabet mantığı tarafından yönlendirilir. Böylece Bourdieu ne yalnızca yapısalcı ne de yalnızca eylemci bir yaklaşım benimser; bunun yerine, her alanın özgün koşullarını dikkate alan bütüncül bir model önerir.

Bu kapsamda, Bourdieu'nün alan teorisi, -epistemolojik ön kabullerinden hareketle- toplumsal hayatı sabit, tek yönlü ve nihai açıklamalarla değil; sürekli değişen, dinamik ve ilişki içinde bulunan unsurlar üzerinden anlamayı amaçlamaktadır. Bu yaklaşımda her birey, belirli bir habitus ile hayata başlar. Habitus, aile, çevre ve eğitim gibi toplumsal koşulların içselleştirilmesiyle oluşan yatkınlıklar bütünüdür ve bireyin düşünme ve eylem pratiklerini belirli bir çerçevede şekillendirir (Bourdieu, 2018: 160). Aynı zamanda habitus, bireye çeşitli sermaye türlerini (ekonomik, kültürel, sosyal, sembolik vb.) edinme ve kullanma imkânı sağlar. Bourdieu, bu süreci, bir poker oyununa benzeterek açıklar. Nasıl ki oyuncunun eline gelen kartlar onun oyun içindeki hareket alanını belirliyorsa, bireyler de sahip oldukları habitus ve sermaye türleriyle, içinde bulundukları alanlarda (örneğin akademi, siyaset, hukuk, ekonomi gibi) konumlarını korumak, sermayelerini artırmak veya avantaj elde etmek amacıyla stratejiler geliştirirler (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 82). Bu doğrultuda, her alanın yapısı, o alanda geçerli olan özgül sermayenin dağılımına göre şekillenir. Alan içerisindeki en yüksek miktarda spesifik sermayeye sahip olan aktörler baskın pozisyonları işgal ederken, daha az sermayeye sahip olanlar ya da alana yeni dahil olanlar ise daha dezavantajlı ve baskılanan konumlarda yer alırlar. Bu bağlamda, "analitik bir bakış açısından yaklaşıldığında, Bourdieu'nün 'alan

kuramı' konumlar arasındaki nesnel ilişkilerin konfigürasyonunun bir kuramıdır" (Tatlıcan ve Çeğin, 2014: 318).

Alan ve habitus hiçbir zaman durağan değildir. Her biri diğerini etkiler ve her yeni kazanım ya da kayıp, sistemin bütününü yeniden biçimlendirme potansiyeline sahiptir. Ekonomi ve siyaset gibi farklı alanların da birbirleriyle sürekli etkileşim hâlinde olması, toplumu bütüncül ve değişmez bir yapı olarak kavramayı daha da güçleştirir. Bu dinamik yapı içerisinde Bourdieu'nün kuramı, basit "neden-sonuç" ilişkileriyle açıklanamayacak kadar karmaşık olan toplumsal ilişkileri, ilişkisellik ilkesine dayalı bir epistemoloji üzerinden analiz etmeyi amaçlar (Bourdieu, 1995: 156). Bu çerçevede, habitus, sermaye ve alan birbirini karşılıklı olarak şekillendiren unsurlar olarak ele alınır. Dolayısıyla, alan teorisinin temel çerçevesi, bu üçlü yapı arasındaki diyalektik ilişki üzerinden kurulur. Birinde meydana gelen herhangi bir değişim, diğerlerinin tanımlanma ve işleyiş biçimini doğrudan etkiler. Nitekim Bourdieu'ya göre de "habitus, alan ve sermaye gibi nosyonlar tanımlanabilir -ama ancak oluşturdukları kuramsal dizgenin içinde, asla yalıtılmış halde değil" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 80).

Bu nedenle, örneğin "dijital sermaye" gibi yeni bir kavram sahaya girdiğinde, yalnızca alanın kuralları değil; aynı zamanda habitusun işleyiş biçimi ve alanın heteronomi düzeyi gibi unsurlar da yeniden değerlendirilmek zorunda kalır. Nitekim bir alan içerisindeki dönüşümler, çoğunlukla alanlar arası sınırların yeniden tanımlanmasıyla gerçekleşir ve bu süreçler, genellikle "yeni kaynaklara sahip yeni faillerin alana girişiyle" doğrudan ilişkilidir (Bourdieu, 2024: 70). Sonuç olarak, Bourdieu'nün yaklaşımı, toplumsal hayatın sürekli ilişkisel ve dönüşüm hâlinde olduğunu vurgulayan, aktörlerin sahip oldukları sermayelere, geliştirdikleri stratejilere ve alanlardaki konumlanışlarına odaklanan bütüncül bir kuramsal çerçeve sunar. Bu doğrultuda, alan teorisinin temel yapı taşları olan "alan", "sermaye" ve "habitus" kavramlarını daha yakından incelemek, teorinin daha iyi anlaşılması açısından yerinde olacaktır.

2.2.1. Aktörlerin Stratejik Oyun Mekânı: Alan

Bourdieu'nün teorisine makro ölçekte bakıldığında, "alan" (champ/field) kavramının merkezi bir konumda olduğu görülmektedir. Alan teorisinde "alan" kavramı, toplumsal yaşamın farklı kesitlerini belirli kurallar ve dinamikler doğrultusunda işleyen özgül "oyun alanları" olarak tasavvur etmektedir. Bourdieu'nün Weber'den ilham alarak geliştirdiği bu kavram, toplumsal rekabetin ve sermaye türlerinin üretildiği, dolaşıma girdiği ve biriktirildiği ilişkisel mekanizmaları görünür kılmayı amaçlamaktadır. Weber'in din sosyolojisindeki etkileşimci vurgusu, Bourdieu tarafından daha yapısalcı bir çerçeveye taşınmıştır (Swartz, 2018: 68). Bir başka ifadeyle, Bourdieu toplumsal aktörlerin farkında olmadan tâbi olduğu güç ilişkilerini, alanın içsel kuralları ve sermaye dağılımının tarihsel yapısı üzerinden analiz eder. Dolayısıyla, alan hem etkileşimsel hem de yapısal boyutları bir arada açıklayan bir "rekabetçi arena" işlevi görmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 86). Böylece "alan" kavramı, araştırmacıyı "pozitivist ampirizmin kuramsal boşluğundan ve teorisist söylemin ampirik boşluğundan kurtararak" sürekli yenilenen, dinamik ve bütünlüklü bir soru sistemi geliştirmeye yönlendirmektedir (Swartz, 2018: 169).

Marx'ın ekonomik odaklı sınıf çatışmaları veya Weber'in statü temelli hiyerarşik bakışı ile karşılaştırıldığında, Bourdieu'nün "alan" merkezli perspektifi, toplumun bir "sosyal uzam" olarak, farklı alanların bir araya geldiği geniş bir "makro-kozmos" olduğu fikrine yaslanır (Jourdain ve Naulin, 2016: 122). Bourdieu'nün "alan" kavramı, toplumsal hayatın tek bir ekonomik çatışma veya sembolik etkileşim paradigmasıyla açıklanamayacağını, bunun yerine farklı kurallara ve sermaye kullanım biçimlerine sahip çok sayıda "mikro-kozmos"un var olduğunu öne sürer. Bu mikro-kozmoslar, din, akademi, kültür gibi özgül alanlardır; her biri kendi içsel mantığını, rekabet usullerini ve ödüllendirme mekanizmalarını barındırır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 81).

Özünde, Bourdieu için "alan" kavramı ile düşünmek, ilişkisel düşünmektir: "Hegel'in ünlü formülünü bozarak, gerçek olan bağıntısaldır diyebilirim: Toplumsal dünyada varolan şey, bağıntılardır; eyleyiciler arasındaki öznelerarası bağlar ya da etkileşim değil, Marx'in dediği gibi 'bireysel iradelerden ve bilinçlerden bağımsız'

varolan nesnel bağıntılardır" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 81). Bourdieu'nün alanlara ilişkin "bağıntısal (ilişkisel) düşünme" vurgusu, toplumsal gerçekliği tekil bireylerin niyet ve bilincinden ziyade, onlar arasındaki objektif ilişkiler bütününü merkeze alır. Bireylerin niyet veya bilinç düzeyinde kurdukları etkileşimlerden farklı olarak, bu yapısal bağıntılar genellikle öznelerin farkına varmadan içselleştirdiği güç, sermaye ve rekabet biçimlerini yansıtır. Dolayısıyla bir alanın dinamikleri, tek tek bireylerin kişilik özelliklerinden çok, onların bu ilişkisel matristen aldıkları konumlarla anlaşılabilir. Bu bakımdan alan, "sadece anlam ilişkilerinin değil, güç ilişkilerinin ve bu ilişkileri değiştirmeyi hedefleyen mücadelelerin yeridir; dolayısıyla, sürekli değişim yeridir" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 89).

> "Alanlar, eş zamanlı bir kavrayış çerçevesinde, kendilerini konumlara (veya mevkilere) ait yapılandırılmış uzamlar gibi sunarlar. Bu konumların özellikleri, onları işgal eden ve kısmen de onlar tarafından işgal edilen faillerin karakteristik özelliklerinden bağımsız bir biçimde analiz edilebilir. Bu çerçevede, alanlara ait genel yasalardan söz etmek mümkündür. Siyaset alanı, felsefe alanı, din alanı gibi birbirinden son derece farklı alanlar birtakım değişmez işleyiş yasalarına tabidir" (Bourdieu, 2016a: 137).

Bourdiucü bağlamda bir "alan"ın temel özelliği, kendine özgü hedefinin ve buna uygun mücadelenin olmasıdır. Örneğin siyasal alanda iktidar peşinde koşulurken, iktisadi alanda maddi zenginlik, edebi alanda ise tanınırlık veya prestij öne çıkar. Bu farklılaşma, her alanın kendine has sermaye biçimlerini (siyasal, ekonomik, sanatsal vb.) tanımlaması ve aktörlerin bu sermaye için rekabete girmesi sonucunda ortaya çıkar. Bir alanda konumlanmak, o alanın "oyun kurallarını" kabul etmek ve orada geçerli olan sermayeyi edinmeye çalışmak anlamına gelir. Örneğin edebiyat alanında yer alan bir yazar, edebi ödüllere ya da eleştirmen onayına sahip olmaya çalışarak tanınırlık sermayesini artırabilir. Siyasal alanda ise, iktidarı elde etmek veya onu korumak mücadelenin merkezinde yer alır. Bu mücadelenin kendisi, alanın iç kuralları (parti disiplini, seçim sistemleri vb.) ve sembolik yapıları (meşruiyet söylemi, siyasi itibar gibi) üzerinden yürür (Jourdain ve Naulin, 2016: 122).

Alanlar tarihaşırı değildir, bu yüzden evrenselleştirilemezler. Bourdieu, alanların belirli tarihsel, ekonomik, siyasal ve toplumsal bağlamlar içinde şekillendiğini savunur. Bu bağlam değiştikçe, alanın yapısı, egemen sermaye biçimleri ve rekabet

mantığı da dönüşüme uğrar. Dolayısıyla, alanların oluşumu, gelişimi ve işleyişi, tarihin akışından bağımsız, sabit ilkelere dayandırılamaz. Örneğin, Orta Çağ'daki dinsel alan veya 19. yüzyılın gazetecilik alanı, günümüzle kıyaslanamayacak ölçüde farklı kurallara, sembollere ve güç dinamiklerine sahip olmuştur. Bu durum, alanların zaman ve mekân üstü (tarihaşırı) kalıplarla açıklanamayacağını göstermektedir. Her alan, içinde doğduğu toplumsal koşulların bir ürünü olduğundan, ancak kendi tarihsel bağlamı içinde anlaşılabilir; dolayısıyla, farklı dönemlere veya coğrafyalara evrensel bir genellik taşıyamaz (Swartz, 2018: 190).

Alanlar tarihaşırı olmayışı ve buna bağlı evrenselleştirilememesi, söz konusu alanlara "görece özerk" bir konum vermektedir. Nitekim, alanların özerkliği, içsel dinamiklerinin gücüne ve dışsal etkenlerle başa çıkma kapasitesine bağlıdır; ne tam özerk ne de tamamen bağımlıdırlar. Bourdieu bu durumu "göreli özerklik" ile açıklayarak; alanların ekonomik ve siyasal etkilerden tamamen bağımsız olmadığını, ancak, kendi iç mantıklarını geliştirme kapasitesine de sahip olduklarını vurgular (Swartz, 2018: 179). Bu, kültürel alanın "sanat için sanat" benzeri pratikler yoluyla kendisini piyasa ve devlet mekanizmalarından ayrıştırabilmesiyle somutlaşır.[23] Yine de bu ayrışma "tam bir özerklik" değil, dışsal faktörlerin içsel mantık doğrultusunda yeniden tercüme edilmesidir. Kültürel alan, kendine özgü çıkar ve değerler geliştirdikçe, diğer alanların çıkar ve değerlerinden uzaklaşacaktır (Kaya, 2014: 404-406). Dolayısıyla sanatçının veya entelektüelin sınıfsal kökeni, doğrudan eser üzerinde belirleyici rol oynamak yerine, alanın rekabetçi yapısı ve hiyerarşileriyle etkileşime girerek dolaylı biçimde etkide bulunur (Swartz, 2018: 181).

Nitekim, Bourdieu'ye göre, bir alanın özerklik derecesi, ekonomik ve siyasi etkenlerden bağımsızlaşarak kendine özgü bir kültürel sermaye üretme ve değerlendirme yeteneğiyle ilişkilidir (Bourdieu, 2023: 64). Alan, dışsal piyasa mekanizmalarına değil, kendi içindeki kültürel geçerliliği tanımlayan sembolik mücadelelere dayanarak işlerse özerk hale gelir. Dolayısıyla alanların özerkliği, simgesel iktidarın güçlenmesiyle iç içe geçer; bir başka ifade ile alan kendini dışsal güçlere göre ne kadar özerkleştirirse, o ölçüde toplumsal düzeni meşrulaştıracak

[23]Örneğin, kültür alanının ekonomiden görece özerk olması, Bourdieu'nün Ortodoks Marksist yaklaşımdan uzaklaşarak Althusserci ve Weberci perspektiflere yöneldiğini ortaya koymaktadır.

sembolik gücü de artırmış olur. Örneğin edebiyat alanı, popüler pazarın dinamiklerinden sıyrılabilecek bir kültürel sermaye üretip bu sermayeyi ödüller, eleştiri kurumları veya prestijli yayınevleriyle desteklediğinde, kendi "kurallarını" dayatma potansiyeli yükselir. Bu süreçte pazar ekonomisi ya da siyasetin belirli talepleri asla bütünüyle yok olmaz; ancak alan aktörleri, dışsal etkileri kendi iç rekabet ve meşrulaştırma mekanizmalarından geçirerek yeniden düzenler (Swartz, 2018: 188).

Alanların iş işleyişine bakıldığında ise Bourdieu'ye göre her alan, meşruiyetin tekelleştirilmesine yönelik bir "simgesel şiddet" kullanım mücadelesine sahne olur (Swartz, 2018: 174). Simgesel şiddet, bir alan içindeki aktörlerin, kendi değerlerini, normlarını ve sermaye tanımlarını diğerlerine kabul ettirme yoluyla üstünlük kurma yöntemini ifade eder. Bu mücadele, hâkim konumdaki aktörlerle, konumlarını güçlendirmek veya alanın kurallarını dönüştürmek isteyen daha zayıf konumdaki aktörler arasında gerçekleşir. Hâkimlerin çıkarı, alanın yerleşik kodlarını, geçerli sermaye türlerini ve meşru söylemlerini korumaya dayanır; buna karşılık alanın periferisinden ya da yeni katılan konumlardan gelen aktörler, bazen "sapma" veya "sapkınlık" olarak değerlendirilebilecek pratiklerle (örneğin yepyeni bir estetik üslup, farklı bir söylem stratejisi ya da özgün bir örgütlenme biçimi) mevcut dengeleri sarsmaya çalışırlar. "Ortodoks" ile "sapkın" arasındaki bu çatışma, Bourdieu'nün deyişiyle "kültür alanındaki en temel değişim diyalektiğini oluşturur" (Bourdieu, 2023: 36).

Ortodoks pozisyon, alanın mevcut normlarını, sermaye türlerini ve değerlerini savunan hâkim aktörleri temsil ederken, sapkın pozisyon, bu düzene karşı çıkan ve yenilikçi yaklaşımlar öneren aktörleri içerir. Bourdieu'ya (2016a: 138) göre "her defasında, bu mücadelenin aldığı belirli biçimleri detaylı biçimde araştırmak gerekir". Örneğin, bilimsel alanda, geleneksel metodolojik standartlara bağlı kalan akademisyenler ortodoks konumda yer alırken, disiplinler arası veya yenilikçi yöntemleri benimseyenler sapkın olarak görülebilir. Bu mücadele, alanın dönüşümünü tetikleyen bir mekanizma işlevi görür; çünkü sapkınların meydan okumaları, zamanla yeni normların ve hatta yeni ortodoksilerin oluşmasına yol açabilir (Swartz, 2018: 174-176). Nitekim, "sınırlı üretim alanında belirli bir ortodoksinin hakimiyeti, ancak 'ortodoksi' diye bir meselenin -yani belirli bir kültürel pratiğin meşruiyetini hangi

kriterlerin belirlediği sorusunun- geçerliliğini korumasına bağlıdır" (Bourdieu, 2023: 64). Örneğin, tıp alanında, bir dönem alternatif tedavi yöntemlerini savunan doktorlar sapkın kabul edilmiş, ancak bu yaklaşımların bazıları zamanla meşrulaşarak ortodoks tıbbın bir parçası haline gelmiştir.

Pierre Bourdieu, alan içindeki mücadeleleri açıklamak için iki temel strateji türü tanımlar: muhafaza stratejileri ve yıkım stratejileri. Alanın ortodoks pozisyonlarında yer alan ve alanın özgül sermayesini tekeline almış faillerin benimsediği muhafaza stratejileri, mevcut düzenin devamını sağlayarak konumları koruma veya iyileştirme amacına yöneliktir (Jourdain ve Naulin, 2016: 126). Buna karşılık, yıkım stratejileri çoğunlukla alana yeni dahil olmuş ve hâkim düzen karşısında "aday" konumunda bulunan failler tarafından benimsenir. Bu failler, kendi konumlarını güçlendirmek ve avantaj elde etmek amacıyla oyunun kurallarını değiştirmeye çalışırlar. Mevcut hiyerarşiyi sorgulayan bu aktörler, Bourdieu'nün terminolojisinde "heretik" olarak da adlandırılmaktadır (Jourdain ve Naulin, 2016: 127).

Bu noktada alanların "ilişkisel" doğası ön plana çıkmaktadır. Alan içindeki aktörler, konumlarını yalnızca bireysel niteliklerine göre değil, daha çok bu konumların diğer konumlarla kurduğu ilişki ağı çerçevesinde edinir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 90). Örneğin, aynı alandaki iki yazar, benzer ya da farklı ödüller, eleştirel övgüler veya yayın başarıları üzerinden rekabet ederken, gerçekte birbirleriyle ilintili bir konumlandırma sürecini yaşarlar. Bu ilişkisellik sayesinde, bir aktörün yükselmesi ya da gerilemesi, doğrudan diğerlerinin alan içindeki yerini de etkiler (Jourdain ve Naulin, 2016: 122). "Sermayeler arasındaki eşitsizlik, hükmedenler ile hükmedilenler arasında bir güç ilişkisini doğurur. Bu nedenle bireylerin konumları sadece birbirleriyle ilişkili olarak ele alındığında anlamlıdır" (Jourdain ve Naulin, 2016: 125).

Tam da bu nedenden ötürü Bourdieu alanı, "oyun" metaforu ile açıklamaktadır. Bourdieu'nün "oyun" benzetmesi, her alanın kendine özgü bir kurallar bütününe, rekabet mantığına ve ödüllendirme mekanizmalarına sahip olduğu fikrini somutlaştırır. Bir "oyunda" olduğu gibi, alanın katılımcıları da önceden belirlenmiş, herkesçe (en azından fiilen) kabul edilen kurallara göre davranarak "oyun"u oynamaya

başlarlar (Jourdain ve Naulin, 2016: 123). Ancak, Bourdieu burada "oyun"u bir benzetme olarak kullanır. Alan ve oyun doğrudan birbirlerini karşılamaz. Çünkü alan -oyun gibi- bilinçli bir yaratımın ürünü değildir; daha çok "açıkça ifade edilmeyen ya da kodlanmamış kurallar ve düzenlilikler"dir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 82). Her oyun, doğru bir biçimde oynanabilmesi için "oyunun kurallarına" ilişkin ortak bir inanca sahiptir. Çünkü bireyler, sözleşmeyle değil, bizzat dâhil oldukları rekabetin çekiciliğiyle oyuna yatırım yaparlar. Bu yaklaşım, toplumsal alanlarda yaşanan çekişmelerin salt akılcı hesaplar çerçevesinde anlaşılmayacağını gösterir. Tam tersine, alanın oyuncularının çoğu kez farkında olmadığı bir "kollektif büyü" etkisi, onları bahsin "gerçekliğine" inanmaya sevk eder (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 82).

Bourdieu'nün "illusio" kavramı, bireylerin içinde bulundukları toplumsal "oyuna" kendilerini kaptırma hâlini ifade eder. Bir oyun, failler tarafından çoğu kez bilinçli olarak oynandığı veya kuralların rasyonel biçimde seçildiği düşünülse de failler genellikle oyuna dair kuralları ve değerleri sorgulamaksızın benimsedikleri bir yanılsamaya işaret eder (Bourdieu, 1995: 149). Akademik alan, sanat alanı, din alanı veya daha farklı alanlarda rekabet eden aktörler, bu mekânın getirdiği iddiaları, hedefleri ve ödülleri içselleştirirler. Dolayısıyla illusio, bireylerin söz konusu alandaki rekabetin büyüsüne kapılarak, kendi konumlarına ve uğraşlarına duydukları inancı güçlendiren bir tür "kendini unutuş"tur (Bourdieu, 1995: 150; Bourdieu ve Wacquant, 2014: 105). Bir başka ifade ile illusio, bir alanın katılımcılarına belli bir çerçevede "oyun"u oynamanın gerekli ve kazançlı olduğunu hissettiren içsel bir inançtır (Kaya, 2014: 402). Bu inanç, alana özgü habitusla da yakından ilişkilidir. Zira habitus, bireylerin alanın kurallarını sezgisel düzeyde kavramasını, hangi ödüllerin değerli olduğunu ve bunları nasıl elde edebileceğini bilmelerini sağlar. Böylece illusio, alana yönelik motivasyonu sürekli besler ve alanın varlığını sürdüren pratiklerin dayanağı hâline gelir (Jourdain ve Naulin, 2016: 124).

Zamanla, bu alanda mücadele etmenin başlı başına "doğal" ve "anlamlı" olduğu inancı paylaşılır ki bu da *doxa* (sabit kanaat) kavramına işaret etmektedir. Bourdieu'nün "doxa" kavramı, toplumsal yaşamda neredeyse sorgulanmaksızın kabul gören, kendini "doğal" veya "her zaman öyle yapılmış" gibi sunan fikirlerin bütününü ifade eder (Jourdain ve Naulin, 2016: 117). *Doxa*, belirli bir alanın ortak inancını, o

alanın "gerçekliği"ni oluşturan varsayımları yansıtır. Bu varsayımlar, alanı yöneten kuralları ya da egemen grupların çıkarlarını evrensel bir değer olarak kabul ettirir. Böylece *doxa*, alana katılan bireylerin -çoğu kez bilinçdışı veya sezgisel biçimde- oyunun "normal" kurallarına inanmalarını sağlayarak, o kuralları yeniden üretir.[24] Dolayısıyla doxa, "alandaki güç ilişkilerinin görünmez hale gelmesinde ve mevcut düzenin devam etmesinde doğrudan etkilidir" (Kaya, 2014: 402). Egemen konumda olanlar, kendi görüşlerini tüm alana dayatırken, bu görüş "herkesin" ortak kanaatiymiş gibi işlemeye devam eder. Örneğin, gazetecilik alanında, gazeteciler etik ilkeler gibi belirli değerleri savunulmaya değer görerek birleşirler ve bu varsayım, alanın *doxa*sını şekillendirir.

Doxa, bir anlamda da alanın simgesel sınırlarını temsil eder. Çünkü, *doxa*, aktörlerin alanın kurallarını, amaçlarını ve işleyişini doğal ve tartışılmaz kabul etmelerini sağlayarak, alandaki rekabeti ve hakimiyet yapısını meşrulaştırır. Diğer yandan Bourdieu'nün "bir alanın sınırları"na dair vurgusu, herhangi bir alanın kimleri ve neleri içereceğinin önceden, teorik düzeyde belirlenemeyeceğini; sınırların, alanda faaliyet gösteren aktörlerin pratik mücadelesi içinde şekillendiğini ifade eder: "Alanın sınırları sorunu, her zaman alanın içinde ortaya konur, dolayısıyla a priori cevap söz konusu olmaz" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 84). Aktörler, rekabetteki pozisyonlarını korumak ya da avantaj elde etmek için farklı stratejiler kullanarak alanın "kimleri dahil ettiği" ve "kimlerin dışarıda kalacağı" sorusuna fiilen yön vermeye çalışırlar. Bu stratejiler, alanın sınırlarını fiilen genişletir veya daraltır. Dolayısıyla, Bourdieu ve Wacquant'a (2014: 85) göre, alanın sınırlarını belirlemenin teorik bir tarifi değil, ampirik bir araştırma süreci vardır. Çünkü alan, kendine özgü kurallar, hiyerarşiler ve sermaye biçimleri üreten bir "etki alanı"dır; bir nesne veya aktör, bu alana girdiğinde, o alanda geçerli olan güç ilişkilerinden etkilenir.

"Bir alan, alanın etkisinin görüldüğü mekân olarak düşünülebilir, öyle ki, bu mekâna giren bir nesnenin başına gelenler, nesnenin içkin özellikleriyle değil, ancak alanın asli özellikleriyle açıklanabilir. Alanın sınırlar, alanın etkilerinin bittiği noktada bulunur" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 85). Dolayısıyla, bir alanın sınırlarının nerede

[24]*Doxa*, alana özgü bir mutabakat olarak, Durkheim'ın "kolektif bilinç" kavramıyla benzerlik gösterse de aralarında önemli bir fark bulunmaktadır; "*doxa* alana özgüdür, toplumun bütünü için geçerli olan örtük bir anlayış sistemini temsil etmez" (Swartz, 2018: 177).

başlayıp bittiğini saptayabilmek, pratikte istatistiksel veriler, saha gözlemleri veya tarihsel analizler gerektirir. Zaman içinde yeni aktörler alana girdikçe veya mevcut aktörlerin stratejileri değiştikçe, sınırlar da yeniden çizilir. Kısacası, alanın sınırları, aktörlerin konumlanışları ve mücadeleleri tarafından dinamik biçimde üretilen, kesinlikten uzak, ampirik olarak analiz edilmesi gereken hareketli hatlardır. Bu tanım, alanın sınırlarının soyut bir kavram olmaktan ziyade, sosyal gerçeklikte somut etkilerle ölçülebilen bir olgu olduğunu gösterir.

Dolayısıyla, alanların katı ve sabit sınırları bulunmaz; sınırlar, insanların sermaye aracılığıyla güç ilişkilerini kurdukları, kabul görmüş kurallara göre mücadele ettikleri her ortamda dinamik şekilde çizilir. Ailenin iç işleyişinden, bir ülkenin siyasi rekabetine kadar birçok düzlemde, katılımcılar farkında olarak veya olmayarak güçlerini artırmaya veya sürdürmeye çalışırlar. Ancak bu çabalar salt hesapçı, rasyonel çıkarcılıkla sınırlı kalmaz; habitus, yani bireylerin içselleştirdikleri eğilim, değer ve düşünme kalıpları, hangi stratejilerin "doğal" veya "akla yatkın" sayılacağını belirleyerek, her alanda rekabet biçimlerinin özgün çerçevede biçimlenmesine neden olur (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 113).

Diğer yandan bir alanın sınırları içinde çeşitli "alt-alanlar" da bulunmaktadır. Ancak, söz konusu alt-alanların her birinin kendi mantığı ve kuralları bulunmaktadır (Kaya, 2014: 408). Bourdieu, alanın kendi içinde "alt-alanlar" olarak tanımlanabilecek daha özelleşmiş çerçeveleri barındırdığını vurgular. Bu alt-alanlar, bir bütün olarak görülen alanın içinden, özgül kuralları ve mücadele biçimleriyle ayrışan, daha dar uzmanlık sahalarına işaret eder. Söz konusu ayrışma, katılımcıların sahip oldukları sermaye türlerini (kültürel, sembolik, sosyal vb.) kullanma yollarını ve alandaki rekabet mantığını dönüştüren niteliksel bir sıçrayış yaratır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 89). Örneğin, edebiyat alanı içinde roman, şiir veya tiyatro gibi alt-alanlar, kendilerine özgü estetik kriterler (örn. şiirde imge yoğunluğu, romanda karakter derinliği), meşruiyet mekanizmaları (edebiyat ödülleri, eleştirmenlerin onayı) ve rekabet stratejileri (yayıncılık ağları, festivaller) barındırır. Bu alt-alanlar, üst alanın genel çerçevesinden (örneğin "edebiyat" cemiyetinin toplumsal statüsü) beslenirken, kendi içlerinde yapısal bir kopuş yaratır. Nitekim, roman yazarları ile şairler arasındaki

mücadele, sadece edebi değil, aynı zamanda sembolik sermaye (prestij) ve kaynak dağılımı (yayın imkânları) üzerinden şekillenir.

Bu bağlamda, alt-alanlar, üst alanın genel mantığından nitelik yönüyle ayrılan, kendi içinde tutarlı kurallar, pratikler ve sermaye türleri geliştiren sosyal mikro-kozmoslardır. Alt-alanların oluşumu, alanda faaliyet gösteren aktörlerin, üretim nesnelerinin ve paylaşılan normların çeşitliliğine bağlı olarak dinamik biçimde gerçekleşir. Bu dinamik hem alandaki mücadelenin sürekliliğini hem de alt-alanların sınırlarının hiçbir zaman kesin çizgilerle belirlenemeyeceğini gösterir. Dolayısıyla Bourdieu'nün ifadesiyle alt-alanlar, "akışkan ve karmaşık bir oyun"da, rekabet ve iş birliği ağlarıyla tanımlanan özgün mikro-kosmoslar oluşturarak, alanın genel yapısı içinde özelleşmiş bir mücadele sahnesi meydana getirirler (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 89).

Bourdieu'nün bir alanın sınırlarının ancak ampirik yollarla anlaşılabileceği vurgusundan hareketle (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 85); alanların ve alt-alanların nasıl incelenebileceği sorusu önemli bir araştırma gündemi olarak görünür olmaktadır. Bu bağlamda, Bourdieu'nün alan teorisi, sosyal dünyayı özerk ancak birbirleriyle ilişkili alanlar olarak kavramsallaştırır ve bu alanların incelenmesi için sistematik bir yöntem önermektedir. Bourdieu ve Wacquant (2014: 90-91) tarafından belirtilen üç evre, bir alanın yapısını, işleyişini ve aktörlerinin davranışlarını anlamak için rehber bir çerçeve sunmaktadır. Söz konusu üç evre, toplumsal gerçekliği ilişkisel ve bütüncül biçimde analiz etmenin temel adımlarını ortaya koymaktadır.

İlk aşama, incelenecek alanın genel iktidar alanı içindeki konumunun çözümlemesini gerektirir.[25] Bu, söz konusu alanın (örneğin akademik alan, siyasal alan veya kültürel alan) toplumsal hiyerarşi içindeki yerini, diğer alanlarla hangi güç dinamikleri çerçevesinde etkileştiğini ve egemen aktörlerle nasıl bir ilişki kurduğunu anlamayı amaçlar. Çünkü, bir alan iktidar alanına sıkı sıkıya bağlıysa, onun kuralları ve kaynakları büyük ölçüde dışsal faktörler tarafından belirlenir; özerkse, kendi iç

[25]Bourdieu'nün alan teorisinde "iktidar alanı", toplumsal uzamdaki tüm diğer alanları düzenleyen ve kapsayan, bir tür üst-alan olarak karşımıza çıkar. İktidar alanı, diğer alanların üzerinde durduğu ve mücadele ettiği kurallar, değerler ve meşruiyet biçimlerinin oluşturulduğu ve dağıtıldığı meta-alan olarak kavranabilir (Kaya, 2014: 416).

dinamikleriyle işler. Bu bağlamda alanın, hangi iktidar kaynaklarına (ekonomik, sembolik) bağımlı olduğu ve diğer alanlarla (siyaset, medya) nasıl etkileşim halinde olduğu buradaki temel araştırma gündemidir. Bu aşama, alanın özerklik derecesini, diğer alanlarla ilişkisini ve iktidar mücadelelerindeki rolünü anlamak için kritiktir. Böylece alanın makro düzeydeki stratejik önemini, elinde tuttuğu kaynakları ve alanın kendine özgü mantığının nasıl şekillendiğini görmek mümkün olur.

İkinci aşamada, alanın içindeki konumların (aktörler, kurumlar, kuruluşlar vb.) birbirleriyle oluşturdukları nesnel bağıntılar açığa çıkarılmalıdır. Bu bağıntılar, hangi aktörlerin hangi tür sermaye (ekonomik, kültürel, sosyal, sembolik vb.) birikimlerini kullanarak öne çıktığını, hangi konumların diğerleri üzerinde nasıl bir etki kurduğunu ve rekabetin hangi eksenler etrafında şekillendiğini gösterir. Bir başka ifade ile ikinci aşamada alandaki "oyun kurallarını" ve stratejik dinamikleri ortaya çıkarmak için alandaki aktörler (bireyler, kurumlar) arasındaki güç ilişkilerini, sermaye dağılımını ve konumların hiyerarşisini haritalandırmak gerekmektedir. Bu seviyede bir çözümleme, alan içindeki rekabet, iş birliği veya hiyerarşi gibi dinamikleri ortaya çıkarır. Örneğin akademik alanda "üniversiteler, hakemli dergiler, araştırma fonları" gibi konumlar incelendiğinde, bu konumların nesnel ilişkilerinin yayın kriterleri, atıf normları veya akademik unvanlar aracılığıyla belirlendiği görülebilir. Siyaset alanında ise partiler, sivil toplum kuruluşları veya lider figürler arasındaki rekabet, söylem gücü, medya görünürlüğü ve oy tabanlarının tarihsel eğilimleri üzerinden şekillenir. Dolayısıyla, hangi sermaye türlerinin (ekonomik, kültürel, sosyal) alanda belirleyici olduğu ve aktörlerin konumları arasındaki mesafe ve çatışma noktaları bu seviyedeki aranan unsurlardır. Analitik bağlamda bu seviye, makro ve mikro çözümlemelerin arasında yer alan mezo seviyeye işaret etmektedir.

Üçüncü aşamada, alanın içindeki oyuncuların habituslarını çözümlemek gerekir. Habitus, bireylerin sosyo-ekonomik koşullarını içselleştirme sürecinde oluşan, bedenleşmiş yatkınlıklar ve algı-bilgi yapılarını ifade eder. Habitus, aktörlerin strateji geliştirme biçimlerini, hangi seçeneklerin "doğal" veya "akla yatkın" göründüğünü belirler. Dolayısıyla aynı alanda bulunan iki aktör, farklı habituslara sahip oldukları için farklı stratejiler benimseyebilir. Örneğin "kültürel sermayesi yüksek" bir sanatçı, sanatsal alanda yeni akımlara öncülük etmeye yatkın iken; maddi sermayesi güçlü ama

kültürel sermayesi zayıf başka bir aktör, sanat piyasasında daha çok yatırımcı konumu üstlenerek etki yaratabilir. Bu bakımdan habitusun alanın yapısal koşullarıyla nasıl uyum sağladığı veya çatıştığı veya bireylerin alan kurallarını yeniden üretirken nasıl dönüştürücü stratejiler geliştirdiği bu seviyenin merkezi araştırma gündemleri arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, aktörlerin habitusunu analiz etmek, alanın kurallarının bireysel pratiklere nasıl yansıdığını anlama adına etkin olacaktır.

Tüm bu evreler bir arada düşünüldüğünde, bir alanı incelerken hem makro düzeydeki güç ilişkilerine (iktidar alanıyla ilişkisi), hem mezo düzeyde alan içi konumların nesnel dağılımına, hem de mikro düzeyde bu konumlardaki aktörlerin habitus kaynaklı eğilimlerine bakmak gerekir. Bourdieu ve Wacquant'ın (2014: 90) alan analizine yönelik önerdiği üç aşama, sosyal bir alanın yapısal, ilişkisel ve pratik boyutlarını sistematik bir şekilde incelemeyi hedefler. Bu yaklaşım, toplumsal olguları tek bir boyuta indirgemeyen, çok katmanlı bir analizi mümkün kılar.

Genel bir değerlendirme yapılmak istendiğinde Bourdieu'nün "alan" kavramı, toplumsal yaşamın farklı düzlemlerinde (örneğin bir ülke, şirket veya üniversite) belirli sermaye türlerinin (ekonomik, kültürel, sosyal vb.) üretildiği ve paylaşıldığı rekabetçi arenaları ifade eder (Swartz, 2018: 68). Bir "alan", özgül bir amaç, kendine özgü bir sermaye türü, bu sermayenin dağılım mekanizmaları ve rekabeti düzenleyen kurumlardan oluşan, ilişkisel yapıda bir uzamdır. Bu yapıyı anlamak, aktörlerin yalnızca amaçlarını veya bireysel özelliklerini değil, bizzat alanın kurallarını, tarihsel gelişimini ve içinde barındırdığı rekabet mantığını incelemeyi gerektirir. Her alan, kurallarını ve hiyerarşisini kendi içinde inşa eder; bu kurallar hem aktörlerin konumlarını belirler hem de egemen sermaye türünün dolayımıyla tahakkümü sürdürür (Bourdieu, 2016a: 137). Ancak aynı yapı, mevcut düzene itiraz eden veya yeni stratejiler geliştiren bireylere de olanak tanır.[26] Böylece alanlar, hem iktidarın hem de direnişin eşzamanlı var olduğu, esnek ve çok katmanlı toplumsal mekanizmalar olarak işlev görür. Dolayısıyla, "alan" kavramı, sosyal dünyayı yapılandırılmış, rekabetçi ve dinamik bir çerçeve olarak kavramsallaştıran temel bir

[26]Alanlar, her ne kadar toplumsal dönüşümün merkezleri hâline nadiren gelseler de tahakkümün yanı sıra direnişin de gerçekleştiği mekânlardır. Bu yönüyle, yalnızca baskı ve kontrol mekanizmalarını içeren yapılar olmaktan çıkarak, aynı zamanda dönüşüm ve mücadele alanları hâline gelirler. Direnişe imkân tanımaları nedeniyle, Goffman'ın "total kurumları", Althusser'in "devletin ideolojik aygıtları" ve Foucault'nun "disiplin düzenlemeleri" kavramsallaştırmalarından ayrılırlar.

analitik araçtır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 82). Alan nosyonunun yeterince anlaşılması için sermaye ve habitus kavramlarının da anlaşılması ve incelenmesi gerekmektedir.

2.2.2. Alanın Güç ve Pozisyon Kaynağı: Sermaye

Alan teorisinin bir diğer önemli sac ayağı da "sermaye" kavramıdır. Nitekim bir alana giriş için o alana özgü sayılan "belli özellikler konfigürasyonuna" sahip olmak gerekmektedir. Bourdieu'ya göre de "araştırmanın amaçlarından biri, alanın etkin özelliklerini, etkili niteliklerini, yani özgül sermaye biçimlerini tanımaktır. Böylece yorumsamacı bir döngüyle karşılaşılır: Alanı kurmak için orada etkili olacak sermaye biçimlerini tanımak, bu özgül sermaye biçimlerini kurmak için de alanın özgül mantığını tanımak gerekir" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 93). Dolayısıyla, sermaye hacmi ve çeşitlerinin, alan içinde etkin birer "koz" olarak yer almaktadır. Kişilerin sermaye tipleri ve sermaye hacmi bir toplumsal alandaki aktör konumunu doğrudan etkileyebilmektedir (Bourdieu, 2024: 69).

Klasik ekonomi politik yaklaşımdan farklı olarak Bourdieu için sermaye kavramı sadece "ekonomik sermaye" ile sınırlı değidir. Kültür, simgesel ve sosyal olguları da birer sermaye olarak kavrayan Bourdieu bu anlamda sermaye kavramını salt maddi ilişkilerle sınırlamaz (Jourdain ve Naulin, 2016: 106). Sermaye, bir toplumsal alan içinde aktörlerin sahip oldukları kaynaklar bütünü olarak düşünülebilir. Ancak sermayenin bu farklı biçimleri, ancak ait oldukları alanlarda anlam kazanır ve geçerli hâle gelir. Örneğin ekonomik sermaye, maddi kaynakları ve varlıkları kapsarken; kültürel sermaye, eğitim, bilgi ve estetik zevki ifade eder. Sosyal sermaye ise, kişilerin ilişkiler ağı üzerinden sahip oldukları konumları, diğerleriyle kurdukları bağları ve aidiyetlerini içerir (Jourdain ve Naulin, 2016: 107). Sermaye, yalnızca sahip olunan bir değer olmanın ötesinde, o değerler üzerinden tanımlanan sosyal konumların sürdürülebilmesi ve yeni avantajların elde edilmesi için sürekli kullanılması ve yeniden üretilmesi gereken bir araçtır (Swartz, 2015: 55-56).

Bourdieu'nün sermaye kavramını ele alış biçimi, özellikle toplumsal aktörlerin belli alanlarda başarı elde edebilme ya da konumlarını koruyabilme süreçlerinde

stratejik davranışları açıklamak için işlevseldir (Bourdieu, 2024: 68-69). Örneğin akademik alanda ekonomik sermaye, doğrudan akademik başarı sağlamada sınırlı bir etkiye sahip olabilir; ancak kültürel sermaye, kişinin entelektüel birikimini, prestijli üniversitelerdeki eğitim geçmişini ve sahip olduğu akademik dilin inceliğini kapsadığından bu alanda daha önemli hâle gelir. Buna karşın ekonomik sermayenin doğrudan önemli olduğu alanlar da vardır. Ticaret veya yatırım alanında kişinin ekonomik sermayesi, onun toplumsal pozisyonunu ve saygınlığını doğrudan belirleyebilir. Bir başka ifade ile, bir alanda başarılı olmak için sermaye çeşitlerinden hangisinin daha etkin kullanılacağı, o alanın kendi özgün dinamiklerine ve kurallarına bağlıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 83). Bir avukatın mahkeme salonundaki itibarı kültürel ve sosyal sermayesine (hukuk bilgisi, eğitim geçmişi ve ilişkileri) bağlıyken, aynı avukatın bir yatırım alanında başarısı, ekonomik sermayesiyle doğrudan ilişkilidir.

Bourdieu'ya (2024: 68) göre, sermayenin -yani alana özgü güç unsurlarının ve stratejik kozların- eşitsiz dağılımıyla şekillenen alan yapısı, herhangi bir doğrudan etkileşim, müdahale veya manipülasyon olmaksızın bile tüm failler üzerinde baskı kurar. Zira alanın yapısı, faillere ait hareket stratejilerini, onların sermaye dağılımından kaynaklanan konumlarına bağlı olarak daha fazla ya da daha az kısıtlar. Dolayısıyla failler, amaçlarını, araçlarını ve eylemlerini sermayenin alandaki dağılımına göre belirlerler. Bu bağlamda, faillere bırakılan stratejik hareket alanının genişliği veya darlığı, alanın yapısının belirlediği sermaye yoğunlaşma seviyesine bağlı olarak değişkenlik gösterir (Bourdieu, 2024: 69).

İlk ve en güçlü sermaye tipi olan ekonomik sermaye, tüm sermaye türlerinin temelinde yer alır ve maddi kaynaklar olarak tanımlanır; para, mülk veya varlıklar olarak somutlaşır. Bourdieu'ya göre ekonomik sermaye diğer sermaye türlerine göre daha baskın ve dönüşümü daha kolay gerçekleştirilebilen bir sermaye biçimidir. Çünkü, ekonomik sermaye, çok daha hızlı sosyal ya da kültürel sermayeye çevrilebilir ve toplum içindeki hiyerarşik konumu belirler (Swartz, 2018: 117-118). Örneğin, ekonomik sermayeye sahip varlıklı bir aile, çocuklarının nitelikli eğitim almasını sağlayarak onların kültürel sermayesini yükseltebilir. Böylece ekonomik sermaye,

kültürel birikime dönüştürülerek toplumsal saygınlığın ve sosyal ilişkilerin geliştirilmesinde etkili olur.

Kültürel sermaye ise ekonomik sermayeden türeyen ve toplumsal statüyü yükseltecek biçimde kullanılabilen kültürel donanımları ifade eder. Bu donanımlar bireylerin eğitim düzeyi, kültürel zevkleri, dil becerileri ve gündelik yaşam pratikleri üzerinden bedenselleşmiş; kitap, sanat eserleri gibi objelerde nesneleşmiş veya eğitim diplomaları aracılığıyla kurumsallaşmış biçimlerde ortaya çıkabilir (Bourdieu, 2015a: 41-42). Bourdieu, bu sermaye türünün somutlaşmış, nesneleşmiş ve kurumsallaşmış hallerinin tümünü "bilgi sermayesi" olarak tanımlamaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 108). Bourdieu'ya göre kültürel sermayenin gerçek bir sermaye biçimi olarak tanımlanabilmesi için, bireye somut getiriler sağlaması, toplumsal alanda kabul görmesi ve ekonomik veya sosyal sermayeye çevrilebilmesi gerekir (Bourdieu, 2015a: 26-28). Örneğin, küçük yaştan itibaren piyano eğitimi alan biri için piyano çalabilme yetisi tek başına kültürel birikimdir. Fakat bu yetenek, kişiye ekonomik gelir, geniş bir sosyal çevre ve toplumda saygın bir yer sağladığında kültürel sermayeye dönüşür. Bu durumda kültürel sermaye, diğer sermaye türlerini de harekete geçirerek bireyin toplumsal konumunu güçlendiren bir faktör hâline gelir (Jourdain ve Naulin, 2016: 107).

Son olarak, Bourdieu'nün tanımladığı sosyal ve simgesel/sembolik sermaye, ekonomik ve kültürel sermaye ile etkileşim içinde anlam kazanır. Sosyal sermaye, bireylerin sahip olduğu ilişkiler ağı ve bağlantılar üzerinden tanımlanabilir (Swartz, 2018: 131). Nitekim ona göre, sosyal sermaye, "bir bireyin ya da bir grubun, kalıcı bir ilişkiler ağına, az çok kurumlaşmış karşılıklı tanıma ve tanımlamaya sahip olması sayesinde elde ettiği gerçek ya da potansiyel kaynakların toplamıdır" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 108). Bourdieu'nün sosyal sermaye metaforu, bağların tıpkı bir para birimi gibi biriktirilebilir ve çevrilebilir bir kaynak olarak kullanılabilirliğini göstermektedir (Schwarz, 2025: 119). Simgesel sermaye ise, bu anlamda diğer sermayelerin bileşkesini temsil eder ve toplumun belirli bir alanda bireyin gücünü tanıyıp kabul etmesiyle gerçekleşir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 108).[27] Bir başka

[27]Simgesel sermaye, Weber'in "karizmatik otorite" kavramının Bourdieu tarafından yeniden formüle edilmiş bir versiyonudur. Ancak Bourdieu, bu kavramı "ideal tip" çerçevesinde kurgulamaz. Weber'in

ifade ile simgesel sermaye, ekonomik, sosyal ve kültürel sermayelerin toplum nezdinde prestij ve meşruiyet kazanmış hâlidir (Köse, 2004: 51). Bourdieu "simgesel/sembolik sermaye"nin niteliğini şu şekilde açıklamaktadır: "'Sembolik sermaye', yadsınmış, yanlış tanınmış (meconnu) ve bu yolla tanınmış (reconnu), meşru hale gelmiş ekonomik veya politik sermayedir: Ancak bazı koşullarda ve her zaman uzun vadede olmak üzere, 'ekonomik' getiriler sağlamaya muktedir, bir tür 'kredi'dir" (Bourdieu, 2023: 136).

Bu kapsamda, örneğin, Türkiye'de büyük iş insanlarının futbol kulüplerinin başkanlıklarına aday olmaları, ekonomik sermayelerini kamusal alanda prestij kazanacak şekilde simgesel sermayeye dönüştürme çabasının bir örneğidir. Benzer şekilde, bir iş insanının bir yardım kuruluşuna yaptığı bağış, ekonomik sermayenin doğrudan kullanımı gibi görünse de gerçekte onun toplumdaki simgesel sermayesini artırmaya ve toplumsal statüsünü güçlendirmeye yönelik stratejik bir eylemdir. Nitekim sermayenin işlevselliği, ait olduğu toplumsal alanda tanınması ve geçerli kabul edilmesiyle mümkün olur. Bu nedenle, sermaye biçimleri bireylerin ve grupların toplumsal yapı içindeki konumlarını pekiştirmek üzere dönüşümlü ve bütünleşik bir işleyişe sahiptir (Swartz, 2018: 132). Bu bağlamda sermayeler arası etkileşim de görünür olmaktadır; ekonomik sermaye, simgesel sermayeye dönüşerek bireyin toplumsal konumunu güçlendirir ve onu alan içerisindeki iktidar ilişkilerinde daha avantajlı bir noktaya taşır (Bourdieu, 2023: 124). Nitekim bu durum, sermayenin dinamik doğasını göstermektedir.

Diğer yandan simgesel sermaye -diğer sermaye türlerinden farklı olarak- aktörlerin genellikle bilinçli olarak farkında olmadığı, dolayısıyla sorgulamadan kabul ettikleri ve içselleştirdikleri değerleri temsil eder (Bourdieu, 1995: 116-117). Bu sermaye biçimi, toplum içinde itibara, saygıya ve meşruiyete dönüşerek simgesel iktidarı yaratır. Bourdieu, simgesel iktidarın gücünü, simgesel sermaye kavramıyla ilişkilendirerek açıklar. Bourdieu'ye göre simgesel iktidar, belirli toplumsal gerçeklikleri anlamlandırarak ve meşrulaştırarak bireylerin zihninde egemenlik

"karizmatik otorite" anlayışını geliştirerek, bu kavramı yalnızca liderlikle sınırlamaz; aksine, her türlü meşruiyet ilişkisinin temel bir boyutu olarak ele alır (Köse, 2004: 53; Swartz, 2018: 67).

kazanan bir iktidar biçimidir. [28] Bu iktidarın oluşumu esasen iki temel koşula bağlıdır. İlk olarak, sembolik iktidarı uygulayan birey ya da grubun, sahip olduğu sembolik sermayeden kaynaklanan toplumsal bir otoriteye sahip olması gerekir (Bourdieu, 2013a: 208). Bu bağlamda, toplumsal kategorilerin varlığına veya sınırlarına ilişkin otorite, söylemi kuran failin tanınan meşruiyetinden beslenir. İkinci olarak ise, simgesel iktidarın etkili olabilmesi, söz konusu sembolik tasvirlerin veya sınıflandırmaların toplumsal gerçeklikte bir karşılığa sahip olmasıyla yakından ilişkilidir. Öyle ki, simgesel iktidar, ancak gerçeklikle belli ölçüde örtüştüğünde nesneleri ve grupları inşa edebilir ya da meşrulaştırabilir (Bourdieu, 2013a: 209). Bu durum, simgesel iktidarın toplumsal gerçekliği yansıtan gibi, aynı zamanda onu yeniden üreten ve tanımlayan bir güç olduğunu gösterir.

Pierre Bourdieu'nün simgesel iktidar kavramı, iktidarın yalnızca ekonomik ya da siyasi değil, semboller ve anlam sistemleri aracılığıyla da gerçekleştiği fikrine dayanır. Bourdieu'ye göre simgesel iktidar, toplumdaki egemen grupların oluşturdukları değer, norm ve anlam yapılarını diğer gruplara benimsetebilme yetisidir (Swartz, 2018: 129). Bu çerçevede simgesel sistemler bilişsel işlevlerin yanında, hâkim gruplar lehine ayrımcılık ve tahakküm üreten siyasal ve toplumsal bir işlevi de yerine getirirler (Swartz, 2018: 121). Örneğin, eğitim sistemi belirli değerleri ve bilgileri evrensel veya tartışmasız doğrular olarak sunarken, hâkim kültürel sermayeye sahip olmayan öğrencileri başarısız ya da yetersiz konuma yerleştirir. Böylece simgesel iktidar, toplumdaki eşitsizliklerin doğal ve meşruymuş gibi kabul edilmesine yol açar. Dolayısıyla simgesel sermaye, bir aktörün maddi veya kültürel kaynaklarının, diğer bireyler tarafından tanınarak meşru görülmesi sonucu oluşur ve simgesel iktidarın işlevini kolaylaştıran bir araç olarak kullanılır (Bourdieu, 2013a: 209; Swartz, 2018: 130).

> "Simgesel sermaye, onu görmelerini, tanımalarını, kabul etmelerini sağlayan algılama ve değerlendirme kategorilerine sahip edimciler tarafından algılanarak, gerçek bir sihirli güç gibi simgesel anlamda etkili hale gelen, fiziksel güç, zenginlik, savaşçılık değeri gibi herhangi bir özelliktir: Toplumsal olarak oluşmuş 'kolektif beklentiler'e, inançlara

[28]Bourdieu, "simgesel iktidar" kuramını oluştururken, Weber'in "karizma" ve "meşruiyet" kavramlarını yeniden ele alarak geliştirir. Bu kuram, toplumsal hayatta sorgusuz sualsiz kabul edilen varsayımların, iktidar ilişkilerinin kurulması ve sürdürülmesindeki belirleyici rolünü vurgulamaktadır (Swartz, 2018: 66)

> karşılık verdiğinden dolayı, fiziksel temas olmaksızın, bir anlamda uzaktan eylemde bulunan bir özelliktir. Bir buyruk verilir ve ona uyulur: bu neredeyse sihirli bir edimdir. Ancak bu, toplumsal enerjinin korunma yasasının ancak görünürdeki bir istisnasıdır" (Bourdieu, 1995: 187).

Simgesel iktidarın temelinde yatan güç ilişkileri, Bourdieu'nün "yanlış tanıma" kavramıyla açıklanabilir; buna göre bireyler ve gruplar, çıkar temelli pratikleri çıkar dışıymış gibi algılar ve bu pratikleri sorgulamadan meşru kabul ederler (Swartz, 2018: 130). Böylece, toplumun çoğunluğu için simgesel sistemler (dil, eğitim, kültür) tarafsız ve doğal olarak algılanırken, aslında toplumsal eşitsizlikleri yeniden üretme işlevi üstlenirler. Bu nedenle simgesel iktidar, hâkim sınıfların toplumsal dünyanın nasıl algılanacağına dair kendi görüşlerini evrensel ve tartışılmaz hâle getirme gücünü ifade eder (Swartz, 2018: 129). Böylece sembolik iktidar ilişkileri bir anlamda nesnel bir iktidar görünümü alır (Bourdieu, 2013a: 205). Örneğin, medya tarafından oluşturulan "başarı" imgeleri ve modelleri, ekonomik sermayesi yüksek grupların değerlerini toplumun genelinde yaygınlaştırarak mevcut hiyerarşiyi sorgulanamaz hâle getirir ve simgesel iktidarın toplumdaki egemenliğini güçlendirir.

Özellikle son yıllarda dijital teknoloji devlerinin hemen her toplumsal alana nüfuz etmesi ve dijital yetkinliklerin bir "değer" unsuruna dönüşmesiyle birlikte, "dijital sermaye" kavramına yönelik tartışmalar da giderek daha görünür hâle gelmiştir (Ragnedda ve Ruiu, 2020; Calderon Gomez, 2021; Verwiebe ve Hagemann, 2024). Dijital sermaye, dijital yetkinliklerin (bilgiye erişim, iletişim kurma, içerik üretimi, güvenlik ve problem çözme becerileri) ve dijital teknolojilere erişimin bütünsel bir birikimi olarak tanımlanır (Ragnedda ve Ruiu, 2020: 30). Dijital yetkinliklerin bir sermaye biçimi olarak kavramsallaştırılması, Pierre Bourdieu'nün sermaye kuramının dijital alana teorik bir uzantısı niteliğindedir. Bu çerçeve, dijital teknolojilerin toplumsal eşitsizlikleri nasıl hem yansıttığını hem de yeniden ürettiğini anlamaya imkân tanır. Diğer taraftan bireylerin sahip oldukları geleneksel sermaye türlerini dijital avantajlara nasıl dönüştürdüklerini ve bu dijital avantajların nasıl somut toplumsal faydalara ya da yeni eşitsizlik biçimlerine evrildiğini göstermeye olanak sunar (Ragnedda ve Ruiu, 2020: 33). Böylelikle dijital sermaye, dijitalleşen toplumsal yapıda döngüsel bir eşitsizlik üretim sürecini görünür kılan analitik bir kavramsal araç olarak önem kazanmaktadır

Dijital sermaye kavramı, günümüz dijital toplumunda teknolojinin sosyal etkileşimleri ve fırsatlara erişimi şekillendirme biçimlerini açıklamak üzere genişletilmiştir (Verwiebe ve Hagemann, 2024: 2-4). Bu bağlamda dijital sermaye, çevrim içi ve çevrim dışı yaşam alanlarını birbirine bağlayan; aynı zamanda geleneksel sermaye biçimleri arasında aktarım ve dönüşüm süreçlerini mümkün kılan bir "köprü sermaye" olarak konumlanmaktadır (Ragnedda ve Ruiu, 2020: 9). Dolayısıyla dijital sermaye, tamamen yeni ve özgün bir sermaye türü olmaktan ziyade, dijital teknolojiler ile çağdaş siber kültürle ilişkili kültürel sermayenin özel bir alt biçimi olarak işlev kazanmaktadır (Calderon Gomez, 2021: 2537). Schwarz (2025: 116) ise dijital sosyal medyanın özellikle sosyal sermayenin birikim tarzını, işleyişini ve aktarılabilirlik niteliklerini dönüştürdüğünü vurgulamakta; bu doğrultuda dijital sermayeyi günümüz toplumunda sosyal sermayenin önemli bir biçimi olarak değerlendirmektedir. Zira dijitalleşme süreciyle birlikte, sosyal sermaye aracılığıyla erişilebilen kaynakların türü ve kapsamı dönüşüme uğramış; bu durum, sosyal sermayenin niteliği bağlamında dijital sermayenin önemini daha da artırmıştır (Schwarz, 2025: 125).

Bourdieu'nün sosyal ve kültürel sermaye kavramsallaştırmasıyla paralel biçimde ele alınan dijital sermaye, bireylerin dijital teknolojilerle etkileşimleri sonucunda oluşan ve somutlaştırılmış (embodied) ile nesneleştirilmiş (objectified) olmak üzere iki temel biçimde ortaya çıkan bir sermaye türüdür. Somutlaştırılmış dijital sermaye, bireylerin dijital teknolojilere ilişkin becerilerinin, eğilimlerinin ve alışkanlıklarının içselleştirilmesiyle oluşur ve zamanla habitusun bir parçası hâline gelir. Bu sermaye biçimi, dijital araçları kullanma yetkinliğini ötesinde, bu teknolojilere karşı geliştirilen yatkınlıkları da kapsar (Calderon Gomez, 2021: 2537). Öte yandan, nesneleştirilmiş dijital sermaye; bireylerin sahip oldukları ya da erişebildikleri teknolojik altyapı, araç ve donanım gibi maddi kaynakları ifade eder (Calderon Gomez, 2021: 2538). Örneğin, üst-orta sınıftan gelen bir öğrencinin erken yaşta bilgisayar, tablet ve yüksek hızlı internet bağlantısına sahip olması, eğitim süreçlerinde ona avantaj sağlayabilir; bu araçları aktif biçimde kullanma deneyimi ise bireyin dijital becerilerini ve eğilimlerini şekillendirerek somutlaştırılmış dijital sermayesini güçlendirir. Bu bağlamda, dijital sermayenin her iki biçimi de

dijitalleşmiş toplumsal düzende bireylerin sosyal konumlarını belirleyebilen temel etkenler arasında yer almaktadır.

Dijital sermaye yalnızca dijital beceri ya da teknolojiye erişimle sınırlı değildir; aynı zamanda bireysel verilerin metalaştırılması sürecini de kapsamaktadır (Verwiebe ve Hagemann, 2024: 5). Günümüz dijital toplumunda, bireylerin ürettiği dijital veriler büyük teknoloji şirketleri tarafından ekonomik değere dönüştürülmekte ve bu süreç toplumsal eşitsizlikleri derinleştirmektedir. Bu doğrultuda, dijital sermaye birey düzeyinde genellikle dijital yetkinlikler üzerinden tanımlansa da kurumsal düzeyde, bireylere ait dijital verilerin (örneğin tüketim alışkanlıkları, mobil konum verileri, sosyal medya etkileşimleri gibi) ekonomik çıkarlar doğrultusunda kullanılmasıyla şekillenmektedir. Bu sermaye türü -diğer sermaye türleri gibi- eşitsiz biçimde dağılır; büyük teknoloji şirketleri (Big 5 ve Çinli muadilleri) bu sermayeyi kontrol ederken, alt ve orta sınıflar buna sınırlı erişimle karşı karşıyadır (Verwiebe ve Hagemann, 2024: 6-7). Bu bağlamda dijital sermaye, yalnızca bireysel becerilerden ibaret değil, aynı zamanda "veri üzerindeki kontrol hakkı"nı da içeren çok katmanlı bir yapıdır. Bu hak ise büyük ölçüde dijital elit sınıfın tekelinde bulunmaktadır.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, Pierre Bourdieu'nün sermaye kavramsallaştırması, toplumsal pratiklerin temel dinamiklerini ekonomik, kültürel, sosyal ve simgesel sermaye biçimleri üzerinden açıklayarak bireyler arasındaki eşitsizlikleri anlaşılır kılmaktadır; ancak, bu kuramsallaştırma bazı eleştirilere maruz kalmıştır. Öncelikle, Bourdieu'nün sermaye kavramını kapitalist toplumsal ilişkiler temelinde geliştirmiş olması, kavramın tarihsel ve toplumsal bağlam açısından sınırlılık taşıdığı iddiasına yol açar. Kapitalizm öncesi toplumlarda, kültürel sermaye sadece bireylerin içselleştirilmiş pratikleri şeklinde varlık göstermekte, nesneleşmiş ya da kurumsallaşmış formları almamaktadır (Swartz, 2018: 120). Örneğin, Osmanlı toplumunda hattatlık ya da minyatür sanatı gibi kültürel beceriler ekonomik kazanca doğrudan çevrilebilir kurumsal bir sermaye formu olarak değil, çoğunlukla bireysel prestij ve sosyal itibar kaynakları olarak değer kazanmıştır. Bourdieu'nün kavramsal çerçevesi, tüm toplumların benzer piyasa koşullarında olduğunu varsaymakta ve kültürel sermayenin Fransa'daki yüksek kültür pratikleriyle olan bağlantısını

evrenselleştirerek farklı toplumsal yapıların kendine özgü koşullarını görmezden gelmektedir.

Bir diğer eleştirel nokta, sermaye biçimlerinin birbirine dönüştürülebilirliğinin her toplumda eşit olmadığı gerçeğidir. Sermaye dönüşümü, piyasa ekonomisine sahip toplumlarda kolay ve yaygın iken refah devleti uygulamalarının güçlü olduğu toplumlarda veya sosyalist sistemlerde farklılık göstermektedir (Swartz, 2018: 119). Örneğin, Sovyetler Birliği gibi özel mülkiyetin yerini parti üyeliğinin aldığı toplumlarda, sosyal sermayenin ekonomik sermayeye dönüştürülmesi çok daha sınırlı ve politikaya bağımlı hâle gelmektedir. Ayrıca, Bourdieu'nün kavramsallaştırması, orta ve üst sınıflar arasındaki ayrımları analiz etmekte oldukça işlevsel olsa da işçi sınıfı içindeki ayrımları açıklamada yetersiz kalmaktadır. Bu durum, sermaye kavramının alt sınıfların deneyimlerini ve tabakalaşma süreçlerini yeterince kapsamadığı yönündeki eleştirileri güçlendirmektedir (Swartz, 2018: 120). Dolayısıyla Bourdieu'nün sermaye anlayışı, toplumların özgün tarihsel ve sosyoekonomik koşullarını dikkate alan daha geniş kapsamlı bir yaklaşımı gerekli kılmaktadır.

Özetle -bütün eleştiriye açık noktalarına rağmen- Bourdieu'nün ilişkisel sosyoloji perspektifinde sermaye kavramı, toplumsal pratikler ve güç ilişkileri bağlamında anlam kazanan, sürekli birbirini dönüştürme potansiyeline sahip olan kaynakları ifade eder. Bu yaklaşıma göre ekonomik, kültürel, sosyal ve simgesel sermaye biçimleri, kendi başlarına anlam taşımak yerine, ancak birbirleriyle ve belirli toplumsal alanlarla girdikleri ilişki sayesinde toplumsal anlam ve değer üretirler. Örneğin, ekonomik sermayeye sahip bir birey, çocuğunun yüksek kaliteli eğitim kurumlarında öğrenim görmesini sağlayarak, ekonomik sermayesini kültürel sermayeye dönüştürebilir; bu kültürel sermaye ise belirli sosyal ağlara girişin anahtarı hâline gelip sosyal sermayeye dönüşebilir ve nihayetinde bireyin toplum içindeki prestijini (simgesel sermaye) yükselterek yeni ekonomik fırsatlar yaratabilir. Bu durum, sermaye türlerinin iç içe geçmiş ve sürekli dönüşen bir ilişkisellik içinde olduğunu gösterir (Swartz, 2018: 117-118). Böylece bireylerin ve grupların toplumsal konumları, sermayenin ilişkiselliği bağlamında şekillenirken, bu ilişkiler ağı aynı zamanda habitusun oluşumunda da belirleyici bir rol oynayarak yapı-fail arasındaki

etkileşimi somutlaştırır. Dolayısıyla, alan teorisinin son sacayağı olan "habitus" kavramı görünür olmaktadır. Nitekim habitus ve sermaye kavramları birbirleriyle derinden bağlantılıdır ve sosyal yapıların bireysel eylemlilik yoluyla nasıl yeniden üretildiğini açıklayan dinamik bir çerçeve oluşturur.

2.2.3. Sosyal Deneyimin İçselleştirilmiş Yatkınlıkları: Habitus

Bourdieu, alan, sermaye ve habitus kavramları etrafında inşa ettiği teorik çerçevesine ulaşırken, öncelikle şu temel sorulardan yola çıkmaktadır: "Eyleme düzenliliğini veren nedir? Eylem, kurallara, normlara ya da bilinçli niyetlere itaatin bir ürünü olmaksızın nasıl düzenli ve istatistiksel olarak gözlemlenebilir örüntüler sergiler? Düzenli davranış örüntüleri, soyut ve dışsal bir yapının ya da bireysel bir niyetin ürünü olmadan zaman içinde nasıl oluşur?" (Swartz, 2018: 137). Bu soruların özünde alan, sermaye ve habitus kavramlarının nasıl ilişkisel hareket ettiğini anlama adına bir çerçeve oluşturur: Bourdieu'nün alan teorisinde her alan (medya, ekonomi, sanat, din gibi), kendi kuralları ve sermaye türleriyle (ekonomik, kültürel, sosyal gibi) yapılanır. Habitus ise alan teorisinde, yapı (alan) ve eylem (pratik) arasında diyalektik bir köprü işlevi görür (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 110). Bireylerin habitusu, bu alanlara özgü kuralları içselleştirir ve alandaki konumlarına uygun stratejiler geliştirir:

> "Habitus ve alan arasındaki ilişki, öncelikle bir koşullama ilişkisidir: Alan, habitusu yapılandırır. Habitus, bir alanın ya da kesişen bir dizi alanın (alanlar arasındaki kesişmenin veya kopukluğun boyutu, bölünmüş, hatta parçalanmış habituslar yaratabilir) içkin zorunluluğunun somutlaşmasının ürünüdür. (…) İnanın varoluşu ya da bedenleşmiş toplumsallık olarak habitus, dünyayı belli bir dünya olarak var eden şeydir" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 118).

Özlüce söylemek gerekirse, habitus kavramı, bireylerin toplumsal dünya içindeki davranışlarını yönlendiren içselleştirilmiş eğilimler, pratikler ve anlayışlar bütününü ifade etmektedir (Köse, 2004: 56; Swartz, 2018: 144). Bir başka ifade ile habitus, bireyin toplumsal deneyimlerinden -özellikle çocukluktan itibaren maruz kaldığı sosyal koşullardan- doğan ve onun davranışlarını, tercihlerini ve algılarını

yönlendiren bir dizi içsel eğilimdir (Wacquant, 2014: 62).[29] Bu eğilimler bireyin sosyal sınıfı, eğitimi, kültürel çevresi gibi faktörler tarafından şekillendirilir ve bireyin toplumsal alandaki konumunu ve davranışlarını etkiler ve belirler. Dolayısıyla habitus, "yapılanmış ve yapılandırılmış yatkınlıklar sistemi" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 111) olarak bireyin alan içindeki eylemlerini ve algılarını yönlendiren bir filtre gibi çalışır.

> "Belirli türden bir çevreyi oluşturan (yani bir sınıf koşulunu niteleyen maddi varoluş koşulları) ve toplumsal olarak yapılandırılmış bir çevreyle özdeşleşen düzenlilikler şeklinde ampirik olarak saptanabilen yapılar habituslar üretirler. Habituslar kalıcı yatkınlık sistemleri, yapılandırıcı yapılar şeklinde, yani kurallara itaatin ürünü olmadan, sonuçları bilinçli olarak hedeflemeden ve bunlara ulaşmak için gerekli işlemlere anında hakim olmadan ve böylece de bir orkestra şefinin örgütleyici eyleminin ürünü olmadan da kolektif olarak harmani içine olabilecek, nesnel olarak 'düzenlenmiş' (reglees) ve 'düzenli' (reguliere) olabilecek pratik ve temsillerin üretilme ve yapılandırılma ilkesi olarak işlemeye eğilimli, yapılanmış yapılardır" (Bourdieu, 2018: 158).

Diğer yandan habitus bireye tek başına mutlak bir belirlenim veren bir nosyon olarak kavranmamalıdır. Alan ve habitus arasındaki ilişki dinamiktir. Habitus, bireyin alana uyum sağlamasını veya ona karşı çıkmasını sağlarken, alan da bireyin habitusunu zamanla dönüştürebilir. Alan habitusu şekillendirirken, habitus da alanda gerçekleşen pratikleri etkileyerek alanı yeniden üretir veya dönüştürür (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 118). Söz konusu ilişkisel düzlemde habitusun anlam kazanabilmesi için alan ve sermaye kavramlarıyla birlikte ele alınması gerekir. Çünkü habitus tek başına toplumsal davranışı belirleyemez; ancak belirli sosyal alanlarda ve belirli sermaye türleriyle ilişkisi içinde anlam kazanır (Bourdieu, 2018: 161-162). Kişinin habitusu, ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye biçimlerinden hangilerine ne düzeyde erişebildiğini ve bu sermayeleri nasıl kullanacağını belirler. Bu durum, bireylerin toplumsal alanlarda giriştikleri mücadelelerde konumlanmalarını ve başarılarını etkiler. Diğer taraftan, alanlarda elde edilen sermayeler, yeni yatkınlıklar ve eğilimler

[29]Bourdieu'nün çeşitli eserlerinde kullandığı biçimiyle habitus, farklı şekillerde tanımlanmaktadır: "Kültürel bilinçdışı", "alışkanlık oluşturan güç", "temel, derinlemesine içselleştirilmiş büyük örüntüler", "zihinsel alışkanlık", "zihinsel ve bedensel algı, beğeni ve eylem şemaları", "düzenli doğaçlamaların üretici ilkesi", "alışkanlık haline gelmiş eylem", "yapılanmış praksis", "eylemi doğuran yapılandırıcı bir yapı", "eylemin kültürel grameri" ve "içselleştirilmiş ve yatkınlığa çevrilmiş zorunluluk" gibi ifadelerle habitus kavramını tanımlamaktadır (Bourdieu'den aktaran Swartz, 2018: 146-147).

yaratarak bireylerin habitusunu yeniden şekillendirir (Swartz, 2018: 146-147). Böylece habitus ve alan arasında karşılıklı ve döngüsel bir ilişki söz konusudur. Dolayısıyla, habitus, alan teorisinin diğer sac ayakları olan alan ve sermaye ile bütünleşerek, sosyal dünyanın hem yapısal hem de pratik boyutlarını kavramamızı sağlamaktadır (Swartz, 2018: 148).

Habitus kavramının teorik temelleri oldukça derin tarihsel köklere sahiptir; kavramın kökenleri Aristoteles'e kadar uzansa da felsefe geleneğinde Husserl, sosyoloji geleneğinde ise Durkheim ve Weber tarafından kullanıldıktan sonra modern sosyolojideki etkili kullanımını Pierre Bourdieu'nün ortaya koyduğu söylenebilir (Tatlıcan ve Çeğin, 2014: 314). Bourdieu, bu kavramı geliştirme sürecinde Marcel Mauss'un bedensel teknikler kuramından ve Maurice Merleau-Ponty'nin beden üzerinden algı kuramından esinlenmiştir (Bourdieu, 1995: 243; Bourdieu ve Wacquant, 2014: 105; Bourdieu, 2018: 191, 215). Dolayısıyla Bourdieu, habitusu, zihinsel olmanın ötesinde, bu yatkınlıkların bedendeki tezahürleri ile kavramsallaştırmaktadır. Bourdieu'nün Cezayir'deki antropolojik çalışmaları ve Fransız eğitim sisteminin sınıfsal eşitsizlikleri üzerine yaptığı araştırmalarda bu kavram önemli oranda görünür olmaktadır. Özellikle, Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi (2015a) başlıklı eserinde, habitusun sınıfsal tatiller ve estetik tercihler üzerindeki belirleyiciliğini ampirik olarak ortaya koymuştur. Bu eserinde Bourdieu sanat, müzik veya yemek tercihlerinin sınıfsal kökenlerini habitus aracılığıyla açıklamaktadır.

Bourdieu'nün habitus kavramını işler kıldığı bir diğer çalışması da Cezayir'de yürüttüğü antropolojik araştırmalarıdır. Cezayir'deki kapsamlı saha araştırmaları, geleneksel tarım toplumlarının "zorunlu" modernleşme politikalarıyla karşı karşıya kaldıklarında, bu yeni toplumsal ve ekonomik düzeni doğrudan benimsemediklerini ortaya koymuştur (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 106). Bu topluluklar, modernleşme sürecine tamamen karşı çıkmasalar da yeni koşulları kendi alışkanlıklarına ve içselleştirilmiş eğilimlerine uygun biçimde dönüştürerek bu sürece uyum sağlamışlardır. Köylülerin davranışları, dışarıdan dayatılan rasyonel ve akılcı ekonomik modellerle hemen uyum gösteren, bilinçli ve hesapçı tercihlerden ziyade, uzun yıllara dayanan pratik deneyimlerine dayalı stratejik tepkiler olarak şekillenmiştir

(Bourdieu ve Wacquant, 2014: 247-248). Bu durum, yerel halkın yeni ekonomik düzeni ancak kendi alışıldık yaşam tarzlarını ve çıkarlarını sürdürebilecekleri ölçüde kabul ettiğini göstermektedir (Swartz, 2018: 75). Dolayısıyla Bourdieu, bu saha deneyimleri sayesinde habitus kavramının işleyişini daha somut biçimde gözlemlemiş ve bu kavramın bireylerin toplumsal değişim karşısındaki konumlanışlarını anlamada nasıl temel bir rol oynadığını kuramsal olarak temellendirmiştir (Ökten Gülsoy, 2012).

Bourdieu'nün habitus kavramına -geçmiş kullanımlarından farklı olarak- en önemli katkısı, habitusu özellikle sosyal sermaye, kültürel sermaye ve simgesel sermaye gibi diğer kavramlarla bütünleştirerek, farklı toplumsal sınıflara ve konumlara sahip bireylerin davranışlarını analiz eden kapsamlı bir kuramsal çerçeveye dönüştürmesiyle belirginleşmiştir. Habitus, alan içindeki mücadele stratejilerini belirleyerek, bireyin geçmiş deneyimlerini ve sermaye durumunu mevcut toplumsal pratiklere uyarlamasına olanak sağlar (Wacquant, 2014: 62). Bu bağlamda habitus, hem bireylerin eylemlerini yönlendiren içsel bir şema olarak hem de toplumsal pratikleri yeniden üretme veya bunlara direnme imkânı sunan bir yapı olarak işlev görür (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 110-111, 133). Habitusun bu özelliği, onun yapı ve fail arasındaki karşılıklı ilişkiyi çözümlemede kritik bir rol oynadığını gösterir. Nitekim Bourdieu, özünde sosyal pratiklerin ve toplumsal yapının karşılıklı ilişkisini anlamak için bu kavramı bir araç olarak kullanır. Çünkü Bourdieu, habitus kavramını, bireyin toplumsal dünyayı algılama ve ona tepki verme biçimini belirleyen bir tür "toplumsal pusula" olarak görür. Bu pusula, bireyin geçmiş deneyimlerinden ve toplumsal koşullarından kaynaklanır ve onun gelecekteki davranışlarını ve tercihlerini şekillendirir. Böylece, bireylerin toplumsal düzenin birer kopyası gibi mekanik bir şekilde hareket etmediğini, ancak bu düzenin onların içselleştirdiği eğilimler aracılığıyla yeniden üretildiğini gösterir (Bourdieu, 2018: 159-160).

Bourdieu'nün habitus kavramını diğer kullanımlarından ayıran önemli özelliklerinden bir diğeri de habitusun doğuştan gelmeyip sosyalizasyon aracılığıyla pratik düzlemde edinilen ve bilinç dışı çalışan bir mekanizma olmasıdır (Bourdieu, 2018: 159). Bu yönüyle Chomsky'nin doğuştan gelen dil yetisi ve Lévi-Strauss'un evrensel yapı kavramlarından ayrışırken (Tatlıcan ve Çeğin, 2014: 323), Althusser'in pratikle ilişkilendirdiği ideoloji anlayışına yaklaşır; ancak, habitusa mutlak bir

belirlenim gücü vermez. Habitus, kişilerin içinde bulundukları tarihsel ve toplumsal koşullara göre şekillenerek hem kalıcı hem de koşullara uyarlanabilir bir yapı olarak karşımıza çıkar (Swartz, 2018: 137-138). Dolayısıyla, zaman ve mekân içerisinde yeni deneyimlerle sürekli olarak dönüşebilir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 128). Habitusun bu esnekliği, onun toplumsal yapıların yeniden üretimini sağlamasının yanında, yeni pratikleri üretme potansiyeline de işaret eder.

Habitusun en önemli özelliklerinden biri, farklı sosyoekonomik ve kültürel arka planlardan gelen bireylerin eylemlerini ve sosyal çevreye adaptasyon süreçlerini açıklamasıdır. Dolayısıyla Bourdieu için habitus, "bedene işlemiş sınıftır" (Bourdieu, 2015a: 634). Örneğin, üst-orta sınıfa mensup bir öğrenci, eğitim hayatında akademik dile ve eğitim kurumlarının beklentilerine dair yatkınlıklara sahip olarak büyür ve bu sayede üniversitedeki akademik alanda daha rahat hareket eder. Oysa ekonomik ve kültürel sermaye açısından daha dezavantajlı bir çevreden gelen bir başka öğrenci, aynı ortama uyum sağlamakta güçlük çekebilir, çünkü bu ortama özgü davranış kalıplarını ve dil kullanımını içselleştirememiştir (Bourdieu, 2015a: 102, 132). Burada habitus, farklı sosyoekonomik konumlardan gelen bireylerin eğitim sisteminde yaşadıkları eşitsizliklerin anlaşılmasında kilit bir kavram olarak ortaya çıkar.

Bourdieu'nün habitus kavramını tanımlarken kullandığı "orkestra şefinin örgütleyici eyleminin ürünü olmadan çıkan kolektif bir harmoni" (Bourdieu, 2018: 158) benzetmesi, birey davranışlarının yapısal faktörlerce şekillenen ve içselleştirilmiş yatkınlıklar aracılığıyla ortaya çıktığını göstermektedir. Ona göre, "habitustan söz etmek, bireysel olanın, hatta kişisel, öznel olanın dahi toplumsal, kolektif olduğunu ortaya koymaktır. Habitus, toplumsallaşmış bir öznelliktir" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 116). Bu doğrultuda Bourdieu, toplumsal pratikleri yalnızca bireysel tercihlere indirgemeyen hem materyalist hem de "yapısalcı-inşacı" bir yaklaşım sunar.[30] Öyle ki benzer sosyoekonomik koşullara sahip bireylerin, benzer deneyimlerden geçerek ortak pratikler geliştirdikleri görülür; dolayısıyla, habitus -doğrudan sınıfsallık olarak

[30]Bourdieu habitusu kavradığı epistemolojiyi şu şekilde aktarmaktadır: "Habitus nosyonu, Marx'ın *Feuerbach Üzerine Tezler*'inde önerdiği programı izleyerek ister naif ister akademik olsun her tür bilginin bir inşa faaliyeti gerektirdiği düşüncesini idealizme bırakmayan bir materyalist bilgi teorisini mümkün kılmayı hedefler" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 111).

okunamasa da- sınıfsal konumla da ilişkilendirilebilir (Bourdieu, 2015a: 634).[31] Nitekim, ona göre, "inşa edilmiş sınıflar teorik olarak benzer koşullara tabi olarak birbirlerine benzeme eğiliminde olan ve sonuç olarak bir araya gelmeye ve böylece benzerlik noktalarını güçlendirmeye meyilli olan failleri bir araya getirir" (Bourdieu, 1987: 6). Böylece bireysel gibi görünen beğeni ve tercihlerin temeli, aslında kolektif biçimde içselleştirilmiş yapısal dinamiklere dayanır. Bu durum, bireysel seçimlerin dahi büyük ölçüde toplumsal koşullar tarafından belirlendiğini ortaya koyar (Bourdieu, 2018: 158).

Bourdieu'nün vurguladığı üzere, aile, bireylerin gelecekteki deneyimlerini yorumlama biçimlerini belirleyen temel eğilimler bütününü, yani habitusu, şekillendirmede kritik bir rol üstlenir. Aile içinde benimsenen değerler, yasaklar, kaygılar ve beğeniler, bireyleri mevcut ekonomik ve toplumsal koşullarla uyumlu ya da uyumsuz hâle getirebilecek temel bir zemin oluşturur (Bourdieu, 2018: 160). Bu durum, özellikle ani veya beklenmedik toplumsal değişimlerle karşılaşıldığında, Bourdieu'nün "hysteresis" olarak adlandırdığı bir uyumsuzluk ya da gecikme etkisine yol açabilir. Geçmiş koşullarda şekillenen yatkınlıkların, yeni koşullara tam anlamıyla uyum sağlayamaması, bireylerin farklı yaş grupları ya da kuşaklarla gerilim yaşamasına neden olur. Ancak bu çatışma, yalnızca bir yaş farkından değil; farklı toplumsal pozisyonlar ve varoluşsal deneyimlerle şekillenmiş ayrışık habitusların karşı karşıya gelmesinden kaynaklanır (Bourdieu, 2018: 161). Dolayısıyla, habitus "birbirinden son derece farklı görevlerin yerine getirilmesini mümkün kılan kalıcı ve aktarılabilir bir yatkınlıklar sistemi olarak anlaşılmalıdır" (Bourdieu, 2018: 161).

Diğer yandan, Bourdieu'nün perspektifini katı bir yapısalcı belirlenim üzerinden kavramak da doğru olmaz. Başka bir ifade ile habitusun tarihsel olarak yapılanmış birer yatkınlıklar sistemi olması, failin düşünerek karar verme edimini, icat ve eylem unsurunu saf dışı bırakmaz (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 123). Ona göre "pratik, o anki doğrudanlığı içinde değerlendirilen duruma oranla hem görece özerk hem

[31]Pierre Bourdieu'nün sosyolojik düşüncesinde "habitus" ve "sınıf" kavramları, birbirinden ayrışmakla birlikte, bağlantılı yönleri de bulunmaktadır. Her iki kavram da bireylerin toplumdaki konumlarını, davranış biçimlerini ve pratiklerini anlamak için geliştirilmiş teorik araçlardır. Ancak, habitus bireyin içselleştirilmiş eğilimlerini ve eylem tarzlarını ifade ederken; sınıf, bireyin yapısal-toplumsal konumunu ve bu konumdan kaynaklı kaynaklara (sermayelere) erişimini ifade eder. Bkn: Bourdieu, 1995: 26-27; Bourdieu, 2015a: 537.

zorunludur çünkü bir durumla bir habitus arasındaki diyalektik ilişkinin ürünüdür" (Bourdieu, 2018: 161). Diğer bir deyişle, habitus sadece bireyi belirlenmiş kalıplara hapseden bir mekanizma değildir; aksine, geçmiş deneyimlerden edinilen davranış şemalarını yeni bağlamlarda uyarlayarak hem süreklilik hem de belli ölçüde esneklik sunan bir yatkınlıklar dizgesidir. Bu anlamda "alışkanlık" nosyonundan ayrılır. Nitekim, alışkanlık mekanik ve kopyalanan bir süreci yansıtırken; habitus, bireysel ve kolektif tecrübelere dayalı "strateji-üretici" bir ilkedir (Tatlıcan ve Çeğin, 2014: 317; Wacquant, 2014: 64). Bourdieu'nün ifadeleriyle, "habitus, kimi zaman düşünüldüğü gibi bir kader değildir. Tarihin ürünü olduğundan, sürekli olarak yeni deneyimlerle karşı karşıya gelen ve durmaksızın onlardan etkilenen, açık bir yatkınlıklar sistemidir. Sistem dayanıklıdır ama sarılmaz değildir" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 125-126). Bu esneklik, daha önceki deneyimlerden türeyen pratiklerin analoji yoluyla yeni koşullara uyarlanması ve sonuçlara göre kendini dönüştürebilmesi sayesinde gerçekleşir (Bourdieu, 2018: 161).

Özünde, Bourdieu'nün habitus kavramını alan teorisine dahil etmesinin temel nedeni, Sartre'ın varoluşçuluğunda rastladığı irade merkezli birey anlayışına başvurmaksızın, yapısalcı düşünceye "fail" unsurunu dâhil etme arayışıdır (Bourdieu, 2018: 164-166). Bu bağlamda, Bourdieu "strateji" kavramına başvurarak eylemi açıklamayı amaçlar. Ona göre eylem, yapısalcı yaklaşımın öne sürdüğünün aksine, bir normun edilgen biçimde izlenmesi değil; habitus ve alanın karşılaşmasıyla ortaya çıkan bir stratejidir. Bu noktada Bourdieu'nün, tüm eylemlerin çıkarla ilişkili olduğu yönündeki vurgusu belirleyici olmaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 103-104). Aktörlerin normlara uyup uymamaları ya da önceden belirlenmiş ritüelleri yerine getirip getirmemeleri, büyük ölçüde çıkarlarıyla ilişkilidir (Swartz, 2018: 137). Bourdieu'ye göre aktörler, zaman içerisinde çıkarlarını korumak amacıyla çeşitli "stratejiler" geliştirirler.

Bourdieu'nün strateji kavramına yüklediği anlam, faydacı yönelimlerle sınırlı değildir. Zira bu kavram, bilinçli ve rasyonel hesaplamaların ötesinde; meydan okuma, karşı hamle gibi çok boyutlu ve durumsal manevraları içeren bir eylem tarzını ifade eder (Wacquant, 2014: 64; Swartz, 2018: 143). Dolayısıyla stratejiler, doğrudan nesnel yapılardan ya da normatif düzenlemelerden türeyen mekanik tepkiler değildir;

aktörlerin zaman ve mekân bağlamında edindikleri pratik yatkınlıklar çerçevesinde biçimlenir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 128). Nitekim bu nedenle "aktörler, kurallara uyan ya da normlara itaat eden bireyler değil; çeşitli durumların sunduğu fırsatlara veya engellere tepki veren stratejik doğaçlamacılardır" (Swartz, 2018: 144).

Bu bağlamda altını çizmek gerekir ki Bourdieu'nün habitus kavramı her ne kadar bireylerin toplumsal koşullar tarafından derinden içselleştirilmiş yatkınlıklarını ifade etse de habitus sabit ve değişmez değildir; aksine, habitusun dönüşümü, bireylerin alışkın oldukları toplumsal yapıların dışındaki yeni ve farklı koşullarla karşılaştıkları durumlarda mümkün olur (Swartz, 2018: 161). Özellikle kriz dönemleri -toplumsal düzenin ritüelleşmiş ve normatif yönlerini zayıflattığı için- bireylerin bilinçli ve stratejik eylemler geliştirmelerini tetikleyerek habitus değişimini teşvik edebilir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 124). Ayrıca, -habitus ve yapı arasındaki uyumsuzluklar kadar- dışsal unsurların alanlara nüfuz etmesi, farklı alanlardaki eşitsiz gelişmelerin ve simgesel mücadelelerin yoğunlaşması da habitusun dönüşümünde önemli rol oynayan etkenler arasındadır (Swartz, 2018: 295, 299). Bu yüzden habitus kavramı -yapısalcı perspektifte bireyi dışarıdan şekillendiren, oldukça katı ve sınırlayıcı bir yapı olarak görülen kültürden farklı olarak- bireylerin eylem alanına belirli ölçülerde esneklik ve doğaçlama fırsatı tanır; bu yönüyle yapı ile fail arasındaki ilişkiyi daha dinamik ve etkileşimli biçimde ortaya koyar (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 133).

Özlüce ifade etmek gerekirse, Bourdieu'nün habitus kavramına atfettiği önem, kavramın hem yapıların ürünü hem de bu yapıların yeniden üretimini sağlayan mekanizma olmasıdır. Bu bağlamda habitus, birey ve toplumsal yapı arasında sürekli ve dinamik bir etkileşim yaratır; bireylerin sosyal alanda eyleme geçme biçimleri, habitusun onlara sağladığı algı ve davranış şemalarıyla belirlenirken, bu eylemler de mevcut sosyal yapıyı yeniden üretir veya değiştirir (Bourdieu ve Passeron, 2015: 254). Bu durum, habitusun eyleyicileri pasif birer figür olmaktan çıkardığını ve onları sosyal yapıların aktif katılımcılarına dönüştürdüğünü gösterir. Dolayısıyla habitus, bireylerin içinde bulundukları toplumsal konumların tarihsel ve sosyal dinamikler tarafından şekillendirilmiş ürünüdür ve toplumsal yapıların pratikte somutlaşmasını sağlayan temel bir aracı görevi görür (Bourdieu, 2018: 158).

Sonuç olarak, alan teorisi içinde düşünüldüğünde Bourdieu'nün habitus kavramı, bireylerin sosyal yapı tarafından şekillenen ancak, aynı zamanda yapıyı dönüştürme potansiyeli taşıyan pratiklerini açıklayan güçlü bir teorik çerçeve sunar. Habitus, bireysel deneyimlerin, toplumsal sınıf ve sermaye biçimlerinin iç içe geçerek kişisel ve kolektif davranış biçimlerini nasıl ürettiğini göstermektedir. Bu kavram, toplum içindeki güç ilişkilerinin ve eşitsizliklerin oluşumunda bireylerin içselleştirilmiş yatkınlıklarının rolünü açığa çıkararak, sosyal dünyanın anlaşılmasına dair derinlikli bir perspektif sağlar. Habitus, bireyin içinde bulunduğu toplumsal gerçekliği anlaması ve bu gerçeklikle ilişkiye geçmesi noktasında açıklayıcı bir işlev görür. Böylece bir alanı açıklamada, alan, sermaye ve habitus kavramları birbirini tamamlayan temel birer analitik araç olarak çalışmaktadır (Wacquant, 2014: 65). Dolayısıyla, bir alanı incelerken söz konusu unsurlar o alanın izdüşümünü sunacaktır. Bu noktadan hareketle gazetecilik de bir alan olarak kavramsallaştırıldığında, buradaki oyunun temel dinamikleri söz konusu analitik kavramsal araçlarla daha net anlaşılabilir. Bu kapsamda bir sonraki bölümde -önceki bölümlerde işlenen kavramsal sac ayaklarından hareketle- Bourdieucü bağlamda gazetecilik alanı tartışılacak ve bu çalışmanın sahası da ilgili kavramsal çerçevelerden hareketle incelenecektir.

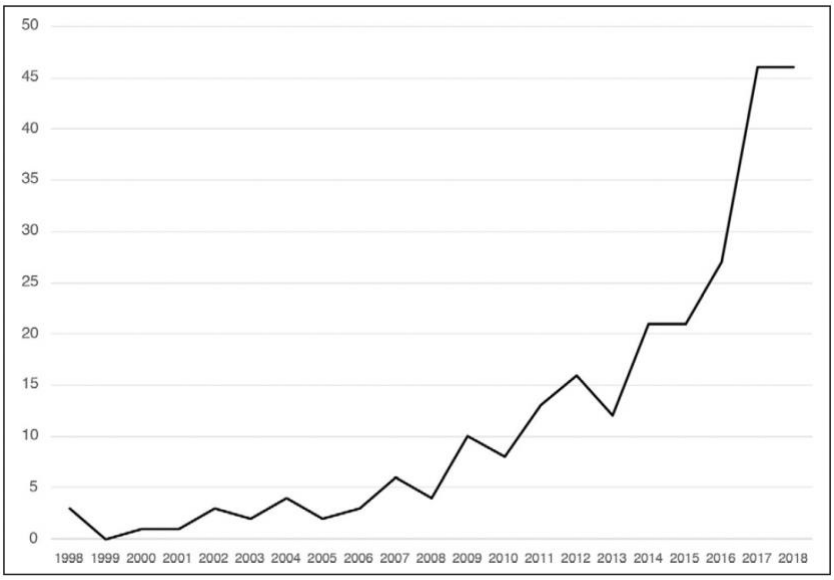
2.3. MEDYA VE GAZETECİLİK ÇALIŞMALARINDA BOURDİEUCÜ PERSPEKTİFİN KULLANIMI

Gazetecilik alanını Bourdieu perspektifiyle ele almadan önce bu kapsamda yapılan çalışmaların genel mantığına değinmek yerinde olacaktır. Pierre Bourdieu'nün alan teorisinin medya ve iletişim çalışmaları tarafından benimsenmesinin temel nedenlerinden biri, bu teorinin hem materyalist yönelimli ekonomi politik yaklaşımların hem de kültürel çalışmaların gündelik yaşamda direniş ve faillik (agency) üzerine yaptığı açıklamalara alternatif bir çerçeve sunmasıdır. Bu iki yaklaşım, uzun süre medya araştırmacılarının sosyal dünyayı analiz ederken başvurdukları temel kuramsal pozisyonları oluşturmuştur (Lunt, 2020: 2949). Bourdieu'nün yapı ve faillik arasındaki gerilimi, alan, sermaye ve habitus kavramları üzerinden aşma çabası, medya endüstrilerinin Marksist analizlerindeki ekonomi merkezciliğin yanı sıra kültürel çalışmaların çoğunda yer alan kültürel özerklik

anlayışındaki sınırlılıkları da giderme potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla, sosyoloji disiplini içinde geliştirilen alan teorisi, medya ve gazetecilik alanında hâkim olan bu iki yaklaşım arasında verimli ve dengeli bir orta yol sağlamaktadır (Lindell, 2025: 2).

Bourdieu'nün gazetecilik çalışmalarında kullanımı, temellerini 1980'lerde atmış olmakla birlikte asıl yükselişini 2009 yılından sonra yaşamıştır (bkn: Tablo 2; Maares ve Hanusch, 2022b: 742). Bourdieu'nün teorik çerçevesine yönelik ilginin artmasındaki temel sebeplerden biri, "dijital gazetecilik" kavramının gazetecilik araştırmalarında önemli bir araştırma gündemi olarak öne çıkmasıdır. Ayrıca, amatör ve yurttaş gazetecilerin habercilik faaliyetlerine başlaması, teknolojik yetkinliklerin giderek daha fazla önem kazanması ve gazetecilik alanının sınırları ile gazetecilik özerkliğinin sorgulanır hâle gelmesi gibi konular, alanda artan sayıda çalışmanın odak noktası olmuştur (Lindell, 2025: 2). Bu bağlamda "alan" kavramı, haber kuruluşları, gazeteciler ve onların mesleki pratiklerini bütüncül olarak ele almakta ve güncel gazetecilik araştırmalarına kapsamlı ve sistematik bir çerçeve sunmaktadır (Benson ve Neveu, 2005: 11). Dolayısıyla, Bourdieu'nün alan teorisi, gazetecilik alanının dönüşen medya koşullara nasıl tepki verdiğini ve bu alana katılmaya çalışan yeni aktörlerin hangi normatif ve kurumsal engellerle karşılaştığını anlama noktasında önemli bir analiz çerçevesi olarak kullanılmaktadır (Eldridge 2018: 50-51).

Tablo 2: Yıllık Makale Sayısına Göre Bourdieucü Düşüncenin Gazetecilik Araştırmalarında Zaman İçindeki Kullanımı



(Maares ve Hanusch, 2022b: 742)

Diğer yandan, kültürel sermaye, habitus, beğeni ve dijital eşitsizlikler üzerinde çeşitli izleyici alımlama araştırmaları da büyük ölçüde Bourdieu'nün kavram setlerinden faydalanılmıştır (Lindell, 2025: 2-3). Bourdieucü analizlerle, özellikle televizyon söylemine hâkim olan "sembolik seçkinler" ile bu seçkinlerin kendilerine ait meşruluk kaynaklarını nasıl yapılandırdıklarını ortaya konulmaktadır (Köse, 2004: 18). Ayrıca Myles (2010: 23-27), gazetecilik alanının Bourdieucü bir çerçevede incelenmesinde dilsel pratiklerin ve alana özgü söylemlerin önemine işaret ederek, gazeteciliğin mesleki kodlarına ve profesyonel ayrımlarına odaklanan söylem araştırmalarında da Bourdieu'nün perspektifinden yararlanılabileceğini vurgulamaktadır. Bu çerçevede, gazetecilik söylemleri, meta-gazetecilik söylemi (gazetecilerin kendi mesleklerini tanımlamaları) ve habercilik pratikleri arasındaki ilişkileri inceleyerek, bu alanın güç dağılımını ve yeni aktörlere yönelik tutumunu değerlendirmek mümkündür (Myles, 2010: 31; Eldridge 2018: 51).

Bourdieu'den esinlenen güncel gazetecilik çalışmaları, genellikle sosyal yapıların bireylerin yönelimlerini ve eylemlerini nasıl etkilediğine ya da gazeteciliğin sınırlarının nasıl korunduğuna odaklanmaktadır (Schultz, 2007; Vos vd., 2012; Maares ve Hanusch, 2022b). Öte yandan, gazetecilik alanını Bourdieucü bir çerçevede ele almak, ekonomik ve politik alanların gazetecilik üzerindeki etkilerini anlamanın yanında dijital teknolojilerin bu alanda yarattığı dönüşümü anlamlandırmak için de bütüncül bir açıklama sunabilir (Hellmueller vd., 2013; Eldridge, 2018; Lindblom vd., 2022; Schapals, 2022). Nitekim gazetecilerin teknolojik değişimi nasıl algıladıkları, aynı zamanda bu teknolojik değişimin gazetecilik alanını ne şekilde etkilediğine dair önemli izler barındırmaktadır. Bu doğrultuda, alan teorisini merkeze alan gazetecilik araştırmaları, özellikle dijital teknolojinin gazetecilik sınırlarını nasıl müzakere ettiği ya da teknolojinin alana dışsal bir güç olarak nasıl dâhil olduğu sorularına ilişkisel bir perspektifle odaklanmıştır (Maares ve Hanusch, 2022b; Lindblom vd., 2022; Lindell, 2025).

Özlüce ifade etmek gerekirse, Bourdieu'den esinlenen güncel medya araştırmaları, dijital medya ekolojilerini, izleyici ve kullanıcıları, alan kavramını ve alandaki failleri, "gazeteciliğin sınırlarının ötesine geçen" daha geniş bir kültürel

üretim alanının çalışma nesnesi olarak ele almaktadır. Bu perspektif, medya ve gazetecilik araştırmaları için hem makro hem de mikro düzeyde yapıların incelenmesine olanak sağlayan, teorik ve ampirik bir araştırma çerçevesi sunmaktadır. Böylece Bourdieucü medya analizleri; (1) medya-merkezcilik yaklaşımının farklı biçimlerinden kaçınmaya, (2) eski ama kalıcı sorulara 'yeni' cevaplar üretmeye, (3) medya aracılığıyla artmakta olan toplumsal eşitsizlikleri analiz etmeye, (4) ekonomi-politik ve kültürelci yaklaşımlar arasında bir köprü kurmaya ve (5) değişimleri tarihsel bağlamları içinde değerlendirmeye olanak sağlamaktadır (Lindell, 2025: 7-11).

Gazetecilik alanındaki pratikler hem gazetecilerin konumlandıkları toplumsal pozisyonlar hem de içselleştirdikleri habitus ile sahip oldukları çeşitli sermaye türleri doğrultusunda biçimlenir. Bu durum, Bourdieu'nün alan kuramının medya çalışmalarına kazandırdığı bütüncül ve ilişkisel yaklaşımın önemini açıkça göstermektedir. Nitekim söz konusu yaklaşım, medya üretimini çevreleyen yapısal dinamikleri ve bu üretim sürecinin toplumsal konumlarla nasıl etkileşime girdiğini eşzamanlı olarak inceleme olanağı sağlamaktadır. Bir sonraki bölümde Bourdieu'nün gazetecilik alanını nasıl kavramsallaştırdığı ele alınacak ve onun yaklaşımından hareketle gazetecilik mesleğindeki işleyişi üzerinde durulacaktır.

2.3.1. Bourdieucü Perspektifle Gazetecilik Alanı

Pierre Bourdieu'nün kavramsal çerçevesi üzerinden değerlendirildiğinde, gazetecilik; gazetecilerin kamusal bilgi üzerinde etkili olabilmek adına sürekli bir konum mücadelesi yürüttüğü, "görece özerk" ancak sınırları sürekli olarak yeniden tanımlanan, kendine özgü dinamiklere, kurallara ve sermaye biçimlerine sahip bir "alan" olarak kavramsallaştırılmaktadır (Schultz, 2007; Benson ve Neveu, 2005; Bourdieu, 2005; Lunt, 2020; Bourdieu, 2021; Lindell, 2025). Bu yaklaşım, gazeteciliği yalnızca haber üretim süreçlerinin teknik bir analizinden ibaret görmeyip, onu toplumsal yapı içerisinde diğer alanlarla kurduğu ilişkiler ve sahip olduğu kültürel üretim gücü bağlamında ele alır. Bourdieu, gazetecilik alanını edebiyat, sanat veya bilim gibi diğer kültürel üretim alanlarıyla birlikte konumlandırmakta; bu alanların her biri üzerinde etkisi olan hem bağımlı hem de dönüştürücü bir rol üstlenen bir mikrokozmos olarak tanımlamaktadır. Ona göre "gazetecilik dünyası, kendi kuralları

olan, küresel dünyadaki konumuyla ve diğer mikrokozmosların ona dayattığı itim ve çekimlerle tanımlanan bir mikrokozmostur" (Bourdieu, 2021: 49). Bu bağlamda gazetecilik alanının dinamiklerini anlayabilmek için, bu alanın -özellikle iktidar alanı başta olmak üzere- diğer toplumsal alanlarla kurduğu ilişkileri, alanda yer alan faillerin sahip oldukları sermaye türlerini ve habituslarını, bu öğelerin faillerin pratiklerini nasıl şekillendirdiğini ve sonuç olarak alanın içsel işleyiş mekanizmalarının nasıl üretildiğini analiz etmek gerekmektedir.

Gazetecilik alanının yapısı, Bourdieu'nün kültürel üretim alanına dair tanımladığı temel bölünme prensipleri tarafından şekillenmiştir: Birincisi, gazetecilerin sahip oldukları alana özgü sermayelerin niceliksel farklılıkları; ikincisi ise dış baskılara karşı gazetecilerin ve medya kuruluşlarının ne derece özerk olduğu veya bağımlı kaldığıdır (Bourdieu, 2021: 88-89). Bu bağlamda gazetecilik alanı, ekonomik ve siyasi güçler gibi dışsal alanlarla sürekli bir gerilim ve etkileşim içindedir. Alanın içindeki medya kuruluşları, pazar ekonomisi ve siyasal güçler gibi dışsal aktörlerin baskısı altında kalabilirler, bu da gazeteciliğin üretim koşullarını ve içeriğini doğrudan etkileyebilir. Bu durum özellikle kamu yayıncılığı ve büyük ölçekli medya üretim süreçlerinde daha belirgin hale gelir ve gazetecilik alanının iç dinamiklerini derinden etkileyebilir (Bourdieu, 2021: 46). Dolayısıyla, gazetecilik alanı, bir mikrokozmos olarak düşünüldüğünde, burada pozisyonlar ve bu pozisyonları belirleyen sermayeler sürekli bir mücadele içindedir. Bu alan, hem kültürel üretim alanına (sanat, edebiyat, bilim gibi sembolik üretim alanları) hem de iktidar alanına (siyasi ve ekonomik güç odakları) bağlıdır. Dolayısıyla gazetecilik alanı hem sembolik ürünler (haberler) üretir hem de bu ürünlerle sosyal gerçekliğin anlamlandırılmasına yön verir (Schultz, 2007: 192).

Gazetecilik alanı, diğer kültürel ve sosyal alanlara göre çok daha fazla dış baskılara açıktır; ekonomik çıkarlar, siyasi yaptırımlar ve toplumsal talepler, gazetecilik alanının özerkliğini sınırlayan dış güçler olarak belirginleşir (Bourdieu, 2005: 41; 2021: 50-54). Gazetecilik alanının ürünü olan haber, doğası gereği kısa ömürlü ve sürekli yenilenmesi gereken bir meta olduğundan, gazetecilik alanının ticari ve siyasi baskılara maruz kalma riski oldukça yüksektir. Buna karşın, gazetecilik alanının diğer alanları yönlendirme, dönüştürme ve toplumdaki güç ilişkilerini yeniden

düzenleme kapasitesi de yüksektir (Schultz, 2007: 192-194). Öyle ki siyaset ve ekonomi gibi alanlarla ilişkisi karşılıklı bir güç mücadelesi içinde gerçekleşir. Örneğin, gazeteler kamuoyunun siyasi görüşlerini şekillendirme ve siyasetçilerin söylemlerini halka ulaştırma gücüne sahipken, siyasi iktidar da gazetecilik alanını denetim altına alma veya baskı altına alma araçlarını kullanabilir (Bourdieu, 2021: 68, 71). Dolayısıyla, gazetecilik alanı, "idari ve siyasi alana en angaje alandır. Kültürel alanlar, ekonomik ve siyasi yetkeden özerklik kazanma derecelerine göre farklılık arz ederler" (Kaya, 2014: 418).

Bourdieu'ye göre (2021: 89-90), bir medya kuruluşunun özerkliği, büyük ölçüde ilan ve devlet desteğine dayalı gelirlerin oranına ve reklamverenlerin yoğunluk derecesine bağlı olarak değerlendirilebilir. Bu durum, gazetecilik kurumunun ekonomik bağımlılık düzeyini ortaya koymaktadır. Gazetecilerin bireysel özerkliği ise öncelikle sektördeki tekelleşme derecesine, ardından çalışılan gazetenin entelektüel ya da ticari kutba yakınlığına ve bu gazete içerisindeki -sermaye türü ve hacminden kaynaklı- pozisyonuna bağlıdır. Son olarak, gazetecinin haber üretiminde ne ölçüde bağımsız hareket edebildiği de bu özerklik düzeyinin belirlenmesinde etkili olmaktadır. Bu model, gazeteci özerkliğinin hem kurumsal düzeyde (örneğin finansman yapısı ve kurumun alandaki konumu), hem de bireysel düzeydeki yetkinlik ve statü ile ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Buradan hareketle, gazetecilerin özgürce haber üretebilme kapasitesinin mesleki becerilerinin yanında, çalıştıkları kurumun ekonomik ve sembolik kaynaklara erişimine bağlı olduğu söylenebilir.

Öte yandan, Bourdieu gazetecilik alanının kültürel mantığını da vurgulayarak gazetecilerin alan içinde başarılı ve etkili olabilmeleri için hız, yenilikçilik ve pratiklik gibi özellikleri içeren bir habitusa sahip olmaları gerektiğini ifade eder (Bourdieu, 2021: 89). Fakat gazetecilik alanı, pazar ekonomisinin doğrudan baskısı altında olduğundan, gazetecilerin sahip oldukları bu özellikler aynı zamanda ticari kaygıların ve rekabetçi baskıların da bir sonucudur. Gazetecilik alanının pazar dinamiklerine bağlı olması, alanın tamamen özerk ve özgür bir alan olmasının önüne geçer ve alan içindeki gazetecileri haberin kalitesinden ziyade ticari başarıya odaklanmaya zorlayabilir. Bourdieu'ya göre gazetecilik alanının temel paradoksu hem diğer alanları değiştirme gücüne sahip olması hem de kendi içindeki özerkliğini korumakta güçlük

çekerek dış baskılara maruz kalmasıdır (Bourdieu, 2021: 68). Bu durum, gazeteciliğin toplumsal rolü ve işlevleri üzerine kritik bir sorgulama alanı yaratmaktadır.

Nitekim, gazeteciliğe ilişkin ortodoks kurallar, alanı tanımlamada ve gazeteci tipolojisi oluşturmada son derece işlevsel olsa da gazetecilik alanı diğer alanlarla etkileşimde olan geçirgen bir alandır. Bir başka ifade ile, -Bourdieu'nun "heteronom karakter" (2013b: 64; 2021: 68) olarak açıkladığı gibi- gazetecilik alanının özerklik derecesinin düşük ve başka alanların müdahalesine açık olması alanın sınırlarını geçirgen kılmaktadır (Bourdieu, 2021: 67). Bourdieu'ya göre heteronomi, "matematikçi olmayan birinin matematik konusundaki fikrini açıklamak üzere müdahale edebildiği zaman, tarihçi olarak kabul edilmeyen birinin (örneğin bir televizyon tarihçisi) tarihçiler hakkındaki fikrini açıklayabildiği ve kendisine kulak verildiği zaman başlar" (2021: 72). Bourdieu, alanın bu geçirgen (heteronom) karakterini, tecimsel ve politik alanın baskısı ile açıklarken (2021: 45-46, 71); Carlson ise meslek olarak gazeteciliğin resmi bir ehliyetten yoksun olmasına bağlamaktadır: "Gazetecilik, lisanslama, eğitim gereklilikleri veya ticaret birliği üyeliği gibi genellikle bir meslekle ilişkilendirilen resmi engellerden yoksundur. Tesisatçı olmak için lisans almak gerekir; günümüzde gazeteci olmak için ise internet bağlantısı gereklidir" (Carlson, 2015: 8). Kuşkusuz, yeni medya ekosistemi de gazetecilik alanına -kimi zaman tecimsel kimi zaman da teknolojik faktörlerden ötürü- kendi kurallarını dayatmaktadır (van Dijck, 2013: 7). Dolayısıyla güncel konjonktürde de gazetecilik alanının tecimsel, politik -ve hatta teknolojik- müdahalelere açık bir karakteri vardır.

Bourdieu'nün "gazetecilik alanı"na ilişkin kavramsallaştırmaları, -büyük ölçüde Fransız medya alanı üzerinden yaptığı çözümlemelere dayandığı için- her bağlamda geçerli olabilecek homojen bir model izlenimi yaratabilmektedir. Ancak, her gazetecilik alanının o toplumun tarihsel, siyasal ve kültürel özgünlüğü ile şekillendiği; dolayısıyla farklı coğrafyalarda birbirinden ayrışan karakteristik özellikler taşıdığı göz önünde bulundurulmalıdır. Nitekim Hanitzsch'un (2011) 18 ülkede gerçekleştirdiği geniş çaplı karşılaştırmalı araştırma, gazeteciliğin küresel ölçekte homojen bir yapı arz etmediğini ve farklı gazetecilik kültürlerinin mevcut olduğunu ortaya koymuştur. Bu araştırmada tanımlanan dört temel mesleki yapı -Popülist Yayımcılar, Tarafsız Bekçiler, Eleştirel Değişim Aktörleri ve Fırsatçı Kolaylaştırıcılar- gazeteciliğin

toplumsal, politik ve kültürel bağlamlara göre nasıl çeşitlendiğini açık biçimde göstermektedir (Hanitzsch, 2011: 487). Popülist Yayımcılar daha çok eğlence odaklı içerik üretimine yönelirken, Tarafsız Bekçiler gazeteciliği kamu yararına hizmet eden, denetleyici ve bağımsız bir kurum olarak konumlandırmaktadır. Eleştirel Değişim Aktörleri ise gazeteciliği toplumsal dönüşümün aracı olarak görerek iktidar karşısında eleştirel bir pozisyon almakta; buna karşın Fırsatçı Kolaylaştırıcılar, mevcut politik ve ekonomik güç odaklarıyla uyumlu bir tutum sergilemektedir (Hanitzsch, 2011: 490-491). Bu çeşitlilik, ülkelerin içinde bulundukları sosyo-politik koşullardan kaynaklanmakta ve gazetecilerin mesleki özerklik idealini ne ölçüde gerçekleştirebildiklerini önemli ölçüde etkilemektedir.

Bu farklı mesleki yapıların varlığı, gazetecilik alanında evrensel ve tekil bir kültürün egemen olmadığını; aksine, mesleki normların ve pratiklerin yerel siyasal, ekonomik ve kültürel dinamikler doğrultusunda biçimlendiğini ortaya koymaktadır. Nitekim Hanitzsch'un (2011) çalışmasının da vurguladığı üzere, her bir mesleki yapı, gazetecilerin iktidarla ilişkisini, haber değerlerini belirleme biçimlerini ve editoryal özerkliğe atfettikleri önemi farklı şekillerde tanımlamaktadır. Bu durum, gazetecilik alanının homojen bir bütün olarak değerlendirilemeyeceğini açık biçimde göstermektedir. Dolayısıyla, mesleki kimlik ve uygulamalarda gözlemlenen bu farklılaşmalar, gazeteciliğin yerel koşullara duyarlı ve bağlamsal bir yapıya sahip olduğunu yansıtırken; öte yandan, küresel düzeyde ortak kabul gören etik ilke ve özerklik ideallerinin, farklı bağlamlarda çeşitli yapısal ve ideolojik engellerle karşılaştığını da göstermektedir.

Bu kapsamda, gazetecilik alanının "heteronom karakteri"nin bölgeden bölgeye farklılık gösterebileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Nitekim her ülkenin gazetecilik alanı, farklı düzeylerde özerkliğe sahiptir. Bu çerçevede, "gazeteciliği" - bölgesel farklılıklar ve tarihsellik dikkate alınarak- bir alan olarak ele almak, makro ve mikro ölçekli toplumsal süreçlerin birlikte analiz edilmesini gerekli kılan ilişkisel bir çözümleme zemini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda geliştirilen bir perspektif, ekonomi-politik yaklaşımın aksine, gazetecilik pratiklerini yalnızca medya sahipliği yapısına ya da ekonomik güç ilişkilerine indirgemeden değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır (Bourdieu, 2021: 49; Lindell, 2025: 27). Bu bağlamda alan analizi,

gazetecilik pratiğini yalnızca tekil bir medya kuruluşunun iç dinamikleri açısından değil, gazetecilik alanının daha geniş toplumsal ilişkiler içindeki konumu açısından da değerlendirir. Dolayısıyla gazetecilik alanının özerklik derecesi, medya kuruluşlarının ve gazetecilerin sermaye yapılarına göre değişkenlik gösterir ve alanın içindeki konumlanışlar, gazetecilerin habituslarıyla yakından ilişkilidir (Benson ve Neveu, 2005: 7-8; Myles, 2010: 31; Bourdieu, 2021: 21-22; Lindell, 2025: 27-28). Gazetecilerin habitusları, eğitim, sosyal çevre ve mesleki deneyimlerden gelen algılama ve hareket etme yatkınlıklarıdır ve gazetecilik alanının nesnel konumu ile bireysel gazetecilerin öznel pratikleri arasındaki ilişkiyi anlamamızı sağlar.

Bourdieucü perspektife göre gazetecilik alanı, gazetecilerin kimliklerini, mesleki pratiklerini ve toplumsal rollerini şekillendiren bir sosyalleşme sürecinin sonucunda oluşur. Bu süreç, gazetecilerin alan içindeki aidiyet duygularını ve alana ilişkin ortak algılarını üretip yeniden üretmelerini sağlar. Gazetecilerin ürettikleri metinlerdeki mesleki aidiyet performansları, gazeteciliğin ne olduğu ve nasıl yapılması gerektiğine dair alan içinde kabul görmüş (içeride) ve toplumsal düzeyde onaylanmış (dışarıda) bir algıyı yansıtır (Eldridge, 2018: 41). Böylece gazeteciler, kendilerini özgün bir sosyal alana ait olarak konumlandırır ve gazetecilik alanının toplumsal işleviyle gerekliliğini yeniden vurgular (Bourdieu, 2005: 44). Haber metinleri, alandaki farklılıklara karşın ortak bir gazetecilik vizyonu sunarak, alandaki mücadeleler sonucunda şekillenen "alanın egemen vizyonunu" meşrulaştırır. Alan üyeleri arasındaki temel çıkar ortaklığı ve örtük iş birliği, alanın sınırlarını korurken gazetecilerin özgün bir sosyal uzam içinde hareket etmesine de imkân tanır (Bourdieu, 2005: 36). Gazetecilik pratiğini düzenleyen bu içselleştirilmiş ortaklık ve örtük anlaşma biçimleri, alanın sürekliliği açısından kritik öneme sahiptir. Aynı zamanda, gazeteciliğin sosyal ve sembolik üstünlüğünü yeniden üreterek gazetecilerin toplumsal konumlarını da korumalarına yardımcı olur.

Bu kapsamda, gazetecilik alanının merkezini oluşturan temel kavramlardan biri olan "doxa", gazetecilerin alan içindeki kimliklerini, rolleri ve pratiklerini şekillendiren, ifade edilmeyen fakat ortak biçimde içselleştirilmiş inanç, değer ve varsayımlar bütünüdür. Başka bir deyişle *doxa*, "belirli bir toplumun o zamanki halleri olarak kabul ettiğimiz zımni ön kabuller evrenini oluşturur" (Bourdieu, 2005: 37).

Gazetecilik alanına özgü *doxa* ise, gazetecilerin mesleki kimliklerini ve haber üretim süreçlerini yönlendiren idealize edilmiş roller, değerler ve habercilik anlayışlarından oluşur ve gazetecilerin sosyalizasyon sürecinde içselleştirilerek onların aidiyet kriterlerini belirler (Benson ve Neveu, 2005: 3).

Schultz'un (2007: 190-194) ifadesiyle gazetecilik *doxa*sı, gazeteciler arasında habere yönelik ortak bir anlayış sağlayan ve çoğunlukla sessizce paylaşılan, haber değerlerine dair örtük normlardır. Bu normlar, gazetecilik pratiğini meşrulaştırır ve gazetecilerin "gazeteci" olarak tanınmalarını sağlayan örtük kriterleri oluşturur. Bu örtük yapısı sebebiyle gazetecilik *doxa*sı dışarıdan net olarak gözlemlenemese de alan içindeki gazetecilerin kendi aralarındaki ortaklığı güçlendirir ve dışarıdan gelen aktörlerin alana girişini zorlaştırarak gazetecilik alanının sınırlarını koruyan güçlü bir mekanizma olarak işler (Eldridge, 2018: 42). Dolayısıyla, dijital çağda gazetecilik alanına girmek isteyen yeni aktörler, ancak geleneksel gazetecilerin içselleştirdiği ve doğal kabul ettiği *doxa*ya uyum sağlayarak gazeteci olarak tanınabilir. Aksi halde, bu yeni aktörler, gazetecilik alanı içinde "yabancı" veya "dışsal" olarak algılanarak dışarıda bırakılırlar (Eldridge, 2018: 43). Bu bağlamda *doxa*, gazetecilik alanının hem iç dinamiklerini düzenleyen hem de alana girişleri sınırlayan belirleyici bir toplumsal güç olarak işlev görmektedir.

Daha net ifade etmek gerekirse, alan içerisindeki faillerin eylemleri, ortak bir "doxa" (ortak kabul görmüş kurallar bütünü) ve "illusio" (alandaki mücadeleye yönelik ortak yatırım ve inanç) tarafından yönlendirilir. Gazetecilik alanının üyeleri, bu ortak kabuller doğrultusunda hareket ederek gazetecilik pratiklerini gerçekleştirir (Benson ve Neveu, 2005: 3-4; Bourdieu, 2005: 33). Gazetecilik alanında bulunan gazeteciler, alana özgü sermayeler (örneğin haber kaynaklarına erişim, mesleki saygınlık ve bilgi birikimi) açısından farklılaşarak konumlanırlar ve sahip oldukları bu sermayeleri kullanarak kendi pozisyonlarını güçlendirmeye çalışırlar (Lindell, 2025: 26). Bu durum, gazetecilik pratiğinin, gazetecilerin sahip oldukları sosyal, kültürel ve ekonomik sermayelerle ve gazetecilik habitusuyla şekillendiğini göstermektedir (Myles, 2010: 31).

Schultz (2007: 198), gazetecilik pratiğini "gazetecilik içgüdüsü" (journalistic gut feeling) olarak adlandırdığı habitus üzerinden açıklamaktadır. Bu gazetecilik habitusu, gazetecilerin bir haberin "değerli" olup olmadığını hızlı ve refleksif biçimde belirleyebilmesini sağlar. Ancak bu değerlendirme süreci, gazetecilik değerlerinin içselleştirildiği alanın ortodoks kurallarıyla birlikte işler. Başka bir ifadeyle, gazetecilik alanındaki *doxa*, haber değerlerinin doğal ve sorgulanamazmış gibi görünmesine neden olur; bu da alan içi hiyerarşilerin yeniden üretilmesine hizmet eder. Bu çerçevede haber seçimi, bireysel tercihten ziyade, gazetecinin alandaki konumu ve sahip olduğu editoryal sermaye (örneğin deneyim, uzmanlık, prestij) doğrultusunda şekillenir.

Nitekim Bourdieu'ye göre, her toplumsal alan, kendine özgü bir sermaye biçimi üretir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 93). Yüksek miktarda alana özgü sermayeye sahip olan failler (örneğin ödüllü ya da kıdemli gazeteciler), "alanın efendileri" olarak adlandırılır; zira bu aktörler, gazetecilik alanının daha özerk ve dışsal etkilere karşı görece daha az duyarlı bölgelerinde konumlanma eğilimindedir (Lindblom vd., 2022: 4). Schultz (2007: 194) da geleneksel gazetecilik alanındaki baskın sermaye türünü "gazetecilik sermayesi" ya da daha özgül bir biçimde "editoryal sermaye" olarak tanımlamaktadır. Bu sermaye, mesleki deneyim, belirli bir uzmanlık alanına sahip olma, prestij ve kurum içi kıdem gibi unsurlardan oluşur. Bu sermayeye sahip aktörler, haber değerini belirleme gücünü daha fazla ellerinde bulundururlar. Örneğin, aynı haber önerisi bir stajyer gazeteci tarafından sunulduğunda reddedilebilirken, kıdemli bir editör tarafından önerildiğinde haberleştirilme olasılığı artmaktadır (Schultz, 2007: 193-194). Dolayısıyla, gazetecilik alanında sermayenin dağılımı, aktörlerin pozisyonları ve aralarındaki ilişkiler, haberlerde neyin "değerli" olarak seçileceğini belirleyen temel etkenler arasında yer almaktadır.

Bourdieu'nün alan teorisi eleştirel bir medya araştırmasına kapı aralar. Nitekim bu yaklaşım, gazeteciliği sadece haber üretimi değil, aynı zamanda meşruiyet, görünürlük ve iktidar mücadelesi alanı olarak kavramsallaştırmamıza olanak tanır. Alanda bireysel görünen kararlar, aslında alanın yapısal kodlarıyla şekillenmiş pratiklerdir. Öyle ki, "tesirleri çoğu zaman bireysel eylemler aracılığıyla gerçekleşse de gazetecilik alanının mekân görevi gördüğü mekanizmalar ve onların başka alanlar

üzerinde uyguladığı etkiler, yoğunlukları ve yönelimleri itibarıyla, bu alanı tanımlayan *yapı* tarafından belirlenmiştir" (Bourdieu, 2021: 95). Bu bağlamda gazetecilik çalışmalarında şu soru önemli bir noktaya gelmektedir: "Haber değeri" dediğimiz şey gerçekten evrensel mi, yoksa iktidar yapılarını yeniden üreten bir sembolik araç mı? Bourdieucü analiz bu soruya ikinci cevabı verir: Haberin değeri, kim tarafından, nerede ve ne zaman söylendiğine göre şekillenir. Bu nedenle gazetecilik alanı, yalnızca bilgi üretim alanı değil, sembolik tahakkümün de önemli bir zemini olarak düşünülmelidir.

Bourdieucü bir perspektifle gazetecilik alanını incelerken, alandaki baskın sermaye türü olan editoryal sermayenin etkinliği kadar, gazetecilerin habitusu da önemli bir belirleyici unsur olarak ele alınmalıdır. Gazeteci habitusu, bireylerin sosyal konumlarını ve mesleki pratiklerini şekillendiren; sosyalizasyon süreçleri yoluyla edinilen eğilimler ve yatkınlıklar bütünüdür (Bourdieu, 2021: 45; Schultz, 2007: 193). Boudieu'nün metaforunu aktarmak gerekirse "gazetecilerin bazı şeyleri görüp bazı şeyleri görmedikleri özel 'gözlükleri' vardır; gördükleri şeyleri de belirli bir şekilde görürler, seçilenlerdense bir yapı, bir derleme oluştururlar" (Bourdieu, 2021: 22). Başka bir ifadeyle, mesleki habitus, gazetecilerin içinde bulundukları alanın yapısına ve toplumdaki konumlarına göre geliştirdikleri içselleştirilmiş davranış kalıplarını ifade eder. Bu habitus, gazetecilerin hem kendilerinden hem gazetecilik alanından hem de toplumsal çevreden algıladıkları beklentilere göre şekillenmektedir (Benson ve Neveu, 2005: 3).

Bu çerçevede gazetecinin mesleki habitusu, gazetecilik eğitimi sürecinde edindiği bilgi birikimi, haber üretim pratiğine dair formel ve informel öğrenmeler ve gazeteci kimliğini benimseme biçimiyle doğrudan ilişkilidir. Habitus aynı zamanda, gazetecilik alanının iç dinamikleriyle birlikte, dış toplumsal yapıdan kaynaklanan güç ilişkileri tarafından da şekillendirilir (Eldridge, 2018: 44). Gazeteciler, habitusları aracılığıyla toplumun kendilerinden beklediği davranış biçimlerini içselleştirir; bu beklentilere uygun tutumlar sergileyerek mesleki kimliklerini pekiştirirler. Bu anlamda habitus, gazetecilerin toplumsal konumlarını muhafaza etmelerine ve gazetecilik alanı içerisindeki meşruiyetlerini güçlendirmelerine olanak tanır (Bourdieu, 2021: 35). Dolayısıyla, habitus, gazetecilerin bireysel kimlikleriyle

gazetecilik alanının yapısal gerçeklikleri arasında bir köprü işlevi görmektedir. Bu kavramsal çerçeve, gazetecilerin alan içindeki pratiklerini ve toplumsal rollerini belirleyen temel bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Alanın yapısal dinamikleri, bir yandan gazetecilerin mesleki habituslarını biçimlendirirken, diğer yandan gazetecilik alanının failleri olan gazeteciler de sahip oldukları sermaye türleri ve içselleştirdikleri habitus doğrultusunda hareket eder; bu hareket tarzları, alanın yapısını sürekli olarak yeniden üretir (Bourdieu, 2021: 58-59). Gazeteciler tarafından üretilen haber içerikleri, gazetecilik alanında hâkim olan normlar ve ideolojik yönelimler tarafından şekillendirilmekle birlikte; zamanla gazetecilerin habituslarında meydana gelen dönüşümler, haber pratiklerini ve bu pratiklerin ideolojik çerçevesini de değiştirebilir (Cangöz, 2015: 11).Gazetecilik alanındaki faaliyetler büyük ölçüde rutinleşmiş ve kurumsallaşmış pratikler etrafında yürütülmekte olup, gazetecilerin bu alan içi eylemlerle uyumlu davranışları alanın istikrarını sağlamaktadır. Alan içindeki pratiklerin sürekliliği, gazetecilerin sahip oldukları sermaye türleri ile habitusları arasında belli bir tutarlılık ve uyum olduğunu da ortaya koyar. Bu nedenle gazeteciler, uzun yıllardır objektiflik iddiası, elit kaynaklara dayalı alıntılama pratikleri, haber yazımının formüle edilmiş teknikleri ve belirli dilsel ideolojiler gibi stratejik yaklaşımlar aracılığıyla gazetecilik alanının sınırlarını kontrol altında tutmaya çalışmışlardır (Carlson, 2015: 9; Lewis, 2015: 221). Gazetecilerin alan içerisindeki konumlarına bağlı olarak benimsedikleri bu stratejik pratikler, profesyonel normları içselleştiren ve yönlendiren bir habitusun şekillenmesini sağlar.

Alandaki heteronom yapı, faillerin sahip olduğu sermaye düzeyleri ve içselleştirdikleri mesleki habitus gibi unsurlar, gazetecilik alanında zaman zaman geçirgen, zaman zaman ise katı bir biçimde işleyen "sınır" olgusuna işaret etmektedir. Alanın bu sınırları dikkate alındığında, Bourdieucü perspektiften gazetecilik alanını anlamada önemli kavramlardan biri de *nomos* kavramıdır. *Nomos*, alanların toplum içinde kendilerini diğerlerinden ayıran belirli bir "görüş" ve "ayrışma" ilkesine dayandığını ifade eder (Bourdieu, 2005: 32). Gazetecilik alanında *nomos*, gazetecilerin kendi kimliklerini diğer toplumsal aktörlerden ayrıştırarak oluşturdukları özgün bir mesleki alan tanımına karşılık gelir. Bu süreç, gazeteciliğin ne olduğu ve ne

olmadığına dair bir ayrım çizgisi çeker ve alanın özerkliğini tanımlamada merkezi bir rol oynar. Nitekim *nomos*, gazeteciliğin içsel aidiyet kriterleri (*doxa*) ile toplumsal konumlanışını belirleyen eğilimler bütünü (habitus) arasında bir köprü işlevi görerek, alanın kendi mantığıyla işleyen sınır belirleme sistemini oluşturur (Bourdieu, 2005: 32; Eldridge, 2018: 45).

Bu bağlamda gazetecilik alanındaki *nomos*, gazetecilerin hem kendi rollerini hem de topluma ilişkin beklentilerini tanımlarken, aynı zamanda diğer alanlarla aralarındaki farkları ve mesafeyi de belirginleştirir. Böylece gazetecilerin ürettikleri içeriklerin ve pratiklerin toplum içindeki özgün değerini ortaya koyan içsel bir mantık geliştirilmiş olur. Bu yönüyle, *meta-gazetecilik söylemi* ile tutarlılık taşır; nitekim bir anlamda "gazetecilerin, gazetecilik hakkında konuşmasıdır" (Eldridge, 2017: 51). Dolayısıyla, gazetecilik alanına yeni dâhil olan aktörlerin ya da geleneksel aktörlerin konumlarını yeniden tanımlama süreçlerinde *nomos*, gazeteciliğin toplumsal işlevini ve meşruiyetini sürekli olarak yeniden üreten temel bir ilke olarak işlev görmektedir. Bu bağlamda Eldridge (2018: 45), *nomos*, *doxa* ve *habitus* ilişkiselliğini şu şekilde açıklamaktadır:

> "Gazetecilik alanını *nomos*, *doxa* ve *habitus* kavramları temelinde ilişkisel bir biçimde ele aldığımızda, bu kavramların nasıl yerleştiğini incelerken aidiyet duygusunun (*doxa*), aktörlerin toplumdaki konumlarını algılama biçimini (*habitus*) ne şekilde etkilediğini görebiliriz. Ayrıca bir alana ait olma hakkındaki beklentilerin ve habitusun, *doxa* inşasına nasıl rehberlik ettiğine de tanık oluruz. Yani, gazetecilerin içsel aidiyet duygusu (*doxa*), onların toplum içindeki "varlık"larını (*habitus*) ve bu varlığın uygulanma şeklini büyük ölçüde şekillendirir" (Eldridge, 2018: 45).

Gazetecileri bir araya getiren ortak mesleki pratikler büyük önem taşımaktadır. Zira gazetecilik alanının sınırlarını belirleyen unsur, alana dâhil olanlarla dışında kalanları birbirinden ayıran "ortak değerler" bütünüdür. Nitekim bu alan, "aidiyet" duygusunu, üyelerinin üzerinde uzlaştığı idealleştirilmiş roller ve kimlikler aracılığıyla pekiştirirken; öte yandan "öteki"ni belirginleştirme ya da dışlama stratejileri yoluyla kendi sınırlarını çizmektedir (Turner, 2005: 321-322; Eldridge, 2014: 2; Carlson, 2015: 9). Bu profesyonelleşme dinamikleri bağlamında gazetecilik alanı, paylaşılan değerleri ve normları yansıtan haber metinleri aracılığıyla mesleki kimliği açık ya da örtük biçimde kamusal alanda görünür kılmakta; aynı zamanda alanın tarihsel

anlatılarına ve geleneksel normlarına yaptığı göndermelerle bu kimliğin kolektif hafızada yer edinmesini sağlamaktadır (Bourdieu, 2005: 41; 2021: 59; Eldridge, 2018: 46). Böylece gazetecilik alanının üyeleri, kendilerini bir "biz" olarak konumlandırırken, dışarıda kalanları "onlar" şeklinde tanımlayarak hem meslekî bir dayanışma sergilemekte hem de ayrıcalıklı bir kimlik inşa etmektedir (Singer, 2015: 21; Eldridge, 2014: 2-3; Bourdieu, 2021: 73). Bu süreçte gazeteciler, alanın "doxa"sını içselleştirmiş habitusları doğrultusunda hareket ederek, *nomos* ile uyumlu pratikleri yeniden üretirler. Böylece, farklı aktörlerin ya da yeni iletişim biçimlerinin ortaya çıkmasına rağmen, alanın bütünleşik yapısı korunur (Eldridge, 2018: 46).

Bu noktada özellikle vurgulanmalıdır ki, gazetecilik alanının geleneksel veya köklü aktörleri (örneğin büyük medya kuruluşları), sahip oldukları "özel ağırlık" (Bourdieu, 2005: 43) nedeniyle, "gazeteciliğin ne olduğu"na dair toplumsal algının büyük ölçüde sabit kalmasına neden olmaktadır. Bu hâkim aktörler, gazeteciliğin yerleşik stereotiplerini pekiştirerek, yeni aktörlerin ya da alternatif haber üretim pratiklerinin alana dâhil olmasını ve alanın normatif yapısının dönüşmesini büyük ölçüde zorlaştırmaktadır. Bu çerçevede, dijitalleşmenin söz konusu güç dengelerini ne ölçüde dönüştürdüğü sorusu, Bourdieu'nün çalışmalarının tarihsel dönemi dikkate alındığında, gazetecilik alanının giderek çeşitlenen aktör yapısı bağlamında henüz tam anlamıyla yanıtlanabilmiş değildir (Eldridge, 2018: 48-49). Bununla birlikte, Benson ve Neveu'nun (2005: 5) da dikkat çektiği üzere, dijital dönüşüm bağlamında gazetecilik alanı ya yeni toplumsal ve teknolojik dinamiklerle yeniden tanımlanacak ya da kendi geleneksel sınırlarını korumaya yönelik daha muhafazakâr stratejiler geliştirecektir. Nitekim, merkez ve çevre aktörleri temel alan güncel çalışmaların, bu yörünge ekseninde şekillendiği görülmektedir (Eldridge, 2018: 65-66; Deuze ve Witschge, 2018: 168; Holton ve Bleair-Gognon, 2018: 73; Schapals, 2022: 23; Milojevic ve Larsen, 2024: 2).

2.3.2. Dijitalleşme ve Alanın Değişen/Korunan Dinamikleri

Gazeteciliğin tarihsel gelişimi göz önünde bulundurulduğunda, son yüzyıl boyunca gazeteciler, ulusların resmi hikâye anlatıcıları, gözetleyicileri, tarihçileri ve gerçekliğin koruyucuları olarak konumlandırılmış; bu roller aracılığıyla gazetecilik alanının meşruiyeti ve sürekliliği sağlanmıştır (Schudson, 2022: 14-20). Aynı zamanda gazeteciler, -habitusun bir yansıması olarak- kamusal düzeyde gerçekliği anlamlandırmak amacıyla ortak kabul görmüş haber yazım tarzlarına ve anlatı tekniklerine başvurmuşlardır. Bu teknikler arasında alıntı kullanımı, üçüncü şahıs anlatımı ve ters piramit haber yapısı gibi normatif biçimsel yapılar yer almaktadır (Kovach ve Rosenstiel, 2007: 78: Nerone, 2013: 449). Bu bağlamda gazeteciler, toplumda hâkim olan değerleri kamusal alana taşıyarak toplumsal kimliğin ve ortak bilincin inşasına katkıda bulunurlar. Yakın geçmişe kadar kamuoyunun gerçekliğe ilişkin bilgisi büyük ölçüde gazete ve televizyon gibi kurumsal medya organları aracılığıyla ve genellikle sorgulanmaksızın edinilirken, dijitalleşmeyle birlikte bu durum önemli ölçüde dönüşüme uğramış; gazetecilik alanının sınırları ve işleyiş mantığı yeniden tanımlanmaya başlamıştır.

Dijital medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte gazetecilik alanının sınırları ve iç dinamikleri önemli ölçüde değişmiştir. Geleneksel medya kuruluşları ve gazetecilerin yanı sıra, sosyal medya platformlarında içerik üreten influencerlar ve diğer bireysel aktörlerin ortaya çıkması, medya üretiminin kurumlar dışına taşınmasına neden olmuştur (Eldridge, 2018: 2-4; Lindell, 2025: 28). Bu durum gazetecilik alanının geleneksel habitusunu, değerlerini ve sermaye yapılarını yeniden tanımlamakta, gazetecilik pratiklerini ve profesyonel normları önemli ölçüde dönüştürmektedir. Nitekim, "doğru" ya da "gerekli" tutum ve beceri setlerine sahip olmak şeklinde somutlaşan teknolojinin kolektif olarak değer kazanması, alana özgü sermayenin oluşumunda değişiklikler anlamına gelmektedir (Lindblom vd., 2022: 2-4). Özellikle dijital araçların ve algoritmaların gazetecilik üretim süreçlerine entegrasyonu, alandaki güç dengelerini ve sermaye türlerini yeniden şekillendirerek, gazetecilik pratiğinin dijital dönüşümle birlikte farklılaşmasına yol açmaktadır. Bu yeni dönemde gazetecilik alanının sınırlarının nasıl çizileceği, dijital üretim süreçlerinin ve alana yeni giren aktörlerin ne kadarının gazetecilik alanının içinde ya da dışında konumlanacağı

ise ancak somut örnekler üzerinden ampirik olarak belirlenebilecek bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır (Lindell, 2025: 28).

> "Dijital medya üretiminin ne ölçüde kültürel üretim alanının içinde ya da dışında yer aldığı, yine de duruma göre yanıtlanması gereken ampirik bir soru olmaya devam etmektedir. Buradaki kilit mesele, influencer'ların, sosyal medya içerik çiftliklerinin ve sıradan internet kullanıcılarının belirli bir medya üretim alanının normlarına ne ölçüde uyduklarıyla ilgilidir. Eğer uyuyorlarsa, bu alanın bir parçasıdırlar. Eğer uymuyorlarsa, kurumsallaşmamış medya üretimini yalnızca daha geniş toplumsal alandaki konumlarla değil, aynı zamanda mevcut yaşam tarzları evreniyle (sembolik alan) ilişkili olarak inceleyebiliriz" (Lindell, 2025: 28).

Bu kapsamda alandaki yapısal koşulların değişimi ve özellikle dijitalleşmeyle birlikte Bourdieucü bağlamda "gazetecilik alanı" giderek daha parçalı, esnek ve belirsiz bir yapıya bürünmektedir. Gazetecilik artık sabit kurumlar ve roller içerisinde tanımlanamaz hâle gelmiş; bireylerin bu alandaki konumları sürekli olarak değişebilir bir niteliğe bürünmüştür. Bu bağlamda Örnebring vd. (2018), Bourdieu'nün alan teorisini genişleterek günümüz gazetecilik alanına ilişkin yeni bir model geliştirmiştir. Söz konusu modelin en önemli farkı, geleneksel muhabirlerden serbest çalışan gazetecilere, yurttaş gazetecilerden blog yazarlarına kadar çok çeşitli aktörlerin alanda konumlandırılmasıdır. Araştırmacılara göre gazetecilik alanı yalnızca tek bir meslek grubundan ibaret değildir; farklı statü ve kimlikteki aktörler (örneğin blog yazarları, muhabirler, köşe yazarları, yurttaş gazeteciler vb.) bu alan içerisinde yer alır. Alan içindeki bu farklı gazetecilik biçimleri, üç temel boyutta konumlandırılmaktadır: (1) *gazetecilik sermayesi* (prestij, ödül, tanınırlık), (2) *kaynaklara erişim* (altyapı, finansal destek, teknolojik imkânlar) ve (3) *maddi güvence* (sabit gelir, sözleşme, sosyal güvenlik). Bu üç boyut alan içinde gazetecilerin iş güvenceleri, üretim kapasiteleri ve sembolik itibarları arasındaki farklılıkları anlamaya olanak tanımaktadır (Örnebring vd., 2018: 410-418).

Örneğin, gazetecilik sermayesi, prestijli bir ödül kazanmış, uzun yıllar ana akım bir medya kuruluşunda çalışmış ya da kamuoyunda yüksek tanınırlığa sahip bir gazetecinin, haber odasında daha fazla editoryal etkiye ve alan içi meşruiyete sahip

olmasını ifade eder. Kaynaklara erişim boyutunda, kurumsal bir medya kuruluşunda çalışan gazeteci; ajans abonelikleri, teknik donanım, ulaşım ve uzman desteği gibi altyapı olanaklarına sahipken, bağımsız ya da serbest çalışan bir gazeteci bu olanaklardan yoksun kalabilir ve yalnızca kişisel ekipmanlarıyla üretim yapmak durumunda olabilir. Maddi güvence açısından bakıldığında ise, kalıcı sözleşmeye sahip, sendikalı bir gazeteci sosyal güvenlik ve kıdem hakkı gibi güvencelere erişebilirken; proje bazlı, güvencesiz çalışan bir serbest gazeteci bu tür kurumsal güvencelerden mahrum kalmaktadır. Bu üç boyut, gazetecilerin üretim kapasitesini, mesleki özerklik derecesini ve alan içindeki sembolik konumunu belirleyen temel unsurlar olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla, geleneksel "ideal gazeteci" modelinin günümüzde geçerliliğini büyük ölçüde yitirdiği söylenebilir. Yeni medya düzeni, esnek, belirsiz ve çok biçimli iş modellerini ön plana çıkarmakta; bu da gazetecilik alanında köklü bir dönüşümü beraberinde getirmektedir (Örnebring vd., 2018: 410-418). Bu anlamda, alanın heterojenleşmesi, gazetecilik normlarının nasıl oluştuğu ve sürdürüldüğü sorularını yeniden ele almayı gerekli kılmaktadır.

Dijital teknoloji, teknik bir mefhum olmanın ötesinde, ideolojik bir yapı olarak gazetecilik alanına dışsal değerler taşımakta; bu durum ise alanın özerkliğini zayıflatmaktadır. Bu dönüşüme odaklanan birçok nitelikli çalışma bulunsa da (Ignatow ve Robinson, 2017; Maares vd., 2021; Maares ve Hanusch, 2022b; Lundahl, 2022; Møller ve Thylstrup, 2024), özellikle Lindblom vd.'nin (2022) araştırması, Bourdieu'nün kavramsal çerçevesi ışığında dijital gazetecilik alanını analiz etme açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir. Lindblom vd. (2022), İsveç'te gazetecilik alanının teknolojiye adaptasyonunu inceledikleri çalışmalarında, dijital teknolojilerin yalnızca teknik değil; aynı zamanda sembolik, kültürel ve politik etkiler taşıdığını ortaya koymaktadır. Söz konusu araştırma, medya alanındaki dijitalleşmenin basit bir uyum süreci olmadığını; aksine, alan içi mücadelelerin ve dönüşümlerin bir tezahürü olduğunu göstermektedir. Makro düzeyde değerlendirildiğinde, *Google* ve *Facebook* gibi dijital platformların gazeteciliğin ekonomik yapısını ve özerkliğini zayıflattığı; bunun sonucunda da haber değeri yerine "tıklanabilirlik" gibi metrik temelli ölçütlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda, dijital platformların gazetecilik alanına müdahalesi, bir tür *dijital heteronomi* (digital heteronomy) durumu yaratmaktadır (Lindblom vd., 2022: 9-11).

Meso düzeyde ise dijital yetkinlikler, metrik okuryazarlığı ve sosyal medya becerileri gibi unsurların ortaya çıkması, yeni bir sermaye türü olarak adlandırılan "viralite sermayesini (virality capital)" güçlendirmekte ve gazetecilik alanındaki değer rejimini dönüştürmektedir. Son olarak alan mikro düzeyde ele alındığında, genç gazetecilerin dijital dönüşüme hızlı adapte olduğu, kıdemli gazetecilerin ise çoğunlukla direnç gösterdiği veya uyum zorluğu yaşadığı tespit edilmiştir. Dijital becerilere sahip genç gazetecilerin, deneyimli ancak dijital yetkinlikleri sınırlı meslektaşlarının önüne geçmesi, gazetecilik alanındaki hiyerarşileri yeniden şekillendirmektedir. Tüm bu düzeylerdeki gelişmeler, gazetecilikte yaşanan dönüşümün yalnızca teknolojik bir uyum meselesi olmadığını; aynı zamanda kurumsal, kültürel ve ideolojik bir değişime işaret ettiğini ortaya koymaktadır (Lindblom vd., 2022: 15-17).

Diğer taraftan, farklı bir habitusa ve farklı sermaye biçimlerine sahip yeni aktörlerin, alana girdikleri anda *a priori* biçimde alanın normatif yapısına doğrudan meydan okuduklarını öne sürmek, genellenebilir bir çıkarım değildir. Bu bağlamda, alana yeni giren aktörlerin pozisyonları, sermaye biçimleri ve stratejileri doğrultusunda alan içinde nasıl kabul edildikleri ya da dışlandıkları, önemli bir araştırma gündemi olarak öne çıkmaktadır. Nitekim Bourdieucü bir perspektiften bakıldığında, gazetecilik alanına dâhil olan periferi, amatör veya müdahaleci aktörlerin meşruiyet kazanmaları, büyük ölçüde geleneksel gazetecilik pratiklerine uygun davranmalarına, yani alanın hâkim aktörleri tarafından belirlenen *doxa*ya uyum göstermelerine bağlıdır (Bourdieu, 2021: 83; Schapals, 2022: 57). Bu noktada *BuzzFeed*, dikkate değer bir örnek olarak öne çıkmaktadır. Başlangıçta yalnızca eğlence odaklı ve düşük kaliteli içerikler ürettiği gerekçesiyle gazetecilik alanının dışında konumlandırılan bu dijital içerik platformu, ancak alanın yerleşik normlarına uygun biçimde, ciddi ve geleneksel gazetecilik anlayışını benimseyen birimler oluşturduktan sonra meşruiyet kazanabilmiştir. Gerçekleştirdiği bazı araştırmacı gazetecilik faaliyetleriyle gündeme gelen *BuzzFeed*, bu haberlerin mesleki sahada

ödüllendirilmesiyle birlikte, gazetecilik alanının aktif bir oyuncusu olarak kabul görmeye başlamıştır (Tandoc Jr., 2018: 210; Schapals, 2022: 58). [32]

Bu bağlamda, *BuzzFeed*'in ekonomik sermayesini, gazetecilik alanında kritik öneme sahip kültürel sermayeye dönüştürmesi, alan içinde meşru bir aktör olarak tanınmasını sağlamış; bu dönüşüm, gazetecilik alanının kendi kurallarını değiştirmeksizin mevcut yapısını yeniden üretmesine katkı sunmuştur (Tandoc Jr., 2018: 210-211). Benzer şekilde, farklı merkez aktörlerin *BuzzFeed*'i takdir etmesi, yeni aktörlerin ancak gazetecilik pratiğine eşdeğer, normatif ve geleneksel kriterlerle uyumlu içerikler ürettikleri takdirde kabul görebileceğini ortaya koymaktadır. Bu durum, yeni giren aktörlerin alanı dönüştürmekten ziyade, mevcut kurallara uyum sağladıkları ölçüde meşruiyet kazandıklarını göstermektedir (Schapals, 2022: 58). Dolayısıyla, gazetecilik alanının sınırlarının yeni aktörler tarafından kolaylıkla değiştirilemediği; aksine, alanın yerleşik habitusu ve hâkim konumlanmaları doğrultusunda kabul edildikleri anlaşılmaktadır. Öte yandan, *WikiLeaks* gibi meşru bir "öteki" olarak tanımlanan aktörlerin varlığı ise, Schultz'un (2007: 198) ve Eldridge'in (2018: 46) vurguladığı üzere, gazetecilerin hem kendilerini hem de içinde yer aldıkları alanı nasıl konumladıklarına ilişkin bir öz-bilinç pratiğine işaret etmektedir. Bu çerçevede geliştirilen dışlayıcı söylemler, *doxa* temelli gazetecilik anlayışının "bizden olmayan" aktörleri nasıl kategorize ettiğinin önemli bir göstergesidir.

Bu durum, toplum nezdinde gazeteciliğin nasıl meşrulaştığına ilişkin önemli izdüşümler sunmaktadır. Örneğin, kamuoyunda meşru bir "mühür" kazanmış olan (Eldridge, 2018: 52) köklü medya kuruluşları, geleneksel haber rutinlerini sürdürerek ana akım gazeteciliğin temsilcileri olarak algılanmaktadır. Böylelikle gazetecilik, bir yandan sosyal olarak tanınan ve değer atfedilen "haber" üretimini gerçekleştiren homojen bir grup gibi görülürken; öte yandan, yeni dijital aktörlerin ya da alışılmadık haber türlerinin alana dâhil olmasıyla bu algı parçalanmakta, alanın sınırları yeniden tartışmaya açılmaktadır. Bu doğrultuda, gazetecilik alanında yerleşik rol algıları ve kurumsal dinamikler hem geleneksel haberciliği muhafaza eden hem de yeni pratiklerin alana dâhil edilmesini yönlendiren bir güç ilişkisi inşa etmektedir.

[32]Bu konu, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde "Periferi Aktörlerin Dijital Medya Ekosistemindeki Yeri" başlığı altında daha ayrıntılı biçimde ele alınacaktır.

Dolayısıyla, tüm bu unsurlar gazeteciliği "tekil bir fenomen" olarak değerlendirmektense, farklı aktörlerin belirli ölçüde özerklik talep ettiği ve aynı zamanda dışsal güçlerin (ekonomik, siyasi) etkisi altında şekillenen bir toplumsal alan olarak ele almanın önemini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, Bourdieu'nün gazetecilik alanına yönelik kavramsal çerçevesinde yer alan *doxa*, *habitus* ve *nomos* kavramları, dijital medya alanını da normatif ve pratik yönleriyle bir uygulamalar bütünü olarak değerlendirmemize olanak tanımaktadır. Alanın meşruiyeti, paylaşılan aidiyet duygusu (habitus) ve alandaki hâkim değerler (doxa) aracılığıyla sürdürülürken, "kabul gören" ve "kabul görmeyen" üyeleri tanımlama işlevi *nomos* aracılığıyla yerine getirilmektedir. Yeni yapıların ve aktörlerin ortaya koyduğu meydan okumalar, çoğu zaman geleneksel gazetecilik pratikleriyle "normalleştirilerek" karşılanmakta ve bu yolla alanın sınırları korunmaya çalışılmaktadır. Ancak, bu yeni aktörlerin alandaki varlığını hissettirmesi, alan içerisindeki bazı dinamikler üzerinde dönüştürücü etkiler yaratabilmektedir. Dolayısıyla, gazetecilik alanını ilişkisel bir bağlamda ele almak, gazetecilerin toplumsal işlevlerini yalnızca içsel normlar ve paylaşılan kimlikler (doxa) temelinde değil, aynı zamanda bireylerin gazetecilik mesleğine ilişkin algıları (habitus) ve gazetecilerin kendi toplumsal konumlarını diğer alanlardan nasıl ayrıştırdıkları (nomos) çerçevesinde tanımladıklarını göstermektedir (Bourdieu, 2005: 37-38).

Bourdieu'nün alan teorisini temel alan bu perspektif, gazeteciliği her ne kadar "kolay tanımlanamaz" bir konuma yerleştirse de alanın üyeleri tarafından paylaşılan belirli beklentiler çoğu zaman görünür hâle gelmektedir. Bu beklentiler arasında, gazeteciliğin toplumsal katkısının ne olduğu, gazetecilerin halk nezdinde nasıl roller ve sorumluluklarla ilişkilendirildiği ve gazetecilerin kendi mesleklerini özgün ve ayrıcalıklı bir alan olarak nasıl kavramsallaştırmaları sayılabilir (Eldridge, 2018: 47). Bu bağlamda, gazetecilik alanı ve gazeteciler, kendilerini "gazeteci" olarak inşa ettikleri alan içindeki konumlanma koşullarından bağımsız olarak ele alınamaz. Bir başka ifadeyle, gazetecilik alanının içyapısı, işleyiş mekanizmaları, anlam ve değer sistemlerindeki dönüşüm, bu alandaki tahakküm ilişkileri, farklı aktörlerle kurduğu etkileşim biçimleri ve diğer toplumsal alanların gazetecilik üzerindeki etkileri dikkate

alınmaksızın gazeteciliği bütünlüklü bir şekilde kavramak mümkün değildir (Bourdieu, 2005: 42).

> "Gazeteciler yerine gazetecilik alanı hakkında konuşmak neden önemlidir? Gazeteciler odağa alındığında, kişisel sorumluluk mantığı ön plana çıkar; bu yaklaşımda suçlanacak kişiler aranır ve öte yandan, gazetecilerin (tüm kanıtlara rağmen) sürdürdüğü olumlu imajla, gazeteciliğin karşıt bir güç, eleştirel bir araç ("gazeteciler olmadan demokrasi olmaz" gibi) olduğu savını benimseyen görüş ile gazeteciliği baskı yapısının taşıyıcısı olarak gören karşıt bakış arasında gidip gelinir. Böylece gazeteciler, sorumluluğun öznesi olarak kurgulanır ve sorun 'kişisel sorumluluk' düzleminde ortaya konduğu için, görünür aktörler günah keçisi hâline gelir. Ancak gazetecilik alanı perspektifinden yaklaşıldığında, Platon'un metaforundaki gibi ipleri kontrol edilmesi gereken kuklalar konumundaki bu görünür aktörlerin yerine, gazetecilik alanının yapısı ve içindeki işleyiş mekanizmaları analiz edilir" Bourdieu, 2005: 42).

Özlü bir biçimde ifade etmek gerekirse, Bourdieu'nün (2005: 41-43) temel görüşü, bireylerin alan içindeki eylemlerinin yalnızca öznel becerileri ya da niyetleriyle açıklanamayacağı; bu eylemlerin, bulundukları alanın yapısal güç ilişkilerinin izlerini taşıdığı yönündedir. Örneğin, bir gazeteci ile bir siyasetçi arasındaki söyleşi gibi gündelik etkileşimler incelendiğinde, bu aktörlerin yalnızca bireysel düzeyde soru ve cevap üreten özneler olmadığı, aynı zamanda ait oldukları farklı alanların konumlanış biçimlerini, güç dağılımlarını ve aralarındaki ilişkileri de yansıttıkları görülmektedir. Ancak, burada karşılaşılan temel analitik zorluk (hatta epistemolojik bir yanılgı), bireysel eylemleri büyük ölçekli yapıları temsil eden göstergeler olarak ele alırken, gazetecilik alanını durağan ve toplumsal uzlaşıyla sabitlenmiş bir yapı olarak düşünme eğilimidir. Bu nedenle Bourdieucü.medya çalışmaları, analitik yaklaşımın varsayılan kabullerden bağımsız, eleştirel bir mesafeyle kurulması gerektiğini ve gazetecilik alanının fiiliyattaki çeşitliliğinin göz ardı edilmemesi gerektiğini vurgulamaktadır (Bourdieu, 2005: 41; Eldridge, 2018: 48).

Bu kavramsal odak noktaları, gazeteciliğin toplum içindeki konumunu incelemek için kuramsal bir "çıkış noktası" sunmakta; alanın yapısal dönüşümünün yeni aktörlerin ortaya çıkışını nasıl tetiklediğini ve bu aktörlerin de alanı (veya alt-alanları) nasıl yeniden ürettiğini analiz etme olanağı sağlamaktadır (Bourdieu, 2005: 41). Özellikle dijital platformlarda ortaya çıkan periferi aktörler ve alternatif medya

biçimleriyle karşılaşıldığında, gazetecilerin toplumsal meşruiyetlerini sürdürmek için hangi pratikleri korudukları ya da dönüştürdükleri; buna karşılık, yeni aktörlerin *doxa*, *habitus* ve *nomos* arasındaki dinamik etkileşimi nasıl sürdürdükleri veya bu yapıya karşı hangi stratejileri geliştirdikleri, önemli bir araştırma gündemi hâline gelmektedir (Eldridge, 2018: 47). Bu bağlamda, Bourdieu'nün sunduğu yaklaşım, gazetecilikte soyut aidiyet kavramlarının somutlaştığı alan sınırlarını ve bu sınırların yeni aktörlerle kurulan etkileşim üzerinden nasıl yeniden tanımlandığını çözümlemeye imkân tanımaktadır. Nitekim bu çalışmada da ilerleyen bölümlerde Bourdieu'den ilham alan medya araştırmalarındaki epistemolojik öngörülerden hareketle araştırma nesnesi inşa edilmiş ve yorumlanmıştır.

2.4. YENİ AKTÖRLERİN ORTAYA ÇIKIŞI

Periferi alandaki aktörlerin merkez alanda görünür olması özünde 1990'ların ortalarından bu yana yaşanan yıkıcı değişim ve yeniliklerle yakından ilişkilidir. Dolayısıyla, periferi kavramsallaştırmasının yeni bir olgu olduğu söylenemez. Değişen medya ekonomileri, değişen izleyici kalıpları ve dağıtım zorluklarının yanı sıra dezenformasyon geleneksel gazetecilik alanını kısıtlamış ve alternatif haber üretim yollarının artmasına ivme kazandırmıştır.

Oslo Metropolitan Üniversitesi *Digital Journalism* araştırma grubu, günümüzde gazetecilik kurumlarına ait olmayan sosyal medya platformlarının, daha önce gazetecilik kurumları tarafından yönetilen birçok işlevi belirli oranda yerine getirmeye başladığını vurgulamaktadır. Gelişen dijital teknolojiler, haberlerin ve diğer bilgi ile dezenformasyon türlerinin üretilme, dağıtılma ve tüketilme biçimlerini değiştirerek gazetecilik pratiklerini dönüştürmektedir. Bu durum, "gazeteci" tanımını ve gazetecilerin epistemik haber pratiklerini önemli ölçüde etkilemektedir. Mikro blog, video, podcast, chatbot, artırılmış gerçeklik, otomasyon ve veri gazeteciliği gibi alandaki dijital yenilikler, gazetecilere haber üretimi, kendini ifade etme ve yeni söylem formları geliştirme açısından alternatif yollar sunmaktadır. Dolayısıyla, mesleğin ve gazetecilik kurumlarının değişimini anlayabilmek ve gazeteciliğin toplumdaki rolünü daha net kavrayabilmek için yeni aktörler, kurumlar ve formlardan kaynaklı bilgiye gereksinim duyulmaktadır. Bu bağlamda araştırma grubu, dijital

gazetecilik çalışma sahasına "periferi aktörler" ve "gazetecilik sınırları" alanlarını da eklemiştir (OsloMet, 2024). Böylelikle yeni aktörler, dijital gazetecilik alan yazınına hem teorik hem de ampirik bir araştırma alanı olarak dahil olmuştur.

Scott A. Eldridge (2018: 2-3) periferi aktörlerin ortaya çıkışını, dijital gazeteciliğin gelişimi bağlamında değerlendirmektedir. Eldridge (2018) dijital gazeteciliğin gelişimi hakkındaki tartışmalarda ortaya çıkan üç önemli kavramsal soruna değinmektedir. Bunlar, dijital gazeteciliğin tanımlanması, geleneksel gazeteciliğin değerinin sorgulanması ve dijital çağda etik ile profesyonel standartların yeniden belirlenmesi şeklinde sıralanabilir. İlk olarak, dijital gazeteciliği tanımlama sorunu, internet ve dijital teknolojilerin yükselişiyle birlikte ortaya çıkmıştır. Bu teknolojik gelişmeler, geleneksel gazeteciliğin sınırlarını bulanıklaştırmış, blog yazarları, yurttaş gazeteciler ve diğer dijital aktörlerin haber toplama, doğrulama ve yayma süreçlerine katılımını artırmıştır. Bu durum, gazeteciliğin ne olduğu ve kimin gazeteci sayılabileceği konusunda belirsizliklere yol açmıştır. Gazetecilik alanında yeni aktörlerin ve pratiklerin ortaya çıkması, alanın tanımını ve sınırlarını yeniden düşünmeyi gerektirmektedir (Deuze ve Witschge, 2018: 168).

İkinci olarak, geleneksel gazeteciliğin değerinin sorgulanması, önemli bir başka kavramsal sorunu teşkil etmektedir. Dijital platformlar, haberlere erişimi demokratikleştirmiş ve geleneksel haber kuruluşlarının tekelini sarsmıştır. Eskiden haberlere erişimde ana kaynak olarak görülen geleneksel medya kuruluşları, dijital çağda bu ayrıcalıklı konumlarını kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmıştır. Bu durum, geleneksel gazeteciliğin toplumdaki rolü ve değerinin sorgulanmasına neden olmuş, gazetecilik pratikleri ve aktörleri arasındaki rekabeti artırmıştır (Eldridge, 2018: 13).

Üçüncü olarak, dijital çağda gazeteciliğin etik ve profesyonel standartlarının belirlenmesi gerekliliği öne çıkmaktadır. Dijital gazetecilik, hız, etkileşim ve çoklu platformlarda yayın yapma gibi yeni zorluklar yaratmıştır. Bu zorluklar, doğruluk, tarafsızlık ve hesap verebilirlik gibi geleneksel gazetecilik değerlerine yeni bakış açıları getirilmesini zorunlu kılmaktadır. İnternetin sağladığı anlık bilgi paylaşımı ve hız, haber doğrulama süreçlerini karmaşık hale getirmiş, etik standartların korunmasını

daha kritik bir mesele haline getirmiştir. Bu bağlamda, dijital çağın getirdiği dinamiklere uygun bir etik çerçeve geliştirilmesi gerekmektedir (Eldridge, 2018: 27).

Eldridge temas ettiği noktalar alandaki hem yeni yapıları hem de yeni aktörleri görünür kılmıştır. Bu kapsamda güncel konjonktüre bakıldığında gazetecilik alanındaki periferi aktörlerin ön plana çıkmasının çeşitli nedenleri olduğu söylenebilir. Deuze ve Withchge (2020), alandaki yeni aktörlerin ortaya çıkış nedenlerini dört temel başlıkta ele almaktadır:

1. Geleneksel medya kuruluşlarının eskimiş ve amaca uygun olmayan iş modellerinin sürdürülmesi,
2. İzleyicilerin haber tüketim alışkanlıklarının değişmesi ve sosyal medya üzerinden haber tüketmeye yönelmesi,
3. Kurumsal düzeydeki değişikliklerin bir sonucu olarak giderek atipikleşen çalışma koşulları,
4. Maliyet yoğun gazetecilik operasyonlarını etkileyen yönetimsel revizyonlar ve bütçe kısıtlamaları.

Özellikle haber merkezi gazeteciliğinde yaşanan dönüşüm ve serbest (freelance) gazetecilikteki artış, gazetecilik alanının sınırlarını önemli ölçüde değiştirmiş ve farklı aktörlerin görünürlüğünü artırmıştır.

COVID-19 pandemisi ve değişen çalışma koşulları da bu gelişmelere eklenince, alanda farklı haber üretim ve tüketim pratikleri daha da belirginleşmeye başlamıştır (Schapals, 2022: 14). Periferi aktörleri inceleyen araştırmacılar bu durumu "krizden fırsata giden bir süreç" olarak nitelendirmektedir. Anthony Giddens, *Modernliğin Sonuçları* (1994) adlı eserinde kriz durumlarının gazetecilik gibi kurumların otoritesini ve istikrarını zayıflattığını; kriz sonrası endüstriyel yeniliklerin, gazeteciliğin yalnızca biçim ve formatları değil, türleri açısından da yeniden doğuşunu gerektirdiğini ifade etmektedir (1994: 150). Ona göre, "Yer değiştirmenin karşısında yeniden yerleştirme vardır. Yerinden çıkarma düzenekleri toplumsal ilişkileri ve enformasyon değişimini belirli zaman-uzam bağlamlarından koparır; ancak aynı zamanda bunların yeniden yerleştirilmesi için yeni fırsatlar sağlar" (Giddens, 1994: 127). Dolayısıyla, periferi aktörlerin "krizi fırsata çevirme güdüsü" bu perspektiften okunabilir; örneğin,

sistematik toplumsal sorunları çözmeye odaklanan bir gazetecilik türü olan *çözüm gazeteciliği*, çağdaş haberlerin çoğunda aşırı olumsuzluk bulunduğu yönündeki eleştirilerden doğmuştur (Schapals, 2022: 18).

Dijital gazetecilik alanında yeni ortaya çıkan kuruluşlar, değişimin hem itici güçleri hem de sonuçları olmaları nedeniyle gazetecilikte çok yönlü bir rol üstlenmektedirler. Bununla birlikte, bu yeni aktörler gazetecilik yapılarının ve üretim süreçlerinin nasıl evrildiğinin bir betimlemesini sunmaktadırlar. Gazetecilikte geleneksel olmayan aktörlerin ortaya çıkmasına rağmen, bu oluşumlarla ilgili mevcut çalışmalar henüz dağınık olup sürdürülebilir bir araştırma programı haline gelememiştir (Buschow ve Suhr, 2024: 2). Ancak, son yıllarda gazetecilik alanına giren yeni aktörler, biçimler ve pratikler, gazeteciliğin mesleki ve örgütsel sınırlarının yeniden incelenmesine yol açmıştır. Bu aktörler geleneksel gazetecilik yapısının dışında kalmasına rağmen, haber üretimine dahil olmakta ve gazetecilik sınırlarını hem içeriden hem dışarıdan zorlamaktadırlar. Bu kapsamda pek çok araştırmacı, gazetecilik çalışmalarının kapsamını, -haber odalarının ötesine taşıyarak- "aykırılar", "yabancılar", "müdahaleciler" veya en net tanımıyla "periferi aktörler"[33] olarak nitelendirilen yeni failleri de kapsayacak şekilde genişletmeyi savunmaktadır (Eldridge, 2018: 65-66; Deuze ve Witschge, 2018: 168; Holton ve Bleair-Gognon, 2018: 73; Schapals, 2022: 23; Milojevic ve Larsen, 2024: 2; Löhmann, 2025: 3; Mestvedthagen ve Cheruiyot, 2025: 2).

Bu kapsamda, gazetecilik alanında faaliyet gösteren "yeni nesil aktörlerin" hem akademik hem de pratik alanda kendilerine yer edindikleri görülmektedir. Bu bağlamda, özellikle Türkçe alan yazında periferi aktörlerin tanımlarına, pratiklerine ve habercilik anlayışına ilişkin literatürün daha derinlikli ve kapsamlı bir şekilde incelenmesine gereksinim bulunmaktadır. Söz konusu araştırma boşluğu, dijital medya ortamlarındaki hızlı dönüşümler ve gazetecilik pratiklerindeki yapısal değişimler ışığında kritik bir öneme sahiptir.

[33]Hanusch ve Löhmann (2022: 1298), gazetecilik alanındaki SSCI indeksli dergilerde yayımlanmış toplam 63 makaleyi inceleyerek, alana yeni giren failleri tanımlamak için kullanılan terimler üzerine kapsamlı bir analiz gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda, en yaygın kullanılan terimin %22,6 oranıyla "periferi aktörler (peripheral actors)" olduğunu, bunu sırasıyla %9,7 oranında "müdahaleciler (interloper)" ve %8 oranında "müdahaleci medya (interloper media)" terimlerinin izlediğini ortaya koymuşlardır.

2.4.1. Periferi Aktörlerin Tanımlanması

Gazetecilik çalışmalarında, alan dışındaki failleri tanımlamak için kullanılan "yabancı (stranger)" terimi, alan yazında kullanılan olağandışı bir sözcük değildir. Bu kavram, gazetecilik alanının dışında konumlandığı, ancak gazeteciliği etkilediği düşünülen haber kaynaklarına ve izleyicilere işaret etmek üzere kullanılmaktadır. Benzer şekilde, "periferi (peripheral)" terimi de gazetecilik çalışmalarının dışında yer almaz. Bununla birlikte, gazetecilik alanında "periferi" kelimesi, ücretsiz günlük gazeteleri, metropol dışındaki haber kanallarını ve eğlence gazeteciliği gibi gazeteciliğin alt alanlarını imlemek için kullanılmaktadır (Loosen, 2015; Lamour, 2019). Bu terimler, "müdahaleciler (interloper)" ve "ortaya çıkan (emergent)" gibi daha yeni nitelendirmelerle birlikte, hâlihazırda gazetecilik pratiğini yürüten ancak, alanda henüz gazeteci kabul edilmeyen aktörleri ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır (Eldridge, 2018, 2020; Schapals, 2022). Bu aktörlerin "periferi" olarak tanımlanmasının nedeni, geleneksel medyanın ("çekirdek" alanda bulunan) bu gazetecilerin mesleki iddialarını küçümsemesi veya reddetmesi ve böylece "çekirdek" ile "periferi" gazetecilik aktörleri arasında aidiyet ve aidiyetsizlik sınırları çizmesidir (Eldridge, 2025: 11). Tandoc'a (2019: 139) göre, bu etiketlerin altında yatan belirli varsayımlar şunları içermektedir: 1) hangi gazetecilik görevlerinin söz konusu olduğu; 2) bu görevlerin nasıl ve neden yerine getirildiği; 3) bu görevlerin tanımını kimin yaptığı ve 4) söz konusu aktörlerin nerede ve ne zaman konumlandığı.

Eldridge'e (2018: 180-181) göre, günümüzde gazetecilik alanının bütüncül bir şekilde anlaşılması için alandaki "merkez" ve "çevre" ilişkilerinin sorgulanması gerekmektedir. Geleneksel medya, gazeteciliği kendi normları ve bakış açıları doğrultusunda şekillendirerek bir "merkez" inşa etmiştir. Bu merkezcil anlayış, gazeteciliği sınırlandırarak belirli bir yapıya oturtmayı hedeflemiştir. Buna karşılık, yeni aktörler bu merkeziyetçi yaklaşımı reddetmekte ve gazeteciliği daha geniş ve kapsayıcı bir perspektiften ele almaktadır. Bu durum, gazetecilik alanında çevreden merkeze doğru bir hareketi ve daha esnek bir alan tanımını beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla, periferi aktörleri temel alan araştırmaların öncelikli amacı, alandaki failler

üzerinden günümüz gazeteciliğinin ontolojisi ve epistemolojisi üzerine düşünmeye teşvik etmektir.

Periferi aktörler, analitik düzeyde gazetecilik alanının dış çeperlerinde yer alsalar da çoğu zaman ana akım medya ile etkileşim halindedirler. Bu aktörler, gazetecilik pratiklerini benimseyebilir ancak her zaman bu kimlikle hareket etmeyebilirler (Hanusch & Löhmann, 2022: 1292-1293). Bu nedenle, periferi aktörler "içeriden" veya "dışarıdan" olarak net bir şekilde sınıflandırılamaz; daha çok alanın sınırlarını zorlayan "in-betweeners" (araf aktörler) olarak değerlendirilirler (Ahva, 2017: 146).

Periferi aktörleri merkeze alan çalışmaların bir diğer amacı da gazeteciliğin mevcut düzende yaşadığı ekonomik, kültürel ve politik krizini göz ardı etmek değil, gazeteciliği dijital ortama adaptasyonu bağlamında daha geniş bir bağlamda görmeye çalışmaktır. Dolayısıyla, alana ilişkin yeni kavramsallaştırmalar farklı bağlamlarda görünür olan gazeteciliğin krizinin "kesin bir çözümünü" yansıtmamakla birlikte, çözüme giden yollara belirli bir ışık tutabilir. Günümüzde, giderek yoğunlaşan bilgi ortamında, geleneksel gazetecilik biçimlerinden farklı olarak, mesleki rol algısı ve normları bakımından geleneksel bağlamda "gazetecilik" sayılmayan yeni biçimlerin de gazetecilik alanında birer aktör olarak öne çıktığı görülmektedir. Bu aktörler Eldridge'e göre (2019), alan dışından gelmelerine ve alanın temel normlarını içselleştirmemelerine (Eldridge, bunu sapkın özellik göstermeleri olarak tanımlamaktadır) rağmen, işlevsel olarak gazeteciliğe eşdeğer şeyler sunmaktadırlar. Örneğin 2010 yılında Julian Assange'ın *WikiLeaks* belgelerini yayınlaması ile başlayan süreçte, Assange, *The New York Times* gibi kurumsal medya alanları ile birlikte çalışmaya başlamıştır. Alandaki "periferi aktör" tartışmalarının da özellikle bu tarihten sonra başladığı söylenebilir (Schapals, 2022: 14). Bu tarihten sonra güncel konjonktürde "Gazeteci kimdir?" ve "Gazetecilik nedir?" soruları daha da görünür olmuştur. Burada, gazetecilik aidiyetine ilişkin henüz netleşmemiş tartışmaların bir sonucu olarak bir tür boşluk ortaya çıkmaktadır.

Normatif bağlamda, söz konusu yeni failler, gazetecilik çalışmalarının kapsamına alınmayıp alan dışına dahil edilmekte ve yaygın olarak salt "içerik

üreticileri" kategorisinde değerlendirilmektedir. Eldridge'e göre ise alan dışındaki aktörleri tamamen reddetmek rasyonel olmayacaktır, çünkü böyle bir yaklaşım "gazetecilik yapma iddialarını ciddiye almamakta ve gazetecilik işini yalnızca tanıdık bir yapı içinde gerçekleştirildiği yerde görmeye devam etmektedir" (Eldridge, 2018: 99). Diğer yandan, stereotipleşmiş normatif yaklaşım ile alanı anlama çalışmak alandaki "muazzam çeşitlilikteki" yeni aktörlerin, organizasyonların ve pratiklerin görmezden gelinmesine neden olacaktır (Deuze ve Withchge, 2020).

Bu durum, kültürel bir biçim ve bir pratik olarak gazeteciliğin normatif tanımlarının ötesine geçme ihtiyacını göstermektedir. Nitekim, Deuze ve Witschge (2020: 165) de, "gazeteciliği oluşturan sayısız uygulamanın daha geniş bir tanımına ve anlayışına" izin veren bir yaklaşım olan gazeteciliğin ötesine geçilmesi gerektiğinin altını çizmektedir. Çünkü, alandaki söz konusu yeni aktörler, - Schapals'ın (2022: 16) ifadeleriyle- "gazetecilik alanının ne *içinde* ne de *dışındalar*, ancak, periferisinde yer alıyorlar ve bu da bazılarının gazetecilik pratiğinde etkili olup olmadığı iddialarının sorgulamasına yol açıyor." Eldridge de benzer şekilde, kimlik olgusunun başlangıçta "tartışmalı bir alan" olduğunu ifade ederek, bir zamanlar var olan ancak artık olmayan sınırları "söylemsel olarak" sürdürmek yerine; yeni oyuncuların yerleşik medya ile birlikte var olabileceğini ve büyük ölçüde farklı uygulama ve çıktılarda da olsa "gazetecilik" şemsiyesi altında faaliyet göstermeye devam edebileceğini savunmaktadır (2018: 3-6). Schapals'a göre,

> "…bu tür sınıflandırma çabaları, -*BuzzFeed* gibi aktörlerin hem medya hem de akademik söylemde alanın içinde yer aldığı bir dönemde- bu aktörleri 'gazeteci olmayan' olarak tamamen dışlamak yerine, onları gazeteciliğin daha geniş bir alanına, çok daha gevşek ve daha nüfuz edilebilir sınırlara sahip bir alana dahil etmemiz gerektiğini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu tür tartışmaların ağırlıklı olarak medyada ve bilimsel çevrelerde gerçekleştiği doğru olsa da, sonuçta toplumu genel olarak etkileyen çok daha ciddi ve derin bir soruya değiniyorlar: Meşru bilgi nedir ve bu meşruiyetin sağlayıcısı kimdir?" (2022: 18).

Bu noktada periferi aktörler üzerine çalışılırken, gazeteciliğin epistemolojisi önemli bir tartışma gündemi hâline gelmektedir. Heinrich ve Cheruiyot (2024), küresel ölçekte çatışma haberciliğinde geleneksel gazetecilik ile periferi aktörler (yurttaş gazeteciler, sivil toplum kuruluşları, sosyal medya kullanıcıları vb.) arasındaki

karşılıklı bağımlılıkları anlamak amacıyla çatışma haberciliği üzerine yapılan 747 çalışmayı incelemiştir. Bu kapsamlı analiz, geleneksel gazetecilik kodlarının periferi aktörleri değerlendirirken bir "çekirdek" işlevi gördüğünü ortaya koymaktadır. Çoğu çalışma, periferi aktörlerini ya gazetecilikle uyumlu (destekleyici) ya da antagonistik biçimde ele almaktadır. Geleneksel olmayan aktörler, gazeteciliğin epistemolojik sınırlarını zorlayarak bilgi ekolojisini genişletse de bu aktörler çoğunlukla geleneksel gazetecilik normları üzerinden değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım, periferi aktörlerin kendi özgün bağlamlarında incelenmesinin önüne geçerek onların bilgi ekosistemindeki rolünü ve konumunu bütüncül bir biçimde kavramayı güçleştirmektedir (Heinrich ve Cheruiyot, 2024: 15). Örneğin, yurttaş gazeteciler sıklıkla profesyonel gazetecilere yardımcı unsurlar olarak görülmekte; ancak bu aktörlerin alanda gerçekleştirdiği etkinliklerin kapsamı ve bunların gazetecilik üzerindeki etkileri yeterince sorgulanmamaktadır (Heinrich ve Cheruiyot, 2024: 11). Bu anlamda hem geleneksel hem de yeni aktörleri medya ekosistemi içinde ilişkisel bağlamları ile incelemek, güncel gazetecilik alan yazınına daha bütüncül ve bir anlamda da daha realist (Carlson ve Peters, 2023) bir perspektif sunacaktır.

Alan yazında "periferi aktör" kavramı ve "alternatif medya" kavramlarının birbirine yakın kavramlar olarak kullanıldığı gözlemlenmektedir. Gazetecilik ekosistemi bağlamında, özünde iki kavram da birbirine yakın olmakla birlikte "periferi aktör" kavramı, "alternatif medya" tanımını bazı durumlarda aşan (Harlow, 2022: 1338) ve bazı durumlarda da yeniden çerçeveleyen bir analitik kategori olarak kullanılmaktadır (Löhmann, 2025: 16). Her iki kavram da ana akım medyanın dışında faaliyet gösteren ya da onun normatif yapısına karşıt medya oluşumlarını tanımlar; ancak, alternatif medya genellikle ideolojik olarak muhalif, belirli bir politik amaçla örgütlenen yapılarla sınırlıdır (Atton, 2002: 21; Downing, 2008: 45; Fuchs, 2010: 182). Buna karşın periferi aktörler, yalnızca muhalif veya karşı-hegemonik olmakla kalmaz, aynı zamanda kimlik, çeşitlilik, kapsayıcılık gibi temalar üzerinden gazetecilik alanına yenilikçi rollerle müdahil olan, kimi zaman ana akımla etkileşim içinde olan daha geniş bir aktör yelpazesini kapsar (Maares ve Hanusch, 2022a: 1274; Löhmann, 2025: 3). Bu nedenle "periferi medya aktörleri" kavramı, alternatif medya kavramının sınırlayıcı doğasını aşarak, daha esnek, çoğulcu ve pratik düzeyde gazetecilikle etkileşimde bulunan yapıları da kapsayacak biçimde kullanılmaktadır (Schapals, 2022:

25). Nitekim bu kavram, "gazetecilikte sınır çalışmaları" alan yazınını merkeze aldığı için, gazeteciliğin normatif sınırlarını belirleyen, yeniden şekillendiren ve toplumsal temsilde dengeleyici işlev gören tüm aktörleri incelemeye olanak sağlamaktadır.

Hem gazeteciliğin sınırlarını hem de alandaki periferi aktörlerini merkeze alan araştırmalar, gazetecilik çalışmalarının çoğunlukla haber üretimi ve endüstriyel süreçlere odaklanmasını eleştirmekte ve bu çalışmaların daha geniş bir medya kültürü ve sosyokültürel bağlam içerisinde konumlandırılması gerektiğini savunmaktadır (Eldridge, 2018; Holton ve Bleair-Gognon, 2018; Deuze ve Withchge, 2020; Schapals, 2022; Löhmann, 2025). Bu doğrultuda, gazetecilik çalışmalarında "realist" bir yaklaşım benimseyerek, gazeteciliğin toplumsal, kültürel ve politik rollerini daha geniş bir çerçevede değerlendirmek büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla hem gazeteciliğin kendisi hem de izleyicilerin medya içerikleriyle kurdukları etkileşim, gazeteciliğin toplumsal bağlamı içerisinde yaşanan dönüşümlerle yakından ilişkilidir ve bu süreçlerden ayrı düşünülemez (Hanitzsch, 2007; Carlson, 2015; Mir, 2020; Derakhshan, 2021; Carlson ve Peters, 2023). Güncel gazetecilik alanında "periferi aktör" tanımlarının büyük ölçüde bu perspektiften yapılan okumaların bir sonucu olduğu gözlemlenmektedir.

Güncel alan yazında periferi aktörler üzerine yapılmış en kapsamlı çalışmalardan biri olan *Peripheral Actors in Journalism: Deviating from the Norm?* (2022) başlıklı kitabında Aljosha Karim Schapals, konuyu uluslararası çapta periferi gazetecilik uygulamaları üzerinden incelemiş ve şu sorulara cevap aramıştır: (1) Periferi aktörler kimlerdir ve çağdaş gazetecilik anlayışımızı ne ölçüde etkilemektedir? (2) Yaptıkları şey, geleneksel olarak anlaşıldığı şekliyle "gazetecilik" mi? (3) Bu tür içerikleri üreten kişilerin arka planında neler var ve onları gazetecilik alanına sokan unsurlar neler? (4) Gazeteciliğin demokratik işlevi bağlamında rolleri neler? Periferi aktörlerin gazetecilik alanındaki pratiklerine, ethosuna ve rol algılarına odaklanan Schapals (2022: 2-3), bu aktörlerin gazeteciliğin demokratik işlevi bağlamında rollerinin neler olduğunu sorgulamıştır.[34]

[34]Schapals (2022: 19-24), Avutralya, Almanya ve Birleşik Krallık gerçekleştirdiği, toplam 2 yıl süren saha çalışmasında "periferi aktörler" olarak şu kurumları incelemiş ve derinlemesine görüşmeler gerçekleştirmiştir: *BuzzFeed* (BK ve Avustralya versiyonu, haber ve popüler kültür sitesi), *Huffington Post* (BK ve Alman versiyonu, haber ve popüler kültür sitesi), *The New European* (Birleşik Krallık, politik basılı dergi), *Bellingcat* (BK-Hollanda, OSINT gazeteciliği), *openDemocracy* (politika

Eldridge'in (2019), periferi aktörleri alanın dışındaki "aykırılar (deviants)" olarak tanımlamasına karşı Schapals (2022: 4), gerçekleştirdiği saha çalışmasından hareketle -aykırı özelliklerine rağmen- periferi aktörlerin geleneksel gazetecilerin -kamusal fayda güdüsü ve "dördüncü kuvvet" anlayışına bağlılık gibi- çeşitli normlarını sergilediklerini iddia etmekte ve bu aktörlerin doğasında büyük ölçüde gazetecilik idealizmi ve belirli oranda alturizm (özgecilik) olduğunu söylemektedir. Nitekim, Eldridge (2019) de bu yeni aktörlerin *aykırı* (*deviant*) özelliklerine rağmen, kimi noktalarda işlevsel olarak gazeteciliğe eşdeğer bir şey sunduklarına değinmektedir. Dolayısıyla, sundukları içerikleri işlevsel olarak gazeteciliğe eşdeğer olan ancak, -WikiLeaks örneğinde olduğu gibi- geleneksel (etik) gazetecilik normlarını sahiplenmeyen aktörler, "*müdahaleciler* (*interlopers*)" olarak tanımlanırken (Eldridge, 2014); periferi aktörler, -"*müdahaleciler*" tanımını da kapsayan- alanın dışından gelen ancak, bazı uygulamaları ile gazetecilik alanı tarafından kabul edilen ve benimsenen yeni aktörleri de imlemektedir (Schapals, 2022: 17).

Holton ve Belair-Gagnon (2018), periferi aktörleri daha belirgin bir biçimde tanımlamak amacıyla "yabancı" (stranger) terimini tercih etmektedir. Yazarlar, Georg Simmel'in "yabancı" kavramından hareketle, i*nterloper* ve *intraloper* kavramlarını gazetecilik bağlamında ele alarak, gazetecilik alanına dışarıdan dâhil olan aktörlerin "yabancı" konumlarına ilişkin algıları incelemişlerdir. Bu kuramsal yaklaşım, söz konusu aktörlerin gazetecilik normlarını nasıl dönüştürdüklerini ve epistemolojik bir

websitesi, STK, dernek), *Upday* (Almanya, haber dağıtım uygulaması), *Correctiv* (Almanya, kar amacı gütmeyen bağımsız bir araştırmacı habercilik merkezi, STK), *Hostwriter* (Almanya, uluslararsı gazetecileri buluşturma için bir iş birliği ağı), *Krautreporter* (Almanya, long-form açıklayıcı gazetecilik), *Opinary* (Almanya, gazeteciler, veri bilimciler ve pazarlamacıların ortak çalışması), *jetzt.de* (Almanya'da BuzzFeed'in muadili, popüler kültür platformu), *Techly* (Avustralya, yaşam tarzı teknoloji, bilim ve popüler kültür yayınları), *Mamamia* (Avustralya'nın en büyük kadın odaklı bağımsız medya grubu), *New Matilda* (Avustralya, haber, analiz ve hiciv web sitesi), *ANZ Bluenotes* (Avustralya merkezli ANZ Bank'ın finansa ettiği yayın grubu, ekonomi, finansal hizmetler, yatırım ve toplumla ilgili haberler içeriyor), *VICE News Australia* (güncel olayları alternatif bakış açıları ile sunan yeni medya yayıncısı), *The Saturday Paper* (Avustralya, long-form, anlatı gazeteciliği), *The Canary* ve *Evolve Politics* (Birleşik Krallık, ikisi de aktivist haberler ve güncel olaylar web sitesi), *Another Angry Voice* (Birleşik Krallık, siyasi blog), *The Guardian* ve *The New York Times*'ın Avustralya versiyonu (Doğrudan bu kurumlar değil, bu kurumlar içinde çalışan yenilikçi aktörler incelenmiş. Yazar bu iki kurumun periferi olmadığını belirtmekle birlikte; bu kurumların ülkelere özgü versiyonlarının ve içindeki yenilikçi aktörlerin vaka çalışmasına eklenmesi gerektiğini düşünmüş).

değişime nasıl katkı sağladıklarını anlamaya olanak tanımaktadır (Holton ve Belair-Gagnon, 2018: 72).

Holton ve Bleair-Gognon (2018: 73-75), periferi aktörlerin çeşitliliğine vurgu yaparak hem açık (*explicit*) hem de örtülü (*implicit*) müdahaleciler ile kurum içi müdahaleciler (*intralopers*)[35] arasında ayrım yapar; "onları birleştiren şey, farklı çıktı ve uygulamalara rağmen hepsinin "gazetecilik-dışı aktörler" olarak tanımlanmasıdır" (2018: 73). Açık müdahaleciler (*explicit*), gazetecilik otoritesine açıkça meydan okuyan gazetecilik dışı aktörler olarak tanımlanmaktadır. Genellikle finansal veya siyasi hedefleri göz önünde bulundurarak gazetecilik alanını dönüştürmeyi amaçladıklarını ifade eden aktörlerdir. Haberlerin yaratılmasına veya dağıtılmasına katkıda bulunurlar ve gazetecilik normlarına karşıtlık göstererek pratikte gazeteciliğin iyileştirilmesini talep ederler. Eldridge'in (2018) "Interloper Media" olarak tanımladığı *açık müdahaleciler*, Julian Assange'ın ve *WikiLeaks*'in yayınları ile alanda daha da görünür olmuştur. Blog yazarları ve yurttaş gazetecileri haberi yorumladıkları, haberi yeniden dağıtabildikleri ve üretebildikleri için açık müdahalecilerin tipik örneğini oluşturur.

Örtülü müdahaleciler (*implicit*) ise gazetecilik alanına açıkça meydan okumayan, ancak, gazeteciliği yeniden canlandırmak için yenilikçi (çoğunlukla teknoloji merkezli) yaklaşımlar sunan geleneksel olmayan aktörlerdir. Örneğin, haber kullanıcılarının çevrim içi davranışlarının analiz eden web analistleri veya OSINT (açık kaynak istihbarat) uygulamaları ile araştırmacı gazeteciliğe yeni açılımlar sunan araştırma grupları (Müller ve Wiik, 2023), *örtülü müdahaleciler* arasında yer almaktadır. Son olarak, *kurum içi müdahaleciler* (*intralopers*) ise, yerleşik/konvansiyonel medya kuruluşlarının içinden çalışan geleneksel olmayan gazetecilik aktörleridir. Genellikle haber merkezlerindeki veri görselleştirme veya görsel hikâye oluşturma gibi teknik işlerden sorumlulardır. Haber odalarında çalışan teknoloji uzmanları gibi aktörler, teknolojik yeniliklerle gazeteciliği içeriden dönüştürmektedir (Holton ve Bleair-Gognon, 2018: 73-75).

[35]*Intralopers* kavramının Türkçede anlamı tam olarak yansıtacak bir karşılığı bulunmadığı için bu kavram yazar tarafından "*kurum içi müdahaleciler*" olarak çevrilmiştir.

Bu noktada Chantal Mouffe'un siyaset teorisi gazetecilik alanındaki periferi aktörler konusuna önemli bir açılım sunmaktadır. Mouffe'un (2013) "Agonistik demokrasi" yaklaşımında, siyasette çatışmanın yok edilemeyeceğini, ancak bu çatışmaların demokratik yollarla yönetilebileceğini savunmaktadır. Bu bağlamda *antagonizm*, düşmanlık ve yıkıcı bir çatışma ortamını temsil ederken; *agonizm*, bu çatışmaların demokratik bir çerçevede sürdürülmesini öngörmektedir. Bu ayrım, siyaset teorisi ve demokratik pratikler için önemli bir yol gösterici niteliğindedir. Mouffe'un siyaset teorisini merkeze alan Eldridge (2019: 15-16) de periferi aktörler üzerine benzer bir sınıflandırmaya giderek, söz konusu alan dışı aktörleri *agonist* (kapalı) ve *antagonist* (açık) müdahaleciler olarak iki farklı türde incelemektedir. *Agonist* müdahaleciler gazetecilik normları dahilinde faaliyet göstermekte ve gazetecilik ideallerini yerine getiremedikleri için geleneksel haber medyasına yapıcı eleştiriler yöneltmektedir. Start-up mantığıyla kurulmuş girişimci gazeteciler bu kapsamda değerlendirilmektedir. Alanın periferisinde başlayıp daha sonra kitleselleşebilen *Huffington Post* ve *BuzzFeed* gibi girişimler buna örnek oluşturabilir.

Buna karşılık, *Breitbart* gibi alt-right ve radikal sağ tandanslı medya kuruluşları veya *WikiLeaks* gibi sızıntı dosyalar üzerinden hareket ederek aktivist bir yayın pratiği sunan platformlar *antagonist* müdahaleci aktörler olarak değerlendirilmektedir. Bunlar, zaman zaman geleneksel gazetecilik görevlerini yerine getirebilir ancak gazetecilik kimliğini "daha antagonistik amaçları gizlemek için kötüye kullanır, kamusal gündemlerden ziyade siyasi gündemlere hizmet eder" (Eldridge 2019: 15). Özellikle alt-right medya olarak faaliyet gösteren *antagonist müdahaleciler*, siyasi gündemlerini gizledikleri, kamu güvenini kötüye kullandıkları ve özel çıkarlarını "kamu yararı" gibi sundukları için gazetecilik otoritesini zayıflatırlar. Bu açıdan *gazetecilik ideolojisi* için yıkıcıdır (Eldridge 2019; Ruotsalainen vd., 2024: 4). Dolayısıyla, gazetecilik alanındaki periferi aktörlerin doğrudan kamusal fayda güdüsü ile hareket ettiğini ve alandaki "dördüncü kuvvet" anlayışı temsil ettiğini söylemek doğru olmaz. Alanda yeni birer fail olarak konumlanan periferi aktörlerin, yapıcı olduğu kadar yıkıcı da bir doğası bulunmaktadır.

Periferi aktörlerinin çift yönlü ve ilişkisel doğasını ele alan çalışmaların büyük çoğunluğunda, kuramsal temel olarak Bourdieu'nün alan teorisinin kullanıldığı dikkati

çekmektedir. Scott Eldridge, Journalism in a Fractured World (2025) başlıklı eserinde bu konuya özellikle odaklanarak, periferi aktörlerin agonist ve antagonist konumlarını kavramsal bakımdan daha ileri bir düzeye taşımıştır. Eldridge (2025), periferi aktörlere ilişkin güncel çalışmasında, Bourdieu'nün alan teorisini Mouffe'un (2013) agonizm kuramıyla birleştirerek, gazetecilik alanında merkez ve çevre kavramlarını geliştirmek için etkili bir çerçeve önermektedir. Bu çerçevede, "periferi" alandaki aktörlerin hem antagonist hem de agonist konumlarına işaret etmektedir: Antagonist konumdaki aktörler, haberle siyaset arasındaki çizgileri bulanıklaştırıp, alanın merkezine karşı tepki, parçalanma ve şikâyet söylemleri üreterek toplumsal bölünmeleri körüklemektedir. Buna karşılık agonistler, politik ve eleştirel bir yaklaşım sergilemelerine karşın, gazetecilik ve toplumun geleceğine ilişkin yapıcı bir vizyon sunmaktadır. Periferi aktörler arasındaki bu ikili yapı, alanın dışından gelen yeni aktörlerin kavramsallaştırılmasını güçleştirirken, aynı zamanda onları kendi özgül bağlamlarında incelemeyi de mümkün kılmaktadır.

Bu bağlamda, alandaki yeni aktörleri gazeteciliğin yaşadığı krizin "kaynağı" veya "çözümü" olarak gören indirgemeci yaklaşımlardan farklı olarak, periferi aktörlerin gazetecilik alanının dinamik doğasını temsil eden, dinamik failler olduğu söylenebilir. Öyle ki, yapılan ampirik çalışmaların çıktılarından hareketle alanın periferisinde yer alan yeni aktörlerin gazetecilik motivasyonlarının oldukça çeşitli olduğu görülmektedir. Bazı aktörler, gazetecilik alanını dönüştürmeyi ya da bu alanın "orijinal" ideallerine yeniden değer kazandırmayı hedeflerken; bazıları için ise temel amaç, finansal ya da politik kazanımlardır. Schapals, Maares ve Hanusch (2019), periferi aktörlerin motivasyonlarına ilişkin bu çeşitliliği şöyle aktarmaktadır:

> "Örneğin, blog yazarları, gazetecileri normatif bir gazetecilik ideolojisine karşı sorumlu tutmayı amaçlarken, *WikiLeaks* gibi hükümet bilgilerini sızdıran platformlar, gazeteciliğin kamu denetçisi ve araştırmacı rolünü üstlendiklerini iddia etmektedir. Popüler kültür haberleri ve listeleri sunan haber toplayıcılar ya da yalnızca dijital platformlar gibi girişimci aktörler, genellikle kâr amacı güden bir gündemi takip etmektedir. Bu aktörler, gazetecilikteki editörlük ve iş rollerini zayıflatarak alana meydan okumakta ve bu nedenle 'sapkın' olarak değerlendirilmektedir. Dahası, start-up kültürüyle ilişkili olan bu aktörler, kendilerini geleneksel medyadan ayırmayı ve 'gazeteciliği daha iyi hale getirmek' amacıyla gazetecilik uygulamalarını değiştirmeyi hedeflemektedir. Ancak, *Buzzfeed* örneğinde görüldüğü üzere, sapkın aktörler, hâkim

> normlara uyum sağladıklarında ve araştırmacı haberlere yer verdiklerinde gazetecilik alanında kabul görebilmektedir" (Schapals vd., 2019: 21).

Periferi ya da müdahaleci (interloper) aktörler, güncel konjonktürde gazetecilik alanında belirgin bir önem kazanarak, geleneksel gazetecilik pratiklerine alternatifler sunmaktadır. Bu aktörler, haberlerin toplanması, işlenmesi ve sunulması süreçlerinde aktif rol üstlenmekte ve çoğunlukla ana akım medyanın göz ardı ettiği konuları kamuoyuna taşımaktadır. Nitekim, "müdahaleciler, -belirli farklılıklara rağmen ve geleneksel uygulamalarla benzerlikler de dahil olmak üzere- genel benzerlikler nedeniyle çalışmalarını gazetecilik olarak görme eğilimindedir" (Eldridge, 2018: 12).

Eldridge (2018), bu aktörlerin yalnızca alanın dışından gelen figürler olmadığını, aynı zamanda gazetecilik normlarını yeniden biçimlendiren unsurlar olduğunu öne sürmektedir. Eldridge'in (2014; 2018; 2019) çalışmalarına benzer iddialar sunan diğer araştırmacılar (Belair-Gagnon ve Holton, 2018; Belair-Gagnon vd., 2019; Schapals vd., 2019; Ahva, 2020; Hanusch ve Löhmann, 2022; Schapals, 2022; Maares ve Hanusch, 2022a; Müller ve Wiik, 2023; Glazunova ve Schapals, 2024; Mestvedthagen ve Cheruiyot, 2025) da gazetecilik alanını tanımlarken başvurulan normatif merkez-periferi metaforunun yetersiz kaldığına dikkat çekmekte ve alanın daha dinamik ve esnek bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, periferi/müdahaleci (interloper) medya aktörlerinin gazetecilik sahasında meşru bir konum edinebilecekleri ve gazetecilik ideallerini farklı yöntemlerle uygulayabilecekleri, bu alanda çalışan araştırmacılar tarafından önemle vurgulanmaktadır. Dolayısıyla, söz konusu yeni aktörlerin "gazetecilik değerleriyle uyumlu faaliyet gösterdikleri sürece", alanda tanınmaları ve kabul görmeleri gerektiği ileri sürülmektedir.

> "Antagonistik ilişkiler, alanın karmaşıklığıyla yeniden ilgilenme yönelimlerinin aslında alanı bütünüyle altüst etmeye dönük bir davet olmadığını hatırlatan önemli bir unsurdur. Bourdieu'dan hareketle, alanı bir grup toplumsal aktör olarak yorumlamak, bu aktörlerin 'aynı oyunu oynadıklarını' kabul ettiklerini göstermektedir. Müdahaleciler, gazetecilik değerleriyle özdeşleştiklerinde veya benzer uygulamalar benimsediklerinde fakat bunu yeni yollarla gerçekleştirdiklerinde, onları çoğulcu bir gazetecilik alanı içinde konumlanmış sayabiliriz. Bu çoğulcu alan içinde agonistik bir rol üstlenseler dahi, yine de aynı oyunun parçası olmaya devam etmektedirler" (Eldridge, 2019: 16).

Genel bir değerlendirme yapıldığında, “periferi” kavramı, alanın sınırlarını genişleten, normatif tanımları dönüştüren ve gazetecilik otoritesine meydan okuyan yeni aktörlerin çeşitliliğini vurgulamaktadır. “Yabancı” (stranger), “müdahaleci” (interloper) ve “periferi” (peripheral) gibi kavramlar, gazetecilik pratiğini yalnızca alanın içindekiler üzerinden değil, dışından gelen faillerle birlikte düşünmeye davet etmektedir. Dolayısıyla, “gazeteci kimdir?” ve “gazetecilik nedir?” soruları, dijitalleşme ve bilgi yoğunluğunun arttığı güncel konjonktürde yeniden ve çok boyutlu bir biçimde ele alınmaktadır. Periferi aktörlere ilişkin çalışmalarda, bu aktörlerin bir yandan kamusal yarara bağlı kalarak demokrasiyi beslemesi, diğer yandan ise etik normlardan uzaklaşarak gazetecilik otoritesini istismar etmesi gibi birbirine zıt olasılıkların aynı alanda var olabildiği vurgulanmaktadır. Bu durum, gazeteciliğin yalnızca normatif kalıplarla anlaşılamayacağını, aksine alanın sürekli dönüşen bir ekosistem olduğunu ortaya koymaktadır.

Alanda yürütülen “sınır çalışmaları” ve teorik yaklaşımlar, yeni aktörlerin gazetecilik normlarını nasıl dönüştürdüğünü, gazetecilik kimliğinin belirsizleşen sınırlarını, bilgi akışlarının yeni biçimlerini ve demokratik işlevin farklı yorumlarını gündeme getirmektedir. Bu çerçevede, periferi aktörler, gazetecilik krizlerine tek yönlü bir çözüm veya neden olarak okunamayacak kadar karmaşık bir etkileşim sunmaktadır. Aksine, bu aktörlerin varlığı, gazeteciliğin dinamizmini, çok yönlülüğünü ve yeniden tanımlanma ihtiyacını açığa çıkarmaktadır. Dolayısıyla gazetecilik alanı, kapalı bir profesyonel yapı olmaktan çıkarak sürekli müzakere edilen, genişleyen ve evrilen bir alana dönüşmekte; bu dönüşüm ise alana ilişkin yeni soru işaretleri kadar potansiyel açılımlar da yaratmaktadır.

2.4.2. Periferi Aktörlerin Dijital Medya Ekosistemindeki Yeri

Patrick Donges, Christian Pieter Hoffmann ve Christian Pentzold, "Modes of Recognition and the Persistence of Center-Periphery Constellations in the Digital Public Sphere" (2024) başlıklı çalışmalarında, dijital kamusal alanın homojen bir yapıya sahip olmadığını ve merkez-periferi ilişkiselliğinin her zamankinden çok daha görünür olduğunu öne sürmektedir. Yazarlar, dijital medya platformları, sosyal medya aktörleri, mikro-influencerlar, alternatif medya ve Donald Trump gibi politik figürlerin iletişim stratejilerinin, gazetecilik alanı üzerinde belirgin etkiler yarattığını ifade etmektedir. Bu doğrultuda, söz konusu çalışma dijital kamusal alanın parçalanmış bir yapıdan ziyade, ağ temelli, çok katmanlı ve dinamik bir nitelik taşıdığını vurgulamakta; merkez ve periferi konumlarının sürekli bir gerilim veya müzakere içinde bulunduğunu, bazı aktörlerin merkez olmaktan kaçındığını ve hatta periferide kalmayı tercih edebileceğini ortaya koymaktadır. Böylece, dijital kamusal alanın çok merkezli ve çok çevresel bir biçimde örgütlenmesi, alışılagelmiş kavramsallaştırmalara karşı bir meydan okuma niteliği taşımakta ve yeni kavramsal çerçevelerin geliştirilmesine imkân sağlamaktadır. Yazarların belirttiği üzere, "çok merkezlilik ve periferi olma durumu ne arzu edilir ne de kendi başına sorunludur, ancak günümüzün dijital kamusal alanının yeterli bir tanımıdır" (Donges vd., 2024: 4596). Dijital alanın tüm avantajları ve dezavantajları birlikte düşünüldüğünde, güncel dijital medya ekosistemi öncelikle bu ön kabul üzerinden değerlendirilmesi önem taşımaktadır.

Chantal Mouffe'un siyaset teorisinde kullandığı agonist ve antagonist yaklaşım, gazetecilik alanındaki periferi aktörler konusuna yeni anlamlar sunmaktadır. Gazetecilik alanında periferi aktörleri çalışan araştırmacılar Mouffe'un bu teorisini, gazetecilikteki yeni aktörler üzerinden değerlendirmiştir (Belair-Gagnon ve Holton, 2018; Belair-Gagnon vd., 2019; Schapals vd., 2019). Bu bağlamda bir sonraki bölümde açıklanacak *agonistik* gazetecilik ve *antogonist* gazetecilik aktörleri (Eldridge, 2025: 11-12), geleneksel gazetecilik yapma biçimlerine katılmayan ve ana akım gazeteciliği eleştiren periferi aktörlerinin bir alt kümesi olarak geliştirilmiştir.

2.4.2.1. Alternatif, Kamusal ve Demokratikleştirici Bir Unsur Olarak Agonist Periferi Aktörler

Periferi aktörleri tek bir homojen olgu olarak incelemek indirgemeci bir bakış açısına neden olabilmektedir. Merkez ve periferi olguları ilişkisel olduğu kadar aynı zamanda değişkendir. Bu değişkenlik konuya ilişkin kavramları açıklamada çeşitli zorluklar yaratabilmektedir. Bu bağlamda, felsefe, sosyoloji ve siyaset bilimi disiplinlerinden ödünç alınan kavram setleri, periferi aktörlerin ontolojisini kavramaya çalışırken araştırmacılara önemli araçlar sunmaktadır. Bu kapsamda "agonizm" kavramı periferi aktörlerin doğasını incelerken kullanılan önemli kavramların başında gelmektedir. Kullanıldığı disipline göre farklı anlamlara gelse de dijital gazetecilik ve medya sosyolojisi çalışmalarında kullanılan "agonizm" kavramı, post Marksist Chantal Mouffe'un kavramsallaştırmasına dayanmaktadır. Agonistics-Thinking The World Politically (2013) başlıklı kitabında Mouffe, demokraside çatışmaların tamamen ortadan kaldırılmasının imkânsız olduğunu savunarak, çatışmaların düşmanlık değil, "adversarial" (karşılıklı mücadele) bir zeminde çözülebileceği bir modeli sunmayı amaçlamaktadır. Çatışmalar, demokratik değerler çerçevesinde yönetilmeli; diğer taraf "düşman" olarak değil, "adversary" (muhalif) olarak görülmelidir. "Agonistik demokrasi" olarak sunduğu bu yaklaşımda Mouffe, liberalizmin eksiklikleri eleştirilmiş ve antagonizmaların nasıl agonistik (yapıcı çatışmalar) hale getirilebileceği tartışmıştır (Mouffe, 2013: 17-19).

Mouffe, liberalizmin çatışma korkusunun, gerçek demokrasiyi baltaladığını iddia eder. Agonistikler, farklı ideolojik ve politik görüşlerin temsilcileridir ve bu farklılıklar, demokratik toplumun zenginliğidir. Dolayısıyla, Chantal Mouffe'un "agonizm" kavramı, farklı bakış açılarının birlikte var olabilmesine imkân tanıyan ve fikir ayrılığına -ya da anlaşmazlığa- değer veren bir demokratik toplum modelini ifade etmektedir (Mouffe, 2013). Bu model, fikir birliğine ulaşmak adına rasyonel müzakereye öncelik vermez; bu nedenle, bazen "aynı fikirde olmamayı kabul etmek" şeklinde özetlenmektedir. Agonizm, çoğunlukla Jürgen Habermas'ın müzakereci demokrasi savunusuna karşıt bir konumda değerlendirilir. Agonistik bir topluma ulaşabilmek için, söz konusu hedefleri baltalayan antagonizma ile eleştirel ve tutarlı bir biçimde yüzleşmek gerekir. Ayrıca, agonizmin üstesinden gelmeyi amaçladığı

toplumsal parçalanma olgusuyla da kapsamlı şekilde yüzleşilmesi önem taşımaktadır (Eldridge, 2025: 11).

Chantal Mouffe'un "agonistik demokrasi" anlayışı ışığında, agonistik periferi aktörleri, gazetecilikte çatışmayı yıkıcı bir unsur yerine demokratik bir enerji kaynağı olarak gören aktörlerdir. Bu aktörler, sistemin açıklarını eleştirerek ve yeni anlatılar sunarak, gazeteciliğin daha kapsayıcı ve çoğulcu olmasını sağlar. Ancak, çatışmayı "düşmanlık" üzerinden değil, "muhalefet" üzerinden tanımlarlar. Örneğin agonistik periferi aktörler, iklim değişikliği, azınlık hakları veya yolsuzluk gibi geleneksel medya tarafından göz ardı edilen toplumsal sorunları ele almaktadır. Bu yeni aktörler, geleneksel medyanın çerçevelediği anlatılara alternatif sunarak, medya ekosisteminin çeşitlenmesini sağlamaktadırlar. Dolayısıyla bu konum medyanın homojenleşmesini engellemekte ve farklı seslerin duyulmasını mümkün kılmaktadır. Bu kapsamda agonistik periferi aktörler, demokrasinin sürdürülebilirliği için önemli bir işlev görmektedir.

Günümüzde periferi aktörlerin medya ekosistemindeki örnekleri, gazetecilik alanının sınırlarını zorlayarak hem olumlu (agonist) hem de olumsuz (antogonists) etkilere yol açmaktadır. Ana akım medyanın yeterince kapsamadığı veya göz ardı ettiği alanlarda faaliyet gösteren bu aktörler, ana akım medyadaki boşlukları doldururken zaman zaman etik sınırları zorlayan ya da çelişkili uygulamalar sergileyebilmektedir. Diğer yandan hem agonist hem de antogonists eğilimler sergileyen periferi aktörler de bulunmaktadır. Bu değişken tanıma uyan en net örneğin Julian Assange ve *WikiLeaks*'dir. Öyle ki, periferi aktörler veya müdahaleci medya tartışmalarının çıkış noktasının, Julian Assange ve *WikiLeaks* tarafından ortaya konan "sızıntı gazeteciliği" pratiği olduğu söylenebilir. Assange'ın gazetecilik alanındaki konumu ve etkisi, alandaki "alan dışı aktörler" olgusunun ilk kez kapsamlı biçimde tartışılmasına zemin hazırlamıştır (Eldridge, 2018: 73). *WikiLeaks*'in kurucusu olan Assange, ABD hükûmetine ait gizli belgeleri yayımlayarak kamuoyu nezdinde geniş çaplı tartışmalar başlatmıştır. Bu süreçte bir kesim, Assange'ı ifade özgürlüğü ve özgür gazeteciliğin savunucusu olarak değerlendirirken, bir diğer kesim ise ulusal güvenlik hususlarına atıfla gazetecilik etik ilkelerinin ihlal edildiği gerekçesiyle kendisini eleştirmiştir (Eldridge, 2018: 83-85).

Sızıntı gazeteciliği kavramı, "genelde kimliği açıklanmamış kişiler tarafından kurumlarla ilgili sızdırılmış bilgilerin haber hâline getirilmesi sürecini anlatır" (İrvan, 2024). "Sızıntı gazeteciliği" olarak tanımlanan Assange'ın gerçekleştirdiği bu uygulama, çok büyük hacimdeki belgelerin gazeteciler ve kamuoyu ile paylaşılmasına olanak tanımıştır. Ancak, gazetecilik alanına alan dışı aktörlerin bu derece etkin bir konumda katılması, çeşitli etik ikilemleri de beraberinde getirmektedir. Devlet sırrı niteliğindeki belgelerin paylaşımı, halkın haber alma hakkı ile ulusal güvenlik ve diplomatik ilişkiler arasındaki gerginliği açığa çıkarmaktadır. Assange'ın yıllar süren hukuki yargılanma süreci, basın özgürlüğü ile devletlerin bilgi kontrol etme arzusu arasındaki çekişmenin bir sembolü hâline gelmiştir. Sonuç olarak, Assange örneği, dijital platformların gazetecilikteki rolünü yeniden düşünmeye ve sızıntılara dayalı haberciliğin sorumluluk, etik ilkeler ve yasal çerçeveler bakımından nasıl değerlendirilmesi gerektiğine ilişkin önemli bir vaka sunmaktadır.

Julian Assange'ın güncel medya ekosisteminde "gazeteci" olarak kabul edilip edilmemesi, uzun süredir tartışılan bir konu olmakla birlikte, gazetecilikte sınır çalışmaları, sınır nesnesi, meta-gazetecilik söylemi ve gazetecilik alanındaki periferi aktörlere ilişkin değerlendirmelerin de önemli bir çıkış noktasını oluşturmaktadır. *WikiLeaks*, 2006 yılında kurulduğu andan itibaren elde ettiği sızıntı belgelerini yayımlamaya başlamış ve sıklıkla kurumsal ana akım medya kuruluşlarıyla iş birliği içinde hareket etmiştir. Örneğin, 2007 yılında Kenya'nın eski Devlet Başkanı Daniel Arap Moi ve ailesine yönelik yolsuzluk iddialarına dair belgeler, *The Guardian* gazetesiyle de paylaşılmıştır. Daha sonra, 2010 yılında yayımlanan "Collateral Murder" (2007'de ABD ordusunun Irak'ta siviller üzerine ateş açtığını gösteren video), Irak Sırları (400 bin belge) ve Afganistan Savaş Kayıtları gibi belgeler, ABD ordusunun savaş suçu işlediği iddiasını içeren pek çok tartışmayı kamuoyuna taşımış ve *WikiLeaks* bu süreçte uluslararası gündemi etkileyen bir aktör konumuna gelmiştir (Al Jazeera, 2024; BBC News, 2024). *WikiLeaks* ile başlayan bu tür yayıncılık pratikleri, Edward Snowden'ın NSA belgeleri ve *Uluslararası Araştırmacı Gazeteciler Konsorsiyumu*'nun (*ICIJ*) *Panama* ve *Pandora Belgeleri* gibi girişimlerle daha da genişleyerek yaygınlaşmıştır. Söz konusu örneklerin bazıları, periferi aktörlerin kendi sızıntı belgelerini kendi internet sayfalarında yayımladıklarını, diğer

bir kısmı ise bu belgeleri kurumsal ana akım medya kuruluşlarıyla iş birliği yaparak kamuoyuyla paylaştıklarını göstermektedir.

Bütün bu gelişmelerin ardından, Julian Assange'ın "gazeteci" olarak kabul edilip edilmemesi hem akademik çevrelerde hem de medya profesyonelleri arasında uzun süredir tartışılan bir konu haline gelmiştir. 2011 yılında verdiği bir söyleşide, Assange kendisini "yayıncı," "editör" ve "yazar" gibi çeşitli unvanlarla tanımladığını, ancak bu tanımlamaların özünde gazetecilik pratiğini içerdiğini ifade etmektedir. Kendisini klasik muhabirlikten farklı bir konumda gördüğünü vurgulasa da "kamu yararına bilgi ifşa etme" işlevi nedeniyle gazetecilik kapsamının içinde yer aldığını savunmaktadır (NTV, 2011). Buna ek olarak, "ne iş yaptıklarının tanımından" ziyade, ortaya konan çalışmanın niteliğinin esas olduğunu vurgulamaktadır:

> "Biz ne iş yapıyorsak onu yapıyoruz. Ve asıl yaptığımız iş önemlidir, bize yakıştırılan sınıflandırma, sıfat o kadar da önemli değil… Fakat bence şu konu açık ki, biz birilerinden bilgi alıyoruz ve bunları kamuoyu ile paylaşıyoruz, yani bir nevi yayımcı olduğum şüphe götürmez. Bu arada, başka gazetecileri organize ettiğim için, editörüm de. Yine belirtmek isterim ki, 25 yaşımda ilk kitabımı yazdım. Aynı zamanda 'yazar'ım. Savaş alanına giden bir televizyon kameramanı gazeteci midir diye sorulabilir, veya sadece haftalık yayınlara makale yazan kişi 'klasik' anlamda 'gazeteci' midir, diye sorulabilir. Bence bunlar çok önemli ayrıntılar değil; önemli olan bulunması zor olan bilgilere ulaşıp, bunları kamuoyu ile paylaşan mesleklerden birine mensup olmam" (Assange'dan aktaran NTV, 2011).

Julian Assange her ne kadar kendisini "gazeteci" ve *WikiLeaks*'i de bir gazetecilik pratiği olarak kabul etse de (Eldridge, 2018: 89, 116), bu görüş, profesyonel gazeteciler, gazetecilik alanında çalışmalar yürüten bilim insanları ve gazeteciliğe yönelik sivil toplum kuruluşları tarafından uzun zamandır tartışılan bir konu olarak varlığını sürdürmektedir. Columbia Üniversitesi Gazetecilik Fakültesi eski dekanı Prof. Nicolas Lemann, The Sydney Morning Herald yazarı Peter Greste ve Türkiye'de medya ombudsmanı Faruk Bildirici gibi bazı önemli isimler, Assange'ın yürüttüğü faaliyetleri "gazetecilik" olarak değerlendirilmemesi gerektiğini savunmaktadır (İrvan, 2024). Bu düşüncenin arkasında yatan en önemli nedenlerden biri, *WikiLeaks*'in ham verileri herhangi bir editoryal süzgeçten geçirmeden kamuoyuna sunmasıdır. Özellikle Lemann ve Greste, "belgelerin hiçbir editoryal süreçten geçmeksizin ham hâlleriyle yayımlanmasının gazetecilik olarak

nitelendirilemeyeceğini" savunmaktadır. Lemann, *WikiLeaks*'in elindeki belgeleri ham hâliyle çevrim içi ortama yüklemesini "kaynak sağlayıcılığı" olarak tanımlamakta ve editoryal incelemeden yoksun bu belgelerin profesyonel gazeteciliğin ölçütlerini karşılamadığını öne sürmektedir (T24, 2010).

Buna karşılık, *WikiLeaks*'in gizli belgeleri elde etmesi, bu belgelerin doğruluğunu teyit etmesi ve kamuoyuna sunması, pek çok araştırmacı tarafından "araştırmacı gazetecilik" veya "sızıntı gazeteciliği" kapsamında değerlendirilmektedir. Nitekim, başlangıçta *WikiLeaks*'in yayınlarını gazetecilik olarak görmediğini belirten Nicolas Lemann, sonrasında Obama'ya hitaben kaleme alınan bir bildiriye imza atarak *WikiLeaks*'in, basın özgürlüğünü kapsayan *Birinci Değişiklik* (*First Amendment*) çerçevesinde korunması gereken bir gazetecilik faaliyeti olduğunu savunmuştur (Romenesko, 2010). Öte yandan, Süleyman İrvan, *NewsLabTürkiye*'de (2024) yayımlanan değerlendirme yazısında, Julian Assange'ın gazetecilik yapıp yapmadığına dair süregelen tartışmaya ilişkin şu yorumu aktarmaktadır:

> "Elbette Julian Assange kendisine gelen belgeleri süzgeçten geçirmeden *WikiLeaks* sitesinde olduğu gibi yayımladığı için eleştirilebilir. Ancak yaptığı işin gazetecilik faaliyeti olmadığını söylemek doğru değil. (…) Gazetecilik sadece haber yapmak değildir. Bazen elde edilmiş bir videoyu kesintisiz yayımlamaktır, tıpkı Irak'ta sivillere askeri helikopterden kurşun yağdırıldığını gösteren video gibi. Bazen, elde edilmiş tarihi bir belgeyi olduğu gibi yayımlamaktır, tıpkı Hürriyet'in 13 Ocak 1966 tarihinde manşetten yayımladığı Johnson mektubu gibi. Gazetecilik, George Orwell'a atfedilen tanımlamaya göre, 'Birilerinin yayımlanmasını istemediği şeyleri yayımlayabilmektir.' *WikiLeaks* bu amaçla kurulmuştur ve de Julian Assange birilerinin yayımlanmasını istemedikleri devlet sırlarını yayımlayabilme cesareti gösterebilmiş bir gazetecidir" (İrvan, 2024).

İrvan'a (2024) göre, sızdırılan belgelerin gazetecilik kapsamın yayımlanmasında gazeteciliğe ilişkin iki temel etik kriter öne çıkmaktadır: "Belgelerin gerçek olması" ve "yayımlanmasında kamu yararı bulunması." *WikiLeaks*'in yayınları değerlendirildiğinde, her iki ölçütün de karşılanabildiği görülmektedir.

> "Kişisel görüşüm, gazetecilerin devlet sırlarını korumak gibi bir yükümlülüklerinin olmadığı şeklindedir. Sırları korumak devletin görevidir, gazetecilerin değil. Sızdırılan

> belgeleri yayımladı ya da haber yaptı diye gazetecilere dava açmak basın özgürlüğüne dava açmak anlamına gelir. Julian Assange, sızıntı gazeteciliğinin en önemli temsilcisidir. Hapisten kurtulmak için casusluk suçlamasını kabul etmiş olması casus olduğu anlamına gelmez" (İrvan, 2024).

Alanda bir "müdahaleci" aktör olarak Assange'ın faaliyetlerini ele alırken, "gazetecilik" kavramının geçirdiği dönüşümü de dikkate almak önem taşımaktadır. Geleneksel olarak gazetecilik, toplanan bilginin editoryal süzgeçten geçirilmesi ve okuyucuya ya da izleyiciye "anlamlandırılmış" bir içerik sunulmasıyla tanımlanmaktadır (Kovach ve Rosenstiel, 2007: 76-77). Ancak, dijital çağın getirdiği olanaklar, özellikle sızıntı odaklı belgelerin hızlı ve kitlesel biçimde paylaşılabilmesiyle birlikte, söz konusu tanımın sınırlarının genişlediğini göstermektedir. Assange'ın yürüttüğü faaliyetler, yalnızca "belge sızdırmak" veya "belge toplamak" ile sınırlı kalmamakta; bu belgeleri, belirli bir sistematik çerçevede (*WikiLeaks* platformu aracılığıyla) düzenli olarak kamuoyuna sunmayı da kapsamaktadır. Her ne kadar bu süreç, klasik anlamda haberin editoryal işlenmesi kadar detaylı bir kontrol mekanizmasına sahip olmasa da kamusal bilgiye erişimi önceleyen ve "doğru bilgiyi" kamuoyuna ulaştıran kayda değer bir gazetecilik işlevi üstlenmektedir. Dolayısıyla, Julian Assange, dar anlamda gazetecilik tanımıyla tam olarak örtüşmeyen, ancak, günümüzde giderek daha fazla kabul gören "sızıntı gazeteciliği" pratiğini uygulamaktadır. Bu durum, onu "gazetecilik alanının merkezinde değil, periferisinde konumlanan fakat icra ettiği faaliyetlerle alanın merkezine doğrudan etki edebilen" bir "müdahaleci" aktör konumuna taşımaktadır (Eldridge, 2018: 116).

Her ne kadar bazı durumlarda ana akım medya ile iş birliği gerçekleştirmiş olsalar da *WikiLeaks* gibi periferi aktörlerin dijital medya ekosistemindeki konumunu yansıtan bir diğer önemli unsur, ana akım medyaya yönelik karşıt bakış açılarıdır. Geleneksel medyanın gerçekleri yeterince temsil edemediğini savunan bu aktörler, kendi girişimleri aracılığıyla medyada oluşan boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Eldridge'e (2019) göre, *WikiLeaks*, *Gawker*, *Eschaton* ve *Order-Order* gibi medya ekosistemindeki alan dışı aktörler, geleneksel medyadan farklı biçimde eleştirel ve bağımsız bir habercilik yaklaşımına sahiptir. Öyle ki bu aktörler, "gerçek gazeteciliği" kendilerinin yürüttüğünü ve geleneksel medyanın da kendi çabalarına katılması

gerektiğini ileri sürmektedir. Örneğin, blog sayfaları *Eschaton* ve *Gawker*, önemli politik meselelere yeterince yer vermediğini öne sürerek geleneksel medya kuruluşlarını eleştiren içerikler üretmiş ve ana akım medyayı bu haberleri takip etmeye davet etmiştir (Eldridge, 2018: 142-143). Benzer biçimde, *WikiLeaks* de 2010 ve 2011 yıllarında ana akım medyaya yönelik eleştirilerde bulunmuştur. Öte yandan, *Eschaton* ve bir dönem *Gawker* bünyesinde faaliyet gösteren pek çok aktör, gazetecilerin siyasetçilerle aşırı içli dışlı olmasını hedef alan "antagonistik eleştiriler" dile getirmiştir (Eldridge, 2018: 132-133).

Eldridge'e (2019: 15) göre, alanın merkezine bu tür eleştiriler getiren periferi aktörlerin yapıcı ve muhalif doğası, gazeteciliğin "gerçekleri ortaya çıkarma" ve "iktidardan hesap sorma" gibi idealleriyle uyumluluk taşımaktadır: "Müdahaleciler gazetecilik ideallerini benimsemektedir, sadece keskin dirsekler ve daha keskin dillerle" (2019: 15). Periferi aktörler, geleneksel gazetecilerin çalışmalarını eleştirirken bile, bu eleştirinin daha geniş gazetecilik alanını geliştirmeye hizmet ettiğini düşünmektedir (Eldridge, 2019: 17). Dolayısıyla, söz konusu periferi aktörler hem bilgilendirici hem de ana akım gazeteciliği eleştiren içerikler üreterek, gazetecilik kimliği ve aidiyet iddialarını aynı anda hem geleneksel ana akım medya "çekirdeğine" karşı bir duruşla hem de gazetecilik alanına dahil olma arayışıyla birlikte ortaya koymaktadırlar (Eldridge, 2025: 7).

WikiLeaks gibi sızıntı gazeteciliği ve *Gawker* gibi blog haberciliği yaklaşımlarının gazetecilik alanı ile hem *agonistik* hem de *antagonistik* boyutları olan farklı derecelerde ilişkiler kurduğu görülmektedir. Ancak, gazeteciliğin "kamusallık" değerine sıkıca bağlı *agonist* periferi aktör örnekleri de bulunmaktadır. Schapals, Maares ve Hanusch (2019) ise Avustralya, Almanya ve Birleşik Krallık'taki niş yayınlar yapan periferi aktörler üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, söz konusu yeni aktörlerin kamusal fayda ve doğrulanmış bilgi gibi gazeteciliğin temel değer ve ideolojisine bağlı kaldıklarını bulgulamışlardır. Nitekim, Schapals (2022: 4) da farklı ülkelerde gerçekleştirdiği saha çalışmasında, periferi aktörlerin kamusal fayda güdüsü ve "dördüncü kuvvet" anlayışına sıkı bir bağlılık sergilediğini tespit etmiş ve bu aktörlerin gazetecilik idealizmini yoğun şekilde içselleştirdiğini gözlemlemiştir.

Agonist mantıkla hareket eden periferi aktörlerin en önemli örneklerini doğrulama, teyit platformları ve OSINT (Açık Kaynak İstihbaratı) araştırma grupları oluşturmaktadır (Graves vd., 2023; Müller ve Wiik, 2023). Holton ve Bleair-Gognon'nun (2018: 73-75) *örtülü müdahaleciler* (*implicit*) olarak adlandırdığı bu aktörler, gazetecilik alanına açıkça meydan okumayan ve gazeteciliği yeniden canlandırmak için yenilikçi (çoğunlukla teknoloji merkezli) yaklaşımlar sunan failler olarak ön plana çıkmaktadır. Doğrulama ve teyit platformlarının, gazetecilik alanının periferisinde yer almalarına karşın alana önemli bir etki sağladıkları söylenebilir. Özellikle yanlış ve yanıltıcı bilginin hızla dolaşıma girdiği günümüz medya ekosisteminde, bu platformlar periferi aktörlerin olumlu etkilerinin öne çıktığı bir örnek olarak dikkat çekmektedir. Doğrulama ve teyit platformları, yanlış bilgi ve dezenformasyonla mücadelede kritik bir rol üstlenerek, kamuoyuna doğru bilgi sunmanın yanı sıra ana akım medya kuruluşlarına da güvenilir kaynaklar sağlamaktadırlar (Baac vd., 2022: 113). Böylelikle, dijital ekosistemdeki güvenilirlik sorunlarının giderilmesine katkıda bulunarak, gazeteciliğin simgesel sermayesinin güçlenmesini desteklemektedirler.

Doğruluk kontrol kuruluşlarının son yıllarda küresel medya ekosisteminde hızla genişlediği görülmektedir. 2021 yılı verilerine göre küresel bağlamda 108 ülkede faaliyet gösteren yaklaşık 400 bağımsız doğruluk kontrol kuruluşu bulunmaktadır (Graves vd., 2023: 1). Günümüzde özellikle sosyal medyanın birincil haber tüketim kaynağı olarak kullanılması, yanlış bilginin yayılmasına katkıda bulunmuştur (Wu vd., 2019). Doğruluk kontrol platformları, yanlış bilgilerle mücadele etmek ve gazeteciliğin hesap verebilirliğini korumak için kamuya mal olmuş kişiler, kuruluşlar ve medya kuruluşları tarafından ortaya atılan iddiaları doğrulamayı amaçlayan özel kaynaklardır. 2008'de *PolitiFact.com* ve *Fact-check.org* gibi siyasî doğruluk kontrolü yapan organizasyonların öncülük ettiği "fact-checking" alanı, başlarda siyasi söylemlerin doğruluğunu kontrol etmiş, daha sonra doğruluk kontrol alanlarına gazeteler, gazeteciler, editörler ve çeşitli medya figürlerini de eklemiştir.

Örneğin, bir gazetecilik sivil toplum kuruluşu olan *Poynter Enstitüsü* tarafından kurulan ve kâr amacı gütmeyen bir proje olan *PolitiFact.com*, gazete ve bağlı haber medyası, çıkar grupları ve ABD siyasetinde yer alan siyasetçiler tarafından yapılan

açıklamaların doğruluğunu raporlamaktadır. *PolitiFact'*in eski Genel Yayın Yönetmeni Angie Drobnic Holan, doğruluk kontrolünün gazetecilik alanındaki konumunu şu şekilde açıklamaktadır: "Doğruluk kontrolü gazeteciliği *PolitiFact*'in kalbidir. Temel ilkelerimiz bağımsızlık, şeffaflık, adillik, kapsamlı raporlama ve net yazımdır. Yayın yapmamızın nedeni, vatandaşlara bir demokraside kendilerini yönetmek için ihtiyaç duydukları bilgileri vermektir" (Holan, 2018). Kurumun kendisini "doğruluk kontrolü gazeteciliği" ve çalışanlarını da "gazeteciler" şeklinde tanımlaması dikkat çekicidir; öyle ki, bu tanımlama kendilerini gazetecilik alanının içinde tanımladıklarını göstermektedir. Benzer şekilde, Pennsylvania Üniversitesi Annenberg Kamu Politikaları Merkez i'nin bir projesi olarak kurulan *FactCheck.org* da temel amacının "hem gazeteciliğin hem de bilimselliğin en iyi uygulamalarını hayata geçirmek ve kamuoyunun bilgi ve anlayışını artırmak" olduğunu ifade etmiştir (FactCheck.org, 2025).

Özellikle 2020'li yıllarda habercilikte hesap verebilirlik ve şeffaflığa olan talebin tüm dünyada artmasıyla, farklı ülkelerde *PolitiFact* ve *Fact-check.org* benzeri doğruluk kontrol platformları görünür olmuştur. Örneğin, Türkiye'de 2013'ün sonlarında temelleri atılan *Doğruluk Payı* da kurulurken *PolitiFact*'ten ilham alarak faaliyetlerine başlamıştır (Karadeniz, 2024). *Doğruluk Payı*'nın şef editörü Koray Kaplıca, "dünya genelinde artan siyasî kutuplaşmanın en çok gazeteciliği etkilediğini ve doğruluk kontrolünün, belirli ilkelere dayalı olarak bu kutuplaşmadan kaynaklanan medya sorunlarını çözebileceğini" ifade etmiştir (Kaplıca'dan aktaran Karadeniz, 2024). *Journo*'ya verdiği söyleşide Kaplıca, teyit kurumlarının gazetecilik ekosistemindeki yerini şu şekilde açıklamıştır.

> "Gelecekte gazetecilik ve doğruluk kontrolü arasındaki evrim, bu iki ağ arasındaki bağların güçlendirilmesini ve daha sağlam bir iş birliği kurulmasını zorunlu hâle getiriyor. Kurumsal gazetecilikte, haber sürecine doğruluk kontrolünün eklenmesi artık vazgeçilmez bir gereklilik. ABD ve Batı Avrupa'da bu dönüşüm kısmen gözlemleniyor. Bilgi akışının hızlandığı günümüzde, gerçek zamanlı doğrulama giderek daha önemli hâle geliyor ve bu iki ağın iş birliği yapması şart" (Kaplıca'dan aktaran Karadeniz, 2024).

Aynı söyleşide *Teyit* editörü Beşire Korkma ise "Basın özgürlüğünün kısıtlı olduğu ülkelerde teyitçiliğin ve gazeteciliğin yarattığı kesişim alanı daha büyük değer

ve önem taşıyor" (aktaran Karadeniz, 2024) yorumunda bulunmuştur. Dolayısıyla, medya sektöründeki reklama dayalı habercilik anlayışı, tüm dünyada yaşanan siyasi kutuplaşma ve medya-demokrasi ilişkisinin giderek kötüye gitmesi teyit kurumlarını güncel gazetecilik ekosisteminin önemli bir parçası haline getirmektedir. Bağımsız teyitçi ve gazeteci Burak Altınok, *Journo*'daki söyleşide bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

> "Etkileşimden para kazanma durumu sorunu kötüleştirdi. Hedef kitlenin eleştirel medya okuryazarlığının düşük olması da büyük bir problem olarak karşımıza çıkıyor. Bu nedenle gazetecilik ve teyitçilik pratiklerinin ortak bir noktada kesişmesi kaçınılmaz hâle geldi. (…) Görseller, metinler ve videolar (deepfake, cheapfake) ile rahatça oynanabilen bir çağda bu doğrulamayı yapmayan gazetecilerin yanlış bilgiyi yayarak kitlesine zarar verdiğini unutmamak gerekiyor" (Altınok'tan aktaran Karadeniz, 2024).

Güncel medya ekosistemine *örtülü müdahaleci* (*implicit*) olarak konumlanan bir diğer olumlu örnek ise OSINT (Açık Kaynak İstihbaratı) araştırma gruplarıdır. Açık kaynak verilerinden faydalanılarak bilgi toplama, değerlendirme ve analiz etme süreçlerini araştırmacı gazetecilik için kullanan bu araştırma grupları, geleneksel gazetecilik sınırlarını genişleten önemli bir dinamizmi temsil etmektedirler. *Airwars*, *Bellingcat*, *Forensic Architecture*, *Syrian Archive* ve *Center for Information Resilience (CIR)* gibi organizasyonlar, geleneksel gazetecilik alanından gelmeyen ancak, gazetecilik pratiğinde önemli bir yer edinen periferi aktörler olarak öne çıkmaktadır. Bu aktörler, özellikle niş içerikler üretmekte ve açık kaynak verilerini kullanarak yenilikçi hikâye anlatım metotları geliştirmektedirler (Müller ve Wiik, 2023: 190).

OSINT ve veri analizi yöntemlerini benimseyen bu gruplar, araştırmacı gazetecilik alanında yeni ufuklar açarak medya ekosisteminde alternatif bir konum elde etmektedir. Bu gruplar, kamusal alanda hesap verebilirliği artırmakta ve geleneksel medyanın erişemediği ya da yeterince inceleyemediği alanlarda başarılı projelere imza atmaktadır. Özellikle insan hakları ihlalleri, çevresel tahribat ve savaş suçları gibi konularda yürütülen araştırmalar, gazetecilik pratiklerini yenilikçi yöntemlerle birleştirerek alanın sınırlarını genişletmektedir (Müller ve Wiik, 2023: 205-206). Bu tür çalışmalar hem gazeteciliğin yöntemsel çeşitliliğini artırmakta hem

de hesap verebilirlik ve şeffaflık konularında yeni standartlar oluşturmaktadır (Şirvanlı ve Baştürk, 2024: 489-499).

Diğer yandan, bazı Güney Afrika ülkelerinde gazetecilerin gazetecilik yapmanın içerdiği risklerden kaçınma eğiliminde olması, önemli haber üretim faaliyetlerinin periferi aktörler tarafından üstlenilmesine yol açmaktadır. Bu doğrultuda, ana akım medyanın sunamadığı kamusal hizmet boşluğunu, yurttaş gazetecileri gibi periferi medya aktörleri doldurmaktadır. Adjin-Tettey ve Etrue (2025), Gana'daki ana akım ve periferi medya aktörlerinin *X* (eski adıyla *Twitter*) üzerinden yürüttükleri veri odaklı gazetecilik uygulamalarını inceleyerek, bu aktörlerin yurttaşların kamusal katılımını nasıl teşvik ettiğini analiz etmiştir. Bulgular, veri gazeteciliği alanında faaliyet gösteren periferi aktörlerin, veri temelli haberleri kişisel anlatılar ve doğrudan etkileşim yoluyla daha etkili hâle getirerek geleneksel haber anlayışını aştığını ve bu sayede vatandaşların kamusal tartışmalara daha fazla katılımını sağlayan bir araç hâline geldiğini göstermektedir (Adjin-Tettey ve Etrue, 2025: 18-19). Dolayısıyla, basın özgürlüğünün kısıtlı olduğu Gana gibi ülkelerde, belirli periferi aktörler hükümet ve kurumların hesap verebilirliğini artıran, vatandaşları politik süreçlere dâhil eden bir araca dönüşebilmektedir. Holton ve Belair-Gagnon'un (2018: 73) da belirttiği üzere, bu aktörler mesleğin periferisinde faaliyet göstermelerine rağmen, haberlerin oluşturulması ve dağıtımı süreçlerine doğrudan katkıda bulunarak gazeteciliğin işleyişini şekillendirmektedir.

Güncel medya ekosisteminin periferisinde konumlanan ve alanın simgesel değerini güçlendiren Teyit platformları OSINT araştırma grupları ve yurttaş veri gazetecileri gibi *örtülü (implicit) müdahalecileri*n yanı sıra, gazetecilik otoritesine açıkça meydan okuyarak siyasi amaçlarla gazetecilik alanını dönüştürmeyi hedefleyen *açık (explicit) müdahaleci* periferi aktörler de bulunmaktadır (Holton ve Bleair-Gognon, 2018: 73-75). Bu "yıkıcı" alan dışı failler, özellikle basın özgürlüğünün kırılgan olduğu ülkelerde daha belirgin biçimde görülmektedir. Özellikle Rusya gibi otoriter medya ortamlarında, periferi aktörlerin önemi daha da belirgin hale gelmektedir. Rusya'da Alexey Navalny tarafından yürütülen medya projeleri, bu duruma çarpıcı bir örnek teşkil etmektedir. Navalny ve ekibi, otoriter rejimin medya üzerindeki baskısı nedeniyle ana akım medyada kendilerine yer bulamamakta, bu

sebeple *YouTube* gibi dijital platformları kullanarak gazetecilik faaliyetlerini sürdürmektedir (Glazunova, 2020: 124-125). Navalny'nin kurduğu kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olan *Yolsuzlukla Mücadele Vakfı (Fond borbı s korruptsiyey-FBK)*, sosyal medya yayınlarıyla yalnızca Rusya'daki yolsuzlukları ifşa etmekle kalmamış, aynı zamanda toplumsal hareketlilik yaratmayı ve kitleleri harekete geçirmeyi hedeflemiştir. Navalny, temelde aktivist bir avukat olmasına rağmen, ekibiyle birlikte gazetecilik pratiklerini benimseyerek kamusal farkındalık yaratma misyonu üstlenmiştir (Philp, 2021).

Navalny gibi alan dışından gelen aktörler, her ne kadar profesyonel alanda gazeteci olarak tanımlanmasalar da yürüttükleri araştırmalar ve yaptıkları ifşalar sayesinde gazetecilik işlevlerine önemli ölçüde yaklaşmaktadır. Navalny ve ekibinin çalışmaları, otoriter rejimlerde gazetecilikle aktivizm arasındaki sınırın nasıl muğlaklaşabildiğine çarpıcı bir örnek oluşturmaktadır. Geleneksel gazetecilerden farklı olarak, bu aktörler eşzamanlı biçimde hem aktivist hem de gazeteci rolleri üstlenmektedir. Bu ikili rol, onları "müdahaleciler" (interlopers) kategorisine yerleştirmek açısından uygun bir örnek sunmaktadır (Glazunova ve Schapals, 2024: 9-12). Nitekim, Navalny ve *FBK* çalışanları, gazetecilik faaliyetlerinde öncelikli kaygılarının aktivist ve politik hedefler olduğunu açıkça ifade etmektedir. *FBK*'nın araştırma biriminden sorumlu başkanı Maria Pevchikh, "Siyasi bakış açımızı inkâr etmek aptalca olur, araştırmacı gazeteciliği siyasi hedeflerimize ulaşmak için bir araç olarak kullanıyoruz" (Philp, 2021) diyerek bu tutumu dile getirmektedir.

Rusya'daki gazetecilik örgütleri ve profesyonel gazeteciler ise Navalny'nin medya projelerinde araştırma niteliği bulunduğunu kabul etmekle birlikte, projelerin çoğunlukla alaycı yorumlar barındıran viral videolardan oluştuğunu ve bu nedenle herhangi bir profesyonel haber odasının ciddiye alamayacağı bir formda sunulduğunu ileri sürmektedir. Bununla birlikte aynı gazetecilik örgütleri, *FBK*'nin "muhtemelen ülkede araştırma yapan en etkili medya kuruluşu olduğunu ve araştırmacı gazetecilerin *FBK*'nin yöntemlerinden çok şey öğrenebileceğini" (Philp, 2021) de vurgulamaktadır. Bu durum, Navalny'nin projelerinin, otoriter rejimlerde periferi aktörlerin gazetecilik alanının sınırlarını genişletebilme ve demokratik bir kamusal alan oluşturma potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Glazunova ve Schapals, 2024).

Alanın periferisinde konumlanan ve "tanımlanma" noktasında soru işaretleri uyandıran bir diğer aktör ise "sosyal haber" siteleridir (Tandoc Jr ve Jenkins, 2017: 488). Sosyal medya ekosisteminde doğup gelişen ve "sosyal haber (social news)" şeklinde adlandırılan bu yeni gazetecilik türü; mizahi, paylaşılabilir (shareability) ve izleyiciyle doğrudan etkileşime giren (sociability) nitelikleriyle öne çıkmaktadır (Hurcombe, 2021: 382). Mizah, pop kültürü referansları ve platform estetiğine uygunluk sosyal haberin temel unsurları arasında yer almakla birlikte, geleneksel haber platformlarına kıyasla sosyal haber platformları izleyiciyle daha samimi ve doğrudan bir ilişki kurmaktadır. Özellikle genç kitleye hitap eden bu platformlar, geleneksel gazetecilik formatlarını yeniden tanımlayarak daha samimi, eğlenceli ve katılımcı bir habercilik yaklaşımı sunmaktadır (Hurcombe, 2021: 383-387).

Huffington Post, Junkee, *Pedestrian.tv* ve *Vice News* gibi yayıncılar bu türün çeşitlenmesine katkı sunmuş olsa da sosyal haber formatının en önemli örneği *BuzzFeed*'dir. Başlangıçta komik kedi videoları ve yaşam tarzı içerikli listeler sunan basit bir eğlence sayfası olarak ortaya çıkan *BuzzFeed*, büyüme süreci içerisinde profesyonel gazetecilerle çalışmaya başlayarak araştırmacı gazetecilik alanına da dâhil olmuştur (Tandoc Jr ve Jenkins, 2017: 483). Nitekim *BuzzFeed*'in araştırmacı gazetecilik ekibi, 2021 yılında hazırladıkları haber dizileri ile Uluslararası Habercilik dalında Pulitzer Ödülü'nü kazanmışlardır (Mack ve Nashrulla, 2021). *BuzzFeed*'in gazetecilik yapış şekli değerlendirilmesinde geleneksel gazetecilik normlarını -bir başka ifade ile alanın doxa'sını- referans aldığı görülmektedir (Tandoc Jr ve Jenkins, 2017: 489). *BuzzFeed*'in bir eğlence platformundan bir haber kanalına dönüşme sürecine değinen Schapals (2022), periferi aktörler üzerine yürüttüğü saha çalışmasında, *BuzzFeed Avustralya* muhabirinin şu sözlerine yer vermektedir: "*BuzzFeed* çok akıllıca davrandı, çünkü, sadece hızlı tıklama ve kedi videoları isteyen kitleyi alıp dikkatlerini daha önemli bir şeye yönelttiler... İnternetin bu çok basit zihniyetini manipüle edebilmelerine [ve bunu] gerçekten olumlu bir şeye dönüştürebilmelerine şaşırmadım" (Schapals, 2022: 60).

BuzzFeed'in geleneksel gazetecilik alanında nasıl bir konum elde ettiğini araştıran Tandoc Jr. (2018: 211), -Bourdieu'nun alan teorisine atıfla- *BuzzFeed*'in

ekonomik sermayesini, gazetecilik alanına başarılı bir giriş yapabilmek için kilit bir gösterge olan kültürel sermayeye dönüştürmeyi başardığını vurgulamaktadır. Bu durum, bir alanda var olmanın, yerleşik aktörlerin kurallarına göre hareket etmeyi ve gazetecilik alanını tanımlayan kurallar sistemi olan "alan tanımlayıcı doxa"nın sınırları içerisinde faaliyet göstermeyi gerektirdiğine işaret etmektedir. Bu çerçevede, Tandoc Jr. (2018: 210-211) ve Schapals'a (2022: 57) göre *BuzzFeed*, haber sunum formatı bağlamında kendi kurallarını işler kılsa da gazetecilik alanını dönüştürmekten ziyade alanın normatif kurallarının korunmasına katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda *BuzzFeed* hem gazetecilik alanında bir dönüşüm gücü hem de geleneksel normların bir devamı olarak algılanmaktadır (Tandoc Jr ve Jenkins, 2017: 489). Ancak, finansal kısıtlar, dünya çapında haber merkezlerinin küçülmesi ve *Facebook* başta olmak üzere sosyal medya platformlarının haber akışını kısıtlamaya başlaması gibi etkenler nedeniyle *BuzzFeed*, araştırmacı habercilik ekibinde önce küçülmeye gitmiş, ardından bu birimi kapatmak zorunda kalmıştır (Smith, 2023).

Alanda bir periferi aktör olarak konumlanan *BuzzFeed*, geleneksel haber organizasyonları tarafından bir tehdit olarak görülse de, aynı zamanda yeni bir model olarak değerlendirilmektedir. Tandoc Jr ve Jenkins'in (2017: 493-494) vurguladığı üzere, geleneksel medya, *BuzzFeed*'in viral içerik üretim becerisini takdir etmekte ancak, gazetecilik normları açısından yetersiz bulmaktadır. *BuzzFeed*'in ekonomik başarısı, kültürel sermaye kazanma çabası ile birleşerek onu gazetecilik alanında güçlü bir oyuncu haline getirmiştir. Dolayısıyla, *BuzzFeed*'in gazetecilik alanına girişi, geleneksel medya için hem bir meydan okuma hem de iş birliği fırsatı yaratmaktadır. Ancak, BuzzFeed'in eğlence ve haber içeriklerini bir arada sunması, gazetecilik etik kurallarını zedeleyebilecek bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Tandoc Jr ve Jenkins, 2017: 493).

İfade edilen tüm bu gelişmelere karşın, *BuzzFeed* gibi sosyal haber platformlarının gazetecilik pratiğinde kayda değer dönüşümler sağladığı söylenebilir. Günümüzde dijital haber platformları, yalnızca geleneksel gazeteciliği desteklemekle kalmayıp, aynı zamanda haber üretim biçimlerini ve içerik sunma stratejilerini de dönüştürmektedir. Örneğin, *BuzzFeed News* ve *Vice News* gibi dijital yayıncılar, anlatım teknikleriyle gazetecilik alanına yeni perspektifler kazandırmaktadır. Bu

platformların benimsediği "duygusal hikâye anlatım" yöntemi, salt bilgi aktarımının ötesinde, izleyicilerin duygusal katılımını da hedefleyerek geleneksel haber anlatım anlayışına alternatif bir yaklaşım sunmaktadır.

Dennis ve Sampaio-Dias'a (2021) göre, özellikle seçim dönemlerinde *BuzzFeed News* ve *Vice News*'un kullandığı "duygusal çerçeveleme", izleyicilerin seçim haberlerine ilgisini artırmakta ve politik bilincin güçlenmesine katkı sağlamaktadır. *BuzzFeed News* ve *Vice News*, genç kitlelerle bağlantı kurabilmek amacıyla onlarla ilişkili bir dil ve görsel üslup kullanmaktadır. Örneğin, haber içeriklerinde kullanılan samimi konuşma tonları, internet kültürü terminolojisi ile bağlantılı argo ifadeler ve popüler kültür referansları, izleyicilerin kendilerini bu içeriklerle özdeşleştirebilmesine olanak tanımaktadır. Tüm bu unsurlar, siyasete ilgisiz olduğu düşünülen bir kitleyi dahi siyasete dair bilgilendirirken, kampanya haberciliğinin enformelleşmesine katkı sunmaktadır. Dennis ve Sampaio-Dias, "*BuzzFeed News*'in sosyal ağlardaki komik içerikleri bir araya getirmesi ve *Vice News*'in kışkırtıcı haberciliğinin tık tuzağı içerikler olarak değerlendirilmemesi gerektiğinin" (2021: 1623) altını çizmektedir. "Duygusal hikâye anlatım" yöntemi, haberin etki gücünü artırmak üzere kullanılmaktadır. Bu çerçevede, alandaki periferi aktörlerin ürettikleri haberleri daha cazip ve gençlik odaklı bir anlatıya dönüştürmeye yönelik uygulamaları, izleyici merkezli yenilikçi habercilik pratiklerinin varlığını göstermektedir. Sonuç olarak, *BuzzFeed*'in öncelik ettiği "sosyal haber" formatının gazetecilik alanındaki yükselişi, medya ekosisteminin esnek ve dinamik doğasını göstermektedir.

BuzzFeed News ve *Vice New* gibi "yeni nesil" örnekler, Carlson ve Peters'ın (2023) güncel konjonktürde "gazetecilik çalışmalarının gazeteciliği merkezden uzaklaştırılması" gerektiği yönündeki çağrısının somut zemindeki örneklerini yansıtmaktadır. Benzer bir örnek, *On Being* podcast yayınını inceleyen Parks'ın (2024) çalışmasında da gözlenmektedir. *On Being*'in yayıncısı Krista Tippett kendini gazeteci olarak tanımlamakta ve programında gazeteciliğin bilindik formları çerçevesinde çeşitli söyleşiler yürütmektedir. Ancak Parks'a (2024: 2) göre, Tippett'in yayınları haber değerlerine "uymaktan" ziyade, bu değerleri dönüştüren bir yaklaşım sergilemektedir. Parks'a (2024: 4) göre, güncel medya ekosisteminde geleneksel

gazetecilik pratikleri toplumda artan çatışma ve kutuplaşmayı pekiştirmektedir; bunun karşısında, *On Being* adlı podcast yayını alternatif bir gazetecilik modeli sunarak daha insan merkezli bir yaklaşımla haberciliğe katkı sağlamaktadır. Tippett, söz konusu yaklaşımı "sevinç (joy)" olarak tanımlanan (Parks, 2021: 822) duygusal bir teorik mercek üzerinden geliştirmektedir.

Haber değerlerine dönük bir yönelim olarak "sevinç" ilkesi, gazetecileri yalnızca siyasi alanın sorgulayıcı ve yorumlayıcıları değil, aynı zamanda ahlaki alanın da sorgulayıcıları ve yorumlayıcıları olarak konumlandıran bir gazetecilik anlayışını ifade etmektedir (Parks, 2021). Bu doğrultuda, *BuzzFeed News* ve *Vice News*'un "sosyal haber" bağlamında geliştirdiği stratejileri, *On Being* "sevinç (Joy)" ilkesini vurgulayarak gerçekleştirmektedir. Parks (2024: 15), gazeteciliğin olumsuzluklara odaklanmasının toplumsal huzursuzluğu artırabileceğini ve *On Being* gibi platformların bu bağlamda alternatif bir vizyon sunduğunu belirtmektedir. Bu modelin, gazetecilik alanında yeni bir norm oluşturma potansiyeline sahip olduğu ileri sürülmektedir (2024: 15).

Periferi aktörlerin medya ekosistemindeki yeri, yerel medya düzeyinde değerlendirildiğinde, alan dışı aktörlerin hiperyerel medya platformlarında giderek daha fazla yer aldığı görülmektedir. Metzgar vd.'ne göre hiperyerel medya, coğrafi temelli, topluluk odaklı ve Web'e özgü orijinal haberler üreten medya organizasyonlarıdır. Bu platformlar, belirli bir konuya veya bölgeye odaklanarak kamusal sorunları ele almayı ve sivil katılımı teşvik etmeyi amaçlamaktadır (Metzgar vd., 2011: 773-774). Örneğin ABD'nin küçük bir kasabasında meydana gelen suçlarla ilgili bir podcast yayını olan *Small Town Dicks,* her bölümde küçük bir kasabadaki yolsuzlukları o bölgedeki detektiflerin kendi ağzından vererek, özünde gazeteciliğin "kamunun bekçi köpeği" rolünü yerine getirmektedir (Eldridge, 2025: 7).

Bu bağlamda, hiperyerel medya organizasyonları, güncel gazetecilik pratiklerinde "sivil katılımı" önceleyen bir anlayış geliştirerek, toplumsal meselelerin yerel düzeyde daha görünür hale gelmesine katkıda bulunmaktadır. Yerel düzeyde faaliyet gösteren periferi aktörler, ana akım medyanın eksik kaldığı alanlarda haber ve bilgi sağlayarak kamusal hizmet odaklı bir misyon üstlenebilmektedir. Bu tür

platformlar, yerel yönetimlerin faaliyetlerini inceleyen, yerel toplulukların sesi olmayı hedefleyen ve toplumsal bilinç oluşturmayı amaçlayan içerikler üretmektedir. Özellikle küçük ölçekli topluluklarda, bu aktörler yerel halkın ihtiyaç ve taleplerini gündeme taşıyarak, yerel yönetimlerin hesap verebilirliğini artırmaktadır (Harcup, 2015; Doliwa ve Purkarthofer 2021).

Örneğin, İngiltere'nin Leeds şehrinde faaliyet gösteren yerel bir haber blog yazarı olan Quentin Kean, "Leeds Citizen" isimli blog sayfasında yerel yönetimlere ilişkin kamuya açık verileri analiz ederek ve yerel yönetimin harcamalarını denetleyerek bir yurttaş gazeteci olarak önemli bir rol üstlenmektedir. Kean'e göre, yerel yönetimlerin kararları ve harcamaları ana akım medya tarafından yeterince incelenmemektedir (Harcup, 2015: 653). Bu bağlamda, Leeds Citizen, kamu verilerine dayanarak yerel yönetimlerin hesap verebilirliğini artıran bir platform olmuştur. Blog, kütüphane bütçe kesintileri ve sosyal konut projeleri gibi konularda bir kamuoyu oluşturmayı başarmış; belediye meclis toplantılarını kayıt altına alma hakkı için mücadele ederek, yerel düzeyde şeffaflık sağlamıştır (Harcup, 2015: 649-651). Dolayısıyla, alanın dışından gelen aktörler, kendilerine yerel bağlamda bir alternatif medya yaratarak sivil toplum için bir hesap verebilirlik platformu sunmaktadır. Ayrıca, *Leeds Citizen*, yerel yönetimleri denetlemek için önemli bir örnek teşkil etmekte ve yurttaş gazeteciliğinin potansiyelini ortaya koymaktadır. Ancak, blogun sınırlı bir izleyici kitlesine sahip olması, etkisini kısıtlamaktadır (Harcup, 2015: 649-654). Buna rağmen, *Leeds Citizen* gibi girişimler, ana akım medyanın eksik kaldığı alanlarda önemli bir boşluğu doldurarak, yerel demokrasiyi güçlendirme potansiyeline sahiptir.

Diğer bir örnek olarak Hujanen vd.'nin (2023: 2681) Finlandiya'daki yerel medya gruplarını inceledikleri çalışmalarında, periferi aktörlerin gazetecilik faaliyetlerini "seçici" ve "fırsatçı" bir biçimde yürütmelerine karşın, bu aktörlerin, ana akım medyanın kapsayamadığı alanlarda faaliyet göstererek ortaya çıkan kamusal boşlukları doldurabildiği gözlenmiştir. *Müdahaleci (interloper)* medya olarak tanımlanan bu yerel ve hiperyerel medya platformları, toplumu olumlu yerel gelişmeler hakkında bilgilendirme, yerel işletmeleri destekleme ve bölgesel tanıtıma katkı sağlama gibi işlevler üstlenmektedir. Bu platformlarda faaliyet gösteren

müdahaleci medya uygulayıcıları, kendilerini belirli bir kurumsal yapı veya gazetecilik kimliği üzerinden tanımlamak yerine, pratikte yürüttükleri çalışmalarla gazetecilik alanında yer edinmektedir. Dolayısıyla bu kurumlar, gazetecilik *doxa*'sını yeniden ifade etmektedir (Hujanen vd., 2023: 2682).

Periferi medya aktörleri, yalnızca yerel ve hiperyerel düzeylerde değil, aynı zamanda topluluk medyası girişimleri bağlamında da gözlemlenmektedir. Löhmann'a (2025) göre "periferi aktör" olarak tanımlanan yayıncılar, geleneksel ana akım medyanın dışında faaliyet gösteren ve özellikle çeşitlilik, kapsayıcılık ile sosyal adalet ilkeleri doğrultusunda içerik üreten medya üreticileridir. Löhmann'ın Avusturya medya ekosistemi bağlamında incelediği bu aktörler, etnik, göçmen, LGBTQ+, engelli veya başka biçimlerde marjinalleştirilmiş topluluklara mensup bireyler tarafından kurulmuş ya da bu toplulukları temsil etmeyi amaçlayan küçük ölçekli medya platformlarını kapsamaktadır. Bu yayıncıların temel hedefi, ana akım medyada sıklıkla dışlanan, yanlış temsil edilen veya hiç görünürlük bulamayan gruplara söz hakkı tanımak, onların deneyimlerini görünür kılmak ve bu grupların bilgiye erişimini sağlamaktır. Ayrıca bu aktörler, yalnızca haber aktarıcıları olarak kalmamakta, aynı zamanda sosyal dönüşümün aktif savunucuları olarak konumlanmaktadır (Löhmann, 2025: 15-16). Bu bağlamda, topluluk odaklı yayıncıların da gazetecilik alanının periferisinde konumlanmalarına rağmen, normatif sınırları eleştirel ve yaratıcı biçimlerde genişlettikleri ve bu yolla alanın çeşitlenmesine ve demokratikleşmesine anlamlı katkılar sundukları gözlemlenmektedir.

İfade edilen örneklerde de görüleceği üzere, güncel medya ekosisteminde periferi aktörlerin çeşitliliği giderek artarken, diğer yandan, sosyal medya platformlarında "haber" sayfalarının görünür olması, bu sayfaların gazetecilik alanındaki işlevselliğini tartışmalı hale getirmiştir. Özellikle *Reddit* gibi platformlar, yalnızca bir eğlence ve tartışma ortamı olmanın ötesinde, haber takibi ve paylaşımı açısından önemli bir alan olarak öne çıkmaktadır. Öyle ki *Reddit*, kullanıcıları tarafından tıpkı bir gazetenin kapak sayfası gibi, "İnternetin ön sayfası (the front page of the internet)" olarak anılmaktadır (Widman, 2024). *Reddit*'in popülerliği, çeşitliliği, gündemin merkezinde olması ve demokratik yapısı, "İnternetin ön sayfası" olarak nitelendirilmesinin nedenleri arasında sayılabilir. *Reddit*, kullanıcıların belirli başlıklar

altında içerik paylaşmasına ve oylamasına dayalı yapısıyla, gündemdeki olayların hızla yayılmasına olanak tanımaktadır. Platform, küresel ve yerel gelişmeleri anlık olarak takip etme fırsatı sunarken, kullanıcılar tarafından üretilen içerikler zaman zaman ana akım medyada yer almayan haberlerin ortaya çıkarılmasına katkıda bulunmaktadır. *Reddit*'te oluşturulan haber odaklı sayfalar, kamuoyunu bilgilendirme işlevi görürken, haberin kaynağı ve doğruluğu konusunda çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmektedir (Van Hoozer, 2019).

Kullanıcılar *Reddit*'te yeni haberler, olaylar ve tartışmalar hakkında çok hızlı bir şekilde bilgi edinebilmekte ve bunların yayıldığı bir platformdur. Ayrıca, yurttaş gazetecileri bu platformu bir haber dağıtım ağı olarak kullanabileceği gibi; profesyonel gazeteciler, Reddit'te belirli konulardaki toplulukları (subreddit'leri) takip edip, kullanıcıların fikirlerini ve yorumlarını haberlerine dahil edebilmektedir (Van Hoozer, 2019). Dolayısıyla *Reddit*, topluluk odaklı modeliyle haberlerin yayılması ve tartışılması için dinamik bir platform olarak hizmet vermektedir. Kullanıcıların aktif bir şekilde bilgi paylaşmasını sağlarken yorumlar ve sorular aracılığıyla etkileşimi teşvik etmektedir.

Örneğin, 2024 Şubat ayına girilirken, platformun "subreddit" olarak adlandırılan alt gruplarda Rusya/Ukrayna savaşıyla ilgili 800'den fazla ve Gazze'deki olaylarla ilgili yaklaşık 50 konu başlığı yer almaktadır. Buna ek olarak, okyanus tabanındaki trol avcılığından kaynaklanan karbondioksit emisyonları, Mars'ta olası su yataklarının keşfi, Sudan'daki etnik cinayetlerin kanıtları ve Alman politikacıların sınır dışı edilmeleri hızlandırmak için yasalar çıkarılması gibi çok çeşitli konu başlıkları altında pek çok haber platformda yer almakta ve hızlıca dolaşıma çıkmaktadır (Ball, 2024). Dolayısıyla, günümüzde *Reddit*'in bir tür haber küratörlüğü yaptığını söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle *Reddit* içindeki r/worldnews alt grubunun Şubat 2024 itibariyle 35 milyon üyesi bulunmaktadır ve topluluk içinde -ABD iç haberleri dışında- dünyanın dört bir yanından farklı medya kurumlarından önemli haberler paylaşılmaktadır.

James Ball'a (2024) göre, *Reddit*'deki yoğun ve güçlü haber akışının temel nedeni, denetim için kullanılan moderasyon kurallarının ve bunların beslediği kültürün

güçlü olmasından kaynaklanmaktadır. Platformda bağnazlık, istismar, kişisel saldırılar ve memler yasaklanırken; bu kurallar arasında "ABD İç Haberleri veya Siyaseti Yok", "Editoryal veya Yanıltıcı Başlıklar Yok", "Uzun Metrajlı Hikayeler Yok", "Başyazı, Görüş veya Analiz Yazıları Yok" ve "Resim, Video veya Ses Klipleri Yok" gibi spesifik kurallar da yer almaktadır. Dolayısıyla, platformda özellikle "haber" olarak değerlendirilecek içeriklerde duygusal etki uyandıracak unsurlar etkin bir şekilde yasaklanmaktadır.

Agonist örneklerden de görüldüğü üzere gazetecilik alanın dışından gelen periferi aktörler, dijital medya ekosisteminde, geleneksel gazeteciliğin tekelinde olan bilgi üretimi ve dağıtım süreçlerini demokratikleştirebildiği söylenebilir. Blog yazarları, yurttaş gazeteciler ve sosyal medya içerik üreticileri gibi açık müdahaleciler, gazeteciliği daha katılımcı bir forma dönüştürmüş; haber üretim sürecinde yurttaşların doğrudan yer almasını sağlamıştır (Holton ve Belair-Gagnon, 2018: 75-76). Dijital medya ekosisteminde periferi aktörler, hızlı ve esnek bir yapıyla faaliyet göstermekte, geleneksel medya organlarından farklı olarak bireysel düzeyde ya da küçük ekipler halinde çalışmalarını sürdürmektedir. Bu aktörler, genellikle sosyal medya platformları, bloglar veya bağımsız haber siteleri aracılığıyla içerik üretip paylaşmaktadır (Hanusch & Löhmann, 2022: 5).

Bu yapı, onların haber yayımında daha hızlı hareket etmelerine olanak tanırken, ana akım medyada yeterince yer bulamayan konuları gündeme taşıma ve deneysel hikâye anlatım formatları deneyebilme fırsatı sunmaktadır. Agonist periferi aktörlerin odak noktası, sıklıkla toplumsal olaylar, çevresel sorunlar ve insan hakları ihlalleri gibi konular etrafında şekillenmektedir. Bu aktörler, ana akım medyanın sınırlı bir perspektifle ele aldığı ya da göz ardı ettiği meseleleri ön plana çıkararak bilgi akışında çeşitlilik sağlamakta ve habercilik ekosisteminde önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Böylece, periferi aktörler gazetecilik alanında alternatif bir ses olarak konumlanmakta ve medya alanındaki temsil çeşitliliğini artırmaktadır.

2.4.2.2. Mesleki Etik Değerleri ve Gazetecilik Otoritesini Aşındıran Bir Unsur Olarak Antogonist Periferi Aktörler

Periferi aktörlerin ve müdahaleci (interloper) medyanın yükselişi, her ne kadar gazetecilik ekosisteminde yenilik ve çeşitlilik sağlasa da yanlış bilginin yayılması, etik değerlerin, gazetecilik otoritesinin ve mesleki standartların aşınması gibi bir dizi olumsuz etkiye de zemin hazırlayabilir. Bu noktada "antogonist periferi aktörler" olgusu görünür olmaktadır. Antagonizm, -tıpkı agonizm gibi- Chantal Mouffe'un siyaset teorisinde temel bir kavramdır ve toplumsal ilişkilerdeki uzlaşmaz çelişkileri ifade etmektedir. Antagonizm, taraflar arasındaki çatışmanın "biz" ve "onlar" ekseninde, düşmanlık boyutuna ulaştığı ve demokratik bir uzlaşmanın mümkün olmadığı durumları tanımlamaktadır (Mouffe, 2013: 15-17). Dolayısıyla antagonistik yaklaşım, karşıt görüşlerin birbirini dışladığı, ötekileştirme ve kutuplaşmanın yoğun olduğu bir siyasi atmosferde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, antagonist periferi aktörler, gazeteciliği demokratik bir tartışma zemininde ilerletmek yerine, kutuplaştırıcı ve düşmanlık temelli bir dil kullanarak toplumda gerilim yaratmaktadır. Bu aktörler, dezenformasyon yayabilir, toplumu kutuplaştırabilir ve demokratik değerleri zayıflatabilirler.

Özellikle alt-right ve radikal sağ tutumu ile bilinen *Breitbart*, bu konunun önemli bir örneğini oluşturmaktadır (Eldridge, 2018: 170). *Breitbart*, provokatif habercilik tarzı ve ABD'deki siyasi söylemi şekillendirmedeki rolüyle dikkat çeken aşırı sağcı bir medya kuruluşudur (Roberts ve Wahl-Jorgensen, 2022). 2007'de Andrew Breitbart tarafından kurulan site, *Huffington Post*'un muhafazakâr bir karşıtı olarak ortaya çıkmıştır. Site içeriği, kadın düşmanlığını, yabancı düşmanlığını ve çeşitli komplo teorilerini teşvik etmekle çoğu zaman eleştirilmektedir. *Breitbart*, özellikle 2016'da Donald Trump'ın başkanlık kampanyasının önemli bir destekçisi olmuş ve Donald Trump'ın favori haber sitesi olarak ün salmıştır (BBC News 2016).

Özünde gazetecilikten gelmeyen bireylerin kurduğu *Breitbart*, *Fox News* ve *Infowars* gibi yayın organlarını da içeren daha geniş bir sağcı medya ekosisteminin bir parçasıdır. Genellikle belirli bir ideolojik anlatıyı güçlendiren içerikler yayınlamakta, izleyicilerinin ilgisini çekmek için sansasyonelliği ve duygusal çekiciliği

kullanmaktadır. Buna aşırı sağ ideolojilerle uyumlu komplo teorilerinin ve bağlamından koparılmış gerçeklerin desteklenmesi de dahildir Dolayısıyla, *Breitbart* ve benzeri platformlar, yanlış bilgi yayarak ve aşırı uç görüşleri teşvik ederek gazetecilik normlarına zarar vermektedir. Bu tür alan dışı aktörler, toplumda kutuplaşmayı artırmakta ve gazeteciliğin güvenilirliğini zedelemektedir (Benkler, 2017; Roberts ve Wahl-Jorgensen, 2022; Sabancı, 2022: 56-59). Dolayısıyla, *Breitbart* ve benzeri *alt-right* ideolojiye yakın platformlar, medya ekosisteminde önemli bir periferi aktör olarak varlığını sürdürmekte, ancak bu varlık, hem toplumsal hem de gazetecilik normları açısından ciddi tartışmalar yaratmaktadır. Eldridge, *Breitbart*'ın dijital medya ekosistemindeki konumunu şu şekilde açıklamaktadır:

> "Breitbart, çalışmalarını belirli bir kitlenin özel ilgi alanlarına yönelik bir gazetecilik pratiği olarak tanımlamaktadır. Bu kitle dar kapsamlı olabilir; ancak rol performansı ve beklentiler göz önünde bulundurulduğunda, Breitbart yine de bu kitlenin gazetecilikten beklediği unsurları karşılıyor olabilir. (…) Breitbart, bağlamından koparılmış gerçekler, tekrarlanan yanlış bilgiler ve mantık hatalarını bir araya getirerek, temelde yanıltıcı bir dünya görüşü inşa etmektedir. Bu bağlamda, 2016 yılında gazetecilik kimliği konusunda tartışmalı bir konumda olmasına rağmen, (*kendi kitlesi için*) oldukça başarılı bir medya aktörü olarak öne çıkmıştır" (Eldridge, 2018: 170).

Radikal sağ merkezli platformlarda da görüldüğü üzere, medya ekosistemine zarar veren periferi aktörler veya interloper medya platformları, genellikle ana akım gazeteciliğin etik kurallarını ihlal eden, yanlış bilgi yayan veya toplumsal kutuplaşmayı artıran yaklaşımlarıyla öne çıkmaktadır. Bu aktörler, her ne kadar gazetecilik iddiasında bulunsalar da, haber üretim süreçlerinde manipülasyon, sansasyonellik ve ideolojik yönlendirme gibi uygulamalara başvurmaktadır. Sabancı (2022), bu bağlamda Breitbart gibi "yıkıcı" aktörlerin yayım tarzını "post-truth gazeteciliği" olarak adlandırmaktadır. Sabancı'ya (2022: 40) göre, *post-truth gazeteciliği* yaklaşımını benimseyen farklı yayın organları üzerine yoğunlaşan birçok araştırma bulunmakla birlikte, bu gazetecilik biçimi temelde siyasi güçle kurulan yakın ilişki, propaganda mantığını yansıtan çarpıcı başlık ve görseller kullanımı, kutuplaştırıcı ve yanıltıcı bir üslup benimsenmesi ve daha geniş kitlelere ulaşmak üzere SEO ile sosyal medya algoritmalarının manipüle edilmesi gibi dört temel özellikle tanımlanmaktadır (Sabancı, 2022: 40-48). Bu özellikler, alan dışı *antagonist*

aktörlerin dijital medya ekosisteminde gazetecilik değerlerini tehdit edebileceğini ve böylelikle demokratik süreçleri zayıflatıcı bir etki yaratabileceğini göstermektedir.

Periferi aktörlerin gazetecilik alanına yönelik söz konusu *antagonist* yaklaşımı, sadece büyük ölçekli medya kurumlarında değil, yerel medya düzeyinde de gözlemlenmektedir. Ruotsalainen vd.'nın (2024) çalışması *antagonist müdahalecile*rin yıkıcı doğasına ilişkin önemli bir örnek oluşturabilir. Yazarlar *müdahaleci (periferi) medya*, çalışmalarını yerel medya ölçeğinde genişletmiş ve bu tür yerel medya kurumlarının -belirli oranda gazetecilik pratikleri sergilese de- kamusal fayda değil, amaca dayalı stratejiler benimsediğini ve yerel yetkililere yönelik eleştirellikten kaçındığını saptamıştır. Ruotsalainen vd.'nin (2024: 11-12) çalışması, Finlandiya'daki yerel "interloper medya" aktörlerinin gazetecilik rollerini, bu rollerin performans biçimlerini ve geleneksel gazetecilik normlarının nasıl dönüştürüldüğünü veya etik gazetecilik idealleriyle nasıl çelişebildiğini irdelemektedir.

Bu bağlamda, yerel interloper medya aktörleri, geleneksel gazetecilik anlayışından farklılaşarak otoritelere bağlılık (loyal facilitator) ve tarafsız haber yayma (disseminator) rollerini benimsemektedir. Bunun yanı sıra, söz konusu medya aktörlerinin eleştirel gazetecilik (watchdog) rolünden büyük ölçüde kaçındığı gözlemlenmektedir. Bu kuruluşlar, etik gazetecilik normlarına riayet etmeksizin gazetecilik algısı oluşturmak amacıyla, gazeteciliğin biçimsel ve üslup özelliklerini kullanmaktadır. Böylece, gazetecilik alanındaki periferi aktörlerinin, yerel otoritelerle iş birliği yaparak bu yapıların temsilini güçlendirme yönünde bir rol üstlendiği örnekler de ortaya çıkmaktadır. Ruotsalainen vd'nin (2024) bulguları ışığında değerlendirildiğinde, söz konusu yeni aktörler, gazetecilik formatlarını ve yöntemlerini kullanarak içerik üretseler de, bu içeriklerin çoğunlukla otoriter yapıları ya da belirli ekonomik çıkarları pekiştirme amacı taşıdığı ileri sürülebilmektedir.

Ruotsalainen vd'nin (2024: 15) çalışmasında, yerel kuruluşların yalnızca kendi fikir ve görüşlerini taşımasına yönelik eleştirel bir yaklaşım benimsenmesine karşın, yazarlar aynı zamanda geleneksel medya kuruluşlarının gerilemesiyle bu periferi aktörlerin yerel habercilikte ortaya çıkan boşluğu doldurmaya başladığını ifade etmektedir. Yerel periferi aktörler, özellikle yerel topluluklar açısından bilgi

sağlayarak, bölgesel konular ve karar alma süreçlerine ilişkin farkındalığı artırmaktadır. Ancak, bu işlevi yerine getirirken genellikle tarafsız bilgi sağlayıcı konumunda kalmak yerine, sponsorlarının veya finansörlerinin çıkarlarını öncelemektedirler. Bu durum, yerel haberlerin niteliğinin tartışmalı bir hâl almasına yol açmaktadır.

Eleştirel bir bakışla değerlendirildiğinde, periferi aktörlerin gazetecilik formatlarını kullanarak halkla ilişkiler odaklı içerik üretmeleri, dijital medya ekosisteminde gazetecilik ile diğer iletişim türleri arasındaki sınırların bulanıklaşmasına neden olmaktadır. Yerel yurttaşlar, bu içerikleri bağımsız ve tarafsız haber olarak algılarken, gerçekte söz konusu içerikler belirli kurumların veya sponsorların çıkarlarını yansıtmaktadır. Böylece, dijital medya ekosisteminde üretilen bilginin güvenilirliği zarar görebilmekte ve periferi aktörlerin eleştirel gazetecilik yapma imkânı önemli ölçüde kısıtlanmaktadır. Her ne kadar bu durum ekosistemde çeşitliliği artırsa da alanda ciddi etik çatışmaların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Bu bağlamda, periferi aktörlerin dijital medya ekosisteminde iki yönlü bir etkide bulunduğu gözlemlenmektedir. Bir yandan, yerel toplulukların bilgi gereksinimlerini karşılayarak medyanın demokratik işlevine katkı sunmakta; diğer yandan ise, eleştirel gazetecilikten uzak durmaları ve belirli çıkar gruplarına hizmet eden içerikler üretmeleri, gazeteciliğin etik normlarını sarsma potansiyeli taşımaktadır. Ayrıca, dijital medya kullanıcılarının bu aktörleri geleneksel gazetecilik pratikleriyle karıştırması, bilgi ekosisteminde yeni tür bir dezenformasyonun ortaya çıkmasına zemin hazırlayabilir. Bu nedenle, periferi aktörlerin dijital medya ekosistemindeki rolü değerlendirilirken, sundukları olası yararlar kadar doğurabilecekleri risklerin de dikkatle incelenmesi gerekmektedir.

Örneğin bir önceki bölümde agonist özelliklerine yer verilse de özellikle *Reddit* gibi temel amacı gazetecilik olmayan platformların gazetecilik alanındaki rolü, geleneksel medya tarafından sıklıkla sorgulanmaktadır. *Reddit* ve benzeri platformlar, gazetecilik normlarına tam olarak uymayan, ancak toplumsal olayları görünür kılan alternatif bir medya alanı yaratmaktadır. Kullanıcıların kendi deneyimlerini, gözlemlerini ve tanıklıklarını paylaşmaları, ana akım medyanın erişemediği noktalarda

haberin yayılmasını sağlamakta; ancak, doğrulama süreçlerinin ve profesyonel bakış açısının eksikliği, bu platformların güvenilirlik sorunları yaşamasına neden olmaktadır (Amini vd., 2024). Bu da *Reddit*'i zamanla antagonist bir konuma itebilmektedir.

Diğer yandan, bir önceki bölümde olumlu örnekleri tartışılan *WikiLeaks* ve *Gawker* gibi aktörlerin, Eldridge'in (2019: 15) ifadesiyle zaman zaman "anti-sivil" ya da "anti-gazetecilik" niyetlerle hareket ettiği vakalara da rastlanmaktadır. Örneğin, *WikiLeaks*'in 2016 yılında Hillary Clinton'ın e-postalarını sızdırmasının Rusya'nın çıkarlarına hizmet ettiği ileri sürülmüş; Gawker ise "gazetecilik" yaptığını iddia ederek güreşçi Hulk Hogan'ın mahremiyetini ihlal eden içerikler yayımlamıştır. Bu örneklerdeki karşıtlık, siyasi amaçların gizlenmesi ve kamu güveninin kötüye kullanılması üzerinden temelde yıkıcı bir etki göstermekte; söz konusu gündemleri "kamu yararına haber" gibi sunarak gazeteciliğin simgesel değerini zayıflatmaktadır (Eldridge, 2019: 15-16). Dolayısıyla, periferi aktörlerin çok yönlü, ilişkisel ve göreceli konumları ile birlikte değerlendirilmesi zorunludur.

Periferi aktörler, medya ekosisteminde genellikle teknolojik gelişmelere uyum kabiliyetleri sayesinde gazetecilik alanına yeni açılımlar getiren unsurlar olarak algılanmaktadır. Ancak bu durum, gazetecilik rolleri ve mesleki kodlar bakımından her zaman olumlu sonuçlar doğurmamaktadır. Örneğin, alandaki web analitik şirketleri gibi teknoloji odaklı aktörler, gazeteciliğin yalnızca içerik üretimiyle sınırlı bir faaliyet olmaktan çıkarak ölçülebilir ve optimize edilebilir bir sürece dönüşmesine zemin hazırlamıştır (Belair-Gagnon ve Holton, 2018). Bu dönüşüm, haber üretiminde yeni bir rasyonalite ortaya koymakta, okuyucu tercihlerini veri odaklı bir şekilde anlamayı ve buna uygun içerikler sunmayı teşvik etmektedir. Bu durum, gazeteciliğin temel normları olan bağımsızlık ve özerklikle bir gerilim yaratabilir. Dolayısıyla güncel dijital medya ekosistemi içinde periferi aktörler, gazeteciliği teknolojiyle entegre eden bir "köprü" görevi görmektedir. Bu aktörlerin etkisi, gazetecilikte inovasyonun daha hızlı benimsenmesini sağlamakta, ancak bu durum aynı zamanda gazetecilik değerlerinin daha esnek hale gelmesine neden olmaktadır. Bu, gazetecilikte periferi aktörlerin hem bir fırsat hem de bir risk olduğunu göstermektedir.

Belair-Gagnon ve Holton'ın (2018) çalışmasında, gazetecilik alanındaki periferi aktörlerinden sayılan veri analizi platformlarının (*Google Analytics*, *Chartbeat*, *Parse.ly*, *Newsbeat*, *Hootsuite*, *Facebook Insights* ve *Twitter Analytics* gibi) profesyonel gazetecilik ideolojisine uygunluk taşımadığı, aksine "verimlilik" odaklı bir yaklaşım benimsedikleri vurgulanmaktadır. Söz konusu çalışma, periferi alanında yer alan faillerin gazetecilik sürecine dâhil oldukça, profesyonel gazetecilerle rekabet ettikçe veya onlarla iş birliği geliştirdikçe gazetecilik rollerine ilişkin algıların değişebileceğine dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda, web analitik şirketleri gazeteciliği "sürdürülebilir bir iş modeli"ne dönüştürme çabasındadır. Bu şirketler tarafından sunulan analitik araçlar, haber üretim sürecinde "bozucu" (disruptor), "bağlayıcı" (connector) ve "rutinleştirici" (routinizer) işlevler üstlenerek gazetecilik pratiklerini yeniden şekillendirmektedir. Bu şirketler, gazetecilik normlarına saygı gösterdiklerini belirtse de asıl hedefleri kârlılık ve sürdürülebilirlik sağlamaktır (Belair-Gagnon ve Holton, 2018: 499-503).

Belair-Gagnon ve Holton'ın (2018) çalışması, periferi aktörlere ilişkin önemli bir "sınır çalışması" (boundary work) örneğini de ortaya koymaktadır. Sınır çalışması, profesyonel alanların birbirlerine karşı nasıl sınırlandırıldığını ve bu sınırların nasıl ihlal edilebildiğini incelerken; interloper media kavramı ise, dışarıdan gelen aktörlerin gazetecilik normları üzerindeki etkilerini analiz etmektedir. Bu kuramsal çerçeve, web analizi şirketlerin gazetecilik sürecine dâhil olurken normatif sınırları nasıl aşmaya veya genişletmeye çalıştıklarını anlamak için kullanılmıştır (Belair-Gagnon ve Holton, 2018: 495-496). Dolayısıyla, alandaki faillerin rol algıları, alan içindeki ilişkisel mücadeleler veya iş birlikleri aracılığıyla şekillenmekte, bu da gazetecilik pratiklerinin yeniden tanımlanmasına katkıda bulunmaktadır (Schapals vd., 2019: 21).

Bu bağlamda dijital medya ekosisteminde antogonist periferi aktörlerin yükselişi, gazetecilik normlarını zayıflatma riskini beraberinde getirmektedir. *WikiLeaks* ve *Gawker* gibi kimi platformlar "anti-gazetecilik" niyetler sergileyerek kamu güvenini kötüye kullanırken, *Reddit* benzeri ortamlarda doğrulama süreçlerinin eksikliği yanlış bilgi akışını hızlandırmaktadır (Amini vd., 2024; Eldridge, 2018, 2019, 2020). Ayrıca, *Breitbart* gibi alt-right eğilimli medya organları; siyasi propaganda, duygusal kutuplaştırma ve komplo teorileriyle mesleki etik değerleri aşındırmakta,

demokratik süreçleri zayıflatmaktadır (Sabancı, 2022; Roberts ve Wahl-Jorgensen, 2022). Bunun yanı sıra yerel düzeyde faaliyet gösteren aktörler, kimi zaman gazetecilik formatlarını manipüle ederek kamusal çıkar yerine sponsorların taleplerini öncelemekte, böylelikle mesleki standartları tehdit etmektedir.

Sonuç olarak periferi aktörlerin olumsuz etkileri, hızla değişen dijital medya ekosisteminin çok boyutlu yapısını gözler önüne sermektedir. Bir yanda, gazeteciliği yeniden düşünmeye davet eden yenilikçi girişimler ve platformlar bulunurken, öte yanda gazeteciliğin etik kodlarını ihlal ederek kâr, nüfuz ya da ideolojik güdülerle hareket eden aktörler mevcuttur. Çevrim içi ortamda böylesine geniş bir yelpazede faaliyet gösteren periferi aktörlerin en kritik sorunu, gazeteciliğin simgesel değerini aşındırma ve bir süre sonra da yok etme tehlikesidir. Böylece, dijital çağın olanakları sayesinde medya sahnesine giren periferi aktörler, demokratik iletişimin canlılığını artırma potansiyeline sahip olmakla birlikte, gazeteciliğin güvenilirliğini ve tarafsızlığını da tehdit edebilmektedir. Bu paradoksal durum, medya araştırmalarının periferi aktörlerin ilişkisel ve çok katmanlı incelenmesi gerekliliğini göstermektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE'DE GAZETECİLİK ALANI

Çalışmanın bu bölümünde, Bourdieu'nün kavramsal çerçevesini merkeze alarak Türkiye'deki gazetecilik alanının yapısal dinamiklerini tarihsel bir perspektifle açıklamaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, Osmanlı'dan Cumhuriyet'in ilk yıllarına uzanan medya pratiklerinin biçimlendirdiği temel unsurlar irdelenmiş; özellikle 1980'ler ve 1990'larda neoliberal politikaların etkisiyle dönüşen medya düzeni ile AKP döneminde bugünkü yapısına kavuşan gazetecilik alanının evrimi ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Bölüm, Türkiye medya tarihinin kilit dönüm noktalarını bir kesit olarak sunmayı amaçlarken, 2020'li yılların siyasal ve toplumsal bağlamında ortaya çıkan güncel gelişmeleri de dikkate almıştır. Bu doğrultuda, merkez medya alanının tarihsel ve yapısal dinamiklerini ortaya koyarak, çalışmanın araştırma bulgularına geçiş için bir zemin hazırlanmıştır.

3.1. TÜRKİYE'DE GAZETECİLİK ALANININ YAPISAL ÖZELLİKLERİ: TARİHSEL DURAKLAR

Bourdieucü sosyolojide bir alanı ele almak, onu sabit ve durağan bir nesne olarak incelemekten ziyade, söz konusu alanı dinamik bir biçimde yeniden inşa etmeyi gerektirir. Alanın toplumsal konumu ile özgün niteliklerine hâkim olmak temel bir ön koşuldur (Bourdieu, 1993: 55). Öte yandan, herhangi bir alanın incelenebilmesi için, öncelikle o alanın tarihselleştirilmesi gerekir (Bourdieu, 2021: 52). Türkiye'deki gazetecilik alanı da bu doğrultuda, kendi tarihsel gelişimi içerisinde hem içsel hiyerarşik ve örgütsel yapılanmalarla hem de ekonomik, siyasal ve hukuki taleplerle şekillenen çok katmanlı bir yapı sergilemektedir. Nitekim Türkiye'de gazetecilik alanının tarihsel evrimi, siyasal dönüşümlerle sıkı biçimde iç içe geçmiş ve toplumsal modernleşme süreçlerinin bir izdüşümü olarak ortaya çıkmıştır.[36] Bu gelişim çizgisi,

[36]Avrupa'daki modernleşme sürecinden farklı olarak, Osmanlı/Türk basın tarihinde "kitle" gazeteciliğinden söz etmek oldukça güçtür. Türkiye'de yazılı basının tarihsel kökenleri büyük ölçüde "fikir gazeteciliği" geleneğine dayanmaktadır (Öncü, 2016: 169). Osmanlı İmparatorluğu'nda 19.

Osmanlı dönemindeki erken örneklerden başlayarak Cumhuriyet'in kuruluşu, çok partili siyasal yaşama geçiş, 1980 askeri darbesi, neoliberal politikalar ve nihayetinde dijitalleşme olgusunun belirleyici hâle geldiği 2000'li yıllara kadar geniş bir tarihsel perspektif içerisinde ele alınabilir. Bu bağlamda, medya ile iktidar arasındaki ilişkinin ya da belirli dönemlerdeki dikotominin, Türkiye'deki gazetecilik alanının tarihsel süreci içinde yapısal dinamiklerin şekillenmesinde öncü bir rol oynadığı söylenebilir.

Gazetecilik alanının tarihsel sacayaklarına geçmeden önce, dönemin şu tarihsel momentinin altını çizmek yerinde olacaktır: Osmanlı İmparatorluğu döneminde gazeteciliğin taşıdığı sembolik güç, Pierre Bourdieu'nün kavramsallaştırdığı anlamda bir tür iktidar alanı olarak, özellikle İstanbul'daki bürokratik ve aydın çevreler nezdinde erişilmek istenen prestijli bir statüye dönüşmüştür (Cangöz, 2015: 93). Ancak bu sembolik gücün kullanımı, dönemin entelektüel ortamında sistemin köklü bir şekilde eleştirilmesini değil, daha çok Batı'nın Aydınlanma ve sanayileşme yoluyla ulaştığı gelişim düzeyine Osmanlı'nın nasıl erişebileceğini tartışan reformist yaklaşımları teşvik etmiştir. Özellikle Jön Türkler'den itibaren belirginleşen muhalif yönelimler, gazetecilik alanının özerkliği için iktidar güdümünden bir kopuşu savunmak yerine, devletin modernleşmesini amaçlayan alternatif öneriler üzerinden şekillenmiştir. Dolayısıyla bu muhalefet biçimi, sistemin meşruiyetini sorgulamaktan ziyade, onu dönüştürme ve iyileştirme yollarına odaklanmıştır (Taş, 2012: 141).

Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte siyasal yapıda köklü bir değişim gerçekleşmiş olsa da gazeteciliğin halk merkezli, kamusal yararı önceleyen bir meslek kültürüne evrilmesi mümkün olmamış; bunun yerine, yukarıdan aşağıya bilgi akışını esas alan, siyasal otoriteyle yakın ilişkiler kuran ve ifade özgürlüğünü sınırlandıran bir medya yapısı süreklilik kazanmıştır. Bu tarihsel süreklilik, günümüzde sıkça tartışılan editoryal bağımsızlık eksikliği, medya tekelleşmesi ve ifade özgürlüğü sorunlarının yalnızca güncel koşullara indirgenemeyeceğini; aksine yapısal ve tarihsel arka planı olan sorunlar olarak ele alınması gerektiğini göstermektedir. Nitekim, geçmiş dönemin en sert kalemlerinden Namık Kemal'in dahi basına yönelik eleştirilerinde devletin

yüzyılın ortalarında ortaya çıkan ve dönemin çeşitli düşünsel akımlarına öncülük eden bu gelenek, Cumhuriyet döneminde de etkisini sürdürmüş; Simavi, Karacan ve Nadi gibi köklü basın aileleri aracılığıyla 1980'li yıllara dek varlığını korumuştur (Öncü, 2016: 170).

çıkarlarını aşmayan bir çerçeve içinde kalması, gazetecilik alanının kurucu ilkelerinin devlet merkezli bir zihniyetle şekillendiğine işaret etmektedir (Taş, 2012: 141).

Bu çerçeveden bakıldığında, günümüz Türkiye'sinde medyaya ilişkin yapısal sorunların yalnızca mevcut siyasal konjonktürle sınırlı biçimde açıklanması yetersiz kalmaktadır. Aksine, gazetecilik pratiklerinin tarihsel formasyonu içerisinde şekillenmiş olan devlet/saray veya piyasa merkezli basın anlayışı, bugünkü medya rejiminin ideolojik ve kurumsal köklerini oluşturmaktadır. Bu tarihsel süreklilik içerisinde gazetecilik, Habermas'ın (1997) tanımladığı anlamda özgür bir kamusal alan inşa etmekten çok, siyasal merkezin söylemini meşrulaştıran ve yeniden üreten bir araç hâline gelmiştir. İfade özgürlüğünün kırılganlığı yalnızca otoriter siyasal baskıların geçici bir sonucu olarak okumak yanıltıcı olabilir. Bu durum, gazetecilik mesleğinin kurucu zihniyetinde yer alan ve basını iktidara eklemlenmiş bir söylem mekanizması olarak kurgulayan yapısal bir eğilimle de ilişkilidir. Dolayısıyla, Türkiye'deki medya yapısının dönüşümünü anlamlandırabilmek için, güncel hükümet-medya ilişkilerinin ötesine geçerek, gazetecilik alanının tarihsel olarak hangi normatif zeminlerde inşa edildiğini ve bu zeminin günümüzde nasıl yeniden üretildiğini analiz etmek gerekmektedir.

Türkiye basın tarihine ilişkin tartışmaların bu tarihsel momenti hesaba katarak yapılması daha tutarlı bir yaklaşım sunacaktır. Bu kapsamda gazetecilik alanını sürekli olarak -Bourdieu'nün de önerdiği üzere (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 90)- iktidar alanı ile karşılaştırmalı olarak incelemek öncelik olmalıdır. Ayşe Öncü (2016: 169), medya ile siyasal iktidar arasındaki ilişkinin oldukça yoğun olduğu Türkiye bağlamında, gazetecilik alanının yapısal özelliklerinin, Hallin ve Mancini'nin (2004) Avrupa medya sistemleri üzerine geliştirdiği karşılaştırmalı modelde tanımlanan "Akdeniz Modeli" ile önemli ölçüde örtüştüğünü belirtmektedir. Öncü'ye göre, medya alanındaki iktidar mücadelelerini tartışabilmek için dört temel bileşen dikkate alınmalıdır: (1) Okuyucu tabanı dar olmakla birlikte siyasi alanda etkisini sürdüren yazılı basın geleneği, (2) televizyonun kamu alanında merkezi ve baskın konumu, (3) medya piyasasına egemen olan büyük sermaye gruplarının, ekonominin çeşitli sektörlerine yatay ve dikey entegrasyon yoluyla bağlanması ve (4) siyasal arenadaki kutuplaşma ile hükümetlerin medya üzerindeki müdahale kapasiteleri ve yöntemleri.

Öte yandan, Türkiye'nin son yıllarda yaşadığı politik ve ekonomik gelişmeler dikkate alındığında, Bilge Yeşil'in (2016) Türkiye'deki medya sistemini ele alırken kullandığı "otoriter neoliberalizm" kavramı ile Aslı Tunç'un (2018) "rekabetçi otoriterlik" vurgusu, günümüz Türkiye'sindeki merkez medya konjonktürünü açıklamada daha tutarlı ve bütüncül bir çerçeve sunmaktadır.[37]

Bu anlamda Osmanlı'dan günümüze Türkiye medya tarihindeki temel izlekler doğrultusunda, Türkiye'de gazetecilik alanının tarihsel gelişimine kısaca bakıldığında şu genel çerçeve öne çıkmaktadır: Türkiye'de gazeteciliğin tarihsel serüvenin 1831 yılında II. Mahmud'un çıkardığı *Takvim-i Vekayi* ile resmiyet kazandığı görülmektedir. 19. yüzyılın ortalarında yayımlanan özel gazeteler ise kamuoyunun oluşum sürecinde belirleyici rol oynamıştır. Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte gazetecilik, ulus-devlet inşasının ideolojik bir aracı hâline gelmiş; tek parti döneminde ise yoğun denetim altında yürütülmüştür. Çok partili hayata geçişle birlikte, kısa süreliğine de olsa görece özgür bir basın ortamı oluşmuş; ancak 1960 ve 1971 askerî müdahaleleri sonrasında basın yeniden siyasal baskı altına alınmıştır. 1980 darbesi sonrası dönemde ise siyasal ve dönüşümler etkili olmuş; neoliberal politikalarla birlikte medya mülkiyeti büyük sermaye gruplarının kontrolüne geçmiştir. Bu süreçte gazetecilik giderek ticarileşmiş, özel televizyon kanallarının ortaya çıkışıyla birlikte medya alanında yoğun bir rekabet, yoğunlaşma ve tekelleşme ortamı doğmuştur. 2000'li yıllardan itibaren dijitalleşme süreci gazetecilik pratiklerinde belirli dönüşümler yaratmış; sosyal medya ve çevrim içi platformlar bilgi üretimini daha erişilebilir ve yatay hâle getirirken, aynı zamanda dezenformasyon, yalan haber ve dijital sansür gibi yeni sorun alanlarını da beraberinde getirmiştir.

[37]"Rekabetçi otoriterlik" kavramı, demokratik ve otoriter öğelerin bir arada bulunduğu melez bir rejim tipini ifade etmektedir. Bu tür rejimlerde seçimler düzenli olarak yapılmakta ve farklı siyasi partiler rekabet etmekte; ancak seçimler ne adil ne de özgür bir ortamda gerçekleşmektedir. Bu noktada Berk Esen, Şebnem Gümüşçü ve Hakan Yavuzyılmaz'ın (2023) çalışmasına başvurulabilir. Nitekim, söz konusu çalışmada Türkiye'nin mevcut rejimi, "rekabetçi otoriterlik" kavramı çerçevesinde değerlendirilmektedir. Türkiye'de düzenli seçimler yapılmasına rağmen, bu seçimlerin demokratik standartlara uygun biçimde gerçekleşmediği, devlet kurumlarının siyasallaştığı ve hukukun üstünlüğünün zayıflatıldığı vurgulanmaktadır. Yazarlar, Türkiye'deki dönüşümün, seçimlerin biçimsel varlığını korumasına rağmen, iktidarın rekabet koşullarını adil olmaktan çıkaracak yapısal müdahalelerde bulunması nedeniyle, ülkenin demokratik bir rejimden koparak rekabetçi otoriter bir yapıya evrildiğini savunmaktadır. Bu kavramsallaştırma, Türkiye'nin ne tam anlamıyla bir demokrasi ne de klasik bir otokrasi olduğunu; aksine, bu iki rejim tipi arasında "melez" bir konumda bulunduğunu ileri sürmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'deki medya alanını da bu "melez yapı" perspektifi üzerinden kavramsallaştırmak, daha bütüncül ve analitik bir değerlendirme yapabilmeyi mümkün kılacaktır.

2010'lu yıllar ise Türkiye'deki güncel medya konjonktürünü belirleyen önemli gelişmelere sahne olmuştur. Bu dönemde siyasal iktidarın medya üzerindeki etkisi belirgin biçimde artarken, ana akımın dışında kalan bağımsız dijital mecralar önemli alternatifler sunmaya başlamıştır. Bu çerçevede Türkiye'deki gazetecilik tarihinin, sürekli olarak bir ideolojik aygıt olma işlevi ile özerklik mücadelesi arasında gidip gelen gerilimli bir eksende şekillendiği söylenebilir. Bu süreç, devlet kontrolünden ticarileşmeye, ardından dijitalleşme ve siyasal kutuplaşma evrelerine tanıklık etmiştir. Bu bağlamda, Türkiye'deki gazetecilik alanının genel işleyişini kavrayabilmek amacıyla, bu bölümde alanın tarihsel gelişimi içinde öne çıkan yapısal kırılma anları, belirleyici dönüm noktaları, aktörlerin stratejik konumlanışları ve güncel durumu ele alınacaktır.

3.1.1. Osmanlı'da Gazetecilik Alanı (1831-1923)

Türkiye'deki gazetecilik alanının tarihsel formasyonu, Osmanlı İmparatorluğu'nun belirli dönemlerinde görünürlük kazanan ve çoğunlukla imparatorluğu çöküşten kurtarma çabası olarak değerlendirilen modernleşme girişimlerinin bir yansıması olarak ele alınabilir (Cangöz, 2015: 60). Bu çerçevede, Türkiye'nin medya tarihinin başlangıcı yalnızca Cumhuriyet dönemiyle sınırlı değildir; aksine, bu tarihsellik Osmanlı dönemine uzanmakta ve modern gazeteciliğin gelişimi bu tarihsel arka plan üzerinden anlam kazanmaktadır. Ancak Osmanlı'daki ekonomik ve toplumsal yapıların niteliği, modern anlamda özerk ve kurumsallaşmış bir medya alanının oluşumunu büyük ölçüde geciktirmiştir. Özellikle endüstrileşme, okuryazarlık oranı, sermaye birikimi ve sivil kamusal alanın eksikliği gibi yapısal faktörler, medya alanının geç oluşmasına ve sınırlı bir kapsayıcılıkla işlemesine neden olmuştur. Geç modernleşme sürecinin Osmanlı'daki ilk tezahürlerinden biri, matbaanın ve basının imparatorluğa diğer büyük devletlere kıyasla oldukça geç girişi olmuştur.

Osmanlı'da matbaanın ve basının geç gelişinin ardında çeşitli nedenler bulunsa da en belirleyici etkenlerden biri ekonomik yapının devlet merkezli olarak örgütlenmiş olmasıdır. Bu yapı içerisinde, ticaretle uğraşan özerk bir burjuva sınıfının oluşamaması, iletişim alanında sivil inisiyatiflerin gelişimini ciddi biçimde

sınırlamıştır. Avrupa'nın kapitalist üretim ilişkilerine geçtiği bir dönemde, Osmanlı yönetiminin sermaye birikimini sınırlamaya dönük politikaları, modern iletişim araçlarının yaygınlaşmasına olanak tanımamıştır. Ayrıca, İslamî ilkeleri esas alan merkeziyetçi yönetim anlayışı, toplumu bilinçlendirmeye yönelik geniş çaplı bir kamusal iletişim ihtiyacının doğmasını da engellemiştir (Koloğlu, 2023: 13).

Diğer yandan, matbaanın geç gelişimini yalnızca din temelli yaklaşımlarla açıklamak indirgemeci bir yorum olur. Nitekim Avrupa'da matbaanın 1450'li yıllarda yaygınlaşmaya başladığı dönemde, 1493 yılında İspanya'dan Osmanlı'ya sığınan Yahudilerin kendi cemaatlerine yönelik kitap basımına başladığı, bunu 1567'de Ermenilerin, 1610'da Maruni Arapların ve 1627'de Rumların basımevi kurma girişimlerinin izlediği görülmektedir (Koloğlu, 2023: 13). Ancak, bu toplulukların basım faaliyetleri, ağırlıklı olarak dinî ve kültürel metinlerle sınırlı kalmış; kitlesel bilgi dolaşımını hedefleyen gazete yayıncılığına yönelmemiştir. Bu durum, dönemin Osmanlı toplumunda yaygın bir okuryazarlık kültürünün oluşmamış olması ve kamuoyuna hitap eden süreli yayınlara yönelik bir talebin gelişmemesiyle doğrudan ilişkilidir. Nitekim Osmanlı'da ilk resmî basımevi, ancak 1728 yılında İbrahim Müteferrika'nın girişimleriyle kurulabilmiştir (Yalman, 2020: 4). Koloğlu'na (2023: 15) göre, "okuyucu kitlesinin sınırlılığı ve Avrupa'da basımevinin yaygınlaşmasında baş rolü oynayan haber yayımcılığı alanına girilemediği için bizde basımevi ürünlerinin yaygınlaşması için bir yüz yıl daha beklemek zorunda kalınmıştır."

Benzer yapısal dinamikler, gazete yayıncılığı alanında da gözlemlenmektedir. 19. yüzyıla gelindiğinde Osmanlı İmparatorluğu, dünya ticaretindeki konumunu büyük ölçüde kaybetmiş ve ciddi iktisadi sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Özellikle Fransız Devrimi'nin ardından etkisini artıran milliyetçilik akımları, Osmanlı'nın toprak kayıplarına yol açarken, imparatorluğu Avrupa'daki modernleşme sürecine dâhil olmaya zorlamıştır (Cangöz, 2015: 68). Bu süreçte, Cebelitarık Boğazı'nın açılmasıyla birlikte geleneksel ticaret yollarının işlevini yitirmesi, Osmanlı'da ticaretin zayıflamasına neden olmuş; böylece Batı'daki gibi ticaretle canlanan kent yaşamının ve kamusal alanın gelişimi büyük ölçüde sekteye uğramıştır (Yalman, 2020: 3). Ayrıca, okuryazarlık oranının düşük olması, basın-yayın faaliyetleri için gerekli olan

üretim ve dolaşım altyapısının toplumsal düzeyde yeterince gelişmesini engellemiştir (Cangöz, 2015: 62).

Bir diğer ifadeyle, 18. ve 19. yüzyıl Batı toplumlarında gözlemlenen endüstrileşme süreci ile kapitalist üretim ilişkilerine dayalı bir pazar yapısının Osmanlı'da mevcut olmaması, modern basın-yayın faaliyetlerinin ortaya çıkışını önemli ölçüde geciktirmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nda üretim araçlarının merkezinde toprağın yer alması ve güçlü bir devletçi ekonomik modelin benimsenmesi, basının gelişimini destekleyecek bir ekonomik sınıfın -özellikle de yerli burjuvazinin- oluşumunu engellemiştir (Cangöz, 2015: 63-64). Ayrıca, Türklerin ticarete yönelmesini güçleştiren ağır vergilendirme politikaları ile ticaretin kültürel olarak aşağı görülmesi, bu süreci daha da olumsuz etkilemiştir (Lewis, 1993: 35-36). Tüm bu koşullar çerçevesinde, Osmanlı toplumu yönetenler (askeri ve sivil bürokrasi) ile yönetilenler (reaya) biçiminde keskin biçimde ikiye ayrılmış; böylece Batı'da gözlemlenen üretici ve müzakereci bir "ara sınıf"ın ortaya çıkmasına uygun bir toplumsal zemin oluşmamıştır (Cangöz, 2015: 65).

Bütün bu dönemsel koşullar göz önünde bulundurulduğunda, Osmanlı İmparatorluğu'nda devlet eliyle resmî bir gazetenin yayımlanmasından önce, azınlık topluluklar tarafından çıkarılan farklı yayınların dikkat çektiği görülmektedir. 1796-1798 yılları arasında İstanbul'daki Fransız Büyükelçiliği, Fransız kolonisine ve Fransızca bilen diğer kimselere dağıtılmak üzere Fransızca bir gazete yayımlamıştır. 1820'li yıllarda ise bu kez İzmir'de çeşitli Fransızca gazetelerin yayınlandığı görülmektedir. Bunlar arasında en dikkat çekeni *Le Spectateur Oriental*'dir. Yalman'a (2020: 18) göre, *Le Spectateur Oriental* çıkana kadarki tüm yayınlar bülten sayılabilecek formattaydı; *Le Spectateur Oriental* ise gerçek bir gazete formatını taşıyordu.

Söz konusu tüm bu yayınlar, zaman zaman ait oldukları toplulukların sözcülüğünü üstlendiklerini açıkça ifade etmişlerdir. Ancak yalnızca yabancı topluluklara değil, aynı zamanda dönemin aydın Türk kesimine de bilgi ve kültür kaynağı olmaları bakımından işlevsel olmuşlardır (Koloğlu, 2023: 37). Bununla birlikte, Osmanlı coğrafyasındaki gazetecilik faaliyetlerini doğrudan etkileyen esas

itici unsurun, 1828 yılında Kavalalı Mehmet Ali Paşa tarafından Mısır'da yayımlanmaya başlanan *Vekâyi-i Mısriyye* olduğu söylenebilir. Bu gazete, Orta Doğu'da yayımlanan ilk yerli gazete olması açısından tarihsel bir öneme sahiptir (Lewis, 1993: 95; Topuz, 2003: 13; Koloğlu, 2023: 24).

Osmanlı İmparatorluğu'nda -Modernleşme ve dilde sadeleşme hareketinin bir yansıması olarak- kurumsal anlamda ilk çıkarılan gazete ise II. Mahmut'un emriyle saray tarafından 1831 yılında çıkarılan *Takvim-i Vakayi'*dir. Türkçe, Rumca, Ermenice, Farsça ve Arapça yayınlanan gazetenin yöneticiliğini tarihçi Esad Efendi yapmıştır (Lewis, 1993: 95; Topuz, 2003: 13; Taş, 2012: 139; Koloğlu, 2023: 30; Cangöz, 2015: 72). Dönem dönem kamusal meselelere odaklandığı olsa da genel olarak sarayın yayın organı kimliğini sürdüren gazete zamanla istenen tirajlara ulaşamamış ve 1860'dan sonra sadece resmî duyuruların sunulduğu bir bültene dönüşmüştür. Dolayısıyla, Osmanlı İmparatorluğu'ndaki ilk gazete yayıncılığı Avrupa'daki gelişmelerin aksime bir kamusal alan oluşturmak üzerine değil devlet siyasetinin ihtiyaçlarını karşılamak üzerine başlamıştır (Taş, 2012: 139). Nitekim *Takvim'i Vekayi* resmi bir gazete olmasına rağmen zaman zaman yönetici baskıları nedeniyle kapatılmıştır. II. Abdülhamid zamanında tamamen yayın hayatına son verilen gazete, 12 yıl sonra 27 Temmuz 1908 tarihinde tekrar yayına başlamıştır (Cangöz, 2015: 73-74; Koloğlu, 2023: 30).

Resmî gazete girişiminin beklenen etkiyi yaratamaması üzerine, bu kez "yarı resmî" olarak nitelendirilebilecek ikinci bir yayın girişimi ortaya çıkmıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun Batılı devletlere tanıdığı kapitülasyonlar sayesinde belirli ayrıcalıklara sahip olan İngiliz asıllı William Churchill, 1841 yılında *Ceride-i Havadis* adlı gazeteyi yayımlamaya başlamıştır. *Ceride-i Havadis*'in ilk yayımlandığı dönemlerde okuyucu bulmakta zorlandığı görülmektedir. İlk üç sayısı ücretsiz olarak dağıtılan gazetenin, bu dönemin ardından ancak yaklaşık 150 kadar okuyucuya ulaşabilmiştir. Churchill, bir yazısında *Ceride-i Havadis*'in ilk üç yılında "düşe kalka" yayımlandığını ve ancak sınırlı sayıda bir kitle tarafından ilgi gördüğünü ifade etmektedir. Ancak, Churchill'in dönemin hükümeti nezdinde etkili bir yabancı figür olması ve devletten aylık 2500 kuruş yardım alması, gazetenin zamanla mali ve kurumsal açıdan güçlenmesine olanak tanımıştır (Topuz, 2003: 17). *Ceride-i*

Havadis'in durumu, günümüze dek süregelen siyasal iktidar ile basın arasındaki karşılıklı çıkar ilişkilerinin erken dönem bir örneği olarak değerlendirilebilir. Nitekim gazete, yeterli okuyucu kitlesine ulaşamamasına rağmen, kapanmaması için saray tarafından doğrudan maddi desteklerle ayakta tutulmuştur (Cangöz, 2015: 75).

Osmanlı toplumunun düşünsel hayatını etkileyen ve belirli ölçüde kamuoyu oluşturmayı başaran gazetelerin, esasen özel girişimlerle kurulan gazeteler olduğu söylenebilir. Bu gazeteler, 1825-1850 yılları arasında Batılılaşma hareketi içinde yetişmiş ve Avrupa'da eğitim almış bir aydın grubunun inisiyatifiyle ortaya çıkmıştır. Söz konusu aydınlar, Osmanlı'nın Batılılaşma sürecini benimsedikleri gibi, bu sürecin halka uygun biçimde anlatılması ve halkın eğitilmesi gerektiğine de inanmaktaydılar. Dönemin siyasal hedefleriyle belirli bir uyum içinde hareket ettikleri için, saray yönetimi bu grubun faaliyetlerine -kendi denetimi altında olmak koşuluyla- sınırlı düzeyde izin vermiştir (Cangöz, 2015: 74-75). Nitekim, 19. yüzyılın ikinci yarısında merkez yönetim dışında da gazete çıkarılmasının önü açılmış ve bu çerçevede özel gazeteler yayın hayatına başlamıştır. Bu gazetelerin fikrî tartışmalara geniş yer vermesi ve "vatanın menfaatine olan düşüncelerin açıklanması" gerektiği yönündeki savları, Osmanlı toplumunda kamuoyu oluşumuna katkı sağlayan önemli etkenlerden biri olmuştur (Taş, 2012: 141).

Saray desteği olmaksızın, Agah Efendi'nin sivil inisiyatifiyle yayımlanan ilk Türkçe gazete[38] olan *Tercümân-ı Ahvâl*, 21 Ekim 1860 tarihinde yayın hayatına başlamıştır (Koloğlu, 2023: 43). Gazetenin başyazarlığını üstlenen Şinasi hem içerik hem de biçim açısından dönemin basın anlayışına önemli yenilikler kazandırmıştır. Bu yönüyle *Tercümân-ı Ahvâl*, Türk basın tarihinde başyazı geleneğini başlatan ilk yayın olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, Türk edebiyatında modern anlamda kaleme alınan ilk tiyatro eseri kabul edilen Şinasi'nin "Şair Evlenmesi" adlı eseri de bu

[38]Topuz'un aktardıklarından hareketle, bazı yakın dönem tarihsel kaynaklarda *Tercümân-ı Ahvâl*'in "ilk gazete" olarak tanımlandığı görülmektedir. Bu tercihin gerekçesini Topuz şu şekilde açıklamaktadır: "Bizde gazeteciliği *Tercüman-ı Ahvâl*'in çıkışıyla başlatanlara çok rastlanmıştır. 1960'ta gazeteciliğin 100'üncü yıl dönümü diye törenler düzenlenmiş ve pullar çıkartılmıştır. Yani bazı kimseler *Takvim-i Vekayi*'yi ve *Ceride-i Havadis*'i gazeteden saymayarak basın tarihini *Tercüman-ı Ahvâl*'le başlatmaya kalkmışlardır. Neden? Çünkü *Takvim-i Vekayi*, devletin yönetiminde çıkan bir gazetedir. Basın, devletin yönetiminde olursa gazetecilik olmaz demişlerdir!" (Topuz, 2003: 18).

gazetede tefrika hâlinde yayımlanmış olması, gazetenin toplumu eğitme misyonunu yanında, edebi bir yönelim taşıdığını da göstermektedir (Cangöz, 2015: 75-76).

Şinasi'nin belirleyici etkisinin hissedildiği bu yayında, resmî görüşlerin yanı sıra toplumsal sorunlara, okuyucu mektuplarına ve ansiklopedik bilgilere de yer verilmesi, *Tercümân-ı Ahvâl*'in, o döneme kadar yayımlanmış Türkçe gazetelere kıyasla daha fazla ilgi görmesini sağlamıştır. Bu ilginin temelinde, gazetenin hem dilsel hem de içeriksel düzeyde geniş okur kitlesinin beklentilerine karşılık verebilecek bir üslup benimsemesi yer almaktadır (Yalman, 2020: 25). Ancak, gazete, dönemin bürokratik yapısıyla kurduğu sınırlı mesafeye rağmen, Ziya Paşa tarafından kaleme alındığı düşünülen ve eğitim sistemine yönelik eleştiriler içeren bir yazı nedeniyle, Mayıs 1861'de iki hafta süreyle yayınına ara vermek zorunda kalmış ve dönem dönem yayınları durdurulmuştur (Koloğlu, 2023: 45).

Bu dönemde *Tercümân-ı Ahvâl* kadar, Şinasi'nin gazetecilik alanı üzerindeki etkisi de öncü niteliktedir. Şinasi'nin basın tarihi açısından bir diğer önemli katkısı, *Tercümân-ı Ahvâl*'den sonra yine bir sivil inisiyatifle 27 Haziran 1862'de çıkardığı *Tasvîr-i Efkâr* ve 1870'te Namık Kemal tarafından yayımlanan *İbret* gazetelerinin, Türkiye'de "fikir gazeteciliği"[39] geleneğinin öncüsü sayılmasıdır (Taş, 2012: 140). Bu bağlamda Şinasi'nin, Avrupa'da bulunduğu dönemde tanık olduğu gelişmelerden etkilenerek gazeteyi, fikirlerin serbestçe dolaşıma girebileceği bir kamusal alan aracı olarak konumlandırdığı anlaşılmaktadır. Nitekim ona göre *Tasvîr-i Efkâr*'ın temel amacı, "halka haber vermek ve halkın kendi yararını düşünmesini sağlamaktır" (Tütengil, 2011: 14; Cangöz, 2015: 77). Şinasi'nin ardından gazetenin başına geçen ve onun fikirlerinden yoğun biçimde etkilenen Namık Kemal, özellikle geçmiş ve özgürlük temaları üzerinden kamusal alanda ciddi bir etki yaratmıştır (Lewis, 1993: 140-141). Ancak Namık Kemal'in başta "Şark Meselesi" olmak üzere çeşitli

[39]Türk basın tarihi açısından değerlendirildiğinde, Yeni Osmanlılar hareketinin düşünsel öncülerinden sayılan Şinasi ve Namık Kemal, "fikir gazeteciliği" geleneğinin kurucu figürleri olarak kabul edilmektedir (Koloğlu, 2023: 46). "Şinasi ve Namık Kemal gibi gazeteciliğin gelişiminde önemli rol oynayan düşünürler sayesinde, 1880'lerden itibaren Osmanlı İmparatorluğu'nda kayda değer bir 'kamuoyu'nun oluştuğu söylenebilir" (Cangöz, 2015: 65-66). Osmanlı'da ilk gazetelerin Batı'ya kıyasla daha geç ortaya çıkmasına rağmen, bu yayınlar bazı toplumsal dinamikleri harekete geçirmede etkili olmuştur. Özellikle modernleşme politikalarının bir yansıması olarak gazetelerin yaygınlaşması, dini içerikli yayınların kamusal alandaki görünürlüğünün azalmasına neden olmuş; bu durum, laiklik yönünde atılan ilk adımlar arasında değerlendirilebilir (Cangöz, 2015: 71-72).

konulardaki yazıları nedeniyle gazetecilik yapması yasaklanmış, bu sebeple yurt dışına gitmek zorunda kalmıştır (Topuz, 2003: 22; Cangöz, 2015: 77).

Bu süreçte basın özgürlüğünü sınırlayan yasal düzenlemeler de yürürlüğe girdiği görülmektedir. Özellikle Tanzimat sonrası dönemde çıkarılan ilk basın düzenlemelerinden biri olan 1864 tarihli *Matbuat Nizamnamesi*, yoğun bir sansür rejiminin başlangıcını teşkil etmiştir. Bunu takiben 1867'de yürürlüğe giren *Ali Kararnamesi*, özellikle fikir gazetelerinin kapatılmasını kolaylaştıran bir araç olarak işlev görmüş ve birçok muhalif yayın organının faaliyetleri durdurulmuştur. Bu baskı ortamı nedeniyle, sonradan Yeni Osmanlılar Cemiyeti'nin de mensupları arasında yer alacak pek çok gazeteci Avrupa'ya sürgün gitmek zorunda kalmıştır (Topuz, 2003: 47; Tütengil, 2011: 14; Taş, 2012: 142; Cangöz, 2015: 79).

Bu noktada, Jön Türkler'in gazetecilik alanı üzerindeki etkilerine değinmek yerinde olacaktır. II. Abdülhamid'in sansür politikaları[40] ve 1878'de Meclis-i Mebusan'ı kapatmasının ardından, yurt dışına çıkan ve burada Avrupa'daki özgürlükçü siyasal atmosferden etkilenen bir aydın grubu ortaya çıkmıştır. "Jön Türkler" ya da "Genç Türkler" olarak anılan bu grup, Abdülhamid yönetimine muhalefet eden, eğitimli ve genç bir kuşağı temsil etmektedir. Namık Kemal, Ziya Paşa, Ali Suavi, Agâh Efendi, Reşad Bey, Nuri Bey ve Rıfat Bey bu kuşağın ilk temsilcileri olarak gazetecilik alanında görünür olmuştur (Topuz, 2003: 40).

Tercümân-ı Ahvâl'in düşünsel mirasından genişleten bu figürler, Avrupa'nın farklı başkentlerinde yayın faaliyetlerine başlamış ve gazeteyi siyasal mücadelenin bir aracı olarak konumlandırmışlardır. Gazete çıkarmak artık yalnızca bir kamusal bilgilendirme aracı olmaktan çıkmış; siyasi iktidara karşı mücadele yürütmenin etkin bir stratejisine dönüşmüştür. Nitekim bu yayın faaliyetleri, genel olarak "Jön Türk gazeteleri" başlığı altında toplanmakta ve mevcut yönetimlere karşı sistematik bir muhalefet yürütmenin en görünür biçimlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Tütengil, 2011: 6; Yalman, 2020: 4-5). Bu gazetelerde sıkça dile getirilen basın

[40]1876 yılında tahta çıkan II. Abdülhamid, Türk basın tarihinde 1878-1908 yılları arasını kapsayan ve "İstibdat Dönemi" veya "Abdülhamid Rejimi" olarak adlandırılan bir sürecin temsilcisidir. Bu dönem, siyasi tartışmaların yasaklandığı, katı sansür uygulamalarının hâkim olduğu ve otoriter bir siyasi atmosferle karakterize edilmektedir (Kologlu, 2023: 61-72).

özgürlüğü talebi, siyasal bir direniş söyleminin parçası olarak da önem kazanmaktadır (Taş, 2012: 143). İlk "muhalif basın" örneklerini gösteren "Jön Türk Gazeteleri"nin ilerleyen dönemlerde ise sadece Avrupa ile sınırlı kalmadığı görülmektedir:

> "Yeni Osmanlılar Cemiyeti'nin mührünü taşıyan *Muhbir* ve onu izleyen öteki gazete ve dergiler 'Türkiye Dışı Türk Gazeteciliği' ile ikiz anlamlı olarak kullanılan 'Jön Türk Gazeteleri' adı altında ele alınagelmiştir. Başlıca iki ortaklaşa özelliği, Türkiye'deki rejime 'muhalif' olmak ve Türkiye dışına kaçanlarca yayımlanmak olan 'Jön Türk' gazeteleri, bu nitelikleriyle bizim çizdiğimiz alanı taşarak, bir vakitler Osmanlı İmparatorluğu'nun hakimiyet alanına giren Balkanlar ve Akdeniz adaları gibi yerlerde de karşımıza çıkmaktadır" (Tütengil, 2011: 6).

Oğuzhan Taş'ın (2021: 144) vurguladığı üzere, Jön Türk basınının, Osmanlı Devleti'nin uyguladığı yasal denetim ve vergilendirme pratiklerine karşı çıkışı, 18. ve 19. yüzyıl İngiliz basınının, ticarileşme önündeki yasal kısıtlamaların kaldırılmasına yönelik talepleriyle tarihsel bir benzerlik taşımaktadır. Ancak bu benzerlik biçimsel düzeyde kalmakta; zira İngiliz basınında çatışma, yerleşik aristokrasi ile yükselen burjuvazinin siyasal idealleri arasında biçimlenirken, Osmanlı basını 1860 sonrasından itibaren, ilerlemeci bir modernleşme çizgisi benimseyen ittihatçı burjuvazi ile monarşiyi savunan geleneksel iktidar yapıları arasındaki siyasal rekabetin temel sahasına dönüşmüştür. *Meşveret* (1895), *Mizan* (1886/1897) ve *Şurayı Cemiyet* (1902) gibi yayınlar, İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin öncülüğünde gelişen muhalif söylemin taşıyıcısı olmuş ve 1908 devrimine giden sürecin entelektüel altyapısını kurmuştur.

Osmanlı İmparatorluğu'nda basına yönelik göreli bir "rahatlama dönemi" olarak tanımlanabilecek sürecin, Meşrutiyet'in ilanı ile başladığı söylenebilir. 30 Mayıs 1876 tarihinde Sultan Abdülaziz'in tahttan indirilerek yerine V. Murat'ın getirilmesiyle birlikte, basın alanında geçici de olsa bir özgürlük ortamı oluşmuştur. 1876 ile 1879 yılları arasında, daha önce sürgüne gönderilen gazetecilerin ülkeye geri dönmelerine imkân tanınmış ve yeni gazeteler yayın hayatına başlamıştır. Bu süreçte, 23 Aralık 1876'da ilan edilen ilk Osmanlı Anayasası olan Kanûn-ı Esâsî'de yer alan "Basın, kanun dâhilinde serbesttir" hükmü, uygulamada hiçbir zaman tam anlamıyla hayata geçirilememiştir. Nitekim 1888 yılında matbaaların tüm yayınları üzerinde ön sansür yeniden uygulanmaya başlanmıştır (Cangöz, 2015: 80). Bu dönemde yayın hayatına

başlayan ve Şemseddin Sami'nin başyazarlığını yaptığı *Sabah*[41], Ahmet Mithat Efendi tarafından çıkarılan *Tercümân-ı Hakîkat* (1878) ile Abdülhamid döneminin baskıcı koşullarında yayınlanan *İkdam*[42] (1894), dönemin önde gelen gazeteleri arasında yer almıştır.

Uzun süreli bir sansür rejiminin ardından, 1908 yılı, Türk basın tarihi açısından önemli dönüşümlerin yaşandığı kritik bir dönüm noktasına işaret etmektedir. Jön Türkler tarafından kurulan Osmanlı Hürriyet Cemiyeti'nin saraya yönelik baskısı sonucunda, 24 Temmuz 1908'de II. Meşrutiyet ilan edilmiş, II. Abdülhamid, Kanûn-ı Esâsî'yi yeniden yürürlüğe koymak zorunda kalmış ve bu gelişmeyle birlikte basına uygulanan sansür resmen kaldırılmıştır. Bu tarihten itibaren gazeteler, uzun bir aranın ardından ilk kez sansürsüz olarak yayımlanabilmiştir. II. Meşrutiyet'in basın tarihi açısından bir diğer önemi ise gazetecilerin ilk defa kendi aralarında toplanarak mesleki anlamda örgütlenme girişimlerinde bulunmalarıdır. 25 Temmuz akşamı, dönemin önemli gazetecileri bir araya gelip Osmanlı Gazeteciler Cemiyeti'nin emellerini atmıştır (Yalman, 2020: 87). Dönemin en önemli gelişmelerinden bir diğeri ise 18 Temmuz 1909 tarihinde basınla ilgili yasal düzenlemelerin de işler kılınmasıdır. Söz konusu yasal düzenleme ile yayın yapmak için ruhsat alma zorunluluğu kaldırılmış; meclis ve mahkemelerin gizli oturumlarına ilişkin haberlerin yayımlanması yasal zemine kavuşturulmuştur (Cangöz, 2015: 82-83).

1908'de Anayasa'nın yeniden ilan edilmesinin ardından yalnızca iki ay içerisinde 200'ün üzerinde yeni gazete yayımlanmaya başlanmış ve bu durum, "görece" bir fikir çeşitliliği ortamının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Koloğlu'na (2023: 87) göre, bu dönemde "her aklından geçenin, her canı çekenin sokak başına çıkıp nutuk çekmesi gibi," gazete ya da dergi çıkarılmaktaydı. Nitekim, Koloğlu bu süreci bir "basın patlaması" değil, bir "basın çılgınlığı" olarak tanımlamaktadır. Nitekim, Osmanlı'da 1908 yılı başında 120 civarında olan gazete ve dergi sayısı, II. Meşrutiyet'in ilanıyla birlikte kısa sürede 730'a ulaşmıştır. Her ne kadar bu özgürlük

[41]Sonraki yollarda bu gazetede Hüseyin Cahit Yalçın, Ahmet Emin Yalman ve Enis Tahsin Til gibi basın tarihindeki önemli isimleri yazarlık yapmıştır.

[42]Ahmet Rasim, Hüseyin Rahi Gürpınar ve Necip Asım gibi önemli isimler gazetede yazarlık yapmıştır. Kurtuluş Savaşı döneminde Yakup Kadri Karaosmanoğlu yönetiminde bağımsızlık savaşını destekleyen gazete 1926 yılında Ali Naci Karacan'a devredildikten sonra tamamen kapatılmıştır. Ayrıca rotatif baskı teknolojisini Türkiye'de ilk kullanan gazetedir (Topuz, 2003: 69).

ortamı kısa ömürlü olsa da dönemin önemli kazanımlarından biri, Cumhuriyet sonrasında gazeteciliğe yön verecek ve bu mesleği profesyonel bir zemine taşıyacak öncü figürlerin yetişmiş olmasıdır. Öyle ki, Türk basın tarihinde ilk kez yurt dışında (ABD) gazetecilik eğitimi alarak mesleğe adım atan Ahmet Emin Yalman da bu dönemin yetiştirdiği önemli isimlerden biridir (Koloğlu, 2023: 93).

Bu dönemde öne çıkan gazeteciler ve gazeteler arasında, Hüseyin Cahit Yalçın, Tevfik Fikret ile Hüseyin Kazım tarafından çıkarılan ve İttihat ve Terakki Cemiyeti'ne yakınlığıyla bilinen *Tanin*, İttihatçılara muhalif bir çizgi izleyen *Mizan*, Ahmet Mithat Efendi'nin yayımladığı ve tarafsız bir politika benimseyen *Tercüman*; ayrıca Yunus Nadi ile Zekeriya Sertel'in çalıştığı *Tasvir-i Efkâr* yer almaktadır (Topuz, 2003: 84; Cangöz, 2015: 82). Osmanlı'da yerleşik bir basın geleneğinin olmayışı, yayınları politik olarak kutuplaşmış bir çizgiye itmiş ve dönemin yayınları İttihat ve Terakki partisindeki karışıklıklardan da kaynaklı partizan bir çizgide yayıncılık yapmışlardır.[43] Bu dönemde İstanbul basını, monarşi yanlıları ve ittihatçılar olarak belirgin şekilde kutuplaşmış, birçok gazete açık biçimde siyasal partilerin ideolojik uzantısı hâline gelmiştir (Taş, 2012: 144). Bu durum, basının yalnızca bir haber mecrası değil, aynı zamanda siyasal alanın yeniden biçimlenmesinde aktif bir fail olduğunu düşündürür; zira dönemin gazeteleri, kamuoyunu bilgilendirmekten öte, ideolojik kamplaşmanın üretildiği ve yaygınlaştırıldığı araçlara dönüşmüştür. II. Meşrutiyet dönemi Türk basın tarihinde önemli kazanımlar getirmiş olsa da siyasi karışıklıklardan kaynaklı gelgitli bir döneme işaret etmiş, I. Dünya Savaşı'nın kaybedilmesi ile birlikte İstanbul Hükümeti, 2 Aralık 1918'de yayınladığı bir genelge ile basına yeniden sansür getirmiş ve 1919'da sıkıyönetim uygulanan her yerde sansür kararnamesi uygulamaya girmiştir (Cangöz, 2015: 88). Mehmet Emin Yalman, ilk dönem Türk basınının genel durumunu şu şekilde özetlemektedir:

> "Basın Türkiye'de, diğer bütün modern kurumlar gibi bir devlet müessesesi olarak başladı ve 1860 yılına kadar bu niteliğini korudu. Reformcu ve yenilikçi bağımsız bir sınıfın basın kaynakları üzerinde etkili olmasıyla, gazetecilik 1860-1876 yılları arasında altın devrini yaşadı. 1876 tarihinde tahta çıktıktan sonra Abdülhamid basını kendi iradesinin aracı ve

[43]İttihatçı hareketin basın ve propaganda faaliyetlerinde öne çıkan isimlerinden Ziya Gökalp, Mehmet Emin Yurdakul, Mehmet Akif Ersoy, Celal Nuri İleri, Yunus Nadi Abalıoğlu, Falih Rıfkı Atay, Velid Ebüzziya ve diğer bazı yazarlar, Millî Mücadele döneminde de etkin bir şekilde bu sürecin savunuculuğunu üstlenmişlerdir.

> kurduğu sistemin pervanesinden ibaret bir hale getirmek için elinden gelen her şeyi yaptı. Bunun sonucunda, Türkiye'de gerçek basın faaliyeti ve entelektüel hayat Fransa, Mısır gibi yerlere taşındı ve izole edilmiş ülkeyi yeraltından yasadışı bir fikir kaynağı olarak beslemeye devam etti" (Yalman, 2020: 5).

Bu çerçevede önemli bir noktaya dikkat çekmek gerekmektedir. Osmanlı'daki erken dönem gazetecilik anlayışında, devlet işleri ile basın faaliyetlerinin iç içe geçmiş olması, dönemin siyasal ve toplumsal koşulları bağlamında etik bir sorun olarak değerlendirilmemekteydi. Nitekim, özel bir girişim olarak yayımlanan ilk gazete olan *Tercümân-ı Ahvâl*'in kurucusu Agah Efendi'nin aynı zamanda devlet memuru olarak görev yapması bu duruma bir örnek teşkil edebilir (Taş, 2012: 140). Özel gazetelerde bile devlet kademesine bu denli eklemlenmiş olma durumu, yönetimin çıkarları dışında fikir üretmenin mümkün olmadığını göstermektedir (Koloğlu, 2023: 26). Bu durum, gazeteciliğin henüz kendi iç işleyiş dinamikleri olan bir "alan" olarak kurumsallaşmamış olmasıyla ve uzun bir süre devlet güdümünde faaliyet göstermesiyle doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla, ilgili dönemde basın ve siyaset arasındaki bütünleşik yapının bir sonucu olarak, gazetecilikte tarafsızlık ya da haber-yorum ayrımı gibi normatif etik kodlardan söz etmek mümkün değildir. Ayrıca, bu dönemde gazetelerden ziyade gazetenin başyazarının ya da editörünün ön planda olması da gazeteciliğin bireysel prestij ve siyasal etki arayışı ekseninde şekillendiğine işaret etmektedir (Taş, 2012: 141-144).

Söz konusu durumu yalnızca "gazete üretim pratikleri" üzerinden değil, aynı zamanda tüketim süreçleri ekseninde değerlendirmek de yerinde olacaktır. Her ne kadar belirli dönemlerde gazete tirajlarında dikkat çekici artışlar gözlemlense de Osmanlı toplumunda yerleşik ve derinlikli bir okuma-tartışma kültüründen söz etmek oldukça güçtür. Bu durum, yalnızca gazete değil, genel anlamda kitap kültürünün de geç kurumsallaşmış olmasıyla ilişkilendirilebilir. Nitekim, Osmanlı toplumu, Batı'nın yaklaşık dört yüzyıllık basılı kitap kültürünü sindiremeden doğrudan gazete kültürüyle tanışmış; bu da eleştirel bir okur kitlesinin oluşumunu büyük ölçüde engellemiştir. Bu noktada Orhan Koloğlu'nun (2023) kitap ve gazete kültürlerine ilişkin yaptığı saptama, bu tarihsel eksikliği anlamak açısından dikkat çekicidir:

> "Önceliğin gazete olması, benimsenmek istenen yeni (Batı) kültürün çok önemli bir ögesinin de ters yönde işlemesi sonucunu yaratmıştır. Genellikle kitap, ister pozitif ya da sosyal bilimleri isterse edebiyatı içersin, bir olayın geçmişteki evrimini iyice saptayıp buradan günün ve geleceğin belirlenmesine yarar. Aydınlanmanın düşünce dünyasına progress (sürekli ilerleme) anlayışını yerleştirmesi bu sayede olmuştur. Batı toplumları yoğun araştırmalarla kendi geçmişlerinin çözümünü belirleyip, bunu kitaplarla yayınlamış ve böylelikle gazete sütunlarını bu ileriye bakış çerçevesinde kullanma olanağına kavuşmuşlardır. Türk ve İslam toplumlarında ise basın geçmişin bilimsel çözümlerine dayanmadan, doğrudan doğruya yaşanan güncel gerçeğe ve geleceğe ağırlığını koymuştur. Temeli eksik bu yaklaşımın, gazete kültürünün egemen olduğu Osmanlı toplumlunun hemen sonuna kadar fikir hayatımızı etkilediği ve birçok çelişkinin sebebi olduğu daima hatırlanmalıdır" (Koloğlu, 2023: 25).

19. yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu'ndaki gazetecilik pratiğine genel bir çerçeveden bakıldığında, modernleşme hareketinin bir uzantısı olarak gazetecilik faaliyetlerinin ilk inisiyatiflerinin devletten gelmiş olması, bu alanın baştan itibaren "kusurlu bir doğumla" şekillenmesine neden olmuştur. Bu dönemde gazetecilik, henüz kurumsallaşmamış bir alan olarak değerlendirilmekte; dönemin gazetecileri ise bu faaliyeti çoğunlukla kamusal alanda söz söyleme, siyaseti yönlendirme ve kamuoyu oluşturma aracı olarak görmektedir (Başaran İnce, 2020: 22). Bu anlayış, gazeteciliğin bir meslek olarak tanımlanmasını ve buna özgü bir mesleki bilincin gelişmesini büyük ölçüde engellemiştir (Taş, 2012: 141). Nitekim, dönemin pek çok gazetecisi, hâlihazırda devlet memurluğu gibi başka bir görevde bulunmakta; bu nedenle gazeteciliği birincil mesleği olarak icra etmemektedir. Öte yandan, "muhalif" gazeteciler gazeteciliği daha çok siyasal ya da toplumsal bir mücadele pratiği olarak sürdürmüşlerdir (Cangöz, 2015: 89-90).

Buna ek olarak, gazeteciliğin kurumsallaşmasının önündeki önemli engellerden biri de kamusal alanın gelişimini destekleyecek nitelikte bir okur kültürünün ve medya tüketicisi topluluğunun henüz oluşmamış olmasıdır. İlk resmî gazete olan *Takvim-i Vekayi*'nin, özünde, yalnızca bürokratik çevreler ve yabancı elçilikler tarafından takip edilmesi ve yalnızca devlet memurlarına yönelik olarak kurgulanması (Lewis, 1993: 96), gazetenin kamuoyunu temsil eden bir topluluk karşısında denetleyici bir işlev üstlenmesini imkânsız hâle getirmiştir. Dolayısıyla bu dönemde gazetecilik, genel olarak devleti güçlendirmeye yönelik bir araç olarak inşa edilmiş; bireyi devlet

karşısında koruyacak ya da kamu yararını gözeten özerk bir alan formuna bürünememiştir (Koloğlu, 2023: 26).

Bu yönüyle Osmanlı basını, Habermas'ın (1997: 83-86, 114-115) idealize ettiği "eleştirel-katılımcı kamusal alan" modelinden farklı olarak, sınırlı, elitist ve devletçi bir karakter sergilemiştir. Özellikle -Jön Türk hareketi de dâhil olmak üzere- muhalif düşünce çevrelerine yönelik siyasal tahammülsüzlük, gazeteciliğin özerk bir meslek alanı olarak kurumsallaşmasını engelleyen başlıca yapısal koşullardan biri olmuştur. Bu çerçevede, Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan süreçte medya ile siyasal iktidar arasındaki ilişkinin çoğunlukla simetrik değil, hiyerarşik bir yapıda işlediği söylenebilir. Avrupa örneklerinden farklı olarak gazetecilik, Türkiye bağlamında çoğunlukla "merkezden çevreye iletilen modernleşme mesajlarının aracı" olarak konumlanmış; kamunun eleştirel denetim mekanizması olma işlevini yeterince kurumsallaştıramamıştır. Bu tarihsel zemin, günümüzde de gazeteciliğin profesyonel özerkliği ve kamusal sorumluluğu etrafında yaşanan tartışmaların zeminini oluşturmaya devam etmektedir.

Diğer yandan, Türkiye'deki gazetecilik alanı tarihsel bir perspektiften ele alındığında, daha derin ve yapısal bir sosyo-politik sorunun görünür hâle geldiği söylenebilir. Bu sorun, anayasal reformlara ve çeşitli demokratikleşme girişimlerine rağmen, merkez ile çevre arasında toplumsal uzlaşmayı sağlayacak nitelikte bir "toplum sözleşmesi"nin tarihsel olarak kurulamamış olmasıdır. Daha açık bir ifadeyle, kapsayıcı bir siyasal alan ve bu siyasal alanı besleyen özerk ve katılımcı bir kamusal alanın eksikliği, gazetecilik alanının kendi kurallarını üretebilen özerk bir alan olarak kurumsallaşmasını engelleyen temel faktörlerden biridir. Nitekim, Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde başlayan modernleşme hamleleri, Cumhuriyet döneminde de devam ettirilmiş; ancak bu süreçler çoğunlukla merkezî bir elit kadro tarafından yürütülmüş ve çevreyi oluşturan toplumsal kesimler karar alma mekanizmalarının dışında tutulmuştur. Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan süreçte siyasal merkez (bürokrasi, resmî ideoloji ve modernleşme hamleleri) ile çevre (taşra, dini yapılar, yerel eşraf ve halk) arasında kurumsal, ideolojik ve kültürel kopuklukların sürekli biçimde yeniden üretildiği görülmektedir (Mardin, 1973: 181-187). Tanzimat'tan II. Abdülhamid yönetimine, İttihat ve Terakki iktidarından Cumhuriyet

reformlarına kadar birçok dönemde modernleşme, çoğunlukla "çevreye rağmen merkez inşa etme" anlayışıyla gerçekleştirilmiş; bu da yalnızca siyasal alanın değil, gazetecilik de dâhil olmak üzere diğer kültürel alanların özerk bir karakter geliştirmesini zorlaştırmıştır. Türk basın tarihinde, her ne kadar "fikir gazeteciliği" gibi belirli geleneklerin izini süren ayrıksı örnekler bulunsa da Türkiye'de gazetecilik alanının bütüncül anlamda özerkliğini sağlayacak ve bir "gazetecilik kamusu" oluşturacak yapısal dinamiklerin tarihsel olarak kalıcı biçimde yerleşemediği açıktır.

3.1.2. Fikir Gazeteciliğinden Holdingleşmeye (1923-1980)

Osmanlı İmparatorluğu'nun dağılması ve ardından gelen Kurtuluş Savaşı, Türkiye'de basının işlevi ve konumunda radikal bir dönüşümün başlangıcı olmuştur. Cumhuriyet dönemi, Osmanlı'dan miras alınan modernleşme sürecinin devamı olarak değerlendirilebilir. Cumhuriyet'in ilanından sonraki dönemlerde devrimin halka aktarılması adına gazeteciliğin bir araç olarak kullanılması, dönemin en belirgin karakteristik özelliği olarak öne çıkmaktadır. 1920'lerde kurulan *Anadolu Ajansı*,[44] *İrade-i Milliye* gazetesi ve Matbuat ve İstihbarat Müdiriyet-i Umumiyesi gibi yapılar, savaş sürecinde bilgi akışını denetim altına alma çabasının kurumsal tezahürleridir (Topuz, 2003: 98). Cumhuriyetin ilanıyla birlikte basın, yalnızca bir haber aracı değil, rejimin modernleşme projelerinin bir parçası ve taşıyıcısı olarak yetkilendirilmiştir. Bu dönemde devlet, gazetecilikten "inkılap gazeteciliği" adı altında, reformları koşulsuz destekleyen bir yayıncılık anlayışı talep etmiş; bu talep, yeni Cumhuriyet karşıtı tüm hareketlerin bastırılmasında basının aktif biçimde kullanılmasını beraberinde getirmiştir. Basına yönelik bu yaklaşımın en net göstergesi olan Takrir-i Sükûn Kanunu (1925-1929) ile birlikte basın tam anlamıyla siyasal otoritenin kontrolüne girmiş; dolayısıyla bu dönemde Bourdieucu anlamda özerk bir gazetecilik alanından söz etmek olanaksız hâle gelmiştir (Başaran İnce, 2020: 22).

[44]Türkiye'de ilk yerli haber ajansı, 1911 yılında Salih Gürcü tarafından "Osmanlı Telgraf Ajansı" adıyla kurulmuştur. Devlet desteğiyle faaliyete geçen bu ajans, Havas ve Reuters ajanslarıyla imzalanan anlaşmalar uyarınca, bu kurumların haberlerini Türkiye'de yayma tekeline sahip olmuştur. Hıfzı Topuz'un (2003: 94) aktardığına göre, gerçekte Osmanlı Telgraf Ajansı, Havas ve Reuters'in Türkiye'deki örtülü bir uzantısı niteliğindeydi. Ajans, Birinci Dünya Savaşı'nın başında, İngiliz ve Fransız hükümetlerinin propagandasını yaydığı gerekçesiyle 1914 yılında kapatılmıştır.

Bu dönemi anlamak için yalnızca basının maruz kaldığı yasal düzenlemelere odaklanmak yetersiz kalır; zira esas mesele, Cumhuriyet rejiminin modernleşme hedefleri doğrultusunda basını ideolojik bir yeniden inşa aracı olarak kurgulamasıdır. Rejim, hilafetin kaldırılması ve seküler ulus-devletin kurulması gibi temel dönüşümler sürecinde, basını halkı eğitmek ve ikna etmekle görevli bir propaganda aygıtı olarak konumlandırmıştır. Hilafet yanlısı direnişler ve mikro düzeydeki kimlik talepleri, rejim tarafından devletin bekasına yönelik potansiyel tehditler olarak görülmüş; bu durum, sadece basının değil, tüm kültürel üretim alanlarının devlet eliyle biçimlendirilmesine yol açmıştır. Düşük okuryazarlık oranı ve yaygın yoksulluk gibi toplumsal koşullar da basının özerkleşmesini engellemiş, onun rejimin yönlendirdiği tek yönlü bir iletişim aracı olmasını kolaylaştırmıştır. Bu bağlamda basının erken Cumhuriyet dönemindeki konumu, siyasal otoritenin bir uzantısı olmanın yanında, dönemin modernleşme tahayyülünün ideolojik taşıyıcısı olarak değerlendirilmelidir (Başaran İnce, 2020: 22).

3.1.2.1. Tek Parti Rejiminde Tek Parti Basını (1923-1950)

Cumhuriyet ilk dönemlerindeki gazetecilik alanını anlayabilmek için öncelikle Osmanlı'nın birinci dünya savaşından yenik ayrıldığı ve 30 Ekim 1918'de Mondros Mütarekesi'nin imzalanmasından sonraki mütareke yıllarında basının durumuna değinmek gerekir. Bu yıllarda, İstanbul basını farklı siyasal pozisyonların temsil edildiği çok parçalı bir görünüm kazanmıştır. Bu dönemde gazeteler üç temel eğilimde şekillenmiş; bir yanda Millî Mücadele hareketini açıkça destekleyen *İleri*, *Yeni Gün*, *Akşam* ve *Vakit* gibi gazeteler öne çıkarken, diğer yanda *Peyam-i Sabah*, *Alemdar* ve *Türkçe İstanbul* gibi gazeteler[45] bu harekete şiddetle karşı çıkmışlardır. Ayrıca *Tasvir-i Efkâr*, *Tevhid-i Efkâr*, *İstiklâl*, *İkdam* ve *Tercüman-ı Hakikat* gibi yayın organları ise doğrudan desteklemekten ziyade, Anadolu'daki direniş hareketine sempati duymuş ve dolaylı bir destek sağlamıştır. Kasım 1922'de tekrar yayın hayatına başlayan *Tanin* gazetesi, İttihatçı çizgide yayın politikasına devam etmiş, bunun yanında *Sebilürreşad,* İslamcı hareketin merkezi olurken, *Aydınlık* dergisi de dönemin komünist görüşlerinin taşıyıcılığını üstlenmiştir (Topuz, 2003: 98).

[45]Kurtuluş Savaşı sonrasında, savaş öncesi muhalif gazeteciler, düşmanla iş birliği yaptıkları gerekçesiyle "Yüzellilikler" olarak adlandırılan listede yer almış; bu kapsamda birçok gazeteci Türkiye'den sürgün edilmiştir (Koloğlu, 2023: 120).

1919'da sıkıyönetim kararnameleri ile pek çok gazeteye sansür getirilmiş olsa da sansüre uğrayan bağımsızlık yanlısı gazeteler sansüre kurulu tarafından boş bırakılan sayfaların üzerlerine çeşitli görseller çizerek halkın dikkatini çekmeye başlamıştır (Cangöz, 2015: 95). Mustafa Kemal'in İstanbul'dan ayrılarak bağımsızlık hareketini başlatmasıyla bu hareketin basın aracılığıyla anlatılması ve desteklenmesi gerekmektedir. Bu anlamda, Mustafa Kemal'in bağımsızlık hareketinin yayın organı olacak ve devrim sürecini halka anlatacak bir medya alanına ihtiyacı vardır. Mustafa Kemal, bağımsızlık savaşına başlamadan önce halkı örgütleyebilmek için ilk girişimi haber akımını kontrol altına alma telgraf ağına el koymak olmuştur (Koloğlu, 2023: 114). İkinci adım olarak Mustafa Kemal'in talimatıyla *İrade-i Milliye* ve *Hakimiyeti Milliye* gazeteleri Anadolu'daki bağımsızlık hareketinin resmi yayın organı olması ve halkı bilgilendirmesi amacıyla kurulmuştur. Öyle ki *Hakimiyeti Milliye*'de, Mustafa Kemal de bizzat köşe yazarlığı yapmıştır. Basın tarihi açısından bu gazeteler "Milli Mücadele Basını" olarak adlandırılmaktadır (Cangöz, 2015: 96-97). Dönemin ağır şartlarını anlamak adına Hıfzı Topuz'un verdiği şu detay dikkat çekicidir: "Gazete (*Hakimiyeti Milliye*) bir han odasında basılıyordu. Çalışanların hepsinin bellerinde silâh vardı. Bazen muhalif bir milletvekili gazeteyi basıyor, silâhların patlaması an meselesi oluyordu" (Topuz, 2003: 120).

Millî Mücadele Basını sadece *İrade-i Milliye* ve *Hakimiyeti Milliye* ile sınırlı kalmamış, dönemin başka gazeteleri de bağımsızlık mücadelesinde Mustafa Kemal'in yanında yer almıştır. Bu gazeteler de Mustafa Kemal'in kamusal mesajlarını doğrudan veya dolaylı biçimde yayarak mücadeleyi desteklemişlerdir. Celâl Nuri ve Suphi Nuri tarafından çıkarılan *Ati* gazetesi, 1919 yılında ismini *İleri* olarak değiştirerek bu dönemin en sembolik örneklerinden biri hâline gelmiştir. *İleri* gazetesi, Mustafa Kemal'in mesajlarını çeşitli takma isimlerle yayımlayarak Millî Mücadele'nin İstanbul'daki sesi olmuş ve kamusal algının şekillenmesinde etkin rol üstlenmiştir (Topuz, 2003: 102). Yunus Nadi ise Yeni Gün gazetesinin matbaasını İstanbul'dan Ankara'ya taşımış ve Ankara hükümetinin yarı resmi sözcüsü niteliğinde bir yayın politikası izlemiştir (Topuz, 2003: 125; Cangöz, 2015: 97).

Kurtuluş Savaş başladığında ise Kurtuluş Savaşı'nı halka duyurmak adına yine Mustafa Kemal'in talimatıyla 6 Nisan 1920'de *Anadolu Ajansı* kurulmuştur. Ajansın adını Mustafa Kemal koymuştur. Ajans, Kuruluş Savaşı yıllarında birkaç kişi tarafından yönetilmekteydi. Bu dönemde ne yurt içinde ne de yurt dışında muhabir ağı bulunmaktaydı. Kuruluş sürecinde Anadolu Ajansı'nın iki temel amacı öne çıkmaktadır: Bunlardan ilki, ulusal birliği tehdit edebilecek kışkırtmalara karşı kamuoyunu bilgilendirerek önleyici bir rol üstlenmek; diğeri ise Kurtuluş Savaşı ve bu savaşa ilişkin gelişmeleri halka duyurarak direnişin toplumsal meşruiyetini ve farkındalığını artırmaktı (Topuz, 2003: 138-139).

Kurtuluş Savaşı öncesinde ve savaş sürecinde siyasal otorite ile gazeteciler arasında kurulan ilişki, basının bağımsız bir kamusal alan inşa etmesinden ziyade, mevcut resmî ve fiilî iktidar yapılarına hizmet eden bir iletişim aracı olarak işlev görmüştür. Mustafa Kemal'in düşünce ve hedefleri, basın aracılığıyla kamuoyuna aktarılmış; gazeteciler, yalnızca düşünsel düzeyde değil, aynı zamanda fiziksel olarak da Kurtuluş Savaşı'na destek vermiştir. İzmir'de Yunan işgaline karşı ilk silahlı direnişi gösterdiği için yaşamını yitiren gazeteci Hasan Tahsin, dönemin sembolik figürlerinden biri hâline gelmiştir. Öyle ki, Koloğlu'nun anlatımına göre, milli mücadele dönemindeki gazetelerin birçoğu "Ankara'ya silah, adam ve haber kaçırma işlerinde fiilen rol almışlardır." (2023: 116). Söz konusu gazetecilik pratiği, literatürde "Millî Müdafaa basını" olarak tanımlanmakta ve gazeteciliğin siyasal otoriteyle kurduğu bağımlı ilişki, dönemin olağanüstü koşulları bağlamında meşru kabul edilmektedir. Ancak bu süreçte, editoryal bağımsızlıktan ekonomik kaynaklara kadar gazetecilik faaliyetlerinin tümü doğrudan devletin kontrolü altına girmiştir. Dolayısıyla, bu dönemde özerk bir gazetecilik alanının kurumsallaşması yapısal olarak mümkün olamamış; gazetecilik daha çok siyasal mücadelenin bir uzantısı olarak biçimlenmiştir (Cangöz, 2015: 99-100).

Savaş kazanılmış ve Cumhuriyet ilan edilmiştir. Cumhuriyet'in ilanının ardından gazetecilik alanında radikal bir dönüşüm yaşanmamış; basın ortamı büyük ölçüde Cumhuriyet Halk Partisi yanlısı yayın organları ile sınırlı sayıda muhalif basın arasında şekillenen kutuplaşmış bir yapı üzerinden varlığını sürdürmüştür. Her ne kadar yeni Cumhuriyet rejimi, modernitenin liberal ve rasyonalist ilkelerini

benimsemiş olsa da basının özgürleşmesini sağlayacak demokratik koşulların inşasında yeterli bir ilerleme kaydedilememiştir. Bunun başlıca nedeni, dönemin siyasal önceliklerinin, yeni kurulan Cumhuriyet'in meşruiyetini güçlendirmek ve gerçekleştirilen toplumsal-siyasal devrimleri halk kitlelerine duyurmak şeklinde belirlenmiş olmasıdır. Ayrıca, Osmanlı'dan miras alınan zayıf bir basın geleneği ile toplumun geniş kesimlerinde okuryazarlık oranının düşüklüğü, Cumhuriyet'in kuruluş döneminde de basının özerk bir kamusal alan işlevi üstlenmesini ve kamusal tartışmaların aracı haline gelmesini büyük ölçüde engellemiştir (Taş, 2012: 148; Cangöz, 2015: 100-101).

Yeni kurulan Cumhuriyet'in temel ilkeleri doğrultusunda gerçekleşen siyasal ve ekonomik dönüşümler, gazetecilik alanını derinden etkilemiş; 1923-1945 yılları arasında devam eden tek parti rejimi koşullarında basın, muhalif düşüncelere alan tanımayan, merkeziyetçi ve ideolojik bir aygıt olarak işlev görmüştür (Cangöz, 2015: 102-103). Bu dönemde gazetecilik pratiği, esasen rejimin ideolojik hedeflerini halka aktarmak ve toplumsal dönüşümü sağlamak amacıyla kullanılmış; dolayısıyla Türkiye'de gazetecilik, bağımsız bir mesleki faaliyet olmaktan ziyade, siyasal iktidarın hedefleri doğrultusunda yönlendirilen bir aygıt hâline gelmiştir. Hilafetin kaldırılmasının ardından İstanbul ve Ankara merkezli gazeteciler arasında belirginleşen ayrışma, İstiklal Mahkemeleri'nin yetki alanının genişletilmesiyle birlikte, rejimin muhalif kesimlere karşı daha sert tedbirler almasına yol açmıştır (Taş, 2012: 150).

Her ne kadar 1924 Anayasası basın özgürlüğüne ilişkin bazı olumlu düzenlemeler içerse de 1925 yılında yürürlüğe giren ve hükümete olağanüstü yetkiler tanıyan Takrir-i Sükûn Kanunu, muhalif görüşlerin ifade edilmesini ve yayılmasını fiilen engellemiştir (Cangöz, 2015: 104). Bu çerçevede, söz konusu dönemdeki gazetecilik pratiğini bir "alan" olarak değerlendirmektense, siyasal iktidarın söylemlerini topluma aktaran bir aygıt olarak konumlandırmak daha isabetli olacaktır. Çünkü, Taş'ın (2012: 148) da ifade ettiği gibi "dönemin gazetecilik ilkelerini ve mesleki kimliklerin oluşumunu resmî ideolojinin beklentileriyle ilişkili değerlendirmek gerekir." Özellikle tüm yayın organlarının Matbuat Umum Müdürlüğü'nün denetimi altına alınmasıyla birlikte, basın tam anlamıyla tek sesli bir

yapıya bürünmüş ve devletin tam kontrolündeki bir yayın çizgisi hâkim olmaya başlamıştır (Kologlu, 2023: 118).

Döneme ilişkin önemli bir ayrıksı örnek, 7 Mayıs 1924'te Yunus Nadi öncülüğünde kurulan *Cumhuriyet* gazetesidir. Kuruluş sürecinde hükümetin ya da herhangi bir siyasi partinin sözcülüğünü yapmayacağını ilan eden gazete, "çağdaş gazetecilik" ilkeleri doğrultusunda tarafsız habercilik hedeflediğini kamuoyuna duyurmuştur. Ancak bu iddia, *Cumhuriyet*'in aynı zamanda Türkiye Cumhuriyet'i rejiminin kurucu değerlerini temsil etme misyonuyla çelişmeyen bir zemin üzerinde şekillenmiştir. Bir başka ifade ile dönemin diğer gazeteleri, doğrudan Mustafa Kemal ve Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ile uyumlu yayın yapmayı bir tür "mesleki ilke" olarak benimserken, *Cumhuriyet*'in tarafsızlık söylemi, esasen resmî ideolojiyle çelişmeme hedefiyle sınırlı kalmıştır. Bu yönüyle gazete, diğer basın organlarına kıyasla görece daha özerk bir duruş sergilese de tek parti rejimi koşullarında muhalif seslere veya rejim dışı eleştirilere alan açabilecek bir basın ortamı yaratamamıştır. Nitekim, tek partili rejim koşullarında basının "taraflılık" ile "tarafsızlık" arasındaki ayrımı, siyasi iktidara angaje olup olmamak üzerinden tanımlanmakta; rejim yanlısı yayıncılık, devrimlerin konsolidasyonu için bir zorunluluk olarak görülmekteydi. Dolayısıyla basından, eleştirel değil, destekleyici bir işlev üstlenmesi beklenmiş; "tarafsızlık" söylemi dahi devlet merkezli modernleşme projesinin sınırları içinde inşa edilmiştir (Taş, 2012: 148-149). Öncü'nün (2016: 170) de ifade ettiği gibi, "böylece yazılı basın modernleşme-aydınlanma ideolojisinin en önemli taşıyıcılarından birisi olarak şekillendi. Gazete sahipleri iktidar seçkinleri ile çok yakın ilişkiler içinde oldu; 'isim sahibi' gazeteciler meclise seçildi, önemli siyasi görevler üstlendi."

Bu dönemde bir diğer ayrıksı örnek olarak kültürel dergi alanı gösterilebilir. 1930'lu yıllarda Türkiye'de fikir ve edebiyat dergiciliği, tek parti rejiminin ideolojik çerçevesine paralel olarak gelişmekle birlikte, belirli alanlarda entelektüel çeşitliliğe ve özgün üretimlere imkân tanıyan bir mecra hâline gelmiştir. Bu dönemde *Kadro*, *Fikir Hareketleri*, *Varlık* ve *Yeni Adam* gibi dergiler özel girişimlerle yayımlanmış; özellikle *Kadro* dergisi, yeni kurulan rejimin ideolojik teorik temellerini inşa etme çabasıyla öne çıkmış, ancak zamanla rejimin düşünsel sınırlarıyla çatıştığı için

yayınına son verilmiştir.[46] Buna rağmen, *Kadro*'nun fikirleri 1960'larda Yön hareketi ve günümüz ulusalcı sol düşünceler üzerinde etkili olmuştur (Karlı, 2015: 148). Aynı dönemde Halkevleri bünyesinde çıkarılan *Ülkü* gibi dergiler, folklor ve dil araştırmalarını desteklemenin yanı sıra genç kuşakların kültürel ve düşünsel gelişimine katkı sağlayan önemli yayınlar olmuştur. Sedat Simavi'nin *Yedigün* gibi popüler dergileri ise geniş kitlelere hitap ederek edebiyatı, kültürü ve gündelik yaşamı sevdirme işlevi görmüş, böylece dergiciliğin hem entelektüel hem de popüler yönünü temsil eden bir yayın ortamı ortaya çıkmıştır. Söz konusu kültürel alan da rejimin sınırları içinde bir hareket alanı bulabilmiştir (Koloğlu, 2023: 119). İlgili dönemdeki basın özgürlüğü anlayışını yansıtan en çarpıcı örneklerden biri, dönemin İçişleri Bakanı Şükrü Kaya'nın yaptığı bir konuşmada dile getirdiği ifadelerdir:

> "Yazarlarımız ülke işlerini eleştirmede özgürdürler. Eleştirme özgürlüğünü ve çerçevesini saptayacak ve sınırlayacak olan, yazarın irfanı, vicdanı ve sağduyusudur. Bu geniş özgürlükten doğabilecek sorumluluğu her kişinin veya her yazarın ayrı ayrı yorumuna değil, yasaların hükümlerine bırakıyoruz. Yazı özgürlüğü yazarın egemenliğindedir, yazarın sorumluluğunu da yargıç saptar" (Topuz, 2003: 161).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu ve erken döneminde basının karşı karşıya kaldığı en belirgin paradoks, siyasal ve kültürel sermayenin iç içe geçtiği bir bağlamda, gazetecilik alanının özerklik geliştirme imkânlarının son derece sınırlı olmasıdır. Tek parti rejimi, basını ulus inşa sürecinin asli bir aracı olarak konumlandırmış; bu doğrultuda, gazetecilerin özerklik iddiaları dahi ideolojik bir çerçeveye sıkıştırılmıştır. Devlet ile toplum ya da merkez ile çevre arasındaki asimetrik ilişki biçimi, medyanın demokratik denetim işlevinden ziyade, siyasal otoritenin meşruiyetini yeniden üreten bir araçsallaştırma pratiğini ön plana çıkarmıştır. Öyle ki, mesleği tanımlayan kodlar, profesyonel ilkeler ve normalar değil, milli menfaatler ve devletin bekası olmuş (Taş, 2012: 154), nitekim dönemin gazete sahiplerinin büyük bir bölümü aynı zamanda milletvekilliği de yapmıştır (Koloğlu, 2023: 118). Söz konusu dinamik, bir yandan

[46]Kadro dergisinin kuramsal zemini, Marksist düşünceden ilham alsa da klasik Marksizm'e mesafeli bir duruş sergilemektedir. Kadrocular, tarihsel materyalizmi çözümleme aracı olarak kullanmış, ancak, sınıf mücadelesini ön plana çıkarmaktan kaçınmışlardır. Bunun yerine, Türkiye'nin özgün sosyo-ekonomik yapısına uygun bir "üçüncü yol" önerisinde bulunmuşlardır. Bu bağlamda devletçilik ne tam anlamıyla sosyalist ne de kapitalist olmayan, Türkiye'ye özgü bir kalkınma modelidir. Bu çerçevenin seçilmesinin nedeni, Türkiye'nin sanayileşme düzeyi ve sınıfsal yapısının Batı'dan farklı olmasıdır (Karlı, 2015: 145-152).

erken Cumhuriyet'in siyasal kültürü açısından işlevsel bir "zorunluluk" olarak okunabilirken; öte yandan, medyanın özerklik potansiyelini hem tarihsel hem de yapısal olarak sekteye uğratan bir unsur olarak da değerlendirilmelidir.

İkinci Dünya Savaşı yıllarında Türkiye, fiilen savaşın dışında kalmasına rağmen, ülke içinde alınan olağanüstü önlemler, basın özgürlüğü üzerinde son derece katı ve keyfî sınırlamalara yol açmıştır. 1940 yılında ilan edilen sıkıyönetimle birlikte hükümet, basına yönelik denetimi tamamen yürütme erkine bağlamış; Bakanlar Kurulu, herhangi bir yargı süreci ya da meclis denetimi olmaksızın, istediği gazeteyi süresiz olarak kapatma yetkisini kullanmıştır. Bu dönemde sansür, yalnızca haber içeriklerinin denetlenmesiyle sınırlı kalmamış, doğrudan gazetelerin kurumsal varlıklarını tehdit eden bir baskı aracına dönüşmüştür. Basın Genel Müdürlüğü'nün telefonla tebliğ ettiği kapatma kararları, resmi yazı bile gerektirmeyecek ölçüde keyfî uygulanmış, kapatılan gazetelerin yeniden yayınlanabilmesi ise devlet başkanının "af" iradesine bağlanmıştır (Topuz, 2003: 169-170). Bu bağlamda savaş dönemi Türkiye'sinde, *Cumhuriyet*, *Vatan*, *Tanin*, *Akşam*, *Son Posta* gibi gazetelerin varlıkları, siyasi bir lütuf meselesi hâline gelmiştir.

Türkiye'de basının siyasal iktidarla kurduğu ilişki, II. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan siyasal açılmalarla birlikte belirgin bir dönüşüm sürecine girmiştir. Özellikle 1945 sonrası dönemde, savaşın sona ermesi ve çok partili rejim tartışmalarının kamuoyunda gündem kazanmasıyla birlikte muhalif sesler daha görünür hâle gelmiştir. Bu süreçte *Tan* ve *Vatan* gazeteleri, sol eğilimli ve iktidar karşıtı söylemleriyle öne çıkarken; *Akşam*, *Tanin* ve *Ulus* gibi gazeteler, dönemin iktidar politikalarına paralel bir yayın çizgisi sürdürmüşlerdir (Taş, 2012: 155).

1946 yılında çok partili hayata geçiş sürecinde, CHP hükümeti, basının desteğini kazanmak ve kamuoyundaki meşruiyetini pekiştirmek amacıyla bazı yapısal değişikliklere gitmek zorunda kalmıştır. Özellikle gazetelerin büyük çoğunluğunun Demokrat Parti (DP) lehine tutum sergilemesi, iktidar partisinin basın üzerindeki denetim mekanizmalarını gözden geçirmesine neden olmuştur. Bu döneme kadar basın özgürlüğünün önündeki en büyük engellerden biri olarak görülen 1931 tarihli Matbuat Kanunu'nun 50. maddesi, Bakanlar Kurulu'na "memleketin politikasına dokunacak"

yayınlar nedeniyle gazeteleri kapatma yetkisi tanımaktaydı ve savaş yıllarında birçok gazete bu maddeye dayanılarak geçici olarak susturulmuştu (Topuz, 2003: 184). DP ise henüz muhalefet konumundayken bu maddeye karşı açık bir duruş sergilemiş ve Celâl Bayar ve Adnan Menderes de mevcut basın yasasının özgürlükçü bir düzeni sağlayamayacağını ifade ederek, gerçek anlamda özgür bir basın düzeninin ancak Demokrat Parti eliyle kurulabileceğini savunmuşlardır (Topuz, 2003: 185).

Bu siyasal atmosferde, CHP iktidarı seçim öncesinde kamuoyundaki baskıyı hafifletmek ve daha çoğulcu bir görünüm sunmak amacıyla bir dizi yasal düzenlemeyi gündeme getirmiştir. Bu düzenlemeler arasında Basın Birliği'nin kaldırılması ve Matbuat Kanunu'nun 50. maddesinin iptali gibi adımlar, dönemin en dikkat çekici girişimleri arasında yer alır. 1 Haziran 1946'da söz konusu maddenin yürürlükten kaldırılması, basın çevrelerinde olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmiş ve çok partili siyasi rejime geçişin habercisi olarak sembolik bir değer kazanmıştır (Topuz, 2003: 185). Bu süreç, basının siyasal iktidar tarafından araçsallaştırılmasının azaltılması ve kamuoyu üretiminde görece özerk bir alanın inşası yönünde atılan önemli bir adım olarak okunabilir; ancak, aynı zamanda bu hamlelerin, doğrudan seçim stratejilerine bağlı birer "kısıtlı reform" olarak da değerlendirilmesi mümkündür. Dolayısıyla, söz konusu gelişme, basın özgürlüğünün ilk kez anayasal ya da kurumsal temelde değil, doğrudan siyasal ihtiyaçlarla bağlantılı olarak gündeme geldiği bir geçiş momentini temsil etmektedir.

1946 yılında çok partili hayata geçişle birlikte, Türkiye'de basın alanı kısa süreli bir özerklik deneyimi yaşamış; bu dönemde kurulan *Gazeteciler Cemiyeti* (1946) ve *İstanbul Gazeteciler Sendikası* (1952), gazetecilik alanının kendi iç normlarını (doxa) oluşturma ve mesleki özerkliği kurumsallaştırma yönünde atılmış önemli adımlar olarak değerlendirilmektedir (Başaran İnce, 2020: 22). Ancak bu özerklik arayışının kalıcı bir kurumsallaşmaya dönüşmesi mümkün olmamış; 1950 yılında iktidara gelen Demokrat Parti'nin artan güç yoğunlaşması ve siyasal kontrol eğilimleri, basın özgürlüğü üzerinde sistematik baskıların yeniden gündeme gelmesine neden olmuştur (Pelivan, 2024: 64-66). Öyle ki, 1946-1950 yılları arasındaki dönem, Türkiye'de siyasal ve ideolojik kutuplaşmaların görünür hâle geldiği, basın ve yayın alanında ise ifade özgürlüğünün sınırlarının genişlediği dinamik bir geçiş süreci olarak öne

çıkmaktadır. II. Dünya Savaşı sonrasında CHP'nin içindeki otoriter ve tutucu unsurlar güç kaybetmiş, parti içi çatışmalar belirginleşmiş ve muhalefet talebinin yükselmesiyle birlikte çok partili yaşama geçilmiştir. Özellikle sağ ideolojiler bu yumuşama sürecinden faydalanarak kamusal alandaki görünürlüklerini artırmış; Necip Fazıl Kısakürek'in *Büyük Doğu* dergisi bu bağlamda dönemin en etkili yayın organlarından biri hâline gelmiştir (Topuz, 2003: 185-186).

3.1.2.2. Demokrat Parti ve Geçici Özgürlük Havası (1950-1960)

Demokrat Parti'nin 1950 yılında iktidara gelmesiyle birlikte Türkiye'de basın alanında görece liberal bir açılım dönemi yaşanmış; özellikle 5680 sayılı Basın Kanunu ile birlikte izin ve ruhsat zorunluluğunun kaldırılması, basın suçlarının yargılanmasında özel mahkemelerin yetkilendirilmesi ve gazete sahiplerinin cezai sorumluluktan muaf tutulması gibi düzenlemeler, basın özgürlüğü açısından önemli yapısal reformlar olarak değerlendirilmiştir. Aynı dönemde yürürlüğe giren 5953 sayılı yasa ile gazeteciler sendika kurma, sosyal güvenlik kapsamına alınma, kıdem tazminatı ve yıllık izin gibi sosyal haklara kavuşmuştur. Topuz'un (2003: 193) aktardığına göre, bu dönemde "gazete sahipleriyle Başbakan Adnan Menderes arasında kısa süreli bir balayı dönemi" yaşanmıştır. Söz konusu dönemde iktidar, basını devlet ile halk arasında bir iletişim köprüsü olarak konumlandırmış, birçok yayın organı Demokrat Parti'nin politikalarına destek sunarak iktidarın meşruiyet üretim sürecine katkı sağlamıştır. Bu gelişmeler, basının iktidarla kurduğu ilişki biçiminin yapısal bir dönüşüm yaşadığına işaret ederken; medya, kamusal bilgilendirme işlevinin yanında, yeni iktidarın meşruiyet üretme sürecinde de aktif bir rol üstlenmiştir.

Ancak, 1954 sonrasında artan ekonomik sıkıntılar, siyasal gerilimler ve toplumsal huzursuzluk ortamı, Demokrat Parti'nin medya politikalarında belirgin bir yön değişikliğine gitmesine neden olmuştur. Bu gelişmeler doğrultusunda, iktidarın basın özgürlüğüne yönelik başlangıçtaki görece olumlu tutumu giderek yerini sistematik baskı, denetim ve sansür uygulamalarına bırakmıştır. Bu noktada dikkat çeken önemli bir unsur, gazete sahiplerinden ziyade gazetecilerin, elde ettikleri hukuki ve sosyal kazanımlardan hareketle, görece daha özerk bir duruş sergilemiş olmalarıdır.

Özellikle sendikal örgütlenme, mesleki haklar ve ifade özgürlüğü bağlamında gazetecilerin talepleri, iktidarın medya üzerindeki kontrolünü sınırlandırmaya yönelik bir direnç alanı oluşturmuş, böylece gazetecilik mesleği, kurumsal mülkiyet ilişkilerinden kısmen ayrışarak daha profesyonel ve özerk bir yapı kazanma çabasına yönelmiştir:

> "Çeşitli toplantılarda ve parti kongrelerinde hükümetin izlediği politika sert eleştirilere konu olmaktadır. Toplantıları izleyen muhabirler bu eleştirileri ve saldırıları olduğu gibi yazmakta, yazı işleri müdürleri ve sekreterler de bu haberlere geniş yer vermektedirler... Oysa Menderes gazete sahipleriyle kurduğu dostluk ilişkilerinden dolayı, basında hükümeti ve partisini eleştiren yazıların çıkmaması gerektiği kanısındadır. Çalışan gazetecileri genellikle hor görmüştür. Muhabirler, sekreterler, fıkracılar, gazete fotoğrafçıları ise kendilerini hiç de Başbakan-Patron ilişkileriyle bağlı saymamışlar ve patronların gücü de bunu önlemeye yetmemiştir. Bazı gazete sahipleri hiç onaylamadıkları halde bu havaya katlanmak zorunda kalmıştır. 'Rahat bırakalım hükümeti, çalışsınlar, karışmayalım,' sözlerini gazeteciler artık dinlemez olmuştur" (Topuz, 2003: 195).

1954 sonrası Türkiye'sinde derinleşen ekonomik sorunlar ve artan siyasal-toplumsal gerilimler, Demokrat Parti'nin basın politikalarında köklü bir değişime yol açarak, başlangıçtaki özgürlükçü söylem, yerini yoğun sansür ve baskı uygulamalarına bırakmıştır. Çıkarılan yeni yasal düzenlemeler (Örneğin, 6334 sayılı Kanun gibi), gazeteciler üzerindeki cezai yaptırımları ağırlaştırmış, gazete kâğıdının hükümet tekelinde dağıtılmasıyla birlikte ekonomik baskı da siyasi denetim aracı hâline getirilmiştir. Muhalif gazeteler kapatılmış, birçok gazeteci tutuklanmış ve sansür olağan bir uygulamaya dönüşmüştür. Böylece Demokrat Parti dönemi, bir yandan reformist bir başlangıçla medyada görece özgürlükçü bir ortamı tesis etmişken, diğer yandan bu özgürlükleri hızla sınırlayan otoriter eğilimleriyle Türk basın tarihinde çelişkili bir dönem olarak yerini almıştır (Bulunmaz, 2012: 211-212). Bu gelişmeler, siyasi alanın basın alanına doğrudan müdahalesiyle alanın kısa süreli özerkliğinin sona erdiğini göstermektedir. Dolayısıyla çok partili rejime geçiş ve devletçi ekonomik modelin yumuşatılması, siyasal kültürde basının özgürleşmesini sağlayacak yapısal bir dönüşüme yol açmamıştır (Başaran İnce, 2020: 22-23).

Demokrat Parti dönemi, Türkiye basın tarihinde basın özgürlüğü ile siyasal iktidar arasındaki ilişkinin kırılgan doğasını gözler önüne seren kritik bir eşik olarak değerlendirilebilir. Muhalefet döneminde özgürlükçü söylemleri savunan Demokrat Parti, iktidara geldikten sonra özellikle muhalif basına yönelik baskıcı uygulamalarıyla dikkat çekmiş, böylece medya alanı üzerindeki siyasal denetimini kurumsallaştırmaya yönelmiştir. Bu sürecin simgesel örneklerinden biri, CHP'nin yayın organı olan *Ulus* gazetesinin 1953 yılında kapatılmasıdır. Aynı dönemde, 6195 sayılı Kanun gibi yasal düzenlemeler yoluyla CHP'ye yakın medya organlarına doğrudan müdahalelerde bulunulmuş, kamuoyunun bilgiye erişim olanakları daraltılmış ve basının denetleyici işlevi zayıflatılmıştır (Pelivan, 2024: 81-83). Nitekim, *Ulus* gazetesinin kapatılmasının ardından, CHP'liler tarafından *Halkçı* gazetesi çıkarılmaya başlanmış; ancak, baskı ve sansür uygulamaları bu yayın organı üzerinde de devam etmiştir. Bu süreçte, *Halkçı* gazetesinin başyazarlarından ve dönemin duayen gazetecilerinden Hüseyin Cahit Yalçın, 1954 yılında 26 ay hapis cezasına çarptırılmıştır (Topuz, 2003: 197). Böylece, Koloğlu'nun (2023: 123) ifadeleriyle "DP'nin 1950-1960 arasındaki iktidardayken tutumu, ne yazık ki CHP'nin 1945-1950 davranışından farklı olmamıştır."

1960 yılına gelindiğinde, Demokrat Parti iktidarının siyasal baskıyı kurumsallaştırma çabası, yalnızca basını değil, genel anlamda sivil özgürlükleri hedef alan Tahkikat Komisyonu'nun kurulmasıyla doruk noktasına ulaşmıştır. 27 Nisan 1960'ta çıkarılan yasa ile bu komisyona savcılık, yargıçlık ve yürütme yetkileri de tanınmış; böylece, hukuki denetimi devre dışı bırakan, anayasal sınırların dışında işleyen fiilî bir iktidar alanı inşa edilmiştir. Yasanın ikinci maddesi, hükümetin hoşuna gitmeyen yayınların toplatılmasını ve sürekli yasaklara uymayan gazetelerin kapatılmasını öngörerek, ifade özgürlüğünü doğrudan tehdit eden bir içeriğe sahip olmuştur. Emre Kongar'ın da ifade ettiği üzere, bu düzenleme Meclis eliyle gerçekleştirilen bir tür "sivil darbe" niteliği taşımakta ve Demokrat Parti'nin muhalefeti etkisizleştirerek çok partili rejimi fiilen sonlandırma eğilimini açıkça ortaya koymaktadır (Kongar'dan aktaran Topuz, 2003: 209).

Ancak, bu olağanüstü baskı ortamına rağmen, gazeteciler, otoriter dayatmalar karşısında yaratıcı direniş biçimleri üretmeyi sürdürmüştür. Yasaklar ve cezalandırma tehditlerine karşın gazeteler, satır aralarında muhalif söylemleri dile getirmenin

yollarını bulmuş; yaşanan siyasal gelişmeleri kamuoyuna aktarmayı başarmışlardır (Topuz, 2003: 209). Tüm bu koşulların sonunda ise 27 Mayıs 1960 Askerî Darbesi gerçekleşmiş ve Türkiye'de demokratikleşme süreci yeni bir evreye girmiştir. Bu bağlamda Demokrat Parti dönemi, Türk basın tarihi açısından, siyasal iktidarların basın özgürlüğünü çoğu zaman kendi dönemsel çıkarları doğrultusunda tanımladığını ve bu nedenle basın özgürlüğünün kurumsal güvencelere dayalı bir yapıya kavuşamadığını gösteren kritik bir dönem olarak değerlendirilmelidir.

Bu döneme ilişkin en önemli gelişmelerden biri, kuşkusuz, *Hürriyet* gazetesinin yayın hayatına başlaması olmuştur. 1948 yılında yayın hayatına başlayan *Hürriyet* gazetesi, yalnızca Babıâli basınında teknik ve estetik anlamda bir yenilik olarak değil, aynı zamanda Türkiye'de modern gazetecilik anlayışının kitleselleşmesinde bir dönüm noktası olarak değerlendirilebilir. Sedat Simavi'nin liderliğinde kurulan gazete, çağdaş baskı teknikleri, görselliğe verdiği önem, röportaj ve magazin içerikli metinlere ağırlık veren yayın çizgisiyle dönemin hâkim habercilik anlayışını dönüştürmüş, geniş kitlelere hitap eden popüler bir mecra hâline gelmiştir. Gazetenin ilk sayısında hem İnönü'nün hem de Celâl Bayar'ın yazılarına yer verilmesi, Hürriyet'in tarafsızlık iddiasını somutlaştırsa da bu tarafsızlık söylemi teknik donanım, editoryal yenilik ve pazarlama stratejileriyle desteklenerek etkin bir hegemonya aracına dönüşmüştür. Gazetenin tirajı birkaç yıl içinde on binlerden yüz binlere yükselmiş, bu artış haberin içeriğinin yanında, Simavi'nin görsel kültüre hâkimiyeti ve Amerikan tipi gazetecilik pratiklerini Türkiye'ye adapte etme becerisiyle de doğrudan bağlantılıdır (Topuz, 2003: 186).

Hürriyet'in başarısında dikkat çeken bir diğer unsur, uluslararası gelişmeleri yakından izleme ve bunları geniş kitlelere görsel olarak sunma kapasitesidir. Londra Olimpiyatları ve Kore Savaşı gibi olaylar üzerinden gazetenin haber değeri ve tirajı artırma stratejisi, aynı zamanda olay temelli gazeteciliğin yerleşik habercilik pratiğine nasıl yön verdiğini göstermektedir. Ayrıca, gazetenin kendi dağıtım ağını kurması ve bayilik sisteminden bağımsızlaşması, medya işletmeciliğinde dikey entegrasyon modeline erken bir örnek teşkil etmektedir (Topuz, 2003: 187). Bütün bu unsurlar birlikte değerlendirildiğinde, *Hürriyet*'in yükselişi, teknik donanımın ya da estetik tercihin ötesinde, dönemin siyasal konjonktürüne ve toplumsal beklentilerine uyum

sağlayan, ticarileşmiş ve kitlesel bir gazetecilik modelinin başarısı olarak okunabilir. *Hürriyet*, 1950'li yıllara gelindiğinde, Türkiye'de basından medyaya geçişin öncüsü ve "amiral gemisi" olarak nitelendirilmesinin ardında yatan yapısal dönüşümün sembolüne dönüşmüştür. Diğer taraftan, Ali Naci Karacan'ın kuruculuğunu üstlendiği *Milliyet*, Ahmet Emin Yalman'ın öncülüğünde yayımlanan *Vatan* ve Nadir Nadi'nin yazılarıyla dikkat çeken *Cumhuriyet* gazeteleri, 50'li ve 60'lu yılların ön plana çıkan yayın organları arasında yer almış; bununla birlikte, *Akşam*, *Yeni İstanbul*, *Dünya*, *İstanbul Ekspres*, *Tercüman*, *Yeni Sabah*, *Ulus*, *Zafer* ve *Son Havadis* gibi gazeteler de dönemin basın ortamında öne çıkan, kamuoyunda etkili olmuş önemli yayınlar arasında sayılmaktadır (Topuz, 2003: 209-224).

Özellikle *Hürriyet* ve *Milliyet* gazeteleri merkeze alındığında 1950 sonrası dönemin, gazetecilik alanına ilişkin önemli bir paradigma değişimine işaret ettiği söylenebilir. Dönemin gazeteleri merkeze alındığında, Demokrat Parti'nin siyasal olarak muhafazakâr; iktisadi olarak ise dışa açık ve dünya kapitalizmiyle entegrasyonu önceleyen politikalarının, gazetecilikte kitleselleşme ve endüstrileşmeye dönük bir yapının ilk adımlarını oluşturduğu dönemdir. Bu süreçte, gazetelerin ekonomi-politik yapısı dikkate alındığında, finansal önceliklerin giderek partilerden gelen doğrudan veya dolaylı destekten ziyade, reklam ve tiraj gelirlerine kaydığı görülmektedir. Bu dönüşüm, siyasal tarafsızlık idealinin gazete içeriklerinde daha belirgin hâle gelmesine katkı sağlamıştır. Nitekim, 1950'li yıllardan itibaren gazetelerde reklam içeriklerinin oranında gözle görülür bir artış yaşanmış; bu gelişme, basının siyasal alandaki konumuna ilişkin olarak geçmiş dönemlerden ayrışan bir kırılma anına işaret etmiştir (Taş, 2012: 155-156).

Bu dönüşüm, gazetecilik alanında yalnızca içerik üretimiyle sınırlı kalmayıp, üretim ve sahiplik yapılarında da köklü değişimlere yol açmıştır. Daha önce editoryal süreçleri doğrudan yöneten ve gazetecilik kökenli kişiler tarafından çıkarılan yayın organları, bu dönemde giderek basın dışı sermayenin yatırım alanına dönüşmeye başlamıştır. Bu gelişme, editoryal özerklik ile idari karar alma mekanizmaları arasındaki kurumsal ayrışmanın belirginleşmesine zemin hazırlamıştır. Sedat Simavi'nin *Hürriyet* ve Ali Naci Karacan'ın *Milliyet* gazeteleri bu dönüşümün öncü örnekleri olarak, "fikir gazeteciliğinden kitlesel gazeteciliğe" geçişin temsilcileri

olmuşlardır (Taş, 2012: 157-158). Demokrat Parti döneminin baskıcı sansür uygulamalarına rağmen, gazetecilerin haberlerini tarafsızlık ilkesine dayalı biçimde kamuoyuna sunma yönündeki ısrarı da bu dönüşüm bağlamında okunabilir. Bu yeni gazetecilik anlayışında temel motivasyon artık bir ideolojik yönlendirme ya da siyasal savunuculuk değil, bir işletme mantığı çerçevesinde okur ilgisini cezbetmek olmuştur. Dolayısıyla gazeteciliğin siyasal özneleşme iddiasından uzaklaşarak piyasada tutunma refleksiyle şekillendiği bu dönem hem mesleki normların yeniden üretildiği hem de medya sermayesiyle siyasal iktidar arasındaki ilişkilerin yeniden tanımlandığı bir eşik noktası olarak değerlendirilmelidir.

3.1.2.3. 1961 Anayasasının Alana Etkileri (1960-1980)

1960'lı yıllar, Türk basınının hem siyasal yapılar hem de yasal haklar bağlamında dönüşüm geçirdiği bir dönem olmuştur. 27 Mayıs 1960 Askeri Darbesi, yalnızca siyasal iktidarı değiştirmekle kalmamış; aynı zamanda basının darbeye yönelik pozisyonunu da belirleyici şekilde şekillendirmiştir. Darbe sürecinde ve sonrasında birçok gazete, yeni askeri yönetimi destekleyen yayınlar yapmış, bu durum medyanın dönemin siyasal meşruiyet inşasında nasıl aktif bir rol üstlendiğini göstermiştir (Şahin, 2023: 738). Bu siyasal dönüşümün ardından yürürlüğe giren 1961 Anayasası, anayasal düzeyde basın özgürlüğünü önceleyen bir çerçeve sunmuş ve özellikle Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun (TRT)[47] kuruluşuyla birlikte kamusal yayıncılık anlayışını kurumsallaştırmaya yönelik adımlar atılmıştır. Ancak,

[47]Türkiye'de yayıncılığın tarihsel gelişimi, devletin modernleşme projeleriyle yakından ilişkili olmuş, özellikle TRT'nin kuruluşuyla birlikte kamusal yayıncılık anlayışı, millî kimliğin inşasında merkezi bir araç olarak konumlandırılmıştır. 1961 Anayasası'nda özerk bir kamu kurumu olarak tanımlanan ve 1982 Anayasası'nda parti siyasetinden bağımsızlığı anayasal güvence altına alınan TRT, pratikte bu özerkliğini büyük ölçüde sürdürememiş, yayın politikaları çoğunlukla görevdeki hükümetlerin "millî çıkar" tanımlarına paralel şekilde şekillendirilmiştir (Öncü, 2016: 177). Özellikle 1970'li yıllardan itibaren televizyon, resmi tarih anlatılarının ve devlet törenlerinin görselleştirilmesini sağlayan bir ideolojik aygıta dönüşmüş, 1980'lerde ise teknik altyapının gelişmesi ve küresel içerik ithalatının artmasıyla birlikte program çeşitliliğinde önemli bir artış yaşanmış, aynı dönemde reklam gelirlerinin yükselmesiyle birlikte lisans ücretlerinden kademeli olarak vazgeçilmiştir. Ancak, bu gelişmelere rağmen TRT'nin kamu hizmeti yayıncılığı işlevi zamanla erozyona uğramıştır. Nitekim, Öncü'nün (2016: 178) de vurguladığı üzere, 2000'li yılların başından itibaren TRT'nin izlenme oranlarında kayda değer bir düşüş yaşanmış, kurumun izleyici nezdindeki çekiciliği ciddi biçimde azalmıştır. Bu gerileme yalnızca teknolojik dönüşüm ve özel televizyonların yaygınlaşmasıyla değil, aynı zamanda TRT'nin içerik üretiminde tarafgir bir yayın çizgisine yönelmesiyle de doğrudan ilişkilendirilebilir (Sönmez, 2014: 95-96; Metin ve Morales, 2022: 20).

tüm bu anayasal ve kurumsal düzenlemelere rağmen, uygulamada basın alanında tam anlamıyla bir özgürlük ortamı sağlanamamıştır (Koloğlu, 2023: 133).

1961 Anayasası, tam anlamıyla özerk bir gazetecilik alanının kurumsallaşmasını sağlayamamış olsa da Türkiye tarihindeki en özgürlükçü anayasal düzenlemelerden biri olarak öne çıkmaktadır. 1960 darbesi sonrasında Millî Birlik Komitesi tarafından basın alanında gerçekleştirilen reformlar, gazetecilik mesleği açısından önemli bir dönüm noktası teşkil etmiştir. Bu dönemde, Demokrat Parti iktidarının basın üzerindeki otoriter ve antidemokratik uygulamalarını ortadan kaldırmak amacıyla çeşitli yasal düzenlemelere gidilmiştir. Özellikle 6334 ve 6732 sayılı yasaların yürürlükten kaldırılması ve 1950 tarihli Basın Kanunu'ndaki kısıtlayıcı hükümlerin yerine daha özgürlükçü ilkelerin getirilmesi bu çabaların başında gelmektedir. Bu doğrultuda kabul edilen 143 sayılı yasa ile demokratik normlara daha uygun bir basın ortamı oluşturulması hedeflenmiş; gazetecilerin cezai sorumluluklarını sınırlandıran ve mesleki özerkliklerini güvence altına alan bir hukuki altyapı geliştirilmiştir. Bu düzenlemeler arasında en dikkat çekici olanı ise, gazetecilere iddialarını mahkeme önünde ispat etme hakkının tanınması olmuştur. Önceki dönemde, suçlamalarını kanıtlamış olsalar dahi cezalandırılan gazeteciler, 1 Aralık 1960 tarihinde Ceza Kanunu'nda yapılan değişiklikle bu hakka belirli koşullar altında sahip olmuş ve böylelikle mesleki faaliyetlerini daha güvenli ve görece özerk bir zeminde sürdürebilme imkânına kavuşmuşlardır (Topuz, 2003: 228).

Millî Birlik Komitesi'nin basın özgürlüğü yönünde attığı bu adımlar gazetecilerin sosyal ve ekonomik haklarını düzenleyen önemli reformlarla desteklenmiştir (Şahin, 2023: 737). 212 sayılı kanun ile gazetecilere tanınan kıdem tazminatı, ölüm tazminatı, iş güvencesi, haftalık izin ve yıllık ikramiye gibi haklar, gazeteciliğin profesyonel bir meslek olarak kurumsallaşmasına katkı sağlamıştır. Buna paralel olarak 195 sayılı kanunla Basın İlan Kurumu (BİK) kurulmuş ve böylece kamu ilanlarının dağıtımı düzenlenerek gazetelerin finansal sürdürülebilirliği için yeni bir yapı oluşturulmuştur. Ancak bu reformlar, özellikle gazete sahipleri tarafından büyük tepkiyle karşılanmış; 11-13 Ocak 1961 tarihlerinde üç günlük bir grevle protesto edilmiştir. Her şeye rağmen, bu gelişmeler Türkiye'de gazetecilik mesleğinin yalnızca haber üretimiyle sınırlı olmayan, aynı zamanda sosyal güvence ve meslek etiği

bağlamında kurumsal bir yapı kazanmasına olanak sağlamış; bu yönüyle 212 sayılı kanunun yürürlüğe girdiği 10 Ocak tarihi "Çalışan Gazeteciler Günü" olarak kabul edilerek simgesel bir anlam kazanmıştır (Topuz, 2003: 229-231). Ancak bu dönüşüm, basının özerk bir alan hâline geldiği anlamına gelmemekte; aksine, siyasal otoritelerin belirlediği sınırlar içerisinde şekillenmiş bir gelişim sürecini işaret etmektedir

Nitekim, 1960 darbesinin hemen ardından gazetecilik meslek örgütleri tarafından geliştirilen Basın Ahlak Yasası, ilk bakışta özgürlükçü bir yönelimi simgeliyor gibi görünse de bu girişimin temel motivasyonunun otoritenin olası müdahalesini önleme ve rejimle uyumlu bir mesleki görünüm sergileme arzusu ile şekillenmiştir. 24 Temmuz 1960 tarihinde gazetecilik örgütlerinin öncülüğünde imzalanan taahhütnamelerle yürürlüğe giren bu yasa, biçimsel düzeyde Anglo-Amerikan gazetecilik etik anlayışını benimsemiş görünmekle birlikte, özünde dönemin siyasal hassasiyetlerine paralel bir habercilik pratiğini güvence altına alma işlevi görmüştür. Nitekim, Abdi İpekçi'nin de belirttiği üzere, söz konusu girişimin temel amacı, ifade özgürlüğünün "suistimal edilmesini" önleme gerekçesiyle, gazetecilerin siyasal pozisyon almalarının önüne geçmektir (İpekçi'den aktaran Taş, 2012: 162). Bu yasa ile birlikte habercilikte nesnellik, yalnızca etik bir ilke değil, aynı zamanda iktidar tarafından sınırları belirlenen bir zorunluluk hâline getirilmiş; yorum ile olgu arasındaki ayrım da bu çerçevede katı kurallarla düzenlenmiştir (Taş, 2012: 163).

Bu durum, gazeteciliğin kamusal işlevi ile siyasal iktidarın sınır koyma çabası arasında gerilimli bir ilişki doğurmuş; bu gerilimin kurumsal izdüşümü ise bizzat yasanın uygulayıcısı olan Basın Şeref Divanı'nın işleyişinde kendini göstermiştir. Özdenetim mekanizması olarak yapılandırılan Divan, zamanla mesleki etik ihlallerin denetiminden uzaklaşarak, daha çok siyasal ve ekonomik rakipleri hedef alan bir cezalandırma aracı hâline gelmiştir. Bu durum, Divan'ın mesleki meşruiyetini ciddi biçimde zedelemiş ve onun bir etik kurulu olmaktan ziyade siyasal güç ilişkilerinin uzantısı olarak algılanmasına yol açmıştır. Nitekim 1968 yılında yapılan bir toplantıda Divan'ın mevcut yapısıyla sürdürülebilir olmadığı açıkça dile getirilmiş; ancak bu eleştiriler yapısal sorunlara yönelik köklü bir çözüm arayışına dönüşmemiş, yalnızca işleyişe dair yüzeysel önerilerle sınırlı kalmıştır (Taş, 2012: 163-164). Sonuç olarak,

bu dönemde geliştirilen özdenetim modeli, ne basının etik temelli mesleki örgütlülüğünü kurumsallaştırabilmiş ne de siyasal iktidardan özerk bir yapı oluşturabilmiştir. Bu başarısızlık, ilerleyen yıllarda basın özgürlüğü eksenli tartışmaların merkezine yerleşecek olan yapısal sorunların da öncülü niteliğini taşımaktadır.

Bütün bu gelişmelerin ışığında, 60 ve 70'li yıllarda Türkiye'de basın alanında paradoksal bir dönüşüm yaşandığı görülmektedir. Bir yandan ispat hakkının tanınması, Basın İlan Kurumu'nun kurulması ve yayın yoluyla işlenen suçlara dair bazı yasal düzenlemelerin kaldırılması gibi reformlarla basın özgürlüğü açısından ilerici adımlar atılmış, diğer yandan ise özdenetim kurumlarının yetersiz kalması, -Aziz Nesin ve İhsan Ada gibi- muhalif gazetecilere yönelik tutuklamalar, gazete kapatmaları ve Tedbirler Kanunu gibi uygulamalarla bu özgürlük ortamı sınırlandırılmıştır (Topuz, 2003: 232-237). Adalet Partisi'nin, selefi Demokrat Parti'nin basınla ilişkilerinde yaşadığı gerilimlerden ders çıkararak daha uzlaşmacı bir tutum benimsemesi, geçici de olsa ifade özgürlüğünü koruyucu bir hoşgörü rejimi oluşturmuştur. Bu durum özellikle sol basında gözle görülür bir genişleme yaratmış; Türkiye İşçi Partisi'ne yakın yazarların ve yayın organlarının kamusal alanda etkili bir biçimde yer alması, basının tarihsel olarak erişmediği çeşitlilikte fikirlerin dolaşıma girmesini mümkün kılmıştır (Topuz, 2003: 238). Ancak bu görece özgürlük ortamı yasal temellere dayanmadığı için kırılgandır ve dönem dönem yargılamalar, sansür uygulamaları ve fikir suçlarına dair çelişkili yasal uygulamalar basın özgürlüğünü yeniden tartışmalı hâle getirmiştir.

1960-1971 arası, içerik çeşitliliğinin yanında, teknolojik ilerlemeler, gazetecilik eğitimi ve mesleki profesyonelleşme açısından da Türk basınının kurumsallaştığı bir evre olmuştur. Bu dönemde *Cumhuriyet*, *Akşam* ve *Milliyet* gibi gazeteler düşünceye ve analize dayalı içerikleriyle yüksek tirajlara ulaşırken, *Hürriyet* ve *Günaydın* gibi gazeteler ise magazinel ve görsel ağırlıklı haber anlayışıyla rekor düzeyde okuyucu kitlesi kazanmıştır. Ofset baskının yaygınlaşması ve görsel unsurların ön plana çıkması, haberin sunum biçimini değiştirirken; gazetecilik mesleği de ortaöğretim düzeyinden yükseköğretime yönelmiş, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlı Basın Yayın Yüksekokulu'nun açılması gibi gelişmeler mesleğin

akademik temellerle yeniden tanımlanmasını sağlamıştır. Bu süreçte dergicilikte de ciddi bir yükseliş gözlenmiş; özellikle *Yön*, *Devrim* ve *Ant* gibi yayınlar, sol düşüncenin yaygınlaşması ve kamusal tartışmaların zenginleşmesinde etkili olmuştur. Televizyonun yükselişi ise basının hem içerik hem de reklam politikalarında uzun vadeli bir dönüşümü beraberinde getirmiştir (Topuz, 2003: 237-239).

1970'li yıllara gelindiğinde ise, Türkiye'deki sağ-sol çatışması eksenli çalkantılı sürecin medya alanına da yansıdığı gözlemlenmektedir. Özellikle 12 Mart 1971 muhtırasına giden süreçte yaşanan "Kanlı Pazar" ve "15-16 Haziran İşçi Olayları" gibi toplumsal çatışmalar, basında yoğun şekilde yer almış ve özellikle sol ve sağ basının sürece ilişkin tutumları, toplumdaki gerginliği daha da artırarak siyasal müdahalenin meşruiyet zeminini hazırlamıştır (Topuz, 2003: 249). 1970'lerin ikinci yarısında kurulan Milliyetçi Cephe hükümetleriyle birlikte siyasal kutuplaşma daha da derinleşmiş ve bu durum, basının da ideolojik bölünmesini pekiştirmiştir. Gazeteler yalnızca haber veren değil, doğrudan siyasal aktörlerin sözcüsü gibi davranan mecralara dönüşmüş; basın, farklı ideolojik kampların mücadele sahası hâline gelmiştir (Koloğlu, 2023: 140).

12 Mart 1971 Muhtırası sonrasında Türkiye'de siyasal iktidarın şekli kadar, basın özgürlüğüne ilişkin anayasal güvencelerin de derin bir dönüşüme uğradığı gözlemlenmiştir. Askerî vesayetin desteklediği Nihat Erim hükümeti, göreve gelişinden kısa bir süre sonra sıkıyönetim ilan ederek, *Cumhuriyet* ve *Akşam* gibi gazeteleri geçici, *Ant* dergisi ile *Bugün* ve *Yeni Sabah* gazetelerini ise süresiz olarak kapatmıştır (Topuz, 2003: 249). Bu uygulamaları, 1961 Anayasası'nda yer alan basın özgürlüğünü güvence altına alan maddelerin değiştirilmesi izlemiş; özellikle 22. maddenin savcılara da toplatma yetkisi tanıyacak şekilde yeniden düzenlenmesiyle, "milli güvenlik", "kamu düzeni" ve "genel ahlak" gibi belirsiz kavramlar aracılığıyla basına yönelik müdahalelerin önü açılmıştır. Bu değişiklikler, gazetecilik pratiği üzerinde ciddi bir otosansür baskısı yaratmış ve Türkiye Gazeteciler Sendikası başta olmak üzere meslek örgütlerinin yoğun tepkilerine rağmen hayata geçirilmiştir.

Bu baskı ortamında yalnızca yayın organları değil, doğrudan gazeteciler ve entelektüeller de sistematik şiddetin hedefi hâline gelmiştir. Siyasal kutuplaşmanın en

yoğun biçimde yaşandığı bu dönemde, çok sayıda gazeteci, akademisyen ve siyasetçi faili meçhul cinayetlere kurban gitmiştir. Bu karanlık dönemin en simgesel örneklerinden biri, 1979 yılında suikast sonucu yaşamını yitiren Abdi İpekçi'dir. İpekçi'nin ölümü, Türkiye basın tarihinde yalnızca bir gazetecinin öldürülmesinden öte, demokratik değerler, toplumsal barış ve basın özgürlüğü adına geri dönülmez bir kırılmayı temsil etmektedir (Topuz, 2003: 255). Uluslararası itibarıyla yalnızca Türkiye'de değil, Batı'dan sosyalist ülkelere ve Üçüncü Dünya basınına kadar geniş bir coğrafyada kabul gören bir gazetecilik anlayışının temsilcisi olan İpekçi, demokratik habercilik ilkelerinin sembol ismi hâline gelmiştir. Abdi İpekçi'nin öldürülmesinden 14 yıl sonra, 24 Ocak 1993'te bir bombalı saldırı sonucu öldürülen Uğur Mumcu'nun da hâlâ aydınlatılamayan suikasti, Türkiye'de gazetecilik mesleğinin taşıdığı riskleri ve siyasal yapının bu cinayetlere yönelik yapısal sessizliğini gözler önüne sermektedir. Her iki cinayetin de faili meçhul kalması ve bugüne dek hiçbir hükümetin bu olayları aydınlatma yönünde kararlı bir tutum sergilememiş olması, hem Türkiye demokrasisi hem de basın tarihi açısından ciddi bir meşruiyet krizi ve tarihsel bir yüzleşme eksikliği olarak varlığını sürdürmektedir.

1970'li yılların ikinci yarısı, bir yandan basının kurumsallaşma çabalarının sürdüğü; diğer yandan ise siyasal baskı, toplumsal kutuplaşma, yasal kısıtlamalar ve fiziksel şiddet yoluyla ifade özgürlüğünün sürekli tehdit altında tutulduğu, Türkiye tarihinin en çalkantılı ve karmaşık dönemlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Nitekim bu yıllar, toplumsal çatışmaların yoğunlaştığı ve siyasal kutuplaşmanın derinleştiği bir zemin oluşturmuş, gazetecilik alanı da bu atmosferden bağımsız kalamamıştır. Artan politik şiddet, sendikal hareketlilik ve 1980 darbesine giden yolun medyaya yansımaları, gazeteciliğin hem kurumsal yapısını hem de içerik üretim pratiklerini derinden etkilemiştir. Tüm bu tarihsel yükle 1980'li yıllara giren Türk basını, bu dönemde yapısal düzeyde önemli bir kırılma yaşamış ve medya alanında yeni bir evreye geçilmiştir. Bu doğrultuda, bir sonraki bölümde 1980'li yıllarda medya alanında yaşanan dönüşümlere ve bu dönüşümlerin yapısal etkileriyle sonrasındaki gelişmelere odaklanılacaktır.

3.1.3. Gazetecilik Alanında Neoliberal Dönüşüm (1980-2000)

1980'li yıllar yalnızca Türkiye'de değil, küresel ölçekte geniş çaplı siyasal ve ekonomik dönüşümlerin yaşandığı bir dönem olarak öne çıkmaktadır. ABD'de Ronald Reagan, Birleşik Krallık'ta ise Margaret Thatcher liderliğinde uygulamaya konulan neoliberal politikalar, Türkiye'de Turgut Özal öncülüğünde karşılık bulmuş; böylece Türkiye, devletçi ekonomik modellerden uzaklaşarak dışa açık, gümrük duvarlarının kaldırıldığı, serbest piyasa ekonomisine dayalı ve devlet müdahalesinin asgariye indirildiği bir yapıya evrilmiştir gelmiştir (Kaya, 2009: 139). Nitekim bu yeni düzen, medya alanında yoğunlaşma, yöndeşme ve çapraz tekelleşme[48] eğilimlerinin belirgin biçimde artmasına yol açmıştır (Dağtaş, 2006: 122). Bu dönüşüm, Türkiye'de ilk olarak 24 Ocak 1980 kararlarıyla gündeme gelmiş; ardından 12 Eylül 1980 askeri darbesiyle, söz konusu neoliberal dönüşümün siyasal, yasal ve toplumsal temelleri oluşturulmuştur (Kaya, 1994: 384; Koloğlu, 2023: 142; Dağtaş ve Şirvanlı, 2023: 235).

12 Eylül rejimi, ekonomik dönüşümün gerektirdiği siyasal ve toplumsal yeniden yapılanmanın zeminini oluşturarak, liberalizmin Türkiye özelinde radikal biçimde kurumsallaşmasına hizmet etmiştir. Neoliberalizmin küresel düzeyde kabul görmesinde ise yalnızca ulusal kalkınma ya da güvenlik kaygıları değil, merkez ülkelerde biriken sermayenin dolaşım ve değerlenme ihtiyacı etkili olmuştur (Cangöz, 2015: 119). Kamu hizmeti olarak devletin sorumluluğunda yürütülen eğitim, sağlık ve iletişim gibi sektörler, neoliberal paradigmanın etkisiyle piyasalaştırılarak metalaştırılmış, devletin bu alanlardan çekilmesi, kamu politikalarının temel yönelimi haline gelmiştir (Kaya, 2009: 139-140). Özelleştirme uygulamaları, sübvansiyonların kaldırılması ve fiyat kontrollerinin serbest piyasaya terk edilmesi, devletin ekonomik alandaki rolünü azaltmakla kalmamış; aynı zamanda gelir dağılımındaki adaletsizliği derinleştirmiştir. Türkiye'de ise neoliberal yeniden yapılanma ekonomik düzenle birlikte siyasal alanda da kurumsallaşmış, devletin yapısal biçimde dönüştürülmesi hedeflenmiştir (Cangöz, 2015: 121).

[48]Medyada ortaya çıkan çapraz tekelleşme, bir kitle iletişim aracı kapsamında faaliyet yürüten bir kuruluşun, medya dışı sektörlere yönelerek farklı alanlarda da ekonomik etkinlik göstermesi biçiminde tanımlanabilir. Bu durum, medya sahipliğinin yalnızca iletişim alanıyla sınırlı kalmayıp, geniş bir ekonomik ağ içerisinde yer almasına neden olmaktadır. Örneğin, medya sektöründe faaliyet gösteren bir holdingin aynı zamanda sanayi ve hizmet sektörlerinde büyük ölçekli yatırımlara sahip olması, çapraz tekelleşmenin somut bir örneği olarak değerlendirilebilir (Dağtaş, 2015: 38).

Bu çerçevede, 1980 sonrası Türkiye'de egemen yapı yeniden inşa edilirken, sınıf temelli siyasetin tasfiyesi neoliberal hegemonyanın kurucu ilkelerinden biri haline gelmiştir. Cangöz'ün (2015: 122) de vurguladığı gibi, burjuvazinin 1970'lerde yaşadığı hegemonya krizine çözüm arayışı, yalnızca ekonomik dönüşümle değil, siyasal özgürlüklerin daraltılması ve anayasal hakların sınırlanmasıyla da ilişkilidir. Yeni hegemonik düzen, devletin piyasayı düzenlemekten çok, piyasanın gereklerine göre yeniden şekillendirilmesini öngören bir anlayışı temel almış, bu durum yalnızca ekonomik bağımsızlığı değil, siyasal katılımı ve toplumsal eşitliği de tehdit eden yapısal sorunları derinleştirmiştir. Dolayısıyla, Türkiye'nin neoliberal dönüşümü yalnızca bir iktisat politikası tercihi değil, aynı zamanda siyasal rejimin niteliğini belirleyen, sınıfsal ilişkileri yeniden biçimlendiren tarihsel bir kırılma olarak değerlendirme yerinde olacaktır.

Türkiye'de medya alanında 1980'li ve 1990'lı yıllarda yaşanan dönüşümleri hem uluslararası neoliberal yeniden yapılanma süreci hem de 12 Eylül 1980 askeri darbesinin yarattığı otoriter kırılma ekseninde ele almak, bu döneme ilişkin daha bütüncül ve açıklayıcı bir çerçeve sunacaktır (Tunç, 2018: 149). Bu kapsamda, 1980'li yıllarda Türk medyasının yapısal ve içeriksel dönüşümünü belirleyen en önemli olay, kuşkusuz 12 Eylül 1980 askeri darbesi olmuştur. Bu müdahale sonrasında basın, yalnızca siyasal baskı ve sansür mekanizmalarıyla sınırlanmakla kalmamış, kendi içinde bir oto sansür rejimi geliştirerek siyasal içerikten hızla uzaklaşmıştır. 1980 sonrası Türkiye'de basın alanı, askeri yönetimin siyasal ve hukuksal müdahaleleriyle hem kurumsal hem de bireysel düzeyde ciddi bir baskı rejimi altında şekillenmiştir. 12 Eylül 1980 darbesi sonrasında Millî Güvenlik Konseyi'nin aldığı kararlar doğrultusunda, Sıkıyönetim Komutanlıkları'na tanınan sansür yetkileri, basının haberleşme işlevini fiilen işlevsizleştirmiştir (Topuz, 2003: 259). Özellikle 1982 Anayasası'nın, basın özgürlüğünü korumaktan ziyade sınırlamayı mümkün kılan muğlak ifadelerle donatılmış olması, ifade özgürlüğü alanında sistematik bir daralmaya yol açmıştır. Bu anayasal düzen, devletin güvenliği, kamu düzeni ve genel ahlâk gibi soyut gerekçelere dayanarak müdahaleyi meşrulaştırmıştır. 1983'te yapılan yasal düzenlemelerle Basın Kanunu'nun ağırlaştırılması ise bu sınırlayıcı rejimi daha da kurumsallaştırmıştır (Topuz, 2003: 262).

Darbe sonrası yılarda ise parlamenter sisteme dönüş ve ANAP iktidarının başlaması, görünürde yeni bir dönemi temsil etse de askeri vesayetin ağırlığı ve geçici 15. madde aracılığıyla Millî Güvenlik Konseyi'ne tanınan mutlak dokunulmazlık, basın özgürlüğü açısından kalıcı bir tehdit oluşturmuştur. Turgut Özal'ın kişisel düzeyde bazı gazetecilerle kurduğu yakın ilişkiler, kamuoyunda liberal bir hava yaratsa da[49] bu dönemde yüzlerce gazeteci hakkında dava açılmış, bazıları faili meçhul saldırılarla yaşamını yitirmiş, çok sayıda gazete ve kitap sansüre uğramıştır (Topuz, 2003: 270). Bu tablo, Türkiye'de basın özgürlüğünün yalnızca içeride değil, uluslararası alanda da ciddi biçimde eleştirilmesine neden olmuş, Avrupa Konseyi ve Uluslararası Basın Enstitüsü gibi kuruluşlar Türkiye'yi evrensel demokrasi ilkeleriyle uyumlu bir yasal reform yapmaya çağırmıştır (Topuz, 2003: 273).

Bu kapsamda, 1980-1990 arası Türkiye basın tarihi, ifade özgürlüğü bağlamında ciddi kısıtlamaların ve sistematik baskıların yaşandığı bir dönem olarak kayda geçmiştir. Bu yıllar içerisinde açılan basın davalarının sayısı 2000'i aşarken, sanık konumuna düşen gazeteci, yazar ve yayıncı sayısı 3000'i bulmuştur. Yazı işleri müdürlerine 5000 yılı aşkın hapis cezası verilmiş, gazete ve dergilerin 850'sine yayın yasağı uygulanmış, özellikle Devlet Güvenlik Mahkemeleri'nin devreye girmesiyle siyasal nitelikli yayınlar çok daha ağır yaptırımlarla karşılaşmıştır (Topuz, 2003: 273–274). Bu dönemde sol tandanslı dergiler, yoğun dava süreçleri ve toplatma kararlarıyla baskı altına alınmış, İçişleri Bakanlığı'nın genelgelerine rağmen emniyet güçleriyle gazeteciler arasında çok sayıda fiziksel müdahale yaşanmıştır. Türkiye İnsan Hakları Vakfı'nın 1990 yılını "Basın İhlalleri Yılı" ilan etmesi, yaşanan hak ihlallerinin boyutunu göstermektedir (Topuz, 2003: 275). Türkiye'de gazetecilik mesleği, özellikle 1990'lardan itibaren Kürt meselesi gibi politik açıdan hassas konularla uğraşan gazeteciler için güvenlik riskiyle örülü bir alan olarak tanımlanırken, büyük

[49]Turgut Özal'ın "Türkiye'ye iki buçuk gazete yeter" ifadesi, dönemin medya vizyonunu özetleyen simgesel bir anlatımdır. Bu söylemdeki "buçuk" ile Cumhuriyet gazetesinin, yani sol eğilimli muhalif basının temsil edildiği; "iki büyük" ise, Hürriyet ve Sabah gibi dönemin anaakım gazetelerinin işaret edildiği anlaşılmaktadır. Özal'ın bu vizyonu, medya alanında ideolojik çeşitlilikten çok, kontrol edilebilir bir yapı kurma arzusunu yansıtır. O dönemde Hürriyet'in Simavi ailesine, Sabah'ın ise Dinç Bilgin'e ait olması, medya sahipliğinin henüz sınırlı sayıda aile ve bireysel sermayedarların elinde toplandığını gösterir (Alan, 2015: 125). Bu durum, devletin medya üzerindeki kontrolünü dolaylı ama etkili biçimde sağlamasına zemin hazırlamıştır.

medya kuruluşlarında çalışan gazeteciler açısından da güvencesizlik, sendikasızlık ve oto sansür temel sorunlar hâline gelmiştir (Tunç, 2018: 153).

Baskının yalnızca yargı ve idare yoluyla değil, fiziksel şiddet ve faili meçhul cinayetler yoluyla da sürdürüldüğü 1990'ların başında, Türkiye basını tarihsel olarak eşi görülmemiş bir karanlık döneme sürüklenmiştir. Çağdaş Gazeteciler Derneği'nin raporuna göre, 1992-1993 yıllarında öldürülen gazeteci sayısı 19'a ulaşmıştır ve bu ölümlerden yalnızca üçüne ilişkin failler tespit edilebilmiştir (Topuz, 2003: 280). Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ) Başkanı Robert Bakker, Türkiye'deki gazetecilik koşullarını Latin Amerika'daki baskıcı rejimlerle karşılaştırarak durumu uluslararası kamuoyuna taşıma ihtiyacı duymuştur. Dönemin önemli gazetecilerinden Uğur Mumcu, Çetin Emeç, Musa Anter, İzzet Keser ve Metin Göktepe'nin öldürülmesi, yalnızca basın özgürlüğüne değil, toplumun kolektif hafızasına da onarılamaz zararlar vermiştir.

Bu karanlık dönemin simge isimlerinden Uğur Mumcu ve Çetin Emeç'in suikastlerle katledilmesi, ifade özgürlüğü açısından yalnızca bireysel değil, yapısal bir tehdit ortamını işaret etmektedir. Mumcu, gazeteciliği bir kamusal aydınlanma görevi olarak yürütmüş; laiklik, Atatürkçülük ve yolsuzluk karşıtlığı temelinde toplumun vicdanını temsil eden bir figür haline gelmiştir. Öldürülme biçimi, gazetecilik mesleğinin taşıdığı riskleri ve Türkiye'de araştırmacı gazeteciliğin karşı karşıya kaldığı yapısal şiddeti açıkça göstermektedir. Benzer şekilde, Çetin Emeç'in suikasta uğraması, merkez basın organlarının bile güvenliğinin kalmadığını göstermiştir. Bu koşullarda, Türkiye'de basın özgürlüğü yalnızca anayasal güvenceler ya da yasal reformlarla değil; gazetecilere yönelik fiziki güvenlik, bağımsız yargı ve hesap verebilir siyasal aktörlerle birlikte yeniden inşa edilmesi gereken bir toplumsal mutabakat meselesi haline gelmiştir (Topuz, 2003: 282-285).

Diğer yandan, Metin Göktepe cinayeti, 1990'lı yıllarda Türkiye'de basın özgürlüğü ve gazeteci güvenliği bağlamında yaşanan en çarpıcı olaylardan biri olarak tarihe geçmiştir. *Evrensel* gazetesi muhabiri Göktepe'nin, 8 Ocak 1996 tarihinde görevini yerine getirirken polis tarafından gözaltına alınması ve ertesi gün ölü bulunması, devletin zor aygıtlarının gazetecilik faaliyetlerine doğrudan bir tehdit

oluşturabileceğini dramatik biçimde gözler önüne sermiştir. Olayın ardından kamuoyuna yapılan ilk açıklamalarda Göktepe'nin gözaltına alınmadığı ve "duvardan düşerek" yaşamını yitirdiği iddia edilmiş; ancak, adli tıp raporu ile görgü tanıklarının beyanları bu ifadeleri açık biçimde yalanlamıştır (Topuz, 2003: 306). Gazeteciler Cemiyeti'nin soruşturmaya sahip çıkması ve meslektaşlarının sergilediği kolektif direnç, olayın kamuoyunda geniş yankı uyandırmasına neden olmuş; ayrıca, çeşitli siyasi aktörlerin sürece müdahil olmasıyla dava, toplumsal vicdanda derin bir iz bırakmıştır. Ancak, yargı süreci, kamuoyunun adalet beklentilerini karşılamaktan uzak kalmış, böylece söz konusu cinayet, adaletin tesisi açısından bir dönüm noktası olmaktan ziyade, Türkiye'de basın üzerinde süregiden baskı kültürünün kurumsallaşmış biçimini simgeleyen bir vaka hâline gelmiştir. Bu bağlamda, gazetecilik örgütlerinin olaya sahip çıkması ve davayı uzun süre kamu gündeminde tutması, dönemin ağır koşullarına rağmen, gazetecilik mesleğinin kolektif dayanışma zeminine ve ortak bir "meslek kamusu" inşa etme potansiyeline dair önemli bir örnek teşkil etmektedir.

İlgili dönemlerde gazetecilik alanı, hükümet ve devlet aygıtının yarattığı baskı kadar, sermaye baskısıyla da karakterize olmaktadır. Darbenin yarattığı otoriter atmosfer, gazetecilerin siyasi gelişmeleri izleme ve aktarma reflekslerini zayıflatırken, medya alanında magazinleşme eğilimini teşvik etmiş; böylece kamuoyunun siyasal bilinçlenmesi sekteye uğratılmıştır. Aynı dönemde sermaye yapısında da önemli bir dönüşüm yaşanmış, basın dışı büyük sermaye gruplarının sektöre girmesiyle birlikte *Hürriyet*, *Sabah* ve *Milliyet* gibi gazeteler etrafında tekelci yapılar oluşmuş ve medya giderek yoğunlaşan bir mülkiyet ilişkisine girmiştir (Kaya, 1994: 389-391). Bu yapısal dönüşümün bir diğer boyutu ise ekonomik düzlemde gerçekleşmiş, devletin gazetelere yönelik sübvansiyonları kaldırması sonucu medya kuruluşları ayakta kalabilmek için tiraj ve reklam gelirlerine bağımlı hâle gelmiştir. Bu durum, habercilik anlayışının içerik kalitesinden çok, pazar başarısına göre yeniden şekillenmesine neden olmuş; böylece kâr güdüsü ön planda olan, kitlesel tüketimi hedefleyen ve çoğu zaman yüzeysel içeriklerle donatılmış bir medya kültürü ortaya çıkmıştır (Dağtaş, 2005: 126). Dolayısıyla, 1980'li ve 1990'lı yıllar bu yönüyle, Türkiye'de basından "medya"ya geçişin ivme kazandığı, kamusal bilgilendirme işlevinin yerini ticarileşmiş içerik üretiminin almaya başladığı bir dönem olarak değerlendirilebilir (Sönmez, 2004: 40).

Bu kapsamda, 1980'li ve 1990'lı yıllar Türkiye medya tarihinde hem ekonomik hem de ideolojik anlamda dönüşümün en belirginleştiği dönemlerden biri olmuştur. Bu dönüşümün temel dinamiği ise özel televizyonların yayın hayatına başlamasıyla birlikte, medya alanının hızla holdingleşmesidir. 1987'deki ilk özel televizyon girişimlerinden sonra 1990'ların başında özel yayıncılık hız kazanmış, yeni kurulan televizyonların çoğunlukla mevcut gazete patronları tarafından finanse edilmesiyle birlikte basın-sermaye ilişkisi derinleşmiştir (Taş, 2012: 167). Rekabetin keskinleşmesi ve reklam gelirlerinin özel televizyonlara kayması, gazeteleri tiraj artışı için promosyon kampanyalarına zorlamış, bu da haber içeriklerinde politik vurgunun azalmasına ve daha standartlaşmış, tüketime odaklı içerik üretiminin yaygınlaşmasına neden olmuştur (Taş, 2012: 168; Koloğlu, 2023: 144). Medya kuruluşlarının toplumu bilgilendirme işlevi yerine, piyasa rekabeti içerisinde var olabilmek amacıyla magazinleşmiş ve bireyselleşmiş habercilik biçimlerini benimsedikleri görülmektedir (Dağtaş, 2006: 120-130).

Bu dönüşümün ideolojik boyutu ise Ertuğrul Özkök'ün gazeteciliğe getirdiği yaklaşımda somutlaşmaktadır. Özkök'ün öncülüğünü yaptığı yeni anlayış, gazetenin yalnızca siyasetle değil; yaşam tarzı, eğlence, moda, otomotiv ve gastronomi gibi gündelik yaşam pratikleriyle de bütünleşmesini savunmuş, böylece okuyucunun bireysel ilgi alanlarını merkeze alarak medya tüketimini kişiselleştirmeyi amaçlamıştır (Özkök'ten aktaran Taş, 2012: 168-169). Bu yaklaşıma göre toplumu oluşturan şey bireylerin "cemaatvari" mikro ilgi gruplarıdır ve gazetecilik de bu grupların ilgi alanlarına hitap ettikçe değer kazanır. Bu perspektif, Thatcher'ın neoliberal söylemiyle örtüşerek "toplum yoktur" anlayışını içerik politikasına yansıtmış, mesleki prestijin ve bağımsızlığın ancak piyasa mekanizmalarına entegre olunarak sürdürülebileceği ileri sürülmüştür (Taş, 2012: 169). Dolayısıyla Özkök'e göre gazetecilik, artık kamu hizmetinden ziyade modern yaşam tarzının estetik bir uzantısı, ekonomik olarak ise bir şirket kâr-zarar mantığına dayanan profesyonel bir sektör haline gelmiştir. Kâr eden medya kuruluşlarının, siyasi ya da mafyatik destekten uzak durabileceği ve bağımsız kalabileceği yönündeki bu sav, basının kamu yararı ilkesinden uzaklaşarak piyasa merkezli bir bağımsızlık tanımına evrildiğini göstermektedir.

Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren, Türkiye'de gazetecilik alanının yapısal dönüşümünde öne çıkan en önemli başlıklardan biri, Ertuğrul Özkök'ün *Hürriyet* gazetesi üzerinden somutlaştırdığı ve hayata geçirdiği basın yönetim anlayışındaki paradigmatik değişimdir. Bu dönemde gazetecilik, haber üretim süreçlerine içkin bir mesleki etkinlik olmaktan uzaklaşarak, şirketleşen medya yapıları içinde profesyonel yönetim pratiklerinin bir parçası olarak ele alınmaya başlanmıştır. Taş'ın (2012: 169-179) belirttiği üzere, bu değişim sürecinde "gazetecilik etiği" yerini giderek "medya etiği" gibi daha geniş kapsamlı, holding mantığına entegre edilen bir mesleki kodlar sistemine bırakmıştır. Bu anlayış, etik kavramını yalnızca haber üretiminin doğruluğu, tarafsızlığı veya kamu yararıyla sınırlı bir çerçevede değil; şirketlerin hizmet kalitesi, marka itibarı ve piyasadaki rekabet gücünü önceleyen kurumsal değerler dizgesi olarak yeniden inşa etmektedir. Böylece, gazeteciliğin toplumsal bilgilendirme işlevi ikinci plana itilmekte, gazetecilik, medya şirketlerinin kârlılığı ve rekabetçiliği doğrultusunda tanımlanmaktadır.

Bu yeni yaklaşım, medya endüstrisinin neoliberal ekonomik düzene eklemlenme sürecini hızlandırmış, böylece gazetecilik alanının baskın kodları, piyasa mantığı içerisinde yeniden tanımlanarak işlevselleştirilmiştir (Dağtaş, 2005: 126). Gazetecilik alanı artık, yalnızca doğruluk, nesnellik ve tarafsızlık gibi alanın klasik doxasına değil, aynı zamanda markalaşma, kurumsal sorumluluk, müşteri memnuniyeti ve yatırımcı güveni gibi şirket yönetimine özgü ilkelerle de tanımlanmaktadır. Bu durum, medya alanı ile ekonomik alan arasındaki sınırların giderek bulanıklaştığı ve gazetecilik pratiğinin heteronom bir zeminde yeniden inşa edildiği bir süreci beraberinde getirmiştir. Bu çerçevede profesyonel gazetecilik, demokratik kamu yararının temsilcisi olma niteliğinden uzaklaşarak, medya şirketlerinin finansal çıkarlarını ve rekabetçi hedeflerini meşrulaştıran bir araca dönüşmüştür. Dolayısıyla, Türkiye'deki gazetecilik alanının özgün karakterini belirleyen temel unsurlardan biri, alanın ekonomi-politik yapısıdır. Bu yapı, gazetecilik pratiğini şekillendiren başat dinamik olarak öne çıkmakta, alanın güncel işleyişini ve kurumsal mantığını anlamak açısından merkezi bir rol oynamaktadır. Bu durum, Türkiye'de gazetecilik alanına yönelik herhangi bir çözümlemenin, yalnızca medyanın iç dinamikleriyle sınırlı kalamayacağını, siyasal alan ile ekonomik alan arasındaki yapısal etkileşimin de bütüncül biçimde analiz edilmesini zorunlu kılmaktadır.

2000'li yıllar ise gazetecilik pratiğinde "isimsiz muhabirler"den "televizyon şöhreti"ne dönüşen bir dönüm noktasını temsil etmektedir. Bu süreçte, özellikle televizyon ekranlarında görünürlük kazanan gazeteciler, kamuoyunda yalnızca haber aktarıcıları olarak değil, aynı zamanda medya ünlüleri olarak tanımlanır hâle gelmişlerdir. Söz konusu dönemin popüler gazetecileri, elde ettikleri yüksek gelirlerle eğlence sektörü yıldızları ya da profesyonel futbolcularla benzer ekonomik düzeylere ulaşmışlardır. Böylece, toplumsal meşruiyetlerini medya şöhretleri üzerinden kuran gazeteciler ile anonim kalan, basın sektörünün arka planında görev yapan isimsiz muhabirler arasında belirgin bir ayrışma ortaya çıkmıştır (Öncü, 2016: 172). Ancak, 2001 ekonomik krizi, gazeteciliğin bu yeni dinamiğini olumsuz bir şekilde etkilemiştir. Kriz, özellikle bankacılık sektöründe yatırımları bulunan medya gruplarında çalışan gazetecilerin büyük bir kısmının işini kaybetmesine neden olmuştur. Yaklaşık 5 bin gazeteci, düşük ücretler ve iş güvencesizliği ile karşı karşıya kalmış ve bu durum, Türk gazeteciliğinde "camia" olgusunun anlamını yitirmesine yol açmıştır (Öncü, 2016: 172). Bu kriz, medya sektöründeki eşitsizliği derinleştirirken, gazetecilerin mesleklerini icra etme biçimlerini de yeniden şekillendirmiştir.

Diğer yandan, söz konusu dönüşüm, medyanın siyasetle ve toplumla kurduğu ilişki biçimini de köklü biçimde değiştirmiştir. 2002 yılı, Türkiye'de medya alanında ideolojik ve yapısal kırılmaların yaşandığı oldukça çalkantılı bir yıl olmuştur. Özellikle *Sabah* gazetesinden ayrılan üst düzey gazetecilerin Aydın Doğan'ın desteğiyle *Vatan* gazetesini kurmaları hem medyada iş gücü mobilitesinin hem de sermaye merkezli gruplaşmanın ulaştığı boyutu ortaya koymuştur (Topuz, 2003: 322). Aynı yıl içinde, Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın İş Güvencesi Yasası ile ilgili yürüttüğü mücadele, gazetecilerin özlük haklarının korunması açısından kritik bir eşik oluşturmuştur. Öte yandan, Doğan Medya Grubu'nun yayınladığı "yayın ilkeleri bildirgesi", medya etiği alanında kurumsallaşma yönünde önemli bir adım gibi görünse de aynı grubun yürüttüğü sermaye temelli medya rekabeti, etik ilkelerin piyasa dinamikleri karşısında ne kadar işlevsel olduğu sorusunu gündeme taşımıştır (Taş, 2012). Bu yıl içinde medyada en çok dikkat çeken bir diğer mesele ise, "magazinleşme" eğiliminin sıradanlaşması ve Televole kültürünün eleştirel bir biçimde tartışmaya açılması olmuştur (Dağtaş, 2005: 161). Toplumun gündelik

hayattaki karmaşadan kaçış yolu olarak magazini tüketmesi, sadece kültürel düzeyde değil, toplumsal ruh hali bağlamında da okunması gereken bir fenomeni işaret etmektedir.

Dönemin değerlendirmesini ekonomi-politik bir çerçeveden kültürel bir zemine kaydırdığımızda, Aksoy ve Robins'in (1997) çalışması dikkate değer bir perspektif sunmaktadır. Söz konusu çalışma, Türkiye'deki kültürel dönüşümü medya ekseninde ele alarak, modernleşmeci Kemalist ideolojinin uzun süre boyunca dışladığı halk kültürlerinin 1990'lı yıllarla birlikte nasıl merkezileştiğini ortaya koymaktadır. TRT'nin temsil ettiği resmî kültür, yıllar boyunca devletin toplumu yukarıdan aşağıya biçimlendirme arzusunun simgesiyken, özel televizyonların yükselişi bu hegemonik yapının kırılmasına zemin hazırlamıştır. Özellikle 1990-1994 döneminde özel televizyonlar, uzun süre bastırılmış kimliklerin ve kültürel ifadelerin kamusal alanda görünürlük kazanmasını sağlamış, bu durum, kültürel çoğulculuğu ve ifade özgürlüğünü teşvik etmiştir. Arabesk müzik, Yeşilçam sineması, dini içerikler ve Kürtçe yayınlar gibi daha önce TRT tarafından sansürlenen unsurlar, ana akım medyada yer bulmaya başlamıştır. Ancak bu kırılma, bastırılmış kültürel ögelerin görünürlüğünü artırsa da bu temsillerin çoğu kapitalist medya mantığı içerisinde ticarileştirilmiştir. Bu nedenle ortaya çıkan çoğulculuk ortamı, kalıcı ve derinleşmiş bir demokratikleşmeye evrilmemiştir. 1994 sonrasında yapılan yasal düzenlemelerle medya sektörü yeniden denetim altına alınmış ve büyük medya holdinglerinin sektördeki etkisi daha da pekişmiştir (Aksoy ve Robins, 1997: 1946–1950). Bu bağlamda, liberalleşme sürecinin beraberinde getirdiği kültürel temsiliyet ve çoğulculuk, her zaman kamusal düzlemde siyasal bir temsiliyetle örtüşmemekte, bu yapısal paradoks, Türkiye medya tarihinde izleyen dönemlerde de kendini göstermeye devam etmektedir.

Bu doğrultuda, gazetecilik alanının sahiplik yapısı ile üretim ilişkilerini kapsayan eleştirel ekonomi-politik çerçeve, dönemin (aynı zamanda günümüzün de) gazetecilik alanının -hem üretim biçimleri hem de içerik düzeyinde- temel belirleyici dinamiğini oluşturmaktadır. 1980'li yıllardan itibaren Türkiye medya sektöründe yaşanan dönüşüm, gazetecilik mesleğinin özünde yer alan bağımsızlık ve toplumsal sorumluluk ilkeleri açısından ciddi bir kırılmayı beraberinde getirmiştir. Bu dönemde

medya organlarının büyük sermaye gruplarının eline geçmesi, basın tarihindeki "patron-gazeteci" geleneğini sona erdirmiştir. Cumhuriyetin erken döneminde gazetecilikten gelen ve aynı zamanda yazı işleri süreçlerini yürüten figürlerin yerini, sermaye gruplarının temsilcileri almıştır (Taş, 2012: 166). Özünde 1948 sonrası dönemde başlayan bu dönüşüm, iş insanlarının Babıâli'ye yönelmesiyle birlikte medya, giderek gazetecilikten çok ticari ve siyasal bir araç hâline gelmiş, bu süreçte medya sahipliği ile editoryal bağımsızlık arasındaki sınırlar bulanıklaşmıştır. Bu dönüşüm, sadece mülkiyet yapısında değil, medya içeriklerinin niteliğinde de belirgin bir değişimi tetiklemiştir (Topuz, 2003: 329).

Neoliberal politikaların medya alanına taşınmasıyla birlikte Türkiye'de yayıncılık sektörü hem üretim biçimleri hem de içerik düzenlemeleri açısından köklü bir dönüşüme uğramış, yayıncılık tekellerinin kırılması sonrasında ortaya çıkan aktör çeşitliliği, görünürde çoğulculuğu artırsa da yapısal eşitsizlikleri daha da derinleştiren bir düzene evrilmiştir. Sayıca artan gazete, radyo ve televizyon kanalları, neoliberal rekabetin getirdiği dinamizmle yüzeyde bir çeşitlilik sağlarken, içeriklerin ticarileşmesi, emek sömürüsünün yoğunlaşması ve sendikal yapıların çökmesi gibi olgular, sektörde güvencesizliği ve eşitsizliği kalıcı hale getirmiştir (Dağtaş, 2005: 161-162). Her ne kadar küreselleşme sürecinin baskısıyla medya altyapısı modernleşmiş ve özel sektör yatırımları artmış olsa da bu gelişmelerin siyasal katılım, toplumsal eşitlik ya da demokratikleşme gibi daha geniş kamusal hedeflerle paralel ilerlemediği, aksine neoliberal söylemlerin arkasına gizlenmiş baskıcı çalışma rejimlerinin norm haline geldiği gözlemlenmiştir (Cangöz, 2015: 125).

Özellikle "tekelleşme" ve "ticarileşme" olgularının öne çıktığı bu yeni düzende, fikir emeği veren gazeteciler, piyasa rekabeti ve patron denetimi arasında sıkışmış, sendikal örgütlenmelerin etkisizleştirilmesiyle hak arama zemini ortadan kaldırılmıştır. Sönmez'e (2004: 40) göre, medya tekelleşmesinin temelinde promosyon temelli büyüme pratikleri, özel televizyonlara geçişin getirdiği yapısal değişimler, dağıtım ve reklam pazarındaki kartelleşmeler ile medyanın sendikasızlaştırılması yatmaktadır. Bu dönüşümün simgesel bir göstergesi olarak, Babıali yokuşundan İkitelli plazalarına geçiş, sadece mekânsal bir değişimi değil, aynı zamanda gazetecilik mesleğinin sanayileşen bir üretim tarzına evrildiğini simgeler

(Öncü, 2016: 170). “Plaza gazeteciliği” olarak adlandırılan bu yeni dönem, açık ofis düzeni içinde çalışanların hem fiziki hem de yönetsel olarak daha görünür ve denetlenebilir hâle getirildiği, buna karşın güvencelerinin zayıflatıldığı bir yapıyı temsil eder (Cangöz, 2015: 128). Bu yeni düzen, gazetecilikte bireysel inisiyatifi ve editoryal özerkliği baskı altına alırken, medya patronları arasındaki örtük anlaşmalarla emek piyasası üzerindeki kontrolü daha da pekiştirmiştir. Böylece gazetecilik, giderek piyasa mantığına entegre olmuş, kamu yararına bilgi üretimi idealinden uzaklaşarak, yönetsel verimlilik ve kâr odaklılık temelinde yeniden kurgulanmıştır (Sönmez, 2014: 92).

Bu dönüşümün somut örneklerinden biri, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Güneş*, *Günaydın*, *Tercüman* ve *Türkiye* gibi gazetelerin kendi isimleriyle kurdukları pazarlama şirketleri aracılığıyla gerçekleştirdikleri mal ve hizmet satışlarıdır. Söz konusu şirketler, özellikle reklam alanında, kendi yayın organlarını bedelsiz bir tanıtım mecrası olarak kullanarak geniş kitlelere ulaşmayı başarmış, bu sayede yüksek satış hacimleri üzerinden ciddi ticari kazançlar elde etmişlerdir. Nitekim, yalnızca 1985 yılında dört büyük gazete grubunun toplamda 209 bin renkli televizyon ve 39 bin video cihazı satışı gerçekleştirmesi, medya kuruluşlarının asli işlevleri olan haber üretiminden ziyade ticari faaliyetleri önceleyen bir yapıya evrildiğini göstermektedir (Koloğlu, 2023: 148). Böylece, holding sahipleri medya sektörünü, bir yandan kendi ticari markalarının tanıtımı için çapraz promosyon platformu olarak kullanırken, diğer yandan medya araçlarını siyasal nüfuzlarını artırmak amacıyla stratejik bir araç hâline getirmiştir. Nitekim, dönemin gazetelerinden *Milliyet*, *Sabah* ve *Hürriyet* yazılı basının yaklaşık %90’ını kontrol ediyor olması, sektördeki yoğunlaşmanın boyutunu açık biçimde ortaya koymaktadır (Kaya, 1994: 388). Diğer yandan, 2004 yılı itibarıyla yalnızca Doğan Medya Grubu’nun Türkiye’deki basın, yayın ve reklam pazarının yaklaşık %40’ını kontrol ettiği belirtilmektedir (Öncü, 2016: 175). Bu grupların yalnızca gazete ve dergiyle sınırlı kalmayıp televizyon, sigorta, turizm, tarım ve eğitim gibi farklı sektörlerde de faaliyet göstermeleri, medyanın ekonomik faaliyetlerin bir aracı haline geldiğini göstermektedir.

Medyada tekelleşmenin en dikkat çekici sonuçlarından biri, düşünsel çoğulculuğun görünürde korunuyor olsa bile fiilen aşındırılmasıdır. Holdingler, çoğu

zaman farklı görüşlerin temsil edildiği izlenimini vermek amacıyla çeşitli yazarlara sayfalarında yer verse de gazetenin genel yönelimi -manşetlerden başyazılara kadar- belirli bir politik pozisyonu yansıtmaktadır. Bu da medyanın asli görevi olan kamuoyunu bilgilendirme işlevini, yönlendirme ve manipülasyon aracına dönüştürmektedir. Ayrıca, büyük medya grupları iş güvencesi ve sendikal haklar açısından çalışan gazeteciler üzerinde ciddi bir baskı kurmuş, Aydın Doğan'ın 1990'lı yıllarda *Milliyet* ve *Hürriyet*'te uyguladığı sendikasızlaştırma politikası bunun çarpıcı örneklerinden biri olmuştur. Bu baskılar, siyasal alanda da karşılık bulmuş; medya patronları hükümetlerle çıkar ilişkileri kurarak, basının toplumsal denetim işlevini zayıflatmıştır (Topuz, 2003: 347-348; Sönmez, 2004: 40).

Bu gelişmeler bağlamında medya, topluma kanaat sunan; siyasal, ekonomik ve kültürel iktidar alanlarını şekillendiren bir aktör hâline gelmiştir. Büyük sermaye gruplarının medya sahipliği, medya kurumlarını doğrudan özelleştirme ihaleleri, kamu kaynaklarına erişim gibi stratejik çıkarlara hizmet eden birer araç olarak konumlandırmıştır. Böylece medya, bir kamuoyu platformu olmaktan çıkıp, adeta sermayenin "paralel iktidar mekanizması"na dönüşmüştür. Kültürel düzeyde ise, bu yapılar üzerinden yayılan magazinleşme eğilimi, medya içeriğini sığlaştırarak kültürel alanın da piyasalaşmasına neden olmuştur (Dağtaş, 2005: 161-163). Sonuç olarak, Türkiye'de medya sahipliğinin tekelci bir yapıya dönüşmesi, demokratik tartışma ortamının daralmasına, gazetecilik mesleğinin zayıflamasına ve kamu yararından çok özel çıkarların öne çıkmasına neden olmuştur. Bu bağlamda, medyada çoğulculuk ve bağımsızlık ideallerinin yeniden inşası, ancak mülkiyet yapısının ve düzenleyici çerçevenin demokratik esaslar temelinde yeniden düzenlenmesiyle mümkün olabilir.

Genel bir değerlendirme yapılmak istendiğinde, 1980 sonrası Türkiye medyası hem yapısal dönüşümler hem de içeriksel farklılaşmalar bakımından derin bir yeniden yapılanma sürecine girdiği görülmektedir. Bu dönüşüm süreci, 12 Eylül askeri darbesinin yarattığı otoriter siyasal zemin ile 24 Ocak 1980 İktisadi Kararları'nın neoliberal ekonomi politikaları çerçevesinde eşzamanlı olarak şekillenmiştir. Medyanın kamusal işlevinden ziyade kâr amacı güden bir sektöre dönüşmesi, bu dönemde şirketleşme ve tekelleşme eğilimlerinin hız kazanmasına neden olmuştur (Dağtaş, 2006: 66, 122). Özellikle kamu hizmeti anlayışının geri çekilmesiyle birlikte,

medyada içerik üretiminde magazinleşme belirginleşmiş; toplumsal sorumluluk yerine ticarî kaygılar ön plana çıkmıştır. Bu çerçevede 1980 yılı, Türkiye'de kapitalist yeniden yapılanma sürecinin medya alanındaki başlangıç momenti olarak değerlendirilmekte ve medya, ekonomik iktidarın yeniden üretim mekanizması içinde merkezi bir konuma yerleştirilmektedir.

Bu yapısal dönüşümün somut etkileri arasında, devletin medya üzerindeki düzenleyici rolünün zayıflaması ve medya kuruluşlarının giderek artan ölçüde piyasa dinamiklerine ve rekabet koşullarına göre konumlanmaya başlaması yer almaktadır. Özellikle 24 Ocak kararları sonrasında gazete kâğıdının serbest piyasa fiyatları üzerinden temin edilmesi, gazetelerin ekonomik sürdürülebilirliğini reklam gelirlerine bağlamış ve bu durum, gazeteciliğin içeriğini doğrudan etkilemiştir. Artan maliyetler karşısında gazeteler, tirajlarını yükseltmek ve reklam pastasından daha fazla pay almak adına yoğun promosyon kampanyalarına yönelmiş, haber üretiminde nitelikten çok popülariteye dayalı stratejiler ön plana çıkmıştır (Koloğlu, 2023: 141-149). Bu gelişmeler, medya alanında yalnızca ekonomik bir yeniden yapılanmayı değil, aynı zamanda gazetecilik pratiklerinde ve etik normlarda köklü bir değişimi de beraberinde getirmiştir. Böylece gazetecilik alanı, yalnızca kamusal bir bilgilendirme alanı olmaktan çıkarak, piyasa aktörlerinin çıkarları doğrultusunda şekillenen bir sektör haline dönüşmüştür.

Türkiye medya tarihi açısından 1980'li ve 1990'lı yıllar, medya özgürlüğüne ilişkin tartışmaların yalnızca sansür ve baskı pratiklerine indirgenemeyeceğini; aksine bu tartışmaların medya mülkiyeti, profesyonel etik, toplumsal sorumluluk ve demokratik katılım gibi daha geniş bir çerçevede ele alınmasının zorunlu olduğunu ortaya koymaktadır. Öyle ki büyük sermayenin medya üzerindeki etkisi yalnızca haber içeriğini saptırmakla kalmamakta, aynı zamanda siyasetçileri, yargıyı ve akademiyi ekonomik çıkar doğrultusunda yönlendirmeye kadar genişleyen bir baskı gücüne dönüşmektedir (Topuz, 2003: 416). Öncü'nün (2016: 170) de vurguladığı gibi Türkiye'deki gazeteciliğin tarihini, bir "demokrasi mücadelesi tarihi" olarak anlamlandırmak mümkündür. Nitekim 2000'li yıllara girerken özellikle sermaye ve siyasal iktidarın aynı gruplar elinde toplanması, 80'lerden günümüze gelen medyanın yapısal sorunlarını sadece yeniden üretmekle kalmamış, pekiştirerek daha da

artırmıştır. Özellikle 2010'dan sonraki süreçte öyle bir döneme girilmiştir ki, medyadaki "sözde çoğulculuk" şöyle dursun, medya alanı doğrudan Althusserci anlamda devletin ideolojik bir aygıtı pozisyonuna yerleşmiştir. Bu kapsamda bir sonraki bölümde 2000'li yıllardan günümüze gazetecilik alanı tartışılacaktır.

3.1.4. Adalet ve Kalkınma Partisi İktidarı ve "Otoriter Neoliberalizm" (2002 ve sonrası)

Türkiye'de 24 Ocak 1980 kararlarıyla birlikte uygulamaya konan neoliberal ekonomik yönelimler, güçlü ve köklü bir devletçi geleneğin içinden yeniden biçimlendirilmiş bir otoriterleşme çizgisiyle örtüşerek, devlet ve piyasa arasındaki ilişkileri girift ve karşılıklı bağımlı bir düzleme taşımıştır. Bu yeni siyasal formasyon, 2000'li yıllara gelindiğinde milliyetçi-muhafazakâr değerlerle harmanlanmış piyasa odaklı bir İslamcılığı içeren Türk-İslam-piyasa sentezi çerçevesinde gelişmiş ve bu sentez, demokratik taleplerle çoğu zaman çelişen, ancak, kendi içinde güçlü bir ittifak oluşturan bir ideolojik zemin yaratmıştır. ANAP liderliğinde 1980'li yıllarda yayılan bu siyasal söylem, siyasal İslam ile piyasa ilişkilerini bütünleştiren bir sivil toplumcu retorikle hem devletin yeniden yapılanmasını meşrulaştırmış hem de serbest piyasa ideolojisinin toplumsal meşruiyetini artırmıştır. Dolayısıyla, ithal ikameci modelden ihracat odaklı bir yapıya geçilirken, siyasal İslam'ın ekonomik liberalizmle eklemlenmesi süreci hızlanmış ve bu sürecin 2000'li yıllardaki uzun erimli siyasal sonucu, AKP[50] iktidarlarının yükselişi olmuştur (Cangöz, 2015: 122-123).

Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren şekillenen ve 2000'li yıllara taşınan dönemin ayırt edici özelliği, devletin neoliberal bir perspektifle yeniden yapılandırılmasıyla eşzamanlı olarak, İslami referansların piyasa mantığıyla uyumlu hâle getirilmesidir. Ancak bu süreç, devlet, toplum ve piyasa arasında kalıcı ve istikrarlı bir denge kurmaktan ziyade, "muhafazakâr mahalle" ekseninde şekillenen hegemonik bir blokun oluşumunu beraberinde getirmiştir (Ayan, 2019: 17-19) . Bu

[50]Bilimsel çalışmalarda yalnızca içerik değil, biçimsel unsurlar da belirli akademik ölçütlere uygun biçimde düzenlenmelidir. Bu çerçevede, metin içerisinde kullanılan kısaltmaların da anlam karışıklığına yol açmayacak şekilde, yerleşik yazım kurallarına ve bilimsel standartlara uygun olması beklenir. Kocaeli Üniversitesi'nin tez yazım kurallarına göre yazımda ve kısaltmalarda Türk Dil Kurumu (TDK) esas alınmaktadır. Bu doğrultuda, "Adalet ve Kalkınma Partisi" ifadesi TDK'nin kısaltma kurallarına uygun biçimde "AKP" şeklinde kullanılmıştır (Bkz. TDK, Yazım Kılavuzu, 2024).

hegemonik blokun içinde ve dışında yer alan aktörlerin, birbirlerine karşı sürekli bir gerilim hâlinde oldukları gözlemlenmektedir. Özellikle 2000'li yıllarda artan küresel entegrasyon baskıları, söz konusu gerilimi daha da görünür kılmış, piyasa çıkarları ile ulusal-muhafazakâr değerlerin zaman zaman çatıştığı bir zemin ortaya çıkarmış ancak, devletin otoriter işleyişi, bu çelişkili dinamikleri dengeleyici bir unsur olarak devreye girmiş ve söz konusu yapının inşasında başat bir rol üstlenmiştir.

AKP iktidarına değinmeden önce AKP iktidarının oluşmasına zemin hazırlayan sürece kısaca değinmek yerinde olacaktır. Türkiye, 1990'larda istikrarsız koalisyon hükümetlerinin yönetiminde ekonomik ve siyasi krizlerle boğuşmuştur. Bu döneme damgasını vuran yüksek enflasyon oranları ve bütçe açıkları, 1998 yılında Asya ve Rusya piyasalarındaki ekonomik çöküş ve ardından 1999 Marmara depremi ile birleşince, ekonomiyi derin bir krize sürüklemiştir. 2001 Şubat'ında Başbakan Bülent Ecevit ile Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer arasındaki siyasi tartışma, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası rezervlerinin ciddi oranda azalmasına ve Türk lirasının %50 değer kaybetmesine yol açarak ekonomik krizi doruk noktasına taşımıştır. Bu kriz sonucunda çok sayıda banka iflas etmiş, milyonlarca çalışan işsiz kalmış ve binlerce küçük ve orta ölçekli işletme faaliyetlerini durdurmak zorunda kalmıştır. Bu ağır ekonomik tablo karşısında IMF tarafından sağlanan acil kredi desteğiyle birlikte, Dünya Bankası'ndan Kemal Derviş'in ekonomiden sorumlu bakan olarak atanmasıyla, ekonomide siyasetin müdahale alanının azaltılması ve piyasa odaklı neoliberal reformların gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir (Alan, 2015: 227-228; Yeşil, 2016: 73).

Bu konjonktür altında, 2002 yılında gerçekleşen genel seçimlerde AKP, seçmenin ekonomik krizin yol açtığı belirsizlik ve kaygılara cevap verecek "dürüst yönetim ve ekonomik kalkınma" vaatleriyle tek başına iktidara gelmiştir (Yeşil, 2016: 73). Recep Tayyip Erdoğan'ın liderliğinde, parti kendisini İslamcı radikalizme mesafeli tutmuş ve "muhafazakâr demokrasi" ideolojisini ön plana çıkararak reformist bir çizgide konumlanarak toplumun geniş kesimlerinin güvenini kazanmıştır. Bu süreçte AB üyeliği hedefi üzerinden seküler ve Batı odaklı politikalara bağlı kalacağını dile getiren AKP, demokratikleşme ve piyasa ekonomisine entegrasyon konularında Batılı muhataplarını ikna etmeyi başarmıştır.

AKP'nin iktidara gelişi, seküler elitler tarafından Türkiye'nin İslami bir çizgiye kayma tehlikesi olarak görülse de liberal kesimler ve dindar orta sınıf tarafından demokratikleşme açısından bir fırsat olarak değerlendirilmiştir (Yeşil, 2016: 74). Bu durum, aslında Türkiye siyasetinde sıkça rastlanan kutuplaşmanın ve karşılıklı güvensizliğin yansımasıdır. Analitik olarak bakıldığında, AKP'nin başarısında ekonomik kriz sonrası toplumun yaşadığı travmaların ve ekonomik kaygıların etkili olduğunu görmek mümkündür. Ayrıca, 1980 sonrası yükselen muhafazakâr ve neoliberal dalganın yarattığı "yeni Müslüman burjuvazi"nin küresel kapitalizm ile bütünleşme arzusunun AKP'nin siyasal desteğini artırdığı da unutulmamalıdır. Bu bağlamda, AKP'nin ideolojik söylemlerinden ziyade ekonomik çıkarların ve neoliberal politikaların toplum nezdindeki ikna edici gücü ve meşruiyeti, Türkiye'nin son dönemde yaşadığı politik dönüşümün temel dinamiklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece, AKP'nin iktidara gelişini basitçe siyasi ideolojilere indirgemek yerine, ekonomik ve sınıfsal temelli değişimler üzerinden değerlendirmek, Türkiye'de siyasi ve ekonomik süreçlerin daha kapsamlı bir analizine imkân verecektir.

Öyle ki, AKP, Türkiye'de iktidara geldiği 2002 yılında toplumun geniş kesimlerine demokrasi ve ekonomik refah vaat ederek neoliberal politikaları temel alan bir ekonomik ve siyasal program başlatmıştır. Bu kapsamda IMF ile koordineli biçimde kamu harcamalarının azaltılması, tarımsal desteklerin sınırlandırılması ve kamu işletmelerinin özelleştirilmesi gibi uygulamalara yönelmiştir (Yeşil, 2016: 10). Bu politikalar, Türkiye ekonomisinin küresel sermaye ile entegrasyonunu derinleştirmiş ve özellikle Körfez ülkelerinden önemli yatırımların girişini sağlamıştır. Avrupa Birliği (AB) standartlarına uyum amacıyla başlatılan yasal reformlar, askeri vesayetin kırılması sonucunu doğururken, yargı ve bürokrasi gibi devlet kurumları da AKP'nin kendi kadrolarıyla yeniden yapılandırılmıştır. Bu hızlı neoliberal politikalar sonucunda enflasyon kontrol altına alınmış, Türk lirasının değeri sabitlenmiş ve ekonomik büyüme yakalanmıştır. Bu reformların belki de en önemlisi, ordunun siyasi rolünün sınırlanması ve Milli Güvenlik Kurulu'nun sivil kontrol altına alınması olmuştur. AB üyeliği konusunda atılan bu adımlar medyada büyük bir coşku yaratırken, aynı zamanda Kemalist, milliyetçi ve askerî çevrelerde tepkiye neden olmuş; özellikle azınlık haklarının genişlemesi ve ordunun siyasi rolünün azalması, "Ulusalcı seküler kesim" tarafından ulusal egemenliğin zayıflatılması olarak

yorumlanırken, “muhafazakâr ve liberal çevreler” bunu demokratik hakların güçlendirilmesi olarak yorumlamıştır (Yeşil, 2016: 76).

Ancak, 2007 sonrası dönemde reform sürecinin yavaşlaması ve eleştirel kesimlere yönelik baskıcı politikalar AKP’nin demokratikleşme söylemini sorgulamaya açmıştır. Özellikle Gezi Parkı protestoları ile ortaya çıkan toplumsal muhalefete karşı uygulanan baskı ve yolsuzluk soruşturmaları sırasında hukukun üstünlüğünün göz ardı edilmesi, AKP iktidarının popülist ve otoriter bir siyaset tarzına yöneldiğini göstermiştir. Diğer yandan, söz konusu büyüme daha çok tüketim harcamaları ve inşaat sektörüne dayalı bir yapıdan kaynaklanmış, istihdam yaratıcı uzun vadeli yatırımlar yapılmamıştır (Yeşil, 2016: 75-76).

AKP iktidarı süresince, özellikle ekonomik büyüme ve demokratikleşme söylemleriyle Batılı ülkelerden ve uluslararası kurumlardan ciddi destek görmüş, hatta bölgesel bir rol modeli olarak övülmüştür. Batılı liderler, Türkiye'yi demokratik bir Müslüman ülke olarak Arap Baharı sürecinde öne çıkan ülkelere örnek göstermiştir (Yeşil, 2016: 2). Burada dikkat çekici olan nokta, AKP’nin demokratik söylemleri ve reformları başlattığı dönemde dahi otoriter bir siyasal mantıkla hareket ettiğine dair işaretlerin varlığıdır (Tunç, 2018: 149). Bu bağlamda AKP, liberal ekonomik reformların toplumsal tabanını genişletmek ve kendi iktidar alanını tahkim etmek amacıyla demokratikleşme söylemini araçsallaştırmış görünmektedir. Özellikle yargı ve bürokrasideki dönüşüm süreçlerinde demokrasinin kurumsal gereklerinden ziyade parti çıkarlarına ve ideolojik yakınlıklara öncelik verilmiş olması, demokratikleşmenin yüzeysel ve stratejik bir hamle olarak kaldığını düşündürmektedir. Dolayısıyla AKP’nin otoriterleşmesi, Türkiye siyasetindeki tarihsel eğilimlerin bir devamı olmanın ötesinde, neoliberal söylemlerle meşruiyet kazandırılan bir hegemonya stratejisi olarak değerlendirilmelidir.

Bu anlamda Yeşil (2016: 12), Türkiye’nin içinde bulunduğu siyasi ortamı daha iyi anlamak “otoriter neoliberalizm” kavramını kullanmaktadır. Bu kavram, neoliberal piyasa politikalarını güçlü devlet mekanizmaları ile birleştiren ve böylece ekonomik karar alma süreçlerini toplumsal muhalefetten yalıtan rejimlerin yapısını açıklamak üzere geliştirilmiştir. Poulantzas’ın “otoriter devletçilik” kavramından hareketle

oluşturulan bu çerçeve, siyasal ve ekonomik süreçlerin iç içe geçişine vurgu yapmakta, demokratik hakların sınırlandırılmasını yalnızca siyasal aktörlere değil, ekonomik elitlerin ve piyasa mekanizmalarının taleplerine de bağlamaktadır (aktaran Yeşil, 2016: 12). Bu bağlamda AKP'nin otoriter uygulamalarının temellerini 1980 sonrası yerleşen neoliberal hegemonyanın koşulladığı ekonomik-politik projelerde aramak gerekir. Özellikle 1970'lerde yaşanan ekonomik krizlere devletin verdiği yanıtlar sonucunda ortaya çıkan "Yeni Sağ" politikalar, ekonomik kararların merkezileşmesi, muhafazakâr-dinsel ideolojinin sınıflar arası uyumu sağlamada kullanılması ve askeri rejim tarafından kurulan yasal-politik düzenin sürdürülmesi ile şekillenmiştir (Yeşil, 2016: 12).

Aslı Tunç (2018) da benzer sac ayaklarından hareket ederek AKP iktidarında Türkiye'deki medya alanının "rekabetçi otoriterlik" kavramı etrafında tanımlamaktadır. Tunç'a göre, Türkiye'deki medya sistemi hem ekonomik hem de siyasal bağlamda melez bir yapı arz etmektedir. Medya sahipliği yapıları, iktidara yakın grupların elinde yoğunlaşmış, devlet destekli reklam ve ihaleler bu grupları ödüllendirici bir mekanizma olarak işlev görmüştür. Basın özgürlüğü göstergelerinin düşmesiyle birlikte, gazetecilik mesleği ciddi bir kriz yaşamaktadır. Medya alanının özerkliği hem sahiplik yapılarındaki yoğunlaşma hem de devlet destekli ekonomik yönlendirme araçları (reklam, kamu ihaleleri) yoluyla aşındırılmaktadır. Gazetecilik pratiğinin güvencesizleşmesi ve ifade özgürlüğünün gerilemesi, alanın normatif değerlerinden sapmasına neden olmaktadır.

Türkiye'de 2000'li yıllardan itibaren medya alanında gözlemlenen dönüşüm, siyasi iktidarın medya üzerindeki denetimini artırmasıyla birlikte, yapısal olarak hem neoliberal piyasa mantığına hem de otoriter devlet aklına dayanan bir melezleşme sürecine işaret etmektedir. 2002'de iktidara gelen Adalet ve Kalkınma Partisi, özgürlükçü söylemlerle başladığı medya politikalarında zamanla Demokrat Parti'nin 1950'lerdeki çizgisine benzer şekilde basın özgürlüğünü baskılayan bir hatta yönelmiştir (Tunç, 2018: 150). Bu süreçte, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK) aracılığıyla medya şirketlerinin hükümete yakın sermayedarlara devri sağlanmış, kamu bankalarının ucuz kredileriyle desteklenen bir tür "ahbap kapitalizmi" inşa edilmiştir. Oligopol yapıların güç kazanması, medyanın iktidar

karşısında özerkliğini önemli ölçüde sınırlandırırken, 2013 Gezi Parkı protestoları ve 2016 darbe girişimi gibi kriz anları, iktidarın medya üzerindeki hâkimiyetini pekiştirdiği dönüm noktaları olmuştur (Yeşil, 2016: 11-12). Bu dönemde Türkiye, Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü'nün 2023 basın özgürlüğü endeksinde 180 ülke arasında 165. sırada, 2024 yılı endeksinde 158. sırada ve 2025 yılında da 159. sırada yer almıştır (RSF, 2025). Dolayısıyla, 2000'li yılların medya alanı hem siyasi otoritenin hem de neoliberal piyasa aktörlerinin eşzamanlı etkisi altında, özerklikten uzak bir biçimde yeniden şekillenmiştir (Başaran İnce, 2020: 23).

3.1.4.1. AB Uyum Yasaları ve TMSF'nin Alana Eklemlenmesi (2002-2010)

Adalet ve Kalkınma Partisi, iktidarının ilk yıllarında Türkiye'nin yerleşik tarihsel blokunun oluşturduğu zamana yayılmış baskılarla karşılaşmış, ancak bu dönemde ardı ardına yaşanan krizleri aşarak her seferinde siyasi konumunu güçlendirmeyi başarmıştır. 2002-2008 yıllarını kapsayan süreçte, özellikle politik alandan gelen sert müdahaleler karşısında AKP'nin geliştirdiği toplumsal stratejiler belirleyici olmuş; her kriz sonrasında stratejilerini güncelleyerek halk desteğini artırmış ve iktidarını daha da pekiştirmiştir. Bu süreçler, beklenenin aksine AKP'nin iktidarını zayıflatmak yerine, her aşamada hem toplumsal tabanını genişletmesine hem de daha sert ve iddialı politikalar geliştirmesine zemin hazırlamış, böylelikle parti kendi tarihsel blokunu inşa ederek siyasi mücadelede kalıcı bir üstünlük sağlamıştır (Ayan, 2019: 101-103).

AKP'nin 2002-2008 yılları arasındaki iktidar sürecinde Avrupa Birliği ile yürütülen müzakere süreci, hem iç politikada yerleşik tarihsel blok karşısında elini güçlendirmiş hem de farklı toplumsal kesimlerden ve özellikle TÜSİAD gibi sermaye çevrelerinden zımni destek almasını sağlamıştır. Kopenhag ve Brüksel Zirveleri'nde Türkiye'nin siyasi kriterleri büyük ölçüde yerine getirdiğinin kabul edilmesi ve 3 Ekim 2005'te tam üyelik müzakerelerinin başlaması, AKP'nin iç baskıları hafifletmesinde ve liberal ile İslamcı aydınlardan oluşan geniş bir ideolojik desteği arkasına almasında kritik rol oynamıştır. Bu dönemde AKP'yi destekleyen ikinci büyük grup olan liberal entelijansiyanın desteğinin temelinde de AB sürecinin sağladığı demokratikleşme vaadi etkili olmuştur (Ayan, 2019: 104).

AKP'nin ilk dönemlerinde, medya düzeni de benzer şekilde "liberalleşme" düşüncesi etrafında görünürlük kazanmıştır. Ancak, ilerleyen süreçte, medya alanında milliyetçi[51] ve devletçi reflekslerin giderek daha belirgin şekilde işlendiği gözlemlenmektedir. 2001 ekonomik krizi sonrası Türkiye'de medya sektöründe yaşanan mülkiyet ve düzenleme dönüşümü, ekonomik zorunlulukların yanında, milliyetçi ve devletçi reflekslerin etkisiyle de şekillenmiştir. Bankacılık sistemindeki çöküşün ardından, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'nun (TMSF) bazı büyük medya kuruluşlarını geçici olarak devralması, bu kuruluşları doğrudan dönemin Başbakanlığına bağlı bir kuruma ait hâle getirmiştir (Yeşil, 2016: 83). 2002-2006 döneminde TMSF'nin elinde tuttuğu gazete ve televizyonlar hem yerli medya gruplarının hem de küresel yatırımcıların ilgisini çekmiş; özellikle *CanWest*, *NewsCorp*, *Axel Springer* gibi çok uluslu şirketlerin Türkiye medya pazarına girişi bu dönemde gerçekleşmiştir. Özünde, 2002-2007 arası dönemde, AKP ile seküler ulusalcı ana akım medya arasında doğrudan bir çatışma görünürlük kazanmamış, hatta hükümetle medya arasındaki ilişkiler çoğunlukla pragmatik bir dengeye dayandırılmıştır (Yeşil, 2016: 87). Ancak, 2008-2010 dönemine gelindiğinde ise medya alanındaki dönüşüm, AKP'ye yakınlığıyla bilinen medya kuruluşlarının (örneğin Çalık, Feza, Samanyolu, İpek-Koza) güç kazanmasıyla daha da derinleşmiş, bu da medya alanındaki partizanlığın yoğunlaşmasına ve muhalif kitleler tarafından "yandaş medya" olarak tanımlanacak bir medya kutbunun oluşmasına neden olmuştur.

AKP'nin ilk iktidar döneminde medya sektöründe gerçekleştirilen düzenlemeler, büyük ölçüde "liberalleşme" söylemi etrafında meşrulaştırılmıştır. Avrupa Birliği normlarına uyum süreci çerçevesinde serbest piyasa ilkeleri benimsenirken, 1980'li yıllarda Turgut Özal tarafından başlatılan özel sermayeye medya alanını açma politikası, AKP döneminde yabancı sermayenin sektöre eklemlenmesiyle daha da derinleşmiştir. Bu gelişmeler, Türkiye'de medya alanının giderek daha fazla ekonomik

[51]Bu dönemde kamuoyunda, farklı dinsel ve etnik kökenlere ilişkin olumsuz kanaatlerin ciddi biçimde pekiştirildiği olaylar yaşanmıştır. Bunun en trajik örneklerinden biri, *Agos* gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Hrant Dink'in linç kampanyalarıyla hedef gösterilmesi ve nihayetinde milliyetçi bir genç tarafından öldürülmesidir. Hrant Dink örneği, kamuoyunun birçok kesimini aynı anda seferber eden bir nefret söylemi kampanyası aracılığıyla yapılandırılmıştır. İdeolojik yelpazenin farklı noktalarında konumlanan medya organları, Dink'i yalnızlaştırmada ortaklaşmış, manşetler ve köşe yazıları yalnızca bir bireyi hedef almakla kalmamış, aynı zamanda Ermeni kimliğini ve ifade özgürlüğünü de topyekûn tehdit altına almıştır (Yeşil, 2016: 80).

ve siyasi dış etkene bağımlı, yani heteronom bir yapıya bürünmesinde belirleyici bir rol oynamıştır. 2004 yılında yabancı sermaye payının %100'e kadar yükseltilmesini öngören yasa tasarısı, dönemin Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in "ulusal çıkarlar ve kamu düzeninin yabancı etkisine açık hale geleceği" yönündeki gerekçesiyle veto edilmiş (Yeşil, 2016: 83), ancak, AKP bu girişiminden vazgeçmemiştir. 2011 yılında, anayasal çoğunluğa ve Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün desteğine dayanarak yürürlüğe giren 6112 sayılı yeni yayıncılık yasası, AB'nin Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Direktif'i ile uyumlu görünse de yayıncılığı salt ticari bir faaliyet olarak tanımlamış ve çoğulcu bir medya sisteminin inşasına olanak tanımamıştır (Sümer ve Adaklı, 2007: 158).

Yasa kapsamında sivil toplum örgütleri, sendikalar ve üniversitelerin yayın yapma hakları korunmamış; medya mülkiyetine ilişkin yoğunlaşma ve tekelleşme gibi yapısal sorunlar ise göz ardı edilmiştir. Bu bağlamda, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), piyasayı düzenleyici bir kurum olmaktan ziyade, sansür ve denetim mekanizması olarak yeniden konumlandırılmıştır (Sümer ve Adaklı, 2007: 146). Yasanın en tartışmalı bölümlerinden biri olan 7. madde[52] ise, kriz dönemlerinde başbakanın doğrudan yayın yasağı koyabilmesini mümkün kılmış, "savaş, terör saldırısı, doğal afet" gibi belirsiz durumları gerekçe göstererek hükümete geniş sansür yetkileri tanımıştır. Ayrıca yasada, "Atatürk ilke ve inkılaplarına aykırılık", "terörü övme" ya da "genel ahlaka aykırılık" gibi muğlak ifadeler, sansür uygulamalarına hukuki meşruiyet sağlayan araçlar olarak yerini almıştır (Yeşil, 2016: 85). Avrupa Birliği (AB) uyum yasaları süreci, ilk bakışta medya alanında görece bir "özgürleşme" ve "liberalleşme" dönemi olarak değerlendirilebilse de özünde hem yerli hem de yabancı sermayenin medya alanında daha etkin biçimde konumlanmasına olanak tanıyan bir zemin oluşturmuştur. Dolayısıyla, ilgili döneme ilişkin Ayan'ın (2019: 62) da ifade ettiği gibi "AKP hem kendi gücü hem de Türkiye'de var olan kurumların

[52]Söz konusu 7. Maddenin birinci fıkrasında yer alan "millî güvenliğin açıkça gerekli kıldığı hâllerde yahut kamu düzeninin ciddî şekilde bozulması kuvvetle muhtemel olduğu durumlarda, Başbakan veya görevlendireceği Bakan geçici yayın yasağı getirebilir" ifadesinde geçen "kuvvetle muhtemel" ibaresi, oldukça muğlak bir ifadedir. Kamuoyunda da sıkça tartışılan bu düzenleme, yürütme organına geniş ve belirsiz sınırlarla tanımlanmış bir müdahale yetkisi tanımaktadır. Bu kapsamda, söz konusu ifadede kullanılan öngörüye dayalı yorumlama biçimi, ifade ve basın özgürlüğü bağlamında keyfî uygulamalara zemin hazırlayabilecek niteliktedir (Sümer ve Adaklı, 2007: 146).

direnci doğrultusunda medya politikalarını güncellemiş ve kurduğu stratejiyi bu güncelleme doğrultusunda hayata geçirebilmiştir."

2000'li yıllarda medya alanının yeniden şekillendirilmesinde başat rollerden birini AB Uyum Yasaları üstlenirken, bir diğer önemli aktör ise Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) olmuştur (Ayan, 2019: 155). 2002 yılında Türkiye'de medya sektöründeki hâkim gruplar Doğan, Çukurova, Uzan, Sabah, İhlas ve Doğuş gruplarıdır (Cangöz, 2015: 132). TMSF'nin yürüttüğü açık artırmalar, yalnızca mevcut medya aktörlerinin (örneğin Doğan Medya gibi) konumlarını sağlamlaştırmakla kalmamış, aynı zamanda yeni sermaye gruplarının medya alanına girişini mümkün kılarak sektördeki mülkiyet yapısında önemli değişimlere yol açmıştır (Esen vd., 2023: 115-116). Doğuş Holding, daha önce yalnızca dergicilik faaliyetlerinde bulunurken, *NTV* ve *Kanal E*'nin (sonraki yıllarda *CNBC-e* oldu) alımıyla yayıncılık sektörüne güçlü bir giriş yapmıştır. Benzer şekilde Ciner Holding de önce *Sabah* ve *ATV*'yi satın almış, daha sonra elinden alınan bu medya grubunu *HaberTürk* markasıyla yeniden yapılandırmıştır. Ancak en dikkat çeken gelişme, -Çalık, Sancak, İpek-Koza gibi- AKP ile yakın ilişkileri olduğu bilinen sermaye gruplarının kamuya ait medya varlıklarını satın alarak medya piyasasında hızla yükselmesi olmuştur (Yeşil, 2014: 165-166). Cangöz'e (2015: 132) göre, 2007 yılından itibaren AKP'nin medya sektörüne kendi ideolojik yönelimini ve politik gündemini yansıtan bir yapı kazandırma çabası, belirli bir olgunluk düzeyine erişmiştir.

Özellikle Çalık Holding'in[53], yalnızca kendisinin katıldığı bir ihaleyle ve devlet bankalarından sağlanan kredilerle *Sabah* ve *ATV* medya grubunu satın alması, buna ek olarak kamu reklamlarının sistematik biçimde bu yayın organlarına yönlendirilmesi, medya alanındaki siyasal iktidar etkisinin dolaylı biçimlerin ötesine geçerek doğrudan müdahale düzeyine ulaştığını ortaya koymaktadır (Öncü, 2016: 176). Benzer şekilde, 2013'te Çukurova grubunun medya varlıklarının hükümete yakınlığıyla bilinen Ethem Sancak tarafından alınması ve satıştan önce *Akşam* gazetesinin başına eski bir AKP milletvekilinin getirilmesi, siyasi iktidarın yalnızca medya içeriklerini değil, doğrudan

[53]İlgili dönemde, Başbakan Erdoğan'ın damadı Berat Albayrak'ın Çalık Holding'te yönetici konumunda bulunduğunu not etmek önemlidir.

medya organizasyonlarını da yapılandırma gücünü elinde bulundurduğunu göstermektedir (Tunç, 2018: 151).

Diğer yandan bu gelişme, Doğan Medya gibi geleneksel merkez medya aktörlerinin karşısına iktidara yakın yeni bir medya blokunun çıkması anlamına gelmiştir. Süreç, toplumsal düzeyde ise farklı siyasi kamplar tarafından farklı biçimlerde yorumlanmıştır. Nitekim, laik ve kozmopolit aydınlar, söz konusu dönüşümü otoriterleşme sürecinin ilk işaretlerinden biri olarak değerlendirirken, AKP çevresi bu durumu "medya oligarşisinin çöküşü" ve "demokratikleşmenin önünün açılması" şeklinde yorumlamıştır (Öncü, 2016: 177). Ancak, bu dönüşüm, medyanın siyasal iktidar karşısında özerk ve kamusal bir aktör olma vasfını giderek kaybetmesine yol açmıştır. Levitsky ve Way'in "rekabetçi otoriterlik" kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, devletin medya üzerindeki ekonomik müdahalelerinin yalnızca hükümete yakın medya aktörlerini desteklemekle sınırlı kalmadığı, aynı zamanda muhalefeti sistematik biçimde dışlayacak şekilde medya alanının yeniden yapılandırılmasına hizmet ettiği görülmektedir (Tunç, 2018: 151; Esen vd., 2023: 115).

AKP'nin medya alanında kendisine bağlı bir blok oluşturma stratejisi, yalnızca TMSF aracılığıyla medya mülkiyetinin yeniden yapılandırılmasıyla ya da kamu reklamlarının iktidar çizgisine yakın medya organlarına yönlendirilmesiyle sınırlı kalmamıştır. Bu strateji, aynı zamanda düşük faizli kamu kredileri ve kamu ihaleleri yoluyla desteklenen medya yatırımları aracılığıyla derinleştirilmiştir (Metin ve Morales, 2022: 21). Bu destekten en çok fayda sağlayan aktörlerin başında, AKP'nin bir dönem yakın ilişkilerinin olduğu Gülen Örgütü'ne[54] ait medya grupları gelmiştir.

[54]Fethullah Gülen'in fikirleri etrafında 1960'ların sonunda İzmir'de şekillenen cemaat yapılanması, Said Nursi'nin öğretilerinden esinlenen dini bir grup olmakla birlikte, zamanla hem sivil hem de devlet kurumlarında örgütlenen hiyerarşik bir yapıya dönüşmüştür. Bu yapı, dışarıya dönük olarak uzlaşmacı, ılımlı ve eğitim temelli bir hareket gibi görünse de içsel hedefleri itibarıyla laiklik karşıtı ve şeriatçı bir ideolojik yönelime sahiptir. Cemaatin en temel stratejisi, Türkiye Cumhuriyeti'nin anayasal kurumlarında -özellikle yargı, emniyet, ordu ve eğitim alanlarında- meşru görünüm altında gayrimeşru yöntemlerle kadrolaşmak ve böylelikle devletin ideolojik yönünü kendi dünya görüşüne uygun şekilde dönüştürmektir. Bu süreç, yalnızca dini cemaat faaliyetleriyle sınırlı kalmamış, yasa dışı istihbarat yöntemlerinin, medya gücünün ve ekonomik kaynakların kullanımıyla birlikte, siyasal alanı dönüştürmeye dönük sistematik bir nüfuz stratejisine evrilmiştir. Bu bağlamda söz konusu yapılanma, devlet tarafından "Fetullahçı Terör Örgütü" (FETÖ) olarak tanımlanmakta ve hem güvenlik tehdidi hem de anayasal düzeni hedef alan bir terör örgütü olarak değerlendirilmektedir (Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığı, 2020).

Feza ve *Samanyolu* gibi örgüt bağlantılı şirketler, 1990'lardan itibaren medyada varlık göstermeye başlamış ve özellikle 2006 sonrası dönemde televizyon ve dijital medya alanlarında çok sayıda kanal ve platformla büyümelerini sürdürmüşlerdir (Yeşil, 2016: 91; Ayan, 2019: 171). Bu büyüme süreci hem örgütün küresel ölçekte etki yaratma kapasitesini artırmış hem de AKP ile kurulan simbiyotik ilişki sayesinde medya üzerinden siyasi hegemonya kurma çabalarını desteklemiştir.[55]

FETÖ'nün medya alanında artan etkinliği, kendi ideolojik söylemini yayma çabasına ek olarak, muhalif medyayı etkisizleştirme yönünde stratejik hamlelerle de karakterize olmuştur. Devlet içindeki bürokratik gücünü medya aracılığıyla güçlendiren örgüt, çeşitli kurgusal soruşturmalar aracılığıyla muhalif gazetecilerin kriminalize edilmesine katkı sağlamış, bu süreçte medya alanındaki çoğulculuk ve ifade özgürlüğü ciddi biçimde zedelenmiştir. Bu yönüyle örgüt medyasının işlevi yalnızca ideolojik bir propaganda aygıtı olmakla sınırlı kalmamış, aynı zamanda -15 Temmuz 2016 tarihli darbe girişimiyle doruğa ulaşacak şekilde- Türkiye'nin demokrasi tarihinde derin ve uzun vadeli kurumsal hasarlara yol açmıştır.

Ergenekon ve Balyoz davaları hem Türkiye siyaseti hem de medya alanı açısından önemli bir dönüm noktasına işaret etmektedir. Gülen örgütüne bağlı bürokratların yürüttüğü Ergenekon ve Balyoz davaları çerçevesinde, askerî darbeye teşebbüs iddiaları yalnızca belirli muhalif kesimlere yöneltilmemiş, aynı zamanda bazı gazeteciler de bu kapsamda yargılanmıştır.[56] Bu soruşturmalar, gazetecilik mesleğini

[55]2010'lu yıllara girerken, AKP ile Gülen Cemaati arasındaki ittifak derin bir kırılmaya uğramış ve bu kırılma, medya alanında da somut etkiler üretmiştir. Özellikle 17-25 Aralık 2013 tarihli yolsuzluk soruşturmalarının ardından AKP iktidarı, Gülen yapılanmasını "paralel devlet yapılanması" olarak tanımlayarak bu grupla açık bir çatışma sürecine girmiştir. Söz konusu çatışma, medya alanında ciddi bir tasfiye dalgasını da beraberinde getirmiştir. Cemaate ait *Zaman*, *Today's Zaman*, *Samanyolu TV* ve *Bugün TV* gibi medya organları önce kamu ilan ve reklam desteklerinden mahrum bırakılmış; daha sonra vergi denetimleri, soruşturmalar ve yargı kararları aracılığıyla kapatılmış ya da kayyum atamaları yoluyla doğrudan devlet denetimine geçirilmiştir (Yeşil, 2016: 92). 2016 yılında gerçekleşen darbe girişiminin ardından ilan edilen olağanüstü hâl sürecinde çıkarılan Kanun Hükmünde Kararnameler (KHK) aracılığıyla, Fethullahçılara yakın tüm medya kuruluşları kapatılmış, "gazeteci" kimliğini kullanan örgüt üyeleri tutuklanmış ya da yurt dışına kaçmıştır.

[56]İlgili dönemde, özellikle *Taraf* ve *Zaman* gazeteleri, 2008-2010 yılları arasında yayımladıkları manşetlerle askerî müdahale planlarını ifşa ettiklerini iddia ederek kendilerini "demokratikleşmenin sesi" olarak konumlandırmış, bu yayın çizgileri dönemin iktidarı tarafından da desteklenmiştir. Söz konusu gazeteler, yalnızca sızdırılan belgeleri kamuoyuna duyurmakla kalmamış, aynı zamanda bu belgeleri yargı süreçlerinde kullanılabilecek deliller olarak çerçevelemişlerdir. Özellikle *Taraf* gazetesinin yayınladığı belgelerle, Fethullahçılara yakın savcıların hazırladığı iddianameler arasında büyük ölçüde örtüşme olması, AKP ile Gülen cemaati arasında medya-yargı eksenli stratejik iş birliğini ortaya koymaktadır (Yeşil, 2016: 97-99).

doğrudan etkileyen hukuki tehditleri arttırmış ve medya sahipleri ile çalışanları üzerinde yoğunlaşan siyasi ve ekonomik baskıların kurumsallaşmasına olanak tanımıştır (Yeşil, 2014: 161-162). Ancak, söz konusu dönemde gazetecilerin kendi mesleki alanlarını koruma yönünde geliştirdikleri karşı-hegemonik stratejiler de dikkat çekmektedir. Nitekim *Cumhuriyet* gazetesinin Ergenekon davasına dahil edilmesi ve FETÖ'nün devlet içi yapılanmasını ortaya çıkaran gazeteci Ahmet Şık'ın[57] tutuklanmasının ardından, çok sayıda gazeteci tutuklamalara tepki göstermek amacıyla "Dışarıdaki Gazeteciler" gibi dayanışma ağları kurmuş ve bu davaları kamuoyu nezdinde protesto etmiştir (Hacaloğlu, 2021).

Her ne kadar iktidar yanlısı medya organları, söz konusu muhalif gazetecileri "askerî faşizme destek vermekle" itham ederek kriminalize etmeye çalışmışsa da bu tür kolektif tepkiler, gazetecilik alanının tamamen pasif bir konumda kalmadığını ortaya koymaktadır.[58] Aksine, bu tepkiler, alan içerisindeki belirli aktörlerin mesleki özerkliği savunma amacıyla sembolik direniş hatları inşa ettiğini göstermektedir. Nitekim 2024 yılı itibarıyla Yargıtay, Gülen Cemaati'nin medya ve yargı organlarını kullanarak Ergenekon davasını bir "kumpas aracı" hâline getirdiğine hükmetmiş; örgütün, medya kanalları üzerinden söz konusu davaları meşrulaştırmak amacıyla kapsamlı bir algı operasyonu yürüttüğünü resmi olarak karara bağlamıştır (Karakaş ve Sarica, 2024).

[57]Ahmet Şık, 2011 yılında "Ergenekon üyeliği" suçlamasıyla tutuklandığında, aslında uzun süredir devlet içindeki illegal yapılanmaları ifşa eden araştırmacı gazetecilik faaliyetleri yürütmekteydi. Tutuklanmasına neden olan başlıca gerekçe ise, "İmamın Ordusu" (2017) başlığını taşıyan ve henüz yayımlanmamış bir kitabında, Fethullahçılar'ın emniyet ve yargı bürokrasisi içerisindeki yapılanmasını eleştirel bir bakışla ele almasıdır. Söz konusu kitap taslağının polis tarafından yayınevinden zorla alınarak imha edilmesi ve dijital kopyalarının silinmesi, yalnızca klasik bir sansür örneği değil, aynı zamanda devlet içindeki güç bloklarının eleştirel bilgi üretimine karşı geliştirdiği stratejik refleksin bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir. Şık'ın tutuklanması, çok sayıda gazeteci ve akademisyen tarafından doğrudan bu kitabın içeriğiyle ilişkilendirilmiş ve basın özgürlüğü açısından ciddi bir kırılma olarak yorumlanmıştır (Yeşil, 2016: 100). Nitekim, gazetecilik pratiği açısından Uğur Mumcu ekolünü sürdüren Ahmet Şık'ın (2017) söz konusu kitabında ortaya koyduğu Gülen yapılanmasının devlet aygıtı içerisindeki örgütlenmesi ve oluşturduğu yapısal tehdit, sonraki yıllarda yaşanan gelişmelerle birlikte somut biçimde görünür hâle gelmiştir.

[58]Ergenekon ve Balyoz davaları, AKP ile Gülen Cemaati arasındaki ittifak döneminde, medya tarafından büyük ölçüde "orduyu vesayetten arındırma" söylemi üzerinden meşrulaştırılmıştır. Bu süreçte özellikle hükümete yakın medya organları, davaları demokratikleşme yönünde bir hamle olarak çerçevelemiş, kamuoyunda ordu karşıtı bir algı inşa edilmesine katkı sunmuştur. Ancak 2013 yılı itibarıyla AKP ile Gülen Cemaati arasında yaşanan siyasi kırılmanın ardından, söz konusu davalar bu kez "FETÖ kumpası" olarak yeniden tanımlanmış, davaların delil yapıları, yargı süreçleri ve medya sunumları ciddi şekilde sorgulanmaya başlanmıştır (Hacaloğlu, 2021). Bu bağlamda, davalar yalnızca Türkiye siyasetinde değil, gazetecilik alanında da haber çerçevelerinin iktidar ilişkilerine göre nasıl yeniden üretilebildiğini gösteren çarpıcı bir örnek olarak değerlendirilmelidir.

2008 ile 2010 yılları arasındaki dönem, AKP'nin kendi medya alanını inşa etme stratejisini sürdürdüğü, bu doğrultuda, iktidar politikalarını eleştiren medya gruplarına yönelik cezalandırıcı uygulamaların belirginleştiği bir evre olarak öne çıkmaktadır. Devletin, Basın İlan Kurumu aracılığıyla kamu ilanlarını dağıtma yetkisi üzerinde sahip olduğu denetim, iktidara yakın medya kuruluşlarının ödüllendirilmesine, eleştirel yayın yapanların ise ekonomik olarak cezalandırılmasına imkân tanımaktadır (Tunç, 2018: 150-151). Dönemin en büyük medya tekeli olan Doğan Medya Grubu ile dönemin AKP hükümeti arasında yaşanan gerilim, ilgili dönemin medya-siyaset ilişkilerine dair en simgesel olaylarından biri olarak değerlendirilebilir (Kurban ve Sözeri, 2012: 54). Hükümet ile Doğan Medya Grubu arasındaki gerilimin ilk somut izleri, 2007 Genel Seçimleri sürecinde görünür hâle gelmiştir. Bu seçimlerde Doğan Grubu'na ait sekiz gazete, üç televizyon kanalı ve 24 magazin dergisi, muhalefet partilerini destekleyici bir yayın çizgisi benimsemiştir. Seçim sonucunda AKP %48 gibi yüksek bir oy oranıyla yeniden iktidara gelmesi, Doğan Medya ile iktidar arasındaki ilişkilerin giderek daha çatışmalı bir zemine oturmasına neden olmuştur. 2009 yılından itibaren Doğan Medya Grubu'na kademeli biçimde uygulanan yüksek tutarlı vergi cezaları, kurumun ciddi bir finansal sıkıntıya girmesine yol açmıştır (Öncü, 2016: 176).

Doğan Medya Grubu'na yönelik rekor düzeydeki vergi cezaları, siyasal baskının simgesel bir örneği olarak değerlendirilmektedir. İlgili dönemde Maliye Bakanlığı tarafından önce 500 milyon, ardından toplamda 3.5 milyar dolara kadar çıkarılan ceza, grubun tüm varlıklarıyla neredeyse denk düzeydedir. Hükümet bu işlemi, vergi kaçakçılığı ve muhasebe usulsüzlükleriyle gerekçelendirse de söz konusu cezaların zamanlaması ve boyutu, kamuoyunda bu sürecin siyasi bir misilleme olduğu yönünde güçlü şüpheler doğurmuştur. Nitekim 2008 yılında Doğan Grubu'na bağlı gazeteler, iktidara yakın bir vakfın AKP ile bağlantılı yolsuzluk iddialarını gündeme taşıyan haberler yayımlamış ve bu haberlerin ardından dönemin Başbakanı Erdoğan doğrudan Doğan Grubu'nu hedef alarak ilgili yayın organlarını boykot etme çağrısında bulunmuştur (Yeşil, 2016: 91-92).

Her ne kadar Doğan Medya Grubu, söz konusu vergi cezalarına karşı hukuki bir mücadele başlatmış olsa da 2008 sonrasındaki süreçte grup hem yapısal hem de kadrosal düzeyde önemli dönüşümler geçirmiştir. Aydın Doğan'ın yönetim kurulu başkanlığından çekilmesi ve *Hürriyet*'in yirmi yıllık genel yayın yönetmeni Ertuğrul Özkök'ün istifası, grubun AKP ile doğrudan çatışmayı sonlandırma çabasının bir parçası olarak yorumlanmıştır. 2010 ve 2011 yıllarında *Hürriyet* ve *Radikal*'deki bazı eleştirel köşe yazarları görevlerinden uzaklaştırılmıştır (Alan, 2015: 266-267; Yeşil, 2016: 92). Öte yandan Doğan Grubu'nun önemli yayın organlarından olan *Milliyet* ve *Vatan* gazetelerini Demiröreen-Karacan ortaklığına, *StarTV* ise hükümete yakınlığıyla bilinen Doğuş Grubu'na devredilmiştir. Söz konusu el değiştirmeler yalnızca mülkiyetin devri anlamına gelmemekte, aynı zamanda köşe yazarlarının tasfiyesi, yayın politikalarında iktidar yanlısı bir yönelime geçiş ve medya kadrolarında hükümete yakın isimlerin görevlendirilmesi gibi yapısal değişiklikleri de içerecek şekilde derinleşmiştir (Cangöz, 2015: 133). Öyle ki, Doğan Medya bu değişimleri "yeniden yapılandırma" hamleleri olarak sunmuş olsa da medya camiasında bu adımlar hükümetle gerilimi azaltma girişimi olarak değerlendirilmiştir

Bununla birlikte, hükümetin medya üzerindeki etkisinin yalnızca medya sahipleri düzeyinde sınırlı kalmamış, doğrudan editoryal müdahalelerle gazetecilik pratiğin de dönüştürmüştür. *NTV*'den Banu Güven'in kovulması, Can Dündar ve Ruşen Çakır'ın programlarının iptali ve Ece Temelkuran ve Nuray Mert gibi gazetecilerin işlerinden çıkarılması, AKP'nin medya üzerindeki baskısını bireysel gazetecilik alanına kadar genişlettiğini göstermektedir (Cangöz, 2015: 135-136; Yeşil, 2014: 166). Dolayısıyla bu strateji, yalnızca Doğan Medya Grubu'nun etkisizleştirilmesini değil, aynı zamanda diğer medya kuruluşlarına yönelik caydırıcı bir mesaj ileterek editoryal çizgilerde otosansürün artmasına neden olmuştur. Bu bağlamda, AKP iktidarı ile Doğan Medya arasındaki çatışma, Türkiye'de medya ile sermaye arasındaki ilişkilere dair önemli bir yapısal kırılmayı temsil etmekte, diğer yandan, siyasi iktidarın medya alanındaki hegemonik yeniden yapılanma stratejilerinin en belirgin örneklerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

2002-2010 yılları arasında Türkiye'deki medya alanına ilişkin yukarıda ortaya konan unsurlar dikkate alındığında, dikkat çeken temel noktalardan biri, AKP'nin

ekonomi politikalarında küresel sermayeye açık bir çizgi benimsemesi ile parti içindeki muhafazakâr-milliyetçi kanadın "fikrî iktidar" üzerindeki denetimi kaybetme yönündeki endişesi arasında yaşanan yapısal sıkışmadır. Medya sektörüne yönelik bu tür "karma ekonomi" anlayışına benzeyen yaklaşım, Türkiye'de neoliberalizmin uygulama biçiminde belirgin bir otoriter damarın varlığını da açığa çıkarmaktadır. Yabancı yatırımı teşvik ederken bir yandan da kültürel hegemonyayı koruma çabası, devletin ideolojik aygıtı olarak işlev gören medyada ikili bir söylemsel düzen kurmuştur. Bu ikilik, medyanın hem piyasa aktörü olarak serbestleşmesine hem de ulusal birliğin bekçisi olarak denetim altında tutulmasına neden olmuştur. Dolayısıyla AKP'nin medya politikaları hem neoliberal hem de ulus-devletçi reflekslerin iç içe geçtiği melez bir yapıyı yansıtmaktadır. Bu da Türkiye'nin medya sistemini, Yeşil'in (2016: 12) de altını çizdiği üzere, benzeri otoriter neoliberal rejimlerle aynı eksene yerleştirmektedir.

AKP iktidarının medyaya müdahaleleri, medyanın sadece ekonomik bir sektör değil, aynı zamanda siyasal rıza üretiminin temel bir aracı olarak değerlendirildiğini göstermektedir. AKP'nin medya politikası, Gramsciyen anlamda hegemonik bir yönetsel stratejiyle açıklanabilir. Siyasal iktidar, doğrudan zor kullanmaktan ziyade, medyayı yeniden düzenleyerek, kendi ideolojik çerçevesine uygun bir söylem alanı yaratmayı amaçlamıştır. Hükümetin medya alanındaki yeniden yapılandırma çabaları yalnızca doğrudan sansür uygulamalarıyla sınırlı kalmamış; medya kuruluşlarının sahiplik yapısı üzerinden ideolojik homojenleşme yaratacak biçimde bir "yandaşlaştırma" stratejisi izlemiştir. Cangöz'ün (2015: 134) de belirttiği üzere, neoliberal sermaye birikimiyle uyumlu bir biçimde ilerleyen bu süreç, "havuz medyası" gibi kavramsallaştırmalarla tanımlanan bir medya rejiminin doğuşunu beraberinde getirmiştir.

2002-2010 dönemi, AKP'nin "demokratikleşme" ve "toplumsal dönüşüm" söylemleri ekseninde, kendi medyasını ve gazeteci kadrosunu inşa etmeye başladığı ve aynı zamanda muhalefeti sistematik biçimde dışlamaya yöneldiği bir evre olarak değerlendirilebilir. Ancak, ilerleyen yıllarda gerçekleşen Gezi Parkı protestoları, 17-25 Aralık yolsuzluk soruşturmaları ve 15 Temmuz 2016 tarihli darbe girişimi gibi kritik toplumsal ve siyasal kırılmalar, AKP'nin medya üzerindeki kontrolünü daha da

artıracak, bir başka ifadeyle siyasal alanın gazetecilik alanına tümüyle eklemlenmesine yol açacaktır. Bu durum ayrıca hem toplumsal yaşamda hem de medya alanında kutuplaşmanın daha da derinleşmesine neden olacaktır.

3.1.4.2. Alanının Siyasi Alana Eklemlenmesi ve Kutuplaşma (2010-2020)

2002 ile 2010 yılları arasında Türkiye'nin medya sistemi, bir yandan serbest piyasa mekanizmalarının işlediği bir yapıya evrilirken, öte yandan siyasi iktidarın kendi medya bloğunu yaratma yönünde merkezileştirici eğilimleriyle şekillenmiştir. Ancak, 2010 sonrası dönemde yaşanan siyasi ve toplumsal gelişmeler, bu dengeyi daha da bozarak medya sahipliği yapısından ifade özgürlüğü ortamına kadar pek çok alanda derin dönüşümler yaratmıştır. Özellikle 17-25 Aralık 2013 yolsuzluk soruşturmaları, 2013 Gezi Parkı protestoları ve 15 Temmuz 2016 darbe girişimi, yalnızca siyasi alanı değil, medya sistemini de doğrudan etkileyen kritik kırılma noktaları olarak ön plana çıkmaktadır. Bu olaylar, medyanın hem iktidar yapılarıyla ilişkisini hem de kamusal alan içerisindeki konumunu yeniden tanımlayan dönüm anlarıdır.

2010 yılı hem Türkiye'nin siyasi tarihi hem de medya alanı açısından önemli bir kırılma anını temsil etmektedir. Bu dönemin dönüm noktası niteliğini kazanmasındaki en temel etken ise kuşkusuz "2010 Anayasa Değişikliği Referandumu"dur. Ergenekon ve Balyoz gibi davaların sunduğu siyasal meşruiyet zemini ile askeri vesayet karşıtı bir söylemi merkezine alan AKP, bu süreci toplumsal hafızadaki darbe karşıtlığını yeniden devreye sokarak başarılı bir şekilde yönetmiştir. Referandumun 12 Eylül tarihinde yapılması, darbeyle hesaplaşma imajının pekiştirilmesine hizmet etmiş, kamuoyunda "evet" oyunun demokrasiye ve sivil yönetime destek anlamına geleceğini savunmuştur (Alan, 2015: 278).

Bu dönemde AKP'ye yakın medya organları, siyasal iktidarın görüşlerini meşrulaştırmanın yanında, muhalif görüşleri itibarsızlaştıran bir kampanya yürütmüştür. Sabah gazetesinde Mehmet Barlas'ın, "hayır" oyu verecekleri "hatıra defteri tutan genç kızlara" benzetmesi, AKP karşıtlığını irrasyonel ve duygusal bir tepkiye indirgemekte; *Star* gazetesinden Mustafa Karaalioğlu'nun, referandumun

“demokratlık sınavı” olduğu yönündeki ifadesi ise bu tercihi bir tür “ahlaki turnusol kağıdı”na dönüştürmektedir (Barlas’tan ve Karaalioğlu’ndan aktaran Alan, 2015: 279). Söz konusu söylemler, medya aracılığıyla kamusal alanda referanduma yönelik eleştirel görüşlerin bastırılmasına ve muhalif kesimlerin “demokrasi karşıtı” olarak konumlandırılmasına zemin hazırlamıştır. Bu söylemsel yönelim, toplumsal kutuplaşmayı artırmış; medya ise bu süreçte AKP’nin referandum söylemini yeniden üreten bir işlev görmüştür.

2010 Anayasa Değişikliği Referandumu, Türkiye siyasal tarihinde kurumsal yapının yeniden inşasına dair kritik bir eşik olarak değerlendirilmelidir. Yasa tasarısı ilk planda Anayasa Mahkemesi’ne bireysel başvuru hakkı tanınmış olması görece demokratik bir adım olarak görülse de Anayasa Mahkemesi’nin yapısında gerçekleştirilen değişikliklerle birlikte ve bazı karar süreçlerinde nitelikli çoğunluk aranmaya başlanması iktidarın gücünü ciddi oranda artırmıştır. İlk bakışta demokratikleşme adımları gibi görünen bu düzenlemeler, esasen yargı kurumunun siyasi iktidarla olan mesafesinin ciddi biçimde kısaldığı bir sürecin başlangıcına işaret etmiştir.

Bu anayasal dönüşüm, kamuoyunda farklı kutuplarda yankı bulmuş; bir yanda vesayet rejiminin geriletilmesi ve 12 Eylül ile yüzleşme gibi gerekçelerle desteklenirken, öte yanda AKP’nin yargı organları aracılığıyla devleti kendi kontrolüne alma çabası olarak değerlendirilmiştir (Hamsici, 2017). İkinci görüşü savunanların argümanları, 2017 Anayasa değişikliği ile birlikte başkanlık sistemine geçiş ve Hâkimler ve Savcılar Kurulu'nun yapısının tamamen yürütme organına bağlanmasıyla büyük ölçüde doğrulanmıştır (BBC Türkçe, 2017). Bu süreçte anayasa değişikliklerinin “hukuki” değil, “siyasal” motivasyonlarla gündeme geldiği, iktidar partisinin devlet aygıtı üzerindeki tahakkümünü kurumsallaştırdığı ileri sürülmüştür. Bu durum, yalnızca hukuki özerklik bakımından değil, aynı zamanda medyanın ifade alanını daraltması açısından da belirleyici bir etkide bulunmuştur.

2010-2020 yılları merkeze alındığında AKP’nin medya alanındaki etki kapasitesini pekiştirmesi, çeşitli yayın organlarına doğrudan siyasi kadroların atanmasıyla sağlanmıştır. Erdoğan’a yakın isimlerin, yalnızca partizan medya

kuruluşlarında değil, ana akım medyada da stratejik pozisyonlara yerleştirilmesi, haberciliğin tarafsızlık ve profesyonellik ilkeleri açısından ciddi bir aşınma yaratmıştır. Bu tür atamaların, siyasal çevrelerden gelmesi, medya alanının giderek daha fazla politikleştirildiğini ve kurumsal bağımsızlığını yitirdiğini göstermektedir. AKP'nin medya üzerindeki bu kadro mühendisliği, yalnızca mevcut politik söylemleri yeniden üretmekle kalmayıp, aynı zamanda muhalif seslerin marjinalleştirilmesine, eleştirel haberciliğin zayıflatılmasına ve medya alanının tek tipleştirilmesine zemin hazırlamıştır (Yeşil, 2016: 91).

Bu tabloya bakıldığında, Türkiye'de medya alanının yalnızca piyasa dinamikleriyle değil, doğrudan siyasal mühendislik süreçleriyle şekillendiği görülmektedir. Medya organlarının kamusal sorumluluklarından ziyade, siyasi söyleme uyumlulukla değerlendirildiği bir ortamda, demokratik tartışma zemininin daralması kaçınılmazdır. Medyanın, kamu yararını gözeten denetleyici rolünden uzaklaştırılıp hükümet politikalarının taşıyıcısı hâline getirilmesi, aynı zamanda yurttaşların bilgiye erişim hakkını da zedelemektedir. AKP dönemindeki medya politikalarının mülkiyet yapıları ek olarak, medya alanı düzenlemeleri ve söylem üretimi açısından da otoriterleşme eğilimi gösterdiği ileri sürülebilir. Bu eğilim, medya özgürlüğü, çoğulculuk ve editoryal bağımsızlık gibi temel demokratik değerleri sistematik biçimde aşındırmaktadır.

Bu kutuplaşmanın medya alanına yansıyan bir diğer boyutu ise AKP'nin enformasyon stratejisinin giderek merkezileşmesi olmuştur. Partinin, iletişim süreçlerinde "proaktif bilgi yönetimi"ni merkeze alarak doğaçlama konuşmalar yerine kontrollü ve prova edilmiş röportajlara yönelmesi, sadece medya söylemini denetim altına almakla kalmamış, parti yetkililerini medya yoluyla oluşabilecek krizlerden korumayı amaçlamıştır (Öncü, 2016: 80). Bu durum, medya ortamında çoğulculuk ve özgürlük ilkeleriyle çelişirken, iktidar-medya ilişkilerinin temsil, görünürlük ve söylem düzeyinde de yeniden yapılandırıldığını göstermektedir (Esen vd., 2023: 118). Bu strateji, siyasal meşruiyetin kurulma ve sürdürülme yollarını yeniden tanımlayan bir dönüşümün parçası olarak değerlendirilebilir.

Özellikle ana akım medyanın, AKP kadrosundan gazetecilerle sistematik biçimde yeniden yapılandırılmasının ardından, yeni bir tür "gazeteci" profili görünür hâle gelmiştir. Bu dönüşüm, gazetecilik mesleğinin etik sorumlulukları ve kamusal işlevinden uzaklaşarak, siyasal iktidarın söylemini yeniden üreten bir mesleki kimliğin inşasını beraberinde getirmiştir. Celal Başlangıç'ın (2015) Türkiye'deki iktidar güdümlü yeni gazetecilik tipolojisine ilişkin şu tespiti bu bağlamda dikkat çekicidir:

> "Doğanın yasasıdır bu, her ölüm yeni canlılara yaşama alanı açar. Şimdi de bu memlekette gerçek gazetecilik, gerçek televizyonculuk ölüyor ya... İşte bu başkalaşım da yeni bir canlı türünün yaşam alanı bulmasına yol açtı: TV-AK trolleri. Bu türedi TV-AK trolleri çoğunlukla 'köşe yazarı' ya da 'akademisyen' gibi değişik meslek kisveleriyle çıkarlar ekrana. Bunlardan 'gazeteci' görünümlü olanları kendi içinde ikiye ayrılır. Birincisi, yeni imalat köşe yazarıdır. Kerametleri kendinden değil ama; istihbarat örgütlerinin taşıdığı bilgilerden, iktidarın propaganda makinesinin bir parçası olarak ellerine tutuşturulan hazır metinlerden menkuldür. Zaman zaman yalakalıkta ölçüyü kaçırıp herkesi kendine güldürse de 'güç zehirlenmesine' uğramış iktidar sahiplerine pek şirin görünürler. Televizyonlardaki tartışma programlarına çıktıklarında en dikkat çekici özellikleri de alabildiğince fütursuz olmaları ve cehaletin verdiği cesaretle her söze sazan balığı gibi atlamalarıdır. Bu türlerde 'yüz kızarması' gibi bir insani özellik yerine arsızlık ve yüzsüzlük tavan yapmıştır. İkinci gruptaki 'gazeteci' görünümlü 'TV-AK trolü' ise kıdemli gazeteciden devşirme kalemşorlardır. Tüm mesleki bilgilerine, birikimlerine, geçmişteki dostlarına, yol arkadaşlarına, inançlarına sırtlarını dönmüş; iktidarın parlak ışığının büyüsüne kapılmış pervaneler gibidir. Birinci gruptakilere göre daha çok kaybedecek değere sahip 'devşirme gazeteciler'in fiyatı bu nedenle daha pahalıdır. Zaman zaman, başta kendilerine yaptıkları bu ihanetin derin çizgileri TV ekranlarında bile yüzlerine bir anlığına vurur. Ama hemen kendilerini toparlayıp, canlı yayında karşısında oturan lidere 'Sabahları kahvaltıda ne yersiniz?' gibisinden hem mesleki bilgisine hem deneyimine yakışmayan bir soruyu bile sorma cüretini gösterebilirler" (Başlangıç, 2015).

2010-2020 dönemine ilişkin olarak, Türkiye'de medya alanındaki en belirgin kırılma noktalarından birinin Gezi Parkı protestoları olduğu söylenebilir (Ayan, 2019: 180). 2013 yılında İstanbul Taksim'deki Gezi Parkı'nda başlayan protestolar, yalnızca çevresel bir duyarlılığın ifadesi olmakla kalmamış, aynı zamanda AKP iktidarının giderek otoriterleşen yönetim anlayışına karşı biriken toplumsal tepkinin dışavurumuna dönüşmüştür. İlk olarak 27 Mayıs'ta, İstanbul'un merkezinde yer alan park alanındaki ağaçların kesilmesini engellemek amacıyla küçük bir aktivist grubun

başlattığı oturma eylemi, 29 Mayıs'ta polis tarafından uygulanan orantısız şiddetin ardından kitlesel bir protesto biçimini almış, sosyal medya üzerinden hızla yayılan bu çağrı, yüzbinlerce yurttaşın Taksim Meydanı'na akın etmesine neden olmuştur. Gezi Parkı, kısa sürede farklı kültürel kimliklere ve siyasi aidiyetlere sahip bireylerin bir araya geldiği, özelleştirme odaklı kentleşme politikalarına ve otoriter yönetime karşı çoğulcu ve katılımcı bir kamusal tepkiye dönüşmüştür (Yeşil, 2016: 107).

Bu kendiliğinden gelişen, lidersiz ve yatay örgütlenmeye dayalı toplumsal protestoların en dikkat çekici yönlerinden biri, yalnızca başkentlerde değil, Türkiye genelindeki birçok kente hızla yayılması ve 3,5 milyondan fazla yurttaşın 4700'ü aşkın eyleme katılım göstermesidir. Türkiye İnsan Hakları Vakfı'nın verilerine göre, beş yurttaşın yaşamını yitirdiği ve sekiz binden fazla kişinin yaralandığı bu süreçte, kolluk kuvvetlerinin uyguladığı orantısız şiddet, protestoların toplumsal meşruiyetini pekiştirmiş; bu durum, kamuoyunda daha geniş bir destek zemini oluşmasına yol açmıştır (Yeşil, 2016: 108). Gezi protestolarının Türkiye siyasi tarihindeki önemi, yalnızca eylemlere yönelik kitlesel katılım ya da devlet şiddetinin yoğunluğu ile sınırlı kalmayıp, aynı zamanda yurttaşlık bilincinde yaşanan dönüşümle de ilişkilidir. Protestolar sırasında dile getirilen kolektif talepler, iktidarın "babacan" ama müdahaleci liderlik tarzına karşı çıkmış, toplumsal çeşitliliği, eşitliği ve özgürlüğü önceleyen yeni bir toplumsal sözleşme arayışını gündeme taşımıştır (Yeşil, 2016: 107-108).

Gezi Parkı protestoları sırasında AKP'nin benimsediği temel strateji ise bu protestoları yalnızca iç siyasete yönelik bir muhalefet hareketi olmanın ötesinde, küresel ölçekte kurgulanmış bir komplo olarak sunmak üzerine inşa edilmiştir. İktidar bloğu tarafından geliştirilen bu söylem, protestocuları "çapulcu" şeklinde etiketleyerek güvenlik eksenli bir anlatının ideolojik temelini oluşturmuş, böylece eylemler, toplumsal taleplerin ifadesi olmaktan çıkarılıp "dış mihrakların" Türkiye'ye yönelik ekonomik bir saldırısı olarak yeniden çerçevelenmiştir. Bu süreçte, siyasi iktidar, protestoları bastırmayı meşrulaştırmak amacıyla uluslararası finans çevrelerini, özellikle "faiz lobisi" ve "dış güçler" olarak tanımladığı aktörleri hedef göstermiştir (Yeşil, 2016: 113). AKP'nin hem iç kamuoyunda hem de uluslararası düzeyde gazetecilik faaliyetlerini baskı altına almaya yönelik stratejileri ve iktidara yöneltilen

her türlü eleştiriyi "ulusal çıkar karşıtlığı" söylemi etrafında çerçevelemesi, yalnızca anayasal bir hak olan protesto hakkının kamusal meşruiyetini zayıflatmakla kalmamış, aynı zamanda medya özgürlüğü açısından da ciddi ve yapısal bir tehdit unsuru hâline gelmiştir. [59]

Dolayısıyla, Türkiye'de ana akım medyanın geçirdiği dönüşüm, yalnızca ekonomik ve yapısal meselelerle sınırlı kalmayıp, gazetecilik pratiğinin özünü doğrudan etkileyen sansür ve otosansür biçimlerini de kurumsallaştırmıştır. İktidarla organik bağ kuran medya sahipliği yapısı, haber üretim sürecini ideolojik bir biçimde şekillendirmiş ve bunun sonucunda, belirli ifadelerin önceden belirlenerek haberciliğin diline yerleştirildiği bir "dayatılmış üslup" yaratılmıştır. Bu durum, gazetecileri yöneticilerden gelen sansüre maruz kalmanın yanında, gazetecilerin bu baskıyı içselleştirmesiyle otosansürün sıradanlaşmasına neden olmuştur. Özellikle siyasal iktidara yakın medya gruplarında, gerçeğin kasten çarpıtıldığı örnekler, gazetecilik etiğinin sistematik olarak ihlal edildiğini göstermektedir.

Bu çarpıtmanın en sembolik örneği, kamuoyunda "Kabataş Yalanı" olarak bilinen olaydır. Gezi protestoları sırasında başörtülü bir kadının eylemciler tarafından saldırıya uğradığını iddia etmesi, herhangi bir somut delile dayanmamasına rağmen hem iktidar çevreleri hem de iktidara yakın medya organları tarafından kesin bir gerçeklik gibi dolaşıma sokulmuştur. Olayın gerçekleştiği iddia edilen saatlerde çekilmiş pek çok kamera kaydının bulunmasına rağmen, iddiayı doğrulayan hiçbir görüntünün varlığı saptanamamıştır. Buna rağmen, 5 Mart 2015'te *Star*, *Yeni Şafak*, *Sabah*, *Yeni Akit* ve *Türkiye* gibi iktidar yanlısı gazetelerde 12 köşe yazarı, "Diliniz KABA, vicdanınız TAŞ" başlığıyla okurlarının karşısına çıkarak, olayın gerçekliğini savunmuştur (Bianet, 2015). Öte yandan *Habertürk*'ten Balçiçek İlter, *Star* gazetesinden Elif Çakır ve *Hürriyet*'ten İsmet Berkan gibi gazeteciler, olayın

[59]Bu noktada Yeşil'in (2016: 113) yaptığı tespit dikkate değerdir. Ona göre, söz konusu "dış güçler" yaklaşımının beslendiği temel psikolojik ve ideolojik zemin, Türkiye siyasi tarihinde derin kökleri olan "Sevr sendromu"dur. AKP ile ona yakın medya organları tarafından sürekli yeniden üretilen bu söylem, dış güçlerin Türkiye'yi parçalama girişimlerinin hâlen sürdüğü yönündeki bir anlatı üzerinden inşa edilmektedir. Bu söylemin medyada nasıl somutlaştığını gösteren örneklerden biri, *Takvim* gazetesinin, *CNN* muhabiri Christiane Amanpour ile yapılmamış bir röportajı "itiraf" başlığıyla yayımlamasıdır. Bir diğer örnek ise, BBC Türkçe muhabiri Selin Girit'in "ajan" olarak hedef gösterilmesidir. Bu örnekler, gazetecilerin nasıl sistematik bir biçimde düşmanlaştırıldığını ve medya aracılığıyla nasıl bir dış düşman algısının yeniden üretildiğini ortaya koymaktadır.

doğruluğunu araştırmaksızın bu iddiaları köşelerine taşımış, Türkiye medya tarihi açısından ciddi bir etik kriz örneği olarak kayda geçmiştir (Alan, 2015: 310).

Nitekim, söz konusu iddiaların doğruluğunu destekleyen herhangi bir görsel ya da fiziksel kanıtın ortaya konulamamış olması, olayın bir tür "siyasal kurgu" olduğu yönündeki şüpheleri derinleştirmiştir. Kamera kayıtlarının defalarca incelenmesine rağmen herhangi bir saldırı bulgusuna ulaşılamamış, iktidara yakın medya organlarında yayımlanan röportajların ise belirsizlik ve çelişkilerle dolu olması, olayın medya eliyle kurgulanan bir manipülasyon olduğu yönündeki değerlendirmeleri güçlendirmiştir. Söz konusu iddia üzerinden eylemciler fail olarak gösterilmiş, başörtülü kadın figürü etrafında kurgulanan mağduriyet söylemi aracılığıyla, Gezi protestolarına karşı geliştirilen kutuplaştırıcı ve kriminalleştirici söylemler medya aracılığıyla güçlendirilmiştir. Bu olay, iktidar medyasının Gezi sürecine yönelik hegemonik anlatısını pekiştirmeye yönelik simgesel bir örnek olarak değerlendirilmiştir (Alan, 2015: 308-311).

Bir diğer örnek olarak, Gezi protestolarını kriminalize etme stratejisinin bir parçası olarak hem siyasetçiler hem de iktidara yakın medya organları tarafından sıklıkla dile getirilen "camide içki içildiği" iddiası kamuoyunda geniş yer bulmuştur. Eylemler sırasında bazı göstericilerin Dolmabahçe'deki Bezmi Alem Valide Sultan Camii'ne sığındığı ve burada ayakkabılarıyla girdikleri, hatta içki tükettikleri yönündeki iddialar, pek çok iktidar bağlantılı basın kuruluşu tarafından manşetlere taşınmıştır. Ancak, olayın yaşandığı caminin müezzini Fuat Yıldırım, içki içildiği yönündeki iddiaları açıkça yalanlamış ve bunun bir sonucu olarak görev yerinden sürgün edilmiştir (T24, 2014). Bu bağlamda, "Kabataş saldırısı" ve "camide içki içildiği" iddialarının daha sonra bizzat ilgili tanıklar tarafından yalanlanmış olmasına rağmen, iktidara yakın medya organlarının bu söylemleri ısrarla dolaşıma sokması, kitlesel bir toplumsal hareketin medya aracılığıyla meşruiyetinin sorgulanması stratejisinin açık bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Gezi Parkı protestoları, Türkiye medya sistemi açısından yalnızca iktidar yanlısı medya organlarının manipülatif yayınlarıyla değil, aynı zamanda görece merkezde konumlanan liberal ana akım medyanın suskunluğuyla da önemli bir dönüm noktası

olarak öne çıkmıştır. Protestoların üçüncü gününde, *NTV* gibi önde gelen haber kanalları çatışmaların yoğunlaştığı Taksim Meydanı'ndan canlı yayın yapmak yerine rutin program akışına devam etmiş, *CNN Türk* ise bir penguen belgeseli yayınlamayı tercih etmiştir. Bu suskunluk, halkın "penguen medyası" olarak adlandırdığı ana akım medya kurumlarına karşı kitlesel tepkilere neden olmuş, izleyici kitlesi medyanın hükümete olan bağımlılığını sembolik protestolarla teşhir etmiştir (Yeşil, 2016: 110). Bu dönemde *Sözcü*, *Cumhuriyet*, *Evrensel* ve *BirGün* gibi eleştirel bir çizgide konumlanan gazeteler Gezi protestolarını haberleştirerek ön plana çıkarken, protestocular, *Çapul TV* gibi kendi alternatif medya araçlarını kurarak Gezi Parkı'ndan doğrudan yayın yapmaya başlamışlardır. Bu platformlar, ana akım medyanın sunduğu çerçevenin ötesine geçerek, tabandan yükselen bir anlatı inşa etmeyi hedeflemiş ve toplumsal muhalefetin öznel deneyimlerini görünür kılmaya çalışmışlardır (Yeşil, 2016: 111).

Gezi Parkı protestoları hem iktidar yanlısı hem de merkezde konumlanan ana akım medyanın Türkiye medya tarihinde itibar kaybının en derin ve görünür biçimde yaşandığı dönemlerden biri olarak değerlendirilebilir. Öyle ki, Gezi Parkı protestoları, devlet gücünün keyfi kullanımına karşı çıkarak hesap verebilir ve çoğulcu bir yönetim talep eden genç ve kentli bir hareket olarak, Türkiye'deki geleneksel medya düzeniyle ciddi bir uyumsuzluk sergilemiştir. Bu süreçte, "dış güçler" söylemini merkeze alan ve aynı manşetlerle çıkan, farklı medya holdinglerine ait gazeteler, merkez medyadaki tek tipleşmeyi ve iktidar eksenli habercilik anlayışını görünür kılmıştır (Tunç, 2018: 155). Bu bağlamda, medya kutuplaşması ile siyasi kutuplaşmanın birbirinden bağımsız düşünülemeyeceği görülmektedir (Metin ve Morales, 2022: 27).

Bu noktada şu saptamayı yapmak yerinde olacaktır: Özellikle Gezi protestoları sonrasında ortaya çıkan medya pratikleri, ana akım medyanın mevcut durumunun yalnızca etik tutum ekseninde ele alınmasının yetersiz kaldığını, aksine daha derin ve yapısal bir sorunun, yani kamusal temsiliyet krizinin varlığını ortaya koymaktadır. Gezi protestoları sırasında ve sonrasında yaşananlar göstermektedir ki, bu dönemde ana akım medya, "taraflılık/tarafsızlık" gibi etik tartışmaları aşan bir biçimde, doğrudan kamusal değil, siyasal iktidarın söylemini taşıyan bir araca dönüşmüştür. Söz konusu durum gazeteciliğin etik yanlışları, güven kaybı ya da mesleki ahlaka

ilişkin içsel değerlendirmelerle sınırlı kalmamakta, aksine, -sınırlı sayıdaki muhalif medya örnekleri dışında tutulduğunda- Türkiye'de işleyen bir "gazetecilik alanı"nın artık var olmadığı yönündeki görüşleri güçlendirmektedir. Dolayısıyla, Gezi protestolarının hem medya alanında hem de Türkiye politik kültüründe çok ciddi bir paradigma kırılmasına işaret ettiği söylenebilir.

Nitekim, Gezi protestolarında görüldüğü üzere ana akım medyadaki temsil krizinin somut bir yansıması olarak, 2013 sonrasında alternatif medya platformları hem kamusal bilgilendirme işlevi hem de ifade özgürlüğünün korunması açısından daha görünür ve işlevsel bir yapıya dönüşmüştür. Söz konusu platformlar, özellikle ana akım medyanın haber vermekten çok "haber saklama" işlevine yöneldiği bir dönemde, serbest gazetecilik, dijital habercilik ve bağımsız medya pratikleri üzerinden yeni bir epistemolojik zemin oluşturmuştur (Şirvanlı, 2020; Dağtaş ve Şirvanlı, 2020; Şirvanlı ve Dağtaş, 2022). Ruşen Çakır'ın da ifade ettiği üzere, bu dönem, muhtemelen ana akım medyanın belirleyici etkisinin son örneklerinden birini temsil etmektedir, benzer bir kriz tekrar yaşandığında, kamusal yönelimlerin büyük ölçüde sosyal medya ekseninde şekillenmesi muhtemel görünmektedir (Çakır'dan aktaran Tunç, 2018: 156).

Türkiye'de alternatif medya oluşumları, anaakım medyanın ekonomi politik yapısal sorunlarına karşı bir tepki olarak gelişmiş ve bu sürecin biçimlenmesinde dijital teknolojilerin sunduğu olanaklar önemli bir rol oynamıştır (Dağtaş ve Şirvanlı, 2020: 323). *T24*, *Medyascope*, *Diken*, *Bianet* ve *Duvar* gibi dijital medya girişimleri, etik habercilik ilkelerine dayalı yorum ve analiz odaklı içerikleriyle, geleneksel medyanın yozlaşmış yapısına karşı eleştirel bir kamusal alan kurmaktadır. Özellikle *Medyascope*, hem sosyal medya tabanlı ilk kurumsal alternatif medya girişimi olmasıyla hem de dijital yayıncılığı merkezine almasıyla dikkat çekmektedir (Şirvanlı ve Dağtaş, 2022: 29). *Medyascope'*un 2016'da Uluslararası Basın Enstitüsü tarafından "Özgür Medya Öncüsü" olarak ödüllendirilmesi, bu tür dijital girişimlerin yalnızca teknolojik açıdan değil, gazetecilik normlarını yeniden tesis etme açısından da dönüştürücü güce sahip olduğunu göstermektedir. Ancak, bu yapılar, sınırlı maddi kaynaklara ve siyasi baskılara rağmen varlığını sürdürebilmekte, reklam gelirlerinden yeterince faydalanamamakta ve hukuki güvenceden yoksun bir şekilde faaliyet

göstermektedir (Tunç, 2018: 157). Bu yönüyle alternatif dijital medya, Türkiye'de hem ifade özgürlüğünün hem de gazetecilik mesleğinin yeniden tanımlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir.

Tüm ekonomik zorluklara ve politik baskılara rağmen, alternatif medya platformları ile bireysel yayıncılık yapan gazeteciler medya alanındaki görünürlüklerini artırmaya devam etmiş; buna karşın, ana akım medya yapısının biçimlenmesinde belirleyici olan en önemli kırılma noktalarından biri ise 2018 yılında yaşanmıştır. 2018 yılında Doğan Medya Grubu'nun Demirören Holding'e devri, Türkiye medya tarihindeki en köklü yapısal kırılmalardan birini temsil etmektedir (Metin ve Morales, 2022: 21-22; Sözeri Özdal, 2023: 28-29). *Hürriyet*, *Kanal D* ve *CNN Türk* gibi anaakım medyanın en etkili aktörlerinin yanı sıra onlarca dergi, radyo ve dijital platformun bu satış kapsamında el değiştirmesi, sadece bir şirket birleşmesi değil, medyada iktidar ilişkilerinin yeniden tesis edilmesi anlamına gelmiştir. Söz konusu satın alma, günlük gazete satışlarının yüzde 31,6'sının aynı sermaye grubunun eline geçmesine neden olmuştur. Demirören Grubu'nun Doğan Medya'yı satın almak amacıyla kamu bankası olan Ziraat Bankası'ndan aldığı krediyi geri ödemediği, bu borca karşılık bir golf sahasını ipotek ettirdiği ve 1,5 milyar dolarlık borcun yapılandırılması için görüşmeler yürüttüğü iddiaları, ilgili dönemde kamuoyunda geniş biçimde tartışılmıştır (Bloomberg, 2021).

Demirören Grubu böylece, medya sektörünün yaklaşık üçte birini kontrol altına almıştır. Söz konusu yoğunlaşma, yalnızca mülkiyet ilişkilerinde değil, editoryal içerik ve kadro yapılanmasında da ciddi bir dönüşüm yaratmıştır. *Hürriyet* gazetesi özelinde, satış sonrası dönemde okur kitlesinin azaldığı, tirajların düştüğü ve gazetenin hem niteliksel hem de niceliksel olarak küçülmeye başladığı gözlemlenmiştir. 2017 yılında ortalama 316 bin olan günlük satış rakamı, 2018'de yüzde 9'luk bir düşüşle 288 bine gerilemiş; bunu takiben 386 çalışanın işten çıkarılması ve önemli isimlerin gazete ile yollarını ayırması, kurumsal hafızanın ciddi şekilde zedelendiğini göstermiştir (Erşin, 2020). Özellikle sendika üyeliği gerekçesiyle yapılan işten çıkarmalar, örgütlü gazeteciliğe yönelik sistematik bir müdahale olarak yorumlanabilir (Birgün, 2019). Bu bağlamda, Demirören Grubu'nun bu satın alma hamlesi, sektörel yönlerinin ötesinde, siyasal ve ekonomik yönleriyle de tartışma konusu olmuştur.

Dolayısıyla bu dönüşüm, anaakım medyada sadece sahiplik yapısını değil, gazetecilik pratiğini de doğrudan etkilemiştir. *Demirören* ve *Turkuvaz* gibi iktidar yanlısı çizgide yayın yapan medya gruplarının profesyonel gazetecilikten ziyade siyasal bağlılığa öncelik veren politikaları, eleştirel ve çoğulcu haberciliğin alanını giderek daraltmıştır. [60] Bu nedenle yalnızca *Hürriyet* gazetesinde değil, merkez medya kurumlarında görev yapan birçok gazeteci ya sektörden dışlanmış ya da mesleki faaliyetlerini sürdürebilmek adına alternatif medya platformlarına yönelmek durumunda kalmıştır (Dağtaş ve Şirvanlı, 2020: 327; Şirvanlı ve Dağtaş, 2022: 23-24). Medya sahiplerinin asıl faaliyet alanlarının enerji, inşaat ve finans gibi devletle iç içe geçmiş sektörler olması, haber içeriklerinde bağımsızlık ilkesinin fiilen rafa kaldırıldığını göstermektedir. [61] Özellikle *Turkuvaz Medya*'nın bağlı olduğu Kalyon Grubu'nun büyük kamu ihaleleriyle ilişkisi (örneğin İstanbul Havalimanı ve Taksim Yayalaştırma Projesi gibi) bu durumu somutlaştırmaktadır (Bianet, 2016).

Bununla birlikte, 2010'lu yılların medya ortamı, 1980'li yıllardan devraldığı en önemli miraslardan biri olarak otosansür ve güvencesiz gazetecilik pratiklerinin kurumsallaşmasına sahne olmuştur. Medya patronlarının, farklı sektörlerdeki ekonomik çıkarlarını koruma amacıyla iktidarla uyumlu bir yayın politikası benimsemeleri, haberin kamusal niteliğini ikinci plana itmiş; bu durum, eleştirel seslerin bastırılması ve medya organlarının siyasal araçsallaşmaya maruz kalmasıyla sonuçlanmıştır. Özellikle RTÜK gibi düzenleyici kurumların siyasal iktidarla organik bir ilişki içinde konumlanması, medya özgürlüğüne dair yapısal sorunların daha da derinleşmesine yol açmıştır (Sözeri, 2015: 6).

[60]2010'lu ve 2020'li yıllarda merkez medyanın siyasal iktidara bu denli eklemlenmesi, bilgiye erişim arayışında olan ilerkitleyi belirli oranda uluslararası yayınlara yönlendirmiştir. Bu bağlamda, Almanya menşeli *DW Türkçe*, İngiltere'den *BBC Türkçe*, Fransa'nın *France 24* servisi, ABD kaynaklı *Voice of America (VOA)* ve çok uluslu bir yapı olan *Independent Türkçe* gibi uluslararası haber platformlarının Türkiye'deki etkisi belirgin biçimde artmış ve ana akım medyadan ayrılan pek çok tecrübeli gazeteci de burada kendilerine yer bulmuştur (Metin ve Morales, 2022: 19). Ancak bu kuruluşların kendi ülkelerinin dış politika öncelikleri doğrultusunda hareket etmeleri, editoryal bağımsızlıklarının sınırlarını tartışmalı hale getirmektedir (Dağtaş ve Şirvanlı, 2023: 240).

[61]Bianet ile RSF tarafından yürütülen Medya Sahipliği İzleme Projesi'nin (2016) ortaya koyduğu tablo bu anlamda çarpıcıdır: Türkiye'deki en büyük 40 medya kuruluşunun tümü, medya dışı sektörlerde faaliyet gösteren büyük şirketlerce kontrol edilmektedir. Bu durum, çapraz medya sahipliğinin sadece ekonomik bir model değil, aynı zamanda siyasal manipülasyonun temel aracı hâline geldiğini göstermektedir. Medya artık kamusal bilgilendirme misyonunu değil, sermaye-iktidar iş birliğinin sürekliliğini sağlamaya dönük bir araçsallaştırmayı temsil etmektedir.

Devlet destekli ilan dağılımları, kamu bankaları aracılığıyla sağlanan krediler ve reklam anlaşmaları üzerinden iktidar yanlısı şirketlere sağlanan avantajlar, medyanın bağımsızlığını zedeleyen temel etkenlerden biridir. Bunun yanında ifade özgürlüğü, tutuklu gazeteciler, oto sansür ve siyasal iktidarın medya sahipleri üzerinde uyguladığı sistematik baskı, sivil özgürlüklerin ciddi şekilde kısıtlandığını göstermektedir. Dolayısıyla medya, yapısal ve kurumsal düzlemde demokratik işleyişin dışına itilmiştir.

Söz konusu tablo, uluslararası düzeyde hazırlanan medya özgürlüğü raporlarına da yansımaktadır. Örneğin *Freedom House*'un 2018 tarihli raporunda Türkiye, ilk kez "özgür olmayan medya" kategorisinde sınıflandırılmış, aynı yıl Sınır Tanımayan Gazeteciler (RSF) tarafından hazırlanan Basın Özgürlüğü Endeksi'nde ise 180 ülke arasında 157. sırada yer almıştır. Bu gerilemenin ardında yalnızca medyanın iktidar lehine araçsallaştırılması değil, aynı zamanda eleştirel gazeteciliğin sistematik biçimde cezalandırılması yatmaktadır. Türkiye'de medya alanında yaşanan bu dönüşümde, sahiplik yapısının belirleyici etkisi özellikle dijital yayıncılık alanında kendini göstermektedir. Dijital medya ortamında faaliyet gösteren gazeteciler büyük ölçüde güvencesiz, prekaryalaşmış ve örgütsüz çalışma koşulları altında mesleki faaliyetlerini sürdürmektedir (Uzunoğlu, 2018).

2010'lu yıllar siyasal ve ekonomik baskıların yoğunlaşması, ana akım medyada yerleşik aktörlerin sektörden çekilmesine yol açarken, bu durum, yeni aktörlerin medya alanına girişini hızlandıran yapısal bir dönüşüm sürecini beraberinde getirmiştir. Bu noktada Türkiye medya sistemi içinde ayrıksı bir örnek olarak Acun Ilıcalı'nın konumu dikkat çekmektedir. Acun Ilıcalı'nın medya alanındaki yükselişi, Türkiye'de hem medya sahipliğinin dönüşümünü hem de içerik üretimindeki paradigmatik kaymaları anlamak açısından dikkat çekici bir örnek sunmaktadır. Spor muhabirliğinden başlayarak ulusal ve uluslararası alanda eğlence odaklı bir medya imparatorluğu kuran Ilıcalı, özellikle *TV8* ve *Exxen* üzerinden, haber ve bilgi temelli içerik üretiminden tamamen uzak duran, yalnızca eğlenceye odaklanan bir yayın politikası benimsemiştir. Ilıcalı'nın, 2013 yılında *TV8*'i satın aldıktan sonra yaptığı açıklamada yalnızca "eğlenceli programlara yer verileceğini" vurgulaması, bu çizginin kasıtlı ve sistematik bir tercihin sonucu olduğunu göstermektedir (Haberler.com, 2013;

Mynet, 2013). Bu durum, Türkiye medya ortamında politik baskıdan uzak bir medya yapısının, sadece ideolojik dirençle değil, içeriksizleştirme stratejisiyle de var olabileceğini ortaya koymaktadır. Ilıcalı'nın medya yaklaşımı doğrudan siyasal bir ideolojiyi desteklemese de haz temelli içeriklerin yoğun biçimde yaygınlaştırılması yoluyla kamusal eleştirelliği tahrip eden bir ortam yaratmaktadır. Bu tür bir "apolitikleşme stratejisi", izleyicinin gündelik sorunlara yönelik farkındalığını azaltarak, bireysel haz ve eğlence arzusunu sürekli canlı tutan bir medya rejimi üretmektedir. Böylece, doğrudan sansür veya baskıya başvurmadan da medya aracılığıyla toplumsal denetim mekanizmalarının kurulabileceği anlaşılmaktadır (Dağtaş ve Şirvanlı, 2023: 241).

Bu kapsamda, 2010-2020 yılları arasındaki döneme ilişkin Türkiye'deki medya alanının genel değerlendirmesi yapıldığında, AKP'nin bu süreçte kendi kontrolünde bir merkez medya inşa etme çabalarının belirgin şekilde görünürlük kazandığı söylenebilir. Medya sektöründe yaşanan dönüşüm süreci, Türkiye'de ifade özgürlüğü, basın bağımsızlığı ve medya-militer ilişkiler gibi temel demokratik göstergeler açısından ciddi sorunlara işaret etmektedir. Özellikle AKP'ye yakın medya blokunun yükselişi, yalnızca ideolojik bir yönelimi yansıtmakla kalmamış, aynı zamanda mülkiyet yapıları, reklam kaynaklarının dağılımı ve yargı mekanizmaları üzerinden uygulanan baskılar yoluyla sektördeki güç dengelerini köklü biçimde yeniden yapılandırmıştır. Bu süreçte, basın özgürlüğü söylemi giderek siyasallaşmış, alternatif medyaya yönelik ekonomik yaptırımlar ve adli süreçler, özgürlük taleplerinin kamusal meşruiyetini tartışmalı hale getirmiştir. Dolayısıyla, AKP dönemi, Türkiye'de medya alanının, ekonomik ya da kurumsal dönüşümlerin ötesinde, ideolojik ve siyasal bir mücadele sahasına dönüştüğünü göstermesi bakımından kritik bir dönüm noktası niteliği taşımaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye'deki medya ekosistemi açısından AKP dönemi, medyada tarihsel olarak biriken yapısal sorunların daha görünür hâle geldiği ve bu sorunların pekiştiği bir döneme işaret etmektedir. Bu süreç, 2020'li yıllar sonrasında da yalnızca yeni problemler üretmekle kalmamış, geçmişten miras alınan medya yapılanmasının temel zaaflarını daha da derinleştirmiştir. Ümit Alan'ın (2015: 245) ifadesiyle, AKP dönemi "geride kalan yüzyılda baskılarla sindirilip teşviklerle şişirilen medya için de

bir şeylerin sonudur. (...) AKP dönemi, medyada başlangıcında biriken kirin ve bir türlü yapılamayan gazeteciliğin de sonu olarak tarihe geçti."

3.1.5. 2020 Sonrası Tarihi Gelişmeler Üzerinden Medya Alanının Değerlendirilmesi

Türkiye'de 2020'li yılları kapsayan güncel medya ortamı değerlendirildiğinde, merkez medyada tekelleşme, içeriksel standartlaşma ve siyasal partizanlaşma eğilimlerinin artarak sürdüğü gözlemlenmektedir. Bu yapısal eğilimlere paralel olarak, alternatif medya platformlarının ve bireysel yayıncılık faaliyetinde bulunan gazetecilerin sayısında da belirgin bir artış yaşandığı dikkat çekmektedir. Nitekim, 2020'li yıllara girilirken Fatih Altaylı, Cüneyt Özdemir, Nevşin Mengü, Özlem Gürses, Şule Aydın, Ünsal Ünlü ve Murat Yetkin gibi geçmişte ana akım medyada görev yapmış, ancak, günümüzde kendi dijital mecralarını kurarak *YouTube* üzerinden yayın yapan bağımsız gazetecilerin, birçok büyük medya holdingine kıyasla daha yüksek izlenme oranlarına ulaştığı gözlemlenmektedir (Önder, 2024).

Bu durumun kuşkusuz birçok nedensel boyutu bulunmaktadır. Türkiye'de 2018-2025 döneminde derinleşen ekonomik kriz, yalnızca toplumsal yaşamı değil, medya sektörünü de yapısal düzeyde etkilemiştir. Bu süreçte uygulanan heterodoks faiz politikaları ile Merkez Bankası rezervlerindeki ciddi erime sonucunda Türk lirasının istikrarsızlaşması ve yüksek enflasyon oranları gibi ekonomik gelişmelerin yanı sıra; siyasal alandaki otoriter eğilimlerin güçlenmesi, COVID-19 pandemisinin toplumsal etkileri ve Suriye İç Savaşı'nın yol açtığı mülteci krizinin yarattığı sosyoekonomik baskılar, ülkedeki sınıfsal eşitsizlikleri daha da derinleştirmiştir. Bu kriz ortamında, siyasal iktidarla yakın ilişkiler kurarak faaliyet gösteren ve devlet destekli rant politikalarıyla büyümesini sürdüren inşaat sektörü, krizden en az etkilenen sektörlerden biri hâline gelmiştir. Bu sektörle bağlantılı sermaye gruplarının medya yatırımları da benzer şekilde desteklenmiş, bu durum, medya alanındaki yapısal bağımlılık ilişkilerini pekiştirmiştir (Dağtaş ve Şirvanlı, 2023: 241).

Medya sektörünü doğrudan etkileyen pek çok siyasal ve toplumsal gelişme yaşanmış olsa da 2020'li yıllarda yoğun biçimde hissedilen ekonomik krizin,

Türkiye'deki güncel medya ekosisteminin şekillenmesinde başat bir unsur hâline geldiği söylenebilir. Nitekim, ücretli emeğin millî gelirden aldığı payın 2019 yılında %31,2 iken 2022 itibarıyla %26'ya gerilediği; buna karşılık sermaye gelirlerinin toplam içindeki payının %56,2'den %64'e yükseldiği görülmektedir. Sınıfsal eşitsizliklerin giderek daha görünür hâle geldiği bu ortamda, orta sınıfın zayıflamasıyla birlikte toplum, kutuplaşmış bir sosyal yapıya evrilmiş, merkez medya ise bu sınıfsal dönüşümün hem yansıtıcısı hem de yeniden üreticisi konumuna yerleşmiştir. Ana akım medya, siyasal iktidar ile sermaye çevreleri arasındaki simbiyotik ilişkiler bağlamında, yalnızca belirli bir ekonomik ve ideolojik blokun çıkarlarını temsil eden; kamusal alanı daraltan, eleştirel ifadeyi sınırlayan bir aygıt hâline gelmiştir. Bu durum, merkez medya alanının gerek mülkiyet yapısı gerekse içerik üretimi bakımından demokratik temsil işlevini yitirmesine neden olmaktadır (Dağtaş ve Şirvanlı, 2023: 241).

2020'li yıllarda Türkiye'deki medya alanı değerlendirilirken, kuşkusuz *Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı*'nın etkisine değinmek yerinde olacaktır. Nitekim, iktidara yakın medya gruplarının yayın politikalarının eşgüdümlü bir şekilde ilerlemesini sağlamak amacıyla İletişim Başkanlığı'nın önemli bir koordinasyon görevi üstlendiği gözlemlenmektedir. Gazeteci Jonathan Spicer (2022) tarafından *Reuters*'ta yayımlanan ve çeşitli haber analizlerine, iktidar yanlısı medyada görev yapmış eski çalışanların ve medya uzmanlarının ifadelerine dayanan özel bir haberde, Türkiye'de medyanın devlet denetimi altına alınmasında İletişim Başkanlığı, Basın İlan Kurumu ve RTÜK'ün merkezi roller üstlendiği iddia edilmiştir. Haberde özellikle İletişim Başkanı Fahrettin Altun'un medya kuruluşlarına WhatsApp gibi iletişim kanalları üzerinden doğrudan talimatlar ilettiği ve Türkiye merkez medyasının hükümet kontrolünde sıkı bir emir-komuta zinciri içerisinde işlediği ileri sürülmüştür. Bu iddiaları destekler biçimde, 2020 yılında dönemin Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın istifası sonrasında, ana akım haber merkezlerine hükümetten onay gelene kadar haber yapılmaması yönünde talimat verildiği öne sürülmüş; Albayrak'ın istifası uluslararası ve bağımsız medya organlarında hızla haberleştirilirken, iktidara yakın medya kuruluşlarının bu konuda 24 saatten uzun süre sessiz kalması dikkat çekici bir örnek olarak sunulmuştur (Spicer, 2022).

Medya sahipliğinde yaşanan dönüşüm de söz konusu haberde önemli bir yer tutmuştur. *Reuters*'ın haberine göre, *Demirören Grubu*'nun *Doğan Medya*'yı satın almasının ardından ana akım medyanın neredeyse tamamen iktidar çizgisine yaklaştığı belirtilmiştir. Bu sürecin, devlet reklamlarının hükümete yakın medya organlarına yönlendirilmesi ve muhalif medya kuruluşlarının reklam gelirlerinden mahrum bırakılması yoluyla desteklendiği ifade edilmiştir. Bu çerçevede, Basın İlan Kurumu'nun (BİK) "etik ihlaller" gerekçesiyle bağımsız gazetelere yönelik reklam kesintileri uyguladığı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) ise para cezaları ve yayın durdurma kararları yoluyla eleştirel yayıncılığı sistematik biçimde baskı altına aldığı vurgulanmıştır (Spicer, 2022). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Fahrettin Altun ise *Reuters*'ın İletişim Başkanlığı'na yönelik eleştirilerine yanıt vermiş; Türkiye İletişim Modeli'nin ulusal ve uluslararası alanda başarı sağladığını ve bu nedenle hedef alındıklarını savunmuştur. Ayrıca *Reuters*'ı, geçmişte de Türkiye'ye yönelik çarpıtılmış haberler ve dezenformasyon faaliyetlerinde bulunduğunu söylemiş, haber ajansının uluslararası sistemde yürütülen manipülasyonların bir aparatı hâline geldiğini ileri sürmüştür (İletişim Başkanlığı, 2022). Bu bağlamda, Altun'un açıklamaları, Türkiye'nin uluslararası medya ile ilişkilerinde yaşanan gerilimi ve resmî söylemin uluslararası eleştirilere karşı nasıl bir tutum geliştirdiğini göstermesi bakımından, 2020'li yıllara ilişkin önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Türkiye'de basın özgürlüğü alanında yaşanan daralmaların, yalnızca *Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı* ve iktidar yanlısı medya tekelleri eliyle değil, aynı zamanda düzenleyici kurumların siyasal iktidarla kurduğu ilişkiler aracılığıyla da pekiştirildiği görülmektedir. Özellikle Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) gibi anayasal kurumların bağımsız denetim misyonunu yitirmesi, Türkiye medyasında çoğulculuğun giderek gerilemesine neden olmuştur (Dağtaş ve Şirvanlı, 2023: 236). Öyle ki, *Reuters*'ın ilgili haberinde (Spicer, 2022), RTÜK'e yönelik eleştirileri doğrulayan örneklere rastlamak mümkündür. Nitekim, RTÜK'ün eleştirel yayıncılık yapan medya kuruluşlarına, iktidara yakın medya organlarına kıyasla on kat daha fazla ceza kestiği, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC) tarafından yayımlanan bir bildiri ile kamuoyuna duyurulmuş ve RTÜK'e yönelik sert eleştiriler yöneltilmiştir. TGC (2025), altı televizyon kanalı ve bir dijital platforma uygulanan yaptırımlara ilişkin yayımladığı açıklamada, RTÜK'ün medyayı kamusal meseleleri tartışmaktan

caydırmaya ve eleştirel haberciliği engellemeye çalıştığını ifade etmiştir. TGC'nin açıklamasında, 2024 yılında eleştirel yayıncılık yapan medya kuruluşlarına, iktidara yakın medya organlarına oranla 10 kat daha fazla ceza uygulandığı ve bu politikanın 2025 yılında da devam ettirildiği vurgulanmıştır. Özellikle *Halk TV*, *Now TV*, *Sözcü TV* ve *TELE1* gibi kanallara, iktidar ve yargı kararlarına yönelik eleştiriler gerekçe gösterilerek para cezalarının verilmesi, iktidarı desteklemeyen medya organlarının sistematik biçimde baskı altına alınmaya çalışıldığını göstermektedir. Ayrıca TGC açıklamasında, RTÜK'ün aldığı kararların Anayasa'ya aykırı biçimde gazetecilik mesleğine doğrudan müdahale niteliği taşıdığı ve bu durumun halkın haber alma hakkını ciddi şekilde sınırladığı ifade edilmiştir (TGC, 2025).

Diğer yandan, Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın yayımladığı 2021-2022 Basın Özgürlüğü Raporu (Şahin ve Coşkun, 2022), bu sürecin nicel boyutunu ortaya koymaktadır. Rapora göre, yalnızca iki yıl içinde 54 haber sitesine erişim engellenmiş, 1.355 haber içeriği kaldırılmış ve 559 gazetecinin basın kartı iptal edilmiştir.[62] Aynı dönemde RTÜK tarafından medya kuruluşlarına uygulanan para cezalarının toplamı 10 milyon TL'yi aşarken, medya çalışanlarının toplu sözleşme hakkı, işveren itirazları gerekçe gösterilerek askıya alınmıştır. Bu veriler, Türkiye'de basın alanının yalnızca kurumsal ve yapısal baskılarla değil, aynı zamanda bireysel gazetecilerin doğrudan hedef alınması yoluyla da kontrol altına alınmaya çalışıldığını göstermektedir. Nitekim ilgili dönemde 26 gazeteci, yalnızca mesleki faaliyetleri nedeniyle cezaevine konulmuş, 273 gazeteci hakkında dava açılmış, 57'si fiziksel şiddete uğramış ve 32'si açık biçimde tehdit edilmiştir (Şahin ve Coşkun, 2022).

Son olarak, *Uluslararası Gazeteciler Federasyonu* (IFJ), dünyanın farklı ülkelerinden 41 gazetecilik örgütünün imzaladığı ortak bir açıklama yayımlamış ve 2025 yılında basın özgürlüğü ihlallerinin artması nedeniyle acil harekete geçilmesi çağrısında bulunmuştur. IFJ (2025) açıklamasında, keyfi gözaltılar, adli kontrol

[62]İfade Özgürlüğü Derneği'nin yayımladığı "EngelliWeb 2021" raporuna göre, Türkiye'de erişime engellenen web sitesi ve alan adı sayısının 2021 yılı sonu itibarıyla 574 bini aştığı tespit edilmiştir. Sadece 2021 yılında erişimi engellenen alan adlarının sayısı 100 bini aşarken, 150 bin URL, 8.350 Twitter hesabı, 13.500 YouTube videosu gibi çeşitli içeriklere de sansür uygulanmıştır. Özellikle Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) Başkanı'nın erişim engelleme kararlarının %91'inden sorumlu olduğu, böylece ifade özgürlüğü alanındaki devlet müdahalesinin oldukça yoğunlaştığı belirtilmektedir. Bu süreçte, birçok medya kuruluşu da erişime engellenen haberleri ya tamamen kaldırmakta ya da içerik çıkarma yoluna gitmektedir (Akdeniz ve Güven, 2022: 2-3).

önlemleri ve gazeteci mahkûmiyetlerinin, Türkiye'deki bağımsız medya yapısına, demokratik tartışma iklimine ve temel insan haklarına yönelik varoluşsal bir tehdit oluşturduğunu ifade etmiştir. Özellikle RTÜK'ün eleştirel medya kuruluşlarına yönelik sistematik yaptırımlar uyguladığına dikkat çeken IFJ, bu durumu ifade özgürlüğüne yönelik doğrudan bir tehdit olarak değerlendirmiştir. Bu çerçevede, Türkiye'nin ifade ve basın özgürlüğüne ilişkin uluslararası normlara ve kendi anayasal güvencelerine bağlı kalarak uygulamalarını yeniden düzenlemesi gerektiği vurgulanmıştır (IFJ, 2025).

Bu durum, kuşkusuz izlerkitle nezdinde de merkez medya holdinglerine karşı derin bir güvensizlik duygusunun oluşmasına yol açmaktadır. Nitekim, *Reuters Enstitüsü* tarafından hazırlanan *2024 Dijital Haber Raporu*'nda, Türkiye'de haberlere olan genel güven oranının yalnızca %35 seviyesinde kaldığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, Türkiye'de medya tüketicilerinin, siyasal ve ekonomik kutuplaşmanın yoğunlaştığı bir dönemde medya kurumlarının geneline ilişkin belirgin bir güvensizlik eğilimi sergilediklerine işaret etmektedir. Raporda oluşturulan güven sıralamasında, en az güven duyulan medya kuruluşları arasında *A Haber*, *ATV* ve *Sabah* gibi iktidara yakın gruplar öne çıkarken, en çok güvenilen medya kuruluşları arasında ise *Cumhuriyet* ve *NOW TV* gibi görece bağımsız ve eleştirel bir yayın çizgisi izleyen platformlar yer almaktadır (Newman vd., 2024: 111).

Bu dağılım, medya tüketicileri nezdinde iktidar yanlısı yayın organlarına yönelik güvensizliğin derinleştiğini, buna karşılık bağımsız haberciliğe duyulan ihtiyacın arttığını ve genel anlamda Türkiye'deki medya güven krizinin siyasal kutuplaşma ile doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. *Metropoll Araştırma*'nın 2019 yılında gerçekleştirdiği Türkiye'nin Nabzı araştırmasına göre, "Medyada ve gazetelerdeki yayınların çoğunun taraflı olduğunu düşünüyorum" ve "Bir kısmının taraflı olduğunu düşünüyorum" diyenlerin oranı %75,5 olarak ölçülmüştür. Bu sonuç, ankete katılan her dört kişiden üçünün medyayı "taraflı" bulduğunu göstermekte ve Türkiye'deki medya sisteminde çok ciddi bir "güven" krizinin varlığına işaret etmektedir. Öyle ki, *ASAL Araştırma*'nın Ağustos 2024'te gerçekleştirdiği bir diğer ankete göre, katılımcıların en fazla güven duyduğu kurumların ordu (%19,7) ve polis (%16,5) olduğu tespit edilirken; en az güvenilen kurumlar sıralamasında ise yargı ve

mahkemeler (%1,7) ile politikacıların (%1,0) hemen ardından medya (%0,9) gelmiştir. Özellikle gençler arasında "hiçbir kuruma güvenmiyorum" yanıtının genel ortalamanın 10 puan üzerinde seyretmesi, kurumsal güven krizinin genç kuşaklar arasında daha belirgin bir şekilde yaşandığını ortaya koymaktadır (Kısa Dalga, 2024).

Öte yandan, izlerkitle tarafından ciddi bir güvensizlikle karşı karşıya olmalarına rağmen, iktidar yanlısı medya holdinglerinin medya alanındaki paylarını genişletmeye devam ettikleri gözlemlenmektedir. 2020'li yıllarda Türkiye'deki medya sahiplik yapısına bakıldığında, 1980'lerden miras kalan neoliberal çapraz tekelleşme ve yoğunlaşma eğilimlerinin daha da belirginleştiği gözlemlenmektedir. Adem Özgür'ün (2015) *Journo*'da yaptığı inceleme, 2025 yılı itibarıyla televizyon, gazete, haber sitesi ve radyo gibi çeşitli medya kuruluşlarının büyük çoğunluğunun enerji, inşaat ve turizm gibi sektörlerde faaliyet gösteren büyük holdinglerin kontrolüne geçtiğini ortaya koymaktadır.[63] Bu çapraz tekel yapısının, özellikle kamu ihaleleri üzerinden şekillenen ticari çıkar ilişkileri nedeniyle editoryal bağımsızlığı, siyasi çoğulculuğu ve kültürel çeşitliliği zayıflattığı ve medya içeriklerinin ticarî ve siyasî beklentilere göre biçimlendiği görülmektedir (Sözeri Özdal, 2023: 29).

2018 yılında *Demirören Holding*'in *Doğan Medya Grubu*'nu satın almasıyla en büyük medya kontrolüne sahip grup hâline gelmesi, bu sürecin önemli dönüm noktalarından biri olmuştur.[64] Benzer şekilde, *Kalyon Holding* bünyesindeki *Turkuvaz Medya Grubu* da iktidar yanlısı medya ağının genişlemesine katkıda bulunarak ikinci büyük medya grubu konumuna yükselmiştir. Ayrıca, 2025 yılında *Ciner Yayın Holding*'in medya varlıklarını *Can Grubu*'na devretmesi, kamu ihalelerinden doğrudan pay alan şirketlerin medya alanındaki etkisini daha da artırmıştır. Öte

[63]*Journo*'nun medya sahipliği araştırmasından elde edilen bulgulara göre, 2025 yılı itibarıyla Türkiye'deki medya sahiplik yapısının güncel durumu ayrıntılı bir şekilde belgelendirilmiştir. Söz konusu medya sahipliği listesine aşağıdaki adresten ulaşılabilmektedir:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/16IxGonh4a7lH3TBfBTQX9IqoRAqQWQ5jnUbiQUnkbB0/edit?gid=0#gid=0

[64]Demirören Holding'in söz konusu medya varlıklarını devralmasının ardından, ilgili gazeteler ve televizyon kanallarının yayın politikalarında belirgin bir değişim meydana gelmiştir. Metin ve Morales (2022: 22), 2018 yılında *Doğan Grubu*'ndan *Demirören Grubu*'na devredilen iki gazete (*Hürriyet* ve *Posta*), bir haber kanalı (*CNN Türk*) ve bir haber ajansı (*DHA*) üzerinden medya tüketimindeki ideolojik değişimi incelemişlerdir. Yapılan analizde, bu yayın gruplarının giderek daha fazla AKP çizgisinde partizan ve hükümet yanlısı bir yayın politikası benimsedikleri; ayrıca, bu medya organlarının izleyici kitlesinin de giderek artan oranda AKP ve Cumhur İttifakı destekçilerinden oluşmaya başladığı istatistiksel olarak ortaya konulmuştur.

yandan, *Doğuş Grubu*, *Albayrak Grubu* ve *TürkMedya* gibi holdinglerin yanı sıra, *Anadolu Ajansı* ve *TRT* gibi doğrudan siyasal iktidarın etkisi altındaki kurumların da dâhil olduğu geniş medya ağı, uluslararası raporlarda Türkiye'deki medyanın yaklaşık %90'ının iktidar etkisi altında olduğu şeklinde değerlendirilmektedir (Özgür, 2025).

Türkiye'de iktidarın politikalarını eleştirebilen medya kuruluşları ise sahiplik yapıları ve ekonomik koşullar açısından oldukça farklı bir tablo sunmaktadır. *Halk TV* gibi geniş kitlelere ulaşabilen örneklerin yanında, *Sözcü*, *SZC TV*, *Tele1*, *Cumhuriyet* gibi kuruluşlar da Burak Akbay gibi yayıncılık kökenli girişimciler tarafından yönetilmektedir. Ancak, *Medyascope*, *T24* ve *Diken* gibi daha küçük ölçekli bağımsız medya girişimleri, basın özgürlüğüne yönelik baskıların yanı sıra reklam gelirlerindeki düşüş ve mali zorluklar nedeniyle ayakta kalma mücadelesi vermektedir (Özgür, 2025). Son dönemde Google gibi dijital platformların algoritma değişiklikleri de bağımsız medya üzerindeki ekonomik baskıyı artırmıştır. *Gazete Duvar*'ın kapanması ve ardından 9 bağımsız kuruluşun ortak açıklaması, dijital ortamda da yeni bir medya tekelleşmesi tehlikesine işaret etmektedir. Bu koşullar altında, Türkiye'de "patronsuz gazetecilik" arayışları dijital abonelikler, bağış kampanyaları ve üyelik modelleri gibi alternatif gelir yöntemleriyle sürdürülmektedir. Ancak, bu modeller Türkiye'de henüz emekleme aşamasındadır ve uzun vadede hem basın özgürlüğünü hem de demokratik katılımı güvence altına alacak çoğulcu bir medya ekosisteminin inşası için daha güçlü adımlar atılması gerekmektedir.

Her ne kadar Türkiye'de merkez medyanın yaklaşık %90'ının iktidar etkisi altında olduğu yönünde değerlendirmeler bulunsa da yeknesak bir iktidar medya alanından söz etmek bir noktada indirgemeci bir yaklaşım sunabilir. Bu anlamda, kısıtlı da olsa muhalefet medyasının kapladığı alanın da göz önünde bulundurulması önemlidir. Nitekim, 2019 yerel seçimlerinde muhalefetin elde ettiği başarı ve bunu takip eden 2024 yerel seçimlerinde CHP'nin birinci parti olarak çıkmasıyla birlikte, muhalefete yakın yeni bir medya kanadı da güç kazanmıştır. Bu yeni yapı, medya alanında hacim bakımından olmasa da görüş çeşitliliği bağlamında daha dengeli bir güç dağılımı sağlamış, ancak, haber ve yorum içeriklerinin iki ana siyasi eksen arasında sert bir partizanlaşmaya evrilmesine yol açmıştır. Buna ek olarak, ana akım medyadan dışlanan gazetecilerin *YouTube* gibi alternatif dijital mecralarda yayın

yapmaya başlaması, muhalif ve bağımsız gazetecilerin farklı demografik gruplara ulaşabilmelerini ve kurumsal baskılardan bağımsız bir şekilde gazetecilik faaliyetlerini sürdürebilmelerini mümkün kılmıştır. Dolayısıyla, kendi medyasını inşa etme yönünde önemli adımlar atan iktidarın karşısında, daha sertleşmiş ve kutuplaşmış bir muhalif medya bloğunun oluştuğu söylenebilir. Ancak bu bloğun, sermaye ve teknik imkânlar bakımından iktidar medyasının gerisinde kalması, ayrıca *Halk TV* ve *Sözcü* gibi yayın organlarının muhalif kutbun tüm söylemini sahiplenme eğiliminde olması ve özeleştiri mekanizmaları açısından çeşitli eksiklikler taşıması, Türkiye'deki muhalif medyayı da gazetecilik adına gerçek anlamda özerk bir alan oluşturma noktasında sınırlı bir konuma itmektedir. [65]

Bütün bu gelişmeler, güncel medya ekosistemini anlamada önemli referanslar sunsa da 2020'li yıllar merkeze alındığında hem Türkiye'nin siyasal tarihi hem de medya alanı açısından en kritik gelişmelerden biri, 19 Mart 2025 tarihinde İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun gözaltına alınması, ardından tutuklanması ve bu sürecin ülke genelinde geniş çaplı toplumsal protestolara yol açmasıdır. İmamoğlu'nun gözaltına alınması, Türkiye'deki hukuk sistemi ile siyasal rekabet dinamikleri açısından çok katmanlı ve tartışmalı bir süreci işaret etmektedir. [66] Kendisine yöneltilen yolsuzluk, rüşvet, ihaleye fesat karıştırma ve terör örgütüyle

[65]Bu noktada, muhalif medya kurumlarının da kendi içlerinde çeşitli çelişkiler yaşadığı söylenebilir. Özellikle *Halk TV* ve *Sözcü* gazetesinin CHP'ye ciddi biçimde eklemlenmesi, bu kurumların yeri geldiğinde CHP'ye yönelik eleştirel bir gazetecilik pratiği geliştirememelerine neden olmaktadır. Öte yandan, reklam gelirleri açısından iktidar kanadının mali kaynakları büyük ölçüde kısıtlaması nedeniyle, bu medya kuruluşlarının belirli bir elit kesime ekonomik olarak bağımlı hâle geldikleri gözlemlenmektedir. Örneğin, *Sözcü*, *Nefes*, *Tele1* ve *Oksijen* gazetelerinin, CHP Genel Başkanı Özgür Özel tarafından açıklanan boykot listesini haberleştirirken bazı markaların ismini vermekten kaçınmaları ve bu markaları gizlemeleri dikkat çekici bir durum olarak öne çıkmıştır (Journo, 2025). Diğer yandan, *Halk TV*'nin *YouTube* kanalında iktidara yakın bir isim olan Rasim Ozan Kütahyalı'yı konuk etmesi hem izleyicilerin hem de kurum içindeki bazı gazetecilerin tepkisine neden olmuş; bu gelişmenin ardından kanalın önemli araştırmacı gazetecilerinden Murat Ağırel, Barış Pehlivan, Timur Soykan, Barış Terkoğlu ve Şule Aydın, *Halk TV* ile yollarını ayırarak *YouTube* üzerinde *Onlar TV* adlı yeni bir yayın platformu kurmuşlardır. Kanal, ilk yayınında 1 milyonun üzerinde izlenerek önemli bir çıkış yakalamıştır.

[66]Gelişmelerin siyasal bağlamı daha da belirgin hâle geldiğinde, Ekrem İmamoğlu'nun Cumhuriyet Halk Partisi'nin 2025 cumhurbaşkanlığı seçiminde aday belirleme sürecinde öne çıkan tek isim olması dikkat çekmektedir. 23 Mart 2025 tarihinde gerçekleştirilen ön seçimde 15,5 milyon oy alarak partisinin resmî cumhurbaşkanı adayı ilan edilmiştir. Avrupa Konseyi, Avrupa Parlamentosu ve İnsan Hakları İzleme Örgütü gibi uluslararası kuruluşlar, İmamoğlu'nun gözaltına alınmasına yönelik kararı halkın demokratik iradesine karşı bir müdahale olarak değerlendirmiş ve süreci sert bir biçimde kınamıştır (Özalp, 2025). Bu gelişmeler, Türkiye'de yargı bağımsızlığı, medya özgürlüğü ve siyasal rekabet koşullarına dair ciddi soru işaretlerini gündeme getirmiştir. İmamoğlu'nun şahsında somutlaşan bu olaylar dizisi, hukuki bir mesele olmanın ötesinde, sistemsel düzeyde yaşanan bir demokrasi krizinin göstergesi olarak da yorumlanmaktadır.

ilişki kurma gibi ciddi suçlamalar, süreci yalnızca bir adli soruşturma boyutunun ötesine taşımış, aynı zamanda bu gelişme siyasal bir tasfiye girişimi olarak da değerlendirilmiştir (Çakır, 2025; Ağırel, 2025; Soykan, 2025). Savcılık makamı, İmamoğlu'nun seçim sürecinde bazı ilişkileri lehine kullandığını iddia ederken; kamuoyuna yansıyan tepkiler, bu operasyonun yargı mekanizması aracılığıyla yürütülen politik bir tasfiye girişimi olduğu yönünde yoğunlaşmıştır (BBC Türkçe, 2025a).

Ekrem İmamoğlu'nun gözaltına alınmasının, CHP'nin cumhurbaşkanı adayını belirlediği süreçle örtüşmesi, söz konusu olayın siyasal arka planını daha da belirginleştirmiştir. Bu gelişmeye paralel olarak, aynı dönemde İmamoğlu'nun diploma geçerliliğine ilişkin hukuki tartışmaların yeniden gündeme taşınması, yargı süreçlerinin siyasal hedefler doğrultusunda araçsallaştırıldığına dair algıyı güçlendirmiştir (Çakır, 2025). İmamoğlu hakkında verilen tutuklama kararı, bireysel bir hukuki sürece değil, muhalefetin siyasal temsil kapasitesine yönelik sistemli bir müdahale olarak değerlendirilmiştir. Sürecin yalnızca bir kişiyle sınırlı kalmadığı, muhalefet cephesinin kurumsal varlığına yönelik daha geniş kapsamlı bir baskı girişimi olduğu yönünde yorumlar yapılmıştır (Soykan, 2025). Nitekim, gizli tanık veya itirafçı ifadelerine dayanarak yürütülen soruşturmada, 1 Mayıs 2025 tarihi itibarıyla herhangi bir "net", "kanıtlanmış" ve somut delilin ortaya konulamamış olması (Ağırel, 2025; Soykan, 2025), söz konusu sürecin hukuki meşruiyetine yönelik şüpheleri derinleştirmiştir.

Ekrem İmamoğlu'nun 19 Mart 2025 tarihinde gözaltına alınması, ekonomik ve toplumsal düzeylerde de önemli kırılmalara neden olmuştur. Başta İstanbul ve Ankara olmak üzere Türkiye'nin pek çok kentinde öğrenciler, siyasi partiler ve yurttaşların katılımıyla kitlesel protestolar düzenlenmiş, bu gösterilere karşı güvenlik güçlerinin yoğun müdahaleleri gerçekleşmiştir (Bianet, 2025). Söz konusu protestoların en dikkat çeken boyutlarından biri, özellikle üniversite öğrencilerinin sürece aktif biçimde katılması olmuştur. Bu katılım, yalnızca sokak gösterileriyle sınırlı kalmamış, ekonomik ve akademik boykot kararlarının alınmasına da yol açmıştır. Ancak valiliklerin aldığı kararlarla birçok ilde dört günlük gösteri yasağı ilan edilmiş ve

öğrencilere yönelik tutuklama süreçlerinin yasal çerçevesi oluşturulmuştur (Medyascope, 2025a).

Nitekim, 19 Mart'ta başlayan protestolar kapsamında 2911 sayılı Toplantı ve Gösteri Yürüyüşleri Kanunu'na muhalefet suçlamasıyla, çoğunluğu öğrenci ve gençlerden oluşan 278 kişi tutuklanmış ve 819 kişi hakkında kamu davası açılmıştır (BBC Türkçe, 2025c). Polis tarafından tutuklu gençlere yönelik uygulandığı öne sürülen şiddet ve kötü muamele iddiaları, gençlerin verdikleri ifadeler doğrultusunda resmî tutanaklara yansımıştır (Medyascope, 2025b). Adalet Bakanı Yılmaz Tunç ise, söz konusu işkence iddialarına ilişkin olarak "bu fiiller gerçekleşmişse ve somut olarak böyle bir örnek varsa, bu konunun üzerine kararlılıkla gidilir" açıklamasında bulunmuş, bununla birlikte, Tunç olayların bu aşamaya gelmesinden CHP Genel Başkanı Özgür Özel'i sorumlu tutmuştur (T24, 2025a).

Bu süreçte İstanbul'daki protestoları izleyen yedi gazetecinin, aralarında *AFP*, *NOW Haber* ve çeşitli belediyelere bağlı muhabirlerin de bulunduğu bir grup medya mensubunun gözaltına alınması ve sonrasında haklarında dava açılması, gazetecilerin kamusal bilgi üretimi sürecinde ne denli kırılgan bir zeminde faaliyet gösterdiğini göstermektedir. Kitlesel protestoları haberleştirdikleri gerekçesiyle, *NOW TV* muhabiri Ali Onur Tosun, gazeteci Zeynep Kuray, foto muhabirleri Bülent Kılıç, Kurtuluş Arı, Yasin Akgül, Hayri Tunç ve Emre Orman, *Sendika.org* muhabiri Zişan Gür, *BirGün* gazetesi yazarı Barış İnce, gazeteciler Hayri Tunç ve Emre Orman sabahın erken saatlerinde gerçekleştirilen polis baskınlarında gözaltına alınmıştır. Ayrıca olaylar sırasında uluslararası basına yönelik de müdahalelerde bulunulmuş, *BBC* muhabiri Mark Lowen sınır dışı edilirken, İsveçli gazeteci Joakim Medin'in ise tutuklandığı bildirilmiştir (BBC Türkçe, 2025d).

Savcılık makamı, gazetecilerin beyanlarına karşın olay yerinde mesleki faaliyet yürüttüklerine dair "herhangi bir tespit" bulunmadığını öne sürerek gazetecilerin haklarında yargı süreci başlatmıştır. Bu durum gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde gazetecilik örgütleri ile insan hakları savunucularının yoğun tepkisine neden olmuştur. *Türkiye Gazeteciler Sendikası* ve *DİSK Basın-İş* gibi meslek örgütleri, söz konusu uygulamaları hem Anayasa'ya hem de basın özgürlüğüne açık bir şekilde

aykırı olarak tanımlamışlardır. *Avrupa Komisyonu* ve *Sınır Tanımayan Gazeteciler (RSF)* gibi uluslararası aktörler de Türkiye'de gazetecilere yönelik bu sistematik baskı biçimlerini sert bir dille kınamıştır (BBC Türkçe, 2025d).

Diğer yandan, -*Halk TV* ve *SZC TV* gibi muhalefet partilerine yakın medya organları, az sayıdaki bağımsız alternatif medya kuruluşu ve az sayıdaki serbest gazeteciler dışında- söz konusu protesto eylemlerinin ana akım medyada sunuluş biçimi geniş çaplı tepkilere yol açmıştır. Nitekim, merkez medya söz konusu olayları ya göstermeyi tercih etmemiş ya da eksik sunmuştur. Bu süreçte medya alanı açısından en dikkat çekici noktalardan biri, merkez medya kuruluşlarının Türkiye'deki muhalif toplumsal ve siyasal aktörlerin karşısında konum almış olmasıdır. Bu bakımdan, Ekrem İmamoğlu'nun gözaltına alınmasının ardından ortaya çıkan toplumsal tepki yalnızca kitlesel sokak gösterileriyle sınırlı kalmamış, medya düzenine yönelik eleştirilerin de yoğunlaşmasına neden olmuştur. Özellikle Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Özgür Özel'in, Saraçhane Meydanı'nda gerçekleşen mitingleri yayınlamayan ana akım medya kuruluşlarını doğrudan hedef alan açıklamaları, sürecin en çarpıcı boyutlarından birini oluşturmuştur. Özel, Türkiye genelinde gerçekleşen protesto eylemleri ile CHP'nin yürüttüğü cumhurbaşkanlığı önseçimi sürecine ilişkin gelişmelerin merkez medya organları tarafından sistematik biçimde görmezden gelinmesini eleştirmiş, bu tutumun, muhalefetin kamusal alanda görünmez kılınmasına yönelik bilinçli bir strateji olduğunu belirtmiştir (BBC Türkçe, 2025b).

Öyle ki, Özgür Özel hem grup toplantıları sonrasında hem de Saraçhane Meydanı'nda toplanan kalabalıklar önünde yaptığı konuşmalarda, muhalefete yönelik yayın yapmayan medya gruplarına karşı boykot çağrısında bulunmuştur. Bu çağrı yalnızca medya kuruluşlarını değil, aynı zamanda bu kuruluşlara bağlı diğer iştirakleri de kapsamaktadır. Özel, özellikle *Demirören Holding* ve *Doğuş Holding*'e ait firmalara yönelik olarak, bu şirketlerden ürün ve hizmet satın alınmaması yönünde doğrudan açıklamalarda bulunmuştur. Bu söylem, medya-siyaset ilişkilerinin ekonomik boyutunu ve medyanın iktidarla kurduğu yapısal bağları sorgulayan önemli bir toplumsal tepki biçimi olarak değerlendirilebilir. Bu kapsamda Özel'in şu ifadeleri, 2025 yılı itibarıyla Türkiye'de ana akım/merkez medya ile siyasal muhalefet arasındaki ilişkinin çatışmalı doğasını anlamlandırmak açısından dikkat çekicidir:

> "Parayı bizden kazanıp, reytingi bizden yapıp, saraya hizmet edenleri tek tek ilan edeceğim, hep beraber tüketimden gelen gücümüzü kullanacağız (…) Sizi izleyen, bize oy verenlerin yüzde 70'i. Diğer firmalarınızın ürünlerini tüketirsem, reklamlarınızı izletirsem namerdim. Hadi bakalım görmeyin, hadi bakalım 'penguene' devam edin, Gezi'nin ilk iki-üç gününde olduğu gibi. (…) Restoranını açacaksın, yemeğini bize satacaksın, marketinden bize alışveriş yaptıracaksın, yurt dışından getirdiğin arabayı benim seçmenime satacaksın, sonra bu iğrençlikler olunca da karşı tarafa geçeceksin. Bana diyor, çok telefon geliyormuş 'yukarı'dan. Aşağıdan telefon getireceğim size, aşağıdan, milyonlardan, on milyonlardan. Herkes tarafını bilecek. Ya tarafsız olun ya da bundan sonra karşı tarafınızdayız. Haber kanalıyım diye ortaya çıkan, 'yukarıdan telefon geliyor' diye rezillik yapanlara söylüyorum" (Özel'den aktaran BBC Türkçe, 2025b).

Özgür Özel'in ana akım/merkez medyaya yönelik "ya bizi göreceksin ya dibi göreceksin" ve "bizi görmeyeni gömeceğiz" gibi sert söylemleri, merkez medyanın siyasal iktidar alanının bir parçası olarak konumlandığına dair güçlü bir eleştiriyi de ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, merkez medyanın iktidarın söylemlerini dolaşıma sokan bir araç hâline geldiği ve toplumsal muhalefeti sistematik biçimde görünmez kıldığı yönündeki eleştiriler, Özel tarafından doğrudan tüketim pratikleri üzerinden örgütlenen bir medya boykotuyla karşılık bulmuştur. Söz konusu çağrı, yurttaşların tüketici gücünü medya-siyaset-sermaye arasındaki asimetrik ilişkiler ağını sorgulamak ve bu yapıyı dönüştürmeye dönük bir toplumsal baskı aracı olarak kullanmalarını amaçlamaktadır.

Nitekim 24 Mart'ta kamuoyuna duyurulan boykot çağrısı, kısa süre içerisinde geniş bir toplumsal yankı uyandırmıştır. İnternet arama trendlerinde "Ekrem İmamoğlu boykot listesi" gibi ifadelerin öne çıkması, kamuoyunun bu çağrıya karşı ciddi bir ilgi gösterdiğini ve bu çağrının gündelik siyasal söyleme hızla yerleştiğini ortaya koymuştur. Bu gelişme, merkez medyanın ideolojik konumlanışının ötesinde, yurttaşların medya tüketimiyle kurdukları ilişkiye dair dönüşen eğilimlere işaret etmektedir. Medyaya yönelik eleştirel farkındalığın artması, yurttaşların medya aktörlerini bilgi sağlayıcıları olmanın ötesinde, siyasal alanda sorumluluğu olan kurumlar olarak görmeye başladığını göstermektedir. Bu süreç, muhalefetin merkez medya ile kurduğu ilişkileri yeniden değerlendirmeye yönelttiği gibi, 2025 yılı Türkiye'sinde medya temsiliyetinin demokratik kamusal alandaki sınırlarını da

tartışmaya açmış ve medyanın meşruiyet kaynaklarını sorgulayan daha geniş bir kamuoyu refleksinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Halk TV ve *SZC TV* gibi muhalif medya kanalları[67] dışında mitinglerine yer verilmeyen Özel, yaşanan süreci uluslararası kamuoyuna aktarmak amacıyla çeşitli yabancı medya kuruluşlarıyla söyleşiler gerçekleştirmiş ve bu platformlarda da medya boykotu çağrısını yinelemiştir. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, bu çağrılara tepki olarak, "Ana muhalefetin başındaki zat tüm medya gruplarını Batı'ya şikâyet ediyor. Ya sen nasıl bir insansın? Rabbim, bunların eline bizi düşürmesin." ifadelerini kullanmıştır. AKP Sözcüsü Ömer Çelik ise yaptığı açıklamada, "Rakiplerimizin sağduyulu olmasını ve gerçek siyasetle karşımıza çıkmasını isteriz. Karşımıza zorbalık ve saldırganlık dolu sahte siyasetle çıkanlara ise gerekli cevabı ve hak ettiklerini layıkıyla veririz." diyerek sürece ilişkin eleştirilerini dile getirmiştir (BBC Türkçe, 2025b). Öte yandan, CHP tarafından ilan edilen boykot listesinde yer alan bazı kafe ve kitapçılara, çeşitli bakan ve eski bakanlar tarafından "boykota tepki göstermek amacıyla" ziyaretler gerçekleştirilmesi, Türkiye'deki siyasal kutuplaşmanın ulaştığı düzeyi gözler önüne serdiği gibi, iktidarın kendisine yöneltilen her eleştiriye karşı gösterdiği -kimi zaman ironik- refleksif savunma stratejilerinin bir örneği olarak da değerlendirilebilir.

Kitlesel boykot sürecine ilişkin olarak iktidar yanlısı medya organlarının tutumu, Türkiye'deki toplumsal ve siyasal kutuplaşmanın ne denli keskinleştiğini ortaya koymaktadır. Örneğin, iktidar yanlısı *Yeni Şafak* gazetesi, kitlesel boykotu "ülkeyi batırma planı" olarak nitelendirmiş ve boykota destek veren sanatçıları fişleyerek, dolaylı biçimde "boykotu destekleyenlere karşı boykot" çağrısında bulunmuştur (Yeni

[67]RTÜK, söz konusu süreçte az sayıdaki muhalif medya kuruluşlarına yönelik cezalandırıcı uygulamalarını sürdürmüştür. RTÜK izleme uzmanlarının hazırladığı raporlar doğrultusunda, *SZC TV*, *Tele1*, *NOW TV*, *Halk TV* ve *Akıllı TV* gibi yayın kuruluşlarına çeşitli gerekçelerle idari yaptırımlar uygulanmış; bu gerekçeler arasında kamu görevlilerine hakaret, halkı isyana teşvik, yerli markaların hedef gösterilmesi ve adli mercilere güveni sarsma gibi iddialar yer almıştır. Kurum, bu tür yayınların toplumsal kutuplaşmayı artırdığı ve medya etiği açısından sakıncalı olduğu görüşünü raporlarına yansıtmıştır. Ayrıca, YouTube üzerinden yayın yapan gazetecilere lisans alma zorunluluğu getirilmesi ve lisans alınmadığı takdirde erişim engeli uygulanacağı uyarısı, dijital medya üzerinde de sıkı bir düzenleme sürecinin başlatıldığını göstermektedir. RTÜK'ün bu kararları, 6112 sayılı Kanun'un nefret söylemi, kişi hakları ve kamu düzeniyle ilgili maddelerine dayandırılmıştır (Anadolu Ajansı, 2025). Söz konusu yaptırımlar, medya alanında yalnızca içerik düzenlemesi değil, aynı zamanda siyasal iktidarın eleştiriden kaçınma stratejisinin bir parçası olarak değerlendirilebilir. Nitekim, RTÜK'ün aldığı bu kararlar, Türkiye'deki medya özgürlüğü sorunlarının kurumsal düzeyde derinleştiğini ve düzenleyici otoritelerin, eleştirel sesleri bastırmaya yönelik bir işlev üstlendiğini argümanlarını doğrular niteliktedir.

Şafak, 2025). Bu süreç, iktidar yanlısı medya kuruluşlarının -gazetecilik etiği şöyle dursun- siyasal iktidarın söylem ve stratejilerine ne denli eklemlenebildiğini göstermektedir. Öte yandan, Rasim Ozan Kütahyalı'nın CHP'ye kayyum atanacağı yönündeki iddialarla kamuoyuna yanıltıcı bilgi yayması ve Cem Küçük'ün İmamoğlu protestolarına katılan üniversite öğrencilerine yönelik "Sokağa çıkarsanız not edilirsiniz!" şeklindeki tehdidi (T24, 2025b), iktidar yanlısı medya yapısının sivil toplumu sindirmeyi amaçlayan siyasi bir yaptırım aracına dönüşebildiğini göstermesi açısından dikkat çekicidir.[68]

Bu çerçevede, Ekrem İmamoğlu'nun tutuklanması ve sonrasında gelişen olaylar yalnızca medya-siyaset ilişkileri ekseninde değil, aynı zamanda Türkiye'de derinleşen bir demokrasi krizinin göstergesi olarak değerlendirilebilir (Soykan, 2025). Nitekim bu süreç, bireysel bir siyasetçinin yargılanmasının ötesine geçerek, siyasal iktidar ilişkilerinin yargı mekanizmaları aracılığıyla yeniden yapılandırılmaya çalışıldığı, Türkiye demokrasi tarihi için de önemli bir momenti temsil etmektedir. Medya alanının ötesinde, siyaset ve yargı ilişkisinden kaynaklı bu türden krizler, yalnızca dönemsel çatışmalara işaret etmekle kalmamakta, demokratik rejimin sürdürülebilirliği, kurumsal denge mekanizmaları ve siyasal meşruiyetin geleceğine ilişkin yapısal bir sorgulamayı da beraberinde getirmektedir.[69] Bu bağlamda İmamoğlu'na yönelik başlatılan yargı süreci, teknik bir hukuki soruşturma olmanın ötesinde, demokratik değerlerin, kurumsal özerkliğin ve siyasal temsilin yeniden tanımlandığı kritik bir eşiği ifade etmektedir. Sürecin nasıl sonuçlanacağı, bu metnin kaleme alındığı dönemdeki mevcut siyasal konjonktürün belirsizlikleri nedeniyle öngörülebilir olmamakla birlikte, önümüzdeki dönemlerde yaşanacak gelişmeler, Türkiye'deki demokratik işleyişin seyrine ilişkin önemli ipuçları sunacaktır.

[68]İktidar yanlısı medyanın "gazetecilik standartları" alandaki önemli bir yapısal sorun hâline geldiği görülmektedir. *Journo*'dan Özlem Tekin'in (2024) yaptığı incelemeye göre, Ocak 2022 ile Haziran 2024 arasındaki dönemde Basın Konseyi'ne yapılan 110 başvuru kapsamında en fazla ceza alan medya kuruluşları arasında *Yeni Akit* gazetesi, 9 kınama ve 4 uyarı kararıyla etik ihlaller bakımından listenin başında yer almıştır. *Yeni Akit*'i sırasıyla *Sabah*, *Yeni Şafak* ve *Takvim* gazeteleri takip etmiş, diğer haber kuruluşlarının ise 5'in üzerinde ceza almadığı görülmüştür. Şikâyetlerin büyük çoğunluğu, haberlerde hakaret, iftira, hedef gösterme, özel hayatın gizliliğini ihlal ve masumiyet karinesinin gözetilmemesi gibi ciddi gazetecilik ihlallerine işaret etmektedir. Basın Konseyi'ne iletilen şikâyetlerde özellikle yanıltıcı haber üretimi, doğrulama eksikliği ve karşı görüşe yer verilmemesi gibi temel meslek ilkelerinin ihlali sıkça dile getirilmiş; ayrıca, tarafsızlıktan uzak, öznel bir dil kullanımı ve cevap hakkının tanınmaması gibi sorunlar da önemli eleştiri başlıkları arasında yer almıştır (Tekin, 2024).

[69]Bu sürecin yansımaları, uluslararası siyaset alanında da açık biçimde gözlemlenmektedir. Nitekim Avrupa Parlamentosu'nun 7 Mayıs 2025'te yayımladığı rapora göre, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne katılım süreci, "ülkede yaşanan demokratik gerilemeler" nedeniyle fiilen askıya alınmıştır (Hess, 2025).

Sonuç olarak, Türkiye'de gazetecilik alanının tarihsel gelişim duraklarından hareketle yapısal özelliklerine odaklanan bu bölüm bağlamında genel bir değerlendirme yapılmak istendiğinde, şu yargıya ulaşmak mümkündür: Türkiye'de medyanın siyasal iktidarla kurduğu bağımlılık ilişkisini yalnızca son otuz yılda yaşanan dönüşümlerle sınırlamak, tarihsel sürekliliği göz ardı etmek olur. Zira Osmanlı İmparatorluğu'ndan günümüze dek uzanan süreçte, modernleşme ya da liberalleşme yönündeki çabalar her ne kadar özgürlük, çoğulculuk ve demokratikleşme idealleriyle çerçevelenmiş olsa da bu ideallerin pratiğe yansımadığı pek çok örnek mevcuttur. Özellikle merkeziyetçi yönetim anlayışının baskın olduğu Türkiye'de, medya tarih boyunca devletin ideolojik bir uzantısı olarak konumlandırılmış, böylece gazetecilik kurumu, özgür ve eleştirel bir kamu denetimi işlevi görmekten çok, devletin resmi söylemini yeniden üretme işlevine indirgenmiştir (Cangöz, 2015: 134).

Bu tarihsel çizgide dikkat çeken temel özelliklerden biri, siyaset kültürünün ifade özgürlüğünü geliştirme yönünde değil, onu bastırma ve yönlendirme doğrultusunda şekillenmiş olmasıdır. Medya sahipliği yapıları, basın yasaları ve gazetecilik pratikleri çoğu zaman siyasal iktidarın denetimine açık biçimde tasarlanmış, farklılıkları dışlayan, tek tip bir söylem üretimine dayalı yayıncılık anlayışı desteklenmiştir. Bu durum, yalnızca belirli iktidar dönemlerine özgü bir olgu değildir; daha yapısal ve tarihsel bir sürekliliğin ürünüdür. Öyle ki, basın kurumları çoğu zaman ya doğrudan devlet aygıtının kontrolü altına alınmış ya da iktidarın çıkarlarıyla uyumlu hareket etmeye zorlanmıştır. Bu nedenle, Türkiye'deki medya pratiği, "özgür basın" idealinin çok ötesinde, tarihsel olarak güdümlü bir yapının sürekliliğini barındırmaktadır. Bu noktada Ümit Alan'ın (2015: 20) şu yorumu yerindedir:

> "İşte Türkiye'de gazeteciliğin doğuşu bu kadar trajik. Matbaanın 250 yıl geç gelmesi; ama nihayetinde gelmesi misali, bağımsız gazetecilik de sonradan gelmiştir, diye düşünecek olursanız, hobi olarak yine düşünün. Ancak fazla hayale kapılmayın diyebiliriz. İlk gazetesi devlet eliyle kurulan, ilk özel gazetesi de devlet desteğiyle yürüyen, ilk bağımsız gazetesi de aynı zamanda devlet memurluğu yapan bir idealist tarafından çıkarılan bir ülkeyiz. 'Sahi bir gazetecilik vardı, ne oldu ona?' diye sorarken işte bu kadar geriye gitmek gerek. Böyle başlamış bir gazeteciliğin bir geleneği ve geleceği olabilir mi sizce?" (Alan, 2015: 20).

Medya-iktidar ilişkisini değerlendirirken yalnızca güncel siyasi baskılara ya da son dönem medya sahipliği dönüşümlerine odaklanmak yetersiz kalacaktır. Asıl mesele, Türkiye'de medyanın tarihsel olarak kamusal bir alan yaratma kapasitesinin sınırlı tutulmuş olmasıdır. Dolayısıyla, eleştirel medya kuramlarının sunduğu analiz çerçevesinden hareketle, Türkiye'deki medya düzeninin hem yapısal hem de kültürel düzeyde iktidarla kurduğu bağımlılık ilişkisini deşifre etmek gereklidir. Bu çerçevede, medyanın geçirdiği dönüşümü anlamlandırmak yalnızca AKP dönemine odaklanarak açıklanamaz, -bu çalışmanın daha önceki bölümlerinde de vurgulandığı üzere- bu dönüşüm, Osmanlı'dan Cumhuriyet'e ve oradan günümüze uzanan tarihsel bir süreklilik içerisinde değerlendirilmelidir.

Nitekim, günümüzdeki medya atmosferi, Türkiye'de gazetecilik alanının tarihsel sürekliliği içerisinde şekillenen yapısal sorunların güncel izdüşümlerini açık biçimde ortaya koymaktadır. Türkiye'de güncel medya sahipliği yapısı, yalnızca ekonomik kâr maksimizasyonu hedefiyle açıklanamayacak, bunun ötesinde siyasal nüfuz (simgesel sermaye) ve devletle kurulan stratejik ilişkiler (sosyal sermaye) aracılığıyla işleyen bir iktidar enstrümanına dönüşmüştür. Türkiye örneğinde bazı medya şirketlerinin "zararına faaliyet" yürütmesi (Tunç, 2018: 152), Bourdieucü anlamda ekonomik sermayenin, medya alanı içerisinde sembolik değer kazanmak amacıyla yeniden yatırıma dönüştürüldüğünü göstermektedir. Bu durum, medya alanının klasik piyasa mantığına göre değil, daha çok siyasal alanın kurallarına tâbi olan, melez bir yapıda işlediğini ortaya koymaktadır. Merkez medya kuruluşlarının kamu ihaleleri, imar ayrıcalıkları ve devlet destekli reklam gelirlerinden doğrudan faydalanmaları, sosyal sermayenin ekonomik ve sembolik getirilere dönüştüğü bir sermaye dönüşüm sürecine işaret etmektedir. Bu süreçte medya sahiplerinin siyasal sadakat ilişkileri, sembolik şiddet mekanizmaları yoluyla meşrulaştırılmakta, devletle kurulan bu ittifaklar ise -Türkiye siyasal tarihindeki geçmiş medya-iktidar ilişkilerine paralel olarak- iktidar ideolojisinin yeniden üretimine hizmet eden hegemonik bir aygıt olarak işlev görmektedir.

Yeşil'in (2016) Türkiye'deki medya sistemini tartışırken öne sürdüğü "otoriter neoliberalizm" tanımlaması ile Tunç'un (2018) "rekabetçi otoriter rejim" vurgusu,

medyanın özerk bir alan olmaktan çok, siyasal ve ekonomik alanların kesişiminde konumlanan bir müzakere zeminine dönüştüğünü göstermektedir. Bu durum, Bourdieucü anlamda, kuralları görece özerk biçimde işlemesi beklenen bir "gazetecilik alanı"ndan ziyade, Türkiye bağlamında iktidarın yapısal ve pratik boyutlarını taşıyan ve Althusserci (2013) perspektifle değerlendirilebilecek bir "gazetecilik aygıtı"nın varlığına işaret etmektedir. Bu çerçevede, söz konusu aygıtın yeniden üretim mekanizmalarını doğrudan yönlendiren merkezî aktörler (ana akım gazeteler, medya grupları, editoryal kadrolar) yerine, alanın görece periferi konumunda yer alan, ancak, gazeteciliğin etik ethosunu kısmen de olsa taşıyan alternatif medya platformları, yurttaş gazetecileri ve yeni nesil bağımsız yayıncılar gibi aktörler, alanda özgül bir araştırma gündemi hâline gelmektedir. Nitekim, güncel konjonktürde Türkiye'de eğer bir "gazetecilik alanı"ndan söz edilecekse, bu alana yeni giren aktörlerin mevcut yapıya karşı geliştirdikleri stratejiler[70], alanın gerçek özerklik potansiyeline ilişkin önemli ipuçları sunabilir (Eldridge, 2018: 47). Çalışmanın bir sonraki bölümünde, söz konusu periferi aktörlerin Türkiye gazetecilik alanındaki işlevleri, etkileri ve potansiyel özerklik pratiklerine yönelik yapılan saha araştırmasının bulguları sunulacaktır.

[70]Buradaki "strateji" mefhumu tarihsel bir bağlam taşımaz; daha çok pratik düzeyde anlaşılması gereken bir kavramdır. Pierre Bourdieu, alan içerisindeki mücadeleleri açıklamak amacıyla "muhafaza" ve "yıkım" stratejilerinden söz eder. Alanın ortodoks pozisyonlarında yer alan ve alanın özgül sermayesini tekeline almış faillerin (örneğin merkez medya kuruluşlarının) benimsediği muhafaza stratejileri, mevcut düzenin devamını sağlayarak mevcut konumlarını koruma yönünde eğilim göstermektedir. Öte yandan, yıkım stratejileri ise çoğunlukla alana yeni dahil olmuş ve hâkim düzen karşısında "aday" konumunda bulunan failler (alternatif medya kuruluşları, bağımsız gazeteciler, periferi aktörler) tarafından benimsenmektedir. Bu aktörler, kendi konumlarını güçlendirmek ve alanda avantaj elde etmek amacıyla oyunun kurallarını değiştirmeye yönelik stratejiler geliştirmektedirler (Jourdain ve Naulin, 2016: 126-127; Lindell, 2025: 28).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4.TÜRKİYE MEDYA ALANINDA PERİFERİ AKTÖRLERİN ANALİZİ

Bu bölümde, önceki bölümlerde tartışılan teorik yaklaşımların Türkiye bağlamında ampirik olarak ele alınması amaçlanmaktadır. Türkiye'deki periferi aktörlerin kimlikleri, faaliyetleri ve gazetecilik alanındaki konumları incelenmiş, bunların fail olarak nasıl konumlandıkları analiz edilmiştir. Pierre Bourdieu'nün alan teorisi, araştırmanın tasarımında ve metodolojik tercihlerinde belirleyici olmuştur. Araştırma iki farklı nitel veri toplama ve analiz tekniğini sıralı bir şekilde birleştiren *çoklu yöntemli* (*multi-method*) bir *nitel araştırma deseni* üzerine kurulmuştur.

Amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenen doğruluk kontrolü platformları, sosyal medya yayıncıları, serbest gazeteciler ve bağımsız dijital girişimcilerden oluşan toplam 10 yayıncı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Örneklem seçiminde, Schapals'ın (2022: 19-20) periferi yayıncıları incelediği çalışmasında geliştirdiği taksonomiden yararlanılmıştır. Görüşme verileri, Braun ve Clarke'ın (2006: 87) önerdiği *refleksif tematik analiz* yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasında, görüşme yapılan her bir yayıncının ürettiği 10 içerik olmak üzere toplam 100 içerik üzerinden *nitel içerik analizi* gerçekleştirilmiştir. Bu sayede tematik bulgular, içeriksel çeşitlilik ve eğilimlerle desteklenmiştir. Bu *sıralı çoklu yöntem* yaklaşımı, periferi aktörlerin habitusları, sermaye stratejileri, alan içi mücadele pratikleri ve medya-demokrasi ilişkisine katkılarını çok katmanlı, bağlamsal ve analitik derinlikte değerlendirme olanağı sunmuştur.

Araştırma, medya alanının yapısal özelliklerine ve bu alanda üretim gerçekleştiren aktörlerin konumlanış biçimlerine odaklandığı için, bu yayınları takip eden izleyici kitlenin söz konusu platformlarla kurduğu ilişkinin niteliği ile alımlama pratikleri çalışmanın temel sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Ayrıca araştırma, aktif olarak çalışan 10 yayıncı ve bu yayıncılara ait toplam 100 içerik üzerinden yürütüldüğünden, örneklemin sınırlılığı da bir diğer metodolojik kısıt olarak değerlendirilmiştir. Araştırma tasarımına, kapsamına, veri toplama sürecine ve analiz

aşamalarına ilişkin açıklamalar, aşağıdaki ilgili bölümlerde ayrıntılı biçimde sunulmuştur.

Çalışma boyunca aşağıdaki temel araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

AS1: Türkiye'de periferi aktörlerin karakteristik özellikleri nelerdir?

1a: Bu aktörlerin gazetecilik alanına giriş koşulları nelerdir?

1b: Bu aktörlerin sahip oldukları sermaye türleri nelerdir ve bu sermayeyi alan içinde hangi stratejilerle kullanmaktadırlar?

AS2: Periferi aktörler, kendi deneyimleri ve ortaya koydukları pratikler (metinler) doğrultusunda, Türkiye'de gazetecilik alanında hangi eksiklikleri veya boşlukları doldurmayı amaçlamaktadırlar?

AS3: Türkiye'deki gazetecilik alanının periferisi ne ölçüde özerk bir alan niteliği taşımaktadır?

3a: Bu alanda gerçekleşen mücadelelerin dinamikleri hangi unsurlardan oluşmaktadır?

3b: Bu mücadeleler, gazetecilik alanında bağımsız bir alt-alan oluşmasına elverişli koşulları ne düzeyde sağlamaktadır?

AS4: Medya-demokrasi ilişkisi çerçevesinde değerlendirildiğinde, periferi aktörlerin Türkiye'deki medya ekosistemine olası katkıları ve/veya potansiyel zararları nelerdir?

4.1. ARAŞTIRMANIN TASARIMI

"Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar" (2014) başlıklı kitapta Loic Wacquant'ın "Bir alanın incelenmesi nasıl yürütülmelidir ve bu tür çözümlemede gerekli olan evreler hangileridir?" şeklinde sorusuna, Bourdieu şu şekilde cevap vermiştir:

> "Alan terimiyle yapılan bir çözümleme zorunlu ve birbirine bağlı üç uğrak içerir. İlk olarak alanın konumu iktidar alanına göre çözümlenmelidir. (…) İkinci olarak, bu alanda rekabet halinde olan eyleyicilerin ya da kurumların işgal ettikleri konumlar arasındaki bağıntıların nesnel yapısı kurulmalıdır. Üçüncü olarak, eyleyicilerin habitusu, yani belirli bir toplumsal ve iktisadi koşul türünün içselleştirilmesi yoluyla edindikleri ve söz konusu

> alanın içinde tanımlanmış bir yörüngede az ya da çok gerçekleşme fırsatı bulan farklı yatkınlıklar sistemleri çözümlenmelidir" (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 90).

Bu çalışmada, alan teorisine ve gazetecilikteki sınır çalışmalarına referansla, yarı-yapılandırılmış görüşmelerden oluşan bir saha çalışması ve niteliksel içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Buna ek olarak, çalışmada araştırma nesnelerine ilişkin literatür taraması, haber, rapor, söyleşiler ve saha notlarına da yer verilerek çözümleme güçlendirilmiştir.

Bir araştırmanın araç seti olarak teorik çerçevesi ve bu teoriyi işler kılacağı araştırmanın yöntemi ayrılmaz bir bütündür. Pierre Bourdieu'nün alan teorisi, bir alan üzerindeki dış baskıları, iç hiyerarşileri ve gerilimleri, ayrıca uygulama ve eğilimleri dikkate alan çok düzeyli bir analize kapı aralamaktadır (Bourdieu ve Wacquant 2014: 90-95). Bu kapsamda, Bourdieu'nün alan teorisi ve kavram setleri rehberliğinde; (1) makro, (2) mezo ve (3) mikro düzeylerde bir araştırma tasarlanmıştır. Lindblom vd. (2022) Bourdieucü anlamda dijital gazetecilik alanını incelerken söz konusu üç analitik düzeyde çalışmalarını tasarlamış; Hanusch ve Löhmann (2022) da gazetecilik alanındaki yeni aktörlerin incelenmesine yönelik üç analitik düzeyde bir araştırma tasarımı önermişlerdir. Makro düzey alandaki gerçekliğe yönelik baskın yönelimi ortaya çıkarmak amacıyla alandaki genel yapıya ve alanın dış kuvvetlerle ilişkisine odaklanmakta, mezo düzey sermaye biçimlerine atıfla alandaki iç hiyerarşileri saptamaya çalışmakta ve mikro düzey ise alandaki faili merkeze alarak günlük pratiklere, normlara ve rol algılarına odaklanmaktadır (Lindblom vd., 2022: 6). Söz konusu üç düzey, periferideki aktörlerin geleneksel gazetecilerle ve kendi aralarında karşılaştırmalı olarak incelenmesine ve sınıflandırılmasına olanak sağlamaktadır (Hanusch ve Löhmann, 2022: 1298).

Bu çalışmada da her bir düzeyde - Hanusch ve Löhmann'ın (2022) sunduğu izlekler takip edilerek- farklı analitik teknikler ve veri toplama yöntemleri kullanılmıştır. Hanusch ve Löhmann'ın (2022) önerdiği makro, mezo ve mikro analiz düzeylerinin açıklamalarına ve bu düzeylere ait alt kategorilere ilişkin ayrıntılara Tablo 3'te yer verilmiştir. Söz konusu üç düzeye ilişkin analitik karşılıkların üretilebilmesi amacıyla, alandaki faillere yöneltilmek üzere yarı-yapılandırılmış görüşme soruları hazırlanmıştır. Bu çalışmada kullanılan görüşme sorularına, "ekler"

bölümünde ayrıntılı biçimde yer verilmiştir. Ayrıca, bu çalışmada veri toplama sürecinde kullanılan ikinci yöntem olan içerik analizine ilişkin kodlama kılavuzu, aşağıda ilgili bölümde sunulmuştur. İçerik analizi kapsamında oluşturulan kategoriler ise görüşmelerden elde edilen temalardan ve periferi aktörlere ilişkin mevcut alan yazın temel alınarak yapılandırılmıştır.

Tablo 3: Çalışmanın Analiz Düzeyleri

Gazetecilikte periferiliğin boyutları (Hanusch ve Löhmann, 2022: 1299)			
Düzey	***Kategoriler***	***Cevap aranacak sorular***	***Tartışma birimleri***
1-Makro Düzey	Dönüştürücülük	Periferideki aktörlerin gazeteciliği aktif olarak dönüştürmeyi ne ölçüde hedefledikleri	-Yapı, -Alan Özerkliği -Alan Heteronomisi -Ekonomi Politik
	Özerklik	Periferideki aktörlerin siyasi veya ekonomik güçlerden ne ölçüde bağımsız olduğu	
	İzleyici odaklılık	Periferideki aktörlerin izleyicilerine ne ölçüde odaklandığı ve onlarla ne ölçüde ilişki kurduğu	
	Organizasyon	Periferideki aktörlerin içerik üretimi için örgütsel bağlamda ne ölçüde çalıştıkları	
2-Mezo Düzey	Profesyonellik	Periferideki aktörlerin geleneksel gazetecilik becerilerini ve rutinlerini ne ölçüde kullandıkları	-Üretim pratikleri -İçerik unsurları -Sermaye tipi
	Yeterlilikler	Periferideki aktörlerin geleneksel gazetecilik becerilerinin ötesinde becerilere ne ölçüde sahip oldukları	
	Biçimler	Periferideki aktörlerin içerik için yenilikçi formatları veya dağıtım kanallarını ne ölçüde kullandıkları	
3-Mikro Düzey	Değerler	Periferideki aktörlerin gazeteciliğin geleneksel değerlerini ne ölçüde benimsediği	-Habitus -Kimlik -Rol Algısı
	Deneyim	Periferideki aktörlerin gazeteciliğe özgü eğitim ve deneyime ne ölçüde sahip olduğu	
	Aidiyet	Periferideki aktörlerin gazetecilik alanına üyelik iddialarının kapsamı	

Medya ve gazetecilik alan yazınında, alan teorisinin sunduğu tüm "analitik seviyeleri" dikkate alarak inşa edilen çalışmalar yalnızca Türkiye'de değil, uluslararası literatürde de nadirdir (Lindblom vd., 2022: 2). Bu bağlamda, söz konusu çalışma hem ele aldığı konu hem de benimsediği metodolojik yaklaşım bakımından alandaki önemli bir boşluğu doldurmayı hedeflemekte ve bu yönüyle özgün bir katkı sunmaktadır. Analiz düzeyinde ise yalnızca gazetecilik üzerindeki dış baskılara odaklanmakla kalmamakta, alanın (veya periferideki bir alt alanın) iç yapısını, normlarını ve pratiklerini merkeze alması bakımından da özgün bir konumda yer almaktadır. Nitekim Bourdieu da bir alanın diğer alanlarla ilişkisini, içsel yapısını ve aktörlerin bireysel habituslarını dikkate alan bütüncül yaklaşımları savunmaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 84-86).

4.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de gazetecilik alanının periferisinde konumlanan yeni medya aktörlerinin -doğruluk kontrolü platformlarından bağımsız yurttaş gazetecilerine, dijital hikâye anlatıcılarından sosyal medya tabanlı yayıncılara dek- mesleki deneyimlerini, üretim pratiklerini ve alana dair konumlanışlarını nitel bir perspektifle incelemektir. Maxwell'in (2013: 44) vurguladığı gibi, bireylerin eylemlerini ve düşüncelerini şekillendiren bağlamsal ilişkileri anlamak, nitel araştırma tasarımının temel çıkış noktasıdır. Bu nedenle, araştırma süreci yalnızca aktörlerin kimliklerine odaklanmakla kalmamış, aynı zamanda onların üretim pratiklerinin, etik yaklaşımlarının ve medya alanındaki pozisyon alış biçimlerinin çok katmanlı sosyolojik bir çözümlemesini hedeflemiştir. Çalışma hem gazetecilik alanındaki yapıları hem de aktörlerin bireysel deneyimlerini, sosyal etkileşimler bağlamında çözümlemeye çalışmaktadır. Dolayısıyla çalışma, *yorumsamacı-eleştirel bir paradigma* ekseninde; *inşacı* (konstrüktivist) bir ontoloji ve *ilişkisel* bir epistemoloji temelinde inşa edilmiştir. Bu yaklaşıma göre bilgi, sosyal bağlamlarda ve toplumsal ilişkiler aracılığıyla inşa edilir (Berger ve Luckmann, 1991). Bu perspektif, yayıncıların mesleki normlar ve gazetecilik alanındaki yapılar hakkındaki değerlendirmelerine de yansımaktadır.

Yorumsamacı yaklaşım, aktörlerin kendi toplumsal bağlamları içerisindeki anlam dünyalarını çözümlemeyi amaçlarken, eleştirel yönelim ise bu anlam dünyalarının şekillendiği yapısal koşulları, iktidar ilişkilerini ve normatif düzenlemeleri sorgulama olanağı sunmaktadır. İnşacı ontoloji, toplumsal gerçekliğin sabit ve nesnel bir yapı değil, bireyler arası etkileşim yoluyla sürekli olarak inşa edilen bir süreç olduğunu varsayımına dayanmaktadır. Bu doğrultuda benimsenen yaklaşım, periferi aktörlerin gazetecilik tanımını nasıl yeniden ürettiklerini analiz etmeye imkân tanımaktadır. İlişkisel epistemoloji ise bilginin, sosyal gerçeklikte fail ile yapı arasında kurulan dinamik etkileşimler aracılığıyla üretildiği öngörmektedir. Bu epistemolojik konumlanış, aynı zamanda araştırma sürecinin kendisinde de görünür hâle gelir. Öyle ki, araştırmacı yalnızca pasif bir gözlemci değil, anlam inşasına aktif olarak katkı sunan bir fail konumundadır. Bu bütüncül felsefi çerçeve, çalışmanın metodolojik yaklaşımını biçimlendirmiş hem görüşme sürecinde hem de analiz aşamasında bağlamsal duyarlılığı ve toplumsal eleştiri perspektifini odağa alan çok katmanlı bir çözümleme imkânı yaratmıştır.

Çalışma, araştırma sorularına daha kapsamlı ve derinlemesine yanıtlar üretilebilmesi amacıyla iki farklı nitel veri toplama ve analiz tekniğini bir araya getiren, *sıralı çoklu yöntemli (multi-method)* bir *nitel araştırma deseni* üzerine kurulmuştur. Bu desen, araştırma konusunu hem aktörlerin kendi perspektiflerinden (tümevarımsal) hem de belirli analitik kategoriler üzerinden (tümdengelimsel/yönlendirilmiş) inceleyerek daha kapsamlı ve derinlikli bir anlayışa ulaşılması noktasında işlevselidir. *Çoklu nitel yöntemler*, bir araştırma sürecinde birden fazla nitel veri toplama ve analiz tekniğinin birlikte kullanılmasını ifade etmektedir. Bu yaklaşım, araştırma konusunu farklı boyutlardan ele almak ve daha zengin, çok katmanlı bir veri seti oluşturmak amacıyla tercih edilmektedir (Roller ve Lavrakas, 2015: 183; Creswell, 2017: 217). Farklı tekniklerin birlikte kullanılması, çalışmanın analitik derinliğini artırmakta ve bulguların güvenilirliğini pekiştirmektedir. Bu çerçevede, çalışmada hem yarı yapılandırılmış görüşmeler hem de nitel içerik analizi teknikleri bir arada kullanılarak, gazetecilik alanındaki periferi aktörlerin deneyimlerinin çok yönlü olarak incelenmesi hedeflenmiştir.

Amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenen doğruluk kontrolü platformları, sosyal medya yayıncıları, serbest gazeteciler ve bağımsız dijital girişimcilerle yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen görüşme verileri, Braun ve Clarke'ın (2006: 87) önerdiği *refleksif tematik analiz* yöntemiyle çözümlenmiştir. Bu analiz yaklaşımı, temaların doğrudan veriden türetildiği tümevarımsal (inductive) bir nitel analiz sürecine dayanmaktadır. Bu sayede katılımcıların deneyim ve anlam dünyaları, kendi ifadeleri temel alınarak keşfedilmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasında, her bir yayıncının ürettiği 10 içerik (toplamda 100 içerik) üzerinden gerçekleştirilen nitel içerik analizi, tematik bulguların içeriksel çeşitlilik ve eğilimlerle desteklenmesini sağlamıştır. İçerik analizinde, tümdengelimsel (deductive) bir yaklaşım benimsenmiş, görüşmelerde ortaya çıkan kavramsal örüntülerden hareketle analiz kategorileri yapılandırılmış ve metinler bu doğrultuda incelenmiştir. Bu yaklaşımın temel amacı, görüşmelerde tanımlanan eğilim ve stratejilerin, somut içerik üretim süreçlerinde nasıl görünür olduğunu ortaya koymaktır. Bu bütüncül araştırma stratejisi sayesinde, periferi aktörlerin habitusları, sermaye stratejileri, alan içi mücadele pratikleri ve medya-demokrasi ilişkisine katkıları, çok katmanlı, bağlamsal ve analitik açıdan derinlikli bir biçimde değerlendirilmiştir.

4.2.1. Örneklem Seçimi ve Yayıncılar

Çalışmada, "periferi" kavramının göreceli ve soyut bir nosyona işaret etmesi ve bu konu özelinde Türkiye medya atmosferine ilişkin herhangi bir kavramsallaştırma yapılmamış olması örneklem belirleme sürecinde çeşitli zorluklara yol açmıştır. Dahası, güncel konjonktürde medyanın gittikçe hibritleşmesi ve sınırların iç içe geçmiş olması da sadece Türkiye özelinde değil, uluslararası alanda da merkez ve periferi kavramlarının yerinin tam saptanamamasına neden olmaktadır. "Periferi medya" kavramının soyut kalmasının temel nedenlerinden biri de periferi aktörlerin "sınır nesnesi" olarak işlev görmesidir. Bu aktörler gazetecilik alanının sınırında konumlanmakta, kimi zaman alanı dönüştürme potansiyeli taşırken, kimi zaman ise tehdit edici etkiler yaratabilmektedir.

Söz konusu bu sınırlılıkları aşmak adına, uluslararası literatürde "periphery" veya "interloper" olarak adlandırılan medya aktörlerine yönelik çalışmalar incelenmiş

(Tandoc Jr ve Jenkins, 2017; Eldridge, 2018; Holton ve Bleair-Gognon, 2018; Schapals, 2022; Maares ve Hanusch, 2022a; Müller ve Wiik, 2023; Parks 2024; Eldridge, 2025; Löhmann, 2025) ve Türkiye'deki medya ekosistemine uyarlanabilirliği değerlendirilerek amaçlı örneklem süreci yürütülmüştür. Literatürdeki örneklerden hareketle, Türkiye bağlamında periferi olarak değerlendirilen aktörler şu dört kategoride sınıflandırılmıştır:[71]

(1) Doğruluk kontrolü ve açık veri temelli yayıncılar

(2) Dijital girişim temelli yeni nesil medya platformları

(3) Bağımsız dijital kültür-sanat-politika yayıncıları (niş alan aktörleri)

(4) Sosyal medyada yeni formatlarla ve sunum teknikleriyle yayıncılık yapan bağımsız dijital kanallar,

(5) Bağımsız/serbest/yurttaş gazetecileri (blogger ve vloggerlar)

Bu kapsamda örneklemin belirlenmesinde aşağıdaki ölçütler esas alınmıştır:

Sahip olması gereken özellikler:

(1) Geleneksel gazetecilik ve merkez medya kurumlarının dışında konumlanmak (örneğin bağımsız yapılar, sivil girişimler, bireysel aktörler),

(2) Gazetecilikle doğrudan etkileşimde bulunmak (haber üretmek, yorumlamak, doğrulamak ya da eleştirmek),

(3) Medya ekosisteminde belirli bir etki yaratmak (kamuoyunu bilgilendirmek, gündem oluşturmak, eleştirel söylem geliştirmek),

(4) Yenilikçi ya da alternatif pratikler/yöntemler benimsemek (örneğin dijital tabanlı araştırmacı habercilik, hikayeleştirme odaklı yaklaşım, veri ve açık veri gazeteciliği).

Örneklem seçim sürecinde ilk aşamada, belirli yayıncılar ön seçim yoluyla tespit edilmiş; ancak daha sonra, belirli ölçütler doğrultusunda örneklem daraltılarak, yukarıda belirtilen seçim kriterleri temelinde örnekleme dâhil edilecek yayıncılar

[71]Söz konusu özelliklerin hangi yayıncılar tarafından ve nasıl hayata geçirildiği, bu çalışmanın "Gazetecilik Alanı İçinde Yeni Bir Fail: Periferi Aktörler" başlıklı bölümünde ayrıntılı biçimde ele alınmış ve ilgili alan yazından örneklerle desteklenmiştir.

belirlenmiştir. Örnekleme dâhil edilmeyen yayıncıların "periferi" kategorisine alınmama gerekçeleri (dışlama kriterleri) ise şu şekilde sıralanabilir:

(1) Geleneksel gazetecilik normlarına tamamen içkin olmak (örneğin büyük haber ajansları, ana akım TV kanalları, dijital alandaki geleneksel yayıncılar),

(2) Sadece içerik yorumlayıcısı veya derleyicisi olmak (içerik üretiminde ve dolaşımında etkin rol almamak, orijinal içerik üretmemek, kanaat merkezli olmak),

(3) Gazetecilikle hiçbir biçimde etkileşimi olmayan ticari ya da başka alanlara ait aktörler (örneğin reklam ajansları, marka hesapları, sadece eğlence odaklı sayfalar),

(4) Dijital alanda faaliyet gösterse dahi geleneksel/merkez medya anlayışını ve biçimsel özelliklerini koruyan aktörler (örneğin SEO tabanlı haber siteleri, büyük medya gruplarının dijitale uyarlanmış platformları)

Bununla birlikte, -içerik analizi yapılabilmesi adına- yayıncıların belirlenmesinde esas alınan bir diğer önemli ölçüt, yayın faaliyetlerinin güncelliğidir. Seçilen yayıncıların, güncel medya ortamında aktif olarak içerik üretiyor olmaları temel koşul olarak gözetilmiştir. Periferi aktörlerin yazılı medya, görsel medya, video ve podcast gibi farklı formatlarda içerik ürettikleri dikkate alınarak, örneklemin bu biçimsel çeşitliliği yansıtmasına özen gösterilmiştir. Bu doğrultuda, video yayıncılığından e-bülten üretimine kadar farklı mecra ve biçimlerde faaliyet gösteren aktörler örnekleme dâhil edilmiştir. Son olarak, uluslararası literatürde "periferi aktör" olarak kategorize edilen yayın türleri temel alınarak, bu kategorilere Türkiye'den karşılık gelebilecek örnekler belirlenmiş ve araştırma kapsamında aşağıda yer alan katılımcılarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir (bkz. Tablo 4). Örneklem seçiminde, Schapals'ın (2022: 19-20) periferi yayıncıları incelediği çalışmasında geliştirdiği taksonomiden yararlanılmıştır. Katılımcıların geçmiş deneyimlerine ve demografik özelliklerine ilişkin bilgilere ise, çalışmanın sonraki bölümlerinde ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

Tablo 4: Örneklem Seçim Kriterleri Ve Yayıncılar

Değerlendirme Kriterleri	Açıklama	Yayıncılar ve Yayınlar
1.Doğruluk kontrolü ve veri temelli yayıncılar	Bu aktörler, geleneksel gazetecilik kurumlarının haber üretim döngüsünden bağımsız çalışsalar da kamusal bilgi doğruluğunu sağlamaya yönelik faaliyetleriyle gazeteciliğe dışsal ama tamamlayıcı bir işlev yüklenmektedirler. "Periferi" sayılmalarının nedeni, haber üretiminden çok haberin denetimi ve kontrolü işlevine odaklanmalarıdır.	-Koray KAPLICA, Doğruluk Payı
		-Simge AKKAŞ, Bağımsız Araştırmacı (Veri Gazeteciliği)
2. Dijital girişim temelli yeni nesil medya platformları	Start-up mantığıyla kurulan bu oluşumlar, haberin paketlenişi, dağıtımı ve sunumu açısından yenilikçi modeller geliştirirler. Genellikle sınırlı ekonomik sermayeyle ama yüksek dijital teknik sermayeyle çalışan bu yapılar, klasik medya normlarının dışında örgütlenerek ve içerik sunarak periferi niteliği kazanırlar.	-Umutcan SAVCI, Aposto
		-Ilgaz Yalçın FAKIOĞLU, Scrolli
3.Bağımsız kültür-politika yayıncıları (niş alan aktörleri)	Bu yayıncılar, genellikle kültür, toplumsal cinsiyet, siyaset veya altkültür temelli içerikler üretmekte, bağımsızlıklarını koruyarak merkez medyanın görmezden geldiği konuları gündeme taşımaktadırlar. Bu yönleriyle hem içerik hem de değer üretimi bakımından periferi konumda yer alırlar.	-Ece BALEKOĞLU, Vesaire
		-Bedirhan Gülhan BULU, Mind Vorteks
4.Sosyal medyada yeni formatlarla ve sunum teknikleriyle yayıncılık yapan bağımsız dijital kanallar	Bu kategori, format ve dağıtım açısından yeni medya teknolojilerini ve sunum tekniklerini kullanarak üretim yapan aktörleri kapsamaktadır. Bu aktörler, genellikle haber üretim sürecinin tüm aşamalarında hikâyeleştirmeyi ve belgesel anlatım biçimlerini merkeze almaktadır. Geleneksel kurumlara bağlı olmadan	-Şükrü Oktay KILIÇ, Fayn

	faaliyet göstermeleri, onları gazetecilik alanının periferisinde konumlanan aktörler hâline getirmektedir.	-Murat Sercan SUBAŞI, SLOTmedia
5.Bağımsız/serbest/yurttaş gazetecileri (blogger ve vloggerlar)	Bu grup, profesyonel medya kurumlarında değil, bireysel üretim süreçleri içinde faaliyet gösteren; ancak, toplumsal olaylara müdahil olarak kamusal bilgi üretimine katkı sunan bireylerden oluşmaktadır. Söz konusu grup, gazetecilik formasyonuna sahip bağımsız aktörleri içerebildiği gibi, gazetecilik kültürünün tamamen dışından gelen ancak haber üretim süreçlerine katılan bireyleri de kapsamaktadır. Alandaki meşruiyet mücadelesine katılmaları, ancak, kurumsal yapılarla organik bir bağ kurmamaları nedeniyle bu aktörler, gazetecilik alanında tipik periferi konumunda yer almaktadır.	-Metin CİHAN, Bağımsız Gazeteci (Araştırma) -Ezgi TOPRAK, Bağımsız Gazeteci (Doğrulama)

Bu noktada belirtilmelidir ki seçilen örneklemler ilgili kategorilerin tipolojik bir geçerliliğini yansıtmaktadır. Her bir katılımcı, tabloda yer alan birden fazla kategori kapsamında da değerlendirilebilecek niteliklere sahip olabilir. Örneğin, *Mind Vorteks* kanalı *YouTube* üzerinden tematik belgesel içerikler üretmekte olup, bu yönüyle "görsel hikâye anlatımı ve yeni formatlar" başlığı altındaki 4. kategoriye dâhil edilebilir. Ancak, özellikle Türkiye'deki güncel çete hikâyelerine odaklanan formatı nedeniyle, niş bir yayın profili olarak kabul edilerek 3. kategoride sınıflandırılmıştır. Benzer biçimde, bağımsız bir gazeteci olan Ezgi Toprak, uzun bir süre *Teyit* platformunda doğruluk kontrolü üzerine çalışmış, günümüzde ise serbest gazetecilik yaparak dijital medya okuryazarlığına odaklanmakta ve *YouTube*'da açıklayıcı formatta videolar üretmektedir. Bu yönüyle "doğruluk kontrolü ve veri temelli yayıncılar" kategorisinde değerlendirilebileceği gibi, güncel üretim pratikleri esas alındığında 5. kategori kapsamında yer almaktadır. Dolayısıyla, sunulan kategoriler normatif ya da keskin sınırlarla ayrılmış yapılar olarak değil, katılımcıların bütüncül biçimde anlaşılmasına katkı sunan analitik bir sınıflandırma olarak değerlendirilmelidir. Bu sınıflandırma doğrultusunda, amaçlı örnekleme yöntemiyle

çalışmanın katılımcıları belirlenmiştir.[72] Katılımcıların demografik bilgileri, araştırma bağlamında daha net bir kavrayış sunmak amacıyla Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5: Görüşme Yapılan Yayıncıların Demografisi

Katılımcı Ad Soyad	Yaş	Cinsiyet	Kurum	Pratik
Bedirhan Gülhan BULU	27	Erkek	Mind Vorteks	YouTube Yayıncılığı
Ece BALEKOĞLU	25	Kadın	Vesaire	Kültür/Politika Yayıncılığı
Ezgi TOPRAK	30	Kadın	Bağımsız Gazeteci	Doğruluk Kontrolü
Ilgaz Yalçın FAKIOĞLU	33	Erkek	Scrolli	Dijital Medya Yayıncılığı
Koray KAPLICA	38	Erkek	Doğruluk Payı	Doğruluk Kontrolü
Metin CİHAN	45	Erkek	Bağımsız Gazeteci	Araştırmacı Gazetecilik
Murat Sercan SUBAŞI	38	Erkek	SLOTmedia	YouTube Yayıncılığı
Şükrü Oktay KILIÇ	35	Erkek	Fayn	Dijital Medya Yayıncılığı
Simge AKKAŞ	28	Kadın	Bağımsız Araştırmacı	Veri Gazeteciliği
Umutcan SAVCI	29	Erkek	Aposto	Dijital Medya Yayıncılığı

Bu kapsamda, Türkiye'de güncel olarak yayıncılık yapan yedi farklı dijital platform ile üç bağımsız gazeteci/araştırmacı, -toplamda 10 yayıncı- amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Bir araştırmada veri çeşitliliğini sağlamak, çalışmanın geçerliliği ve güvenilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle, seçilen platformların yayıncılık pratiklerinde biçimsel ve içeriksel farklılıklar göstermesine özellikle dikkat edilmiştir. Nitekim Schapal da (2022: 28-31), uluslararası ölçekte periferi yayıncıları incelediği çalışmasında benzer bir örneklem çeşitliliğinin gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Bu doğrultuda, farklı yayın formatlarında (video, doğrulama, web sitesi) üretim yapan yayıncılarla yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve çeşitli nitel veriler toplanmıştır.

[72]Bu çalışmanın kapsamına giren, ancak görüşme talebinde bulunulmasına rağmen çeşitli nedenlerle iletişim kurulamayan ya da görüşmelerin gerçekleştirilemediği yayıncılar da bulunmaktadır. Örneğin, *Teyit* platformu araştırma kapsamına uygunluğundan ötürü araştırmaya dâhil edilmek istenmiş, ancak, kurumun yöneticisi Mehmet Atakan Foça, "*Teyit* platformuna ilişkin halihazırda çok sayıda çalışma yürütülmüş olması" gerekçesiyle görüşme talebine olumsuz yanıt vermiştir. Diğer yandan, çalışmanın amaçlarına uygunluğu göz önünde bulundurularak *Kapsül* platformu da çalışmaya dâhil edilmek istenmiş, platform ile ilk temas sağlanmış ve olumlu geri dönüşler alınmıştır. Ancak, kurumun yayın müdürünün geçirdiği talihsiz bir kaza nedeniyle görüşme süreci sonuçlandırılamamıştır. Benzer şekilde, *Flu TV* de araştırma kapsamına uygunluğu göz önünde bulundurularak çalışmaya dâhil edilmek istenmiştir. Ancak, araştırmanın yürütüldüğü dönemde kanalın sahibi İlker Canikligil'in, kanaldaki bir videoda yer alan ifadeleri nedeniyle tutuklu yargılanıyor olması nedeniyle kendisiyle görüşme gerçekleştirilememiştir. Sonraki süreçte Canikligil tahliye edilmiştir. Bu nedenlerle, söz konusu kurum ve yayıncılar örneklem dışında bırakılmış ve araştırma kapsamında yer almamıştır.

4.2.2. Veri Toplama Süreci

Görüşmelerin veri toplama süreci 10 Ocak 2025 tarihinde başlamış ve 8 Mayıs 2025 tarihinde tamamlanmıştır. Sürecin başlangıcında, görüşme sorularının anlaşılırlığını test etmek amacıyla iki farklı gazeteciye yarı-yapılandırılmış görüşme soruları gönderilmiştir. Gazetecilerden gelen dönütler doğrultusunda, özellikle Pierre Bourdieu'nün kavramsal çerçevesine atıf yapan bazı soruların yeterince anlaşılmadığı gözlemlenmiş, bu nedenle ilgili sorular sadeleştirilmiş ve ifadeleri yeniden yapılandırılarak soru formunun nihai hâli oluşturulmuştur. Sonrasında, çalışmaya dâhil edilen 10 yayıncıyla yüz yüze ve çevrim içi biçimlerde, süresi 50 ila 95 dakika arasında değişen yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin ortalama uzunluğu yaklaşık 1 saat 21 dakika olarak hesaplanmıştır. Görüşmelere başlamadan önce, katılımcılara verdikleri bilgilerin yalnızca akademik amaçlarla kullanılacağı ve bu araştırma çerçevesinde değerlendirileceği bildirilmiş, sözlü onayları alınmıştır. Araştırma süreci, Kocaeli Üniversitesi Araştırma Etik Kurulu tarafından onaylanmış ve görüşmeler öncesinde resmî etik kurul izni alınmıştır. Tüm görüşmeler ses kayıt cihazı veya çevrim içi video kayıt ile kaydedilmiş, ardından kayıtlar araştırmacı tarafından birebir deşifre edilerek yazılı hâle getirilmiştir. Ayrıca, görüşme sonrasında kayıtlar deşifre edilirken yeterince açık olmayan bazı noktalara açıklık getirmek amacıyla bazı katılımcılardan yazılı veya telefon aracılığıyla ek bilgi istenmiş ve bu doğrultuda veri bütünlüğü sağlanmıştır.

Görüşme soruları, çalışmanın kuramsal temeli olan alan teorisinin kavram setlerine ve bu kapsamda Hanusch ve Löhmann'ın (2022) önerdiği makro, mezo ve mikro analiz düzeylerine karşılık verecek şekilde yapılandırılmıştır. Mikro düzeyde, katılımcıların yaş, eğitim durumu, ikamet ettikleri yer gibi demografik özellikleri, daha önceki mesleki deneyimleri, kendilerini hangi mesleki kimlik içerisinde tanımladıkları ve yürüttükleri faaliyeti "gazetecilik" olarak görüp görmedikleri sorgulanmıştır. Bu sorular aracılığıyla, katılımcıların habitusları, mesleki rol algıları ve gazetecilik alanıyla kurdukları öznel ilişkilerin çözümlenmesi amaçlanmıştır. Mezo düzeyde, içerik üretim pratikleri, mecralar arası tercih gerekçeleri, işe alım süreçleri ve mesleki becerilere ilişkin beklentiler üzerine sorular yöneltilmiştir. Bu bölümde, katılımcıların

sahip oldukları sermaye türleri (teknik, kültürel, sosyal ve simgesel) ile üretim süreçlerinde benimsedikleri yöntem ve stratejiler üzerinden, alandaki konumlanışları anlaşılmaya çalışılmıştır. Makro düzeyde ise katılımcıların medya yapılarıyla kurdukları ilişkilere, varsa sansür ve oto-sansür deneyimlerine, karşılaştıkları ekonomik ve politik baskılara, Türkiye'deki mevcut medya atmosferine, alanın özerkliği ve meşruiyet arayışına yönelik değerlendirmelerine yer verilmiştir. Bu çok katmanlı yapı sayesinde, periferi alanda konumlanan yayıncıların Türkiye'deki gazetecilik alanı içinde nasıl bir konum işgal ettikleri ve alanın sınırlarını ne ölçüde dönüştürdükleri bütüncül biçimde anlaşılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında, görüşmelerden elde edilen tematik bulguların içeriklere nasıl yansıdığını ortaya koymak amacıyla, görüşme yapılan her bir yayıncının ürettiği 10 içerik üzerinden nitel içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Tematik analiz sürecinin ve kategori yapılandırmasının tamamlandığı tarih olan 1 Haziran 2025 sonrasında içerik analizine başlanmıştır. Her bir yayıncı için, 1 Haziran 2025 tarihinden geriye doğru yayımlanan 10 ardışık içerik, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiş ve toplamda 100 içerik analiz kapsamına alınmıştır.

Çalışmanın görüşme ve içerik analizi aşaması, 10 yayıncı ve toplam 100 içerik ile sınırlı tutulmuştur. Bu sınırlamanın temel gerekçesi, literatürde belirginleşen beş farklı periferi yayıncı kategorisinin (bkz: Tablo 3) her birine ilişkin ikişer örnek seçilerek örneklem çeşitliliği sağlanmak istenmesidir. Ancak, örneklem büyüklüğünü belirlemede esas belirleyici unsur, bu çalışmanın "veri doyumu" (data saturation) kavramına ilişkin yaklaşımıdır. Braun ve Clarke'ın (2021b) *refleksif tematik analiz* yaklaşımı çerçevesinde, geleneksel anlamda veri doyumu -yani yeni tema veya kodların artık ortaya çıkmadığı nokta- yararlı ya da geçerli bir yöntemsel araç olarak görülmemektedir. Bu yaklaşıma göre, anlam veriden pasif biçimde "çıkarılan" değil, araştırmacının kuramsal, bağlamsal ve yorumlayıcı etkinlikleri aracılığıyla aktif biçimde "üretilen" bir olgudur. Bu doğrultuda, refleksif tematik analizde sabit bir doyum noktasına ulaşmak yerine, araştırmacının veriyle kurduğu ilişki sonucunda yeterli analitik derinlik ve kavramsal yoğunluk sağlandığına kanaat getirmesi esas alınır. Nitekim Braun ve Clarke (2021b: 212), bu yaklaşıma uygun olarak, klasik "veri doyumu" yerine "bilgi gücü" (information power) gibi daha bağlamsal ve esnek

kavramların kullanılmasını önermektedir. Bilgi gücü, nitel araştırmalarda örneklemde çalışmanın sorularını ve kapsamını karşılayacak düzeyde bilgi bulunduğunda, katılımcı sayısının yeterli olabileceğini öne süren bir yaklaşımdır. Malterud vd.'ne göre (2016: 1753), bilgi gücüne sahip bir örneklem büyüklüğü; (a) çalışmanın amacı, (b) örneklemin özgüllüğü, (c) kuramsal çerçevenin uyumluluğu, (d) görüşme verilerinin derinliği ve (e) analiz stratejisi gibi unsurlara bağlı olarak belirlenmektedir.

Bu çalışmada da benzer bir yaklaşım benimsenmiş, örnekleme dâhil edilen 10 katılımcıdan elde edilen verilerin, geliştirilen temaların teorik çerçeveyle tutarlı biçimde anlamlandırılmasına, her temanın yeterli yoğunlukta veri örnekleriyle desteklenmesine ve araştırma sorularına derinlemesine yanıtlar üretilmesine olanak sağladığı görülmüştür. Bu nedenle, örneklem 10 yayıncı ile sınırlandırılmıştır. Her bir yayıncının 10'ar içeriği ise, ilgili yayıncıların metinlerindeki temel örüntülerin anlaşılması açısından yeterli bulunmuştur. Alanda aktif olarak çalışan 10 yayıncıyla görüşmelerin gerçekleştirilmesi ve bu yayıncılara ait toplam 100 içeriğin analiz edilmesinin ardından, veri toplama süreci tamamlanmıştır.

4.2.3. Veri Analiz Süreci ve Refleksif Tematik Analiz

Yayıncılarla gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen verilerin analiz sürecinde, Braun ve Clarke'ın (2006) önerdiği *refleksif tematik analiz* yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntem, nitel verilerden anlamlı temalar oluşturmak ve bu temaların sosyal bağlamlarla ilişkisini analiz etmek için etkili bir analitik çerçeve sunmaktadır. Braun ve Clarke'ın (2006: 87) tanımladığı analiz süreci -ki bu sürecin aşamaları Tablo 6'da ayrıntılı olarak sunulmuştur- verilerdeki örüntülerin sistematik biçimde tanımlanmasına, organize edilmesine ve yorumlanmasına olanak tanımaktadır. Çalışmanın inşacı ontolojisi, bireylerin anlam dünyalarının sabit bir gerçeklikten ziyade sosyal ilişkiler ve yapılar aracılığıyla inşa edildiği varsayımına dayanmaktadır. Bu bağlamda bilgi, nesnel ve değişmez bir yapı olarak değil, katılımcıların toplumsal deneyimleriyle şekillenen, etkileşimsel olarak kurulan bir olgu olarak ele alınmaktadır. *Refleksif tematik analiz*, araştırmacının öznelliğini sürece dahil etmesini ve verileri bu öznellik ekseninde yorumlamasını teşvik etmektedir (Braun ve Clarke, 2019: 591). Bu yönüyle yöntem, çalışmanın benimsediği ilişkisel epistemolojiyle uyum içindedir.

Çünkü, bilgi burada, sabit bir dış gerçekliğin keşfi değil, sosyal etkileşimler içinde oluşan anlamlı yapılar olarak değerlendirilir. Dolayısıyla, Braun ve Clarke'ın *refleksif tematik analiz* yaklaşımı hem çalışmanın epistemolojik ve ontolojik duruşuyla uyumlu olduğu hem de temsiliyet, anlamlandırma ve örüntülerin kavramsallaştırılmasına imkân tanıdığı için bu araştırmada tercih edilmiştir.

Tablo 6: Braun Ve Clarke'ın Refleksif Tematik Analiz Aşamaları Ve Bu Çalışmadaki Uygulanma Süreci

Aşama	Sürecin Uygulanması
1. Verilerinize aşina olma	Görüşmelerin ses kayıtları deşifre edilip araştırmacı tarafından -veriye aşina olmak adına- ikişer kez okunmuştur. Ayrıca bu aşamada kodlama sürecine rehberlik edecek ana eğilimlere ve dikkat çeken noktalara ilişkin notlar alınmıştır.
2. Başlangıç kodlarının oluşturulması	Yayınıların mesleki deneyimlerine, meslek etiğine, sosyal bağlamlara ve gazetecilik alanındaki yerleşik normlara dair görüşleri sistematik olarak kodlanmıştır. Burada özellikle Bourdieu'nun *sermaye*, *doksa*, *habitus* ve *alan* kavram setlerine referans veren dikkat çekici ifadeler kodlanmıştır.
3. Temaların oluşturulması	Bu aşamada, tekil kodlar yerine daha kapsayıcı temalar üzerine yoğunlaşılmıştır. Kodlanan veriler arasındaki ilişkiler incelenmiş ve yayıncıların genel eğilimleri etrafında ana temalar oluşturulmuştur.
4. Temaların gözden geçirilmesi	Bu aşamada temaların hem kodlanmış alıntılarla hem de tüm veri setiyle ilişkili olarak anlamlı olup olmadığı kontrol edilmiştir. Temalar gözden geçirilerek daha iyi tanımlanmış, bazıları birleştirilmiştir. Yorumlama için yeterince veri sunamayan temalar ve alt kodlamalar çıkarılmıştır.
5. Temaların tanımlanması ve isimlendirilmesi	Bu aşmada her bir temanın kısa bir özeti oluşturulup son kertede, *alan*, *dokxa*, *habitus* ve *sermaye* kavram setlerine referans verecek şekilde isimlendirilmiştir. Analizde elde edilen 13 tema, 6 farklı üst temaya dağıtılmıştır.
6. Raporun hazırlanması	Son aşamada 6 ana tema, ilgi çekici detaylarla ve yayıncıların dikkat çekici yorumları ile bulgular bölümünde detaylı olarak sunulmuştur. Bu aşamada elde edilen bulgular literatürle ilişkilendirilerek tartışılmış ve çeşitli tablolar eşliğinde görselleştirilerek okuyucuya sunulmuştur.

Çalışma kapsamında toplanan veriler nitel veri analizi programı *MAXQDA* ile analiz edilmiş, kodlama rehberi oluşturulmuştur. Kodlamalar tamamlandıktan sonra, kodlama tutarlılığı ve farklı perspektiflerin dahil edilmesi açısından karşılaştırılmış ve temalar sadeleştirilerek yeniden düzenlenmiştir. Verilerinin kodlanması sürecinde tümevarımsal bir yol izlenmiş ve kodlamalar önce açık kodlama tekniğiyle yapılmış, daha sonra verilerin temalaştırılması sürecine geçilmiştir (Saldaña, 2016: 115, 198-199). Böylece verilerin doğal yapısına uygun temalar geliştirilmiştir. Kodlama tablosu Tablo 7'de sunulmuş, temalara ilişkin açıklamalara çalışmanın bulgular bölümünde yer verilmiştir.

Tablo 7: Araştırmanın Kodlama Tablosu

Tema	Alt Tema ve Kodlar
1. Mesleki Arka Planlar ve Mesleki Kimlik	**a. Mesleki Arka Planlar** → Merkez medya geçmişi → Alternatif medya geçmişi → Girişimcilik deneyimi → Medya dışı kökenler (diğer sektörler) **b. Mesleki Kimlik ve Konumlanma** → Kendini gazeteci olarak tanımlayanlar → Kendini dijital yayıncı / yeni medya aktörü olarak tanımlayanlar (teknoloji girişimcisi, doğrulayıcı, hikâye anlatıcısı, sosyal bilimci vb.)
2. Değerler ve Motivasyonlar	**a. Kişisel Motivasyonlar** → Araştırma tutkusu → Gazetecilik ethosuna (etiğine) bağlılık → Aktivist tutum **b. Toplumsal Motivasyonlar** → Kamu yararını gözetme → Toplumsal eşitsizlikleri giderme (temsiliyet) → Demokratikleşme arzusu (güncel durum) **c. Yenilikçi Motivasyonlar** → Yeni bir medya anlayışı ortaya koyma → Yeni içerik biçimleri geliştirme → Yeni iş modelleri oluşturma

3. İş Modelleri, Üretim Yapıları ve Sermaye Türleri	**a. Üretim Modelleri** → Hibrit yapılar (stüdyo + haber merkezi) → Haber merkezi temelli üretim → Stüdyo bazlı üretim → Serbest (freelance) çalışma **b. Gelir Modelleri** → Kullanıcı aboneliği (Paywall, Patreon, Katıl vb.) → B2B içerik sağlama / prodüksiyon hizmetleri → Reklam ve sponsorluk → Sivil toplum fonları **c. Görünür ve Baskın Sermaye Türleri** → Teknik (dijital) sermaye → Kültürel sermaye → Sosyal sermaye → Ekonomik sermaye → Simgesel sermaye
4. Alanda Kullanılan Yöntemler ve Stratejiler	**a. Üretim sürecindeki tutum/amaç** → Eğitme ve kamusal bilinç inşası → Eleştiri ve hesap sorma → Çok seslilik ve kamusal temsiliyet (çoğulculuk) → Şeffaflık ve hesap verebilme **b. Üretim sürecindeki yöntem/strateji** → Doğrulama ve kanıtlama → Derleme ve haber kürasyonu → Dijital hikâye anlatımı → Takipçi etkileşimi ve bilgi alışverişi → Derinlik ve yavaş habercilik

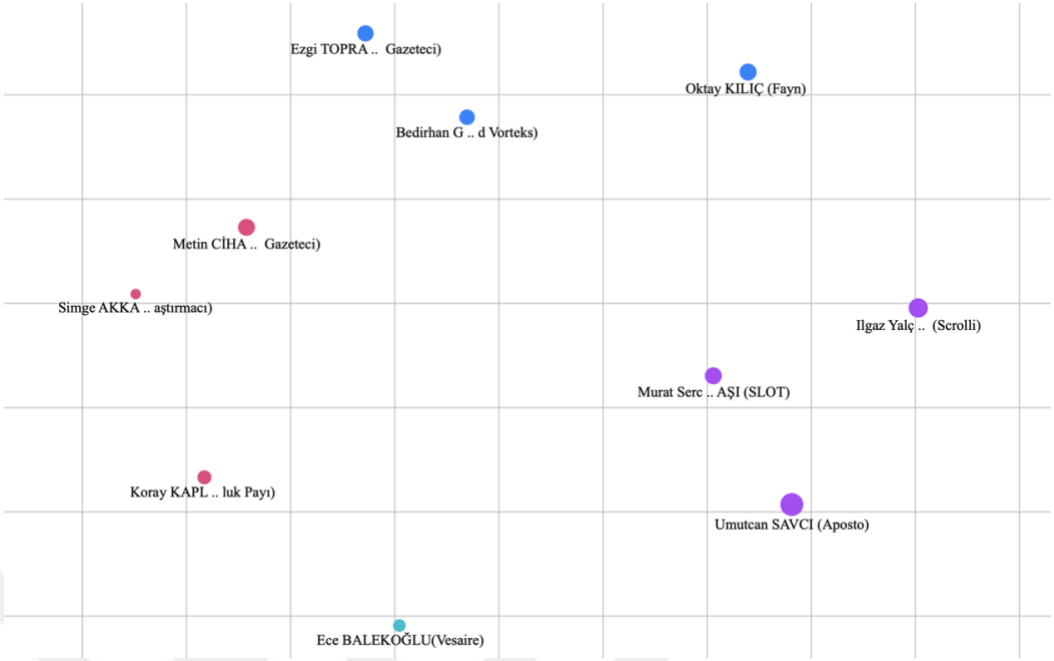
5. Alandaki Yapısal Sorunlar ve Eleştirel Konumlanışlar	**a. Merkez Medya Eleştirileri ve Yapısal Sorunlar** → Politik kutuplaşma ve basın özgürlüğü → Serbest gazetecilik ve prekaryalaşma → Ekonomik baskılar ve reklam geliri azalması → Normatif kültür (Babıali kültürü, tarihsel doxa) → Yetersiz teknoloji adaptasyonu → Kurumsallaşamama/ sürdürülebilirlik eksiklikleri → Dezenformasyon misenformasyon **b. Türkiye Medya Atmosferine Yönelik Tutum** → Agonist tutum (reformist, düzeltmeci bakış) → Antagonist tutum (muhalif, radikal eleştiri)
6. Alanın Sınırlarını Zorlama ve Dönüşüm Mücadeleleri	a. Kamusal ihtiyaçlara yanıt b. Yenilik ve deneycilik c. Merkez medyaya karşıtlık ve eleştirellik d. Sermaye değişimi ve meşruiyet mücadelesi e. Doxa ve sınırların yeniden inşası f. Kuşak çatışmaları ve özerklik arayışları g. Alan içi özeleştiri ve refleksivite

Refleksif tematik analiz, araştırmacının öznelliğinin ve aktif rolünün vurgulandığı bir süreç olarak görülür. Bu nedenle, güvenilirlik ve geçerlilik, araştırmacının veri ile ilişkisini ve veriyi nasıl yorumladığını sorgulayan esnek bir yapıda ele alınır. Dolayısıyla, pozitivizm eksenli nicel analizlerde kullanılan *kodlayıcılar arası güvenilirlik* (*inter-coder reliability*) analizi refleksif tematik analizlerde kullanılmaz; "çünkü anlam ve bilgi durumsal ve bağlamsal olarak anlaşılır ve araştırmacı öznelliği, güvenilirlik için kontrol altında tutulması gereken bir tehditten ziyade, kaçınılmaz olarak üretilen bilgiyi şekillendiren bilgi üretimi için bir kaynak olarak kavramsallaştırılır" (Braun ve Clarke, 2021a: 334-335). Bu nedenle, güvenilirlik araştırmacının veriler üzerindeki etkileşimi ve yorumlarının tutarlılığıyla ilgilidir (Braun ve Clarke, 2006: 96; Braun ve Clarke, 2019: 593-594; Braun ve Clarke, 2021a: 333-334).

Araştırmada geçerliliği sağlamak için her bir tema, verilerdeki ana örüntüler ve katılımcıların deneyimlerine dair görüşleriyle güçlü bir şekilde desteklenmiştir. Her bir temanın altında açık ve anlamlı veri örnekleri eklenmiş ve her bir temanın ve alt temanın ayrıntılı açıklaması *MAXQDA* programında "memo"lar bölümüne not edilmiştir. Ayrıca, araştırmacılar veriyi yorumladıkları süreçteki kendi görüşlerini ve pozisyonunu da temalara ilişkin memo'lara not olarak eklemiştir. Nitekim, Pierre Bourdieu'ya göre de düşünümsellik, araştırmacıları kendi ön yargıları ve sosyal konumlarıyla eleştirel bir şekilde ilgilenmeye zorlayan temel bir metodolojik ilkedir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 68) ki bunu da "epistemik refleksivite" kavramı ile açıklar (2014: 36-46). Bu bağlamda, her bir temaya açık ve anlamlı veri örnekleri eklenmesi, bütün kodlamaların çalışmanın kuramsal temeli ekseninde karşılaştırılarak tartışılması ve araştırmacıların kendi konumlarının farkında olarak temaları yorumlaması refleksif tematik analizin geçerlilik ve güvenilirlik süreçlerine işaret etmekle birlikte, çalışmadaki düşünümselliğe katkı sunabilmesi yönünden tercih edilmiştir.

Araştırma kapsamına dâhil edilen 10 katılımcının deneyimlerine ilişkin toplam 381 kodlama yapılmıştır. Bu kodlamalar sonucunda katılımcıların deneyimlerinin hangi noktalarda ortaklaştığı veya ayrıştığı incelenmiş, örneklem seçiminde kullanılan standartlara göre (Bkz: Tablo 4. Örneklem seçim kriterleri ve yayıncılar) gruplandırılan yayıncıların yanıtlarının büyük ölçüde benzerlik gösterdiği ve katılımcıların "muhtemel olarak" ortak deneyimlere sahip olabilecekleri gözlemlenmiştir (Bkz: Tablo 8. Deneyim haritası). Haritada tanımlanan dört ayrı yanıt grubunun, diğer katılımcılardan ayrışan yönleri ayrıca not edilerek değerlendirmeye alınmıştır.

Tablo 8: Katılımcılar Tarafından Verilen Cevapların Benzerlik Dağılımı[73]



4.2.4. İçerik Analizi Süreci ve Kategorilerin Belirlenmesi

Niteliksel İçerik Analizi (Qualitative Content Analysis, QCA) yöntemi, literatürde kimi zaman "nitel metin çözümlemesi" olarak da adlandırılmaktadır (Kuckartz, 2019: 181). Bu yöntemin temel amacı, metinlerde yer alan verileri belirli bir bütünlük içerisinde tutarlı bir resim, model ya da kavramsal yapı hâline dönüştürmektir (Neuman, 2014: 479). *Nitel içerik analizi*, metinlerin yalnızca yüzeysel içeriğine değil, aynı zamanda anlamsal derinliğine ve kullanımsal bağlamına odaklanan bir analiz stratejisi sunar. Bu yöntemde araştırmacı, metinlerin dilsel ve anlam yapısını, temalarını, motiflerini, konularını ve biçimsel özelliklerini dikkate alarak yorumlayıcı bir çözümleme gerçekleştirir. Niteliksel içerik analizinin en önemli özelliklerinden biri, metnin yapısal ve bağlamsal özelliklerine göre özgün bir metodolojik yapı geliştirilebilmesine imkân tanımasıdır. Bu durum, yönteme yüksek

[73]Deneyim analizinde, görüşmelerin transkripsiyonları, araştırmacı tarafından yapılan kodlamaların benzerliği açısından karşılaştırılmaktadır. Aynı tematik başlık altında sınıflandırılan benzer kodlar, analizde benzerlik kriteri olarak kabul edilmektedir. Bu doğrultuda oluşturulan deneyim haritası, katılımcıların deneyimlerine ilişkin "muhtemel" örüntüleri görselleştirmeyi amaçlamaktadır. Ancak bu harita, doğrudan rasyonel ya da analitik bir çözümleme sunmaktan ziyade, verilerdeki örüntülerin olasılıksal ve betimleyici bir temsili olarak değerlendirilmelidir.

düzeyde esneklik kazandırmakta ve araştırmacıya, analiz sürecini çalışmanın amaçları ve bağlamına uygun biçimde tasarlama olanağı sunmaktadır (Kuckartz, 2019: 183-185).

Araştırmanın ikinci aşamasında, görüşme yapılan her bir yayıncının ürettiği 10 içerik üzerinden *nitel içerik analizi* gerçekleştirilmiştir. Bu analiz, tematik bulguların içeriksel çeşitlilik ve eğilimlerle desteklenmesini sağlamayı amaçlamaktadır. İçerik analizinde, tümdengelimsel (deductive) bir yaklaşım benimsenmiş, görüşmelerde ortaya çıkan kavramsal örüntüler doğrultusunda analiz kategorileri yapılandırılmış ve metinler bu çerçevede incelenmiştir. Dolayısıyla, içerik analizine ilişkin kategoriler, görüşme verilerinden türetilen temalar temel alınarak oluşturulmuştur. Örneğin, görüşmelerde ortaya çıkan "kamusal bilinç inşası" teması, içerik analizinde "kamuoyuna yönelik potansiyel etkiler" kategorisine dönüştürülmüştür. Özellikle bu bölümde, tematik analiz sürecinde elde edilen dördüncü tema olan "Alanda Kullanılan Yöntemler ve Stratejiler" başlığının, yayıncıların içerik üretimlerine nasıl yansıdığı incelenmiştir. Bu kapsamda, içeriklerin biçimsel sunumu, kaynak kullanım biçimi, anlatı teknikleri ve kamusal etkileşim stratejileri, tematik analizde belirlenen stratejik yönelimlerle karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Bu yöntemle, görüşmelerde tanımlanan eğilim ve stratejilerin, yayıncıların somut içerik üretim süreçlerinde nasıl yansıdığı analiz edilmeye çalışılmıştır.

Ayrıca, uluslararası literatürdeki benzer araştırmalarda kullanılan içerik analizi kategorileri incelenmiş ve bu çalışma için geliştirilen analiz çerçevesinin oluşturulmasında önemli birer referans olarak değerlendirilmiştir. Özellikle, Edson C. Tandoc Jr.'ın (2018) *BuzzFeed* içeriklerine odaklanan çalışması ile Ruotsalainen vd'nin (2024) periferi medya aktörlerinin içeriklerinde üstlendikleri gazetecilik rollerini analiz ettiği araştırma (bkz: Haber-İçerik İşlevleri kategorisi), bu çalışmada belirlenen kategorik yapının şekillenmesinde yol gösterici olmuştur. Bu kapsamda, her bir yayıncının 1 Haziran 2025 tarihinden geriye doğru yayımladığı 10 ardışık içerik, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilerek analize dâhil edilmiştir. Bu tarihin belirlenme nedeni, görüşme verilerinin tematik analizinin tamamlandığı ve kategorilerin netleştirildiği tarih olmasıdır. İçerik seçiminde, örneklem çeşitliliği ve üretim yoğunluğu gözetilerek tüm yayıncılar için eşit sayı ve yöntemle veri

toplanmıştır. Analiz edilen içeriklerin başlıkları, tarihleri ve linkleri çalışmanın sonunda yer alan Ekler bölümünde detaylı biçimde sunulmuştur.

Niteliksel içerik analizi kategorileri oluşturulurken, yayıncıların içeriklerinin biçimsel özelliklerine ek olarak; tematik kapsam, işlevsel amaç, haber üretim yöntemleri, dil kullanımı, alan içi konumlanış ve toplumsal etki gibi unsurlar da dikkate alınarak çok boyutlu bir analiz çerçevesi geliştirilmesi hedeflenmiştir. Altı ana başlık altında yapılandırılan bu kategoriler Tablo 9'de sunulmuştur. Söz konusu kategoriler hem içeriklerin türü, sunuluş biçimi ve uzunluğu gibi biçimsel ögeleri hem de içeriklerin konu temaları, kullanılan kaynakların niteliği, dilin işlevsel yönü ve kamuoyuna yönelik potansiyel etkileri gibi daha derinlemesine anlam katmanlarını kapsamaktadır. Özellikle alan teorisine referansla geliştirilen "doxa'ya meydan okuma düzeyi" ve "sermaye kullanımı" gibi alt kategoriler, içeriklerin gazetecilik alanındaki konumlarını ve iktidar ilişkileriyle kurdukları bağları çözümlemeye olanak sağlayan kuramsal bir zemin sunmaktadır. Böylece içerik analizi yalnızca yüzeysel bir tematik sınıflama olmaktan çıkmakta, yayıncıların alan içindeki konumlarını, motivasyonlarını ve etki alanlarını çok katmanlı ve bütüncül bir yaklaşımla değerlendirme imkânı sağlamaktadır.

Tablo 9: İçerik Analizi Kategorileri Ve Değişkenleri

Kategori	Değişken
1. Biçimsel Kategoriler (Format)	**İçeriğin Türü:** • Haber • Analiz / Yorum • Araştırma / İnceleme • Röportaj / Söyleşi • Doğrulama / Fact-checking • Görsel hikâye anlatımı (Video/Fotoğraf/İnfografik vb.) • Long-read (Derinlikli yazı) **İçeriğin Sunuluş Biçimi:** • Yazılı metin • Görsel / grafik odaklı (infografik) • Video içeriği • Hibrit format (metin + video, ses + grafik vb.)

	İçeriğin Uzunluğu: • Kısa (<500 kelime veya <3 dk) • Orta (500-1500 kelime veya 3-10 dk) • Uzun (>1500 kelime veya >10 dk)
2. İçeriğin Tematik Kategorileri	**Temalar** • Politika ve güncel olaylar • İnsan hakları ve toplumsal eşitlik • Çevre ve ekoloji • Kültür ve sanat • Hayat hikâyesi (Sanatçı, internet ünlüsü, popüler figür) • Ekonomi ve sosyal politikalar • Teknoloji ve dijital dönüşüm • Eğitim ve medya okuryazarlığı • Toplumsal cinsiyet ve temsiliyet • Spor ve sporcular • Sağlık ve bilim • Hukuk ve adalet • Polis ve adliye • Eleştirel medya analizi ve medya eleştirisi
3. Haber-İçerik İşlevleri	**İçeriğin Temel Amacı:** • Bilgilendirme (olgu ve veri aktarımı) • Eğitme (kamusal bilinç geliştirme) • Eleştiri ve sorgulama • Farkındalık yaratma (kamuoyu oluşturma) • Eğlendirme (mizah/hiciv) • Aktivizme teşvik etme (demokratik katılıma teşvik)
4. Kaynak Kullanımı	**Kullanılan Kaynak Türü:** • Birincil kaynaklar (doğrudan tanıklıklar, röportajlar, resmi belgeler vb.) • İkincil kaynaklar (diğer haber siteleri, ajanslar, resmi olmayan belgeler) • Uzman görüşü ve akademik kaynaklar • Açık veri ve istatistikler

	• Kişisel gözlem ve yorumlar **Kaynakların Sayısı:** • Tek kaynak • Çoklu kaynak (2-5) • Yoğun kaynak kullanımı (5+) **Kaynak Gösterim Biçimi:** • Açık ve şeffaf (kaynaklar açıkça belirtilmiş, link verilmiş) • Kısmi kaynak gösterimi (sadece isimler ya da kurum belirtilmiş) • Kaynak gösterimi yok veya belirsiz
5. İçerik Dil ve Anlatımı	**Dil Kullanımı:** • Objektif/nötr dil • Eleştirel / sorgulayıcı dil • Aktivist / çağrıcı dil • Akademik/teknik dil • Samimi ve popüler dil (informal) **Anlatım Özellikleri:** • Derinlemesine ve detaylı • Yüzeysel ve hızlı tüketim odaklı • Hikâyeci ve kişiselleştirilmiş anlatım • Veri ve kanıt odaklı • Diyalog temelli (röportaj, tartışma vb.)
6. Alan Teorisi Bağlamında İçeriğin Alanla İlişkisi	**Alanın Doxa'sına Yönelik Pozisyon Alma** • Doxa'yı Pekiştirme (Geleneksel normları destekleyen içerik) • Doxa'yı Esnetme/Sorgulama (Kısmen Sorgulayan) • Doxa'ya Meydan Okuma/Heteredoksi (Radikal Meydan Okuma) **Sahip Olunan/Hedeflenen Sermaye Türlerinin Görünürlüğü** • Ekonomik Sermayeye Yönelik İmalar • Sosyal Sermaye Göstergeleri • Kültürel/Teknik Sermaye Göstergeleri • Simgesel Sermaye Edinme/Kullanma Stratejileri **Kamuoyuna Yönelik Potansiyel Etkiler**

	• Toplumsal tartışma / farkındalık yaratma potansiyeli • Demokratik katılımı teşvik etme potansiyeli • Politika ve karar mekanizmalarını etkileme potansiyeli • Medya okuryazarlığını geliştirme potansiyeli

Araştırmanın içerik analizi aşamasında, periferi yayıncıların heterojen üretim pratikleri (*X*'te yurttaş gazeteciliği, *YouTube*'da belgesel üretimi ve web sitelerinde makale yayıncılığı) nedeniyle karşılaşılan zorluklar, metodolojik tasarımda özel bir dikkat gerektirmiştir. Farklı platformlar ve formatlar (kısa metinler, görsel-işitsel içerikler ve uzun yazılar), içeriklerin biçimsel ve anlamsal özelliklerinin karşılaştırılabilirliğini zorlaştırabilirken, bağlamsal farklılıklar (örneğin, *X*'in anlık etkileşim odaklı doğası ile web sitelerinin editoryal derinliği) analiz kategorilerinin uygulanmasında tutarsızlık riski yaratabilir. Ayrıca, yayıncılar arasındaki platform temelli üretim yoğunluğu farkları, her katılımcıdan eşit sayıda içerik (10 içerik) alınmasını hedefleyen örnekleme yaklaşımında temsiliyet açısından sınırlılıklar yaratmıştır.

Bu zorlukların üstesinden gelebilmek adına, tümdengelimsel olarak geliştirilen analiz kategorileri, her platformun özgün dinamiklerini kapsayacak şekilde esnek bir şekilde uyarlanmıştır. Örneğin, "kamuoyuna yönelik potansiyel etkiler" kategorisi, *X*'de haber değeri taşıyan gönderiler, *YouTube*'da belgesel anlatılar ve web sitelerinde uzun form makaleler üzerinden değerlendirilmiştir. Benzer şekilde, "doxa'ya meydan okuma" kategorisi, *X*'de geleneksel medya normlarını eleştiren gönderiler, *YouTube*'da yenilikçi görsel hikâye anlatımı ve web sitelerinde derinlemesine analizler aracılığıyla yorumlanmış ve platformlara özgü ifade biçimleri dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

Araştırmada, *YouTube* üzerinden yayın yapan katılımcıların içerikleri, videoların yayımlanma tarihine göre, en yeni içerikten eskiye doğru incelenmiştir. Web sitesi üzerinden yayın yapan kurumlarda ise ana sayfada öne çıkarılan içerikler, benzer biçimde, kronolojik olarak geriye doğru sıralanarak değerlendirilmiştir. Bağımsız gazetecilik yapan bireysel katılımcılardan Metin Cihan'ın, kişisel yorumlardan ziyade haber değeri taşıyan *X* (eski adıyla *Twitter*) paylaşımları analiz

kapsamına alınmıştır. Ezgi Toprak'ın içerikleri, son olarak görev yaptığı *Teyit* platformundaki üretimlerinden seçilirken, Simge Akkaş'ın içerik örnekleri ise *Teyit* ve *Doğruluk Payı* bünyesinde yürüttüğü çalışmalardan seçilmiştir.

Son olarak, bu araştırmada kullanılan içerik analizinin, mecraların üretim sıklığı ve içerik çeşitliliğindeki dengesizlikler nedeniyle sınırlı bir temsiliyete sahip olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, içerik analizine ilişkin bulguların, tek başına genelleştirici sonuçlar üretmekten ziyade, görüşmelerde elde edilen verilerle bütüncül biçimde değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmalıdır. Bu durum hem içerik analizinin sınırlılıklarını hem de bu yöntemin çalışmadaki tamamlayıcı işlevini ortaya koymaktadır.

4.3. YAYINCILARIN PROFİLİ VE YAYINLARIN ÖZELLİKLERİ

Bedirhan Gülhan BULU, Mind Vorteks

Bedirhan Gülhan BULU, video kurgucusu ve içerik üreticisidir. Özellikle *YouTube* platformunda faaliyet gösteren *Mind Vorteks* (eski adıyla *Mind Vortex*) adlı kanalın kurucusu olarak tanınmaktadır. Sanat tarihi eğitimi alan Bulu, 2018 yılında kurduğu bu kanalda politika, felsefe, sanat ve bilim gibi farklı tematik alanlarda belgesel ve kurgusal içerikler üretmektedir. *Mind Vorteks*, yeni medya araçlarını kullanarak esnek ve deneysel bir anlatım dili benimsemesiyle dikkat çekmektedir. Kanal, bugüne kadar Rabia Naz Vatan'ın şüpheli ölümü, Sabancı suikastı ve 2010-2011 sezonu şike davası gibi güncel ve tarihsel konuları derinlemesine inceleyen içeriklerle tanınmış, bu içerikler, özellikle alternatif bilgi üretimi ve eleştirel medya anlatısı açısından ilgi görmüştür. Bununla birlikte *Mind Vorteks*'e esas popülerliğini kazandıran içerikler, Türkiye'deki organize suç yapıları ve çetelere ilişkin hazırlanan araştırma dosyaları olmuştur. Bu dosyalar, *YouTube* üzerinde milyonlarca izlenmeye ulaşarak dijital kamuoyunda belirli bir görünürlük ve tartışma alanı yaratmayı başarmıştır. Bulu'nun ürettiği videolar, yoğun görsel efekt kullanımı, detaylı kurgu yapısı ve anlatısal yoğunluğu ile öne çıkmaktadır. Kanal her ne kadar Bulu'nun bireysel emeğiyle şekilleniyor olsa da kardeşi ve yakın çevresindeki arkadaşları tarafından çeşitli düzeylerde desteklenmektedir (Sarıöz, 2022). Mind Vorteks'in bu çalışmanın araştırma kapsamına dahil edilme nedeni, niş bir yayın platformu olarak

merkez medya tarafından yeterince görünür kılınmayan konuları ele alması ve bunu yaratıcı anlatım teknikleri eşliğinde sunmasıdır. Bu özellikleriyle kanal, alternatif medya ekosisteminde periferi aktör niteliği taşıyan özgün bir örnek olarak değerlendirilmiştir.[74]

Ece BALEKOĞLU, Vesaire

Ece Balekoğlu, dijital yayıncılık alanında faaliyet gösteren bağımsız kültür-politika platformu *Vesaire*'de editör ve metin yazarı olarak görev yapmaktadır. Medya ve İletişim alanında lisans eğitimi alan Balekoğlu, hâlihazırda Kültürel Çalışmalar alanında yüksek lisans eğitimini sürdürmektedir. Vesaire bünyesinde müzik, edebiyat, sinema, toplum, siyaset ve psikoloji gibi çeşitli tematik alanlarda eleştirel yazılar kaleme almaktadır. 2018 yılında kurulan *Vesaire* platformu, kendisini şu şekilde tanımlamaktadır: "*Medya, günümüzde haberciliğe ve yayıncılığa ekseriyetle bir oyunmuş gibi yaklaşıyor: Kim kazanıyor, kim kaybediyor? Bu yaklaşım sansasyon üretimini teşvik ediyor, hakikatin ve eleştirel perspektifin önüne özensizliği ve aceleciliği yerleştiriyor. Hızını alamayanın takati kesiliyor, acele yürüyen yolda kalıyor. Vesaire, dijital yayıncılığın imkânlarını araştıran bağımsız bir kültür yayını. (...) Vesaire, yayıncılığın esas cevheri editörlükten ödün vermeden, medya ve teknoloji alanlarının mecburi kesişiminde çalışıyor. Tüm dijital mecralar için multimedya biçimselliğine sahip, her zaman okunmaya değer hikayeler üretiyor*" (Vesaire, 2025). Bu tanım doğrultusunda *Vesaire*, güncel gelişmelere dair derinlikli analizler sunan bir kültür, sanat ve politika platformu olarak öne çıkmaktadır. Balekoğlu, platformun yayın politikasını Türkiye bağlamında *The New Yorker* tarzı uzun okuma (longread) içerikleri üreten bir mecra olarak tanımlamaktadır. 25 Mart 2025 tarihinde Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) tarafından alınan bir kararla, herhangi bir bildirim yapılmaksızın *Vesaire*'nin internet sitesine Türkiye'den erişim engeli getirilmiştir. Platform, bu engellemeye karşılık yeni bir erişim adresi üzerinden

[74]Bu çalışma kapsamında görüşmeler tamamlandıktan sonra, "Narin Günay" cinayetine ilişkin bir belgesel hazırlayan kanal, söz konusu belgeselin yayımlanmasının ardından Türkiye'de erişime kapatılmıştır. Bunun üzerine Bedirhan Bulu ve ekibi, "Mind Vorteks 2" isimli ikinci bir kanal oluşturarak belgesel yayınlarını burada sürdürmeye başlamıştır. Ekip, bu sürece ilişkin şu açıklamada bulunmuştur: "Son yayınladığımız belgesel sonrası, ne yazık ki kanalımız Türkiye'de erişime kapatıldı. Ekibimizi tek gelir kaynağından eden bu gelişme, tamamen bağımsız ve tarafsız bir platform olarak bizleri derinden üzdü. Hiçbir zaman, bir kişi ya da kurum lehine para karşılığı içerik üretmedik. Amacımız; kamuoyunu ilgilendiren bir dosyayı, açık kaynaklar ve resmi bilgiler ışığında sorgulamak ve tartışmaya açmaktı. Bu süreçte desteğinize her zamankinden daha çok ihtiyacımız var. Lütfen sesimizi duyurun, içeriğimizi izlemeyenlerle paylaşın ve bağımsız gazeteciliğe sahip çıkın."

yayınlarına devam etmekte ve *Instagram* başta olmak üzere sosyal medya platformlarında yoğun içerik üretimi gerçekleştirmektedir. Ayrıca haftalık e-bülten yayınlarıyla takipçileriyle düzenli iletişim sürdürmektedir. *Vesaire*'nin bu araştırmanın örneklemine dahil edilme gerekçesi, niş bir alanda bağımsız dijital kültür-politika yayıncılığı yapıyor olması ve kültür, toplumsal cinsiyet, siyaset ve altkültür gibi tematik eksenlerde eleştirel ve düşünsel derinliği yüksek içerikler üretmesidir. Bu özellikleriyle *Vesaire* hem içerik üretim pratiği hem de taşıdığı değer yapısı bakımından merkez medya karşısında bir periferi medya aktörü olarak değerlendirilmektedir.

Ezgi TOPRAK, Bağımsız Gazeteci (Doğruluk Kontrolü, Medya Okuryazarlığı)

Ezgi Toprak, Basın ve Yayın bölümü mezunu bir gazeteci olarak *Milliyet Gazetesi* ve *CNN Türk* gibi ana akım medya kuruluşlarında çeşitli deneyimler edinmiş, ayrıca bir yapım şirketinde editör olarak çalışmıştır. Dijital medya okuryazarlığı konularına özel ilgi duyan Toprak, gazetecilik kariyerinin önemli bir bölümünü, Türkiye'deki en bilinir doğruluk kontrolü platformlarından biri olan *Teyit*'te sürdürmüştür. *Teyit*'te görev yaptığı süre boyunca, internette dolaşıma giren şüpheli bilgilerin doğruluğunu açık kaynak analizine dayandırarak araştıran ve bu doğrultuda çok sayıda doğrulama haberi yayımlayan Toprak, 2025 yılında kurumdan ayrılarak bağımsız gazetecilik yönünde bir kariyer çizgisi benimsemiştir. Bu süreçten sonra özellikle dijital medya okuryazarlığı alanında eğitmenlik faaliyetlerine ağırlık vermiş; çeşitli kurum, kuruluş ve bireylerle bu alanda seminer ve atölye çalışmaları yürütmüştür. Ayrıca, *YouTube* kanalı üzerinden gündemdeki konuları açıklayıcı ve eğitici bir formatta ele aldığı videolar üretmektedir. Görüşmelerin gerçekleştirildiği dönemde herhangi bir medya kurumunda sabit olarak çalışmayan Toprak, kendisini bağımsız gazeteci olarak tanımlamaktadır. Araştırma kapsamına dahil edilme gerekçesi, geleneksel medyada ve doğruluk kontrolü alanında sahip olduğu mesleki birikimin yanında, kurumsal yapılardan bağımsız, bireysel üretim pratiklerine dayalı bir serbest/bağımsız gazeteci pozisyonunda bulunmasıdır. Bu özellikleriyle Toprak, gazetecilik alanının periferisinde yer alan, ancak, alandaki bilgi üretimi ve medya okuryazarlığı alanlarında belirleyici işlev üstlenen bir fail olarak değerlendirilmiştir.

Ilgaz Yalçın FAKIOĞLU, Scrolli

Ilgaz Yalçın Fakıoğlu, Gazetecilik lisans eğitiminin ardından, İletişim Stratejileri ve Halkla İlişkiler alanında yüksek lisans derecesi almış, medya sektöründe on yılı aşkın deneyime sahip bir medya profesyonelidir. Muhabirlikten dijital editörlüğe, kreatif direktörlükten proje yöneticiliğine uzanan çeşitli görevlerde bulunmuş; *Sözcü*, *Hürriyet*, *Cumhuriyet* ve *Sputnik Türkiye* gibi merkez medya kuruluşlarında çalışmış, aynı zamanda dijital gazetecilik girişimlerine danışmanlık yapmıştır. Fakıoğlu, 2023 yılında Nihat Avcı ile birlikte kurduğu *Scrolli Medya*'nın kurucu ortağı ve CEO'su olarak, Türkiye'nin ilk etkileşimli haber platformu olan *Scrolli*'yi 2024 yılı başında hayata geçirmiştir. *Scrolli*, "yavaş habercilik" ve "scrollytelling" yaklaşımını benimseyen, uzun biçimli (long-form) ve multimedya destekli haber içerikleri üreten, abonelik tabanlı ve yapay zekâ destekli bir dijital yayın platformudur. Platform kendisini şu şekilde tanımlamaktadır: "İstanbul ve Londra merkezli, etki ve inovasyon odaklı yeni nesil bir medya kuruluşuyuz. Doğruluk, derinlik ve teknolojiyi gazeteciliğin merkezine koyarak, bilgiye değer katan bir yayıncılık anlayışı benimsiyoruz" (Scrolli, 2025). Fakıoğlu'nun ifadesine göre Scrolli, ana akım medyaya kıyasla daha sınırlı kaynaklara sahip olmasına karşın, kullanıcı odaklı, etki temelli ve derinlemesine kürasyon süreçlerine dayanan bir haber anlayışı geliştirmeyi hedeflemektedir. Platform, bünyesinde geliştirdiği *Alara AI* isimli yapay zekâ destekli asistan aracılığıyla kullanıcı davranışlarını dönüştürmeyi, bu doğrultuda yeni medya modellerini Türkiye'de hayata geçirmeyi amaçlamaktadır. *Scrolli*'nin araştırma kapsamına dahil edilme gerekçesi, hem dijital girişim temelli, yenilikçi bir medya platformu olması hem de haberin tasarımı, dağıtımı ve sunumuna dair klasik medya normlarının ötesine geçen örgütlenme modelleri geliştirmesidir. Bu yönüyle *Scrolli* hem merkez medya hem de alternatif medya yapılarından farklılaşan ve girişimcilik mantığı ile hayata geçirilmiş yeni bir medya modeli olarak konumlanmaktadır.

Koray KAPLICA, Doğruluk Payı

Koray Kaplıca, lisans ve lisansüstü eğitimini Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler alanında tamamlamış bir akademisyen ve medya profesyonelidir. Yüksek lisans tezinde insan hakları odaklı sivil toplum kuruluşlarının savunu stratejilerini inceleyen Kaplıca, bu çalışma aracılığıyla sivil toplum alanında önemli bir deneyim kazanmıştır. 2014 yılında *İzlemedeyiz Derneği* bünyesinde kurulan ve Türkiye'nin ilk kurumsal doğrulama girişimi olma özelliğini taşıyan *Doğruluk Payı* platformunun kurucu kadrosunda yer alan Kaplıca, halen platformda şef editör olarak görev yapmaktadır. *Doğruluk Payı*, Haziran 2014'te kurulmuş olup, *Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı*'nın (IFCN) kurucu danışma kurulu üyelerinden biri olan bir sivil toplum girişimidir. Başlangıçta siyasetçilerin kamuoyuna yönelik iddialarını açık kaynaklar üzerinden doğrulamayı hedefleyen platform, zaman içerisinde sosyal medya, geleneksel medya ve diğer iletişim mecralarında dolaşıma giren şüpheli bilgilerin ve komplo teorilerinin kontrolüne de odaklanarak faaliyet alanını genişletmiştir. 2020 yılından itibaren, bültenler, görselleştirmeler ve videolar gibi farklı formatlarda içerikler üreterek kamuoyunda tartışma kalitesini artırma ve dijital medya okuryazarlığını güçlendirme amacını benimsemiştir (Doğruluk Payı, 2025). Platformun özellikle Gezi Parkı protestoları ve 17-25 Aralık süreci gibi Türkiye'deki siyasal güvensizlik dönemlerinde ortaya çıkan bilgi kirliliğine karşı bir ihtiyaçtan doğduğu görülmektedir. Şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri doğrultusunda çalışan *Doğruluk Payı*, bağışlar ve proje destekleriyle faaliyetlerini sürdüren ve Türkiye'deki doğrulama ekosistemi içinde önemli bir yer işgal eden bir aktördür. Kaplıca'nın temsil ettiği bu platformun araştırma kapsamına dahil edilme nedeni, haber üretimi yerine haberin veya haber değeri taşıyan bilgilerin doğruluğunu denetleyen bir pratik geliştirmesi ve bu yönüyle gazeteciliğe dışsal ancak tamamlayıcı bir işlev üstlenmesidir. Dolayısıyla *Doğruluk Payı*, gazetecilik alanının periferisinde konumlanan fakat kamusal bilgi alanına müdahale eden etkili aktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir.

Metin CİHAN, Bağımsız Gazeteci (Araştırmacı Gazetecilik)

Bağımsız gazeteci Metin Cihan, özellikle sosyal medya platformları üzerinden yürüttüğü araştırmacı gazetecilik pratikleriyle tanınmaktadır. Bilgisayar Programcılığı ve Fizik alanlarında lisans eğitimi almasına rağmen üniversite eğitimini tamamlamayan Cihan, profesyonel gazetecilik geçmişi olmamasına karşın, 2017 yılından itibaren *Twitter* (günümüzde *X*) gibi dijital mecralarda 300.000'i aşkın takipçiye ulaşarak Türkiye kamuoyunu doğrudan etkileyen birçok olayı gündeme taşımıştır. Çiftlik Bank yolsuzluğu ve Rabia Naz Vatan'ın şüpheli ölümü gibi vakalara ilişkin yaptığı araştırmalarla geniş yankı uyandıran Cihan, bu çalışmanın örneklemi içerisinde en bilinen ve etkisi yüksek aktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Metin Cihan'ın çalışmaları, özellikle Türkiye-İsrail arasındaki ticari ilişkiler, TÜGVA'nın kamu kurumlarındaki yapılanmaları, hükümet yetkililerine yönelik yolsuzluk iddiaları gibi politik hassasiyeti yüksek konulara odaklanmakta, bu konuları açık kaynak analizleri ve sızdırılan belgeler yoluyla doğrulamaya çalışmaktadır. Sunduğu bilgilerin yalnızca içeriğine değil, bu bilgilere nasıl ulaşıldığına ve benzer araştırmaların nasıl yapılabileceğine dair şeffaf anlatımlar sunması, onu klasik gazetecilik sınırlarını zorlayan bir bilgi üreticisi haline getirmektedir. Özellikle Gazze Savaşı sırasında Türkiye ile İsrail arasında yürütülen ticarete dair ortaya koyduğu belgeler, kamuoyunda önemli tartışmalara yol açmıştır. Bu faaliyetleri sonucunda Cihan'a karşı çeşitli soruşturmalar açılmış, 2018 yılında *Sınır Tanımayan Gazeteciler* (RSF) ve *Avrupa Basın ve Medya Özgürlüğü Merkezi* (ECPMF) burs programları aracılığıyla Almanya'ya yerleşmek zorunda kalmıştır (Yücel, 2024). Şubat 2025'te *X* hesabının kapatılması gibi sansür girişimleriyle karşı karşıya kalmasına rağmen, Cihan faaliyetlerini *Bluesky* gibi alternatif dijital platformlar üzerinden sürdürmeye devam etmektedir.[75] Cihan'ın bu çalışmaya dâhil edilme gerekçesi, herhangi bir kurumsal

[75]Metin Cihan, *X* hesabının kapatılmasına ilişkin şu açıklamayı paylaşmıştır: "*X* (*Twitter*) hesabım yasaklandı. Paylaşımlarım artık Türkiye'den görünmüyor. Öncelikle sizden bir ricam var: Bu görseli kendi hesabınızdan paylaşırsanız, açıklamamın duyulması için yardımınız dokunmuş olacak. Hakkımda hiçbir mahkeme hükmü yok. Bu kararın hiçbir yasal dayanağı yok. Hükümet talep etti, X yerine getirdi. Sansür bu basitlikte işliyor. Peki neden? Filistin'de katliam devam ederken ülkemizin İsrail'e askeri alan dahil her tür tedarikçiliğini belgelerle gösterdiğim için. İsrail ile iş birliğini açığa çıkardığım için. Haberlerimi sadece herkese açık resmi kaynaklara dayandırdım. Ticaret bakanlığı verilerini paylaştım. Bakanlık bu ticareti sonradan itiraf etmek zorunda kaldı ve Erdoğan'ın yerel seçim yenilgisinde bu gerçeğin büyük etkisi oldu. Bu yüzden cezalandırılıyorum ve insanların haberlerime ulaşmasını engellemeye çalışıyorlar. *Twitter*. Özellikle *X* adını aldıktan sonra, yani dünyanın her yerinde katliamcı ve baskıcı politikaları destekleyen bir zengin züppe tarafından satın alındıktan sonra, sansür sıradan bir uygulama haline geldi. Daha özgür ve sansürsüz bir sosyal medya için Twitter benzeri bir alternatif arayışındaki herkesi *Bluesky*'a davet ediyorum. Haberlerimi oradan paylaşmaya devam edeceğim. Belki sesim daha az duyulacak ama ben susmayacağım. Metin Cihan (@metcihan)"

medya yapısına bağlı olmaksızın, bireysel üretim pratikleriyle kamusal bilgi üretimine doğrudan katkı sunması ve bu yönüyle gazetecilik alanının periferisinde konumlanmakla birlikte yüksek düzeyde etkili bir aktör olmasıdır. Gazetecilik kültürünün dışından gelmiş olmasına rağmen, ürettiği içeriklerle hem medyatik görünürlük hem de toplumsal etki yaratabilmesi, onu Türkiye gazetecilik ve politik alanlarında dönüşüm yaratma potansiyeli taşıyan bir periferi aktör olarak değerlendirmeyi olanaklı kılmaktadır.

Murat Sercan SUBAŞI, SLOTmedia

Murat Sercan Subaşı, sinema-televizyon alanında eğitim almış ve uzun yıllar sinema, televizyon ve yeni medya sektörlerinde çeşitli pozisyonlarda çalışmış bir medya profesyonelidir. Kariyerine kurgucu olarak başlamış, televizyon ve film sektöründe uzun yıllar kurgucu olarak görev almış; daha sonra *140Journos*'un video operasyonlarının belgesel kurgu diline evrildiği süreçte aktif rol üstlenmiştir. Ayrıca *BluTV* gibi dijital platformlarla iş birliği yaparak çeşitli belgesel projelerinde yer almıştır. 2020 yılında Ümit Oktay Aymelek ile birlikte *140Journos*'tan ayrılarak *SLOTmedia* adlı yeni medya girişimini kurmuştur. *SLOTmedia*, popüler kültür figürlerinin hayat hikâyeleri, ekonomik kriz, deprem ve Ümit Özdağ'ın siyasal yükselişi gibi güncel ve toplumsal öneme sahip meseleleri derinlemesine ele alan, yavaş habercilik ve hikâye anlatımına odaklanan belgesel içerikler üreten bağımsız bir dijital medya platformudur. Geleneksel habercilik anlayışından farklı olarak, görsel estetik, müzik ve yaratıcı kurgu unsurlarını multidisipliner bir yaklaşımla bir araya getiren *SLOTmedia*, yeni nesil izleyicilere hitap etmeyi hedeflemektedir. Üretim anlayışı sınırlı sayıda, yüksek emek gerektiren, seyir zevki yüksek ve editoryal derinlik taşıyan içeriklere dayanmaktadır. Kanal, Türkiye gündemindeki popüler gelişmelerin yanı sıra belirli popüler figürlerin hikâyelerine odaklanan videolar da üretmektedir. *SLOTmedia*, formatı ve yaklaşımı itibarıyla yeni medya teknolojilerini ve sunum tekniklerini etkili biçimde kullanmakta, bu yönüyle klasik habercilik kalıplarının ötesine geçerek konuların tüm aşamalarını hikâyeleştirme ve belgesel anlatım biçimiyle sunma hedefi gütmektedir. Bu özellikleri dolayısıyla *SLOTmedia*, çalışmanın kapsamına dâhil edilmiş ve gazetecilik alanına ilişkin dikkate değer bir aktör olarak değerlendirilmiştir.

Şükrü Oktay KILIÇ, Fayn

Lisans eğitimini iktisat üzerine alan Şükrü Oktay Kılıç, uzun yıllar geleneksel ve merkez medya kuruluşlarında çalışmış deneyimli bir gazetecidir. Meslek hayatına *Radikal* gazetesinde stajyer muhabir olarak başlamış, burada İsmail Saymaz ve Timur Soykan gibi tecrübeli gazetecilerle birlikte çalışarak öğrenci hareketleri, insan hakları ihlalleri ve toplumsal eylemler gibi konular üzerine haberler üretmiştir. 2013 yılında *Al Jazeera Türk*'ün dijital operasyonlarına sosyal medya prodüktörü olarak katılmış, bu görev kapsamında sosyal medya odaklı yenilikçi içerik stratejileri geliştirmiştir. Bu stratejiler sayesinde platform, 2014-2016 yılları arasında *Twitter*'da bir milyon takipçiye, *Facebook*'ta ise milyonlarca izlenme oranına ulaşmıştır. *Al Jazeera Türk*'ün kapanmasının ardından Kılıç, kariyerine Katar'da *Al Jazeera English* bünyesinde kıdemli prodüktör olarak devam etmiş, burada küresel haberlere yönelik multimedya ve etkileşimli içerikler üretmiştir. 2018 yılında Türkiye'ye dönerek *Teyit.org* bünyesinde video ve dijital projelerin yönetimini üstlenmiş, 2020 yılında ise kendi medya girişimi olan *Fayn*'ı kurmuştur. *Fayn*, abonelik temelli, bağımsız ve yenilikçi bir gazetecilik modeli olarak tasarlanmış; sosyal medya odaklı kısa videolar, belgeseller, portre içerikleri ve derinlikli dosyalar üretmektedir. Platform, geleneksel medyadan farklı olarak okur finansmanına dayalı bir yapı kurmuş ve kutuplaşmadan uzak bir yayıncılık çizgisi benimseyerek dünya standartlarında gazetecilik pratiklerini Türkiye'de uygulamayı amaçlamaktadır. 2024 yılında web sitesi üzerinden abonelik odaklı yayınlara başlayan *Fayn*, kısa sürede yaklaşık bir milyon sosyal medya takipçisine ve aylık 10 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Bu yönüyle *Fayn* hem içerik biçimi hem de finansman modeli bakımından merkez medya tipolojisinin dışında konumlanan, yenilikçi ve derinlikli habercilik anlayışıyla gazetecilik alanına alternatif bir yön sunan bir girişim olarak bu çalışmanın kapsamına dâhil edilmiştir.

Simge AKKAŞ, Bağımsız Araştırmacı (Doğrulama, Veri Gazeteciliği)

Simge Akkaş, lisans eğitimini Tarih bölümünde tamamlamış, lisansüstü çalışmalarını ise zihniyet tarihi üzerine yoğunlaştırmış bağımsız bir araştırmacıdır. 2021-2025 yılları arasında *Doğruluk Payı* bünyesinde doğrulama uzmanı ve editör olarak görev yapmıştır. Bu süreçte, sosyal medya ve internet platformları aracılığıyla tarafsız, olgu temelli içerikler üreterek medya okuryazarlığını artırmayı hedefleyen çeşitli projelerde aktif olarak yer almıştır. Özellikle açık kaynaklara dayalı olarak

ürettiği haber içerikleri aracılığıyla, doğruluk kontrolü alanına nitelikli katkılarda bulunmuştur. Simge Akkaş'ın bu çalışmaya dâhil edilmesinin temel nedeni, doğrulama platformlarındaki profesyonel deneyiminin yanı sıra, gazetecilik alanının dışından gelen, bağımsız ve genç bir araştırmacı olarak sahip olduğu özgün bakış açısı ve deneyimlerinin, çalışmanın amacıyla örtüşen nitelikte olmasıdır.

Umutcan SAVCI, Aposto

Umutcan Savcı, Endüstri Mühendisliği ve Uluslararası İlişkiler programlarından mezun olmuş, *Aposto*'nun kurucu ortağı, finans direktörü ve baş işletme görevlisi (COO) olarak Türkiye'de yeni medya alanında faaliyet gösteren bir girişimcidir. *Aposto*'dan önce, çeşitli şirketlerde yönetim ekiplerine yakın pozisyonlarda görev alan Savcı, inovasyon ve kurum içi girişimcilik alanlarında danışmanlık yapmıştır. Profesyonel gazetecilik deneyimi bulunmamasına rağmen, 2019 yılında Orhun Canca ile birlikte *Aposto*'yu kurmuş; platform, 2020 yılında ilk yatırımını alarak dijital yayıncılıkta yenilikçi bir model geliştirmeye başlamıştır. *Aposto*, kendisini "bağımsız dijital medya ve teknoloji şirketi" olarak tanımlamakta ve faaliyet alanını şu şekilde açıklamaktadır: "Gelecek nesil dijital medya markaları ve topluluk odaklı çevrimiçi girişimler inşa ediyoruz. Sıra dışı yaratıcılar ve kuruluşlarla iş birliği yaparak yeni yayınlar başlatıyor; e-posta bültenleri ve podcast'ler için bir yayın ağı olarak faaliyet gösteriyoruz" (Aposto, 2025). Özellikle e-bülten alanında farklı başlıklarda derinlikli ve niş içerikler sunan *Aposto*, günümüzde *Netflix* ve *Spotify* gibi dijital platformların iş modelinden ilham alarak bilgiyi modülerleştiren, yavaş gazetecilik odaklı, teyitli ve tarafsız içerikler sunan bir yayın platformuna dönüşmüştür. *Aposto*'nun bu çalışmaya dâhil edilmesinin temel gerekçesi, ana akım medyanın reklam temelli ve kutuplaşmış yapısına karşı, bağımsız, girişimcilik esaslı ve teknoloji merkezli bir alternatif sunarak, yeni iş modelleri ve kürasyon teknolojileri aracılığıyla niş ama etkili bir yayıncılık anlayışı geliştirmiş olmasıdır. Türkiye'de dijital medya alanında öne çıkan girişimci aktörlerden biri olarak *Aposto*, bu yönüyle çalışmanın kuramsal ve metodolojik çerçevesine uygun, anlamlı ve temsil gücü yüksek bir örnek teşkil etmektedir.

4.4. GÖRÜŞMELERDEKİ TEMATİK BULGULAR

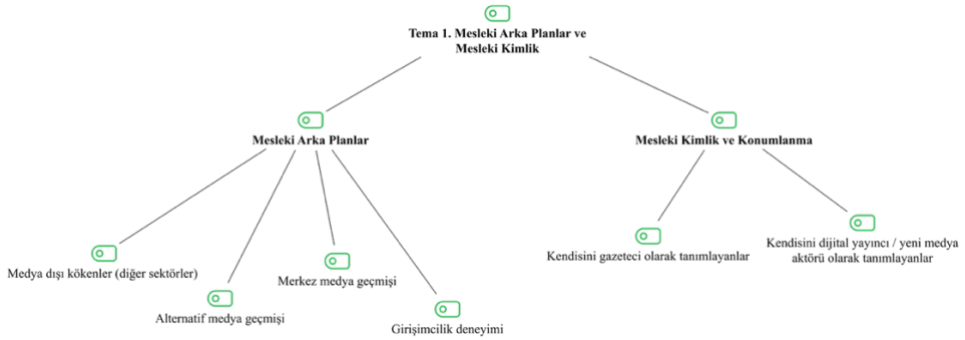
Bu çalışmanın örneklemine dâhil edilen on yayıncı, Türkiye'de gazetecilik alanının periferisinde konumlanan ve farklı üretim modelleriyle geleneksel medya pratiklerinden ayrışan çeşitlilikte aktörlerden oluşmaktadır. Aralarında YouTube'da belgesel temelli video içerikler üreten bireysel medya girişimcilerinden (Mind Vorteks, SLOTmedia), doğruluk kontrolü odaklı kurumsallaşmış yapılarla çalışan uzmanlara (Doğruluk Payı, Ezgi Toprak, Simge Akkaş), kültür-politika alanında metinsel içerikler kaleme alan dijital dergi çalışanlarına (Vesaire), dijital editoryal platform kurucularına (Fayn, Scrolli, Aposto) kadar geniş bir profil yer almaktadır. Bu yayıncıların eğitim geçmişleri, üretim mecraları ve organizasyon biçimleri bakımından heterojen bir yapı arz etmesine rağmen, onları ortak bir zeminde birleştiren temel unsur, gazetecilik alanının merkez medya normlarına dışsal konumlanışları ve bu normlara yönelik eleştirel ya da dönüştürücü müdahalelerde bulunmalarıdır. Dolayısıyla örnekleme dahil edilen yayıncılar, yalnızca içerik türleriyle değil, etik konumlanışları, örgütsel yapıları ve üretim stratejileriyle de gazetecilik alanının periferisinde işleyen ve bu alanın sınırlarını yeniden kurma potansiyeline sahip olan temsil gücü yüksek örnekler olarak değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, bir sonraki bölümde söz konusu on yayıncıyla gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular, altı farklı tema başlığı altında analiz edilerek okuyucuya sunulmuştur.

4.4.1. Mesleki Arka Planlar ve Mesleki Kimlik

Analizin birinci teması olan ve katılımcıların mesleki deneyimlerine ve gazetecilik alanındaki öznel konumlanışlarına odaklanan "Mesleki Arka Planlar ve Mesleki Kimlik" başlıklı bu tema, habitus kavramı doğrultusunda geçmiş deneyimlerin bireylerin mesleki kimliklerini nasıl şekillendirdiğini ortaya koymaktadır (Tablo 10). Tema, katılımcıların geçmiş deneyimlerinden, geldikleri alanlardan ve yaptıkları işi nasıl anlamlandırdıklarına ilişkin beyanlarından hareketle oluşturulmuştur. Katılımcıların geçmiş deneyimleri, habituslarını nasıl şekillendirdiğine dair önemli ipuçları sunmakta, aynı zamanda onların alandaki öznel konumlanışlarını ve mesleki kimliklerini nasıl tanımladıklarını kavramaya da olanak tanımaktadır. Görüşmelerde öne çıkan ilk alt tema olan "Mesleki Arka Planlar",

katılımcıların eğitim durumlarına, geçmiş mesleki deneyimlerine, alana giriş yollarındaki çeşitliliği ve bu yolların oluşturduğu pozisyonlarına odaklanmaktadır.

Tablo 10: Tema 1. Mesleki Arka Planlar ve Mesleki Kimlik



Bu çerçevede, bazı katılımcıların doğrudan merkez/ana akım ya da alternatif medya kurumlarında deneyim kazandıkları, bazılarının ise medya dışı alanlardan gelerek gazetecilikle kesişen bir mesleki hat oluşturdukları görülmektedir. Medya dışı geçmişe sahip katılımcılar arasında metin yazarı, veri analisti, akademisyen veya araştırmacı gibi çok çeşitli pozisyonlar yer almakta ve bu durum gazetecilik alanındaki mesleki tanımlamaların esnekliğine işaret etmektedir. Örneğin, Umutcan Savcı, endüstri mühendisliği eğitimi alırken, Koray Kaplıca siyaset bilimi, Bedirhan Gülhan Bulu ise sanat tarihi, Simge Akkaş da tarih üzerine lisans eğitimlerini tamamlamışlardır. Bazıları formasyon eğitimini yayıncılık pratiği ile birleştirebilirken bazıları ise sektör deneyimlerinden hareketle alan çeperinde konumlanmıştır. Örneğin, Koray Kaplıca, siyaset bilimi alanında çalışan bir akademisyenken sosyal bilim alanında edindiği bilimsel metodolojiyi Doğruluk Payı'ndaki yayınlarına aktarabilmiştir. Bedirhan Gülhan Bulu ise sanat tarihi alanında yeterince istihdam alanı olmamasının kendisini video kurgu alanına yönlendirdiğini söylemektedir. Katılımcıların yarısı medya dışı iş alanlardan gelirken diğer yarısı da (beş kişi) ana akım veya alternatif medya platformlarında geçmiş deneyime sahiptir. Hem ana akım medyada hem de alternatif medyada iş deneyimi bulunan (Örn: Oktay Kılıç) yayıncılar da bulunmaktadır.

Bu tema altında yer alan bir diğer alt tema olan "Mesleki Kimlik ve Konumlanma" başlığında, katılımcıların gazeteci kimliğini benimseyip

benimsemedikleri sorgulanmıştır. Kendisini "gazeteci" olarak tanımlayan katılımcıların yanı sıra, "hikâye anlatıcısı", "sosyal bilimci", "dijital yayıncı" veya "araştırmacı" gibi tanımlamalar kullanan yayıncılar da dikkat çekmektedir. Bu noktada önemli olan husus, bazı katılımcılar açısından mesleki kimliklerin, formel bir meslek mensubiyetinden ziyade bireysel deneyimlerle şekillenen öznel bir konumlanma biçimi olarak ortaya çıkmasıdır. Örneğin, Metin Cihan'ın gazeteci kimliğine yönelik gelişen kabullenişi, yalnızca kurumsal geçmişine değil, yürüttüğü faaliyetlerin niteliği ve kamusal etkisine dayalı bir mesleki inşa sürecine işaret etmektedir:

> "Bu konu (*gazeteci tanımı*) yine böyle benim süreç içerisinde kendi kendimle tartıştığım bir konuydu. Özellikle önce araştırarak Çiftlik Bankı Tosunu'nu bulmuştum Uruguay'da falan. Rabia Naz'ın haberi de önemliydi. Böyle bir şekilde adım gazeteci diye çıkmaya başladı. Hakkımda haberler yapılırken, yaptığım haberler haberleştirilirken ya da insanlar sosyal medyada konuşurken 'gazeteci Metin Cihan' diyorlardı bana. Aslında başlarda ben bu tanımı hep reddediyordum. Böyle röportajlarda falan da "gazeteci değilim" diyordum. O zamanlar 'sosyal medya habercisi' diye bir kavramın bana uygun olduğunu düşündüm. Bu genel olarak böyle tanımlı mıydı, var mıydı bilmiyordum ama evet benim yaptığım şey ne? Sosyal medyada haber paylaşıyorum. O zaman sosyal medya habercisi diyebilirim kendime dedim. Sonra Almanya'ya Sınır Tanımayan Gazeteciler kuruluşunun davetiyle geldim. O başvuru formunda bile 'ya hani gazeteciyim diye çağırıyorsunuz ama aslında ben gazeteci değilim, olay böyle böyle' diye anlatıyordum. Ama bir gün Avrupa Basın Medya Özgürlüğü Merkezi'nin (ECPMF) Leipzig'de araştırmacı gazetecilik üzerine bir eğitim programı vardı. O oturumdan önce ya şu konuya bir bakayım dedim. Araştırmacı gazeteci işte bir konuyu araştırır, gizli olanı açığa çıkarır, onu topluma sunar falan. O gün 'ya ben bunu yapıyorum işte' dedim. Niye fazla da kasıyorum? Tamam, kabul ediyorum, artık kendime 'araştırmacı gazeteci' diyorum dedim. Yaptığım şey ile bu tanım uyuyordu çünkü. Böyle gelişti benim açımdan o tanımlar" (Metin Cihan, Bağımsız Gazeteci).

Cihan'ın mesleki kimlik inşası, formel gazetecilik eğitimi ve profesyonel medya örgütlenmesi dışında, kamusal tepkiler, sosyal medya etkileşimleri ve uluslararası gazetecilik kurumlarının tanıma pratikleri aracılığıyla oluşmaktadır. Dolayısıyla, onun habitusu, kurumsal alanın içinden değil, sınırında ya da dışında gelişen etkileşimler aracılığıyla biçimlenmekte; bu süreçte bireyin kendilik algısı, çevresel tanıma pratikleriyle sürekli müzakere hâlinde yeniden üretilmektedir.

Metin Cihan'ın kendisini konumlandırma süreci doğrudan kişisel deneyimlerinden ve sosyal ilişkilerinden (insanların onu 'gazeteci' olarak tanımlaması gibi) hareketle şekillense de katılımcıların kendini tanımlama sürecinde farklılıklar dikkat çekmektedir. Özellikle ana akım medya geçmişine sahip olan katılımcılar gazeteci kimliğini açık biçimde benimserken, medya dışı kökenli aktörler kendilerini daha çok "hikâye anlatıcısı", "sosyal bilimci", "dijital yayıncı" veya "araştırmacı" gibi kavramlarla tanımlamayı tercih etmektedir. Bu tercihler, gazetecilik alanındaki normatif kimliklerin dışında bir habitus oluşturulmasına işaret eder. Örneğin, kendisini "video kurgucu" olarak tanımlayan Bedirhan Gülhan Bulu, yaptığı işi "araştırmacı gazetecilik" olarak adlandırsa da "gazeteci" sıfatını taşımaktan özellikle kaçındığını belirtmektedir: "*Yaptığımız işi bir anlamda araştırmacı gazetecilik olarak da görüyorum. Bir araştırma yaparken bazen gözlerim ağrıyor. İnanılmaz bir emek ve çaba var burada. Bence bunun araştırmacı gazetecilik olarak adlandırılması kesinlikle nokta atışı olur. Ama kendimi doğrudan 'gazeteci' olarak tanımlamıyorum*" (Bedirhan Gülhan Bulu, Mind Vorteks). Benzer şekilde, Simge Akkaş da "*hiçbir zaman muhabirlik yapmadım*" diyerek kendisini gazetecilikten ziyade "hikâye anlatıcısı", "araştırmacı" ya da "sosyal bilimci" olarak konumlandırmaktadır.

Ece Balekoğlu ise kendisini normatif bağlamda tanımlanan gazetecilik anlayışından doğrudan ayrıştırmaktadır. Ona göre, yaptıkları iş daha çok hibrit bir formdur:

> "Vesaire üzerinden konuşursak bu yaptığımız işi tam anlamıyla gazetecilik içine ben sokmazdım. Çünkü, burada sıfırdan bir haberin peşinden gidip, onu kovalayıp, belirli kaynaklar bulup sonra da haber sunduğumuz bir iş değil bu. Daha çok biraz daha serbest yayıncılığa dair biraz daha böyle düşünce yazılarına da yer verdiğimiz onları derlediğimiz, çevirdiğimiz bir süreç. Bu yüzden bizim yaptığımız işe dijital kültür sanat yayıncılığı gibi daha hibrit bir yapı denilebilir. Yayınlarda bir habercilik ögesi var ama o da bizim aslında diğer habercilerin haberlerinden derlediğimiz bir haber türü gibi algılanabilir. Çünkü biz bir bilgiyi alıp onu sıfırdan haber gibi üretmekten ziyade bunu, *Vesaire* diliyle ve bakış açısıyla ele alıyoruz. Bu yüzden yayınlarımızı biraz da *The New Yorker* tarzı bir dijital yayıncılık diye tanımlayabilirim" (Ece Balekoğlu, Vesaire).

Murat Sercan Subaşı da benzer şekilde mesleki kimliklerini gazetecilik ve diğer üretim alanları arasında kurdukları geçişli ve melez ilişkilerle tanımlamaktadır:

> "Biz kendimize tam olarak haberci diyemeyiz. Kendimize tam olarak da hikaye anlatıcısı da diyemeyiz. Biz ikisini de yapan bir yeni medya kuruluşuyuz. Biz bağımsız haberler de yapıyoruz. Ancak, yaptığımız şey sıcak haberler değil. Biz hep olayları sonradan değerleyen, daha derinlikli ve entelektüel bir bakış atmaya çalışan, toplu bir değerlendirme yapan belgesel içerikler yapmaya çalışıyoruz. Bence artık yeni medya da böyle bir şey. Artık bazı ayrımlar ortadan kalktığını düşünüyorum. Sadece geleneksel haber editörlüğüyle bence yeni insanlara ulaşamazsınız. Yeni kuşaklara ulaşamazsınız. (…) Multidisipliner bir şey yeni medya. Yani sadece buna bir habercilik diyemeyiz. Sadece bir YouTube videosu da diyemeyiz. Film veya müzikle hikâye anlatımı de diyemeyiz. Hepsinin bir arada olduğu bir alan burası. Bu yüzden bizim yaptığımız hepsinin birleşimi diyebilirim" (Murat Sercan Subaşı, SLOTmedia).

Bu kapsamda kendisini "gazeteci" olarak tanımlamayan katılımcıların hepsinde söz konusu "hibrit" veya "melez" yapı vurgusu gözlemlenmektedir. Katılımcıların gazeteciliği daha çok geleneksel medya bağlamında kavranan "haberi merkezi" gazeteciliği olarak kavradığını da belirtmek önemlidir. Bu anlamda kendisini gazeteci olarak tanımlamayan yayıncıların hepsinde içinde habercilik unsuru bulunduran ancak bunu artı başka bir unsurla genişleten ögelerin olduğu gözlenmektedir. Nitekim Umutcan Savcı da kendisini ve kurumunu gazeteci veya gazetecilik olarak değil, "habercilik alanında teknoloji girişimcileri" olarak tanımlamakta ve süreç içinde "yayıncılığa" ağırlık vermek zorunda kaldıklarının altını çizmektedir: "*En başında esas amacımız medya kolunda bir teknoloji girişimi üretmekti. Haberciliğin ve dergiciliğin Spotify'ını yaratmak gayretiyle başladık. Ama yol boyunca medyanın içinde bulunmak ve Türkiye'nin durumu bizi biraz daha medyada bulunmaya itti diyebilirim*" (Umutcan Savcı, Aposto).

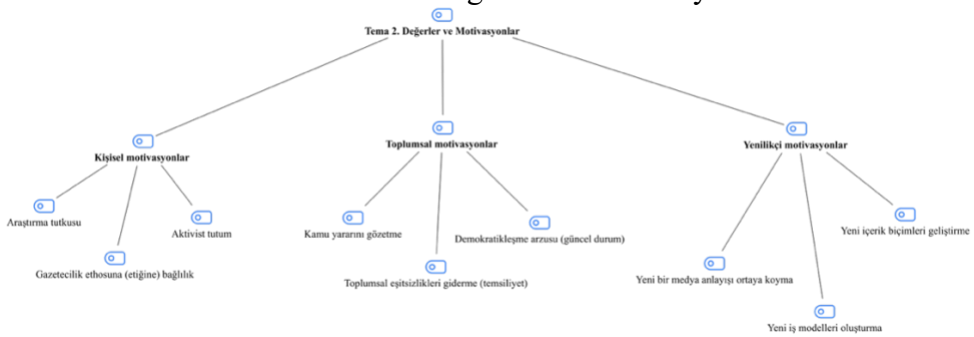
Bu temadan hareketle değerlendirildiğinde, gazetecilik alanı, Bourdieu'nün öngördüğü şekilde yekpare ve sabit sınırlarla çevrili bir alan olmaktan ziyade, farklı habituslara sahip aktörlerin farklı pozisyonlardan dâhil olduğu ve bu pozisyonlara göre kendilerini yeniden tanımladığı dinamik bir yapı sergilemektedir. Katılımcıların büyük kısmı, gazetecilik normlarını doğrudan benimsemese dahi bu alanla ilişki kurmakta ve bazı temel gazetecilik pratiklerini (araştırma, doğrulama, kamusal sorumluluk gibi)

içselleştirmektedir. Bu durum, gazetecilikte sınır çalışmaları literatürünün savunduğu gibi, "kimlerin gazeteci olduğu" sorusunun yalnızca meslekî kimlik kartlarıyla değil, yürütülen pratikler, üstlenilen roller ve oluşturulan kamusal etkilerle anlam kazandığını göstermektedir. Metin Cihan'ın alanda konumlanma deneyimi konuya ilişkin özgün bir örnek teşkil edebilir. Nitekim, Metin Cihan, gazetecilik alanındaki yerini yalnızca kendi üretim pratikleriyle değil, alanın sınırlarını belirleyen kurumlar ve toplumsal algılarla girdiği etkileşim aracılığıyla kazanmakta ve tanımlamaktadır. Böylece, Metin Cihan'ın ve alan dışında konumlanan diğer yayıncıların habitusu, klasik muhabirlik ya da editoryal hiyerarşiyle değil, alanın dışından gelen baskılar, tanınma biçimleri ve öznel değerlendirmelerle şekillenmiş "alternatif bir habitus" olarak değerlendirilebilir. Bu durum, periferi aktörlerin gazetecilik alanındaki meşruiyet ve tanınırlık mücadelelerinin ne kadar çok katmanlı ve bağlamsal olduğunu da göstermektedir. Böylece mesleki kimlik, yalnızca sahip olunan etiketler değil, failin alan içindeki etkileşimleriyle şekillenen bir sosyal inşa süreci olarak görünürlük kazanmaktadır.

4.4.2. Değerler ve Motivasyonlar

Bu tema, katılımcıların yaptıkları işi hangi değer ve inançlar temelinde anlamlandırdıklarından hareketle oluşturulmuştur. Böylece, katılımcıların doxa ve illusio kavramları çerçevesinde alana olan bağlılık biçimleri ve bu bağlılığın nasıl şekillendiği anlaşılmaya çalışılmıştır. Görüşmeler sırasında, yayıncıların yaptıkları işe yön veren değer ve motivasyonlar üç temel başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar: (1) kişisel motivasyonlar, (2) toplumsal motivasyonlar ve (3) yenilikçi motivasyonlar şeklinde sınıflandırılmıştır. İlgili kategorilerin alt açılımlarına Tablo 11'de yer verilmiştir.

Tablo 11: Tema 2. Değerler ve Motivasyonlar



Katılımcıların motivasyon kaynakları incelendiğinde, kişisel motivasyonlara kıyasla toplumsal ve yenilikçi motivasyonların daha belirgin şekilde öne çıktığı görülmektedir. Kişisel motivasyonlar arasında "araştırma tutkusu", dikkat çeken bir unsur olarak öne çıkmakta, özellikle geçmişte gazetecilik deneyimi bulunan Ilgaz Fakıoğlu ve Oktay Kılıç gibi katılımcıların, gazetecilik ethosuna (etiğine) yönelik kişisel bir değer bağlılığı geliştirdikleri gözlemlenmektedir. Söz konusu değerler her ne kadar gazeteciliğin toplumsal işlevine atıf içerse de katılımcılar bu değerleri kişisel deneyimleri ve mesleki geçmişleri üzerinden kurmaktadır. Başka bir ifadeyle, geçmişte geleneksel gazetecilik pratiği içerisinde yer almış katılımcılar, gazeteciliğin değer sistemini -yani ethosunu ya da ideolojisini- kendi bireysel değer dünyalarıyla eklemleyen aktörler olarak öne çıkmaktadır.

> "Benim gazetecilik mesleğini sevmemin nedeni aslında gazeteciliğin çok güçlü bir meslek olarak görmem. Yani gazetecilik aslında çok güçlü bir meslek. Kültürel uluslararası kodların uygulama alanlarına baktığınızda bir kere teknolojiye çok entegre bir mesleksiniz. Toplumu doğrudan değiştiriyorsunuz. Şu anda reklam, halk ilişkiler, pazarlama, tüm mesleki kodlar, tüm uygulama alanı gazetecilik üst çatısı altında meslekler aslında. İyi yapıldığında güçlü bir model ekonomik olarak da. Türkiye'deki konumu bambaşka seviyede olabilir. Ancak, ben Türkiye'deki uygulama alanına bakarak mesleği değerlendirmiyorum. Gerçekten uygulandığın potansiyeli üzerinden seviyorum bu mesleği. Sevmeden yapılabilecek bir meslek değil zaten" (Ilgaz Yalçın Fakıoğlu, Scrolli).

Ilgaz Yalçın Fakıoğlu'na benzer şekilde, uzun yıllar merkez medya kuruluşlarında çalıştıktan sonra *Fayn*'ı kuran Oktay Kılıç'ta da gazetecilik mesleğine yönelik kişisel bir bağlılık dikkat çekmektedir. Nitekim Kılıç, bu bağlılığı şu şekilde ifade etmektedir: "*Hakikaten gazeteci ağaçta falan yetişmiyor. Bu işin etik ilkeleri var ve bunlar yüzlerce yılda oluşmuş şeyler. Usta-çırak ilişkisiyle öğrenilen bir şey*." Bu açıklama, gazeteciliğin tarihsel olarak şekillenmiş bir etik çerçeveye dayandığını ve bu çerçevenin kişisel deneyimlerle içselleştirildiğini göstermektedir. Dolayısıyla, bazı yayıncılarda gazetecilik ethosuna doğrudan ve kişisel düzeyde bir bağlılığın var olduğu gözlemlenmiştir.

Diğer taraftan, iki katılımcının (Metin Cihan ve Ece Balekoğlu) yayıncılık faaliyetlerinde kişisel bağlamda belirleyici olan unsurun, belirli bir aktivist tutum olduğu gözlemlenmektedir. Bu tutumun, katılımcıların içinden geldikleri habitusun bir yansıması olarak değerlendirilmesi mümkündür. Nitekim Metin Cihan, gazetecilik faaliyetlerin ideolojik duruşunun kişisel bir güdüye dönüşme sürecini şu ifadelerle dile getirmektedir: "*Üniversite yıllarımda sol bir partinin aktif üyesiydim. 2012 yılında, Gezi'den bir süre önce istifa etmiştim. Ama bir şekilde böyle mücadele etmeden de duramadım. Yaptığım işlerde, 'toplum için ne yapabilirim' güdüsünün etkisi çok bariz. Bunu inkâr edemem*" (Metin Cihan, Bağımsız Gazeteci). Bu açıklama, Cihan'ın gazetecilik alanında hem bireysel hem de toplumsal motivasyonlarla konumlandığını göstermektedir. Benzer biçimde, Ece Balekoğlu da yayıncılık faaliyetlerinde ideolojik yönelimlerin ve aktivist bir duruşun etkili olduğunu vurgulamaktadır: "*Vesaire'nin yayınları aslında biraz da kendi ihtiyacımızdan doğan bir şey. İdeolojik olarak daha sol bir yerde durmamızın dışında, kesinlikle hiçbir partinin yayını değiliz. Sadece hepimiz kendi bireysel hayatlarında aşağı yukarı benzer bir ideolojiyi paylaşan insanlarız. Dolayısıyla, tabii o ideolojik düşünmenin getirdiği bir 'bunu temellendirelim' fikri de var*" (Ece Balekoğlu, Vesaire).

Diğer yandan, katılımcıların önemli bir kısmında yenilikçi bir anlayış ortaya koyma motivasyonunun baskın olduğu görülmektedir. Neredeyse tüm katılımcılar (n=8), yürüttükleri faaliyetlerde "yeni içerik biçimleri geliştirme" arzusuyla hareket ettiklerini ifade etmektedir. Özellikle girişimcilik mantığıyla kurulmuş medya platformlarında bu motivasyon, "yeni bir medya anlayışı geliştirme" ve "yenilikçi iş modelleri oluşturma" yönünde de somutlaşmaktadır. Bu bağlamda, "yenilikçilik" teması özellikle *Aposto*, *Fayn* ve *Scrolli* örneklerinde belirgin biçimde dile getirilmiş ve bu platformların vizyonunun merkezinde yer almıştır.

> "Bir kürasyon teknolojisi sunmak hedeflerimizden biri. Bugün büyük medya modellerinin tamamı aslında bir kürasyon teknolojileri şirketi. Yani *Netflix* için bir kürasyon teknolojisi diyebiliriz, *Spotify* için aynısını söyleyebiliriz. Bunun bir benzerinin yazılı medya için okura sunulduğu bir metodoloji henüz kimse tarafından hayata geçirilmedi. O yüzden burada en büyük eksiğin de teknoloji tarafında olduğunu görüyoruz. Ve bunun aşılması için birtakım metodolojiler üretmek ciddi bir ihtiyaç. Buna göre hareket ediyoruz" (Umutcan Savcı, Aposto).

Şükrü Oktay Kılıç da benzer şekilde yaptıkları işin inovatif yönünün altını çizmektedir: "Fayn hem inovasyon hem gazetecilik. Sadece inovasyon değil. O çok daha fazla popülarite getirebilir. Sadece erişim ve etkileşim de değil. Bunu sadece yaratıcı içeriklerle yapma motivasyonuyla Fayn'ı üçe beşe katlayabilirsin. Ama gazetecilik olmadan olmaz. Gazetecilik ve yeniliği bir araya getirmek bence Fayn'ı ayrı tutan şey."

Kişisel ve yenilikçi motivasyonların yanı sıra, tüm katılımcılarda yaptıkları işi güdüleyen temel etkenin toplumsal motivasyonlar olduğu gözlemlenmiştir. Görüşme yapılan tüm yayıncılarda, "kamu yararını gözetme" düşüncesi, yürüttükleri yayıncılığın belirleyici bir yönü olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların bir kısmı, toplumda dezavantajlı ve ötekileştirilmiş grupların temsiliyetini artırmayı temel bir motivasyon kaynağı olarak ifade ederken; diğerleri, Türkiye'deki güncel politik atmosferi referans göstererek, demokratikleşme sürecine katkı sunma sorumluluğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda, toplumsal fayda üretme amacı, tüm katılımcıların yayıncılık faaliyetlerinde ortaklaştıkları bir değer alanı olarak değerlendirilebilir.

Dolayısıyla, farklı bağlamlarda şekillense de "toplumsal fayda üretme" motivasyonu, tüm katılımcıların temel yönelimlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Koray Kaplıca, *Doğruluk Payı*'nda yürütülen faaliyetlerin temelinde yer alan "sivil topluma fayda sunma" ilkesine atıf yaparak, "kamusal faydayı hâlâ çok önceliyoruz" ifadesiyle platformun sivil toplum temelli yayıncılık yaklaşımını vurgulamıştır. Benzer biçimde, Murat Sercan Subaşı, *SLOTmedia*'nın üretim süreçlerinin toplumsal sorumluluk ilkesiyle şekillendiğini belirterek, "toplumu etkileyen konulara kayıtsız kalamayız" sözleriyle ekonomik kriz, deprem ve İsrail-Türkiye ticareti gibi meselelerin içerik seçimlerini nasıl yönlendirdiğini açıklamıştır. Ezgi Toprak ise Türkiye'deki derin toplumsal kutuplaşma bağlamında, "kamuoyunu doğru bilgilendirme" işlevinin bu ayrışmayı azaltabileceğini savunmuş, bu nedenle kamusal misyonla hareket etmenin gazetecilik pratiğinde belirleyici bir değer taşıdığını vurgulamıştır. "Benim temel motivasyonum, Türkiye'nin demokratikleşmesi" diyen Umutcan Savcı ise, güncel konjonktürden hareketle *Aposto*'nun hedefini şu şekilde aktarmıştır:

> "Çok sesliliğin olmayışı, bugün medyanın ciddi problemlerinden biri. Bunun birçok farklı tarafı da var. Bu zamanın birinde LGBT+ bireyler mevcuttu. Onun dışında gençler, genç kadınlar için mevcuttu. Yol boyunca biraz azaldı. Ama dünyanın birçok yerinde farklı çıkar grupları için devletlerle bu kadar yakın temas halinde çalışan bu Big Tech dediğimiz büyük teknoloji şirketleri, teknofeodaller ciddi sansür mekanizmalar uyguluyor. O yüzden biz moderasyonun belli, açık ve herkesin mutabık kaldığı etik standartlar etrafında yürüdüğü ve bunun dışındaki her halde düşünce ve ifade özgürlüğünün korunduğu, içeride farklı seslerin ve toplulukların temsil edilebildiği bir medyum yaratmaya gayret ediyoruz" (Umutcan Savcı, Aposto)

"Değerler ve Motivasyonlar" temasına ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında, periferide konumlanan yayıncıların ifadelerinde öne çıkan kişisel (ethos veya aktivizm temelli), toplumsal ve yenilikçi motivasyonların kesişimselliği, bu aktörlerin gazetecilik alanındaki mevcut doxa'ya (hakim kabullere) karşı kendi illusio'larını (oyuna ve oyunun değerine olan inançlarını) yeniden inşa ettikleri bir müzakere alanına işaret etmektedir. Bu motivasyonlar, sadece bireysel yönelimlerin toplamı olmaktan ziyade, alanda görünmez kılınan ya da merkez tarafından dışlanan değerlerin stratejik biçimde yeniden sahiplenilmesiyle şekillenen sembolik bir mücadele pratiği olarak okunabilir. Dolayısıyla bu katılımcılar, gazeteciliği bir içerik üretim faaliyeti olmanın ötesinde, değer ve meşruiyet inşasına yönelik bir konumlanma stratejisi olarak kavramaktadır.

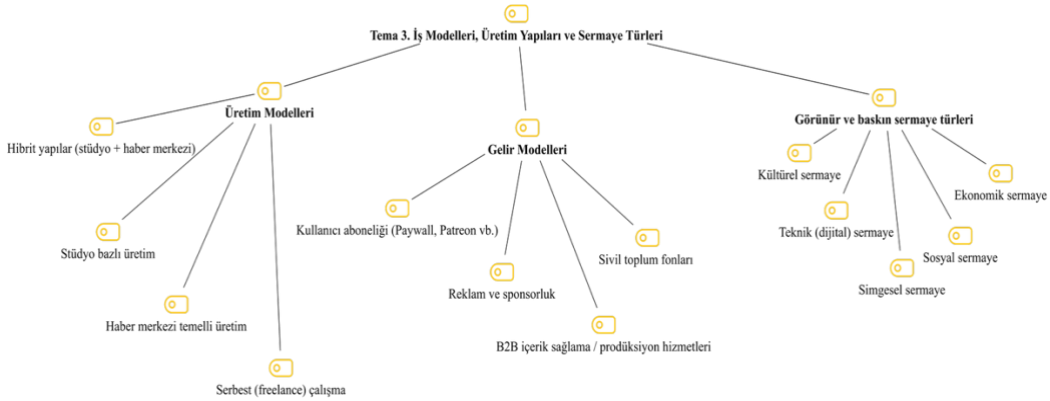
Katılımcıların habitusları, yalnızca geçmiş deneyimlerin tortusunu taşımakla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal, teknolojik ve kültürel dönüşümlerin şekillendirdiği yeni bir gazetecilik tahayyülüne yön vermektedir. Bu noktada, Ilgaz Fakıoğlu ve Oktay Kılıç gibi geleneksel gazetecilik pratiği içinden gelen aktörlerin mesleki ethos'a dayalı kişisel bağlılığı, Metin Cihan ve Ece Balekoğlu gibi aktivist habituslara sahip katılımcıların toplumsal fayda yönelimleriyle, Umutcan Savcı ve yine Oktay Kılıç'ın örneklediği yenilikçilik arayışıyla birlikte düşünüldüğünde, bu motivasyonlar farklı arka planlara sahip bireylerin "meşru gazetecilik" tanımını yeniden üretme süreçlerinde nasıl işlevsel hale getirildiğini göstermektedir. Burada gazetecilik, klasik normların ötesine geçen bir yeniden kurulum alanı olarak, sembolik bir yeniden yerleşim sürecine zemin oluşturmaktadır.

Bu çerçevede, “kamu yararını gözetme” veya “toplumsal fayda üretme” gibi görünüşte evrenselleştirici değerlerin tüm katılımcılar tarafından benimsenmesi, merkezin terk ettiği -ya da temsil etmekte yetersiz kaldığı- normların periferide yeniden sahiplenilmesi olarak da yorumlanabilir. Böylece periferideki yayıncılar hem kendi varoluşlarını meşrulaştırmakta hem de alanın hiyerarşik yapısına alternatif bir *illusio* önererek yeni bir sembolik mücadele hattı örmektedir. Görüşmelerde dile getirilen motivasyonlar tanımlayıcı niteliklerin olmanın ötesinde, bu yayıncların medya alanında dönüştürücü potansiyele sahip stratejik failliğini görünür kılan kurucu unsurlar olarak değerlendirilebilir.

4.4.3. İş Modelleri, Üretim Yapıları ve Sermaye Türleri

Bu tema, katılımcıların sürdürülebilirlik stratejileri, üretim yapılarındaki organizasyon biçimleri ve öne çıkardıkları sermaye türlerinden hareketle oluşturulmuştur. Aynı zamanda, bu tema Bourdieu’nün sermaye tipolojisine ilişkin referansların gözlemlenmesine ve bu tipolojinin medya alanındaki yansımalarının anlaşılmasına olanak sağlamaktadır. Bu temayı açımlamak adına (1) Üretim Modelleri, (2) Gelir Modelleri (3) Görünür ve baskın sermaye türleri alt temaları oluşturulmuştur (Tablo 12).

Tablo 12: Tema 3. İş Modelleri, Üretim Yapıları Ve Sermaye Türleri



Sermaye hacmi ve gelir modellerindeki farklılıklar dikkate alındığında, alandaki yayıncıları homojen bir bütün olarak değerlendirmek yanıltıcı olacaktır. Örneğin,

teknoloji şirketi mantığıyla yapılandırılmış bir kuruluş olan *Aposto*'nun sahip olduğu sermaye kapasitesi ile, yalnızca okur destekleri üzerinden varlığını sürdüren Metin Cihan veya Bedirhan Gülhan Bulu (Mind Vorteks) gibi serbest çalışmaya dayalı yayıncıların kaynak yapısı ve üretim modeli birbirinden oldukça farklıdır. Bu nedenle, söz konusu iki yapıyı aynı gelir ve üretim kategorisinde karşılaştırmak analitik açıdan sağlıklı bir yaklaşım sunmaz. Nitekim bu tema da -bir karşılaştırma üzerine değil- bağımsız yayıncıların benimsediği gelir ve üretim modellerindeki çeşitliliği ve bu çeşitliliğin sermaye türleriyle olan ilişkisini anlamlandırmak amacıyla yapılandırılmıştır.

Bir kurum çatısı altında çalışan yayıncıların büyük bir kısmının hem dışarıya prodüksiyon işlerinin yapıldığı bir stüdyo hem de editöryal bir sürecin işlediği haber merkezi modellerinin karışımı hibrit bir modelle çalıştığı gözlemlenmektedir. Görüşmelerde sadece üç katılımcı serbest gazetecilik yapmaktadır. Bağımsız ve hibrit bir gazetecilik modeli için uzun süre çabaladığını dile getiren Şükrü Oktay Kılıç, Fayn'ın üretim modelini şu şekilde aktarmaktadır:

> "2020'de Fayn'ı kurarken hem bağımsız bir gazeteci grubunu hem de Teyit'de çalışırken o dönem kurduğum kreatif işleri bir araya getirmeye çalıştık. Stüdyo modeliyle başladık. Bunun nedeni de ilk günden para kazanmamız gerekiyordu. Yani bir finansmanımız yok. Kendimiz zengin değiliz. Başlarda bir yatırımcı asla bulamayız. Stüdyo sayesinde biz ilk günden para kazanabildik. Ne yaptık? İnsanlara dedik ki biz böyle yaratıcı videolar üretebiliyoruz, belgeseller yapabiliyoruz. Bunlar revaçta. Biz bir prodüksiyon şirketi gibi içerikler ve belgeseller üretip, büyük platformlara içerikler ve programlar geliştirip sattık. Örneğin *DW*'nin *+90* kanalını "büyüteç" adında bir video dosya serisi yaptık. Bu arada bunları 2-3 kişilik ekiplerle yaptık. *GEYN*, *KafaTV*... vs bunları takip etti. Böylece başlarda para kazanabildik. Sonradan stüdyo modeli ile biraz biraz para kazanmaya başlayınca aşama aşama işte bir haber merkezi gibi haber ve kendi yayınlarımızı üretmeye geçtik" (Şükrü Oktay Kılıç, Fayn).

Tablo 13: Yayıncıların Üretim Modellerinin Dağılımı



Murat Sercan Subaşı, *SLOTmedia*'nın Fayn ile benzer biçimde bağımsız bir medya modeli hedeflediğini, ancak finansal ve yapısal kısıtlar nedeniyle farklı bir gelir modeli benimsediklerini ifade etmektedir. Subaşı'ya göre, büyük sermaye grupları ya da Avrupa menşeli fonlarla desteklenen medya kuruluşlarının aksine, *SLOTmedia* kendi finansal sürdürülebilirliğini reklam, sponsorluk ve dijital ajans hizmetleri üzerinden sağlamaya çalışmaktadır. Bu kapsamda, Allianz Mottomusic, Red Bull ve Coca-Cola gibi büyük markalara yönelik belgesel ve reklam içerikleri üreterek gelir elde ettiklerini belirtmektedir. Bununla birlikte, COVID-19 pandemisi sürecinde reklam gelirlerinin kesintiye uğraması ve özellikle doğal afet gibi kriz anlarında hızlı içerik üretiminin yapılamaması, bu modele dayalı yayıncılığın zorluklarını ortaya koymuştur. Subaşı, bu süreçte dış fonlara erişimi olan bağımsız medya platformlarının daha sürdürülebilir yapılar sergilediğini gözlemlediklerini dile getirmektedir. Ayrıca *SLOTmedia*'nın zaman zaman "politik" algılanmasının, markaların sponsorluk konusundaki çekincelerini artırdığını, bu nedenle kanalın kendi yayınlarına sponsor bulmakta zorlandığını, ancak *Gain*, *BluTV* gibi dijital platformlar için ürettikleri projeler sayesinde yayıncılık faaliyetlerini sürdürebildiklerini ifade etmektedir.

Diğer yandan, *SLOTmedia*'da çekirdek ekip haricinde sabit bir çalışan kadrosu bulunmamakta, her bir projeye özgü ekipler oluşturularak, iş bazlı bir üretim modeli benimsenmektedir. Bu durum, medya girişimlerinin kurumsallaşma düzeyleri ve uzun vadeli sürdürülebilirlikleri açısından bazı sınırlılıklar doğurmakta, benzer yapıdaki diğer yayıncılar için de ortak bir sorun alanı olarak öne çıkmaktadır:

> "Şu anki durumda in-house (şirket içi) kimseyle çalışamıyoruz. Bunu için daha büyük bütçeler gerekiyor. O yüzden şöyle yapıyoruz. Ekibi, işe başlamadan önce yani tam çekileceği zamanlarda oluşturuyoruz. Böyle her zaman çalıştığımız insanlar var. Mesela bir kurgucu arkadaşım var. 2018 yılında 140 Journos'da staj programını da almıştık. Hala bir proje olduğunda beraber çalışıyoruz. Böyle bir 7-8 kişilik bir ekibimiz var diyebilirim. Ama bunların hep başka işleri de var. Başka şekilde kendi gelir modelleri var. Hepsi freelance (serbest çalışan) şu anda" (Murat Sercan Subaşı, SLOTmedia).

Güvencesiz çalışma koşulları ve sürdürülebilirlik sorunları, serbest çalışan yayıncıların önemli bir bölümünde belirgin biçimde gözlemlenmektedir. Temel gelir kaynağı olarak Patreon ve YouTube Katıl gibi kullanıcı aboneliği modellerine dayanan bağımsız yayıncılar açısından, bu modellerin tek başına yeterli bir finansal sürdürülebilirlik sağlamadığı görülmektedir. Nitekim görüşülen katılımcıların bir kısmı ek işlerde çalıştıklarını belirtmiştir. Örneğin, Metin Cihan bir dönem çeviri yaparak gelir elde ettiğini ifade ederken, Ezgi Toprak, eleştirel dijital okuryazarlık üzerine atölye çalışmaları düzenlemekte, Ece Balekoğlu ve Simge Akkaş ise metin yazarlığı yapmaktadır. Bu bağlamda, bağımsız ya da görece butik yayınlar yürüten katılımcıların gelir modelleri değerlendirildiğinde, sürdürülebilir bir iş modeline sahip olduklarını söylemek güçtür.

Görüşülen yayıncılar arasında, üretim modeli bağlamında sürdürülebilirliği ve kurumsallaşmayı sağlayabilen az sayıdaki başarılı örneklerden biri olarak *Aposto*'nun öne çıktığı söylenebilir. Umutcan Savcı, *Aposto*'nun yayın stratejisini, ana akım medya kurumlarına rakip olacak şekilde çoklu ve otonom bir yapıyla tasarladıklarını vurgulamaktadır. Savcı'ya göre, Aposto bir "aggregator app (haber toplayıcı)" gibi çalışmak yerine, her biri farklı kimliklere ve editöryal çizgilere sahip 12 ayrı marka (Aposto Gündem, Quando, Pareto, Spektrum, Angst, Duende, Soli, Apero, İstanbul vb.) altında faaliyet gösteren bir "media manager stüdyo" gibi konumlanmaktadır. Umutcan Savcı'nın aktardığına göre, Aposto çatısı altında yayımlanan içerikler, farklı kimlikler ve otonom editoryal yapılanmalarla üretilmektedir. Her yayın, kendi editoryal stratejisini bağımsız olarak belirlemekte, -ortak bir genel yayın yönetmenliği çatısı bulunsa da- her bir yayın kendi çizgisini korumaktadır. Savcı, bu yayınların, uluslararası alandaki köklü medya markalarıyla rekabet edebilecek nitelikte

kurgulandığını ifade etmektedir. Örneğin *Pareto*, *Forbes*, *Fortune* veya *INC.* gibi ekonomi yayınlarının muadili olabilecek bir çizgide konumlandırılmakta; *Quando*, *Wired* gibi yenilik ve teknoloji odaklı yayınlarla; *Soli*, *The Traveler* gibi seyahat yayınlarıyla; *Apero* ise *Sofra* gibi gastronomi dergileriyle rekabet edebilecek biçimde tasarlanmaktadır. Her yayının başında bir yönetici editör yer almakta ve bu editör, serbest çalışan (freelance) içerik üreticilerinden oluşan bir ekiple birlikte çalışmaktadır.

Aposto'nun yayıncılıktaki çeşitliliği, gelir modellerinde de kendini göstermekte olup, platformun hem teknoloji odaklı hem de içerik temelli bir yaklaşımı benimsediği gözlemlenmektedir. Umutcan Savcı'nın aktardığına göre, bir teknoloji şirketi olarak kurulan *Aposto*, melek yatırımcılar, stratejik ortaklar (örneğin, *Paribu*), özel sermaye fonları ve girişim sermayesi (venture capital) kuruluşlarından sağladığı yatırımlarla teknoloji geliştirme ve ürün inovasyonu gibi büyük ölçekli girişimlerini finanse etmektedir. Buna karşın, operasyonel faaliyetlerini sürdürebilmek adına, doğrudan kendi gelir kaynaklarına dayalı bir model izlemektedir. Bu gelir kaynakları, reklam ve sponsorluk anlaşmaları ile abonelik modellerinden oluşmaktadır. Ayrıca *Aposto*, düzenlediği etkinlik serilerinde partner kurumlarla iş birliği yapmakta ve "Aposto Premium" adlı abonelik modeli aracılığıyla, telifli, özgün analizler, raporlar ve özel değerlendirmeler gibi derleme olmayan içerikler sunmaktadır.

Reklam ve sponsorluklar, *Aposto*'nun e-bültenleri, podcast'leri, videocast'lerine alınmaktadır. "Bu sponsorlukların istisnasız her birinin etrafında sponsor, reklam veren, destekçi gibi ibareler mevcut" diyen Umutcan Savcı, reklam ve sponsorluk alımındaki şeffaflık konusunu şu şekilde değerlendirmektedir:

> "Herhangi bir toplumsal infiale sebebiyet vermiş herhangi bir marka ile çalışmaktan da imtina ediyoruz. Bu konudaki çizgimiz ve duruşumuz çok net. Mesela güncel durumdan kaynaklı, renkli kıyafetlerini, gökkuşağı temalı kıyafetleri kaldırdığı için reklam ilişkilerini topyekûn reddettiğimiz markalar da oldu. Bununla beraber herhangi bir marka ile aramızda bir lira dahi olsa, bunların daima reklam içeriği olduğunu, sponsorluk ilişkisi olduğunu okura beyan etme zorunluluğu tutuyoruz" (Umutcan Savcı, Aposto).[76]

[76]Savcı'nın bu değerlendirmesi bağlamında araştırmacının aşağıdaki gözlem notunu aktarmak önem arz etmektedir. Görüşmelerin gerçekleştirildiği dönemde, Türkiye'de muhalefet kamuoyunda çeşitli markalara yönelik bir boykot hareketi ivme kazanmıştır. Bu süreçte, toplumsal tepkilerin hedefi hâline

Gelir modellerindeki çeşitlilik söz konusu olduğunda özellikle *Scrolli*'nin butik bir medya platformu olmasına rağmen çoklu gelir modeli ve yenilikçi yaklaşımlarıyla önemli bir potansiyel taşıdığı söylenebilir. Fakıoğlu, *Scrolli*'nin temel iş modelini "abonelik paywall" sistemi üzerine kurduklarını, buna ek olarak reklam gelirlerini sponsorluklar ve markalara yönelik ajans çalışmalarıyla desteklediklerini belirtmektedir. Ayrıca, platformun teknoloji odaklı bir gelir kaynağı olarak "Alara AI" adlı yapay zekâ modelini B2B (*Business to Business, işletmeler arası satış*) satış süreçlerinde kullandığını ve teknoloji ürün satışıyla gelir çeşitlendirdiğini ifade etmektedir. Bu üç modelin (abonelik, reklam, teknoloji) yayıncılığı sürdürmek için birleştiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, *Scrolli*, *Aposto*, *Fayn* gibi örneklerin üretim modelleri bakımından yenilikçi yaklaşımlar sergilemeleri, bu yayıncıların merkez medya aktörlerinden belirgin biçimde ayrıştığını göstermektedir.

Diğer yandan, periferide konumlanan ve sivil toplum kuruluşu (STK) mantığıyla faaliyet gösteren medya aktörleri arasında *Doğruluk Payı*, uluslararası STK fonlarını temel gelir modeli olarak benimseyen önemli bir örnek teşkil etmektedir. Koray Kaplıca'ya göre, *Doğruluk Payı*'nın bir STK projesi olarak kurulmuş olması, özellikle Avrupa Birliği ve Meta gibi kuruluşlardan sağlanan fonların yoğun olduğu bir dönemde, proje temelli bir finansman modelini zorunlu kılmıştır. Bu durum, *İzlemedeyiz Derneği* çatısı altında *Doğruluk Payı* ve veri görselleştirme odaklı *Veri Kaynağı* gibi girişimlerin ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Koray Kaplıca, kurumun bir dernek çatısı altında faaliyet gösterdiğini belirtmekle birlikte, üretim modeli açısından bir ajans yapısına yakınlık taşıdığına dikkat çekmektedir: "*Doğruluk Payı bir dernek çatısı altında görünse de çalışma şekli olarak tam anlamıyla bir dernek gibi de çalışmıyor. Yani dernekten ajansa doğru bir orta bölgede olabilir. Sonuçta burada içerik üretenler var, bir sosyal medya departmanı var, bir video*

gelen bazı şirketler kamuoyu nezdinde boykot listelerine dâhil edilmiştir. Bu bağlamda, boykot sürecinin henüz gündemde olmadığı bir dönemde, *Aposto*'nun *YouTube* kanalında söz konusu listelerde yer alan bir kahve markası ile yapılmış bir söyleşi yayımlanmıştır. Ancak boykot çağrılarının kamuoyunda karşılık bulmasıyla birlikte, platform ilgili içeriği yayından kaldırmıştır. Bu durum, Savcı'nın "toplumsal infiale sebebiyet vermiş herhangi bir marka ile çalışmaktan imtina ediyoruz" şeklindeki beyanına örnek teşkil edebileceği gibi, aynı zamanda söz konusu firmanın geçmiş dönemlerdeki toplumsal algısının yeterince dikkate alınmadan söyleşiye konu edilmesinin yarattığı çelişkiler üzerinden de ele alınabilir.

departmanı var. Aslında içeride bir ajans gibi bir yapılanma var. Ama işin maaş ödemesi gibi finansal kısımlarının hepsi dernek çatısı altında ilerliyor."

Yayıncıların hem üretim hem de gelir modelleri dikkate alındığında, tamamının kültürel sermayeye atıf yapan tanımlamalarda bulunduğu gözlemlenmektedir. Gelir modellerini açıklarken, sundukları ürünü genellikle "nitelikli içerik" kavramı etrafında tanımlamaktadırlar. Bu içerikler doğrulama, analiz, yorum, görüş, rapor, video temelli hikâye anlatımı ve özel değerlendirmeler gibi okurun başka kaynaklarda erişemeyeceği bilgi türlerini içermektedir. Yayıncıların önemli bir bölümünün sosyal bilimler alanlarından gelmeleri ve araştırmaya karşı sabır ile merak gibi nitelikleri ön plana çıkarmaları, bu yaklaşımı destekler niteliktedir. Katılımcılara yöneltilen "Sizinle birlikte çalışacak birinden hangi bilgi, beceri ve yetenekleri bekliyorsunuz?" sorusuna verilen yanıtlarda, teknik becerilerin yanı sıra iyi bir okur-yazar olma, gündemi yakından takip etme, olaylar arasında bağ kurabilme, araştırmacı kimliğe sahip olma ve sürekli sorgulama gibi kültürel pratiklerin ön plana çıktığı görülmektedir.

Bununla birlikte, kaynakların doğruluğunu ve güvenilirliğini sağlama, farklı perspektifleri yansıtma gibi gazeteciliğin kültürel sermayesine gönderme yapan etik ilkeler de katılımcılar tarafından sıklıkla vurgulanmıştır. Örneğin Ezgi Toprak yetkinliği doğrudan gazetecilik mesleki ideolojisi ile aynı çerçevede bir noktaya yerleştirmektedir: "*Bence teknik becerilerin ötesinde bir gazetecinin temelde kesinlikle merak eden sorgulayan, gördüğüne hemen düşmeyen ya da inanmayan biri olması gerekiyor. Yani her zaman o gazetecinin sorduğu 'acaba' sorusu kişide olmalı*." Oktay Kılıç da benzer şekilde "*temel gazetecilik bilgisinin, hevesinin ve merakının*" bu alanda olmazsa olmaz özellikler olduğunun altını çizmiştir.

Gazetecilik alanında -bazı çalışmalarda kültürel sermayenin bir alt biçimi olarak ele alınan- teknik sermayenin de önemli bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir. Teknik sermaye, dijital araçların ve teknolojilerin etkin biçimde kullanımına işaret etmekte olup, neredeyse tüm katılımcıların ifadelerinde bu sermaye türüne doğrudan ya da dolaylı referanslar bulunmaktadır. Katılımcılar, günümüz gazetecilik ya da dijital yayıncılık pratiklerinde, teknik araçları etkili şekilde kullanabilme becerisini, kültürel sermayeye atıf yapan yetkinliklerin hemen ardından gelen en temel

niteliklerden biri olarak tanımlamaktadırlar. Kurumsal yapı altında faaliyet gösteren yayıncılar, birlikte çalışacakları kişilerde video editörlüğü, hareketli grafik (motion graphic) tasarımı, fotoğraf ve görsel içerik üretimi gibi teknik becerilere sahip olunmasını beklemektedir. Buna ek olarak, içerik üretimi, hikâye anlatımı, veri analizi ve veri görselleştirme gibi alanlardaki yetkinlikler de sıklıkla vurgulanmaktadır. Katılımcılar, teknolojiye hızla uyum sağlayabilen, çok yönlü ve bütünsel bakış açısına sahip bireyleri, potansiyel çalışma arkadaşları olarak daha fazla tercih ettiklerini ifade etmektedirler.

> "Biz birlikte çalışmak istediğimiz kişilerde, aslında işi çok yönlü, bütünsel olarak yönetebilecek profillere daha çok odaklanıyoruz. Asgari düzeyde bir yapay zekâ kullanımı bekliyoruz. Aynı zamanda ille gelip şu uygulamayı kullanmasından ziyade, teknolojiye program öğrenmeye yatkınlığı bizim için daha önemli. Yani bir tekonojiyi herkes öğrenebilir ama o teknolojiyi öğrenmeye yatkınlık daha önemli bence. Yani teknolojiye kavramsal uygunluk önemli" (Ilgaz Yalçın Fakıoğlu, Scrolli).

Teknik sermaye ile ekonomik sermaye, yapısal olarak birbirine sıkı şekilde bağlı iki sermaye türü olarak değerlendirilebilir. Görüşmelerde, yayıncıların sahip oldukları teknik ve kültürel sermayeyi ekonomik sermayeye dönüştürme yönünde stratejiler geliştirdikleri, bu yolla üretim özerkliklerini koruma çabası içinde oldukları gözlemlenmiştir. Bu dönüşüm süreci, yalnızca finansal bir karşılık üretme amacını değil, aynı zamanda alandaki bağımsız konumlarını sürdürme iradesini de içermektedir. Ancak, bu otonomi arayışı sürdürülebilir ekonomik bir yapı inşa etmede çeşitli zorluklar yaratmaktadır. Bu noktada Murat Sercan Subaşı'nın yorumu, sermaye türleri arasındaki dönüşüm ilişkisini anlamak açısından önemli bir içgörü sunmaktadır:

> "Bizim diğer büyük yayın gruplarına kıyasla şöyle bir şansımız var bence. Bizim sermayemiz kendi yeteneğimiz. Kendi birikimimiz, kendi entelektüel durumumuz. Biz şu an iki kişi, hiç kimse olmadan bile yayın yapabiliriz. Bu yatırımı da kendimize yapıyoruz, sürekli yeni şeyler deniyoruz. Öyle bir şansımız var, bu da bizi bir bakıma özgür kılıyor. Ancak, şöyle de bir dezavantajımız var. Yani eğer bir iş yapamazsak ve bu işten ticari gelirimiz olmazsa, prodüksiyondan yapamayız. Bu da sürdürülebilirlik noktasında sıkıntılar yaratıyor. Türkiye'nin şu anki durumunda bu sorunu bence bu işle uğraşan çoğu kişi yaşıyor" (Murat Sercan Subaşı, SLOTmedia).

Görüşmeler sırasında üretim ilişkilerine dair sorulara verilen yanıtlar, yayıncıların gelir modellerinin güncel politik ve ekonomik konjonktüre doğrudan eklemlendiğini göstermektedir. Özellikle *Doğruluk Payı*'nın üretim ilişkilerindeki dönüşümü bu dinamiği somut biçimde yansıtan dikkat çekici bir örnektir. Kurumun şef editörü Koray Kaplıca, dernek statüsünde faaliyet göstermenin, fon sağlayıcı kuruluşların "kâr amacı gütmeyen yapı" beklentisiyle uyumlu olması nedeniyle belirli avantajlar sunduğunu ifade etmektedir. Ancak, 2021-2022 yıllarından itibaren Türkiye'de sivil toplum örgütlerine yönelik devlet denetimlerinin artması, bu yapının sürdürülebilirliğini tehdit eder hâle gelmiştir. Bu nedenle, daha esnek ve görece daha az denetime tabi olan şirketleşme modelinin kurum içinde bir alternatif olarak değerlendirilmeye başlandığı anlaşılmaktadır:

> "Önceden dernek olarak Türkiye'de faaliyet göstermek biraz daha kolaydı ama 2021-2022'den sonra denetleme konusunda özellikle devletin sıkma politikası, dernekleşmeyi daha da zorlaştırmaya başladı. Çünkü dernek veya vakıf olmanız, Türkiye'de sizi bir anlamda devletin bir kolu yapıyor. Devlet ya da hükümet sizi kendi kolu gibi denetleyebiliyor orada. Özel sektörde bir şirket olsanız, bu kadar fazla denetlemeye maruz kalmazsınız. Biz mesela son iki yılda üç kez denetlendik. Yani gelip böyle direkt ofiste denetliyorlar. Bizim zaten açıklayamayacağımız veya hesap veremeyeceğimiz bir durum yok, her şeyi şeffaf yapıyoruz zaten. Burada demek istediğim sürekli her şeyi adım adım talep etmek, bir baskı veya bir caydırma usulüne dönüşmeye başladı. Bu bakımdan Türkiye'de dernek olarak bir iş yapmak da zor. O yüzden yavaş yavaş bir şirket yapılanmasına dönüşmeyi de düşünüyoruz" (Koray Kaplıca, Doğruluk Payı).

Doğruluk odaklı çalışan platformlar açısından *Meta* tarafından sağlanan fon programları, uzun bir dönem boyunca önemli bir ekonomik sermaye kaynağı işlevi görmüştür. Koray Kaplıca'nın da ifade ettiği üzere, *Meta*'nın doğrulama alanına dâhil olması, özellikle sivil toplum temelli yapıların işleyişinde belirgin bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. Bu doğrultuda Kaplıca, "Meta'nın sürece girişiyle sivil toplum alanından biraz daha böyle hem sivil toplum hem özel sektör gibi daha melez bir alana doğru gidilmeye başlandı" sözleriyle, doğrulama kurumlarının klasik STK çerçevesinden uzaklaşarak yarı-ticari bir yapılanmaya yöneldiğini belirtmektedir. Bu durum, medya alanındaki sermaye kompozisyonunun değişimi açısından dikkate değerdir. Zira başlangıçta simgesel sermaye üzerinden meşrulaşan bu aktörler, *Meta*

gibi küresel teknoloji şirketlerinin desteğiyle ekonomik sermaye ile tanımlı bir konum kazanmaya başlamış, bu da alanda bir tür "sektörleşmeyi" başlatmıştır. Ancak, Ocak 2025 itibariyle ABD'de Donald Trump'ın yeniden iktidara gelişiyle birlikte, *Meta*'nın doğrulama platformlarına yönelik desteğini çekmeye başlaması, bu alandaki pek çok kuruluş açısından ciddi bir gelir kaybına yol açmıştır. Bu gelişme, doğrulama alanında faaliyet gösteren kurumların sürdürülebilirliği açısından belirli zorluklar doğurmuştur. Koray Kaplıca ise bu durumu kabul etmekte; ancak aynı zamanda, fon desteklerinin azalmasının, kurumları daha özgün ve yaratıcı üretim pratikleri geliştirmeye zorlayabileceğini, böylece yeni türden formatların da ortaya çıkabileceğini ifade etmektedir:

> "Tabii ki de Meta'nın desteğini çekmesi bizim ve bizim gibi platformlar için büyük kayıp. Bu göz ardı edilemez. Ancak, biz de planlarımızı ona göre yapıyoruz. Çünkü, zaten biz Meta'dan önce de bir şekilde devam ettiriyorduk bu işi. O dönemde o kadar kaynaklarımız da yoktu. Belki de bu bize daha özgür bir hareket alanı sağlayacak. Çünkü, şunu kabul etmek lazım bir iş profesyonelleştikçe -avantajları bir yana- aldığınız zevk biraz azalmaya başlıyor açıkçası. O yüzden bazen hıza ayak uydurmak zorunda kalıyoruz. Bazen işte Meta'nın paneli içinde çok da istemediğiniz noktalara eğilmek zorunda kalıyoruz. Şimdi hareket alanı anlamında biraz daha özgür olma ihtimalimiz de var. Farklı formatlarda deneme de yaratabilir, buradan yeni bir şeyler de çıkabilir. Önümüzü görmek, evet, güç ama sonuçta tamamıyla enseyi karartmanın da bir alemi yok" (Koray Kaplıca, Doğruluk Payı).

Medya alanında özerklik ile baskın sermaye türü arasında yapısal bir ilişkinin varlığı dikkat çekmektedir. Nitekim *Doğruluk Payı* özelinde -ve benzer biçimde bu çalışmada yer alan diğer yayıncılar açısından da- kurumların kendilerini var ettikleri temel sermaye türünün yalnızca ekonomik sermaye ile sınırlı olmadığı görülmektedir. *Doğruluk Payı*, okuyucusuyla kurduğu ilişkiyi esasen bir "güven ilişkisi" olarak inşa etmekte ve bu güven, simgesel sermaye biçiminde kurumun meşruiyetini desteklemektedir. Dolayısıyla, *Meta*'nın doğrulama platformlarına sağladığı maddi desteği çekmesi, ekonomik açıdan önemli bir kayıp teşkil etse de bu durum kurumun bütünsel varoluşunu tehdit eden bir kriz yaratmamaktadır. Zira kurumun sürekliliği, ekonomik sermayeden ziyade, kültürel ve teknik sermaye ile desteklenen bir simgesel sermaye birikimine dayanmaktadır. Bu da kurumun, medya alanındaki özerkliğini kısmen koruyabilmesini ve finansal kırılganlık anlarında dahi toplumsal meşruiyetini

sürdürebilmesini mümkün kılmaktadır. Koray Kaplıca'nın yayın sürecine dair yaptığı şu vurgu, *Doğruluk Payı*'nın alan içerisindeki konumunu büyük ölçüde simgesel sermaye üzerinden inşa ettiğini göstermektedir: "*Doğruluk Payı'nın zaten tek ve en büyük amacı güven sermayesi oluşturmak. İçeriklerde yapacağımız bir hata, bizim için çok daha büyük şeylere mal olabilir. Bu yüzden bir şeyi gerçekten gerekirse on kez kontrol edip öyle yayınlıyoruz*" (Koray Kaplıca, Doğruluk Payı).

Söz konusu simgesel sermayeye verilen önemin yalnızca kurumsal yapılarda değil, bireysel düzeyde faaliyet gösteren bağımsız gazetecilerde de gözlemlendiği bir diğer örnek Metin Cihan'dır. Cihan'ın şu ifadesi, alandaki özerkliğini sürdürebilmesinde güvene dayalı bir tanınırlığın belirleyici rol oynadığını göstermektedir:

> "Bugüne kadar yanlışlanan bir haberim olmadı, eğer bir yanlış varsa da küçük şeylerdi ve ben kendim bulup hemen düzelttim. (...) Yanıldığım bir nokta veya yanlışım varsa da hemen özür diliyorum. İnsanlara yanlış bir şey sunmamak, onları yanlış yönlendirmemek. Sanırım en önem verdiğim konu bu olabilir. Hata yaptığımda bunu paylaşmaktan hiç çekinmiyorum. Özür dilemekten hiç çekinmiyorum. Çünkü, o tutuculuğu görünce de çok rahatsız oluyordum" (Metin Cihan, Bağımsız Gazeteci).

Cihan, özelinde okuyucuya buradan sunulan güven, alandaki meşruiyeti ve özerkliği pekiştiren bir kaynak olarak işlev görmektedir. Özellikle kurumsal yapılarla bağı zayıf olan ve ekonomik sermaye açısından sınırlı hareket alanına sahip bağımsız aktörler için, kamu nezdindeki güvenilirlik ve şeffaflık, gazetecilik alanında konumlarını görünür kılmanın en önemli yollarından biri olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, bireysel sermaye birikiminin, kamusal görünürlük ve toplumsal meşruiyet üzerinden dönüştürülerek alan içindeki etkileyici pozisyonlara evrilebileceğini göstermektedir.

Aposto'nun yayıncılık stratejisinde de simgesel sermayenin meşrulaştırıcı gücü belirgin bir rol oynamaktadır. Umutcan Savcı'nın, platformun medya alanındaki bazı yayın alanlarını sivil toplum kuruluşlarına vakfettiğini belirtmesi, bunun bir sosyal sorumluluk göstergesi olmanın ötesinde, alandaki etik konumlanışlarını pekiştiren bir simgesel sermaye birikimi stratejisidir. Savcı'nın ifadesiyle, *Aposto*, bu vakfetme

süreçlerinde herhangi bir maddi karşılık beklemeksizin, belli etik ve kamusal ölçütleri (şeffaf mali yapı, kutuplaşma karşıtlığı, ticari nötrlük) esas alarak, *WWF*, *UNICEF*, *TEMA*, *Uluslararası Af Örgütü* ve *Darüşşafaka* gibi yüksek kamusal itibara sahip STK'lara sistemli bir biçimde alan açmaktadır. Bu çerçevede *Aposto*, ekonomik ya da teknolojik sermaye yatırımlarının ötesine geçerek, kamusal güven, etik duruş ve değer temsiliyetine dayalı bir alan inşası gerçekleştirmekte, böylece medya alanındaki özerkliğini pekiştirmekte ve okuyucusuyla kurduğu ilişkiyi etik bir düzleme taşımaktadır.

İlgili temaya ilişkin bulgular şu noktalarını göstermektedir: Yayıncıların üretim ve gelir modellerine ilişkin farklılaşmaları, medya alanındaki maddi kaynakların yalnızca ekonomik değerleriyle sınırlı kalmayıp, bu kaynakların sembolik anlamlandırılmasına dayanan çok katmanlı bir mücadele alanı yarattığını göstermektedir. Bourdieu'nün alan teorisi bağlamında değerlendirildiğinde, gözlemlenen bu çeşitlilik; ekonomik, kültürel, teknik ve simgesel sermaye türlerinin hem dolaşım biçimleriyle hem de birbirlerine dönüştürülme biçimleriyle karakterize edilen bir saha dinamiğine işaret etmektedir. Örneğin, *Fayn* ve *SLOTmedia* gibi yapılar, teknik ve kültürel sermayelerini ekonomik kazanca dönüştürme stratejileri geliştirirken, *Aposto* gibi kurumsallaşmış yapılar bu dönüşümü çoklu gelir modelleri ve yatırımcı ilişkileriyle kurumsal bir çerçevede yürütmektedir. Dolayısıyla bu çeşitliliğin, medya alanının merkez-periferi ilişkilerini yeniden kuran ve alandaki meşru konumlara alternatif yönelimler geliştiren bir yapılaşma biçimi olarak düşünülmesi mümkündür.

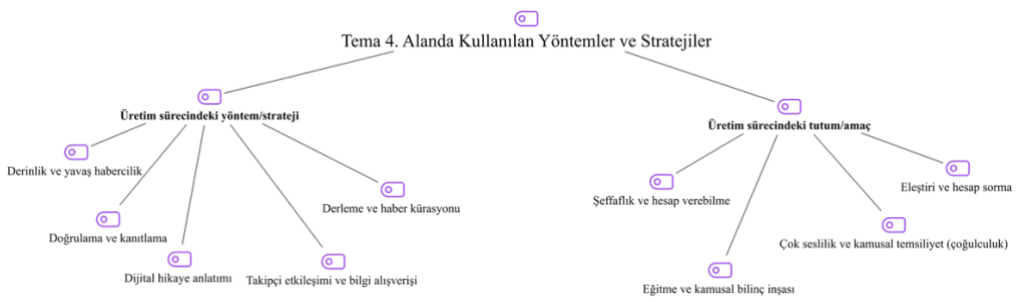
Diğer yandan, *Aposto* ve *Scrolli* gibi teknoloji odaklı ve yatırım destekli bir yapı ile Metin Cihan veya *Mind Vorteks* gibi bireysel emeğe ve okur/izleyici desteklerine dayanan serbest aktörler arasındaki belirgin sermaye hacmi ve gelir modeli farklılıkları, "periferi"nin homojen bir kategori olmadığını ortaya koyarken, bu aktörlerin tamamının "nitelikli içerik" üretimi üzerinden kültürel ve teknik sermayeye ve "güven ilişkisi" üzerinden simgesel sermayeye yaptıkları vurgu, ekonomik sermayenin kıtlığını telafi etme yönünde bir stratejisi olarak yorumlanabilir. Nitekim, Koray Kaplıca'nın fon kesintilerinin "daha özgür bir hareket alanı" ve "yeni formatlar" doğurabileceği yönündeki umudu ile Metin Cihan'ın "yanlışlanan bir haberim olmadı"

ilkesi üzerinden inşa ettiği kişisel güvenilirlik, alandaki bu yeni yayıncıların -ekonomik sermaye eksikliğine rağmen- kültürel, teknik ve özellikle simgesel sermayeyi biriktirerek ve dönüştürerek alanda nasıl bir etki ve meşruiyet alanı oluşturmaya çalıştıklarını ve bu yolla gazetecilik alanının hem sınırlarını hem de merkezini dönüştürme potansiyeli taşıdıklarını gösterme adına kritiktir.

4.4.4. Alanda Kullanılan Yöntemler ve Stratejiler

Araştırmanın belirlenen dördüncü teması, katılımcıların haber üretme ve paylaşma süreçlerinde kullandıkları yöntemlerden hareketle oluşturulmuştur. Söz konusu yöntemler, alan içerisindeki yenilikçi ve eleştirel pratikleri, alternatif güç alanlarını ve toplumsal etkileri ortaya koyma açısından, katılımcıların benimsediği baskın stratejileri göstermektedir. Katılımcıların haber üretim süreçlerinde tercih ettikleri yöntemler, alan içindeki konumlanmalarını, mesleki değerlerini ve toplumsal sorumluluk anlayışlarını yansıtmaktadır. Bu bağlamda, tema iki alt temada ele alınmaktadır. İlk olarak, "üretim sürecindeki tutum ve amaçlar" alt teması altında katılımcıların haber üretiminde yöneldikleri değerler, mesleki öncelikler ve içerik sunumuna ilişkin yaklaşım biçimleri analiz edilmiştir. İkinci olarak, "üretim sürecindeki yöntem ve stratejiler" alt temasında ise bu tutumların pratik düzlemde nasıl uygulandığı, hangi araçlar, formatlar ve pratiklerle işlevselleştirildiği ortaya konmuştur. Böylece, yayıncılık pratiğinin süreç ve strateji temelli dönüşümünü anlamaya yönelik bütüncül bir değerlendirme sunulmaktadır. Söz konusu yöntem ve stratejilerin alan içerisindeki dönüştürücü potansiyelleri ve yeni güç dengeleriyle ilişkisi ise çalışmanın altıncı temasında daha kapsamlı biçimde tartışılmaktadır.

Tablo 14: Tema 4. Alanda Kullanılan Yöntemler Ve Stratejiler



Yayıncıların haber üretim süreçlerine ilişkin genel tutum ve amaçları değerlendirildiğinde, büyük çoğunluğunun şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerine özel bir vurgu yaptığı dikkat çekmektedir. Bu durum, bilgilendirme işlevinin ötesine geçen bir yayıncılık anlayışının, etik sorumluluk bilinciyle iç içe geçtiğini ortaya koymaktadır. Özellikle doğruluk kontrolü odaklı platformlarda görev almış olan katılımcılar -örneğin Doğruluk Payı'ndan Koray Kaplıca, geçmişte aynı kurumda çalışmış Simge Akkaş ve *Teyit*'te uzun süre çalışmış Ezgi Toprak- haber/içerik üretim süreçlerinde kaynak gösteriminin ve kaynağı bulabilmenin merkezi bir etik ilke olduğunu belirtmektedir. Ezgi Toprak, gazetecilik ile teyitçiliği birleştiren temel unsurun "kaynağın güvenilirliği" ve okuyucunun bu kaynağa doğrudan ulaşabilmesi olduğunu vurgularken, Kaplıca, "bir araştırma çıktısının tekrar üretilebilirliği" ilkesini ön plana çıkarmakta; bu bağlamda, metnin şüpheye yer bırakmayacak biçimde çoklu doğrulama yolları içermesi gerektiğine dikkat çekmektedir:

> "Bizim yayın pratiğimiz biraz da geleneksel medyada çok eleştirdiğimiz hatta benim kişisel olarak da eksik olarak gördüğümüz birçok şeyi yapmama üzerine. Mesela kaynak bizim için çok önemli. Kaynağın, içeriği okuyan bir kişinin hemen bir tıklama uzaklığında olması çok önemli. Direkt oraya gitmesi. Bir de tabii ki de tekrarlanabilir olması. Yani kişinin tamamıyla sıfır tabula rasa ile yaklaştığında da aynı sonuca ulaşabilmesini için bir araştırmayı çok detaylı bir şekilde yazmak bizim için önemli. Yani bu kaynağı anlamak için iki farklı yol varsa iki farklı yolu da göstermeli o metin. Yani ürettiğimiz şey şüpheye mahal bırakmamalı" (Koray Kaplıca, Doğruluk Payı).

Benzer biçimde, bir konuya sosyal bilimci metoduyla yaklaştığını belirten Simge Akkaş, haber metinlerinde hem kaynakların kökenini hem de bu kaynakların taşıdığı olası önyargıları görünür kılma çabasını, etik bir zorunluluk olarak tanımlamaktadır:

> "Ben aslında hep böyle bir tarihçi veya sosyal bilimci metoduyla hareket etmeyi önemli buldum. O yüzden kaynağın soru sormak, kaynağın orijinalliğinin nereden geldiğini, kimin aracılığıyla ulaştığını ve işte o ulaşılan kaynaktaki önyargıları da verecek şekilde haberimi sunmaya her zaman çok önem gösterdim. Bütün yazılarımda da bu olmuştur yani. Ve tabii ki şey bir taraftan bir şey alıyorsam mutlaka diğer taraftan da karşılıklı bir görüşe yer vermeyeyim. İkisi için de kaynağın kendisini sunmayı ve yorumu okuyucuya bırakmak bir içerik üretirken temel aldığım şeyler" (Simge Akkaş, Bağımsız Araştırmacı).

Bu örneklerde de görüldüğü gibi, katılımcıların büyük kısmı haberin yalnızca içeriğiyle değil, üretim sürecindeki metodolojik şeffaflığıyla da değerlendirileceği bilinciyle hareket etmektedir. Böylece, söz konusu yayıncıların izlediği habercilik pratikleri, "alan içi etik pozisyon alma" biçimi olarak da okunabilir. Murat Sercan Subaşı ise şeffaflık eksenli bu etik pozisyonu kaynakla olan ilişki üzerinden kurmaktadır: "*Eğer sosyal bir konunun üzerine gidiyorsak kesinlikle aramızda bir ticari iş birliği olmaz. Sosyal bir konuysa o haberdir artık bizim için. Kaynağımız bir siyasetçi olur ya da bir esnaf olur hiç önemli değil, bir konaklama bir yemek dahi olsa bunu almayız. O mesafeyi her zaman koruruz. Bu konuda çizgimiz çok nettir*."

Subaşı'nın ifade ettiği üzere, SLOT'un şeffaflık anlayışı yayıncının bağımsızlık ilkesini görünür kıldığı bir etik savunma hattı işlevi görmektedir. Bu yaklaşım, yalnızca "neyin haber olduğu"na değil, "nasıl haber yapılması gerektiği"ne dair normatif bir konumlanmayı ifade etmektedir. "*Dünyada bir sağ eğilim var ve büyüyor. Şimdi bunu doğru bir editoryal dille insanlara göstermeniz lazım. Altındaki nedenleri göstermeniz lazım ki bu gerçek bir haber olsun. Biz de Ümit Özdağ ile bir video çektik. Orada göstermek istediğimiz şey bir siyasetçinin tanıtımı değil, sosyal bir gerçekliği anlatmaya çalışmaktı. Bunu da çok iyi bir editoryal süzgeçle ve o kaynakla kurduğumuz etik ilişki ile yapabildiğimizi düşünüyorum*" (Murat Sercan Subaşı, SLOTmedia).

Fayn'ın koordine eden Şükrü Oktay Kılıç ise çok daha kurumsal bir çerçevede *Fayn*'ın şeffaflık ve hesap verebilirlik tutumunu aktarmaktadır:

> "Fayn'ın web sitesini açtığınızda bizim bir künyemiz, yayın ilkelerimiz ve bütün gerekli evraklarımız var. Yani beyan ediyoruz ve okurlarımıza diyoruz ki bizim burada yazdığımız şeylerden sorumlu tutabilirsiniz. Eğer yaptığımız işte burada yazanlarla örtüşmüyorsa bizden hesap sorabilirsiniz. Mesela reklam, ne tür reklamlar alıyoruz? Bunu gizli mi yapıyoruz? Açık mı yapıyoruz? İşte ekipte kimler var? Yayın ilkelerimiz neler? Bütün her şeyi, şeffaf bir biçimde biz en başta zaten kendimiz beyan ediyoruz." (Şükrü Oktay Kılıç, Fayn)

Benzer biçimde, Umutcan Savcı da *Aposto*'nun üretim sürecinde herhangi bir ticari ilişkinin -ister bir yemek daveti, ister tanıtım karşılığı bir içerik olsun- okura açık

şekilde beyan edilmesinin zorunlu olduğunu belirterek, haber/içerik üretiminde etik özerkliği koruma ve güven sermayesi biriktirme yönünde şeffaflık ve hesap verebilirlik temelli bir yaklaşım ortaya koymaktadır. Şeffaflık ve hesap verebilirliği üretim sürecinin merkezine koyan tüm katılımcılardaki ortak tutum, kendilerinin merkez medyada eksik olduğunu düşündükleri yaklaşımların karşısında konumlanarak kendilerine etik bir pozisyon yaratmalarıdır.

Şeffaflık ve hesap verebilirlik kadar dile getirilen bir diğer tutum ise, "eğitme ve kamusal bilinç inşası" ile çoğulculuk idealini merkeze alan "çok seslilik ve kamusal temsiliyet"e yönelik yaklaşımlardır. Eğitme ve kamusal bilinç oluşturma unsuru, özellikle doğrulama platformlarında ya da geçmişte bu platformlarda çalışmış katılımcılarda yaygın biçimde gözlemlenmektedir. "Eğitme" olarak tanımlanan söylemler, pedagojik anlamda elitist bir toplum mühendisliği yaklaşımına karşılık gelmemektedir. Yayıncıların "okuyucuyu eğitme" yönündeki tutumu, kamuoyunu yakından ilgilendiren konular hakkında kamusal farkındalık ve bilinç oluşturarak bilgilendirme amacı taşımaktadır. Bu anlayış, kamuoyuna yalnızca bilgi sunmakla kalmayıp, toplumsal sorunlara yönelik eleştirel bir farkındalık geliştirmeyi hedeflemektedir.

Örneğin, Bedirhan Gülhan Bulu'nun çeteleşme üzerine yürüttüğü çalışmalarda, marjinalleşmiş mahallelerin adını doğrudan verme cesareti, toplumsal sorunları kriminalize etmek yerine, bunları sosyoekonomik koşullarla ilişkilendiren yapıcı bir bilinç üretme pratiğine işaret etmektedir: "*Türkiye'de bir çete gerçeği var. Yani tamam bu belli mahallelere operasyonlar yapmak, ceza evine atmak bir ölçüde çözüm ama en temelde kesinlikle sosyoekonomik unsurları düzeltmek ve bunun da bilincinde olmak geliyor. Biz işte bunları çok daha açık şekilde söylediğimizi düşünüyoruz*" (Bedirhan Gülhan Bulu, Mind Vorteks). Benzer şekilde, Ece Balekoğlu'nun yazılarında sınıfsal konumlanmalara dair dile getirdiği eleştiriler, medyanın bir bilinç dönüştürme aracı olarak kullanıldığını göstermektedir: "*Bizim esas yola çıktığımız nokta aslında o orta sınıf, beyaz yakalıya da 'hayır sen de işçi sınıfısın' diyebilmek, yani öyle bir perspektif kazandırabilmek bu insanlara*" (Ece Balekoğlu, Vesaire). Murat Sercan Subaşı'nın İstanbul'daki kentsel dönüşüm ve kamu kaynaklarının kullanımı üzerine hazırladığı belgeseller de bu amacın somutlaşmış örnekleri arasında yer almaktadır: "*İnsanların*

bilmediği şeylerle biz daha çok ilgileniyoruz. Mesela 'Bir Ekonomistin Günlüğü' diye bir belgesel hazırladık, 600 bin izlenmişti. Orada aslında insanlarda vergi bilinci oluşturmaya da çalışıyorduk. Çünkü bunu asla geleneksel medyada görmeyecekler" (Murat Sercan Subaşı, SLOTmedia).

Okuyucuyu "eğitme ve kamusal bilinç inşası" alt temasına ilişkin en net vurgular doğrulama platfomrlarında çalışmış olan yayıncılarda gözlemlenmektedir. Bu yayıncılara göre doğrulama platformlarının kamusal işlevi yalnızca bilgi doğruluğunu temin etmekle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda kullanıcıların medya içeriğini eleştirel biçimde değerlendirme yetkinliklerini geliştirmeye yönelik pedagojik bir çerçeve sunmaktadır. Ezgi Toprak gazeteler ve haber siteleri ile doğrulama platformları arasındaki farkın söz konusu "eğitme ve toplumsal bilinç oluşturma" özelinde ortaya çıktığını söylemektedir:

> "Bizim doğrulama platformlarında bir bilgiye nasıl ulaştığımızı detaylı şekilde anlatıyor olmamızın sebebi, aslında okuyucunun da aynı şeyi yapabilmesini ve o eleştirel düşünme becerisini elde edebilmesini sağlamak. Bireysel olarak herkesin biraz eleştirel düşünme ve biraz dijital okuryazarlığa ilişkin farkındalık oluşmasını sağlamak biraz da mesele. Mesela ben bir haberde 'tersine görseler ama sonuçlarına göre' diyorsam tersine görsel aramanın ne olduğunu da anlatıyorum. Bu aslında şu demek, 'şüpheli bir fotoğraf ya da bir video gördüğünde sen de bunu yapabilirsin.' Mesela bir geleneksel gazetenin ya da bir haber sitesinde yayınlanmış bir içeriğin temelde böyle bir görevi yok. Ama doğrulama platformlarının sadece kamuoyunu bilgilendirmenin ötesinde bir de okuyucuya eleştirel dijital okuryazarlık ve kritik düşünme becerisi de vermek gibi bir amacının olması bence ikisinin (gazetecilik ve doğrulamanın) temelde ayrıldığı noktalar" (Ezgi Toprak, Bağımsız Gazeteci)

Doğrulama platformlarının ve doğrulama üzerine çalışan yayıncıların medya alanında epistemik bir kırılma yarattığı ve kullanıcıların bilgiyle kurduğu ilişkiyi yeniden şekillendirmeyi amaçladığı söylenebilir. Kaplıca'nın şu yorumu da bu aktörlerin içerik üretiminde yalnızca reaktif değil, proaktif stratejiler de geliştirdiklerini göstermektedir:

> "Biz siyasetçilerin demeçlerine ilişkin doğrulamalar yapıyoruz ama her zaman da Erdoğan ya da Kılıçdaroğlu bir şey söylemiyor. Söyleseler de o kadar hamasi şeyler söylüyor ki onu doğrulayamıyorsunuz zaten. Biz de dedik ki o zaman hazır seçim dönemi

> olduğu için biraz daha siyasi okuryazarlık üzerine içerikler üretelim. Bunun yanına ekonomiyi ekledik. Böylece bir yandan da insanlarda da okuryazarlık adına bir şeyler katmak istedik" (Koray Kaplıca, Doğruluk Payı).

Böylece doğrulama platformları hem bilginin niteliğini hem de kullanıcıların medya ile kurduğu ilişkiyi dönüştürerek medya alanında kültürel ve simgesel sermayeyi yeniden dağıtan bir konuma yerleşmektedir. Benzer bir yaklaşım, *Scrolli*'nin haber okuma alışkanlıklarına yönelik değişim talebinde de gözlemlenmektedir. Ilgaz Yalçın Fakıoğlu'nun *Scrolli* deneyimi üzerinden dile getirdiği, okuyucuyu "Türkiye'de geç kalmış bir haber modeline entegre etme" hedefi, yayınlarının bir anlamda kullanıcı alışkanlıklarını dönüştürmeye yönelik bir müdahale biçimi olarak tasarlandığını ortaya koymaktadır: "*Ana akım medyanın etki ve eylem alanı dar ama kaynakları çok fazla. Burada ise etki ve eylem alanı daha fazla, kaynak ana akıma göre daha az. Aslında etki ve eylem alanı seçtiğim bir alan Scrolli. Burada Scrolli'nin temel amaçlarından biri kullanıcı davranışını değiştirmek, haber alışkanlıklarını dönüştürmek*" (Ilgaz Yalçın Fakıoğlu, Scrolli). Bu bağlamda, söz konusu alt tema kapsamında *Scrolli* gibi girişimlerin yalnızca içerik çeşitliliği sunmakla kalmayıp, aynı zamanda kullanıcı deneyimi ve medya eğitimi aracılığıyla alana dair dönüştürücü bir strateji ürettiği not edilmelidir.

Son olarak, neredeyse tüm yayıncılar belirli bir eleştiri kültürüne işaret eden referanslar sunsalar da "eleştiri ve hesap sorma kodu" anlayışını doğrudan bir amaç ve strateji olarak benimseyen yayıncılar, bu unsuru üretim süreçlerinin öncülü olarak belirlemektedir. Metin Cihan'ın hem iktidar hem de muhalefet kamuoyuna yönelik eleştirel habercilik pratiği, eleştirelliği doğrudan sivil toplumsal kesimden yana bir tavırla işler kıldığına işaret etmektedir. Murat Sercan Subaşı'nın güncel olaylara yönelik "kayıtsız kalmama" motivasyonu ise, haber üretiminde eleştirel tutumun öncelendiğini göstermektedir. Ece Balekoğlu'nun deprem sonrası ortaya koyduğu hesap sorma ve dayanışma çağrısı, medya alanında yalnızca bilgi aktarma işlevinin ötesinde, toplumsal travmalar karşısında kolektif bir ifade zemini yaratma çabasının da etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu örnekler, üretim sürecinde eleştiri ve hesap sormaya yönelik tutumun periferi alanda bir strateji olarak görünür kılındığını göstermektedir.

Alanda kullanılan yöntem ve stratejileri içeren bu tema altında, ikinci bir başlık olarak "üretim sürecindeki yöntem ve stratejiler" alt teması ele alınmıştır. Bu çerçevede, yukarıda açıklanan üretim sürecine ilişkin tutum ve amaçların somut pratik düzlemde nasıl uygulandığı bu alt tema altında anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda, yayıncıların neredeyse tamamının "derinlik ve yavaş haberciliği" alanda kullandıkları baskın yöntem olarak benimsedikleri görülmektedir. Bu yaklaşım, aynı zamanda ana akım ve merkez medya karşısında nasıl bir konum aldıklarının somut bir göstergesi olarak da değerlendirilebilir.

Bu stratejik yönelim, yalnızca haberciliğin biçimsel hızına karşı değil, aynı zamanda ana akım medyanın tık ekonomisine dayalı yüzeysel içerik üretim modeline yönelik bir eleştiri niteliği taşımaktadır. Yayıncılar, haber üretimini bir hız yarışı olarak değil, bilgiyi doğrulama, bağlamsallaştırma ve toplumsal etki yaratma amacıyla inşa ettikleri bir periferi alan pratiği olarak konumlandırmaktadır. Örneğin, Bedirhan Bulur'un çeteleşme gibi karmaşık toplumsal sorunlara belgesel aracılığıyla eğilme çabası uzun ve derinlemesine dosyalar hazırlamayı zorunlu kılarken, Ece Balekoğlu'nun zaman içinde değerini koruyan ve -kendi deyimiyle- bir "hafıza deposu" işlevi gören içerikler üretme stratejisi, alanın simgesel sermayesini dönüştürme potansiyelini ortaya koymaktadır: "*Siyasette de kültür sanat haberciliğinde de şöyle büyük bir sorun var. Bir haberi ilk paylaşan olma ve onun tıkını alma yönünde bir yarış var. Biz ise bir konuyu hemen yayınlamaktansa, yıllar boyunca okunabilecek, on yıl sonra da baktığımızda üzerine bir şeyler diyebileceğimiz içerikler çıkarmayı tercih ediyoruz*" (Ece Balekoğlu, Vesaire).

Benzer şekilde, Koray Kaplıca'nın "kanıt kalitesi" vurgusu, olayları yavaş ancak derinlemesine araştırarak sunma pratiğini ortaya koymaktadır. Yayıncıların benimsediği üretim stratejileri, hem bilgiye yönelik etik bir sorumluluk anlayışını hem de medya alanının yapısal kurallarını yeniden tanımlamaya dönük bir müdahale biçimini yansıtmaktadır. Bu bağlamda, "yavaş gazetecilik" bir içerik türü olmanın ötesinde, medya alanında özerkliği artırmaya yönelik bir strateji olarak değerlendirilebilir. Bu strateji, *Scrolli* ve *Aposto* örneklerinde şu şekilde görünür olmaktadır:

> "Biz sansasyonel haberciliğe hiç girmiyoruz. Öyle bir yapımız yok. Etkileşim için yayıncılık yapan bir yer değiliz. Haberin güncel gündem değeri önemli olmakla birlikte, sıcak gelişme değerine yönelik yayıncılık yapmıyoruz. Yayıncılık tarafında bir adım geriden olayları toparladığımız bir yapı var. Bu yüzden daha nefes alıp derinleşebileceğimiz konulara odaklanıyoruz. Haber sunum şeklimiz daha geniş bir çerçeve oluşturmaya çalışmak üzerine" (Ilgaz Fakıoğlu, Scrolli).

> "İçeriklerin hepsinde teyitli bir altyapıyla yapmak amaçlarımızdan biri. Yani dünyada son dakika haberciliği denen absürt metotlar bu kadar hızla yayılırken insanların derli toplu ve teyitli haber alabilmelerini, bilgi edinebilmelerini sağlayacak, biraz daha yavaş ama derinlemesine ilerleyen, yavaş gazetecilik ürünleri ortaya çıkarmaya gayret ediyoruz" (Umutcan SAVCI, Aposto).

Bu noktada, derinlik ve yavaş habercilikle ilişkili olan "doğrulama ve kanıtlama" pratiği de içeriklerde öncül unsurlardan biri olarak görünür hale gelmektedir. Bu başlık, bir önceki alt temada sunulan "şeffaflık, hesap verebilirlik, eğitme ve kamusal bilinç inşası" gibi unsurların somut pratikte içeriklerde nasıl konumlandığının bir göstergesi niteliğindedir. *Doğruluk Payı* ve geçmişte doğrulama platformlarında çalışmış aktörlerin yanı sıra diğer yayıncılarda da "doğrulama ve kanıtlama" pratiği baskın şekilde gözlemlenen unsurlar arasında yer almaktadır. Bu yayıncılar, bir bilgiyi yalnızca sunmakla kalmamakta, aynı zamanda o bilginin nasıl elde edilebileceğini ve bilgiye erişim metodolojilerini de şeffaf biçimde paylaşmaktadır. Böylece içerik/haber, -salt bilgi sunan metinlerin ötesine geçerek- konuya ilişkin bilgiye ulaşılan sürecin de anlatıldığı çok boyutlu bir pratiğe dönüşmektedir.[77]

Doğruluk Payı gibi özellikle açık kaynak temelli çalışan yayıncıların temel amacı, bilgiyi sunarken neyi, nasıl bulduklarını ve bu bilgileri nasıl doğruladıklarını da okuyucuya aktarmaktır. Bu yaklaşım, Kovach ve Rosenstiel'ın "metodolojik objektiflik" kavramın anımsatmaktadır. Bu bakış açısına göre, "objektif olan yöntemdir, gazeteci değil. Kilit nokta, zanaatın disiplinidir, amacın disiplini değil" (Kovach ve Rosenstiel, 2007: 79). Görüşülen yayıncıların büyük bir kısmı açısından "objektiflik" bir gazetecilik ideali olmaktan ziyade, üretim sürecinde benimsenen bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Bu doğrultuda, "sadece anlatma, göster" anlayışı

[77]Araştırma kapsamındaki yayıncıların bu ve benzeri stratejileri hangi içeriklerde, nasıl görünür kıldıklarına ilişkin değerlendirmelere bu çalışmanın içerik analizi bölümünde yer verilmiştir.

(Müller ve Wiik, 2023: 102), görüşülen yayıncıların çoğu tarafından temel bir strateji olarak benimsenmektedir.

Bu kapsamda, Metin Cihan'dan *Doğruluk Payı*'na, *Mind Vorteks*'ten bağımsız araştırmacılara kadar birçok yayıncı, bilgiye ulaşma biçimlerini, kullandıkları kaynak türlerini ve doğrulama tekniklerini hem içeriklerinde görünür kılmakta hem de bu süreci hedef kitleleriyle paylaşmaktadır. Doğrulama platformlarında çalışmış ya da -*Aposto* ve *Scrolli* gibi- kurumsallaşmaya yönelmiş yayıncılar için bu süreç, daha katı ve sistemli bir metodoloji çerçevesinde yürütülmektedir. Öte yandan, *YouTube* yayıncıları ve özellikle Metin Cihan gibi bağımsız gazetecilik yapan aktörler açısından bu süreç, daha fazla esneklik barındırmaktadır. Bedirhan Gülhan Bulu'nun beş farklı kaynak kategorisini detaylı biçimde aktarması, hazırladığı içeriğin "basit bir YouTube videosu" olmanın ötesinde bir nitelik taşıdığını göstermektedir. Bulu, bir video hazırlarken kaynak bulma sürecinde yararlandığı açık kaynak bilgilerini şu şekilde ifade etmektedir:

> "Öncelikle tabii ki de Google ile başlıyorsun. Şöyle bir bakıyorum konuyla ilgili ne var? Mesela Sarallar-Şahinler videomuz tamamen Google'dan teyit ederek bulduğumuz ama herkesin bildiği, girip bakabileceği haberlerden harekete yapıldı. İkincisi, dava dosyaları, kesin bir hüküm olmadığı sürece her şeyi iddia olarak vermeye özen gösteriyorum. Üç, bu şahısların *TikTok*, *Instagram* paylaşımları. Dört, biz bir videonun teaserını duyuruyoruz. İşte o konuyla ilgili o mahalleden kim varsa hemen zaten yazıyor bize. 'Abi ben şu mahalledenim, ben şu kişiyi tanıyorum.' Bu gibi bize çok fazla yardımcı olan insanlar vardı. Beşincisi, bu birazcık tartışmalı belki de belki o çete üyelerinden biridir ama fake hesaptan bize yazıyorlar. 'Ben bu konuda bilgi sahibiyim istersen yardımcı olabilirim' diyor. Biz onun söylediklerini bir dinliyoruz, sonra dava dosyalarıyla bakıyoruz örtüşüyor mu diye. Verilen bilgiler ve bizim araştırdığımız bilgiler kesin bir şekilde örtüşmeye başlıyorsa bunları kullanıyoruz. Bunların hepsini aynı anda kullandığımız da oluyor. Mesela son belgeselde bir arkadaşımız yardımcı oldu bize. Belgeseldeki mekâna bakmak için Lyon'a gitti. Orada oturmuyordu, o bizim için kalktı gitti oraya. Yani Lyon merkezindeydi, o köye gitti. Bunun gibi işte 4-5 tane farklı farklı kaynağımız var. Bunları birleştirip böyle bir belgesel koyuyoruz ortaya" (Bedirhan Gülhan Bulu, Mind Vorteks).

Metin Cihan ve Bedirhan Gülhan Bulu gibi yayıncıların, "takipçi etkileşimi ve bilgi alışverişi"ni yoğun biçimde bir üretim süreci stratejisi olarak benimsedikleri

gözlemlenmektedir. Nitekim, takipçiler aynı zamanda haber/içerik üretimi için birer kaynak olarak da kullanılmaktadır. Gazetecilik etiği açısından gri bir alanda bulunan bu unsur, kimi zaman yayıncılar tarafından önemli haberlerin tamamlanmasında etkin şekilde kullanılabilmektedir.

> "Yurt dışına çıktıktan sonra bana kaynak olarak yazan insanların ağırlığı arttı. Yurt içindeyken olay yerine gidiyordum. Öyle haber geçiyordum. Doğrudan insanlarla görüşebiliyordum. Yurt dışında neredeyse yüz yüze görüşemeden kaynaklarım olmaya başladı. Bunun en etkilisi galiba net örneği TÜGVA ile ilgili yaptığım haberdi. Vakıfın eski bir yöneticisi, vakfın harddiskini bana ulaştırmak istediğini söyledi. Çünkü orada dönen dolaplar, yolsuzluklar, kurumdan devlet içerisinde yerleştirmeler gibi çok sayıda belge vardı. Kaynağın kimliğini hiç bilmedim. Hiç sormadım. Tabii ki öncelikle sezgisel bir güven gerekiyor. Ve tabii ki en önemlisi doğrulama gerekiyor. Belgeleri aldıktan sonra uzun bir süre inceledim, 'gerçekten bahsedildiği gibi mi' diye. Her şeyi inceleyip emin olduktan sonra paylaştım. Zaten daha sonra TÜGVA da doğruladı belgeleri. Ama riskliydi tabii ki de" (Metin Cihan, Bağımsız Gazeteci).

Metin Cihan'ın, belgeleri anonim bir kaynaktan temin etmesine rağmen çok katmanlı bir doğrulama sürecine tabi tutması, bu gazetecilik anlayışının içerik-hakikat ilişkisinde "doğrulama ve kanıtlama" stratejisini önceliklendirdiğini göstermektedir. Dolayısıyla, bu yayıncılar açısından haber, kaynağa, bilgiye ve hedef kitleye karşı hesap verebilirliğin somutlaştığı ve -kimi zaman etik sorgulamalara açık- çok katmanlı bir yapı olarak işlev kazanmaktadır. Bu yönüyle doğrulama, epistemolojik güven üretiminin merkezine yerleşmekte ve bazı periferi yayıncılar açısından simgesel sermayenin en güçlü yapıtaşlarından biri hâline gelmektedir.

Alanda gözlemlenen stratejiler arasında öne çıkan pratiklerden biri de dijital hikâye anlatımı ve haber kürasyonu biçimindeki içerik sunumudur. Özellikle Scrolli gibi, dikey ve kaydırmalı okuma deneyimini merkeze alan yayıncılar açısından dijital hikâye anlatımı; çoklu medya öğeleriyle desteklenen, anlatı ile bilgi aktarımını bir araya getiren bütünsel bir yöntem olarak işlev kazanmaktadır. Bunun yanı sıra, *Aposto*, *Fayn* ve yine *Scrolli* gibi platformlarda içerik kürasyonu, çağdaş medya tüketim alışkanlıklarına uyum sağlama ve bilgi fazlalığı karşısında okuyucuya yön verici olma işleviyle ön plana çıkmaktadır. Dijital kürasyonun temel amacı, haber akışının kontrolsüzlüğü ve bilgi karmaşası içerisinde okuyucuya tematik, kategorik ve

bağlamsal açıdan bütünlüklü içerik kümeleri sunmaktır. Aposto'dan Umutcan Savcı'nın aktardığı üzere bu yöntem, dijital medya platformlarının Spotify veya Netflix gibi örneklerinden ilhamla "bilgiyi modülerleştirme" çabası üzerinden şekillenmektedir. Savcı'nın ifadesiyle bu yaklaşım, haberleri ya da makaleleri yalnızca içerik olarak değil, aynı zamanda "erişimsel nesneler" olarak yeniden inşa etmekte; her bir içeriğin doğru anahtar kelimelerle eşleştirilip kategorize edilmesiyle oluşan yapı, dijital bir haber mimarisi oluşturmaktadır.

> "Aslında Spotify'ın da Netflix'in de yaptığı en temel mesele bilgiyi modüler hale getirmeleri. Spotify kendi kürasyon metodolojisiyle müziği albümlerden ayrıştırarak tekliler halinde erişilir hale getirdi. Bunu da farklı playlistler, farklı dinleme çalma listeleri oluşturarak arka planda bunların tuttuğu tüm verileriyle yapabiliyor. Netflix'te de çok benzer bir yapı var. İşte burada da filmler, filmlerin afişleri, bizim beğendiğimiz diğer materyaller, her birinin tür, çekim metodolojileri vs. ve bizim beklentilerimizi örtüştürerek bir kürason sunuyor. Dolayısıyla önce bilgiyi modüler hale getirmek ve geçmişte gazetelere basılan ve bir makale dışında hiçbir şekilde ayrı ayrı veri tabanına yazılmayan bu yapıyı haritalamak maksadıyla başladık ilk. Burada önce bilgiyi modülerleştirmekti ilk gayretimiz. Gerek madde işaretleriyle sıralanmış özet içerikleri olsun, gerek makaleler, haber özetleri, düşünce yazıları, araştırmalar, raporlar olsun bunların her birini doğru anahtar kelimelerle eşleştirip veri tabanında tutabilmek de modülerleştirmenin bir parçası. 'Haberciliğin *Spotify*'ını' yaratma gayretimiz de aslında bu mantıktan geliyor" (Umutcan Savcı, Aposto).

"Alanda Kullanılan Yöntemler ve Stratejiler" temasına ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında, periferi konumunda yer alan medya aktörlerinin üretim stratejileri, alana yönelik tutumlarını ve teknik tercihlerini içeren çok katmanlı bir süreci yansıtmaktadır. Katılımcıların şeffaflık, hesap verebilirlik, kaynak gösteriminde titizlik ve "tekrarlanabilir araştırma çıktısı" (Koray Kaplıca, Doğruluk Payı) gibi ilkelere yaptıkları güçlü vurgu, bu aktörlerin, merkez medyanın zayıfladığı ya da terk ettiği düşünülen etik normları sahiplenerek ve Kovach ile Rosenstiel'in (2007: 79) "metodolojik objektiflik" anlayışını anımsatan bir biçimde "yöntemin objektifliğini" ön plana çıkararak kendilerine alanda meşru bir yer açma ve mevcut doxa'ya meydan okuma çabası olarak değerlendirilebilir.

"Yavaş gazetecilik" ve "derinlik" (Aposto, Scrolli, Fayn, SLOTmedia ve Vesaire) gibi stratejilerin benimsenmesi ise Türkiye'deki ana akım medyanın hız ve

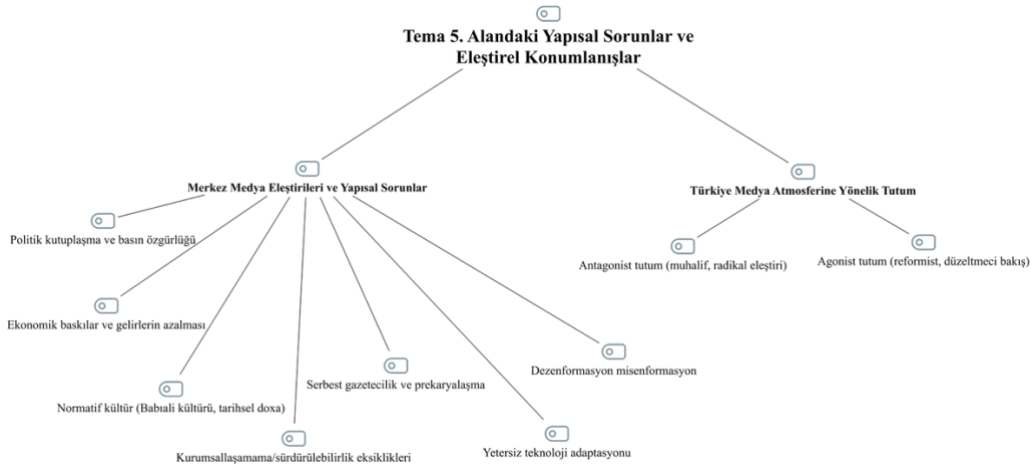
tık ekonomisine dayalı yüzeysel içerik modeline karşı bilinçli bir farklılaşma ve alternatif bir "oyun alanı" (alt-alan) yaratma girişimi olarak okunabilir. Bu durum, periferi aktörlerinin yalnızca mevcut boşlukları doldurmakla kalmayıp, aynı zamanda alanın genel değerlerini ve haber tüketim alışkanlıklarını dönüştürmeye yönelik proaktif bir faaliyet sergilediklerini ortaya koymaktadır. Böylece, bu aktörlerin toplumsal etki ve kamusal bilinç inşası yönündeki iddiaları, salt bir söylem olmanın ötesine geçerek somut pratiklerle desteklenmektedir.

Aposto, *Fayn* ya da *Scrolli* gibi kurumsallaşmış ya da kurumsallaşma sürecinde olan yayıncılar, *Spotify* ve *Netflix* gibi platformlardan ilham alarak bilgiyi "modülerleştirme", yeni hikâye anlatım teknikleri geliştirme ve içerik mimarisi kurma stratejileri benimserken; Metin Cihan, *SLOTmedia* ve *Mind Vorteks* gibi yayıncılar ise takipçi etkileşimini üretimsel bir sermaye olarak devreye sokmakta, kaynağa erişim ve bilgi doğrulama süreçlerini kişisel etik pozisyonlarının bir uzantısı olarak inşa etmektedir. Bu yönelimler, içeriklerin epistemik değerini artırarak medya alanının epistemolojik sınırlarını yeniden tanımlamakta, böylece gazetecilik pratiğini hem kamusal bilgi üretiminin hem de alan içi simgesel mücadelelerin merkezine yerleştirmektedir. Bu çerçevede, periferi yayıncıların üretim stratejileri, klasik habercilik normlarına yöneltilen bir eleştirinin ötesine geçerek, medya alanının yeniden dizaynında aktif ve dönüştürücü bir pozisyon üstlenmektedir.

4.4.5. Alandaki Yapısal Sorunlar ve Eleştirel Konumlanışlar

Bu tema, katılımcıların mevcut alan yapısına, merkeze ve ekonomik ile politik baskılara ilişkin gözlem, eleştiri ve genel algılarını içermektedir. Bununla birlikte, merkeze yönelik farklı eleştirel perspektifleri ve mücadele biçimlerini de kapsamaktadır. Dolayısıyla, bu temanın odak noktası, mevcut düzenin katılımcılar tarafından nasıl deneyimlendiği ve değerlendirildiğini anlamaktır. Ayrıca, bu tema altında, bir önceki temada stratejilerin şekillenmesinde belirleyici bir unsur olarak öne çıkan klasik habercilik normlarına ve merkez medya haberciliğine yöneltilen eleştirilerin yansımaları da yer almaktadır.

Tablo 15: Tema 5. Alandaki Yapısal Sorunlar Ve Eleştirel Konumlanışlar



Bu kapsamda beşinci tema altında ön plana çıkan ilk başlık "Merkez Medya Eleştirileri Ve Yapısal Sorunlar"dır. Katılımcıların genel eğilimi özetlenmek istendiğinde şunlar söylenebilir: Türkiye'deki medya ortamı, merkez medyanın giderek iktidar aygıtına dönüşmesi ve muhalif medyanın kaynak ile teknoloji yetersizlikleri nedeniyle çeşitli yapısal sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Merkez medya, doğru bilgilendirme ve kamuoyu oluşturma işlevini yitirmiş, iktidarın çizgisini sağlamlaştırmaya odaklanmıştır. Muhalif medya ise reklam geliri, teknoloji ve nitelikli içerik üretme konusunda sıkıntılar yaşamaktadır. Bağımsız ve alternatif medya girişimleri ise siyasi baskı, ekonomik zorluklar ve sürdürülebilirlik eksikliği nedeniyle ayakta kalmakta güçlük çekmektedir. Tüm bu sorunlar, Türkiye'de sağlıklı bir medya ekosisteminin oluşmasını engellemektedir. Bu kapsamda katılımcıların hepsinin en temel ve net eleştirisi Türkiye medya atmosferindeki politik kutuplaşma ve basın özgürlüğü sorunudur.

Yapılan görüşmelerde tüm katılımcıların, Türkiye'deki ana akım ya da merkez medya yapısının iktidar aygıtına dönüştüğü konusunda ortak bir değerlendirmeye sahip oldukları gözlemlenmekle birlikte, yayıncıların bu sorunları farklı tematik vurgularla dile getirmektedirler. Katılımcıların bu bağlamdaki değerlendirmeleri, medya alanındaki sermaye yapısı, sahiplik ilişkileri, siyasal araçsallaştırma biçimleri ve kurumsal meşruiyet tartışmaları gibi eksenlerde farklılaşmaktadır. Örneğin, bağımsız gazeteci Metin Cihan'a göre, yalnızca hükümet yanlısı medya değil, muhalif

konumda görünen bazı medya organları da sermaye yapıları gereği süreklilikten ve bağımsızlıktan uzaklaşmaktadır:

> "Sermaye ilişkileri olarak baktığımızda büyük medya gruplarının herhalde %90'ından fazlası doğrudan iktidara bağlıdır. Onun dışında da muhalif medyada da parası olan sermayedarlara, yani bir patrona ihtiyaç oluyor genellikle. O yüzden de sürekliliği çok olmuyor. Bazen böyle bir medya grubu birden satılıyor ve bütün politikası değişiyor. Tabii ki direnenler var ama sınırlı" (Metin Cihan, Bağımsız Gazeteci).

Umutcan Savcı (Aposto) ise merkez medyayı, İletişim Başkanlığı gibi kurumların gölgesinde şekillenen bir propaganda düzeni olarak okumakta, ana akım medyanın işlevini yitirdiğini ve kamuoyuna yönelik bilgilendirme değil, yönlendirme ve duygu yönetimi (korku, umut, beklenti) aracı haline geldiğini savunmaktadır:

> "Türkiye'deki medya alanını değerlendirdiğimizde öncelikle, bir, böyle havuz medyası olarak gördüğümüz yapı. İletişim Başkanlığı'na çok yakın bir yere pozisyonlanan, dolayısıyla bir propaganda aracı haline gelmiş. Kitleleri bilgilendirme ya da kamuoyunu şekillendirme maksatlarından ziyade doğrudan toplumu bir yöne sevk etme, bir yöne dair korkuları, beklentileri, endişeleri, umutları yönetme maksadıyla kullanılan bir aparat gibi görüyorum. Dolayısıyla büyük ölçüde işlevini yitirmiş, elindeki kaynağı yalnızca iktidarın kendi çizgisini ve bulunduğu alanı sağlamlaştırmak üzere kullanan bir yapı halinde görüyorum. Dolayısıyla, ömrün de tükettiğini, zamanın sonuna çok yaklaştığını, bunun da gerek okurda gerek izleyende gerekse dinleyende büyük tepki uyandığı için kendi kitlesinin bile güvenini ciddi ölçüde yitirdiği için ortaya çıktığını düşünüyorum" (Umutcan Savcı, Aposto).

Savcı, benzer eleştirileri muhalefet medyasına da yöneltmekte ve böylece alanın genel karakterine duyulan karşıtlığı dile getirmektedir:

> "Bunun karşısında bir de bir muhalif medya diyebileceğimiz topluluk var. Aslında havuz medyasından çok bağımsız bir yerde görmüyoruz bunu fakat ellerindeki kaynaklar işte basın ilan kurumundan yeterince reklam alamadıkları için, üstlerinde bir RTÜK tokmağı olduğu için, kendi alanlarında yeterince nitelikli içerikler üretemedikleri ve daima aynı yüzleri belli partilere ve kişilere yakınlıkları sebebiyle ekrana, gazeteye, radyoya taşıdıkları için alanı tükenmekte olan ve gitgide daha kötü işler ortaya koyan bir yerde görüyoruz" (Umutcan Savcı, Aposto).

Savcı'nın bu değerlendirmesi, mevcut medya düzeninin bir "alan içi çöküş" yaşadığını ve bu çöküşün yalnızca politik baskılardan değil, alanın içsel normatif zeminindeki çözülmeden kaynaklandığını ortaya koymaktadır. Ona göre:

> "Bu iki yapının da varlıklarının ciddi tehdit altında. Sebepleri şunlar, bir, gelir kaynakları yok. İki, teyitli ve doğru bilgiye ulaşmak çok güç. Üç, doğru düzgün bir teknoloji ve modern çağa uygun metot ve yapılarla içerik sunmuyorlar. Dört, bir çoğulculuk ilkeleri mevcut değil, kendi topluluklarını çoğunluk sayıp yalnızca onların sesini yükseltiyorlar. Beş, farklı çıkar gruplarının seslerini burada duymak neredeyse imkansız. Altı, doğrudan böyle işte web siteleri, haber dağıtım kolları, internet editörlerinin elinden geçen ve çoğunlukla anlamsız içeriklerle SEO tuzaklarına, tık tuzaklarına teslim olmuş, televizyon gibi daha topluma hitap eden kanalları da böyle herhalde sayıları iki elin parmaklarına geçmeyecek yaşlı adamlara teslim olmuş alanlar. Dolayısıyla bu haliyle çok ileri mesafe kat etmesi mümkün değil" (Umutcan Savcı, Aposto).

Benzer şekilde, Şükrü Oktay Kılıç'ın (Fayn) değerlendirmesi de hem iktidar yanlısı medya organlarının hem de muhalefet kanadına yakın medya kuruluşlarının finansal şeffaflıktan uzak ve siyasallaşmış yapılar tarafından yönetilmesine yönelik eleştiriler içermektedir. Kılıç'ın yaklaşımı da doğrudan Türkiye'deki merkez medya alanının bütününe yöneliktir:

> "Ana akım medya neredeyse tamamen bir politik kontrol altında. Farklı devlet mekanizmalarıyla ya işte sahiplik yapısı ya ceza işte otoriteleri zaten birçoğu hükümete yakın iş adamları. Bir kısmı, ortada gibi duran ama kara para aklayıcı yapıların finanse ettiği bir medya alanı. Diğer tarafta *Halk TV* ve *Sözcü* gibi kanallar belirli oranda bağımsız olabilirler ama olamıyor ve maalesef işte sistem onları da diğer kutba itiyor. Türkiye'de ana akım medya, iki kutup ve iki kutbun da finansmanları şeffaf değil ve tamamen böyle iktidar-muhalefet siyasetinin altında ilerleyen ve siyasetin bir aparatı olarak işlev gören kurumlar" (Şükrü Oktay Kılıç, Fayn).

Benzer bir vurgu Ilgaz Yalçın Fakıoğlu'nın "Türkiye'de medyanın oturduğu zemin"e ilişkin eleştirilerinde de görülmektedir. Fakıoğlu'da bir iktidar medyası eleştirisi yapmasının yanında esas problemi Türkiye'deki gazetecilik ekosistemi üzerinden okumaktadır:

> "Türkiye'de gazeteciliğin mesleki olarak oturduğu yeri biraz değiştirmek lazım. Kolay bir iş değil bu. Çünkü, siyasetin de beslendiği bir alan burası. Eğer mesleki kodlar

> üzerinden konuşulacaksa, aslında ajans haberlerini alıp, takla attırıp siteye koymanın tartışmaya açılması gerekirken bambaşka şeyler şu an tartışılıyor. Bu da bir 'meslekleşme' olmasının önüne geçiyor. Bugün baktığınızda iktidardan veya muhalefetten ödenek alan basın kurumları gerçekten mesleki bir başarımı mı sağlıyor, yoksa, bulundukları zeminden dolayı gazeteciliğin meslekleşememesini mi sağlıyor? Ben ikincisini söylerim" (Ilgaz Yalçın Fakıoğlu, Scrolli).

Bu kapsamda, görüşülen yayıncıların Türkiye'deki medya atmosferine ilişkin değerlendirmelerinde en dikkat çekici unsur, yalnızca iktidar medyasına değil, Fakıoğlu'nun da belirttiği gibi, doğrudan "Türkiye'deki gazeteciliğin oturduğu zemin"e yönelik eleştirilerin öne çıkmasıdır. Bu eleştiriler, yalnızca siyasi kutuplaşmanın bir kanadını hedef almakla kalmamakta, aynı zamanda muhalefet medyasına ve yenilik ile sürdürülebilirlik noktasında kendini geliştiremeyen bazı alternatif medya platformlarına da yönelmektedir. Bu durum, periferi yayıncıların merkezin dışında bir konumlanış aldıklarını gösterirken, diğer yandan kendilerine ait yeni bir alt alan oluşturduklarını da ortaya koymaktadır. Savcı'nın "*üçüncü bir alan var, ben burayı yeni oyuncuların olduğu yeni medya alanı olarak görüyorum*" ifadeleri, bu "yeni alan" gözlemini doğrular niteliktedir.

Koray Kaplıca, Türkiye'deki basın özgürlüğü sorununun, doğrulama platformları gibi metodolojik açıdan sabit ve sistematik çalışan kurumlarda dahi içerik üretiminde bir "tedbir" mekanizması doğurduğunun altını çizmektedir. Kaplıca, özellikle son yıllarda bu konuda yaşanan değişime dikkat çekmektedir: "*Tabii ki ben Doğruluk Payı ilk başladığında yapılan içeriklerin devamını daha fazla isterdim açıkçası. Yani Erdoğan bir şey söylediğinde bunu yanlışlamak korkmadan ya da başka bir şey de yapmadan. Şu an mesela biz onu yapabiliriz ama açıkçası bunu yaparken on kez düşünüyoruz. Ben bir de editoryal olarak çalıştırdığım altı kişiye neler olabileceğini düşünüyorum*" (Koray Kaplıca, Doğruluk Payı). Simge Akkaş da benzer bir duruma işaret etmektedir. Bununla birlikte, yayıncıların vurguladığı siyasi baskıların doğrudan platformlarda sansür ya da oto-sansür mekanizmaları oluşturduğunu söylemek tam olarak doğru olmayacaktır. Doğrulama üzerine çalışan yayıncılar, istedikleri konuları farklı yöntemlerle aktarma yönünde bir pratik geliştirmiştir: "*Ülkedeki mevcut durum mutlaka etkiliyor tabii ki de ama siz de artık bir reflekse sahip oluyorsunuz. Yani doğruyu anlatmaya çalışırken yine bu işin*

doğrusunu anlatarak ama kulağını düz değil de tersten tutarak anlatmaya çalışıyoruz. Bu tam bir sansür değil, sadece biraz yolu uzatarak anlatıyoruz. Çünkü, yanlış bilgi en tepeden, dokunulmazdan gelince biraz da böyle oluyor" (Simge Akkaş, Bağımsız Araştırmacı).

Yayıncıların dikkat çektiği temel sorun alanlarından biri, medya sektöründeki ekonomik darboğaz ve bu durumun hem içerik üretimi hem de gazeteciliğin genel yapısı üzerindeki etkileridir. Bu değerlendirmeler, yalnızca gelirlerin azalması ya da reklam pastasındaki küçülme gibi doğrudan ekonomik göstergelerle sınırlı değildir. Mevcut medya yapılanmalarının sürdürülemezliğini ve sektörün dijitalleşme sürecine entegrasyonundaki yapısal sorunları da kapsamaktadır. Şükrü Oktay Kılıç, merkez medya kuruluşlarının -politik yanlığına ek olarak- neredeyse tamamen algoritmik trafik ve reklam geliri elde etme amaçlı hareket ettiklerini, bu durumun ise gazetecilik normlarına, etik ilkelere ve izleyici deneyimine zarar verdiğini vurgulamaktadır. Kılıç'a göre, 1990'lardan bu yana büyük medya kuruluşları, esasen matbu geleneğin dijital ortama taşınmasıyla oluşmuş bir işleyişi yeniden üretmektedir. Ancak bu üretim tarzı, günümüzün dijital okur profiline, kullanıcı beklentilerine ve kamusal bilgilendirme işlevine karşılık verememektedir.

> "Türkiye'deki bütün o bilindik medya organizasyonları için tek amaç bir trafik kaynağı almak. Ve bunu da tabii hoş olmayan yöntemlerle yapıyorlar. 1995'teki modeli aynen devam ettiriyor ana akım. Olabildiğince trafik, olabildiğince fazla içerik. Maksimum takipçi çekme. Maksimum programatik reklam. Bunu sağlamaya çalıştıkları ilkel mi ilkel, gazetecilik ilkeleriyle bağdaşmayan, kendi çalışan gazetecilerini de memnun etmeyen, okuru da memnun etmeyen, reklam vereni de memnun etmeyen, kimseyi memnun etmeyen, sadece *Google*'ı memnun eden bir sistem" (Şükrü Oktay Kılıç, Fayn).

Benzer biçimde, Ilgaz Yalçın Fakıoğlu'nun değerlendirmesi ise *Google* algoritmalarına dayalı bir habercilik pratiği -ki bu pratik esasen hız ve ajans haberciliği temelli çalışmaktadır- Türkiye medya piyasasında alternatif üretim modellerinin gelişimini engellemiş ya da bu modellerin gelişebileceği zemini ortadan kaldırmıştır. Fakıoğlu'na göre "*Ekonomik sorunların çoğu zamanında Google modelinin entegrasyonuyla alakalı. Tamamen son dakikaya ve hıza yönelik bir haber algısı var. Bu da Türkiye piyasasında aslında ajans haberciliğine entegre bir sistem getiriyor*."

(Ilgaz Yalçın Fakıoğlu, Scrolli). Bu bağlamda Scrolli gibi "yavaş gazetecilik" ve içerik kürasyonu esasına dayalı girişimler, Fakıoğlu'na göre gazeteciliğin krizine karşı stratejik bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.

Medyanın krizinin yalnızca siyasal baskı ya da ifade özgürlüğünün sınırlandırılması gibi dışsal faktörlerle açıklanamayacağı, aynı zamanda alan içi işleyişin kendi çelişkileri ve kârlılığa endeksli yapılanma biçimleriyle de ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, ekonomik kriz yalnızca finansal bir sorun olmanın ötesinde etik üretim, içerik niteliği ve kamusal sorumluluk gibi gazetecilik normlarının da aşınmasına neden olan çok katmanlı bir yapısal sorundur. Bu değerlendirmeler, merkez medyanın özerkliğini yitirmesiyle bağlantılı olarak düşünülebilir. Dolayısıyla, mevcut medya yapıları, artık kendi iç mantığıyla değil, dışsal güçlerin (reklam veren, platform algoritmaları, siyasi baskılar) talepleri doğrultusunda biçimlenmektedir.

Katılımcılarla merkez medya alanındaki yapısal sorunlar konuşulurken, yayıncıların büyük bir bölümünün hem siyasal hem de ekonomik problemlere değinirken, bir yandan da bir çeşit "normatif kültür" eleştirisine yer vermeleri, görüşmelerde dikkat çeken bir diğer unsur olarak öne çıkmaktadır. Görüşme yapılan yayıncıların yarısının geçmişte merkez medya kurumlarında çalışmış olmasına rağmen, bu alandaki yerleşmiş ya da dogmalaşmış kuralları (bir anlamda alandaki tarihsel doxa'yı) alanın gelişimi önündeki engellerden biri olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Bu bağlamda, derin bir kuşak çatışması da gözlemlenmektedir. Eski kuşağın "gazetecilik tanımını" katı sınırlar içerisinde yapıyor olması, görüşülen yayıncıların çoğu açısından eleştirilen bir tutum olarak öne çıkmaktadır.

Örneğin Ezgi Toprak'ın vurguladığı üzere, açık kaynak gazeteciliği ya da doğrulama temelli araştırmacı üretimlerin "gazetecilik" olarak tanınmaması, bu normatif çatışmanın somut bir göstergesidir. Bu eleştiri yalnızca bir mesleki tanım tartışması değildir, aynı zamanda alanın epistemolojik sınırlarını yeniden kurma çabasıdır. "*Açık kaynaklardan yapılan bu iş gazetecilik mi? Evet, gazetecilik. Neden olmasın? Buna karşı çıkanları anlamıyorum. Şimdi sen dünyada bir sürü nitelikli açık kaynak araştırma grupları varken, bunu yapana gazeteci demeyip, bir haberi falanca*

siteden kopyalayıp, başka bir siteye yapıştırana 'gazetecilik' diyorsan bence esas bir oturup gazeteciliğin günümüzde ne olduğunu konuşmak lazım" (Ezgi Toprak, Bağımsız Gazeteci).

Benzer şekilde Ilgaz Yalçın Fakıoğlu da Türkiye'de gazeteciliğin kanaat sunma üzerine kurulu, teknik becerilerden ve hikâyeleştirme gibi modern anlatım biçimlerinden uzak bir yapıya sıkıştığını ifade etmektedir. Ona göre, Batı'da özellikle ABD örneğinde olduğu gibi, geleneksel ve dijital gazetecilik pratiklerinin uyumlu bir biçimde entegre edildiği bir yapı varken, Türkiye'de bu geçiş "Babıali kültürü"nün baskınlığı nedeniyle başarılamamıştır:

> "Ben ana akım medyada da geleneksel insanlarla da çok çalıştım. 2012-14 Amerika'ya baktığımızda yeni medya ve ana akım medya entegrasyonunun çok iyi olduğunu görüyoruz. Ama bizde süreç maalesef böyle gelişmedi. Bizim zorluğumuzun temel sebebinin ben açıkçası 'Babıali Kültürü' olduğunu düşünüyorum. Yani geçmişle alakalı kültürün hâlâ sektörde çok sıkı olması olarak görüyorum. Türkiye'de basın tarihine baktığımızda basın siyasete çok angaje olan ve bu yüzden kendi teknik disiplinini geliştirememiş bir alan. Bu yüzden de kendi sınırlarını oluşturamamış bir alan. Bence, gazetecik mesleği içerisinde bulunan ve bu tartışmaları (*kim gazeteci, kim değil*) yürüten insanların kaçırdığı temel şey bence şu: Gazetecilik dediğiniz meslek teknolojiye çok entegre olan, teknik mesleki becerileri çok sıkı olan bir meslek aslında. Yani bugün sizin iyi bir gazeteci olmanız için biraz tasarımdan da anlamamız lazım. Hikâyeleştirmeyi de bilmeniz gerekiyor, hedef kitlenizi de bilmeniz gerekiyor. Yani günün koşullarına uyum sağlayabilmek için aslında o mesleğin temel teknik mesleki yeteneklerine, gereksinimlerine sahip olmanız gerekiyor. Fakat, Türkiye'de görüş ve yorum üzerinden kanaat sunma üzerinden çizilmiş bir gazetecilik tablosu var. Ve belli bir kanaat sunmak bu insanlara bir etki alanı da sağlıyor. Yani mesela hiç haber yazmayı bile bilmeyen bir insan, 'iyi gazeteci' olabiliyor Türkiye'de. Çünkü niye? Kanaat alanı ve seslenebildiği bir kitlesi var. Bu insanların ben mesleğe biraz zarar verdiğini düşünüyorum açıkçası. Bu yüzden bu mesleğin meslekleşememesine neden olduğunu düşünüyorum. Bu yüzden dışarıya çok açık bir alan yarattığını düşünüyorum aslında. Bu bakımdan Türkiye'de bu tartışmanın sağlıklı yürümesi imkânsız. Bu tartışmada mesela bana şunu deseniz çok daha mantıklı olabilir: 'Evet, bu yapılmalı ancak hikayeleştirme yapılırken metodoloji ne kadar esnemeli?' Bu daha sağlıklı bir tartışma konusu mesela. Ama işte 'hikâye anlatıcılığı yapıyorsan bu gazetecilik değildir' dediğin şeyin bir gerçekliği yok. Bu argümanın oturduğu gerçeklik, bir temenni aslında. Geleneksel zeminde bu tartışmayı yürüten insanın oturduğu konumun devamlılığına yönelik bir temenni bu" (Ilgaz Yalçın Fakıoğlu, Scrolli).

Fakıoğlu ve benzer yorumlarda bulunan katılımcıların bu eleştirileri, yeni aktörlerin alanda karşılaştıkları sistematik dirençlerin bir ifadesi olarak da okunabilir. Gazetecilikteki "normatif dönüşüm", yalnızca içeriklerin biçimsel olarak yenilenmesiyle sınırlı kalmamakta; mesleğin tanımı, etik çerçevesi, üretim süreçleri ve kabul gören bilgi türleri üzerine yeniden düşünülmesini gerektiren kapsamlı bir yeniden konumlandırmayı da içermektedir. Dolayısıyla, alandaki tarihsel doxa'ya dayalı normatif kültür eleştirisi, gazetecilik alanındaki sembolik iktidar mücadelelerini ve mesleğin epistemolojik sınırlarını yeniden kurma çabalarını görünür kılması açısından, kuramsal düzeyde de dikkate değerdir.

İfade edilen başat sorunlara ek olarak, katılımcılar alanın yapısal sorunlarına ilişkin görüşlerinde "kurumsallaşamama ve sürdürülebilirlik eksiklikleri", "serbest gazetecilik ve prekaryalaşma" ile "dezenformasyon ve misenformasyon" eleştirilerine de yer vermişlerdir. Ancak bu eleştirilerin büyük bir kısmının, "basın özgürlüğü sorunu", "ekonomik model geliştirememe sorunu" ve "normatif kültür sorunu" eksenlerinde çerçevelendiği görülmektedir. Geçmişte hem merkez hem de alternatif medyada edindiği deneyimlere atıf yapan Bedirhan Gülhan Bulu (Mind Vorteks), "*Ben Türkiye'de kesinlikle standarda önem veren bir kurumun olduğunu düşünmüyorum*" diyerek, kurumsallaşma krizine dikkat çekmektedir. Şükrü Oktay Kılıç (Fayn) ise, "*Ana akım medya işlevsizleşti ancak Türkiye'de şu an yeni medya veya alternatif medya sektörü var da diyemeyiz. Henüz bu işler sürdürülebilir kılınmış değil*" sözleriyle yalnızca merkez medyadaki değil, periferi alandaki sorunlara da işaret etmektedir.

Geçmiş deneyimlerinden hareketle, Türkiye medya ekosisteminde ciddi bir güvencesiz çalışma ortamının varlığına dikkat çeken Bedirhan Gülhan Bulu, Ezgi Toprak, Murat Sercan Subaşı ve Şükrü Oktay Kılıç, bu durumu yapısal bir sorun olarak değerlendirmektedirler. Katılımcıların bu yöndeki değerlendirmeleri, haber üretim süreçlerinin arka planında yer alan emek rejimlerini görünür kılması açısından da önem taşımaktadır. Şükrü Oktay Kılıç'ın aktardığı deneyim, geleneksel büyük medya kurumlarında çalışan genç gazetecilerin uzun süreli staj ya da deneme süreçleri adı altında düşük ücretlerle ya da tamamen ücretsiz olarak çalıştırıldıklarını ortaya

koymaktadır. Benzer şekilde, Bedirhan Gülhan Bulu'nun deneyimi, "freelance" çalışmanın aslında tam zamanlı çalışmaya zorlayan bir yapısal sömürü biçimine dönüştüğünü göstermektedir. Şirketlerin sigorta yükümlülüklerinden kaçınmak amacıyla bu tür çalışma modellerini tercih ettikleri, ancak, pratikte bu kişilerin kurumsal çalışanlardan farksız biçimde çalıştıkları ifade edilmektedir. Ezgi Toprak ise, bağımsız gazetecilik yapan kişilerin karşı karşıya kaldıkları maddi ve hukuki güvencesizlik sorunlarını daha da belirgin şekilde ortaya koymaktadır:

> "Geçen şunu düşündüm, tamam açık kaynaktan siyasetle bağlantılı bir bilgi buldum, doğruladım ve bunu yayınladım ama başımıza ne gelir? Yani 'ne olur acaba'yı düşündüm. Bunu bağımsız bir yerden yaptığım için benim bir kurumum yok. Bir dava açılsa beni temsil edecek kimse yok. Bunların hepsini ben bireysel olarak üstlenmenin getirdiği zorluklarla baş başa kalıyorum aslında. Yani özellikle Türkiye gibi ülkelerde bence en büyük sorun 'acaba ne olur'u insanlara verebilmiş olmaları. Bir freelance çalışansan mesela şehir dışında bir habere nasıl gideceğim mesela? Yani, dünya para harcaman gerekiyor. Seni destekleyen bir kurum yok ama kaldı ki çoğu zaman kurumlar bile artık desteklemiyor. Aslında insanlar da bu yüzden proje bazlı hibe programlarına yöneliyor" (Ezgi Toprak, Bağımsız Gazeteci)

Bu anlatılar, Türkiye medya ekosisteminin merkezden çevreye doğru genişleyen bir "güvencesizlik alanı"na dönüştüğünü göstermektedir. Özellikle bireysel düzeyde çalışan yayıncılar yalnızca siyasal baskılarla birlikte, yapısal belirsizlik, görünmez emek biçimleri ve kurumsal destek eksikliğiyle de mücadele etmek zorundadırlar. Bu bağlamda, medya alanındaki politik kutuplaşma ve basın özgürlüğü sorunları, emek sömürüsü ve güvencesiz çalışma gibi yapısal problemleri de yeniden üretmektedir. Ancak, serbest çalışmanın alandaki baskın doxa'dan uzak durmak adına bilinçli bir tercih olarak benimsenebileceği de dikkat çekici bir bulgudur. Metin Cihan'ın bu konudaki değerlendirmesi, bu tercihin ardında yatan motivasyonlara ışık tutuması adına dikkat çekicidir:

> "Rabia Naz dosyasını çalışırken, o zaman bana 'bir medya kurumunda çalış, bu haberleri bir gazetede yayınla, neden sadece sosyal medyada paylaşıyorsun?' diyorlardı. Benim haberlerimi yayınlayacak kurumlar belki vardır, evet ama şu da olabilir, ben gidip 'böyle bir konu var' desem belki haberime bir müdahale de gelebilir. Benim editör şefim 'yani o konuya girmeyelim, bak şöyle bir şey var sen bununla ilgilen' diyebilir. 'Yaz ama şu kısmına çok girme. Ya bakana da o kadar yüklenme' diyebilir. Yani ben kendim

> çalışırken bu serbestliği seviyorum, bana özgür bir alan tanıyor bunu inkâr edemem" (Metin Cihan, Bağımsız Gazeteci).

Bütün bu veriler ışığında, "Alandaki Yapısal Sorunlar ve Eleştirel Konumlanışlar" teması altında -periferi aktörlere ilişkin uluslararası literatürden de hareketle- "Türkiye Medya Atmosferine Yönelik Tutum" başlığı altında bir alt tema belirlenmiştir. Bu alt tema kapsamında, katılımcıların medya alanına ilişkin dile getirdikleri sorunlara yönelik genel tutumları değerlendirilmiştir. Bu çerçevede, agonist tutum, alandaki sorunlara reformist ve düzeltmeci bir bakış açısıyla yaklaşan, mevcut yapının iyileştirilmesini hedefleyen bir pozisyonu temsil etmektedir. Buna karşılık, antagonist tutum ise alandaki yerleşik geleneklere ve alanın doxa'sına doğrudan muhalefet içeren ve alanda köklü, radikal bir dönüşüm talep eden bir yaklaşımı ifade etmektedir (Belair-Gagnon ve Holton, 2018; Belair-Gagnon vd., 2019; Schapals vd., 2019). Antagonist yaklaşım, eleştirilerini yalnızca güncel konjonktüre değil; aynı zamanda medya alanının genel kurallarına ve aktörlerine yöneltmektedir.

Her ne kadar literatürde antagonist aktörler, mesleki etik değerleri ve gazetecilik otoritesini aşındıran unsurlar olarak kavramsallaştırılsa da bu çalışmada Türkiye'deki genel gazetecilik ekosistemine (geleneksel medya, yeni medya, alternatif medya ve diğerleri) yönelik sistematik bir karşıtlık, antagonist tutum kapsamında değerlendirilmiştir. Zira, Türkiye'de medyanın normatif zemini ile güncel konjonktürdeki pratikleri arasında yüksek düzeyde uyumsuzluk ve çelişkili örüntüler (örneğin, politik kutuplaşma, basın özgürlüğü kısıtlamaları) gözlemlenmektedir. Bu kapsamda görüşme yapılan yayıncıları tek bir kategoride değerlendirmek zordur. Çoğu yer yer agonist yer yer antogonist tutumlarla alanda bir mücadele içindedir.

Örneğin, *Doğruluk Payı* gibi teyit platformları, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerini güçlendirerek, alanın doxa'sını yapıcı bir biçimde sorgulamakta ve bu yönüyle agonist bir tutum sergilemektedir. Buna karşın, Umutcan Savcı'nın ve Şükrü Oktay Kılıç'ın "yenilik getiremeyen eski kuşak" eleştirisi ile Ilgaz Yalçın Fakıoğlu'nun "Babıali kültürü"ne yönelik eleştirisi, alanın katılaşmış normlarına karşı açık bir tepki barındırdığı için antagonist tutum kapsamında değerlendirilebilir. Öte yandan, bu aktörlerin ortaya koydukları pratikler, alanda yeni bir düzen ve farklı bir gazetecilik anlayışı talep ettiklerini de göstermektedir. Bu yönüyle, aynı zamanda

agonist bir tutumun izlerini de taşımaktadırlar. Örneğin, Metin Cihan çıkış noktası itibarıyla doğrudan ana akım medyaya karşı konumlanan antagonist bir aktör olarak öne çıkarken, yürüttüğü faaliyetlerin "kamusal fayda" odaklı olması, gazetecilik alanı adına agonist bir duruş olarak da değerlendirilebilir. Ilgaz Yalçın Fakıoğlu'nun ve Şükrü Oktay Kılıç'ın merkez medya ile ana akım medya arasında yaptığı ayrım ise, bu antagonist bakış açısından agonist bir tutuma geçişe dair önemli ipuçları sunmaktadır:

> "Ben, 'ana akım eşittir geleneksel medya' anlayışına katılmıyorum. Bence ne olursa olsun bir ana akım medya olmak zorunda. Bir sistem içerisinde bu konuştuğumuz tüm yeni modelleri geliştiren şey, yani bu işin lokomotifi ana akımdır. Çünkü para yakma özgürlüğüne sahiptir. Örneğin konuştuğumuz tüm dijital dönüşüm modellerini medyanın yeniden kültürel kodlarını oluşturulmasını, yeni gelir modellerinin geliştirilmesi vs. bunların hepsini 2010-2012 krizi sonrası Amerika'da ana akım sağladı. Yani alternatif veya bağımsız medyanın yapabileceği şeyler çok kısıtlı. Başarılı bir habercilik modelinin ana akımı olması, onu geleneksel hale getirmez. Türkiye'deki sorun kanaat önderliğiyle gazeteciyi aynı gören ve artık bir kültür olmuş bu yapıyla alakalı. Esas bu genel yapı bence bu işin hem içerik açısından hem de modeller açısından ket vuruyor" (Ilgaz Yalçın Fakıoğlu, Scrolli).

> "Herkes aslında bir anlamda ana akımlaşmaya uğraşıyor. Biz de öyle. Küçük kısıtlı olsa da bunu yapmaya devam edelim. Güçlendirelim bu pozisyonumuzu. Çünkü, şu an ana akımın temsili inanılmaz sorunlu. Benim yaklaşımım ana akım olsun. Merkeze otursun. Keşke olsa, çünkü daha iyi bir merkez olur. (…) Bizim gibi yeni oyuncular artık merkezde olsun. Sadece muhalifler takip etmesin. Herkes takip etsin. Farklı farklı kutuplar olsa bile gelip buraya bakabilsin. Bu arada bence bu tamamen Türkiye'deki siyasi ortamın değişmesine bağlı. Değişmezse bizim yaptığımız işlerin hiçbir şansı yok" (Şükrü Oktay Kılıç, Fayn).

Bu yönüyle, katılımcıların büyük bir bölümünde ikili bir tutumun (agonist ve zaman zaman antagonist) gözlemlenmesi, Türkiye'deki periferi aktörlere ilişkin örneği daha özgün ve ayrıksı kılmaktadır. Özellikle doğruluk kontrolü platformları, gazetecilik alanı adına kimi zaman bir bilgi kaynağı, kimi zaman ise bir iş birliği ortağı olarak işlev görmektedir. Bu çerçevede, esasen alanın merkeziyle ilişki içinde çalışan bu yapılar, alandaki yerleşik sınırların yeniden tanımlanmasına katkı sunmaktadır. Koray Kaplıca, merkez medya ile doğruluk kontrolü platformları arasındaki ilişkiyi şu şekilde aktarmaktadır:

> "İlk başlarda biz (Doğruluk Payı), CNN Türk ile amiyane tabirle 'kanka' gibiydik. Yani CNN Türk doğrudan bizim içeriklerimizi alıp kullanıyordu. Onlar için kaynak niteliği taşıyorduk. Bizi mesela 2015 seçimlerinde -şu an hiç düşünemeyeceğim bir şey- canlı yayına çıkartabildiler. O zaman Doğan Yayın Grubu'ndaydı. Mirgün Cabas'ın falan çalıştığı dönemlerdi. Gerçekten bize iyi bir kaynak olarak bakıyorlardı. Çünkü, sonuçta biz, 'şu konuşmasında şu siyasetçi yalan söyledi' deyip buna ilişkin veri sunduğumuzda ister istemez onlar için kullanabilecekleri malzeme çıkıyordu. Buna biraz pragmatik bir ilişki de denebilir bu açıdan. Yani, amaçları demokrasiyi geliştirme gibi bir şey değildi ama neticede merkez medya ile bir ilişki ve iletişim vardı o dönemler. Gezi'den sonra, genel ana akım medya kısmı artık güven kaybına yavaş yavaş uğramaya başladı ve CNN Türk ve diğer kurumlar da artık bizim bire bir ilişkiye geçtiğimiz merkez medya organları olmaktan çıktı" (Koray Kaplıca, Doğruluk Payı).

Doğruluk platformları ile merkez medya arasındaki agonist ilişki, özünde çift yönlü bir etkileşim olarak öne çıkmaktadır. Nitekim, Simge Akkaş'ın aktardığına göre, doğrulama platformları gazetecilik alanından, özellikle haber dili başta olmak üzere birçok özelliği devralmaktadır: "*Doğruluk platformlarının gazetecilik alanından aldığı en önemli şey bence dil meselesi biraz. Çünkü doğası itibarıyla doğruluk kontrolü platformları akademik dile daha yatkın. Ancak, bunu halka doğru ve anlaşılır şekilde ulaştırmak için gazetecilikten bu haber dilini alıyor ki bu insanlara bilgiyi anlaşılır bir şekilde verme adına çok önemli bence*" (Simge Akkaş, Bağımsız Araştırmacı). Bu çerçevede, özellikle periferi medya aktörleri bağlamında doğruluk platformlarının yalnızca bir denetim ya da bilgi doğrulama aracı olmanın ötesine geçerek, merkez medya yapılarıyla çift yönlü ve dönüştürücü ilişkiler kuran özneler olarak konumlandığı görülmektedir.

Bu araştırma kapsamındaki örneklem içerisinde, "antagonizmden agonizme yönelen tutumu" en açık biçimde ortaya koyan örnek, *Aposto*'nun kurucusu Umutcan Savcı'nın Türkiye'deki medya atmosferine ilişkin çizdiği haritalamadır. Savcı, medya alanına dair üç farklı oyuncu tipolojisi kavramsallaştırmaktadır. Birinci oyuncu, "havuz medyası" olarak tanımladığı, iktidar bloğunun merkez medya kurumlarıdır. İkinci oyuncu ise politik spektrumun karşı tarafında yer alan ve tektipleşmiş bir yayıncılık mantığına sahip olduğunu belirttiği muhalif medya kurumlarıdır. Savcı'nın bu iki gruba yönelik argümanı, doğrudan antagonist bir tutumu yansıtmaktadır. Üçüncü alan ise -Savcı'nın kendilerinin de dahil olduğunu belirttiği- alternatif ve

bağımsız medya kurumlarının yer aldığı yeni bir medya yapısını temsil etmektedir. Bu alan, Savcı'ya göre reformist ve düzeltmeci bir yaklaşıma sahip bir zemin sunmaktadır: "*Üçüncü bir alan var, burayı 'yeni medya'*[78] *olarak görüyorum. Aslında burası doğrudan bir alternatif medya değil bence. Burası 'yeni medya' ve bu iki farklı medya kutbundan sıkılan, usanan, artık buradaki yolsuzlukları, yanlış hizalanmaları, politik spektrumdaki dalgalanmaları, ilkesizlikleri, tükenmişlikleri gören insanların yüzünü döndüğü alandaki oyuncular*" (Umutcan Savcı, Aposto).

Ancak Savcı, tanımladığı bu "yeni medya" alanı içinde de bir sınıflandırmaya gitmektedir. Bu bağlamda, kuşak çatışmasının belirginleştiği bir yapı dikkat çekmektedir. Savcı'ya göre, politik bir ajandası olmayan ve doğru gazetecilik yapma çabası içinde olan ancak alanın normatif kodlarının dışına çıkamadıkları için yenilik üretemeyen bazı alternatif medya aktörleri bu sınıflamanın bir parçasıdır. Bu noktada Savcı hem kendilerini hem de benzer pozisyondaki aktörleri, geleneksel medyadan gelen fakat kendi alternatif medyalarını kuran eski kuşak gazetecilerden ayrıştırmaktadır. Böylece, söz konusu yaklaşımda da antagonist bir pozisyondan agonist bir tutuma geçişin izleri görünür hâle gelmektedir.

> "Bu üçüncü yol olarak tarif ettiğim oyuncuların arasında da iki kuşak var bence. İlk kuşak biraz daha modelleri test eden, yeni yeni modeller deneyen ama büyük ölçüde ana akımdan gelen gazetecilerden oluşan, bu sebeple de fonlar olmazsa ayakta kalamayacak olan eski kuşaklar. Bunları belki 2013'te kurulan *Zete*'ye kadar geri taşımak mümkün. 2015'te *Medyascope* işin içine girdi. *T24*'ler, *Duvar*'lar katıldı bu işin içine. Bugün de yine benzer örnekleri aslında var ama ayakta kalmaları hepsinin çok güç, çünkü, doğrudan fonlarla ayakta kalabiliyorlar. Bu arada fon almayı etik dışı bir konu olarak görmüyoruz biz. Fon alan bu yapılar içerik üretebilmek ve demokraside ayrıca bir ses olabilmek için mecburen bir takım demokrasi fonlarından besleniyorlar. Biliyoruz ki gerçekten bağımsızlar ve kimsenin ajandasını gütmüyorlar. Çoğunlukla ilkeli gazeteciler de burada çalışıyor. Sadece bir gelir modeli olarak, balık tutmayı bilmiyorlar, birinin verdiği balıkla hayatta kalıyorlar ve bu yüzden de yola devam etmeleri çok zor" (Umutcan Savcı, Aposto).

[78]Katılımcının burada kullandığı "yeni medya" tanımı, yalnızca teknolojik yenilikler üzerinden okunmamalıdır. Katılımcıların "yeni medya"yı tanımlarken esas aldıkları nokta, geleneksel medyaya kıyasla yeni oyuncuların, yeni mecraların, alternatif gelir modellerinin ve farklı içerik biçimlerinin bulunduğu çok katmanlı bir alanı ifade etmektedir. Benzer şekilde, Murat Sercan Subaşı'nın da kendi faaliyet alanını benzer örnekler üzerinden "yeni medya" olarak tanımlaması, bu argümanı daha da güçlendirmektedir.

Benzer bir vurgunun *Fayn*'ın yöneticisi Şükrü Oktay Kılıç tarafından da yapılması dikkat çekicidir. Nitekim bu çerçevede, eski ve yeni medya aktörleri arasındaki ayrışma belirgin biçimde ortaya çıkmaktadır. Söz konusu ayrışma, yalnızca teknoloji kullanımıyla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda derin bir "yaklaşım" farklılaşmasına da işaret etmektedir.

> "Türkiye'de medya alanında yeni bir yol açmaya çalışan alternatif medya platformları var. Burada özgür ve bağımsızlık söylemi çok öne çıkıyor. Ve kısıtlı imkanlarla bu işi 'meslek onuru' gibi şeyleri göstererek gerçekten yapmaya çalışıyorlar. Burada samimi olduklarını biliyorum. Fakat gerçekten etkin olabilecek bir modelleri yok. Bu yüzden Türkiye'de böyle bir sektör henüz var diyemeyiz. Bir alternatif medya sektörü var diyemeyiz. Kimse doğru düzgün para kazanamıyor ya da kendi işini sürdürülebilir kılmış değil. (…) Biz bunu ne kadar başardık şu an bilmiyorum ama bizim hedefimiz en başta tam da bu yüzden sürdürülebilir bir modeli hayata geçirmekti" (Şükrü Oktay Kılıç, Fayn).

Yayıncılar hem iktidar odağına ve muhalefetin gündemine saplanmış merkez medyaya hem de eski kuşak, deneyimli gazetecilerin yer aldığı ancak yenilik üretemeyen alternatif medyaya yönelik eleştirilerini dile getirmekte, ardından kendi konumlarını agonist bir referans çerçevesinde tanımlamaktadırlar. Umutcan Savcı, yeni alanın aktörleri olacak, yeni medya aktörlerinin özellikleri şu şekilde özetlemektedir:

> "Bir grup var ki bence Türkiye'nin umudu buradadır. Türkiye'nin demokratikleşme umudu da buradadır. Medyanın geleceği de buradadır. Dördüncü gücün ayakta kalması umudu da buradadır. Hak, hukuk, adalet, eşitlik, temsiliyet her şey buradadır. O da bence bizim en büyük örneklerinden biri olduğumuz yeni medya işleri. Çeşitli alternatif metotlar ve multimedya içerikler kullanarak hatta only channel yani her kanaldan içerik sunarak yoluna devam etmekte olan bu oyuncular. Bunlar newsletter (e-bülten) üretirler, podcast yaparlar, videocast yaparlar, etkinlikler üretirler, premium servisler sunarlar, gelirlerini doğrudan okurdan kazanmaya çalışırlar, iyi reklam ağları vardır ve marka kimliğini inşa ettikleri için itibarlıdırlar. Bunların hiçbiri bireyler düzeyinde temsil edilmezler. Yani mesela Fatih Altaylı'yı bu grupta görmüyorum. O bir birey markası. Onlar ayrı bir kategori ama hala bence eski medyanın oyuncularından biri. Ancak, bu yeni oyunculardan gerek biz, *Aposto*, gerek *Fayn*, *Podfresh*, *Teyit*, *Vesaire*, *Kapsül*, *FluTV*, *49W*, *Mevzu*, *Slot* gibi *YouTube*'la, podcastle veya newsletter ile bu işe başlamış ama farklı farklı alanlara yayılmış işler, işte bunlar çok yakın bir zamanda Türkiye medyasının

> yeni oyuncuları olacak. Ben önümüzdeki 5 yıllık periyotta, 2030'a doğru koşarken, eskiler tükenirken televizyonların da radyoların da gazetelerin de yavaş yavaş bu gruptan insanlara teslim olacağını düşünüyorum. Bence Türkiye'de medyanın demokratikleşmesi ve ilk defa, belki tarihimizde ilk defa, böyle bir Babıali tipi ilişkiler kurmaksızın hayatta kalma düsturuna sahip ilk organizasyonlar kurulacak. Ben en büyük umudu da burada görüyorum açıkçası" (Umutcan Savcı, Aposto)

"Alandaki Yapısal Sorunlar ve Eleştirel Konumlanışlar" başlıklı temaya ilişkin genel bir değerlendir olarak şunlar söylenebilir. Öncelikle alandaki yeni oyuncuların görüşmelerdeki yorumlarından anlaşılacağı üzere, Türkiye medya alanında yaşanan dönüşüm, yalnızca siyasi baskılar veya ekonomik krizlerle değil, aynı zamanda gazeteciliğin normatif zemininin çözüldüğü, epistemolojik sınırlarının tartışmaya açıldığı bir alan-içi kırılmayı da yansıtmaktadır. Bu kırılma, alandaki yerleşik doxa'ya karşı gelişen yeni illusio'ların -yani oyuna katılma biçimlerinin ve oyunun değerine duyulan inancın- yeniden inşası olarak okunabilir. Umutcan Savcı'nın merkez medyayı "işlevini yitirmiş bir propaganda aparatı" olarak nitelendirmesi ve hem iktidar hem de muhalefet medyasındaki "alan içi çöküşe" işaret etmesi, Şükrü Oktay Kılıç'ın finansal şeffaflıktan uzak ve siyasallaşmış yapıları eleştirmesi ve Ilgaz Yalçın Fakıoğlu'nun "gazeteciliğin oturduğu zemin" ve "meslekleşememe" sorununa dikkat çekmesi, bu aktörlerin sadece belirli kurumları değil, alanın bütünsel yapısını ve işleyişini sorunsallaştırdıklarını göstermektedir.

Dolayısıyla katılımcı ifadeleri, sadece merkez medyanın değil, muhalif ve alternatif medya yapılarının da eleştiri nesnesi hâline geldiğini, böylece aktörlerin alandaki konumlarını salt karşıtlıkla değil, kurumsal yapıların meşruiyetinden teknik yeterliliklerine kadar genişleyen çok boyutlu bir eleştirellik temelinde kurduklarını göstermektedir. Görüşülen yayıncıların büyük bir bölümünde gözlemlenen bu yeniden tanımlama çabası, alanın sınırlarını yeniden çizen ve periferide bir karşı-epistemoloji üretmeye çalışan kolektif bir praksise de işaret etmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'deki yeni medya aktörlerinin eleştirel konumlanışı, sadece merkezden bir kopuş olarak değerlendirmek yanıltıcı olabilir. Yayıncıların bu karşıt konumlanışı, yeni bir merkez inşasına dönük potansiyel taşıyan, alanın yapısal ve sembolik düzenini yeniden kurmaya aday bir alt alan formasyonu olarak değerlendirilmelidir.

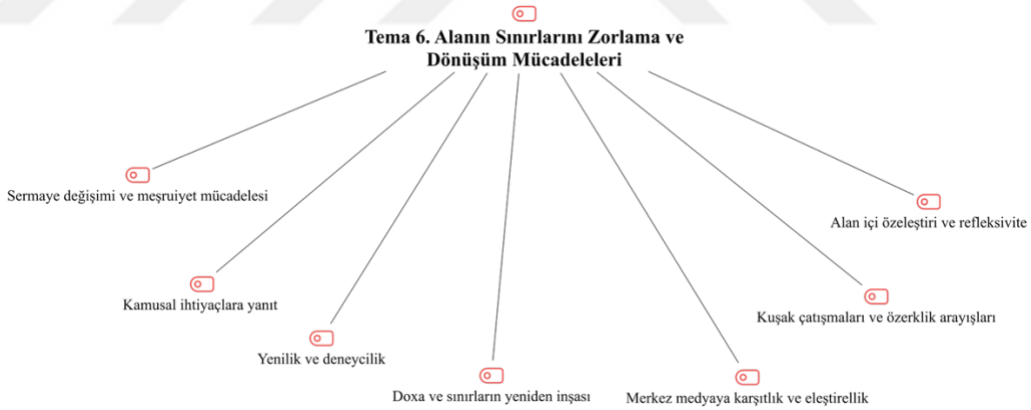
Türkiye'deki periferi medya aktörlerinin gazetecilik alanındaki konumlanışları, yalnızca biçimsel alternatiflik üzerinden değil, agonist ve antagonist tutumların eşzamanlı seyrine dayalı bir stratejik konum inşası olarak da okunmalıdır. Bu çerçevede, periferi aktörlerin mevcut medya düzenine yönelik tutumları, Belair-Gagnon ve Holton'un (2018) sunduğu ikili kavramsallaştırmayı aşan melez bir pozisyon üretmektedir: Bir yandan merkez medyanın çöküşüne karşı kamusal fayda, şeffaflık ve çoğulculuk gibi gazeteciliğin kurucu değerlerini savunan agonist bir illusio'yu yeniden kurmakta; öte yandan alanın doxa'sını şekillendiren normatif gelenekleri, mesleki hiyerarşileri ve epistemik otoriteleri radikal biçimde sorgulayan antagonist bir anlayışı içselleştirmektedirler. Nitekim, merkez medyanın (hem iktidar hem de muhalefet kanadını) "işlevini yitirmiş" ve "alan içi çöküş" yaşayan yapılar olarak nitelendirilmesi ya da sektördeki "Babıali kültürü"nün ve "siyasallaşmış finansman modelleri"nin gazeteciliğin meslekleşmesini engellediğine dair keskin eleştiriler, alanın genel kurallarına ve aktörlerine yönelik açık bir antagonist duruşu yansıtırken; aynı aktörlerin "üçüncü bir alan" veya "yeni medya" ideali etrafında, "politik bir ajanda gütmeme", "sürdürülebilir modeller" ve "kullanıcı davranışlarını dönüştürme" gibi hedeflerle yenilikçi ve reformist bir gazetecilik pratiği inşa etme çabaları, alan teorisindeki sembolik mücadele dinamikleriyle örtüşen agonist bir pozisyonu işaret etmektedir.

Doğruluk Payı gibi platformların şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleriyle mevcut yapıyı "düzeltmeci" bir yaklaşımla sorgulaması (agonist) ile Metin Cihan'ın ana akıma karşı radikal duruşu (antagonist) arasındaki görünürdeki farklılıklar, aslında Türkiye'deki periferi aktörlerin, alanın krizine ve normatif boşluklarına yanıt olarak geliştirdikleri, hem mevcut yapıya meydan okuyan hem de onu içeriden dönüştürmeye çalışan çok katmanlı ve melez bir faaliyet stratejisinin farklı türleri olarak okunabilir. Bu melez yönelim, alan teorisi çerçevesinde düşünüldüğünde, habitus ile alan arasındaki çelişkili ilişkinin doğurduğu yaratıcı adaptasyon biçimlerinin bir görünümü olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla, medya alanındaki yapısal çözülmenin doğurduğu boşluk, yeni oyuncuların alanın sembolik sınırlarını yeniden tanımlama mücadelesinde aktif birer fail haline gelmesine olanak tanımaktadır. Bu durum, gazetecilik alanında alternatifin ötesinde "yeniden kurucu" bir güç olarak periferi aktörlerin dönüştürücü potansiyeline işaret etmektedir.

4.4.6. Alanın Sınırlarını Zorlama ve Dönüşüm Mücadeleleri

Bu çalışmanın tematik analiz bölümünde, katılımcıların verdikleri ifadelerden hareketle beş temel tema belirlenmiş ve bulgular bu temalar doğrultusunda sunulmuştur. Ancak, söz konusu beş temayı kapsayıcı bir çerçeveye oturtmak ve bu temaların çalışmanın teorik zeminiyle ilişkili olarak genel bir değerlendirmesini yapabilmek amacıyla, "Alanın Sınırlarını Zorlama ve Dönüşüm Mücadeleleri" başlıklı altıncı bir tema oluşturulmuştur. Dolayısıyla bu tema, katılımcıların görüşmeler boyunca dile getirdikleri bilgilerin bütüncül bir değerlendirmesini içermektedir. Temanın odak noktası, aktörlerin benimsedikleri stratejilerin medya alanında yarattığı değişim, meydan okuma ve dönüşüm etkileridir. Nitekim bu tema kapsamında, alan içi mücadelelere, sınır çizimlerine ve özerklik taleplerine ilişkin referanslar detaylı biçimde incelenmiştir.

Tablo 16: Tema 6. Alanın Sınırlarını Zorlama ve Dönüşüm Mücadeleleri



Türkiye medya atmosferinde kamusal temsil ve kamu yararı üretimi, gerek akademik literatürde gerekse saha görüşmelerinde sıklıkla dile getirilen temel sorun alanlarından biridir. Yürütülen görüşmelerde katılımcıların tamamı, farklı kavramsal çerçeveler ya da pratik odaklarla da olsa, kamusal ihtiyaca dönük içerik üretiminin önemine vurgu yapmışlardır. Katılımcıların ifade ettiği üzere, merkez medyanın iktidar ilişkileriyle örülü yapısı nedeniyle boşalan kamusal alan, alternatif girişimleri veya yeni nesil yayıncılar tarafından çeşitli düzeylerde doldurulmaya çalışılmaktadır.

Bedirhan Gülhan Bulu, ana akım medyanın politik sessizliğini *YouTube* kanalları ve belgesel üretimiyle aşmaya çalıştıklarını belirtirken; Ece Balekoğlu, kriz anlarında halkın bilgi ve dayanışma ihtiyacını karşılayacak sorumlu bir yayıncılık anlayışını benimsediklerini ifade etmiştir:

> "Türkiye'de kesinlikle böyle bir politik kırıklık söz konusu. Ve bu durum içerik üretenlerin ürettikleri şey konusunda yardımcı olabilir diye düşünüyorum. Çünkü, ana akım medya pek bir şey dillendirmiyor. Dillendirene de izin vermiyorlar gibi, *Sözcü TV* geçen 10 günlük bir ceza yedi. Bu boşluğu bence *YouTube*'daki kanallar giderebilir bir şekilde ve bu onlara da kitle kazandırır diye düşünüyorum. Yine bizim belgesellerimiz de aslında bu kırıklığın sonucunda ortaya çıkan bu çeteleri ele alıyor" (Bedirhan Gülhan Bulu, Mind Vorteks).

> "Bizim en çok takipçi kazandığımız dönemlerden biri deprem sonrası dönem oldu. Çünkü, hiç kimse bir paylaşım yapamazken biz böyle 'ne yapabiliriz, bir şeyler üretmeliyiz' diye düşünüyorduk. Çünkü insanların belki dayanışmaya ve aynı zamanda bir yandan da artık böyle bir hesap sormaya ihtiyaçları olabileceğini düşündük. Hem kendimiz de bunları düşündüğümüz ve bunlara ihtiyaç duyduğumuz için yaptık bunu biraz da" (Ece Balekoğlu, Vesaire).

Söz konusu "kamusal fayda" odaklı yaklaşım, haber kaynağı seçiminde de kendini göstermektedir. *SLOTmedia*'nın üretim sürecine değinen Murat Sercan Subaşı, kamusal faydayı merkeze alan bir habercilik anlayışı ile yeni hikâye anlatım tekniklerini nasıl eşleştirmeye çalıştıklarını şu şekilde açıklamaktadır:

> "Belgeselleri yaparken aslında genel bir konuyu toplumu ilgilendirecek şekilde anlatmaya kafa yoruyoruz. Mesela ekonomik krizi anlatacağız. Gerçekten saatlerce kafa yoruyoruz. Nasıl anlatabiliriz? Annem neden rahatsız, babam neden rahatsız, komşu neden rahatsız? Mesela benim babam tekstilci, tekstilde çalışıyordu. Gittim oralarda takıldım. Oradan karakter buldum. Bir tane de sağcı karakter buldum. Çok sevilen, o camiada. Otuz yıllık esnaf. Röportaj verdi bize. Gayet de güzel anlattı. Yine aynı belgeselde, toplumu anlatacak başka kim olabilir, bu hangi karakter olabilir diye düşündük, mesela herkes döviz kuru konuşuyor. 'Bir de yabancının gözünden gösterelim' dedik. Bir tane evli çift bulduk. Birisi euro ile para kazanıyordu, birisi TL ile para kazanıyor. Bir evdeki iki kişinin her gün gelirleri arasındaki fark açılıyor. Yani böyle biraz daha yaratıcı, yeni nesli yakalayacak şeylere kullanıyoruz aslında. O da biraz etkili oluyor" (Murat Sercan Subaşı, SLOTmedia).

Öte yandan, Ilgaz Yalçın Fakıoğlu, yayıncılık bağlamında kamusal boşluğu, Türkiye medya ortamında uzun dikkat süresi (long attention) gerektiren ve kalıcı etkiler yaratabilecek içeriklerin eksikliği üzerinden değerlendirmektedir. Fakıoğlu'na göre, bu eksiklik, bilgiye dayalı kamusal tutumların gelişimini engelleyen temel sorunlardan biridir:

> "Türkiye'deki temel mesele bir toplumsal reaksiyon verirken, birincisi bence olayları içselleştirebilecek derinlikli bilginin olmayışı. İkincisi güçlü yayınlar yapılamadığı için toplumun bilgiyi kısa süreli edinip, reaksiyonu kısa sürede sınırlaması. Uzun dönemli - belki de bir kümülatif medyası diyebileceğimiz tarafta- long attention (uzun dikkat süresi) bir efekt tutamaması kendi içerisinde. Bu da tutum ve davranış değiştirmesini engelleyen bir faaliyet. O yüzden medya sansasyonu tükettiren, toplumsal refleksleri de kısıtlı bir dönemde yüksek coşku reaksiyonu endeksleyen bir yapıda. Bu da tutum ve davranışların sağlıklı olmasını engelliyor uzun vadeli. Bunu iktidar ve muhalefeti da kapsayan tüm blok cephesi, genel perspektif olarak söylüyorum. O nedenle *Scrolli* burada daha derinlikli, gerçekten topluma katma değeri yüksek bilgiyi verebilecek, doğru yere yönlendirebilecek, en azından taraflı tarafsız tüm sebepleriyle daha toplumsal katılımı güçlendirecek yayıncılık tarafından kalacak bir proje olacak gelecekte de" (Ilgaz Yalçın Fakıoğlu, Scrolli).

Fakıoğlu'nun kamusal boşluğu doldurmaya dönük bu tutumunun, yapısal dönüşüm ihtiyacını işaret eden bir bakış açısı olduğu söylenebilir. Benzer şekilde Koray Kaplıca da *Doğruluk Payı* platformunun kamusal fayda motivasyonuyla kurulduğunu ve bu yaklaşımın toplum nezdinde karşılık bulduğunu belirtmektedir: "Kamusal faydayı hala çok önceliyoruz. Motivasyonumuz hep kamusal fayda odaklılık üzerine. Ve bunun bir etkisi de var, görüyoruz. Mesajlarla görüyoruz. Bu da bir tatmin veriyor açıkçası."

Bununla birlikte, Metin Cihan'ın deneyimi, kamusal etkisi yüksek haberlerin nasıl bir karşılık yarattığına dair önemli ipuçları sunmaktadır. Özellikle Rabia Naz cinayeti ya da İsrail ile sürdürülen ticaret gibi konulara ilişkin yaptığı haberlerin, yalnızca bir gazetecilik faaliyeti olmanın ötesinde, toplumsal vicdanın sesi olma sorumluluğuyla üretildiği gözlemlenmektedir. Cihan'ın aşağıdaki yorumu, alanın dışından gelen bir aktörün hem kendi habitusu hem de bu habitusun şekillendirdiği kamusal ihtiyaca yanıt verme motivasyonuna dair önemli referanslar içermektedir:

> "Yaptığım bir haberin insanlara olan etkisini önemsiyorum. Gerçi bu aralar bana 'etki ajanı' diyorlar ama olsun (*Gülüyor*). Böyle bir haber yapacaksam onun etkisini ve sorumluluğunu düşünerek yapmam gerekiyor. İlk işlerimden biri Rabia Naz cinayeti. AK Partili bir aile ve aileye yakın parti yöneticileri. 11 yaşında bir kız çocuğunun bir kaza sonucu ölümü ve sonra da buna intihar süsü verilmiş olması. Diyorum ki artık bu kadarını kabul etmez bu toplum. Hatta bu siyasiler bile kabul etmez. Bu iktidar bile kabul etmez. 'Biz bu kadar mıyız ya' derler. Buna tepki vermek siyasetten bağımsız bir konu bence. Konuyu araştırıp anlatmaya çalıştım. Başta bu konu çok da önemsenmedi ama ben en başından beri çok önemsedim. Öyle duygusal haller de yaşıyorum bazen. Profesyonel gazetecikte yine bu kadar duygusallık da olmamalıdır muhtemelen ama ben de böyleyim sanırım. Akşamları bazen duygusallaşıp işte mesaj yazıyordum 'Siz bu konuyu çok da önemsemediniz ama bence bazı şeyleri anlamamız için çok önemliydi' diye. Sonra zamanla bu konu önemsendi ve Türkiye'de gündem olmaya başladı. O dönem oradaki yerel seçimi de etkilemişti. Türkiye genelinde de genel bir etkisi olduğunu gördüm. Mesela AK Parti içerisinden beni insanların takip etmeye başlaması da o zaman oldu. Bir AK Partili gazeteci beni arayıp 'bizim savunmamız gereken, bizim insanımızın hakkını sen savunuyorsun' demişti. O bir etkiydi mesela ve bunu gerçekten gördüm. İsrail ile ticaret konusunda da aynı, yani oradaki iki yüzlülüğü gördüm. Bir yandan 'Gazze davası, Filistin davası deyip', bir yandan onca katliam olurken ticareti hem de üst düzeyde sürdürmek, 'yuh yani' dedim. O kadarını ben de beklemiyordum. Bu da çok önemli bir konuydu. Türkiye'de zaten hani o kutuplaşma nedeniyle herkesin kendi kavgası var. Yani çok sayıda insan 'bize ne Gazze'den' falan diye de düşünüyor. Muhalefet olanlar da. Ama ben bunun toplumun bazı şeyleri sorgulaması için önemli olduğunu düşünüyorum ki hani ülke ekonomik ve sosyal açıdan çok kötüye gittiği bir dönemde. Dolayısıyla sonra da çok uzun süre neredeyse tek başıma odaklandım bu konuya. Ama sonradan önemi anlaşıldı. Hem siyasetçiler hem gazeteciler sonra gazeteler de daha fazla ele almaya başladı konuyu. Orada işte galiba sizin dediğiniz, böyle merkez medyanın dolduramadığı o boşluk doldurulmuş olabilir" (Metin Cihan, Bağımsız Gazeteci).

Cihan'ın ifadesiyle, bu tür haberlerin toplumda ve hatta iktidar yanlısı çevrelerde dahi yankı bulması, amatör olsa da alana etki eden Metin Cihan gibi aktörlerin gazeteciliğin kamu yararına katkı sunma kapasitesini somut olarak ortaya koymaktadır. Kamusal temsil meselesi yayıncılarda içerik üretimini bu yönde çerçevelemenin yanında, toplumun farklı kesimlerini medya alanında görünür kılma sorumluluğu da taşımaktadır. Umutcan Savcı, "*Türkiye'de medyada gördüğümüz ciddi problemlerden biri de çok seslilik problemi. Bu anlamda kapsayıcılık bizim için çok önemli. Aposto, sesleri yükseltir ama sesleri eşitler. En büyük dertlerimizden biri bu*"

diyerek, *Aposto*'nun demokratik bir medya alanı inşa etme çabasının altını çizmektedir.

> "(…) Bununla beraber demokrasiyi savunuyoruz. Yani düşünce ve ifade özgürlüğünü savunuyoruz. Demokratik alan içinde tüm fikirlerin tartışılabilir olduğuna ve birçok alanda gerekirse ekstrem düşüncelerin bile tartışılabilir, ifade edilebilir olduğuna inanıyoruz. Ve bunları da insanların maruz kalabildiği, görebildiği, tanıyabildiği bir alanda gösterebilmek gibi bir maksadımız var. Bunu yaparken de toplumdaki tolerans aralığını genişletmek gibi bir gayretimiz var. Yani insanlara tanık olmadıkları, bilmedikleri, tanımadıkları, görmedikleri hayatları da gösterebilmek ve o dünyalardan bilgi, fikir, yaşayış örneklerini onların hayatlarına nakletmek gibi bir derdimiz var. Kimseyi ötekileştirmemek gibi büyük bir kodumuz var. (…) Burada demek istediğim böyle bir salt savunuculuk değil ama o seslerin de duyulmasını sağlama vazifesini üstleniyoruz" (Umutcan Savcı, Aposto).

Bu bağlamda, şu yorumu not düşmek anlamlı olabilir: Türkiye medya alanındaki periferi aktörlerin kamusal temsil üretimine yönelik çabaları, politik alanla güçlü biçimde eklemlenmiş merkez medya aktörlerine karşı, özellikle "kamusal ihtiyaca yanıt verebilme" noktasında bir meydan okumayı da beraberinde getirmektedir. Geleneksel merkezin politik angajmanları, ekonomik bağımlılıkları ve içerik tekdüzeliği nedeniyle ortaya çıkan temsil boşluğu, periferi aktörler için yapısal bir fırsat alanı oluşturmakta ve bu durum, söz konusu aktörleri yalnızca dışsal eleştirmenler olmaktan çıkararak, alanın yeni sınır belirleyicileri konumuna taşımaktadır. Örneğin bireysel düzeyde, Metin Cihan'ın duygusal motivasyonla harmanlanmış ve yüksek etki yaratan müdahaleleri, Bedirhan Gülhan Bulu'nun, ana akım medyada yeterince tartışılmadığını düşündüğü Türkiye'deki çeteleşme sorununa yönelik ilgisi ya da kurumsal düzeyde, *Aposto* ve *Scrolli* gibi platformların çoğulcu kamusal alan ve derinlikli bilgi üretme hedeflerinde, merkez medyanın doğal sınırları içinde yer alması gereken fakat bugün periferi alanda görünür hâle gelmiş "kamusal ihtiyaçlara yanıt" stratejisinin izleri açıkça gözlemlenmektedir. Dolayısıyla, bu aktörlerin eylemlerini yalnızca refleksif ve eleştirel bir duruşla sınırlamak yanıltıcı olacaktır. Öyle ki, kamusal boşluk ve temsiliyet krizine yapılan güçlü vurgu, aynı zamanda kurucu ve dönüştürücü bir medya alanının habercisi olan yeni bir habitusun işareti olarak da değerlendirilebilir.

Yayıncıların genel tutumu değerlendirildiğinde, ön plana çıkan bir diğer unsurun, alandaki hâkim sermaye yapısının değişimi ve bu değişimden kaynaklanan meşruiyet mücadelesi olduğu görülmektedir. Sermaye değişimine ilişkin bu konu, "İş Modelleri, Üretim Yapıları ve Sermaye Türleri" teması altında, özellikle "görünür ve baskın sermaye türleri" başlığı çerçevesinde önceki bölümlerde detaylandırılmıştır. Ancak, konunun baskın sermaye türlerinden hareketle meşruiyet mücadelesi ekseninde ele alınması durumunda, aşağıda vurgulanacak bazı noktaların ayrıca altının çizilmesi anlamlı ve gereklidir.

Öncelikle, ekonomik sermaye, stratejilerin uygulanabilmesi açısından öncül bir unsur olsa da doğrudan ekonomik sermaye artışına odaklanan stratejilerin yaygın olmadığı gözlemlenmektedir. Bu durum, yayıncıların üretim ilişkilerinde "neyi öncelik olarak belirledikleri" sorusu üzerinden daha net anlaşılmaktadır. Bedirhan Gülhan Bulu'nun şu ifadeleri bu anlamda önemlidir: "*Etkileşim önemli olsa da bizim için istikrar ve kaliteli içerik daha önemli. Takipçilerimizin en büyük şikâyeti, videoların geç gelmesi yönünde. Geç gelmesinin tek bir sebebi var, iyi olmasını istiyoruz. Sürekli video atmamız aslında bize çok daha fazla para kazandırabilir. Ama kesinlikle böyle bir mantıkla ilerlemiyoruz. Biz bu işi en iyi ve kapsamlı şekilde nasıl yapabiliriz ona odaklanıyoruz*." (Bedirhan Gülhan Bulu, Mind Vorteks).

Bununla birlikte*, Doğruluk Payı*'nın temel hedefini "güven sermayesi oluşturmak" şeklinde tanımlaması hem medya alanındaki meşruiyetini hem de okuyucularıyla kurduğu etik ilişkinin doğasını gözlemlemeye olanak sağlamaktadır. Hataların maliyetinin yüksek olduğu bir yapı kurarak, içeriklerin yayımlanmadan önce defalarca denetlenmesi süreci, simgesel sermayeyi kurumsal bir refleks haline getirmektedir. Bu durum, doğrulama platformlarını, klasik gazetecilik kurumlarının kriz yaşadığı bir ortamda, daha fazla güven ve itibar inşa edebilecek özerk aktörler olarak öne çıkarmaktadır. Bu çerçevede, -Meta'nın bu kurumlara destek vermesi örneğinde olduğu gibi- simgesel sermayenin zamanla bir ekonomik sermaye biçimine dönüşümü gözlemlenmektedir. Benzer biçimde, *Aposto*, *Fayn*, *Scrolli*, *SLOTmedia* ve *Mind Vorteks* gibi platformların da sahip oldukları kültürel ve teknik sermayeyi kullanarak simgesel sermaye biriktirdikleri ve bunu ekonomik sermayeye dönüştürmeye yönelik stratejiler benimsemeleri dikkat çekmektedir.

Diğer yandan, *Vesaire* platformunun örneğinde görüldüğü üzere, bazı yayıncıların simgesel sermayeyi ideolojik tutumlarının bir gereği olarak da ekonomik sermayenin önüne koyduğu gözlemlenmektedir. *Vesaire*, kendi ideolojik yönelimlerine uygun bir özerklik stratejisi geliştirerek, ticari ilişkilerin bağımsızlık üzerindeki etkisini minimize etmeyi hedeflemektedir. Ece Balekoğlu'nun şu ifadeleri, bu stratejik tercihin ardındaki etik kaygıları göstermektedir:

> "Tabii hepimiz Marksist bir çizgide olduğumuz için mesela böyle büyük bir şirketler grubundan reklam alamıyorsunuz. Hem almayı da etik bulmuyorsunuz açıkçası. Çünkü yarın öbür gün örneğin ben Koç Grubu'ndan bir reklam aldığımda, Koç ailesine dair bir şey ifşa edemeyeceğimin aslında ister istemez garantisini vermiş oluyorum. Ve o beni kısıtlıyor. (...) Bu demek değil ki hiçbir yerden reklam almıyoruz. Reklam tabii ki de alıyoruz ama bize daha çok kültür sanat kurumları veya buraya yatırım yapan, kültür sanatla uğraşan kurumlar geliyor" (Ece Balekoğlu, Vesaire).

Sermaye değişimine ilişkin ifade edilen bu noktalara ek olarak, bazı katılımcıların ifadeleri, medya alanında değişen sermaye yapısını haber kaynakları üzerinden değerlendirmeyi de olanaklı kılmaktadır. Ezgi Toprak, Metin Cihan, Koray Kaplıca ve Simge Akkaş'a göre, günümüz Türkiye siyasetinde akredite kaynaklar ve TÜİK gibi bazı resmî kurumlar, doğru bilgiye ulaşmak açısından güvenilir olmaktan çıkmıştır. Bu durum, sosyal ve simgesel sermayeye dayalı kaynaklardan ziyade, teknik sermaye aracılığıyla erişilebilecek bilgi kaynaklarını daha önemli hâle getirmektedir. Covid-19 dönemi örneğini hatırlatan Ezgi Toprak, "*Günümüz Türkiye'sinde gazeteciysen tek başına resmi kanallara güvenemezsin, doğrulama tekniklerini öğrenmek zorundasın*" diyerek, teknik ve kültürel sermayenin gazetecilik alanındaki meşruiyet mücadelesindeki artan rolüne dikkat çekmektedir. Simgesel kaynaklardan teknik kaynaklara yönelimle birlikte, doğrulama ve derinlik odaklı bir meşruiyet stratejisinin görünürlük kazandığı söylenebilir.

Bu konuya ilişkin önemli bir örnek olarak Metin Cihan'ın habercilik pratikleri, gazetecilik alanındaki sermaye türlerine ilişkin alışıldık kabulleri sorgulayan ve yeniden çerçeveleyen bir yaklaşım sergilemektedir. Özellikle politik haber üretiminde yaygın biçimde kullanılan sosyal sermaye -yani karar vericilerle geliştirilen kişisel

ilişkiler, güven ağları ve kulis bilgilerine erişim kanalları- gazetecilikte sıklıkla "kulis haberciliği"nin temel dayanağı olarak değerlendirilmektedir. Ancak Cihan'ın yaklaşımı, bu tür ilişkisel sermayeyi etik ve mesleki gerekçelerle sınırlayan, hatta bilinçli olarak dışlayan bir çizgiye işaret etmektedir:

> "Yavaş yavaş tanınan bir gazeteci olduktan sonra, süreç içerisinde her partiden politikacıyla iletişim kurar oldum. Fakat, bir çeşit prensip olarak böyle kulis gazeteciliğine hiç girmiyorum. 'Şu konuyu da şuna sorayım, bakayım bu siyasetçi buna ne diyor' gibi şeyleri yapmıyorum. Bu iletişimleri çok mecburiyse çok minimum düzeyde tuttum. Bazen 'aslında ne oluyor' diye kendim arayıp sorsam, belki de işim çok kolaylaşacak ama politikacılara da güvenmiyorum. Çünkü politikacılar hep bir politik amaç uğruna cümlelerini kuruyorlar. Ben bir konuyu kendim gözlemleyip, kendim araştırıp dışarıdan yakalamak istiyorum. Bu yüzden hiç öyle bir bağ kurmak istemiyorum. Bu bir çeşit prensip olabilir" (Metin Cihan, Bağımsız Gazeteci).

Cihan'ın habercilikte kullandığı sermaye türünün sosyal sermayeden ziyade kültürel ve teknik sermaye olduğu görülmektedir. Cihan'ın "gözlemleyip, araştırıp, dışarıdan yakalama" şeklinde tarif ettiği habercilik yöntemi, sahaya doğrudan temas kurarak yapılan, veri ve belgelerle desteklenen, dolayısıyla daha kanıta dayalı bir habercilik biçimini işaret etmektedir. Bu yaklaşım, özellikle geleneksel gazetecilikte sıkça başvurulan dedikodu, kulis bilgisi ya da tanıdık aktörlere dayalı yorumlama pratiklerinden büyük oranda ayrışmaktadır. Dolayısıyla Cihan'ın bu tutumu, hem Türkiye'de haberciliğin mevcut normatif yapısına hem de alanın baskın sermaye kullanım biçimlerine yönelik bir eleştiriyi içermektedir. Bu anlamda Cihan'ın pratiği yeni bir sınır çizme pratiği olarak da kavramsallaştırılabilir.

> "Konu yöneticiler veya bakanlar gibi avantajlı konumdaki insanlar olunca benim böyle tersinden bir etik ilkem var. Örneğin diyelim ki bir valinin veya bir bakanın bir yolsuzluğunu yakaladım. Normalde ne olur, ilgili kişi kimse aranır, görüş alınır sonra yazılır. Ama ben politikacıları biliyorum. Bu mekanizmayı çok iyi yönetiyorlar. Ben de bu yüzden şöyle yapıyorum. Ben önce bu konuyu duyuruyorum ama daha sonra mutlaka yanıt hakkını sunuyorum. Böyle bütün haberlerimde en başladığımda da habere konu olan kişileri etiketleyip 'ne diyorsunuz' diye soruyordum. 'Benim elimde bunlar var, bu bilgileri buradan buldum. Bir politikacı olarak sizin de buna yanıtınız nedir' şeklinde. Biraz da böyle çat diye önlerine gelsin istiyorum. Gazetecilik etiğinde belki beni eleştirebilirsiniz bu konuda ve haklı da olabilirsiniz. Bu genel gazetecilik kurallarına belki uymuyordur ama bunu bilinçli yaptığımı söyleyebilirim. (…) Tabii karşımdaki ne kadar

> güçlü bir konumda olursa olsun hakaret ya da saldırgan bir dil asla kullanmam. Saygılı bir dile özen gösteririm. Saygı dediğim de kimseye 'sayın' demem mesela. Ama genel bir saygıyı korurum. Ve en dikkat ettiğim şeylerden biri de cevap hakkıdır. Ne olursa olsun, cevap gerçekten geldiyse bunu yayınlarım, çoğu defa yayınladım da" (Metin Cihan, Bağımsız Gazeteci).

Metin Cihan'a benzer şekilde Bedirhan Gülhan Bulu'nun da *Mind Vorteks* belgesellerinin üretim sürecinde kendi normatif çerçevesini oluşturduğu ve bu çerçeveyi içerik kurgusuna entegre ettiği gözlemlenmektedir. Nitekim, Bulu'nun özellikle Türkiye'deki organize suç yapıları üzerine odaklanan içeriklerin toplumsal etkileri, izleyici nezdinde çeteleri özendirme veya yargı kararı bulunmayan kişileri hedef hâline getirme gibi riskler barındırabilmektedir. Bu tür hassasiyetler karşısında içerik üretiminde nasıl bir çerçeve çizdiği sorulduğunda Bulu, şu şekilde yanıt vermektedir:

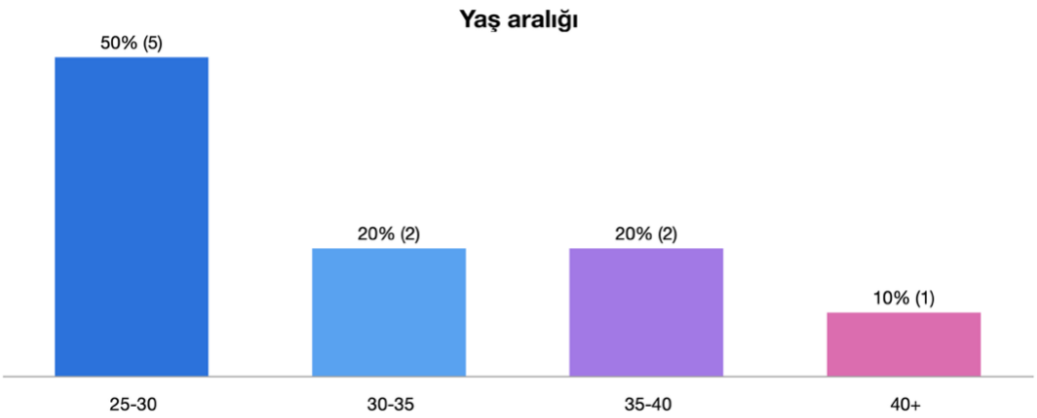
> "Zaten belgesele başlamadan önce dava dosyalarını mutlaka okuyoruz. Örneğin, bir kadın var ve mağdur olduğu çok açık. Evet, çetelerle bağı var. Belki onların adını hareket etmiş ama sürüklenmiş gibi bir tip. O kişinin ismini değiştiriyoruz. Mümkünse onu videoda hiç geçirmemeye çalışıyoruz. İkincisi, evet, çeteler konusu kesinlikle ilginç. Çünkü, çeteler her şeyden prim yapabiliyor. Bunu önlemek için çeşitli yöntemler kullanıyoruz. Örneğin onların ahlaken karşı olduğu ne varsa, mutlaka belgeselde buna yer veriyoruz. Örneğin bir tanesi 'biz uyuşturucuya karşıyız' diyor ama kesinlikle değil. Biz diyoruz ki 'şurada şurada şu işi yaptılar.' Yani kendilerini sempatik göstermelerine izin vermiyoruz. İkincisi ve daha önemlisi, belgesellerin sonunda, çetelerin ve bu işe girmiş kişilerin akıbetine mutlaka yer veriyoruz. Bu işi yapanların %99'u ya yurt dışına kaçıyor ya da cezaevine giriyor. Bir kısmı da ölüyor ama yurt dışına kaçmak ve cezaevine girmek esasen bu işin en büyük cezası. Bunlara da mutlaka yer vermeye çalışıyoruz" (Bedirhan Gülhan Bulu, Mind Vorteks).

Yayıncıların görüşleri dikkate alındığında, kamusallık ve sermaye dönüşümü konularının, Türkiye medya alanında yeni bir doxa'nın oluşumuna ve bu çerçevede sınırların yeniden inşasına işaret ettiği görülmektedir. Bu eğilim hem bireysel yayıncılarda hem de girişimcilik mantığıyla kurulmuş yeni nesil medya platformlarında gözlemlenen önemli bir ortaklıktır. Nitekim, katılımcılara Türkiye medya alanındaki sorunlar sorulduğunda, büyük çoğunluğunun bu sorunları yalnızca siyasal iktidar perspektifinden değil, gazeteciliğin kültürel kodları ve mesleki normları

üzerinden değerlendirmeleri dikkat çekicidir. Şükrü Oktay Kılıç (Fayn), Ilgaz Yalçın Fakıoğlu (Scrolli) ve Umutcan Savcı'nın (Aposto) çeşitli yorumlarında yer alan, alandaki hâkim kodlara ve yerleşik gazetecilik kültürüne yönelik eleştiriler, aynı zamanda ciddi bir kuşak çatışmasının yaşandığına işaret etmektedir. Yayıncılar, Türkiye'de nitelikli ve derinlikli gazeteciliğin kurumsallaşamamasını veya sektörleşememesini yalnızca politik kutuplaşma veya basın özgürlüğü sorunu ile açıklamamakta, aynı zamanda Türkiye medya alanına yerleşmiş, kendilerinden önceki neslin temsil ettiği tarihsel doxa'ya -örneğin Babıali kültürü gibi- yönelik eleştirilerle de gerekçelendirmektedir.

Bu noktada araştırmacının şu notu düşmesi yerinde olacaktır: Yayıncıların tutumlarında gözlemlenen ve alandaki tarihsel doxa'ya yönelik tepkilerde somutlaşan kuşak çatışması, örneklemin demografik yapısıyla da önemli ölçüde örtüşmektedir. Nitekim, çalışma kapsamında görüşülen aktörlerin yarısının 25-30 yaş aralığında yoğunlaşması ve diğer yarısının da büyük ölçüde 30-40 yaş arasında yer alması, bu kuşağın kendilerinden önceki jenerasyondan farklı toplumsal ve politik koşullar altında şekillenmiş özgün bir habitusa sahip olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla, bu aktörlerin gazetecilik alanına ve dünyaya yönelik farklı bakış açıları, salt bireysel bir tercih meselesi olmaktan ziyade, bu özgün habitusun ürettiği bir algı ve eylem şemasının doğal bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Bu da alanın yerleşik kabullerine yönelik eleştirel duruşun, temelinde bir kuşak deneyimi farkından kaynaklandığını düşündürmektedir.

Tablo 17: Görüşme Yapılan Yayıncıların Yaş Aralığı



Türkiye medya alanına yerleşmiş, kendilerinden önceki neslin temsil ettiği tarihsel doxa'ya (Türkiye'de Babıali kültürü) yönelik eleştiriler, yayıncılarda yüksek düzeyde bir "merkez medya karşıtlığı veya eleştirelliği" üretmektedir. Nitekim yayıncılar bu karşıtlığı "yayıncılık anlayışında" yansıtırken, içerik düzeyinde de "yenilik ve deneycilik" ön plana çıkarılan unsurlardır. Örneğin, "*artık bazı ayrımlar ortadan kalktığını düşünüyorum. Sadece geleneksel haber editörlüğüyle bence yeni insanlara ulaşamazsınız. Yeni kuşaklara ulaşamazsınız*" diyen Murat Sercan Subaşı, *SLOTmedia*'da bu anlamda yeni kuşaklara ulaşacak formatta içerikler tasarladıklarına değinmektedir:

> "(…) Bilgi artık ortada dolanan bir şey. İnsanlar bunu ille de senden almak zorunda değil. O yüzden zaten geleneksel medya çöküyor. Elinde sopalı adamlar her gün televizyona çıkıp işte harita üzerinden bir şeyler anlatıyorlar. Az buçuk bilinçli haber arayan insanlar zaten bu programlara bakmaz bile. Biz hem gerçekten bizleri ilgilendiren konuları birazcık da inanların bunu sıkılmadan anlayabileceği şekilde kurguluyoruz. Bu 140Journos'ta çalışırken de gözlemlediğimiz bir şeydi. Günümüzde insanların dikkat süresi ve sabrı çok kısaldı. İstediği anda vazgeçebiliyor sizi izlemekten. Bazen yeni kuşak çarpı iki hızda izliyor içerikleri. Biz bunları önceden kestirdik ve buna göre bir yol haritası belirledik. Yani izleyicinin dikkatini de elden bırakmadığı şeyler yapıyoruz aslında. New Age dediğimiz yani o yeni neslin alabileceği bilgiyi taşıyabilecek şekilde bir editörlük ve hikaye anlatımı yapıyoruz. Ve bizi ayıran en önemli unsurlardan biri de bu bence" (Murat Sercan Subaşı, SLOTmedia)

Dikkat süresinin azalması ve yeni kuşak okur kitlesini yakalamaya yönelik geliştirilen yenilik anlayışı, *Vesaire*'nin sosyal medya kullanımında da gözlemlenmektedir. Temelde yazılı metne dayalı bir site formatında yayın yapan platform, *Instagram*'ın carousel (kaydırmalı) formatını kendi yazılı içerik sürecine entegre ederek takipçilerine alternatif bir okuma deneyimi sunmaktadır. Ece Balekoğlu, yazılı metni *Instagram* üzerinden sunan bu deneysel anlatı biçimini şu şekilde açıklamaktadır:

> "Instagram başlarda sadece fotoğraf paylaştığımız bir mecraydı. Hatta bazı insanlar Vesaire'nin bir fotoğraf mecrası olduğunu düşünüyordu. Bir dergi olduğunu, orada long read okumalar olduğuna falan çok hakim değillerdi. Önceleri bu kitleyi siteye yönlendirmeyi denedik ama siteye yönlenenlerin çok kısıtlı kaldığını gördük. Örnek veriyorum, 100 bin takipçisi varsa, o yazıyı gidip okuyan 100 kişi, 1000 kişi. Bunu nasıl

> dönüştürebiliriz, nasıl böyle bir formata oturtabiliriz derken yavaş yavaş önce sadece başlıklı ve fotoğraflı yazılar paylaşmaya başladık. Sonra onu biraz daha büyütelim, yazının bir kısmını vermeye başlayalım diye böyle deneye deneye yazıları Instagram postuna bir tasarımla eklemeye başladık. Deneye deneye geliştirdiğimiz bir şeydi bu. Daha sonra zamanla bizim dışımızda birçok yerde de bunun kullanıldığını gördük. İyi de oldu bu arada, 'bunu ilk biz yaptık' gibi bir yerden söylemiyorum. Güzel bir format oluştu bence. Çünkü günümüzde insanların dikkat süresi gerçekten azaldı, uzun bir metni okumaktansa veya bir yerden bir yere gitmektense hemen kaydırıp okumaya daha gönüllü oluyorlar diyebilirim. Ama tabii orada da bunun şöyle bir dezavantajını da gördük. İnsanların çoğu, yazıyı ondan ibaret zannedip, yazıyı bunun üzerinden değerlendirmek gibi bir durum yaşanıyor maalesef. Kitleyi yakalama adına avantajlı olsa da bizim açımızdan da böyle bir dezavantajı var o formatın" (Ece Balekoğlu, Vesaire).

Bu tema altında dikkat çeken son önemli bulgu, bazı yayıncıların kendilerine veya içinde bulundukları sosyal gruba yönelik dile getirdikleri özeleştirilerdir. Umutcan Savcı'nın, "*Herhangi bir marka ile aramızda bir lira dahi olsa, bunların daima reklam içeriği olduğunu, sponsorluk ilişkisi olduğunu okura beyan etme zorunluluğu tutuyoruz*" ifadesindeki şeffaflık vurgusu ile Metin Cihan'ın, "*Hata yaptığımda bunu paylaşmaktan hiç çekinmiyorum. Özür dilemekten hiç çekinmiyorum*" sözlerindeki özeleştirel açıklık, görüşme yapılan katılımcıların genelinde gözlemlenen ortak bir tutumdur.

> "Biz hata yaptığımızda YouTube'da en çok video kaldıran ve geri yükleyen kanal olabiliriz. Çünkü bir video yayınlıyoruz bir yerde hata olduğunu ortaya çıkıyor ve hemen onu kaldırıp düzeltiyoruz. Örneğin bir belgesel yayınlamıştık, orada adı geçen bir çocuk 'Yanlış bilgi veriyorsunuz ve beni hedef gösteriyorsunuz' diye bize mesaj attı. Çocukla konuştuk, meseleyi anlattı ve biz hemen videoyu kaldırdık. O sırada 300 bin izlenmişti. Şu sıralar 300 bin izlenen bir videoyu pek çok insan kaldırmaz. 'Video altına açıklama vereyim' der, 'yorum atayım' der. Ama biz kaldırdık ve hatayı düzeltip tekrar yükledik" (Bedirhan Gülhan Bulu, Mind Vorteks).

Ancak bu özeleştiriler yalnızca kişisel sorumlulukla sınırlı kalmamakta, yayıncıların kendi bulundukları sosyal çevrelere, mesleki gruplara ya da periferi alanındaki diğer aktörlere yönelik eleştirilerini de kapsamaktadır. Bu bağlamda, Şükrü Oktay Kılıç'ın uluslararası destekli projelerde ortaya çıkan profesyonel uyumsuzluklara dikkat çekmesi, bu tür eleştirel yönelimlere anlamlı bir örnek

oluşturmaktadır. Bu durum bir önceki bölümlerde vurgulanan medya alanındaki kuşak çatışmasına ilişkin referanslar açısından da önemli bir örüntü sunmaktadır:

> "Örneğin International Media Support diye bir oluşum var. Bunlar tamamen gazetecilik örgütleri ve gazetecilerin medya organizasyonlarının kapasitelerini geliştirmelerine yardımcı olmaya çalışan yapılar. Mesela onlar diyor ki biz depremden sonra işte depremin etkilediği yerlerde bir şey yapmak istiyoruz. Burada yerel gazetecilerle çalışacağız ve onlara telif ücretleri ödeyerek haber dosyalarını üretmelerine yardımcı olacağız. Siz bunlara mecra sağlar mısınız? Biz de tabii dedik. *Diken* diyor ki ben de sağlarım, *Medyascope* evet biz de sağlarız diyor. Bu tür iş birlikleri yapılıyor. Ama bazen de yapılamıyor. Bu bir sorun bence. Yani çünkü 'ya o öyle olmasın, bu böyle olmasın'cı sesler çıkmaya başlıyor. Zaten bu gazeteci milleti böyle her şey hakkında sivri fikirleri olan ve öyle olmasını isteyen insanlar hakikaten. Bu özellikle bizim üst kuşağımızda inanılmaz boyutlarda. O yüzden zor olabiliyor" (Şükrü Oktay Kılıç, Fayn).

Öte yandan, Ece Balekoğlu'nun dijital yayıncılar arasındaki iş birliği eksikliğine dikkat çekerek, ortak üretim zemininin yeterince kurumsallaşmamış olmasını eleştirmesi, periferi alandaki yapısal bir soruna daha işaret etmektedir. Bu durum, periferi alandaki aktörler arasında dayanışma ve iş birliği kültürünün henüz yeterince yerleşemediğini göstermektedir:

> "Bizim yaptığımız işin benzerlerini yapan çok fazla platform var. Bunun böyle ortak bir faydaya varabildiğini çok görmüyorum. Keşke bu iş tam pişse ve herkesin, böyle reklama sponsora bağlı olmadan, para kazanabildiği bir şey haline dönüşse ve biz de buralardaki yerimizi biraz daha böyle dayanışmayla örebilsek. Çünkü biz, *Vesaire* adına diğer yayıncılardan biraz kopuğuz açıkçası. Belki onlar kendi içlerinde kopuk değillerdir ama biz böyle biraz daha kendi yayınımızı döndürme derdindeyiz. Keşke böyle ekonomik olarak gelişebildiğimiz ve işte yazarlarımızı belki birbiriyle kullanabildiğimiz daha geniş bir platformda, daha dayanışmacı bir basın yayın veya dijital yayıncılar olabilsek çok daha güzel olabilir" (Ece Balekoğlu, Vesaire).

Sonuç olarak, bu çalışmanın altıncı ve son teması olan "Alanın Sınırlarını Zorlama ve Dönüşüm Mücadeleleri" başlığı altında yapılan genel değerlendirmede şu temel argümanlara ulaşmak mümkündür. Türkiye'deki periferi medya aktörlerinin, gazetecilik alanının sınırlarını zorlayarak kamusal temsiliyet ve kamusal fayda üretimine yönelik ortaya koydukları pratikler, alanın yerleşik doxa'sına karşı hem eleştirel hem de kurucu bir meydan okuma niteliği taşımaktadır. Örneğin, Metin

Cihan'ın yüksek toplumsal etki yaratan haber üretiminde geleneksel kulis haberciliğini reddedip kanıta dayalı bir yaklaşımı benimsemesi ya da *Aposto, Fayn, Scrolli, SLOTmedia* ve *Vesaire* gibi platformların çoğulcu ve derinlikli içerik üretimi yoluyla medya alanındaki kamusal boşlukları doldurma çabası, bu aktörlerin yalnızca dışsal müdahalelerde bulunan eleştirmenler olmadığını, aksine, yeni bir doxa inşa ederek alanın sınırlarını yeniden tanımlayan kurucu özneler olduğunu ortaya koymaktadır.

Diğer yandan, yayıncıların ekonomik sermayeden ziyade kültürel, teknik ve simgesel sermaye türlerini önceliklendirerek, geleneksel medyanın politik ve ekonomik bağımlılıklarla şekillenmiş doxa'sına karşı alternatif stratejiler geliştirdikleri gözlemlenmektedir. Örneğin, *Doğruluk Payı*'nın simgesel sermaye odaklı doğrulama pratikleri, medya alanındaki güven krizine yanıt olarak yeni bir meşruiyet zemini oluştururken, *Fayn*, *SLOTmedia* ve *Mind Vorteks* gibi platformlar ise kültürel ve teknik sermayeyi, yenilikçi içerik formatları ve deneysel hikâye anlatım teknikleriyle harmanlayarak simgesel sermaye üretmekte ve bu birikimi ekonomik sermayeye dönüştürme stratejileri izlemektedirler. Özellikle derinlikli haber anlayışının, merkez medyada baskın hâle gelen yüzeyselliğe karşı bir tepki olarak öne çıkması, bu stratejik yönelimi daha da görünür kılmaktadır. Aynı şekilde, anlatı biçimlerinde tercih edilen deneysel ve yenilikçi yaklaşımlar da dikkat ekonomisinin baskın olduğu çağımızda genç kuşaklara ulaşmak için medya alanındaki anlatı sınırlarını genişletmektedir.

Sonuç olarak, periferi aktörlerin kamusal fayda odaklı üretim pratikleri, alan teorisinin sermaye dönüşümüne ilişkin kavramsallaştırmalarıyla birlikte değerlendirildiğinde, kültürel ve teknik sermayenin simgesel sermayeye dönüştüğü ve ekonomik sermayeyi ikincil konuma yerleştiren bir stratejiye işaret etmektedir. Bu durum, Türkiye medya ekosisteminde yalnızca mevcut boşlukları doldurmakla kalmayıp, uzun vadede demokratik katılımı güçlendirecek yeni bir gazetecilik veya medya mantığının da habercisi olabilir. Ancak, bu potansiyelin gerçekleşmesi, alandaki bu yeni failler arası dayanışma kültürünün gelişmesi ve özerk bir medya alanının kurumsallaşması ile doğrudan ilişkilidir.

4.5. YAYINLARIN İÇERİK ANALİZİ

İçerik analizi bulgularına geçmeden önce, bu bölümün araştırmanın genel tasarımı içerisindeki işlevini ve özgün katkısını açıklamak yerinde olacaktır. Çalışmanın ilk aşamasında gerçekleştirilen tematik analiz, periferi medya aktörlerinin mesleki deneyimlerini, stratejik yönelimlerini ve değer temelli motivasyonlarını anlamaya yönelik derinlemesine bir çerçeve sunmuştur. Ancak, bu aktörlerin söylemsel beyanlarının, somut içerik üretimlerinde nasıl karşılık bulduğunu değerlendirebilmek, ortaya konan stratejilerin pratik düzlemdeki yansımalarını görmek açısından kritik bir ihtiyaç doğurmuştur. Bu nedenle içerik analizi, görüşmelerde tanımlanan temaların, seçilen medya içerikleri üzerinden yeniden sınanmasını ve yapılandırılmasını mümkün kılan tamamlayıcı bir araştırma katmanı olarak tasarlanmıştır. Görüşme verilerinden türetilen temalara dayalı olarak geliştirilen analiz kategorileri, medya içeriklerinin biçimsel ve anlamsal boyutlarını çok katmanlı bir yapıda çözümlemeye olanak sağlamış, periferi aktörlerin gazetecilik alanındaki konumlarını yalnızca söylem düzeyinde değil, üretim pratikleri bağlamında da görünür kılmayı hedeflemiştir.

Her bir yayıncıdan amaçlı örnekleme ile seçilen 10'ar adet içeriğin incelendiği bu süreçte, içeriklerin biçimsel sunumu, kaynak kullanımı, anlatı teknikleri, tematik kapsamı, işlevsel amacı, alan içi konumlanışları ve potansiyel toplumsal etkileri ele alınmıştır.[79] Farklı platformların (*X*, *YouTube,* web siteleri) ve formatların getirdiği heterojenliğin yarattığı metodolojik zorluklar, analiz kategorilerinin her platformun özgün dinamiklerini kapsayacak şekilde esnek bir uyarlamasıyla aşılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda şu iki noktaya dikkat çekmek yerinden olacaktır: Öncelikle, içerik analizi sürecinde metinler üzerinde gerçekleştirilen kodlamaların yayıncılar arasında bir hiyerarşi oluşturmadığının altını çizmek önemlidir. Bu analizdeki temel amaç, içeriklerdeki baskın örüntüleri görünür kılmaktır. Bu bağlamda, yayıncılarda belirli bir kategoriye ilişkin olarak tekil değil, baskın özellikler kodlanmıştır. Dolayısıyla, herhangi bir özelliğin belirli bir yayıncıda düşük frekansta

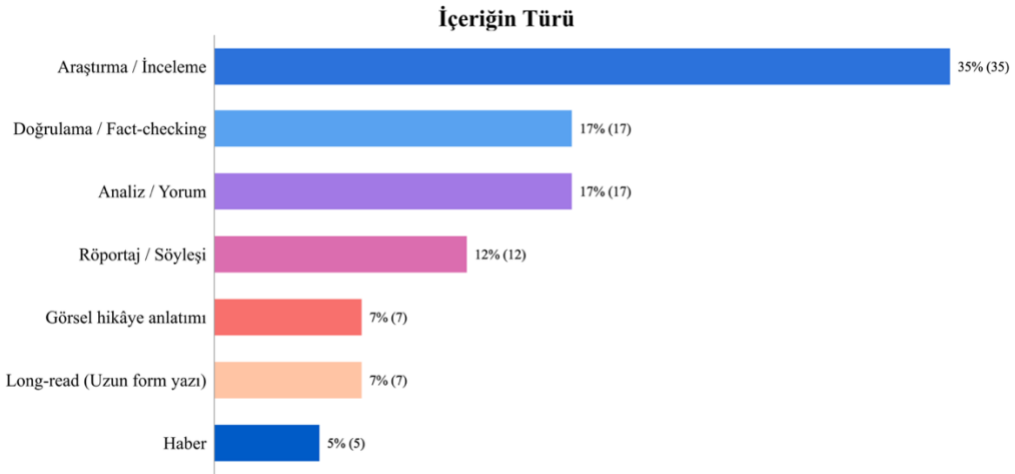
[79]İçerik analizi süreci ve analiz kategorilerine ilişkin detaylı bilgilere, çalışmanın "İçerik Analizi Süreci ve Kategorilerin Belirlenmesi" başlıklı bölümünde yer verilmiştir. Ayrıca, incelenen içeriklere ait başlıklar, yayınlandıkları mecralar ve tarih bilgileri, çalışmanın sonunda "Ekler" bölümünde tablo halinde sunulmuştur.

gözlemlenmesi, o yayıncının söz konusu özelliğe hiç sahip olmadığı anlamına gelmemektedir. İkincisi ve daha önemlisi, bu bölümde sunulan bulgular, tek başına genelleştirici iddialar taşımaktan ziyade, tematik analizden elde edilen derinlemesine içgörüleri destekleyici ve zenginleştirici bir işlev görmektedir. Aşağıda yer verilen bulgular, bu bütüncül ve çok katmanlı yaklaşımın somut çıktıları olarak değerlendirilebilir.

4.5.1. Biçimsel Kategoriler (Format)

Araştırmanın ilk kategorisi olan "Biçimsel Kategoriler" başlığı, yayıncıların içeriklerinin biçimsel özelliklerini sınıflandırmak ve formatları belirlemek amacıyla kullanılmıştır. İlk alt kategori olan "İçeriğin Türü", bir içeriğin hangi gazetecilik formatına ait olduğunu belirlemeyi hedeflemektedir. Bu değişken haber, analiz/yorum, araştırma/inceleme, röportaj/söyleşi, doğrulama/fact-checking, görsel hikâye anlatımı ve long-read (derinlikli yazı) gibi türleri kapsamaktadır. Söz konusu türler, içerikteki bilgi aktarım biçimi, anlatım tarzı ve içerik üreticisinin konumlanışı gibi ölçütler esas alınarak ayrıştırılmıştır. Örneğin, analiz/yorum yazıları kısa, yazarın öznel görüşlerini içeren metinler olarak kodlanırken; araştırma/inceleme türü, sistematik bilgi sunan ve veri desteği barındıran yazılar için kullanılmıştır. Long-read türü ise derinlikli anlatımı, edebi dili ve hikâyesel kurgusuyla öne çıkan yazılar için kodlanmıştır. Bu değişkenler aracılığıyla içerikler, işlevsel ve estetik özelliklerine göre sınıflandırılmıştır.

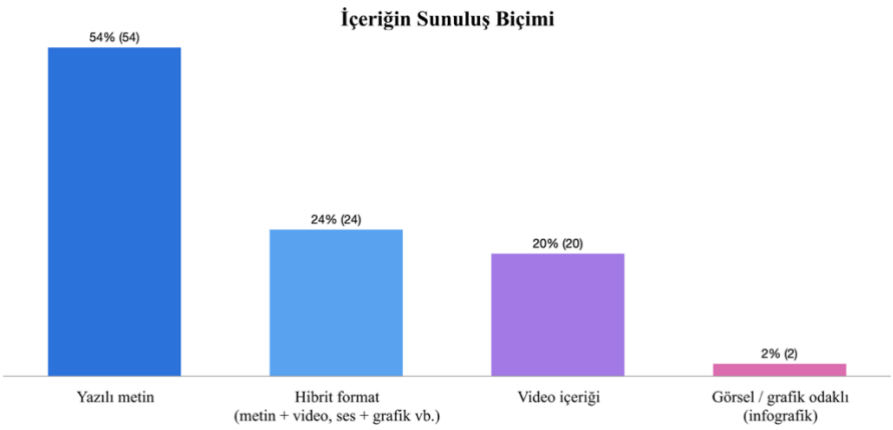
Tablo 18: İçeriklerin Türüne Göre Dağılımı



Bu kapsamda, metinlerin geneline bakıldığında, yayıncıların büyük bir bölümünün "Araştırma/İnceleme" türünde içerikler ürettiği görülmektedir. *Vesaire* dışındaki tüm yayıncılar, belirli bir konuyu veriye dayalı olarak araştıran yayıncılık pratikleri sergilemektedir. *Vesaire*'nin bu bağlamdaki ayrıksı konumu ise daha çok uzun soluklu metinler (long-read) ve olguların yorumlanmasına dayalı içeriklere odaklanmasıdır. "Araştırma/İnceleme" değişkeni, bir konun, olgunun veya trendin sistematik biçimde analiz edilerek okuyucuya bilgilendirici ve çözümleyici bir perspektif sunulduğu metinlerde kodlanmıştır. *Mind Vorteks*'in tüm içerikleri bu kapsamda birer araştırma dosyası olarak değerlendirilmiştir. Öte yandan, *Aposto* ve *Fayn*'ın içerik çeşitliliği bakımından en geniş içerik tür yelpazesine sahip kurumlar olduğu gözlemlenmiştir. Doğrulama platformları ve bu platformlarda çalışmış katılımcıların içeriklerinin bir kısmı (örneğin, belirli bir olguya ilişkin sistematik derlemeler), araştırma/inceleme kapsamında değerlendirilirken; doğrudan bir konunun, olgunun ya da trendin doğruluğunu test eden metinler ise "Doğrulama/Fact-checking" kategorisine kodlanmıştır.

İkinci alt değişken olan "İçeriğin Sunuluş Biçimi", içeriğin kullanıcıya hangi medya araçlarıyla iletildiğini ifade etmektedir. Bu değişken kapsamında içerikler, yazılı metin (salt metne dayalı içerikler), görsel/grafik odaklı (infografik gibi görsel unsurlar aracılığıyla bilgi sunan içerikler), video içeriği (hareketli görüntü ve ses yoluyla aktarılan içerikler) ve hibrit format (metin, video, ses ve hareketli grafikler gibi birden fazla unsurun bir araya geldiği içerikler) olmak üzere dört temel değişken altında değerlendirilmiştir.

Tablo 19: İçeriklerin Sunuluş Biçimine Göre Dağılımı



Görüşme yapılan katılımcılardan yalnızca ikisinin (SLOTmedia ve Mind Vorteks) doğrudan *YouTube* üzerinden içerik üretmesi, yazılı metin türünün analizde baskın olarak öne çıkmasına neden olmuş olabilir. Ancak, bu durumun doğru şekilde yorumlanabilmesi için önemli bir detayın vurgulanması gerekmektedir. Analiz sürecinde, yayıncıların "öncelikli olarak içerik ürettikleri mecra" temel alınmıştır. Nitekim *Aposto*, *Fayn* ve *Doğruluk Payı*'nın da video üretim servislerine sahip olduğu ve *YouTube* platformunda aktif biçimde video içerikleri ürettikleri görülmektedir. Özellikle *Fayn*'ın video serileri ile *Aposto*'nun podcast içerikleri, hedef kitle tarafından yoğun ilgi görmekte, *Scrolli* ise hibrit formatlardaki başarısıyla öne çıkmaktadır. *Scrolli*'nin içeriklerinin büyük bir bölümü, video, görsel grafik ve metin unsurlarının bir araya getirildiği dijital hikâye anlatımı formatında sunulmaktadır. Bu durum, platformun çoklu medya öğelerini bütüncül bir yapıda kullanma becerisini ve yenilikçi içerik üretim anlayışını göstermekte ve Ilgaz Fakıoğlu'nun "*Biz sansasyonel haberciliğe hiç girmiyoruz. (...) Haber sunum şeklimiz daha geniş bir çerçeve oluşturmaya çalışmak üzerine*" yorumunu doğrular niteliktedir. Benzer bir hibrit format, *Fayn* ve *Doğruluk Payı*'nın bazı içeriklerinde de gözlemlenmiştir. Bu durum, yayıncılarla yapılan görüşmelerde bulgulanan "yeni içerik biçimleri geliştirme" motivasyonunun somut bir yansıması olarak da okunabilir.

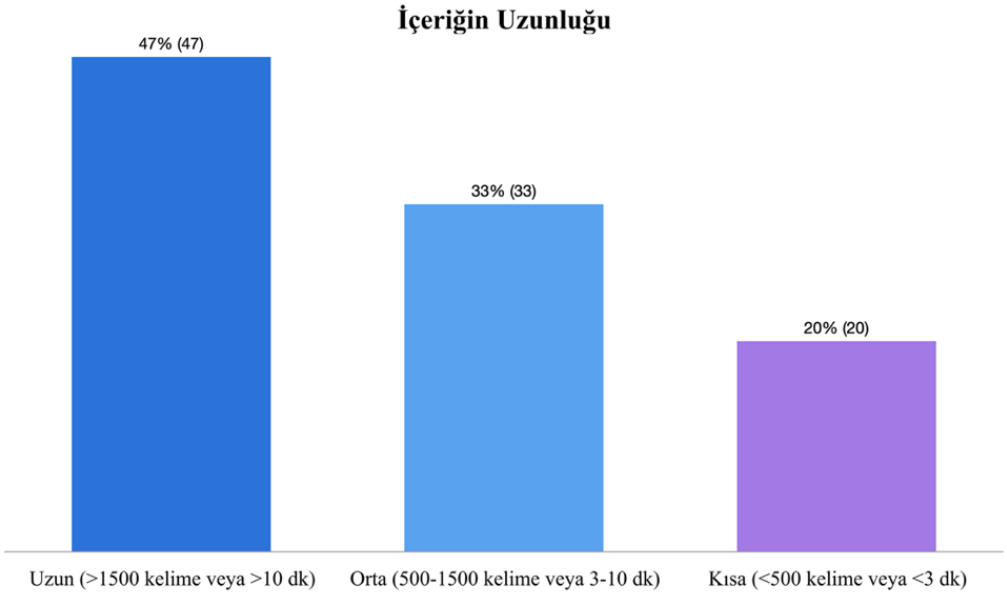
Görsel 1: *Scrolli*'nin Scrollytelling (Hibrit) Formatında Hazırlanmış Haber Örneği



Haber: "İstanbul'daki geniş toplanma alanları nasıl rantın gölgesinde kaldı?", Ahmetcan Uzlaşık

Üçüncü alt değişken olan "İçeriğin Uzunluğu", içeriklerin üretim ve tüketim sürelerine dair bir gösterge sunmaktadır. Bu değişken, "Kısa" (metinlerde 500 kelimeden az veya videolarda 3 dakikadan kısa), "Orta" (metinlerde 500-1500 kelime veya videolarda 3-10 dakika) ve "Uzun" (metinlerde 1500 kelimeden fazla veya videolarda 10 dakikadan uzun) olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır. Sınıflandırma, metinlerde kelime sayısı ve videolarda süre kriterleri temel alınarak yapılmıştır. Bu kategori, içerik uzunluğunun kullanıcı etkileşimi ve içerik derinliği üzerindeki etkisini analiz etmeyi ve yayıncıların içerik üretiminde benimsedikleri hacim tercihlerini anlamayı amaçlamaktadır.

Tablo 20: İçeriklerin Uzunluğuna Göre Dağılımı



Yayıncılarla gerçekleştirilen görüşmelerde öne çıkan "derinlik" ve "yavaş habercilik" vurgusunun, içeriklerin hacimsel özelliklerinde de karşılık bulduğu söylenebilir. Nitekim, analiz edilen içeriklerin yaklaşık %80'i uzun veya orta uzunlukta formatlarda üretilmiştir. Video formatında *Mind Vorteks*, metin formatında ise *Fayn* uzun içerik üretiminde öne çıkan yayıncılar arasında yer almaktadır. Bu noktada, *X* platformu üzerinden yayın yapan Metin Cihan gibi katılımcıların varlığı, kısa formatta elde edilen bulguların anlamlılığını artırmaktadır. Ancak, Cihan'ın içeriklerinin *Fayn* gibi doğrudan dosya haberciliği sunan içeriklerle karşılaştırılması, metodolojik açıdan sağlıklı bir yaklaşım sunmamaktadır. Dolayısıyla, bu bulgular

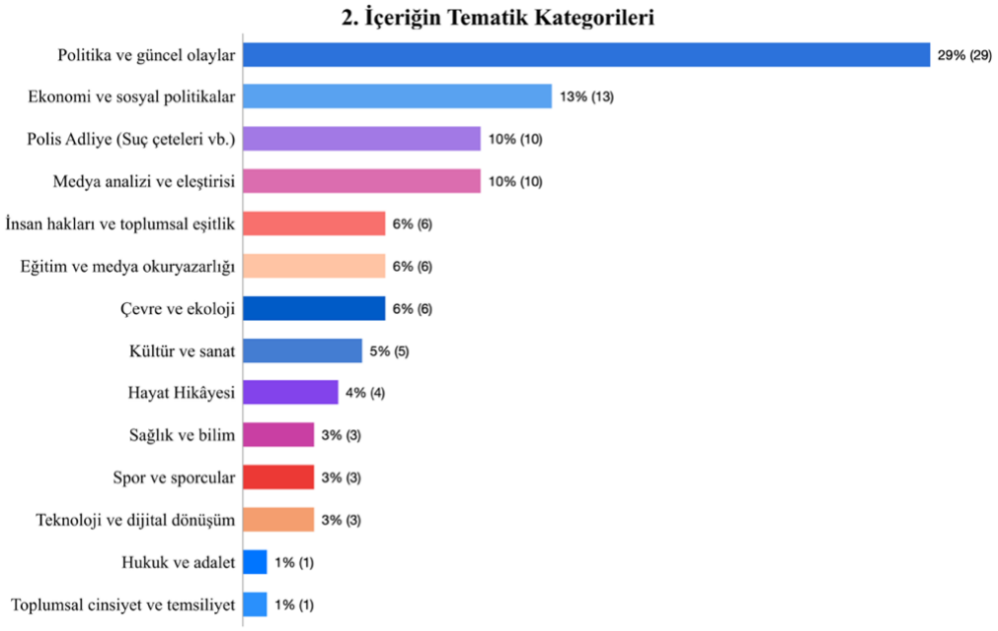
değerlendirilirken söz konusu metodolojik sınırlılıkların göz önünde bulundurulması önem taşımaktadır.

Biçimsel kategoriler çalışmanın bütünü bağlamında değerlendirildiğinde, yayıncıların içeriklerindeki biçimsel tercihlerinin, benimsedikleri temel stratejilerle büyük ölçüde örtüştüğü söylenebilir. Özellikle "araştırma/inceleme", "doğrulama" ve "analiz" türündeki içeriklerin baskınlığı, periferi aktörlerinin merkez medyaya yönelik "yüzeysellik" eleştirilerine karşı derinlikli bir içerik üretimi pratiği geliştirdiklerini göstermektedir. Aynı şekilde, hibrit formatların ve uzun dikkat süresi gerektiren içeriklerin tercih edilmesi de bu aktörlerin "alanın iç mantığını yeniden tanımlama" yönündeki mücadeleleriyle örtüşmektedir. Yayıncıların görüşleriyle birlikte değerlendirildiğinde, söz konusu biçimsel kategoriler, gazetecilik alanında biçimsel düzeyde farklı bir konumlanma arayışını yansıtan sembolik mücadelelerin yürütüldüğü zeminler olarak da okunabilir.

4.5.2. İçeriğin Tematik Kategorileri

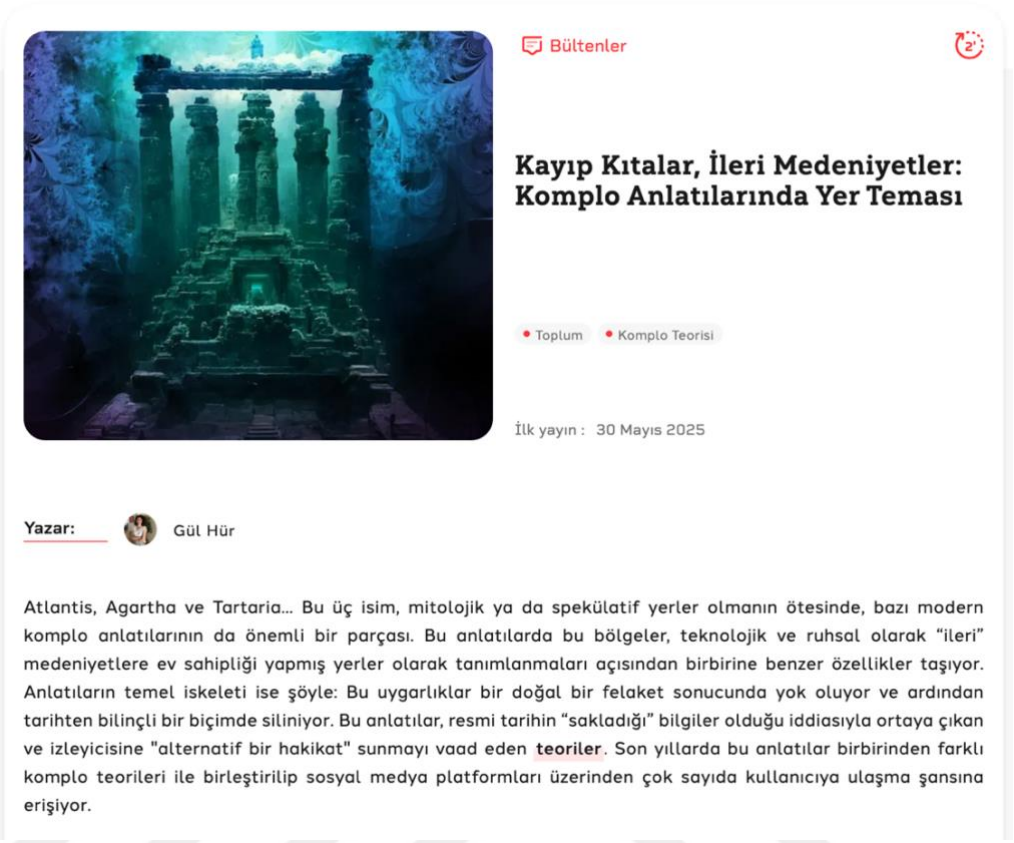
İçerik analizinde kodlanan ikinci temel kategori olan "içeriğin tematik kategorisi", yayıncıların içeriklerinde odaklandıkları tematik alanların belirlenmesini amaçlamaktadır. Bu kategori kapsamında, her bir içerik baskın teması esas alınarak sınıflandırılmıştır. Birden fazla tema içeren içeriklerde dahi yalnızca en baskın tema kodlanmıştır. Değişkenler, içeriklerde ele alınan toplumsal, kültürel, politik ve ekonomik konulara göre oluşturulmuş ve toplamda 100 farklı içerikte 14 ayrı tema tespit edilmiştir. Bu temalar arasında politika ve güncel olaylar, insan hakları ve toplumsal eşitlik, çevre ve ekoloji, kültür ve sanat, hayat hikâyeleri, ekonomi ve sosyal politikalar, teknoloji ve dijital dönüşüm, eğitim ve medya okuryazarlığı, toplumsal cinsiyet ve temsiliyet, spor ve sporcular, sağlık ve bilim, hukuk ve adalet, polis ve adliye haberleri ile eleştirel medya analizi ve medya eleştirisi yer almaktadır. İçeriklerde gözlemlenen tematik çeşitliliği koruyabilmek adına, her içerik yalnızca bir kez kodlanmış; ancak, herhangi bir tematik birleşime gidilmeksizin, orijinal tema olduğu gibi korunmuştur. Bu doğrultuda hem içeriklerdeki konu spektrumu ortaya konmaya hem de baskın temalar belirlenerek, medya üretiminde hangi konuların önceliklendirildiği anlaşılmaya çalışılmıştır.

Tablo 21: İçeriklerin Temalarına Göre Dağılımı



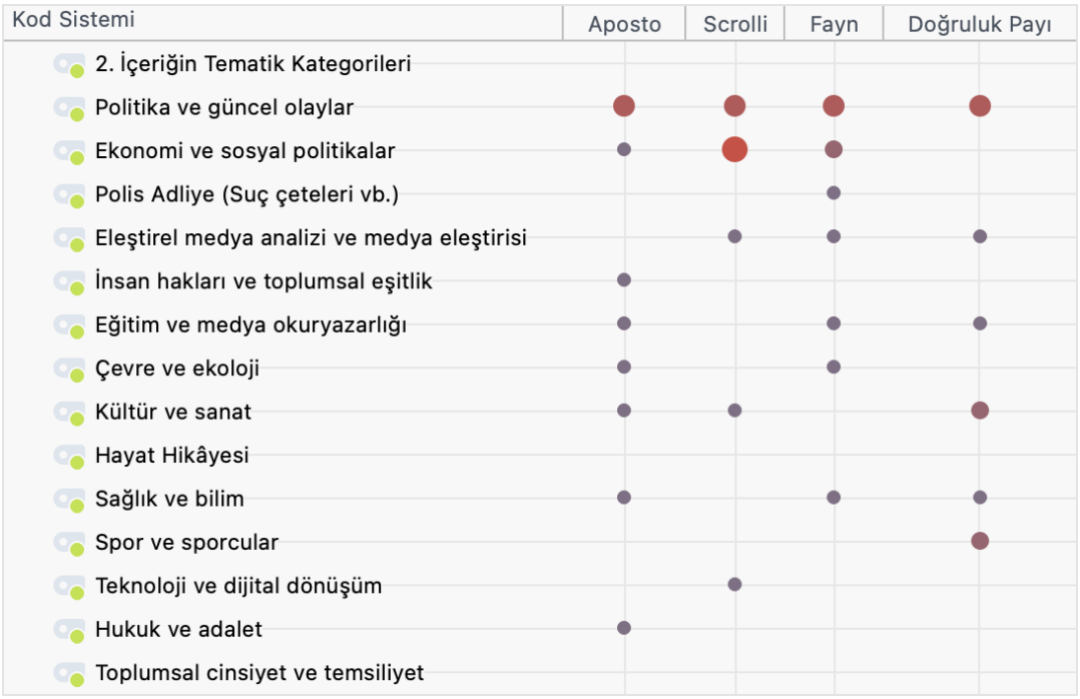
Bu kapsamda, analiz edilen içeriklerin geniş bir konu yelpazesine yayıldığı gözlemlenmektedir. Özellikle politika ve güncel olaylar teması, neredeyse tüm yayıncılarda öne çıkan ortak bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Konu çeşitliliği açısından en fazla farklı tematik kategoride içerik üreten yayıncı *Aposto*'dur. Bu platform toplamda sekiz farklı kategoriye yayılan içerikler sunmuştur. *Aposto*'yu, yedi farklı kategoride içerik üreten *Fayn* ve altı farklı kategoride içerik üreten *Doğruluk Payı* takip etmektedir. *Doğruluk Payı*'nın tematik tercihleri, dikkat çekici bir örnek olarak öne çıkmaktadır. Platformda incelenen içeriklerin büyük bir bölümü, komplo teorilerinin çürütülmesi üzerinden çerçevelenmiştir. Ancak, her ne kadar genel haber çerçevesini komplo teorileri oluştursa da bu teoriler kimi zaman politika, kimi zaman kültür-sanat, kimi zaman ise teknoloji temaları üzerinden şekillenmektedir.

Görsel 2: *Doğruluk Payı* Örnek İçerik



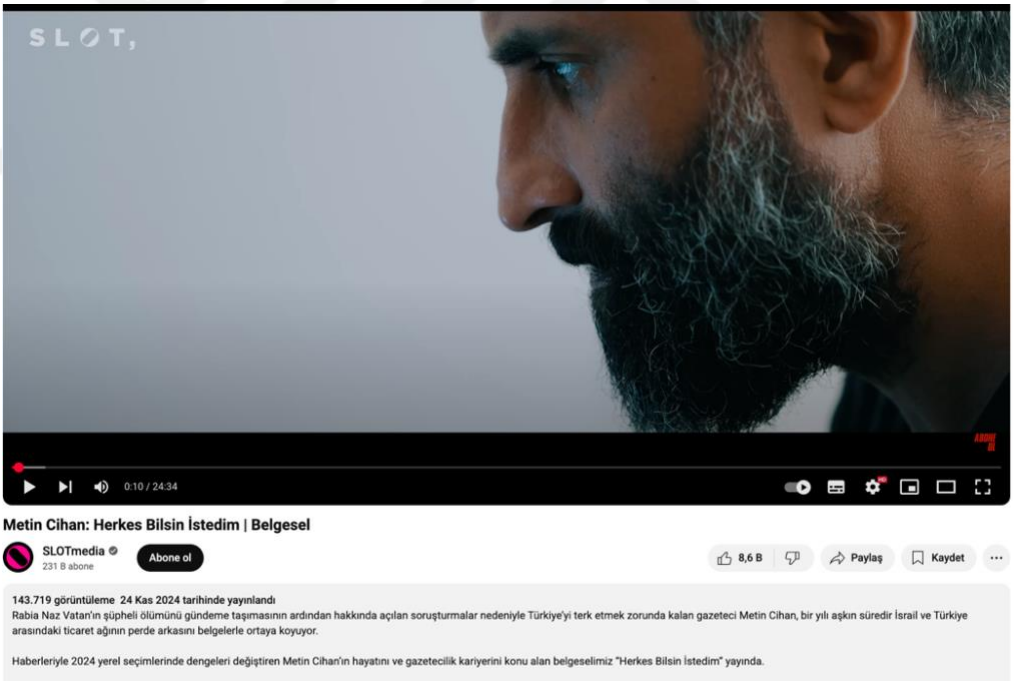
Haber: Gül Hür

Tablo 22: En Çok Tematik Kategoriye Sahip Yayıncılar



Bu noktada, *Mind Vorteks* diğer tüm yayıncılara kıyasla ayrıksı bir örnek teşkil etmektedir. Kanal, yayın politikasını büyük ölçüde Türkiye'deki suç çetelerine ve bu çetelerle ilgili hazırladığı belgesellere odaklamaktadır. Bu doğrultuda, *Mind Vorteks*'in içeriklerinin tamamına yakını (yalnızca bir içerik rapçi Sansar Salvo'ya ilişkindir) polis-adliye kategorisinde sınıflandırılmıştır. Benzer şekilde, Metin Cihan da ağırlıklı olarak politika ve politikacılar üzerine içerikler üretmektedir. Hayat hikâyeleri temasına en fazla yer veren yayıncı ise *SLOTmedia*'dır. *SLOT*'un içeriklerinde dikkat çeken temel unsur, popüler, tartışmalı ya da mizahi figürlerin yaşam öykülerini merkeze alarak, bu öykülerin ardında yatan toplumsal gerçeklikleri görünür kılma çabasıdır. Bu durum, analiz süreci boyunca istikrarlı biçimde gözlemlenen bir eğilim olarak öne çıkmıştır.

Görsel 3: *SLOTmedia* Örnek İçerik



Haber: Murat Sercan Subaşı

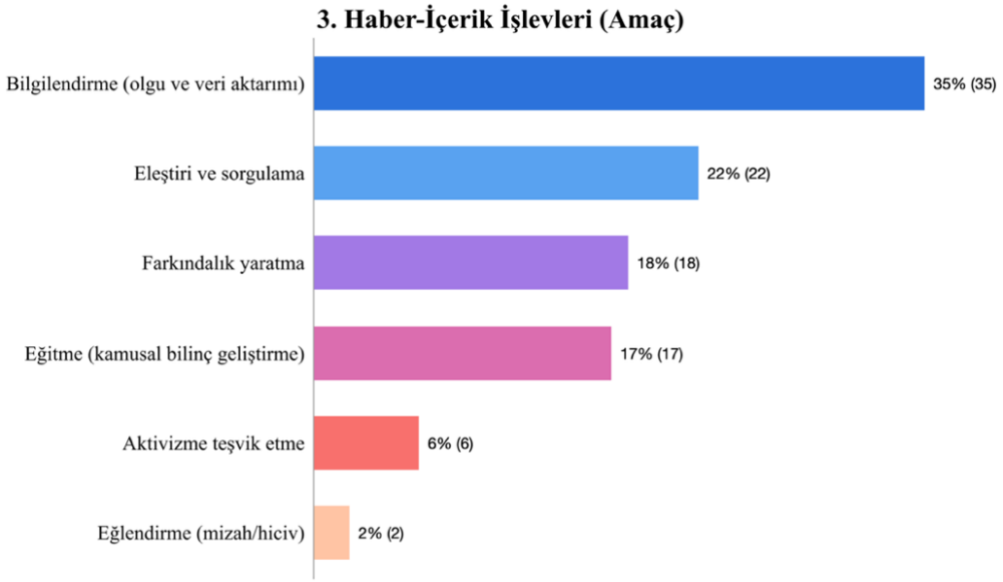
Burada şu yorumu yapmak yerinde olacaktır: Daha kurumsallaşmış ve hibrit yapıda faaliyet gösteren yayıncılar açısından konu çeşitliliği önemli bir öncelik olarak öne çıkmaktadır. Buna karşın, görece küçük ekiplerle çalışan ya da bireysel olarak içerik üreten yayıncılar için ise belirli bir niş temanın -ki bu çoğunlukla politika ve

güncel siyasi olaylar veya suç çeteleri ekseninde çerçevelenmektedir- yayın politikalarını şekillendirdiği gözlemlenmektedir. Bu durum, görüşmelerde sıkça vurgulanan "eleştiri ve hesap sorma" ile "çok seslilik" temaları arasındaki dengenin hem aktörlerin tutumlarında hem de içeriklerin tematik dağılımında somut biçimde izlenebilmesine olanak tanımaktadır. Öte yandan, bu tablo, yayıncıların hem kendi kimliklerini inşa etme ve hem de hedef kitleleriyle anlamlı bir bağ kurma yönündeki stratejik yaklaşımlarını da yansıtmaktadır.

4.5.3. Haber-İçerik İşlevleri

Bu kategori, yayıncıların içeriklerinde görünür olan temel amacın ne olduğunu analiz etmek üzere yapılandırılmıştır. Her bir içerikte, üreticinin okuyucuda yaratmayı hedeflediği etkiden hareketle birincil işlev belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırmacı, içerikleri değerlendirirken "bu içerik okuyucu üzerinde ne tür bir etki bırakmayı amaçlıyor?" sorusunu kendisine yönelterek kodlama yapmıştır. Değişkenler arasında yer alan (1) bilgilendirme, olgu ve verilerin aktarımıyla bilgi sunmayı; (2) eğitme, toplumsal bilinç ve farkındalık geliştirmeyi; (3) eleştiri ve sorgulama, yerleşik yapıların, politikaların veya yaklaşımların eleştirel analizini; (4) farkındalık yaratma, özellikle görünmeyen ya da az temsil edilen sorunlara dikkat çekmeyi; (5) eğlendirme, mizah, hiciv veya ironik anlatımla izleyiciyle duygusal bağ kurmayı; (6) aktivizme teşvik etme ise içerik aracılığıyla eyleme geçme çağrısında bulunmayı ifade etmektedir. Bu kapsamda "Haber-İçerik İşlevleri" kategorisi bir bütün olarak ele alındığında, çalışmanın tematik analiz bölümünde öne çıkan "üretim sürecindeki tutum/amaç" temasıyla ilişkilendirilerek, yayıncıların içerik üretimindeki niyetlerinin metinlerde nasıl somutlaştığını anlamaya yönelik bir analitik araç olarak kullanılmıştır.

Tablo 23: İçeriklerin Potansiyel İşlevlerine Göre Dağılımı



Bu kategori kapsamında gözlemlenen en belirgin unsur, içeriklerdeki "bilgilendirme" amacının yoğunluğudur. Bu amaç, neredeyse tüm yayıncıların içeriklerinde görülmekle birlikte, her biri için baskın işlev değildir. Bazı yayıncılar bilgiyi sunarken eleştirel söylemleri ön plana çıkarırken, bazıları ise sunulan bilgilendirmeden hareketle doğrudan aktivist bir tutumla eyleme yönlendirmeyi tercih etmektedir. Dolayısıyla, haber içeriklerinin işlevleri arasında "bilgilendirme" öne çıksa da bu kategori dört farklı küme etrafında değerlendirilmelidir. İlk kümede, alanın merkezine daha yakın bir strateji benimseyen yayıncılar yer almaktadır. Özellikle *Aposto*, *Scrolli* ve *Fayn*, bilgilendirme, eleştiri, kamusal bilinç oluşturma ve farkındalık yaratma gibi çeşitli işlevleri bir arada barındıran içerikler üretmektedir. Görüşme analizlerinde öne çıkan "çok seslilik" ve "şeffaflık" iddialarının bu içeriklerdeki yansımaları dikkat çekicidir.

Tablo 24: Girişimci Yayıncılar Haber İçerik İşlevleri

Kod Sistemi	Aposto	Scrolli	Fayn
3. Haber-İçerik İşlevleri			
Bilgilendirme (olgu ve veri aktarımı)	3	4	5
Eleştiri ve sorgulama	3	2	1
Eğitme (kamusal bilinç geliştirme)		2	1
Farkındalık yaratma	4	2	3
Aktivizme teşvik etme			
Eğlendirme (mizah/hiciv)			

İkinci küme, video formatında yayıncılık yapan aktörleri kapsamaktadır. Çete hikâyelerine odaklanan *Mind Vorteks* için içeriklerin temel amacı, konunun hassasiyetinden kaynaklı olarak, Türkiye'deki suç olgusunu geniş çaplı ve bütüncül bir şekilde anlatabilmektir. İçeriklerin tamamında çetelerin akıbetine yer verilmekle birlikte, videoların genel işlevi doğrudan sistem eleştirisi ya da politik çıkarım sunmak değildir. Kanal, genellikle bilgiyi ve sonuçları sunmakta, yorumu ise izleyiciye bırakmaktadır (Ancak, "Narin Güran | Katil kim?" başlıklı video bu durumun istisnası olarak değerlendirilebilir). *SLOTmedia*'nın içerikleri ise daha çeşitli işlevsel özellikler göstermektedir. Örneğin, videolarda mizahi unsurlara yer verilmesi yalnızca *SLOTmedia*'nın içeriklerinde gözlemlenen bir durumdur. Bu yaklaşım, kanalın kurucularından Murat Sercan Subaşı'nın "*Biraz daha yaratıcı, yeni nesli yakalayacak şeylere kullanıyoruz*" şeklindeki ifadesini doğrular niteliktedir. Ancak, buradaki mizah anlayışını, doğrudan komedi üretme amacıyla sınırlamak yanıltıcı olabilir. Örneğin, "Röportaj Adam Mahsun Karaca, ünlü olma hikayesini anlatıyor" başlıklı videoda, bir internet fenomeninin güncel popüler kültüre ilişkin önemli eleştirileri, mizahi bir dille aktarılmıştır. Öte yandan, "Şair Muhtar. Ben Neden Fakirim?" başlıklı belgeselde, muhtarlık seçimlerini kazanamayan ve bu durumu şiirle ifade ederek internet ortamında popülerlik kazanan bir muhtar adayının hikâyesi anlatılırken, hem karakterin mizahi yönü öne çıkarılmakta hem de köy ölçeğinde dahi ekonomik eşitsizliğin ne denli belirleyici olduğu gözler önüne serilmektedir.

Tablo 25: Video Yayıncılar Haber İçerik İşlevleri

Kod Sistemi	Mind Vorteks	SLOTmedia
3. Haber-İçerik İşlevleri (Amaç)		
Bilgilendirme (olgu ve veri aktarımı)	7	3
Eleştiri ve sorgulama	1	3
Eğitme (kamusal bilinç geliştirme)		1
Farkındalık yaratma	2	1
Aktivizme teşvik etme		
Eğlendirme (mizah/hiciv)		2

İçeriklerin işlevsel boyutunu merkeze alan bir diğer küme, açık veri ve doğrulama üzerine çalışan platformları ve yayıncıları kapsamaktadır. Bu bağlamda

doğrulama odaklı yayıncılarla gerçekleştirilen görüşmelerde, söz konusu aktörlerin yalnızca bilgi sunmakla kalmayıp, aynı zamanda medya okuryazarlığını geliştirme amacı taşıdıkları sıkça ifade edilmiştir. Bu tutumun, içeriklerde de açık biçimde gözlemlenebildiği söylenebilir. *Doğruluk Payı*'nın ve özellikle Simge Akkaş'ın doğrulama içerikleri incelendiğinde, içeriklerin büyük bir kısmının belirli bir bilgi ya da olgunun çeşitli yöntemlerle doğruluğunu sınamaya yönelik olduğu görülmektedir. Bu içeriklerde, yalnızca bilgi değil, bilginin elde edilme sürecine ilişkin metodoloji de okuyucuya sunulmaktadır. Benzer bir yaklaşımı benimseyen Ezgi Toprak'ın *Teyit* platformunda yayımlanan içerikleri ise doğrulama işlevine ek olarak "açıklayıcı gazetecilik" formuna daha yakın bir yapı sergilemektedir. Bu doğrultuda, doğrulama odaklı tüm yayıncıların içeriklerinde baskın biçimde gözlemlenen unsur, okuyucuya bilgi sunmanın yanı sıra, medya okuryazarlığını destekleyici "eğitici" bir işlev üstlenme çabasıdır.

Tablo 26: Doğrulama Üzerine Çalışan Yayıncılar Haber İçerik İşlevleri

Kod Sistemi	Doğruluk Payı	Ezgi TOPRAK (Teyit)	Simge AKKAŞ (Doğruluk Payı)
3. Haber-İçerik İşlevleri			
Bilgilendirme (olgu ve veri aktarımı)	4	5	2
Eleştiri ve sorgulama	2	1	
Eğitme (kamusal bilinç geliştirme)	4	2	7
Farkındalık yaratma		2	1
Aktivizme teşvik etme			
Eğlendirme (mizah/hiciv)			

Görsel 4: Eğitim İşlevi Örnek İçerik 1



Haber: Simge Akkaş, Doğruluk Payı

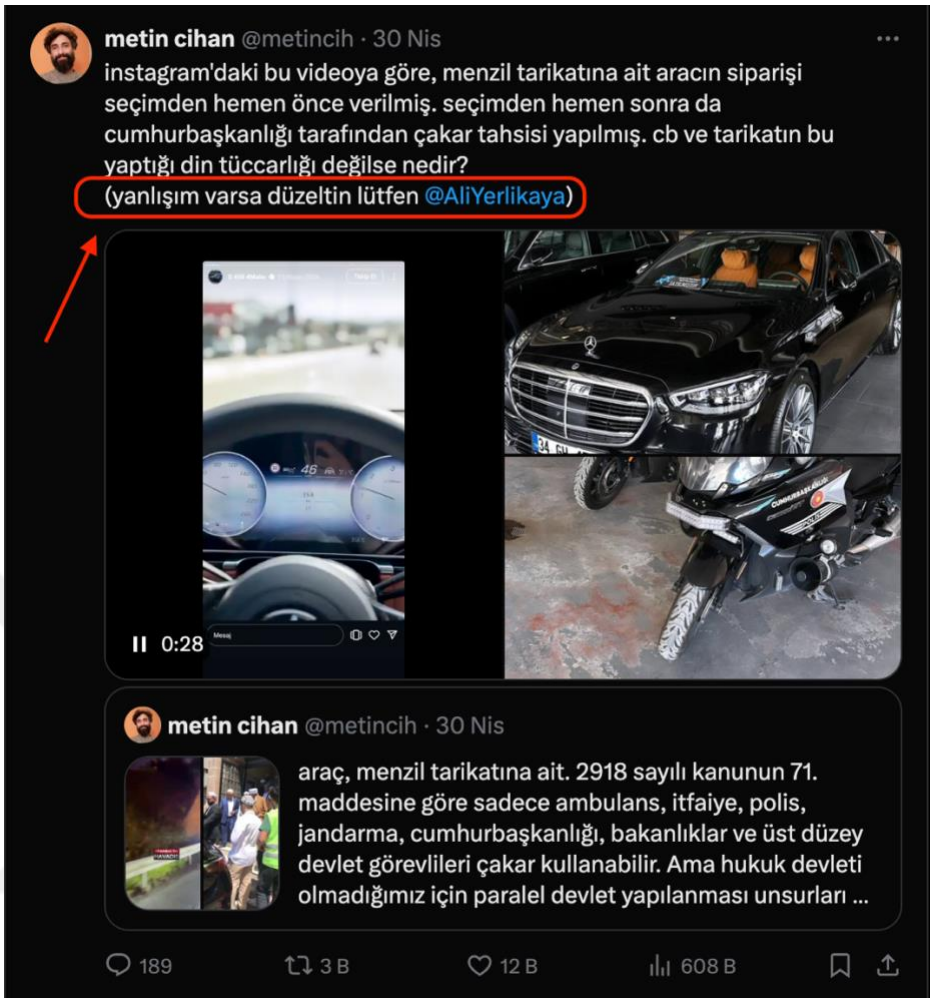
Görsel 5: Eğitim İşlevi Örnek İçerik 2



Haber: Ezgi Toprak, Teyit.org

Bu kategori kapsamında değerlendirilen son küme ise içerik üretiminde daha eleştirel ve kimi durumlarda doğrudan aktivist işlevler üstlenen yayıncılardan oluşmaktadır. Bu grupta yer alan yayıncılardan biri olan Metin Cihan'ın içeriklerinin büyük bir bölümü, doğrudan belirli politik figürlere yönelik eleştiriler içermektedir. Söz konusu içeriklerde, bilgiye ilişkin kanıtlar sunulmakta ve ardından bu bilginin muhatabı olan aktörlere yönelik açık bir sorgulama geliştirilmektedir. Nitekim, Cihan ile yapılan görüşmelerde de dile getirildiği üzere, haberin muhataplarını etiketleyerek onlara söz hakkı tanıması, bu yaklaşımın içerik düzeyindeki somut karşılığını yansıtmaktadır.

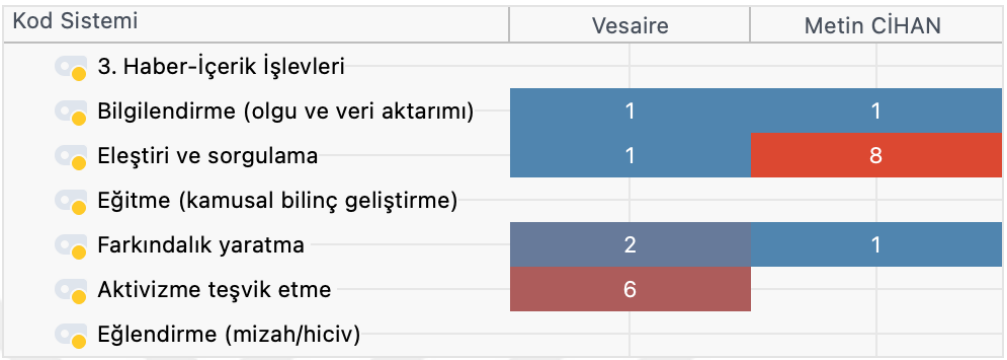
Görsel 6: Metin Cihan'ın 30 Nisan 2025 Tarihli Paylaşımından Bir Görsel



Diğer taraftan, *Vesaire*'nin içeriklerinde, ele alınan konulara yönelik yalnızca bir eleştiri sunulmakla kalmayıp, okuyucunun doğrudan eyleme ve değişime çağrıldığı bir çerçevenin bulunması dikkat çekmektedir. Bu yaklaşımın, *Vesaire*'de yayımlanan yazıların genellikle güncel bir konudan yola çıkarak ilgili meselenin toplumsal ve kültürel boyutlarını çok katmanlı bir biçimde aktarması ve çoğunlukla fikir yazısı formatında kaleme alınmasından kaynaklandığı söylenebilir. Ayrıca, Ece Balekoğlu'nun yayıncılık faaliyetlerinde Marksist bir duruşun etkili olduğuna dair vurgusu, üretilen içeriklerde de somut biçimde gözlemlenmektedir. İçeriklerin büyük bir bölümünde, ele alınan konulara yönelik okuyucuyu harekete geçirme güdüsünün belirgin bir biçimde ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durum, *Vesaire*'nin yayın politikasıyla tutarlılık arz eden bir eğilimdir. Örneğin, Serra Utkum İkiz'in kaleme aldığı "Kimin kamusu, kimin mekânı?" başlıklı yazı, şu ifadelerle sonlanmaktadır: "*Müze Gazhane bugün bize şunu hatırlatıyor: Kamusal alanlar kent belleğinin*

sürdürülebilirliği için vazgeçilmezdir. Bu alanlar kendiliğinden var olmaz; onları yaşatan, dönüştüren ve savunan insanlar vardır. İstanbul'un, Türkiye'nin ve dünyanın buhranlı zamanlarında, kamusal mekânlar nefes alma, söz söyleme alanlarımız olmaya devam edecekse, onları korumak ve sahiplenmek zorundayız" (Vesaire, 2025).

Tablo 27: *Vesaire* ve Metin Cihan Haber İçerik İşlevleri



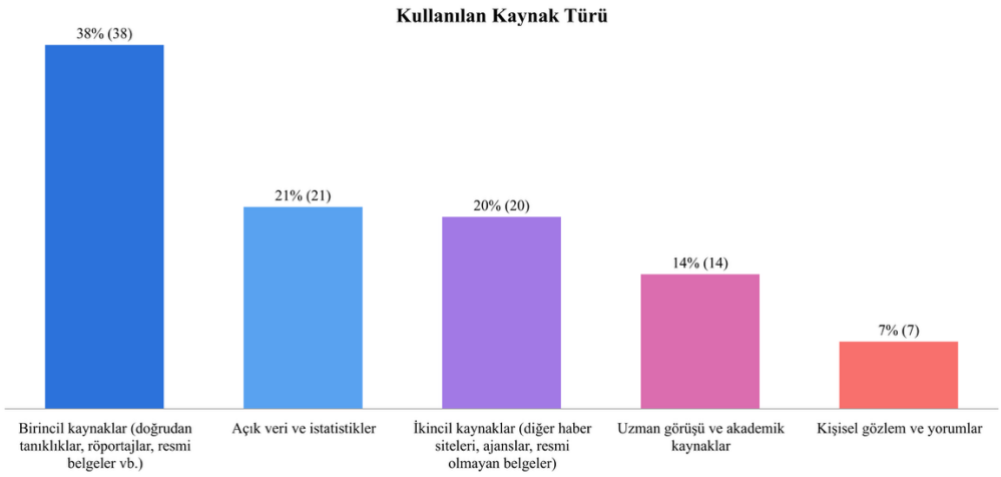
"Haber-İçerik İşlevleri" kategorisine ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında, çalışmanın tematik analiz bölümünde öne çıkan "üretim sürecindeki tutum/amaç" temasıyla ilişkilendirilen niyetlerin, yayıncıların içeriklerinde somutlaştığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, bilgilendirme, eğitme, eleştiri ya da aktivizme teşvik gibi işlevlerin, medya aktörlerinin alan içerisindeki yatay ya da dikey hareketlerini, sahip oldukları sermaye türlerini ve habitus kaynaklı yönelimlerini dolaylı biçimde görünür kıldığı söylenebilir. Örneğin, merkezileşme (ana akımlaşma) eğilimi gösteren yayıncıların çoğulculuk ve şeffaflık temelli içerik kurguları, bir tür denge siyaseti üretirken; eleştirel ya da aktivist söylemlerle öne çıkan aktörlerin daha radikal pozisyonlar inşa ettiği gözlemlenmektedir. Bu çeşitlilik, medya aktörlerinin içerik üretiminde kendilerine özgü stratejilerle anlam ve etki sahaları inşa etme çabalarını yansıtan önemli bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

4.5.4. Kaynak Kullanımı

İçeriklerdeki kaynak kullanımına odaklanan bu kategori kapsamında, kullanılan kaynakların türü, niceliği ve sunum biçimleri analiz edilmiştir. Bu kategori, özellikle tematik analizde öne çıkan "şeffaflık ve hesap verebilirlik" stratejisinin içerik düzeyinde nasıl somutlaştığını inceleme olanağı sunmaktadır. Aynı zamanda, gazetecilik alanında simgesel sermaye üretiminin önemli göstergelerinden biri olan kaynak kullanımı, bu kategori aracılığıyla ölçülerek, içeriklerin meşruiyet stratejileri bu çerçevede değerlendirilmiştir. Üç alt kategoriden oluşan bu yapı, içeriklerin güvenilirliği ve şeffaflık düzeyini analiz etmek için temel bir ölçüt olarak işlev görmektedir.

İlk alt kategori olan "kaynak türü", içeriğin hangi bilgi dayanaklarına yaslandığını belirlemekte ve beş değişken üzerinden incelenmektedir. (1) Birincil kaynaklar (örneğin röportajlar, resmî belgeler), (2) ikincil kaynaklar (diğer medya kuruluşlarından aktarımlar), (3) uzman görüşleri ve akademik kaynaklar, (4) açık veri ve istatistikler ile (5) kişisel gözlem ve yorumlar.

Tablo 28: İçeriklerde Kullanılan Kaynakların Türüne Göre Dağılımı



Bu kategori kapsamında, içeriklerde doğrudan konunun öznesi olan aktörlerin kaynak olarak kullanılması, yaygın bir unsur olarak öne çıkmaktadır. *Aposto* (n=8) ve *SLOTmedia* (n=10), birincil kaynakları yoğun bir şekilde kullanan yayıncılar arasında dikkat çekmektedir. Buna karşın, *Doğruluk Payı* ve doğrulama odaklı çalışan diğer

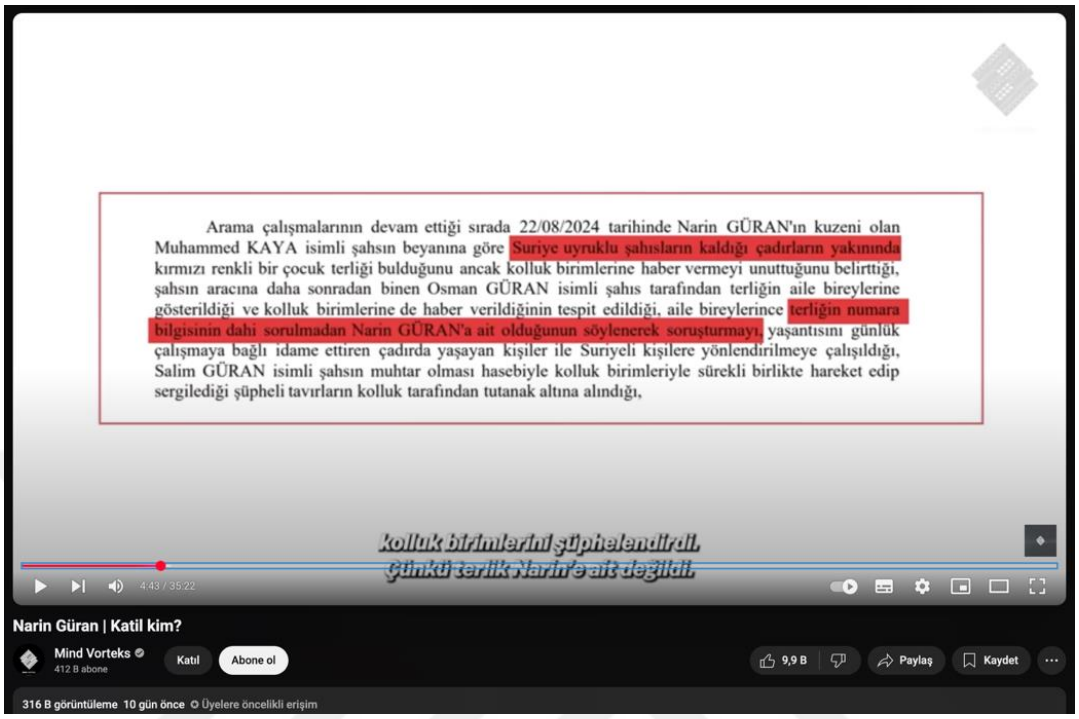
yayıncılar (toplam n=20) için "açık veri ve istatistikler" temel kaynak türünü oluşturmaktadır. *Scrolli* (n=6) ve *Vesaire* (n=4) ise uzman görüşleri ve akademik kaynakların yoğun olarak kullanıldığı platformlar arasında yer almakta; ayrıca *Vesaire*'deki bazı içeriklerde (n=5), kişisel gözlem ve yorumlara da yer verildiği gözlemlenmektedir. Yayıncıların neredeyse tamamının ikincil kaynaklardan da faydalandığı tespit edilmiştir.

İkinci alt kategori olan kaynak sayısı, bir içeriğin kaç farklı kaynağa dayandığını göstererek, tekil, çoklu (2-5 arası) ve yoğun (5 ve üzeri) kullanım şeklinde kodlanmıştır. Bu doğrultuda, incelenen içeriklerin yaklaşık yarısında çoklu kaynak (2–5) kullanımı gözlemlenirken, 27 içerikte beşten fazla kaynak kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, içeriklerin yaklaşık %80'inde ikiden fazla kaynağın kullanıldığını ve yayıncıların ifade ettikleri şeffaflık ve hesap verebilirlik kriterlerini önemli ölçüde karşıladıklarını göstermektedir. *Doğruluk Payı* ve doğrulama odaklı yayıncılar, sıklıkla çok sayıda kaynağa başvuran içerikler üretmektedir. Benzer şekilde, *Aposto* ve *Fayn* platformlarında yayımlanan içeriklerin büyük çoğunluğunda da çoklu kaynak kullanımı gözlemlenmiştir. Öte yandan, ilginç bir örnek olarak *Mind Vorteks*'in kaynak kullanımını ayrıca not etmek gerekir. Kanalın içeriklerinde sıklıkla dava tutanakları, haber küpürleri ve *TikTok* paylaşımları gibi çeşitli ikincil ve açık kaynaklara başvurulduğu görülmektedir. *Mind Vorteks*'in içeriklerinde -konuların doğası ve teknik kısıtlamalar nedeniyle- birincil kaynaklara nadiren yer verilse de ikincil ve açık veri temelli kaynakların kullanımı anlatımı güçlendiren ve retorik etkisi yüksek bir strateji olarak dikkat çekmektedir.

Tablo 29: İçeriklerde Kullanılan Kaynakların Sayısına Göre Dağılımı



Görsel 7: *Mind Vorteks* Resmi Tutanaklardan Kaynak Kullanımı Ve Gösterimi



İçerik: Narin Güran, Katil kim?

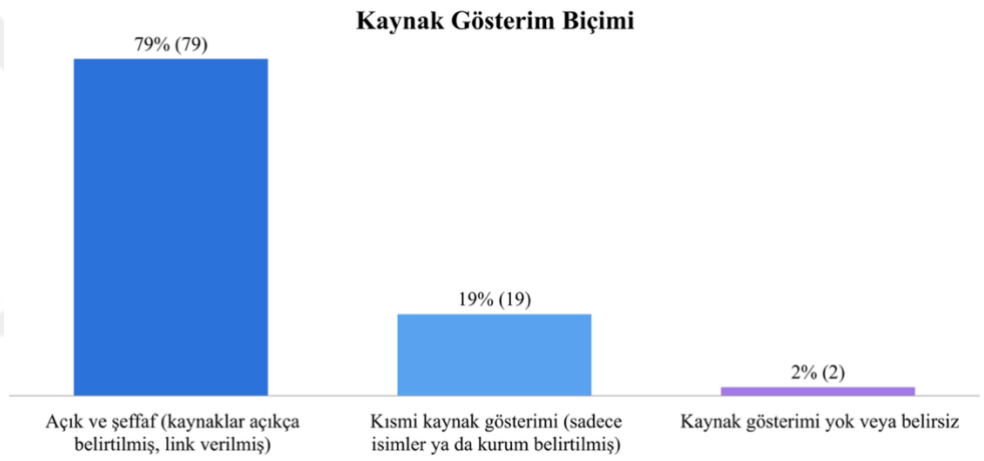
Bu veriye daha ayrıntılı biçimde bakıldığında, çoklu kaynak kullanımının yalnızca nicel değil, nitel açıdan da güçlü olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür. Nitekim, aşağıdaki tabloda da görülebileceği üzere, çoklu kaynak kullanımının büyük bir bölümü birincil kaynaklar, açık veri setleri ve uzman görüşlerinden oluşmaktadır. Bu durum, bilgi çeşitliliğinin ötesinde, kaynak kullanımındaki dikkat ve şeffaflığı da göstermektedir. Söz konusu kaynak çeşitliliğinin, içeriklerin güvenilirliğini ve akademik derinliğini artırma amacıyla kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 30: Kaynak Sayısına Göre Kaynak Türünün Çapraz Tablosu

Kod Sistemi	Tek kaynak	Çoklu kaynak (2-5)	Yoğun kaynak kullanımı (5+)
Birincil kaynaklar	11	15	10
Açık veri ve istatistikler	3	14	4
İkincil kaynaklar	2	5	12
Uzman görüşü ve akademik kaynaklar	2	12	
Kişisel gözlem ve yorumlar	5	2	

Kaynak kullanımı kategorisinde yer alan son alt kategori olan “kaynak gösterim biçimi”, kullanılan kaynakların ne ölçüde şeffaf ve erişilebilir şekilde sunulduğunu belirlemek amacıyla yapılandırılmıştır. Kaynakların açıkça belirtildiği, bağlantılar veya yönlendirmeler aracılığıyla okuyucuların ilgili kaynağa kolaylıkla ulaşabildiği içerikler “açık ve şeffaf” olarak kodlanmıştır. Kaynakların yalnızca isim veya kurum ismi düzeyinde belirtildiği, ancak doğrudan erişim sağlanamayan içerikler “kısmi kaynak gösterimi” olarak değerlendirilmiştir. Öte yandan, metin içerisinde herhangi bir kaynak referansının yer almadığı ya da belirsiz biçimde sunulduğu içerikler ise “kaynak gösterimi yok veya belirsiz” olarak sınıflandırılmıştır.

Tablo 31: Kullanılan Kaynakların Gösterim Biçimine Göre Dağılımı

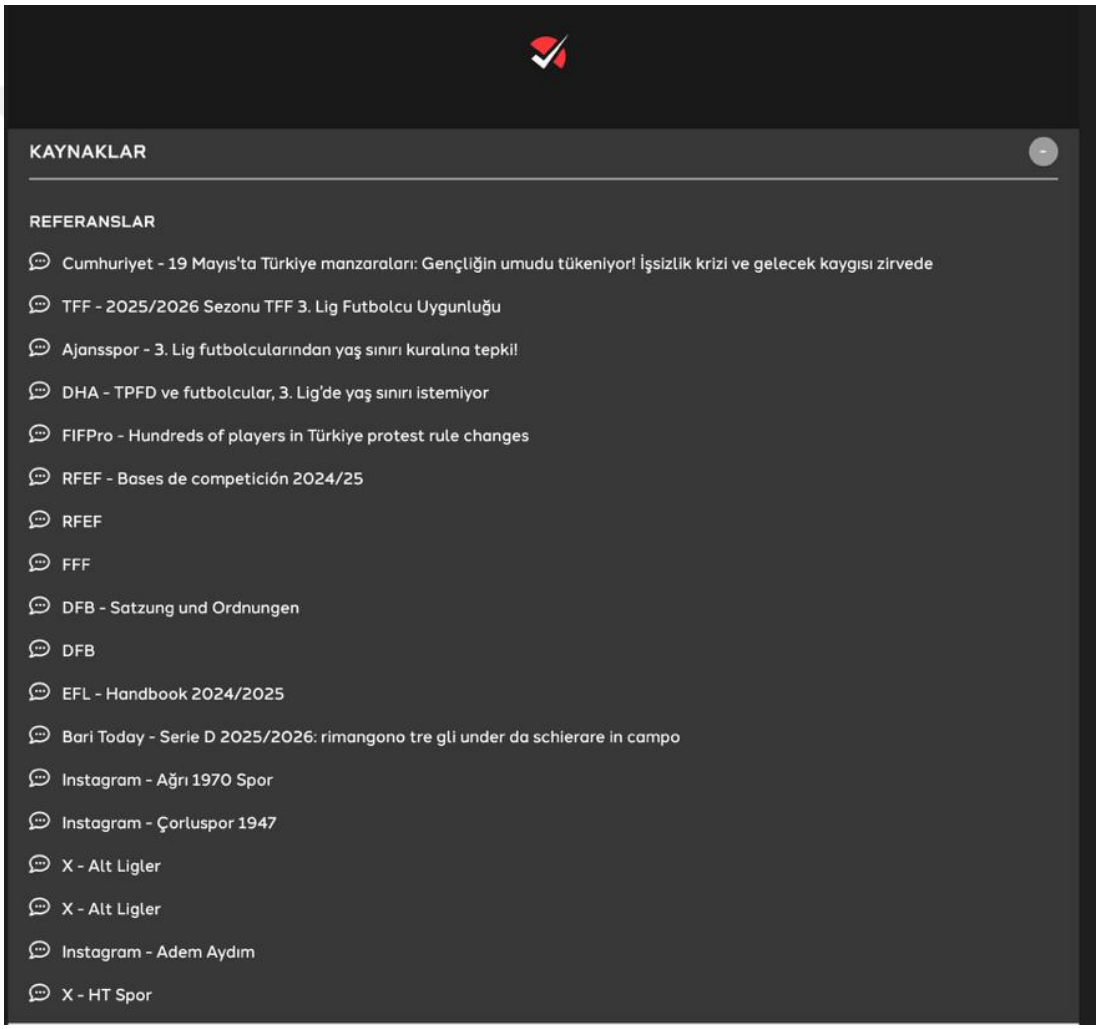


İncelenen içeriklerin %79’unda kaynakların açık ve şeffaf biçimde belirtildiği tespit edilmiştir. Öte yandan, yalnızca iki metinde (biri *Fayn*, diğeri ise *Vesaire*’ye ait olmak üzere) herhangi bir kaynak gösterimine rastlanmamıştır. Bu iki metnin de düşünce yazısı formatına daha yakın olması, bu durumu açıklayıcı bir unsur olarak değerlendirilebilir. Çoğu yayıncı kaynaklarını metin içine gömülü bağlantılarla sunmayı tercih ederken, *Doğruluk Payı* ve *Vesaire*’deki bazı içeriklerin sonunda ayrı bir kaynakça bölümünün yer alması dikkat çekici bir diğer uygulamadır. Bu bağlamda, kaynak kullanımı yayıncıların alandaki şeffaflık ve hesap verebilirlik iddialarını somutlaştıran en belirgin stratejilerden biri olarak öne çıkmaktadır. Özellikle, -aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere- birincil ve açık kaynakların büyük bir çoğunluğunun içeriklerde açık biçimde sunulması, bu stratejinin istikrarlı bir şekilde uygulandığını göstermektedir.

Tablo 32: Kaynak Gösterim Biçimine Göre Kaynak Türünün Çapraz Tablosu

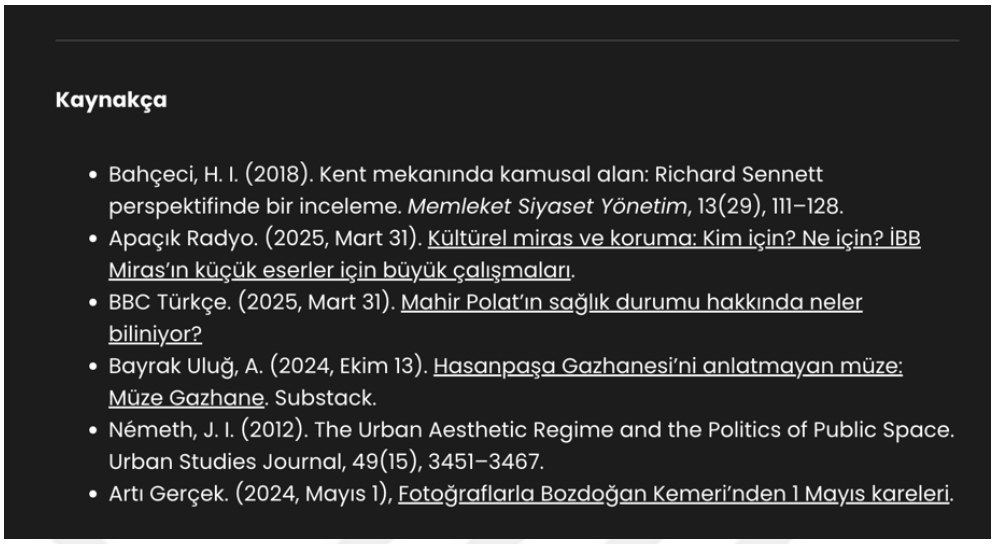
Kod Sistemi	Açık ve şeffaf	Kısmi kaynak gösterimi	Kaynak gösterimi yok veya belirsiz
Birincil kaynaklar	30	4	1
Açık veri ve istatistikler	19	2	
İkincil kaynaklar	9	10	
Uzman görüşü ve akademik kaynaklar	13	1	
Kişisel gözlem ve yorumlar	6		1

Görsel 8: *Doğruluk Payı*, Örnek Kaynakça Kullanımı



İçerik: Bilgehan Bilge, "TFF'nin 25 Yaş Kararı: Gençler Futbolcu Bile Olamıyor"

Görsel 9: *Vesaire*, Örnek Kaynakça Kullanımı



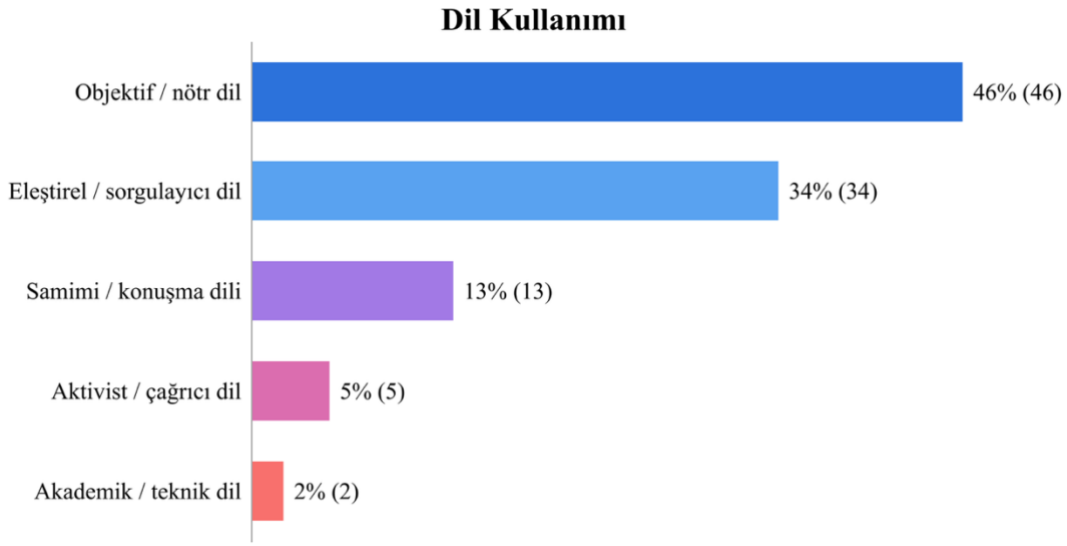
İçerik: Serra Utkum İkiz, "Kimin kamusu, kimin mekanı?"

Kaynak kullanımı kategorisi, medya alanının periferisinde konumlanan aktörler için merkezdeki aktörlere karşı önemli bir retorik unsur olarak işlev görmektedir. Çalışma kapsamında gözlemlenen çoklu ve nitelikli kaynak kullanımı -özellikle birincil belgeler, açık veri setleri ve uzman görüşleriyle desteklenen içeriklerde- yayıncıların "hesap verebilir bilgi üretimi" yönündeki eğilimlerini pekiştirmektedir. Buna ek olarak, bu kaynakların açık, erişilebilir ve kullanılabilir biçimde sunulması, söz konusu yönelimin biçimsel bir stratejiye dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Nitekim, görüşme analizlerinde ortaya çıkan "eğitme ve kamusal bilinç inşası", "eleştiri ve hesap sorma", "çok seslilik ve kamusal temsiliyet" ile özellikle "şeffaflık ve hesap verebilirlik" gibi stratejik yönelimlerin, çoğunlukla içeriklerdeki kaynak seçimi ve kullanımı ile doğrudan veya dolaylı bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Bu nedenle, metinlerdeki kaynak kullanımını yalnızca teknik bir unsur olarak değerlendirmek yetersiz ve yanıltıcı olacaktır. Hem nitel görüşmeler hem de içerik analizine dayanan bulgular, aktörlerin kaynak kullanımını alandaki meşruiyet mücadelelerinin temel aracı olarak konumlandırdığını göstermektedir. Nitekim, bir içeriğin hangi kaynaklara, ne türde ve nasıl referans verdiği, içerik üreticisinin epistemolojik konumunu ve alan içerisindeki sembolik sermaye üretme çabasını doğrudan yansıtan bir göstergedir.

4.5.5. İçerik Dil ve Anlatımı

"İçerik Dili ve Anlatımı" kategorisi, içeriklerin iletişim tarzı, tonlaması ve kullanıcı üzerindeki etkisinin değerlendirmek amacıyla oluşturulmuştur. Bu kategori, "Dil Kullanımı" ve "Anlatım Özellikleri" olmak üzere iki alt kategoriden oluşmaktadır. Bu ayrım sayesinde, içeriklerin okuyucuya hitap biçimi, bilgi sunumu ve yapısal karmaşıklığı daha ayrıntılı bir biçimde analiz edilebilmiştir. İlk alt kategori olan "Dil Kullanımı", metinlerdeki sözcük tercihlerinden cümle yapılarına kadar uzanan geniş bir çerçevede, içeriğin hangi türde bir dil kullanımı ile inşa edildiğini belirlemeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda beş farklı değişken tanımlanmıştır: (1) Objektif/Nötr Dil (duru, yansız aktarım), (2) Eleştirel/Sorgulayıcı Dil (analitik ve yapısal eleştiriler), (3) Aktivist/Çağrıcı Dil (eyleme dönük, mobilize edici ifadeler), (4) Akademik/Teknik Dil (uzmanlaşmış terminoloji), (4) Samimi/Popüler Dil (gündelik ve informal kullanım).

Tablo 33: İçeriklerde Kullanılan Dil Özelliklerine Göre Dağılımı



Dil kullanımı açısından değerlendirildiğinde, içeriklerin neredeyse yarısında (n=46) nötr bir dil tercih edildiği gözlemlenmiştir. Özellikle *Doğruluk Payı* ile doğrulama odaklı çalışan katılımcıların (Ezgi Toprak ve Simge Akkaş) tarafından üretilen içeriklerin büyük bir bölümünde (n=24), nötr dil kullanımı ön plana çıkmaktadır. Bu durum, doğrulama platformlarının retorik olarak dili değil,

metodolojiyi önceliklendirmesinin bir yansıması olarak da değerlendirilebilir. *Aposto*, *Fayn* ve *Scrolli* gibi platformlarda ise hem nötr hem de eleştirel dil kullanımının birlikte var olduğu gözlemlenmiştir. Buna karşılık, Metin Cihan'ın içeriklerinde (n=8) eleştirel söylemin neredeyse tüm metinlere hâkim olduğu tespit edilmiştir. *SLOT* platformunda, metinlerde perfore yapı kullanılmaksızın doğrudan kaynakların konuşturulması, içeriklerde yoğun bir konuşma dili kullanımına (n=5) yol açmaktadır. *Vesaire* platformu ise dil kullanımı açısından ayrıksı bir örnek teşkil etmektedir. "Haber-İçerik İşlevi" kategorisinde de gözlemlenen aktivist tutum, bu platformun dil kullanımına da yansımaktadır. *Vesaire*'ye ait içeriklerin yarısında, eleştirel tonun yanı sıra okuyucuyu konuya ilişkin doğrudan bir eyleme çağıran aktivist bir dil kullanımı (n=5) dikkat çekmektedir.

Öte yandan, anlatımı güç, teknik ve karmaşık konuların işlendiği içeriklerde dahi, yayıncıların akademik dilden kaçınarak anlaşılır bir dil tercih etmesi dikkat çekici bulgulardan biridir. Bu durum, kullanılan dil eleştirel bir nitelik taşısa dahi, yayıncıların büyük çoğunluğunun gazetecilikte yaygın olan haber dilini benimsediğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu, özellikle geçmişte merkez medyada çalışmış aktörlerin yönettiği *Fayn* ve *Scrolli* gibi yayıncılar için olağan bir tercih olarak değerlendirilebilir. Doğrulama platformları özelinde düşünüldüğünde ise haber dilinin yoğun şekilde kullanılması, Simge Akkaş'ın görüşmelerdeki şu ifadesiyle açıklanabilir: "*Doğruluk platformlarının gazetecilik alanından aldığı en önemli şey bence dil meselesi biraz. Çünkü doğası itibarıyla doğruluk kontrolü platformları akademik dile daha yatkın. Ancak, bunu halka doğru ve anlaşılır şekilde ulaştırmak için gazetecilikten bu haber dilini alıyor ki bu insanlara bilgiyi anlaşılır bir şekilde verme adına çok önemli bence*" (Simge Akkaş, Bağımsız Araştırmacı).

Bu bölümde ele alınan ikinci alt kategori olan "Anlatım Özellikleri", metnin genel yapısını ve biçimsel tercihler doğrultusunda kurulan anlatı stratejilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. İçeriklerin hangi anlatım biçimleriyle yapılandırıldığını analiz etmek üzere çeşitli değişkenler tanımlanmıştır. Bu değişkenler şunlardır:

(1) Derinlemesine ve detaylı anlatım: Konuyu kapsamlı ve ayrıntılı şekilde ele alan anlatı yapısı,

(2) Yüzeysel ve hızlı tüketim odaklı anlatım: Kısa, sade ve hızlı tüketim amacıyla kurgulanan, sadece olayı veren ve detayları işlemeyen metin yapısı,

(3) Hikâyeci ve kişiselleştirilmiş anlatım: Bireysel öykülere veya hikâyeleştirme tekniklerine dayalı anlatım biçimi, edebi gazetecilik türünde metin yapıları,

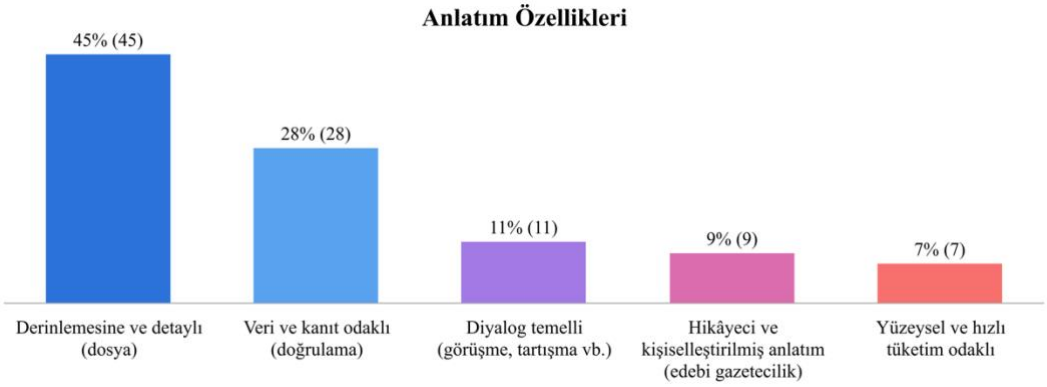
(4) Veri ve kanıt odaklı anlatım: İstatistiksel bilgi ve belgelere dayalı içerik yapısı,

(5) Diyalog temelli anlatım: Röportaj, söyleşi ya da tartışma gibi etkileşimli formatlar üzerinden kurgulanan anlatım biçimi

.

Bu sınıflandırma, yayıncıların sunduğu içeriklerin biçimsel yapıları ile sunulan bilginin nasıl bir anlatı kurgusuyla aktarıldığını anlamayı kolaylaştırmak üzere geliştirilmiştir.

Tablo 34: İçeriklerde Kullanılan Anlatım Özelliklerine Göre Dağılımı



Bu kapsamda, yayıncıların yaklaşık yarısının içeriklerinde derinlemesine ve detaylı bir anlatım biçimine yer verdiği, yine önemli bir bölümünün -özellikle doğrulama platformlarının etkisiyle- veri ve kanıt odaklı anlatım stratejilerini benimsediği gözlemlenmiştir. Bu bulgu, çalışmanın tematik analiz bölümünde yer alan "Alanda Kullanılan Yöntemler ve Stratejiler" başlığı altında öne çıkan "derinlik ve yavaş habercilik" stratejisiyle de anlamlı bir uyum göstermektedir. Nitekim, kaynak kullanımı ile anlatım özellikleri kategorilerinin birlikte değerlendirildiği çapraz analiz tablolarında, yayıncıların izlediği kaynak kullanım stratejilerinin, bu detaylı ve

kapsamlı anlatı biçimini destekleyen önemli bir unsur olarak işlev gördüğü görülmüştür.

Tablo 35: Kaynak Sayısına Göre Anlatım Özelliklerinin Çapraz Tablosu

Kod Sistemi	Tek kaynak	Çoklu kaynak (2-5)	Yoğun kaynak kullanımı (5+)
Derinlemesine ve detaylı (dosya)	2	18	14
Veri ve kanıt odaklı (doğrulama)	2	18	5
Diyalog temelli (söyleşi vb.)	7	1	3
Hikâyeci ve kişiselleştirilmiş anlatım	4	2	
Yüzeysel ve hızlı tüketim odaklı	4	1	2

İlgili kategori yayıncılar özelinde değerlendirildiğinde *Mind Vorteks* (n=10), *Scrolli* (n=8) ve *Fayn* (n=8), derinlemesine ve detaylı anlatım stratejilerini içeriklerinde yoğun kullanan yayınlar olarak öne çıkmaktadır. *Fayn*'ın, genellikle haber spotlarının sonunda kamuoyunun zihninde kalıcı sorular yönelterek içeriği sonlandırması dikkat çekmektedir. Örneğin, "İBB operasyonu: Süreç ne aşamada, kimler tutuklu, tartışma konuları neler?" başlıklı haberin spotunda şu sorular yer almaktadır: "(...) *Bilgi notu görünümlü fişlemelerin yapıldığı süreç hangi aşamada, kimler tutuklu, tartışma konuları neler?*" Diğer yandan, *Aposto*'nun bazı içeriklerinde (örneğin, "Kayıtsız işçilerin yurdu Unkapanı'ndan abluka altında meydanlara: İstanbul'dan 1 Mayıs manzaraları" ve "Açlık çoğunluktadır: Yoksulluğa çare bulmadan obezite sorunu çözülür mü?") edebi gazetecilik anlatı biçimlerinin kullanıldığı gözlemlenmektedir. Bu metinlerin özellikle bir şarkı sözü ya da şiirle sonlandırılması hem yenilikçi hem de edebi bir yaklaşım benimsendiğini göstermektedir.

İki örnekte ise mecranın karakterinin anlatım tarzına doğrudan etkisi görülmektedir. İlk olarak *SLOTmedia*'nın *YouTube* mecrasında hikâye anlatımı üzerine yayın yapmaları ve içeriklerinin büyük bölümünün söyleşi formatında olmasından kaynaklı olarak diyalog temelli anlatıyı içeriklerinin tamamında yer vermektedir. Benzer şekilde Metin Cihan'ın -detaylı anlatım sunan içerikleri olmakla birlikte- sunumunu diğer yayıncılara kıyasla daha hızlı tüketim odaklı bir anlatım (n=4) şekliyle verdiği gözlemlenmektedir. Bu durum özünde mecranın karakteriyle de ilişkilidir. Metin Cihan, haberlerini *X* platformu üzerinden paylaştığı için yer ve karakter sınırı içeriklerini bu şekilde biçimlendirmesine neden olmaktadır.

Dolayısıyla, yayıncıların temel stratejisi ve amaçlarına ek olarak, yayın yapılan mecra, anlatının karakterinde -belirli oranda- belirleyici olabilmektedir.

İfade edilen bulgulardan hareketle, bu çalışmanın içerik analizi aşamasının beşinci analiz kategorisi olan "İçerik Dili ve Anlatımı" başlığına ilişkin şu yorumu yapmak yerinde olacaktır: Aktörlerin dil ve anlatım stratejileri, yayıncıların karakteristik özellikleri olmasının yanında, bu aktörlerin merkez medya alanında ne ölçüde meşruiyet iddiası taşıdıklarıyla da doğrudan ilişkilidir. Nötr veya eleştiren bir haber dili kullanımı, çoğunlukla merkeze atfedilen özellikleri barındırırken, haber dili dışında kalan anlatım biçimleri, daha çok periferi alana yakın durmaktadır. Bu çerçevede, bazı yayıncılar dil kullanımındaki tercihlerle merkez alanın meşru bir parçası olarak konumlanabilirken, aynı dili kullanarak ürettikleri içeriklerle (örneğin derinlikli analizler, yavaş habercilik ve şeffaflık ilkeleri) merkez alanın sınırlarını aşan ya da yeniden tanımlayan bir konum da elde edebilmektedir. Dolayısıyla içerik dili ve anlatımı, gazetecilik alanındaki normatif yapılar arasındaki ilişkiselliği görünür kılan sembolik bir uzlaşı veya çatışma düzlemine dönüşmektedir. Dil ve anlatım stratejileri, öte yandan -ister *YouTube* temelli içerik üreten aktörler, ister doğrulama platformlarında faaliyet gösteren yayıncılar olsun- alanın bu yeni oyuncularının neden gazetecilik alanında meşru aktörler olarak değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koyan temel göstergelerden biri olarak öne çıkmaktadır.

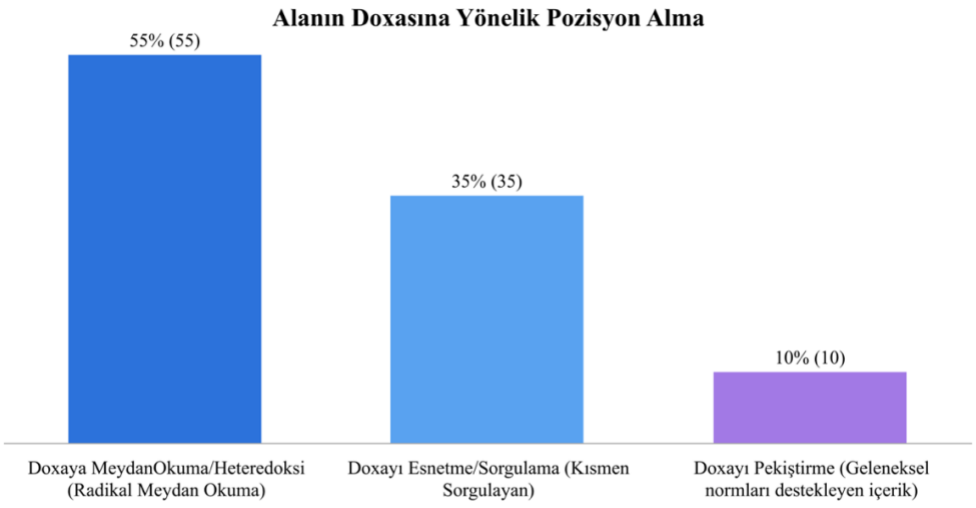
4.5.6. Alan Teorisi Bağlamında İçeriğin Alanla İlişkisi

Bu kategori, çalışmanın teorik arka planını oluşturan alan teorisi temel alınarak, içeriklerin medya alanındaki konumlanış biçimlerini çözümlemeye odaklanmaktadır. Bu yönüyle, içerik analizinin nitel boyutunun en belirgin şekilde ortaya çıktığı kategori olarak değerlendirilebilir. Kategori kapsamında üç temel boyut ele alınmaktadır: (1) gazetecilik alanında egemen doxa'ların yeniden üretilmesi, sorgulanması ya da dönüştürülmesi süreçleri; (2) aktörlerin hangi sermaye türleri üzerinden meşruiyet inşa etmeye çalıştıkları ve (3) içeriklerin kamuoyu üzerindeki potansiyel (ileriye dönük muhtemel) etkileri. Bu sayede, yeni nesil yayıncıların içerik üretimindeki yönelimlerinin medya alanının dönüşümüne nasıl katkı sunduğu, yapısal ilişkiler bağlamında bütüncül bir şekilde analiz edilmektedir. Aynı zamanda, bu kategori

aracılığıyla içeriklerin alan içi dinamikleri nasıl yeniden şekillendirdiği ve medya-demokrasi ilişkisine nasıl katkı sağladığı da değerlendirilmiştir. Çalışmanın tematik analiz bölümünde yer alan "Alanın Sınırlarını Zorlama ve Dönüşüm Mücadeleleri" temasında elde edilen bulguların metinlerdeki izdüşümleri, bu kategori çerçevesinde incelenmiştir.

Bu kapsamda birinci alt kategori, gazetecilik alanında hâkim olan doxa'ya -yani sorgulanmadan kabul edilen norm ve kabullere- karşı içeriklerin nasıl bir pozisyonu temsil ettiğine odaklanılmıştır. Bu alt kategori, tematik analizdeki "doxa ve sınırların yeniden inşası" bulgusundan hareketle, yayıncıların içeriklerinin gazetecilik alanının yerleşik normları ve değerleriyle (doxa) nasıl bir ilişki kurduğunu değerlendirmek için kullanılmıştır. Üç düzeyli bir hiyerarşi ile içerikler doxa'yı pekiştiren, doxa'yı esneten/sorgulayan veya doxa'ya radikal biçimde meydan okuyan yapılar olarak kodlanmıştır. Doxa'yı pekiştiren içerikler, geleneksel gazetecilik normlarını (örneğin klasik haber formatı ve haber değerleri, akredite kaynaklara dayalı haber üretimi) yeniden üreten ve destekleyen anlatılar içermektedir. Doxa'yı esneten içerikler, mevcut normlara karşı eleştirel bir yaklaşım geliştirerek alternatif kaynaklar, yeni anlatı biçimleri ya da hibrit modeller kullanmakta, ancak, alanın temel işleyiş mantığını doğrudan reddetmemektedir. Doxa'ya radikal biçimde meydan okuyan içerikler ise yalnızca normlara karşı çıkmakla kalmaz, aynı zamanda yeni bir *illusio* (alana bağlılık yaratan anlam ve değer sistemi) önerisinde bulunmakta ve bu şekilde alternatif bir gazetecilik anlayışı, değerler sistemi ve pratikler bütünü inşa edilmeye çalışılmaktadır. Bu sınıflandırma, içeriklerin alan içindeki normatif çatışmalara nasıl dâhil olduklarını ve alanın sınırlarını hangi yollarla dönüştürmeye çalıştıklarını göstermeyi amaçlamaktadır.

Tablo 36: İçeriklerin Alanın Doxasına Yönelik Potansiyel Konumu



Bu kapsamda içeriklerin yarısından fazlasının, gazetecilik alanındaki mevcut kabullere ve pratiklere eleştirel yaklaşarak alternatif bir habercilik anlayışını temsil ettiği gözlemlenmiştir. Özellikle Metin Cihan (n=9), *Vesaire* (n=9) ve *Mind Vorteks*'in (n=7) içerikleri, haberin geleneksel normlarına karşı bir tür heterodoksi geliştirmektedir. *Vesaire*'nin aktivist ve çağrıcı dil barındıran yazıları, toplumsal meselelere dair eyleme çağıran bir ton taşırken, Metin Cihan'ın içerikleri ise geleneksel kulis haberciliğini reddedip, doğrudan belgeye dayalı, sorgulayıcı bir habercilik çizgisi sunmaktadır. *Mind Vorteks* ise kriminal dosyalara odaklanan belgesel formatında içerikleriyle klasik haber kurgusunun dışına çıkmakta, *SLOTmedia* ile birlikte özellikle sosyal medyada yaygınlaşan yeni anlatı biçimlerini benimsemektedir. Buna karşılık, incelenen içeriklerde yalnızca az sayıda metnin geleneksel haber formatına uygun şekilde üretildiği görülmüştür. Örneğin, *Doğruluk Payı*'nın "Diploma Var, İş Yok: Üniversite Mezunları Ne Kadar Sürede İş Buluyor?" başlıklı haberinde, lisans ve ön lisans mezunlarının iş gücü piyasasındaki durumu ele alınmakta ve yalnızca TÜİK verileri merkeze alınarak bir içerik oluşturulmaktadır. Bu durum, ilk bakışta güvenilir bir kaynak kullanımı olarak değerlendirilebilir; ancak, görüşmelerde doğrulama platformlarında çalışan katılımcıların, günümüzde Türkiye'deki resmi kaynakların tek başına doğru bilgi sağlamak için yeterli olmayabileceğine dikkat çektikleri görülmüştür. Diğer yandan, söz konusu içerikte alternatif bilgi kaynaklarına yer verilmemekte, TÜİK verileri ise grafikler eşliğinde sadece betimsel bir sunumla aktarılmaktadır. Bu nedenle, ilgili içerik geleneksel

gazetecilik normlarını destekleyen bir format olarak kodlanmış olmakla birlikte analizde gözlemlenen az sayıdaki geleneksel normlara bağlı örneklerden biri olarak not edilmiştir.

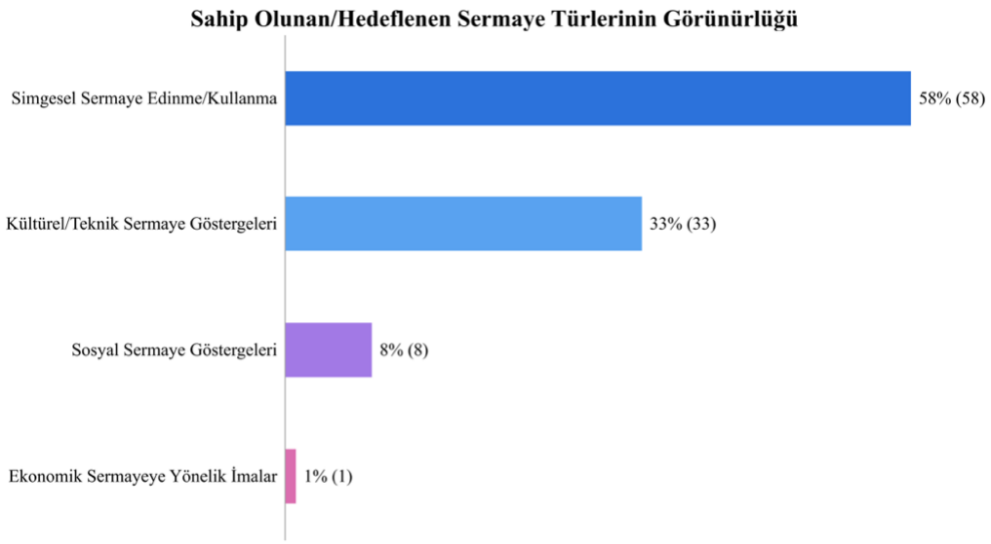
Doğrulama odaklı yayıncıların içeriklerinde gözlemlenen farklı örüntüler ayrıca dikkat çekmektedir. *Doğruluk Payı* ve Simge Akkaş, kullandıkları nötr dil ve sundukları metodolojik şeffaflıkla alandaki hâkim gazetecilik kodlarını doğrudan reddetmektense, bu kodları kısmen sorgulayan ve esneten içerikler üretmektedir. Buna karşılık, Ezgi Toprak'ın *Teyit* platformunda yayımladığı bazı içerikleri (Örneğin "Gazeteciler için yapay zekâyı verimli kullanma rehberi" ve "Neden her şeye dezenformasyon demekten vazgeçmeliyiz?"), alanın eleştirilen yerleşik normlarını doğrudan hedef almakta ve alternatif gazetecilik pratikleri ile yeni bir *illusio* önerisinde bulunmaktadır. Toprak'ın söz konusu içeriklerinde yeni ve daha sağlam temellere oturtulmuş bir gazetecilik değerleri sistemi önerdiği gözlemlenmektedir.

Aposto, *Scrolli* ve *Fayn* gibi aktörler, gazetecilikte hâkim olan haber dilini sürdürmekle birlikte, bu dili eleştirel ve çoğulcu bir bakış açısıyla yeniden yorumlamaktadır. Bu yayıncılar, içeriklerinde alternatif kaynak kullanımı, hibrit anlatı biçimleri ve derinlikli analizlerle haberin yapısını genişletirken, temel gazetecilik ilkelerini doğrudan reddetmemekte; aksine, bu ilkeleri daha kapsayıcı ve eleştirel bir biçimde dönüştürmeye çalışmaktadırlar. Dolayısıyla, söz konusu aktörlerin içerikleri, alandaki yerleşik normları sorgulayan ve esneten bir pozisyonu temsil etmektedir.

Metinler üzerinde gerçekleştirilen içerik analizinde kullanılan ikinci alt kategori olan "Sahip olunan/hedeflenen sermaye türlerinin görünürlüğü", bir önceki tematik analizde ortaya çıkan "Sermaye değişimi ve meşruiyet mücadelesi" bulgusundan hareketle tasarlanmıştır. Bu kategori, yayıncıların farklı sermaye türlerini (ekonomik, sosyal, kültürel, sembolik) nasıl birleştirdiğini ve alan içindeki meşruiyet mücadelelerini nasıl şekillendirdiğini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda (1) Ekonomik sermayeye yönelik imalar, içerikte kitle fonlama, sponsorluk, abonelik çağrıları veya destek fonlarına yapılan göndermelerle tanımlanmaktadır. (2) Sosyal sermaye göstergeleri, içeriklerin topluluklar, sosyal ağlar veya iş birlikleri üzerinden anlam kazandığı durumları kapsamaktadır (örneğin röportaj yapılan aktörlerin niteliği,

dayanışma vurguları). (3) Kültürel/teknik sermaye, içerikte görülen entelektüel birikim, akademik referanslar, yaratıcı anlatı teknikleri ve teknik yeterliliklerle ilişkilidir. Bu değişken hem kurumsallaşmış (akademik bilgi), hem nesneleşmiş (teknolojik üretim) hem de bedenselleşmiş (entelektüel yaklaşım) sermaye biçimlerini içerecek şekilde kodlanmıştır. Son olarak (4) sembolik sermaye edinme/kullanma stratejileri ise güvenilirlik, etik duruş, özgünlük ve kamusal fayda vurguları üzerinden içeriklerin itibar eksenli meşruiyet arayışını yansıtmaktadır. Bu yapı sayesinde, yayıncıların hem alan içinde hangi sermaye biçimlerine yatırım yaptıkları hem de bu sermayeleri dönüştürme stratejileri içerikler ekseninde anlaşılmaya çalışılmıştır.

Tablo 37: İçeriklerde Gözlemlenen (Potansiyel) Sermaye Türleri

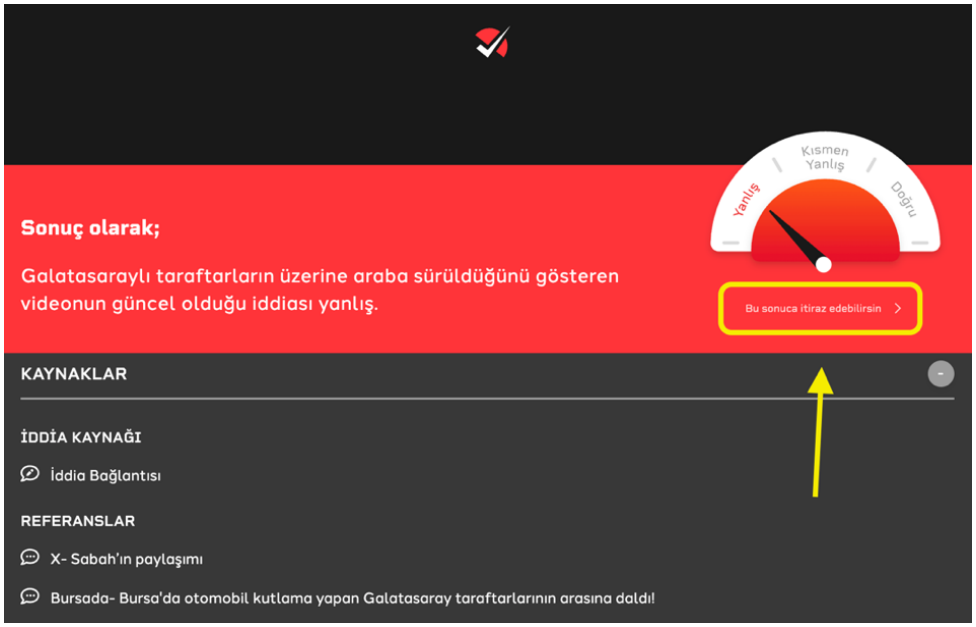


İçeriklerin bütünü incelendiğinde, yayıncılarda sembolik sermaye edinme ve kullanma stratejilerinin yoğun şekilde görünür olduğu söylenebilir. Bu durum özünde görüşmelerdeki bulgularla kısmen örtüşmekle birlikte, görüşme metinlerinde "kültürel/teknik sermaye" vurgusunun daha belirgin olduğu gözlemlenmiştir. Bu bulgu, yayıncıların sermaye dönüştürme stratejileri açısından önemli bir örüntüyü ortaya koymaktadır. Nitekim yayıncıların büyük çoğunluğu, kültürel/teknik sermaye üzerine yatırım yaparken, bunu alanda (metinlerinde) sembolik sermayeye dönüştürerek kullanmakta ya da sembolik sermaye edinme yönünde stratejiler geliştirmektedir. Diğer kategorilerde de öne çıkan güvenilirlik, etik duruş, özgünlük ve kamusal fayda gibi örüntüler, içeriklerin itibar eksenli bir meşruiyet arayışıyla inşa edildiği izlenimini vermektedir. Bu durum, yayıncıların büyük bölümünde hem hakim

doxa'ya karşı bir tutumun varlığını hem de sembolik sermaye kullanımı ve ediniminin yaygın olduğunu göstermektedir.

Koray Kaplıca'nın "Doğruluk Payı'nın tek ve en büyük amacı güven sermayesi oluşturmak" şeklindeki yorumu, doğrulama odaklı çalışan yayıncıların içeriklerinde gözlemlenen bulgularla örtüşmektedir. *Doğruluk Payı* ile birlikte, doğrulama odaklı çalışan Ezgi Toprak ve Simge Akkaş'ın ürettiği içeriklerin büyük bir bölümünde (n=22), güven ve şeffaflık odaklı bir simgesel sermaye inşasını önceleyen içerik türlerine rastlanmaktadır. Nitekim *Doğruluk Payı*'nın olay ve olgu doğrulama temelli içeriklerinde, metnin hemen altında yer alan "Bu sonuca itiraz edebilirsin" bağlantısı, bu yaklaşımın somut bir örneğini oluşturmaktadır (Bkn: Görsel 10). Bu yayıncıların benimsediği metodolojik şeffaflık ilkesi, simgesel sermayenin inşa sürecinde belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Metin Cihan'ın içerikleri ise kaynak kullanımı, elit aktörlere ilişkin gündem oluşturma kapasitesi ve aldığı etkileşim düzeyi açısından değerlendirildiğinde, Cihan'ın simgesel sermaye odaklı bir yayıncılık anlayışı benimsediği görülmektedir.

Görsel 10: *Doğruluk Payı* Doğrulama Metni Sonu Örnek Görsel



İçerik: Hayri Mert "Galatasaraylı Taraftarların Üzerine Araba Sürüldüğünü Gösteren Video Güncel mi?"

Diğer taraftan, *Vesaire* ve *Scrolli* platformlarında kültürel/teknik sermayeye ilişkin örüntüler ön plana çıkarken, *Aposto* ve *Fayn*'da kültüre ve simgesel sermayenin orantılı dağılımı görülmektedir. *SLOTmedia* ise *YouTube* mecrasında birincil kaynakları merkeze alan, diyalog ve söyleşi temelli anlatım biçimini benimsemesi nedeniyle, sosyal sermayesi en belirgin şekilde öne çıkan yayıncı olarak dikkat çekmektedir. Öte yandan, ekonomik sermayeye yönelik imaların veya örüntülerin yalnızca *Fayn*'a ait bir içerikte gözlemlenmiş olması ise dikkat çekicidir. Nitekim, Ayşe Karabat tarafından kaleme alınan "Annem bir ekmek, bir gazete istiyor bakkal amca" başlıklı metin, özünde ana akım medyaya yönelik bir eleştiri niteliği taşımakta ve *Fayn* gibi platformlara yönelik bir destek çağrısı içermektedir. Metindeki şu bölüm bu durumu örneklemektedir:

> "Düşünün ki biri sizin yerinize markete gidiyor. Raflardaki abur cuburları pas geçip ihtiyacınız olanların en iyilerini seçip getiriyor. Zamandan kazanıyorsunuz, kafa karışıklığı yaşamıyorsunuz. İşte *Fayn* da etraftaki bilgi çöplüğünden haberi süzüyor, yalanı eleyip, doğruyu size getiriyor. İçeriklerimiz özenli, temiz ve organik. Katkı maddesi yok. Kopyala yapıştır haber bizlik değil. Biz masrafı düşünmeden sahaya çıkan bir ekibiz. Süper kahraman değiliz ama en azından sahada kimin ne dediğini ilk elden öğrenip yazıyoruz. Editoryal destek alıyoruz, ama haber kaynağı bizatihi kendi yüksek şahsiyeti olanlardan değil, güvendiğimiz gazeteci arkadaşlarımızdan. Onların emeğinin hakkını elbette veriyoruz. Reklam alıyor muyuz? Evet. Ama her geleni buyur etmiyoruz. Bazı firmalara 'Sağ olsun, kalsın' diyoruz. (…) … kafanız ve ruhunuzu besleyecek bir haber kaynağını desteklemek için *Fayn*'a abone olur musunuz?"

Karabat'ın bu metni, görünürde ekonomik sermayeyi artırmaya yönelik bir karakter taşısa da özünde ana akım medyaya yönelik eleştirileri, anlatı tekniği ve kaynak güvenilirliğine yaptığı vurgularla bir sembolik sermaye inşa süreci olarak da değerlendirilebilir. *Fayn*, alandaki baskın kodları (kabul görmüş doxa'yı) sorgulayarak bir tür sınır çizme stratejisi uygulamaktadır. Dolayısıyla, Karabat'ın bu yazısı, simgesel sermaye ile ekonomik sermaye arasında nasıl bir dönüşüm ilişkisi kurulabileceğine dair önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Bu bölüm altındaki son alt kategori olan "Kamuoyuna Yönelik Potansiyel Etkiler", içeriklerin doğrudan ya da dolaylı biçimde kamuoyunda yaratabileceği etkileri değerlendirmek amacıyla oluşturulmuştur. Bu alt kategori, tematik analizde

ortaya çıkan “Kamusal ihtiyaçlara yanıt” bulgusundan hareketle, yayıncıların ürettiği içeriklerin toplumsal dönüşüm potansiyelini analiz etmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda, (1) “toplumsal tartışma ve farkındalık yaratma potansiyeli”, bir konunun görünürlük kazanmasını, kamusal alanda tartışma başlatmasını veya düşünsel düzeyde etki yaratmasını ifade etmektedir. (2) “Demokratik katılımı teşvik etme potansiyeli” ise bireyleri oy kullanma, dilekçe imzalama ya da protesto gibi doğrudan demokratik eylemlere yönlendiren içerikleri kapsamaktadır. (3) “Politika ve karar mekanizmalarını etkileme potansiyeli”, içeriklerin karar alıcılara doğrudan hitap etmesi, yasa önerileri sunması veya politika eleştirileri içermesi yoluyla sistem düzeyinde müdahale niteliği taşımasını ifade etmektedir. Son olarak (4) “medya okuryazarlığını geliştirme potansiyeli” ise bireylerin medya içeriklerini eleştirel biçimde değerlendirme, doğru bilgiyi ayırt edebilme ve medya üretim süreçlerini anlama kapasitelerini artırmaya yönelik katkılara işaret etmektedir. Bu değişkenler, içeriğin potansiyel kamusal etkileri ve hedeflediği dönüşüm düzeyine göre kodlanmıştır.

Tablo 38: İçeriklerin Kamuoyuna Yönelik Potansiyel Etkileri



Yayınların bütününe bakıldığında, içeriklerin yaklaşık yarısının toplumsal tartışma ve farkındalık yaratma potansiyeli taşıdığı söylenebilir. Bu potansiyel, *Aposto*’nun güncel konuları ele alış biçiminde, *Fayn*’ın olayları çok boyutlu şekilde ele alan derinlemesine habercilik anlayışında, *SLOT*’un ve *Mind Vorteks*’in hassas meselelere ilişkin açıklayıcı video içeriklerinde ve özellikle Metin Cihan’ın kanıt temelli gazetecilik yaklaşımında gözlemlenebilmektedir. Demokratik eylemlere değinen ve bu doğrultuda bir bilinç geliştirmeyi amaçlayan anlatılar benimseyen

Vesaire'nin içeriklerinin, yoğun şekilde "demokratik katılımı teşvik etme potansiyeli" (n=7) taşıdığı gözlemlenmektedir. "Politika ve karar mekanizmalarını etkileme potansiyeli" taşıyan içerikler ise yalnızca beş yayıncıda tespit edilmiş; bu yayıncılar arasında yalnızca *Scrolli*'nin birden fazla içeriğinde (n=3) bu yönde bir yönelimin bulunduğu belirlenmiştir. Bu durumun, yayıncıların hedefledikleri kitle profiliyle doğrudan ilişkili olduğu söylenebilir.

İçeriklerin toplumsal tartışma ve farkındalık yaratma potansiyelinin hemen ardından bulgulanan önemli bir diğer örüntü ise içeriklerin medya okuryazarlığını geliştirme potansiyelidir. *Doğruluk Payı* ve doğrulama üzerine çalışan katılımcıların içeriklerinin çok büyük bir bölümünde (toplam n=21) bu yönde örüntüler tespit edilmiştir. Bu bulgu, doğrulama üzerine çalışan yayıncılarla yapılan görüşmelerde de sıklıkla dile getirilen bir özelliktir. Nitekim Ezgi Toprak'ın da ifade ettiği üzere, bu potansiyel etki doğrulama platformları ile gazeteciliği birbirinden ayıran temel sınır nesnelerinden biridir: "*Doğrulama platformlarının sadece kamuoyunu bilgilendirmenin ötesinde bir de okuyucuya eleştirel dijital okuryazarlık ve kritik düşünme becerisi de vermek gibi bir amacının olması bence ikisinin (gazetecilik ve doğrulamanın) temelde ayrıldığı noktalar*" (Ezgi Toprak, Bağımsız Gazeteci). Doğrulama yayıncılarının içeriklerinde de bu unsur net biçimde gözlemlenebilmektedir.

Bu bölümde merkeze alınan üç alt kategori, bu çalışmada gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgularla birlikte değerlendirildiğinde, alandaki yeni oyuncuların gazetecilik alanının iç yapısına yönelik normatif bir müdahale pratiği sergiledikleri söylenebilir. Yayıncıların hem tarihsel *doxa* ile kurdukları ilişkiler hem de sahip oldukları sermaye stratejileri üzerinden alanın sınırlarını yeniden şekillendirme potansiyeli taşıdıkları görülmektedir. Geleneksel haber pratiklerine alternatif söylem biçimleri, *illusio*'nun yeniden kurgulandığı içerikler aracılığıyla hayata geçirilirken, simgesel ve kültürel sermaye birikimleri, bu yeni aktörlerin meşruiyet arayışında başlıca araçlara dönüşmektedir. Yayıncıların geneline yayılan kültürel ve teknik birikimin, simgesel bir itibar arayışına evrildiği, bu sermaye türlerine ilişkin referansların ise içeriklerde görünür biçimde yer aldığı dikkat çekmektedir. Nitekim, ana akım medyanın toplumsallığı yeterince yansıtamaması,

alanın periferisinde yer alan aktörler için bir mücadele nesnesine dönüşmekte ve bu durum, özellikle "toplumsal tartışma ve farkındalık yaratma potansiyeli" yüksek içeriklerde somutlaşmaktadır. Özellikle doğrulama platformlarında gözlemlenen şeffaflık vurgusu ve medya okuryazarlığını geliştirme yönelimi, haberin ötesine geçen pedagojik bir işlev üstlenmekte ve bu platformları gazetecilik alanı içerisinde birer sınır nesnesi olarak konumlandırmaktadır. Bu yönüyle yayıncıların sunduğu içerikler, alanın merkezine doğrudan eklemlenmekten ziyade, merkezi normlara eleştirel bir mesafeyle yaklaşan ve yeni bir normatif zeminin inşasında aktif rol üstlenen araçlar olarak değerlendirilebilir. Sonuç olarak, içerik dili, anlatı biçimi ve sermaye stratejileri birlikte ele alındığında, bu yayıncıların yalnızca alan içinde bir pozisyon almakla kalmayıp, alanın yapısal mantığını dönüştüren aktörler oldukları ileri sürülebilir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmanın son bölümünde, Türkiye'de farklı formatlarda yayıncılık yapan ve alanın "yeni oyuncuları" olarak tanımlanan aktörlere yönelik gerçekleştirilen araştırmada elde edilen bulgular, çalışmanın genel çerçevesi doğrultusunda bütüncül bir biçimde ele alınmış, araştırma soruları yanıtlanmış ve elde edilen bulgular doğrultusunda yorumlayıcı argümanlar geliştirilmiştir. Ayrıca, bölümün sonunda araştırmanın sınırlılıklarına değinilmiş ve gelecekte gerçekleştirilebilecek çalışmalara yönelik öneriler sunulmuştur. Bulgulara ilişkin değerlendirmelere geçmeden önce, çalışmaya şekil veren alan yazındaki temel ön kabullerin kısaca özetlenmesi yerinde olacaktır.

Çalışmanın birinci bölümünde de ifade edildiği üzere, son yirmi yılda gazetecilik alanı, yalnızca Türkiye'de değil, küresel ölçekte de ciddi bir dönüşüm sürecinden geçmekte ve bu dönüşüm, alanın meşruiyet zeminini ve kurucu ilkelerini derinden sarsan yapısal kırılmalara işaret etmektedir. Ekonomik sürdürülebilirlik krizinin tetiklediği bu kırılma, medyanın kamusal yeterlilik krizi ve dijitalleşme süreciyle birlikte haber nosyonu (her şeyin "içerikleşmesi") kriziyle daha da pekişmiştir. Ekonomik, kültürel ve teknolojik dışsal basınçların etkisiyle gazetecilik alanının geleneksel doxa'sı -yani yerleşik ve sorgulanmayan kabulleri- artık sürdürülebilir bir çerçeve sunmamaktadır. Bu durum, gazeteciliğin ne olduğu, nasıl yapılması gerektiği ve toplumsal işlevinin ne olduğu sorularına ilişkin ontolojik bir belirsizlik yaratmakta ve mesleğin etik ve pratik sınırlarını tanımlayan normatif çerçeveyi temelden sarsmaktadır. Dolayısıyla, bu dönüşüm süreci, bu çalışma kapsamında, yalnızca bir adaptasyon meselesi değil, gazetecilik alanının özerkliğini koruma ve kendisini yeniden tanımlama kapasitesinin sınandığı kapsamlı bir meşruiyet krizi olarak ele alınmaktadır. Söz konusu kriz, bir yandan alanın yerleşik aktörlerini savunmacı pozisyonlara sürüklerken, öte yandan yeni faillerin ortaya çıkışı için elverişli bir zemin yaratmıştır.

İşte bu yapısal kırılma ve meşruiyet krizi zemininde, bu araştırmanın odağını oluşturan ve literatürde "müdahaleci (interloper)" ya da "periferi aktörler" olarak kavramsallaştırılan failler belirginleşmektedir. Çalışmanın ilgili bölümünde ayrıntılı biçimde ele alındığı üzere, bu aktörlerin tek bir homojen kategoriye indirgenemeyecek ölçüde heterojen bir yapı sergilediği görülmekte; doğruluk kontrolü platformlarından yurttaş gazetecilere, bireysel içerik üreticilerinden yenilikçi medya girişimlerine kadar uzanan bu çeşitlilik, merkezdeki otoritenin parçalanmasının ve işlevsel boşlukların bir yansıması olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, çalışmada ortaya konan temel argüman doğrultusunda, geleneksel gazetecilik alanının sınırlarında ya da dışında konumlanan bu failler, merkezin dolduramadığı veya terk ettiği rolleri üstlenerek alandaki dönüşümün temel katalizörleri hâline gelmektedir.[80] Nitekim, bu yeni oyuncuların varlığı, gazetecilik alanının yalnızca dışsal baskılarla değil, aynı zamanda içeriden ve çeperlerden gelen, mevcut düzeni hem besleyen hem de ona meydan okuyan dinamiklerle şekillendiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, periferi aktörlerin yükselişi ne mutlak bir ilerleme ne de bir yozlaşma olarak tek boyutlu bir şekilde okunabilir. Aksine, bu aktörlerin taşıdığı ikili ve çelişkili potansiyel (yani, gazetecilik alanını yeniden canlandırma ile alanın meşruiyetini riske atma kapasitesi), onları günümüz medya ekosistemini ve demokratik kamuoyunun geleceğini anlamak açısından kritik bir çalışma odağı hâline getirmektedir.

Bu heterojen aktörlerin alana dâhil olmasıyla birlikte ortaya çıkan en temel dinamik, "gazetecilik olan" ile "olmayan" arasındaki sembolik sınırların aktif biçimde müzakere edildiği ve yeniden çizildiği bir "sınır çalışması" sürecinin şekillenmesidir. Çalışmada *gazetecilikte sınır çalışmaları* (boundary work) literatürü ile Pierre Bourdieu'nün alan teorisi kuramsal temel olarak benimsenmiş ve bu iki kuramsal çerçeve, araştırmanın yöntemsel kurgusunun inşasında analitik bir mercek işlevi görmüştür. Böylece, periferi aktörlerin eylemleri yalnızca "yeni medya pratikleri" olarak tanımlanmanın ötesine geçirilmiş; bu eylemler, güç ilişkileriyle örülü bir alan içerisindeki stratejik "pozisyon alma" süreçleri olarak incelenmeye çalışılmıştır. Nitekim bu kuramsal çerçeve, aktörlerin sahip oldukları farklı sermaye türlerini (kültürel, sosyal, sembolik veya teknik) nasıl seferber ettiklerini, özgün habituslarının

[80]İlgili alan yazında, bu krizi pekiştiren periferi medya aktörlerinin bulunduğu da not edilmelidir. Bkz: Benkler, 2017; Eldridge, 2018, 2019; Roberts ve Wahl-Jorgensen, 2022; Sabancı, 2022; Ruotsalainen vd., 2024.

bu süreçteki rolünü ve alanın mevcut doxa'sına karşı geliştirdikleri heterodoks duruşların ardındaki dinamikleri analiz etme noktasında güçlü bir ilişkisel zemin sunmaktadır.

Alan teorisinin sunduğu analitik çerçeve ile dijital gazetecilik literatüründe yer alan "periferi aktörler" olgusu, özellikle Türkiye bağlamının kendine özgü koşulları dikkate alındığında daha da anlamlı bir hâl kazanmaktadır. Öyle ki bu çalışmanın önceki bölümlerinde değinildiği üzere, Türkiye'de gazetecilik alanı -tarihsel olarak her zaman kırılgan bir zemine sahip olsa da- özellikle son yirmi yılda artan politik ve ekonomik baskılar nedeniyle göreli özerkliğini büyük ölçüde yitirmiştir. Dolayısıyla 2010'lu yıllardan sonra Türkiye'de gazetecilik alanı, Bourdieu'nün bir "alan" için öngördüğü içsel mücadele mantığından saparak, siyasi iktidarın bir "aygıtı" olma eğilimi göstermektedir. Merkezin bu şekilde dışsal güçlerle eklemlenerek özerkliğini kaybetmesi, iktidar medyası-muhalif medya gibi dikotomik bir yapısal ayrışmayı daha da görünür kılarken, öte yandan, bu durum alternatif medya platformlarının ve periferi aktörlerin meşruiyet iddialarını dile getirebilmesi ve varlıklarını sürdürebilmesi için paradoksal bir "fırsat alanı" yaratmıştır.

İşte bu özgün bağlamda, çalışmanın temel meselesi olan Türkiye'de periferi aktörlerin gazetecilik alanındaki konumlanış biçimlerini ve bu alanı nasıl dönüştürdüklerini inceleme hedefi, makro, mezo ve mikro düzeyleri bir araya getiren, görüşme ve içerik analizi tekniklerinin kullanıldığı bütüncül bir analiz çerçevesiyle ele alınmıştır. Çalışmanın bütününe ilişkin yapılan bu özetin ardından, elde edilen bulgular doğrultusunda araştırma sorularına yönelik şu yanıtlar sunulmuştur.

AS 1- Türkiye'de periferi aktörlerin karakteristik özellikleri, gazetecilik alanına giriş koşulları, sahip oldukları sermaye türleri ve bu sermayeyi alan içinde kullanma stratejileri nelerdir?

Araştırma kapsamında incelenen yayıncıların en belirgin ortak ve karakteristik özelliğinin geleneksel gazetecilik kimliğinin sınırlarında veya dışında konumlanan "melez" bir mesleki kimlik inşa etmeleri olduğu görülmektedir. Bulgular, bu aktörlerin belirli bir kısmının (örneğin *Fayn*'ın kurucusu Şükrü Oktay Kılıç ve *Scrolli*'nin

kurucusu Ilgaz Yalçın Fakıoğlu gibi) kendilerini doğrudan "gazeteci" olarak tanımlayan yayıncılar olduğunu göstermekle birlikte, kendisini "teknoloji girişimcisi", "yeni medya yayıncısı", "hikâye anlatıcısı", "sosyal bilimci" veya "doğrulama uzmanı" gibi farklı etiketlerle ifade ettiklerini, gazeteciliği ise daha çok merkez medyayla özdeşleşen, haber merkezi temelli bir pratik olarak kavradıklarını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla Türkiye örneklemi içinde incelenen periferi medya aktörlerinin karakteristik özelliklerine dair en belirgin bulgu, bu faillerin gazetecilik alanına homojen bir grup olarak değil, aksine farklı habituslara, motivasyonlara ve giriş koşullarına sahip çoğul bir yapıda dâhil olduklarını göstermektedir. Sahada gözlemlenen hibrit kimlikler, geleneksel gazeteci tanımını aşan bir melezleşmeyi yansıtırken, katılımcıların çoğu, gazetecilik pratiklerini doğrudan meslek etiketiyle değil, gerçekleştirdikleri kamusal işlevler üzerinden tanımlamaktadır.

Bu bulgu, Lichtenstein vd.'nin (2021) *YouTube*'da gazetecilik üzerine yayın yapan yeni aktörlere ilişkin bulguları, Müller ve Wiik'in (2023) açık veri temelli periferi yayıncılara dair tespitleri ve Ginosar vd.'nin (2024) bilim gazeteciliği yapan periferi yayıncılara yönelik sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Araştırmacılara göre, alana yeni giren yayıncıların gazeteciliğe ve topluma katkıları -kişisel, mesleki ya da kurumsal aidiyetlerinden ziyade- kullandıkları pratikler ve ortaya koydukları ürünler üzerinden değerlendirilmelidir. Bu çalışmada da yayıncıların, normatif tanımlardan ziyade, sergiledikleri pratikler ve bu pratiklerin kamusal işlevleri çerçevesinde alanda yer aldıkları gözlemlenmektedir. Örneğin, kendisini bir "gazeteci" olarak tanımlamaktan imtina eden Bedirhan Gülhan Bulu, *Mind Vorteks*'te yaptığı işi "araştırmacı gazetecilik" olarak nitelendirmektedir. Benzer şekilde, Metin Cihan'ın kendisini "gazeteci" olarak konumlandırma süreci, yürüttüğü faaliyetleri anlamlandırma biçimi ve sosyal ilişkileri (örneğin, takipçilerinin ve çevresindekilerin onu "gazeteci" olarak tanımlaması) doğrultusunda şekillenmiştir. Bir girişimci olan Umutcan Savcı ise -normatif bir gazetecilik ethosundan ziyade- teknolojik ve demokratikleştirici bir vizyonla alana dâhil olmaktadır. Bu durum, alanın sınırlarının pratikler üzerinden yeniden tanımlandığını ve meşruiyetin yalnızca kurumsal aidiyetle değil, sembolik etkinliklerle de inşa edildiğini ortaya koymaktadır.

Araştırmada incelenen yayıncılar için, "objektiflik" gibi normatif ve çoğunlukla teorik düzeyde kalan ilkeler yerine, "istatistik (veri doğruluğu)" ve "şeffaflık" gibi pratik düzlemde gözlemlenebilen değerler benimsenmektedir. Bu doğrultuda yayıncılar, Jonathan Stray'in (2024) "yeni nesnellik, şeffaflıktır" argümanını ve Napoli ve Royal'ın (2024) "fact-based journalism (gerçeğe dayalı gazetecilik)" yaklaşımını destekleyen örnekler sunmaktadır. Dolayısıyla, bu yayıncıların alana girişleri, merkez medyanın "olay merkezli" gazetecilik yapısına karşı, çerçeveleme ve arka plan bilgilerinin daha fazla önem kazandığı "analitik" ve "bağlamsal" gazetecilik biçimleriyle örtüşen bir habitus doğrultusunda gerçekleşmektedir. Bu durum, Bourdieu'nün habitus ile alan arasındaki uyumsuzluk (*Mismatch/Décalage*) olarak kavramsallaştırdığı dinamiğe işaret etmektedir. Geleneksel gazetecilik yörüngelerinin dışında şekillenmiş bir habitusa sahip olan bu aktörler, alanın yerleşik kurallarını "doğal" kabul etmedikleri için, onu hem tanıma hem de dönüştürme kapasitesi taşımaktadırlar.

Melez kimliklerin ve alana alternatif giriş yollarının ardında yatan temel itici güç ise bu yayıncıların benimsedikleri değerler ve motivasyonlarda yatmaktadır. Öyle ki periferideki bu failler, alan içindeki konumlarını ve stratejilerini büyük ölçüde sembolik bir mücadele ve değer inşası pratiği olarak kavramaktadır. Görüşme bulguları, kişisel (gazetecilik ethosu veya aktivist duruş), toplumsal (kamu yararı veya çok seslilik) ve yenilikçi (teknolojik veya biçimsel arayışlar) motivasyonların kesişiminin, bu aktörlerin gazetecilik alanının mevcut *doxa*'sına (hakim kabullerine) karşı kendi *illusio*'larını (oyuna olan inançlarını) nasıl yeniden kurduklarını göstermektedir. "Nitelikli içerik", "güven ilişkisi" ve "kamusal fayda" gibi kavramlara yapılan güçlü vurgu -ve bu unsurların incelenen içeriklerde de gözlemlenmesi- özellikle ekonomik sermayenin kıt olduğu bu alanda, kültürel, teknik ve simgesel sermayenin temel birer hayatta kalma ve meşruiyet kazanma aracına dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, bu aktörlerin sermaye kullanma stratejileri, salt bir ekonomik kâr arayışından ziyade, merkezin terk ettiği veya yozlaştırdığı iddia edilen değerleri yeniden sahiplenerek, bu değerleri kendi simgesel sermayelerinin temeli haline getirme ve bu yolla alandaki hiyerarşilere meydan okuma biçiminde görünür olmaktadır. *Aposto* gibi girişimcilik mantığıyla kurulan yayın gruplarında dahi, sivil topluma destek vurgusunun, reklam ve sponsorluk ilişkilerinin önünde

konumlandırılması, *SLOTmedia*'nın toplumsal meselelere ilişkin konularda ekonomik çıkarları geri plana itmesi, *Vesaire* ve *Fayn*'ın reklam ve sponsorluk konusunda "her geleni buyur etmiyoruz" söylemini benimsemesi ve *Doğruluk Payı*'nın yayın çizgisini "güven kapitali" ekseninde şekillendirmesi, bu aktörlerin simgesel sermayeyi önceliklerini ortaya koymaktadır. Bu durum, yayıncıların incelenen içeriklerinde de (Bkz: Tablolar: "Haber-İçerik İşlevleri" ve "Sermaye Türlerinin Görünürlüğü") gözlemlenen karakteristik bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Benzer şekilde, Schapals'ın (2022: 27) araştırmasında da incelenen periferi aktörlerin gazeteciliğe ilişkin birçok pratiği -hatta simgesel sermayeye atıf yapan bazı idealist gazetecilik ilkelerini (gazetecilik ideolojisini)- içselleştirdikleri görülmektedir. Bu açıdan, her iki çalışmanın bulguları arasında önemli paralellikler bulunmaktadır.

İncelenen yayıncıların karakteristik özellikleri ve sermaye stratejileri, nihayetinde onların alanda benimsedikleri somut yöntemlerde ve eleştirel konumlanışlarda görünürlük kazanmaktadır. Görüşmelerde altı çizilen ve içerik analizi ile desteklenen bulgular, "şeffaflık", "hesap verebilirlik" ve "metodolojik objektiflik" gibi pratiklerin, bu aktörlerin merkez medyaya yönelik en temel eleştirileri olan "yüzeysellik" ve "güvenilirlik" sorununa karşı geliştirdikleri birincil meşruiyet stratejisi olduğunu göstermektedir. Yayıncıların konumlandığı bu çeper veya periferi alanda, Metin Cihan'ın belgelere dayalı sorgulayıcı pratiği, *Doğruluk Payı*'nın tekrarlanabilir araştırma çıktısı ilkesi, *Mind Vorteks* ve *SLOTmedia*'nın yaratıcı kurgu ve anlatı teknikleriyle izleyici etkileşimi kurması, *Scrolli*'nin haberdeki yeni hikâye anlatım teknikleri veya *Aposto*'nun bilgiyi modülerleştirme hedefi gibi stratejiler, sermaye kullanımının yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda epistemolojik bir mücadele olduğunu göstermektedir. Bu failler, sahip oldukları kültürel ve teknik sermayeyi, alanın bilgi üretme ve doğrulama standartlarını yeniden tanımlayan ve bu yolla izleyici/okur nezdinde güvene dayalı bir simgesel sermaye inşa eden pratiklere dönüştürmektedirler. Bu yönüyle, Bourdieu'nün "strateji" kavramından hareketle, alandaki ortodoksiye karşı bir "yıkım stratejisi" (Jourdain ve Naulin, 2016: 126-127; Lindell, 2025: 28) benimsedikleri görülen bu aktörler, gazetecilik alanının hem sınırlarını hem de geleceğini şekillendirme potansiyeline sahip "dönüştürücü özneler" olarak konumlanmaktadır.

AS2- Periferi aktörler, kendi deneyimleri ve ortaya koydukları pratikler (metinler) doğrultusunda, Türkiye'de gazetecilik alanında hangi eksiklikleri veya boşlukları doldurmayı amaçlamaktadırlar?

İkinci araştırma sorusu, özellikle Türkiye'deki mevcut medya alanının yapısal sorunları çerçevesinde değerlendirilmelidir. Yayıncıların deneyimleri ve içeriklerinden hareketle ifade edilebilir ki periferi aktörlerin gazetecilik alanında doldurmaya çalıştığı temel boşluk, merkez medyanın işlevsel, etik ve temsil düzeyinde yaşadığı çözülmeye karşı geliştirilen bir karşı hamle olarak şekillenmektedir. Görüşmelerde dile getirilen mesleki arka planlar, katılımcıların önemli bir kısmının "gazeteci" kimliğini doğrudan sahiplenmektense, gazeteciliğin toplumsal işlevselliği doğrultusunda kendiliğinden bu role yerleştiklerini ortaya koymaktadır (AS1'de bu tartışılmıştır). Yayıncıların gazetecilik alanına normatif tanımlamalar yerine doğrudan kamusal etkileri ekseninde dâhil olmaları, merkez medya tarafından ihmal edilen doğruluk, hesap verebilirlik ve toplumsal sorumluluk gibi temel gazetecilik değerlerinin yeniden sahiplenilmesi ile ilişkilendirilmektedir. Dolayısıyla periferi aktörlerin alandaki konumlanışları, gazetecilik tanımındaki krize verdikleri pratik bir yanıt niteliği taşımakta ve bu süreç, etik boşlukların doldurulmasına yönelik sembolik bir mücadeleye dönüşmektedir.

Bu boşluğu doldurma yönelimi, yayıncıların ifadelerinde etik bir zemine işaret etmekle birlikte, içeriklerde bu tutum biçimsel ve epistemolojik düzeylerde de kendini göstermektedir. Nitel içerik analizinde belirginleşen bu yaklaşım, analiz ve doğrulama odaklı içerik üretimiyle, merkez medyada baskın olan hız, gündem takibi ve tıklanma odaklı yüzeyselliğe karşı bilinçli bir alternatif olarak kurgulanmaktadır. Özellikle üretim süreçlerine ilişkin gözlemlenen temalarda öne çıkan "yavaş gazetecilik", "eleştirel medya okuryazarlığı ve kamusal bilinç inşası", "eleştiri ve hesap sorma", "çok seslilik ve kamusal temsiliyet" ile "şeffaflık ve hesap verebilme" gibi, doğrudan gazeteciliğin kamusal işlevine referans veren ifade ve içerikler -kendilerini doğrudan "gazeteci" olarak tanımlamayan aktörlerde dahi- bu aktörlerin toplumsal bilgi üretiminin etkin bir parçası olduklarını göstermektedir.

Ayrıca, incelenen tüm yayıncılarda gözlemlenen haber/içeriklerdeki kaynak kullanımına ve kaynak şeffaflığına verilen önem, Kovach ve Rosenstiel'in (2007: 79) "metodolojik objektiflik" ilkesiyle paralel bir biçimde, bilgi üretim sürecine ilişkin etik ve teknik standartların merkez medyaya kıyasla çok daha yerleşik ve sistematik biçimde uygulandığı izlenimini yaratmaktadır. Özellikle *Doğruluk Payı* ve doğrulama odaklı çalışan diğer aktörler, merkez medyanın gazetecilik alanında bıraktığı bilgi doğruluğu ve şeffaflık eksikliklerini gidermeye yönelik belirgin bir yönelim sergilemektedir. Bu yönelim, diğer yayıncılarda ise "derinlik ve yavaş habercilik" stratejileriyle karşılık bulmaktadır. Bu durum, periferi aktörlerin merkez medyanın bıraktığı kamusal boşluğu, gazeteciliğin epistemolojik bütünlüğünü onarmaya yönelik kurucu pratiklerle doldurmaya çalıştıkları şeklinde yorumlanabilir. Nitekim, görüşmelerde sıkça vurgulanan "kamusal ihtiyaçlara yanıt" teması ile içerik analizinde öne çıkan "toplumsal tartışma/farkındalık yaratma" potansiyeli, bu argümanın saha verileriyle örtüştüğünü ve pratikte de karşılık bulduğunu göstermektedir.

Bu noktada, söz konusu yönelimlerin ardında yatan temel motivasyonun da değerlendirilmesi yerinde olacaktır. Nitekim, görüşülen yayıncıların neredeyse tamamı, Türkiye medya sisteminde merkez medya ile klasik muhalefet medyasının, kamusal temsil krizine yanıt üretmekte yetersiz kaldığı görüşünü paylaşmaktadır. Bu iki yapının çoğulculuk, şeffaflık ve kamusal fayda gibi temel ilkeleri yeterince sahiplenemediği ifade edilmektedir. Buna karşılık, alandaki yeni aktörler hem bireysel hem de kolektif düzeyde bu ilkeleri içerik üretimi, anlatı stratejileri ve kaynak kullanımı aracılığıyla yeniden inşa etmeye çalışmakta ve böylece medya alanında ortaya çıkan temsil ve güven boşluklarını kapatmayı hedeflemektedirler. Nitekim, yayıncıların içeriklerinde sıklıkla gözlemlenen derinlikli bilgi sunumu ile eleştirel tonun bir arada kullanılması, bu güdünün somutlaştığı bir zemin olarak değerlendirilebilir.

Bu bulgulardan hareketle önemli bir ara not düşmek gerekmektedir. Türkiye'deki yeni nesil yayıncıları, klasik bir merkez-periferi dikotomisi üzerinden kavramsallaştırmak yanıltıcı olabilir. Söz konusu yayıncılar yalnızca merkezdeki boşluklardan meşruiyet devşiren yapılar değildir. Aksine, bu boşluklara yönelik işlevsel, etik ve kültürel müdahaleleriyle, alan içinde yaratıcı ve kurucu bir aktörlük

pozisyonuna evrilmektedirler. Daha açık bir ifadeyle, Türkiye'de merkez medyanın kamusal ihtiyaçlara cevap verememesi, bu aktörlerin ortaya çıkışının yegâne nedeni değildir. Bu aktörler, yalnızca merkez medyanın çöküşüne verilen tepkisel bir yanıt değil, bunun ötesinde, etik, teknik ve stratejik müdahaleleriyle alan içinde yeni ve meşru bir fail olarak konumlanmaktadırlar. Nitekim, bu yayıncıların önemli bir kısmı, siyasi alana ilişkin eleştiriler kadar, normatif gazetecilik pratiklerine ilişkin de eleştirel bir tutum sergilemektedirler. Özellikle *Aposto*, *Fayn* ve *Scrolli* gibi yayınların yöneticilerinde gözlemlenen bu belirgin eğilim, geleneksel medyaya yönelik yüzeysel eleştirilerle sınırlı kalmamakta; bunun ötesinde, "yeni bir gazetecilik anlayışı" inşa etme gayesini yansıtmaktadır. Görüşülen katılımcıların kendilerinden önceki kuşaklarla kurdukları belirgin ayrışma (örneğin Babıali kültürü eleştirisi gibi), merkeze yönelik karşıtlığın politik bir ayrımın ötesine geçerek, normatif ve kültürel düzeylerde şekillendiğini göstermektedir. Bu bağlamda, normatif olana, yani merkeze yönelik hem kuşak çatışmasından hem de temsiliyet krizinden kaynaklanan antagonist bir tutumun varlığı, söz konusu yayıncılarda yeni bir normatif sınır inşasını ve özerklik arayışını da beraberinde getirmektedir.

AS3- Türkiye'deki gazetecilik alanının periferisi ne ölçüde özerk bir alan niteliği taşımaktadır? Bu alanda gerçekleşen mücadelelerin dinamikleri hangi unsurlardan oluşmaktadır? Bu mücadeleler, gazetecilik alanında bağımsız bir alt-alan oluşmasına elverişli koşulları ne düzeyde sağlamaktadır?

AS2'ye yönelik verilen yanıtların belirli örüntüleri, bu soru bağlamında da dile getirilebilir. Yayıncıların merkez medya alanından etik, teknik ve normatif/kültürel açılardan ayrışmaları ve kendi normatif sınırlarını (doxa inşasını) oluşturma yönündeki çabaları, bu çalışmada gözlemlenen temel bulgulardan biridir. Ancak, bunlardan daha kritik olan husus, bu yayıncıların sahiplik yapısı açısından bağımsız bir işleyişe sahip olmaları, çalışanların ise "kendi işlerinin sahibi" olarak konumlanmalarıdır. Ayrıca, bu yayıncıların büyük çoğunluğunun izleyici desteğini bir gelir modeline dönüştürebilmesi ve bazılarının reklam/sponsorluk alımı konusunda seçici davranabilmeleri, ekonomi politik bağlamda onlara belirli bir otonomi sağlamaktadır. Ancak, bu unsurların -Bourdieucü bağlamda- söz konusu yapının "otonom bir alan" olarak nitelendirilebilmesi için yeterli ampirik dayanak sunduğunu ileri sürmek güçtür.

Nitekim, incelenen yayıncıların bazılarında, merkez medya alanına benzer biçimde ekonomik sürdürülebilirlik sorunları, prekaryalaşma ve serbest çalışma problemleri dikkat çekmektedir. Örneğin, Murat Sercan Subaşı'nın *SLOTmedia*'da in-house (şirket bünyesinde) çalışan istihdam edemediklerine ilişkin ifadesi, *Fayn*'ın kuruluş sürecinde karşılaştığı maddi sıkıntılar, *Meta*'nın doğrulama platformlarına yönelik maddi desteğini çekmesi sonucu *Doğruluk Payı*'nda oluşan belirsizlikler ve Ezgi Toprak'ın bağımsız/serbest bir gazeteci olarak yaşadığı güvencesiz çalışma koşulları gibi örnekler, bu sürdürülebilirlik krizinin -merkez medya kadar yoğun olmasa da- yeni nesil yayıncılarda da yapısal bir sorun olarak varlığını sürdürdüğünü göstermektedir. Diğer yandan, bu alanda politik baskıların ve düzenleyici kurumların etkisiz olduğu yönünde bir değerlendirme yapmak da yanıltıcı olacaktır. Metin Cihan'ın *X* hesabına, *Vesaire*'nin web sitesine ve *Mind Vorteks*'in *YouTube* kanalına "somut gerekçeler olmaksızın" Türkiye'den erişimin engellenmesi, bu alanın da merkez medya ile benzer kırılganlıklar taşıdığını ve siyasal iktidarın güdümünde işleyen düzenleyici kurumların alan üzerindeki müdahale kapasitesini göstermektedir.

Bu kapsamda, incelenen yayıncı örneklerinden hareketle, medya alanının periferisinin tam anlamıyla otonom bir yapı olmaktan ziyade hem içsel hem de dışsal dinamiklerin şekillendirdiği, sürekli mücadele ve müzakereye açık bir "alt-alan" olarak varlık gösterdiği söylenebilir. Alt-alanlar, bir bütün olarak değerlendirilen alanın içerisinden, özgül kuralları, sermaye türleri ve mücadele biçimleriyle ayrışan, kendi mantığına ve kurallarına sahip sahalara işaret eder (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 89; Kaya, 2014: 408). Dolayısıyla, Türkiye'deki yeni nesil yayıncılar bağlamında, burada tam anlamıyla bir özerklikten ziyade, "göreli bir özerklik" durumundan söz etmek daha yerinde olacaktır. Periferi aktörlerin bu göreli özerkliği, öncelikle alanın genelinde yaşanan yapısal krizle ve merkez medyanın iktidar aygıtı hâline gelmesiyle oluşan boşlukta kendilerine hareket alanı yaratmaları sayesinde mümkün olmuştur. Bu aktörler, merkezin terk ettiği "kamusal fayda", "şeffaflık" ve "hesap verebilirlik" gibi değerlere stratejik olarak sahip çıkarak, kendilerine özgü bir meşruiyet zemini ve simgesel sermaye inşa etmektedirler. Ne var ki, bu özerklik oldukça kırılgan bir yapı arz etmektedir. Bir yandan siyasi iktidarın oluşturduğu baskı ortamı, diğer yandan ekonomik sermayeye erişimde yaşanan güçlükler ve

sürdürülebilirlik sorunları, bu aktörlerin hareket alanını ciddi şekilde sınırlandırmaktadır. *Aposto, Fayn* ve *Scrolli* gibi bazı örnekler, farklı yatırım modelleri ve çoklu gelir kaynakları sayesinde bu kırılganlığın belli ölçüde üstesinden gelmeyi başarmış olsalar da Türkiye bağlamında hâlâ yerleşik bir "yeni medya alanı"ndan söz etmek oldukça güçtür. Dolayısıyla, periferinin sahip olduğu özerklik, mutlak bir bağımsızlıktan ziyade, yapısal kısıtlar çerçevesinde kültürel, teknik ve simgesel sermayenin, ekonomik ve politik baskılara karşı bir direnç aracı olarak kullanılması ve bu sayede "nefes alabilecek" alanların yaratılması kapasitesiyle anlam kazanmaktadır.

Bu göreli özerklik alt-alanı içinde yürütülen mücadeleler, temel olarak iki eksende şekillenmektedir: Birincisi, periferi aktörlerin kendi aralarındaki ve merkezle olan sembolik sermaye mücadelesi, ikincisi ise yerleşik gazetecilik normlarına (doxa'ya) yönelik yürütülen tanım ve meşruiyet savaşıdır. Bulgular, bu mücadelelerin "nitelikli içerik", "derinlikli habercilik" ve "güvenilir bilgi" üretimi gibi pratikler aracılığıyla yürütüldüğünü ortaya koymaktadır. Örneğin Metin Cihan'ın, kulis haberciliğine mesafeli, araştırma odaklı haber üretim pratiği bu bağlamda bir karşı-strateji olarak işlev görmektedir. Bu pratikler, yalnızca alternatif bir habercilik yöntemi sunmanın ötesine geçerek, yayıncıların benimsedikleri değerleri yeniden tanımlayan, alanın normlarını, "meşru aktörlük" kriterlerini ve "gerçek gazetecilik" tanımlarını şekillendiren eylemlere dönüşmektedir. Bu mücadele, görüşülen çoğu yayıncının özellikle altını çizdiği gibi, "eski kuşak" ile "yeni kuşak" medya aktörleri arasındaki yaklaşım ve vizyon ayrışması bağlamında somutlaşmaktadır.

Elde edilen bulgular, bu sürecin "umut vadeden ancak henüz tamamlanmamış bir dönüşüm" niteliği taşıdığı biçiminde de yorumlanabilir. Nitekim Umutcan Savcı'nın kavramsallaştırdığı "üçüncü alan", ortak bir eleştirel duruş ve yenilikçi vizyon etrafında birleşen aktörlerin, ileride bir "alan" formasyonu oluşturabilme potansiyeline işaret etmektedir. Ancak, bu saha araştırmasından elde edilen ampirik bulgular doğrultusunda, söz konusu aktörlerin merkezden farklılaşan değerler, sermaye türleri ve üretim stratejileri çerçevesinde kümelenmeleri ve kendi aralarında bir tanınırlık ağı oluşturmaları (örneğin *Alt Medya*[81] oluşumu), bir alt-alanın kurucu

[81] *Alt Medya*, iletişim alanında çalışan çeşitli akademisyenlerin öncülüğünde kurulmuş, alternatif/bağımsız medya platformlarının sesini duyurabilmesi ve karşılıklı iş birliği geliştirebilmesi amacıyla oluşturulmuş bir oluşumdur. Bu oluşumun desteklediği yayıncılar arasında, bu çalışma

unsurlarından biri olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan, Ece Balekoğlu'nun da belirttiği üzere, bu aktörler arasındaki "dayanışma kültürünün" henüz kurumsallaşmamış olması, politik alanın yüksek müdahale kapasitesi, bazı yayıncılarda görülen sürdürülebilir iş modellerinin eksikliği ve her bir yayıncının meşruiyet mücadelesini büyük ölçüde tekil olarak yürütmesi, söz konusu alt-alanın özerkleşerek kendi içinde otonom bir "alan" oluşturma potansiyelinin önündeki başlıca engeller arasında yer almaktadır. Dolayısıyla, Türkiye'deki gazetecilik periferisi, mevcut haliyle kendi normatif yapısını dayatma gücüne sahip tam anlamıyla özerk bir alandan ziyade, alanın yapısal krizlerine yanıt olarak ortaya çıkmış, gelecekte "alanlaşma" potansiyeli taşıyan, dinamik ve "oluşum sürecindeki" bir alt-alan olarak değerlendirilebilir.

AS4- Medya-demokrasi ilişkisi çerçevesinde değerlendirildiğinde, periferi aktörlerin Türkiye'deki medya ekosistemine olası katkıları ve/veya potansiyel zararları nelerdir?

Araştırmanın hem tematik hem de içerik analizi bulguları, bu aktörlerin "kamusal fayda", "çok seslilik", "hesap verebilirlik" ve "şeffaflık" gibi, demokratik bir medya düzeninin temelini oluşturan ancak, Türkiye'nin tarihsel ve güncel konjonktüründe aşınmış olan değerleri stratejik bir biçimde yeniden sahiplendiklerini göstermektedir. Metin Cihan'ın iktidar ve muhalefet ayırt etmeksizin yürüttüğü belgeye dayalı sorgulayıcı gazeteciliği, *Doğruluk Payı* gibi platformların metodolojik titizlikle kamusal bilgiyi denetlemesi ya da *Aposto* ve *Vesaire* gibi girişimlerin marjinalleştirilmiş seslere ve derinlikli analizlere yer açması, bu katkının sahada görülen somut izleridir. Özellikle doğruluma üzerine çalışan kurumların ve yayıncıların, bilgi sunmanın ötesine geçerek okuyucuya eleştirel bir medya okuryazarlığı kazandırma yönündeki hedefi, medya alanının epistemik sınırlarını genişleterek siyasal katılım sürecine de belirli oranda etki etme potansiyeli taşımaktadır. Böylece bu faillerin, Türkiye'nin "rekabetçi otoriter" rejiminde daralan kamusal müzakere alanını, kendi yarattıkları niş ve melez mecralar üzerinden yeniden

kapsamında da analiz edilen *Aposto*, *Fayn*, *Scrolli* ve *Vesaire*'nin yanı sıra, *Apaçık Radyo*, *Diken*, *dokuz8HABER*, *Evrensel*, *Kapsül*, *Kısa Dalga*, *Medyascope* ve *T24* gibi mecralar yer almaktadır. Detaylı bilgi için bkz: www.altmedya.com

canlandırma ve demokratik denetim mekanizmalarını tabandan destekleme potansiyeli taşıdıkları söylenebilir.

Diğer taraftan, periferi aktörlerin sunduğu potansiyel katkıların yanı sıra, Türkiye'nin kırılgan medya ekosistemine yönelik taşıdıkları bazı risklerin de altını çizmek gerekmektedir. Bu risklerin başında, "kurumsallaşmadan meslekleşme" tehlikesi yer almaktadır. Daha açık bir ifadeyle, bu yayın girişimlerinin çoğunun küçük ekiplerle çalışması ve butik şirket yapılarıyla faaliyet göstermesi, belirli mesleki standartların kurumsal bir çerçeveye oturtulmadan yaygınlaşması riskini doğurmaktadır. Örneğin, *SLOTmedia*'nın küçük bir ekiple üretim yapıyor olması, bu ekibin sahip olduğu teknik ve kültürel sermaye göz ardı edildiğinde, her bireyin benzer bir yapılanmayla *YouTube* ekosisteminde içerik üretimine kolaylıkla dâhil olabileceği gibi yanıltıcı bir algıya neden olabilir. Bu durum, içerik üretiminin niteliği ve sorumluluğu konusunda yanlış bir kamusal kanaatin oluşmasına zemin hazırlayabilir. Metin Cihan'ın -her ne kadar şeffaf kaynak kullanımı ve doğrulama temelli bir yayıncılık pratiği benimsemiş olsa da- içeriklerinin editoryal denetim sürecine tabi olmaması, benzer yolda ilerlemek isteyen yeni aktörler için yanlış anlaşılma ve örnek alınma riski doğurabilir. Bu tür örnekler, herhangi bir gazetecilik/yayıncılık tecrübesi ya da bilgi birikimi olmaksızın, sadece bir kamera ve sosyal medya erişimiyle manipülatif ya da doğruluğu şüpheli içeriklerin üretilebileceği bir zemini meşrulaştırma tehlikesi taşımaktadır. Özellikle politik kutuplaşmanın derin olduğu bir toplumda, bu tür yaklaşımlar hem mevcut kamplaşmaları pekiştirme hem de bilginin belirli ideolojik pozisyonlara angaje edilerek araçsallaştırılması riskini barındırmaktadır.

Nitekim son yıllarda, kaynağı ve sahibi belirsiz, kendisini salt bir "haber hesabı" olarak sunan, ancak, başkalarının ürettiği içerikleri asgari bir emekle yeniden paketleyerek algoritma avantajı ve yüksek takipçi sayıları elde eden oluşumların yaygınlaştığı gözlemlenmektedir (Sabancı, 2024). Bu durum, gazeteciliğin tanımına ve kamusal işlevine dair daha temel bir sorunu da gündeme getirmektedir: Eğer gazetecilik yalnızca güncel olaylar hakkında bilgi aktarma eylemi olarak dar bir çerçevede tanımlanırsa, düşük emekle üretilen ve çoğu zaman manipülatif olan bu tür içeriklerin de meşru haber kaynakları olarak algılanması kaçınılmaz hâle gelir.

Dolayısıyla, yeni nesil yayıncıların hem kendilerini hem de yaptıkları işin niteliğini kamusal düzeyde daha açık, şeffaf ve "haberimsi" oluşumlardan daha ayırt edici biçimde tanımlamaları büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmanın bulguları, söz konusu ayrımı net biçimde ortaya koysa da ilgili yayıncıların kendi pratikleri ve anlayışları doğrultusunda daha fazla kamusal tanınırlığa ihtiyaç duydukları da göz ardı edilemez bir durumdur. Nitekim Edson Tandoc Jr.'ın (2018: 212) araştırması, -BuzzFeed News örneğinde olduğu gibi- yeni bir katılımcının alanda yer edinebilmesinin ancak mevcut aktörler tarafından tanınma yoluyla gerçekleşen bir meşrulaştırma sürecinden sonra mümkün olabileceğini ortaya koymaktadır. Tandoc Jr.'ın çalışmasıyla karşılaştırıldığında, Türkiye'deki periferi yayıncıların -BuzzFeed, Vice News, Bellingcat ve Correctiv gibi uluslararası örneklerle kıyaslandığında- özellikle tanınırlık bağlamında daha fazla meşruiyete ihtiyaç duyduğu söylenebilir.[82]

Bir diğer önemli potansiyel risk ise, Metin Cihan ya da Bedirhan Gülhan Bulu gibi yayıncıların zaman zaman takipçi etkileşimini ve anonim kaynakları birincil haber kaynağı olarak kullanma pratiğinde gözlemlenmektedir. Her ne kadar bu yöntemler, merkez medyanın erişemediği bilgilere ulaşma açısından işlevsel bir avantaj sunsa da bilgiye erişimin etik sınırları ve gazetecilik etiği açısından "gri bir alanda" konumlanmakta ve dezenformasyon ile manipülasyon riskine açık kapılar bırakabilmektedir. Bu çalışma kapsamında görüşme yapılan Metin Cihan'ın ve Bedirhan Gülhan Bulu'nun yayınlarında, söz konusu olumsuz niteliklere rastlanmamış ve sürecin daha profesyonel bir biçimde yürütüldüğü gözlemlenmiştir. Ancak, benzer yöntemlerin, özellikle doğrulama süreçlerinin yeterince kurumsallaşmadığı medya ortamlarında, kamusal bilgi üretiminin güvenilirliği açısından potansiyel bir risk barındırdığı söylenebilir.

Diğer yandan, Şükrü Oktay Kılıç'ın da işaret ettiği üzere, periferide gözlemlenen "sektörleşememe" durumu ile bazı yayıncılar için sürdürülebilir ekonomik modellerin henüz tam anlamıyla hayata geçirilememesi, bu aktörleri dış fonlara ya da denetimi zor kitle fonlaması mekanizmalarına bağımlı hâle getirebilme riski taşımaktadır. Bu durum ise uzun vadede editoryal bağımsızlıklarını tehdit eden yeni bağımlılık

[82]Bu noktada, -özellikle çalışmanın Türkiye medya alanına ilişkin bölümünde de vurgulandığı üzere- her ülkenin kendine özgü medya ekosistemine ilişkin yapısal koşullarının dikkate alınması gerektiği unutulmamalıdır.

ilişkilerinin oluşma riskini beraberinde getirmektedir. Bu kırılgan yapı, incelenen ve gelecekte ortaya çıkacak yeni nesil yayıncıların ömürlerinin kısa süreli olmasıyla sonuçlanabilir. Her ne kadar bu çalışma kapsamında görüşülen yayıncılar arasında ciddi bir sürdürülebilirlik krizi yaşayan kurum bulunmasa da medya alanındaki yapısal sorunlara "kalıcı bir çözüm" üretebilmiş bir platformun da henüz ortaya çıkmadığı görülmektedir. Dolayısıyla bu durum, yalnızca mevcut örneklerle sınırlı kalmayan, önümüzdeki dönemde yeni nesil yayıncıların da dikkate alması gereken öncelikli potansiyel risklerden biri olarak görülmektedir.

Son olarak şu noktaların altını çizmek yerinde olacaktır. Bu çalışma, medya ve gazetecilik alanına ilişkin uluslararası literatürde kapsamlı biçimde tartışılan "periferi aktörlerin merkezle ve alanla kurduğu ilişkiler" konusunu, Türkçe literatürde ele almayı, Türkiye'deki örneklerin gazetecilik alanındaki işlevi ve önemi üzerinden değerlendirmeyi amaçlamıştır. Araştırmanın belirli sınırlılıkları bulunsa da çalışmanın ana hedeflerini büyük ölçüde gerçekleştirdiği söylenebilir. Diğer yandan, araştırmanın temel sınırlılığı, benimsediği kuramsal ve epistemolojik çerçevenin doğasından kaynaklanmaktadır. Bilimsel nesnelerin verili değil, araştırmacının sorduğu sorular ve kullandığı kavramlar aracılığıyla inşa edildiği kabulünden hareketle, bu çalışma da "gazetecilik" olgusunu Pierre Bourdieu'nün alan teorisinin sunduğu kavramsal araçlarla bir nesne olarak kurmuştur. Bu teorik perspektif, Türkiye'deki periferi aktörleri çözümlemek için güçlü bir analitik zemin sunmuştur. Ancak, her nesne inşası gibi, bu yaklaşım da gazetecilik olgusunun yalnızca belirli bir boyutunu aydınlatabilmektedir. Başka bir ifadeyle, bu çalışma gazetecilik alanını bir mücadele ve konumlanma sahası olarak analiz ederken, farklı teorik perspektiflerin görünür kılabileceği boyutları kaçınılmaz olarak arka planda bırakmaktadır. Dolayısıyla, bu tezin bulguları, gazetecilik üzerine her şeyi söyleme iddiası taşımamakta; aksine, seçilen teorik merceğin sunduğu imkânlar çerçevesinde tutarlı ve derinlikli bir yorum sunmanın gerektirdiği epistemolojik sınırlılığı açık biçimde kabul etmektedir. Bununla birlikte, bu çalışma kapsamı dışında kalan ve alanda gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalara rehberlik etmesi açısından bazı önerilerin sunulması anlamlı olacaktır.

Bu araştırma, büyük ölçüde periferi aktörlerin üretim pratikleri, motivasyonları ve alan içerisindeki konumlanış stratejilerine odaklanan bir çerçeveye sahiptir. Ancak,

medya araştırmalarının diğer önemli bir boyutu olan "tüketim" ve "alımlama" süreçleri, gelecekteki çalışmalar için kritik bir araştırma sahası olarak öne çıkmaktadır. Merkez medyanın yaşadığı güven krizine karşılık olarak bu aktörlerin inşa etmeye çalıştıkları -güvenilirlik, şeffaflık ve etik duruş gibi- simgesel sermayenin farklı toplumsal kesimler ve habituslara sahip izleyici/okur grupları tarafından nasıl karşılandığı, nasıl müzakere edildiği ve nasıl anlamlandırıldığı sorusu, bu çalışma kapsamında yanıtsız bırakılmaktadır. Çalışmada yer verilen içerik analizinde, kamusal etki odaklı kategorilerde "potansiyel" etkiler üzerine değerlendirmeler yapılmış olsa da söz konusu yeni nesil yayıncıların hem kendilerinin hem de içeriklerinin hedef kitle tarafından nasıl alımlandığına dair doğrudan ampirik bulgular üretilememiş, bu etki "tahmin" düzeyinde kalmıştır. Bu eksiklik, çalışmanın sunduğu bulguların kapsamını sınırlamakta ve daha bütüncül çıkarımlar yapılabilmesi açısından önemli bir boşluğa işaret etmektedir. Bu nedenle, gelecekte gerçekleştirilecek araştırmaların, yeni nesil yayıncıların toplumsal algılanış biçimlerine ve içeriklerinin farklı izleyici grupları tarafından nasıl anlamlandırıldığına odaklanması, mevcut bulguların derinleştirilmesi ve tamamlanması açısından büyük önem taşımaktadır.

Gelecekte bu konu özelinde gerçekleştirilecek araştırmalarda etnografik yöntemler, odak grup çalışmaları ve alımlama analizleri gibi yaklaşımlar kullanılarak, bu yeni medya içeriklerinin izleyicilerin gündelik yaşam pratiklerine, politik tutumlarına ve dünyaya bakış açılarına nasıl nüfuz ettiği incelenmelidir. Bu tür çalışmalar, örneğin Metin Cihan'ın 2024 yerel seçim sürecine etkide bulunduğu düşünülen haberlerinin kamuoyunda nasıl yankı bulduğunu, *Doğruluk Payı*'nın takipçileri arasında medya okuryazarlığı seviyesini ne ölçüde yükseltebildiğini, *Scrolli*'nin kullanıcı alışkanlıklarını dönüştürme iddiasının izlerkitlede ne ölçüde karşılık bulduğunu ya da *Aposto*'nun "yeni bir medya topluluğu" yaratma vizyonunun okuyucu nezdinde ne ölçüde somutlaştığını değerlendirme imkânı sunacaktır. Böylece, periferi aktörler ile izleyiciler arasında kurulan bu yeni ve kırılgan "güven sözleşmesi"nin doğası, kapsamı ve sınırları ampirik duyarlılığı yüksek biçimde analiz edilebilecektir.

Diğer önemli bir husus da periferi alanın sürekliliğinin izlenmesidir. Bu çalışma, Türkiye'de gazetecilik periferisinin belirli bir andaki dinamik yapısını kesitsel olarak

ortaya koymaktadır. Ancak bu "oluşum halindeki" alt-alanın gelecekteki yörüngesi belirsizliğini korumaktadır. Bu bağlamda, bu aktörlerin ve platformların zaman içindeki evrimini takip edecek diyakronik (artzamanlı, uzunlamasına) bir alan analizi, son derece değerli bulgular sunacaktır. Örneğin, bugün radikal bir "antagonist" duruş sergileyen bir aktör, zamanla kurumsallaşarak ve tanınırlık kazanarak alanın merkezine doğru mu kayacaktır, yoksa özerkliğini korumak adına marjinalleşecek midir? İktidar medyası ve muhalefet medyası dışında kalan bu "üçüncü alan", kendi içsel normlarını, etik kodlarını ve profesyonel standartlarını oluşturarak özerk bir alana dönüşebilecek midir, yoksa ekonomik ve politik baskılar altında parçalanarak dağılacak mıdır? Ayrıca, Türkiye'deki bu "periferiden meydan okuma" modelini, Macaristan, Polonya veya Brezilya gibi diğer "rekabetçi otoriter" rejimlerdeki benzer medya dinamikleriyle karşılaştıran uluslararası bir araştırma, bu olgunun yerel koşullara mı özgü olduğunu, yoksa küresel bir eğilimin parçası mı olduğunu anlamamızı sağlayarak, bu tezin bulgularının genellenebilirliğini ve kuramsal katkısını daha üst bir seviyeye taşıyabilir.

Bu araştırmanın, büyük ölçüde alan teorisi ve medya sosyolojisi perspektifinden yürüttüğü analiz, Türkiye'deki periferi aktörlerin ortaya çıkışını ve stratejilerini anlamak için güçlü bir zemin sunarken, aynı zamanda bu yeni medya ekosisteminin "materyalist" temellerini ve sahiplik yapısı dinamiklerini daha derinlemesine sorgulayacak eleştirel ekonomi politik çalışmalar için de verimli bir başlangıç noktası oluşturmaktadır. Özellikle, bu çalışmada "güvencesizlik" ve "sürdürülebilirlik" sorunları olarak tartışılan olgular, küresel platform kapitalizmi ve prekaryalaşma (güvencesizleşme) bağlamında ele alabilir. Örneğin, Metin Cihan, Ezgi Toprak veya Ece Balekoğlu gibi serbest yayıncıların "ek işlerde" çalışmak zorunda kalması veya *SLOTmedia*'nın proje bazlı ekiplerle üretim yapması, yeni medya alanındaki emek süreçlerinin nasıl dönüştüğünü analiz etmek için zengin veriler sunmaktadır. Benzer şekilde, *Meta* gibi küresel bir teknoloji devinin doğrulama platformlarını desteklemesi, bu alanın STK kökenli yapılarının -Koray Kaplıca'nın da belirttiği gibi- bir ölçüde "sektörleşme" eğilimine girmesine neden olmuştur. Ancak, *Meta*'nın desteğini çekme kararı, bu platformların kırılganlığını artırarak doğrulama alanının içsel ekonomi politiğini daha görünür ve araştırmaya değer kılmaktadır.

Buna paralel olarak, *Fayn* ve *Scrolli*'nin reklam ile abonelik arasında kurmaya çalıştığı hibrit gelir modelleri ile *Aposto*'nun dış yatırım almasının platformların üretim süreçlerine etkisi, "medya ekonomi politiği" bağlamında daha kapsamlı bir şekilde incelenebilir. Öte yandan, BTK'nın *Vesaire*'nin web sitesine, *X*'in Metin Cihan'ın sayfasına ve *YouTube*'un ise *Mind Vorteks* kanalına erişim engeli getirmesi gibi örnekler, bu "alternatif" alanın üzerindeki dışsal baskıların yanı sıra, küresel dijital platformların ekonomi politiğinin yayıncılar üzerindeki etkisini sorgulamayı da gerekli kılmaktadır. Bu yönde kurgulanacak çalışmalar, bu yeni aktörlerin, Türkiye'nin "rekabetçi otoriter" rejiminin ve onunla bütünleşmiş merkez medyanın yarattığı krizden kaçarken, aslında küresel platformların daha dolaylı ve daha az görünür tahakküm biçimlerine yakalanıp yakalanmadığı sorusunu gündeme getirerek, periferideki bu özerklik mücadelesinin sınırlarını ve maddi koşullarını ortaya koyabilir. Dolayısıyla, gelecekte bu alanda yapılacak ekonomi politik temelli araştırmalar, periferi aktörlerin "özerklik mücadelesi"nin maddi sınırlarını, bu mücadelenin ne ölçüde sürdürülebilir olduğunu ve bağımsız medya söyleminin küresel kapitalist medya düzeni içinde ne tür engellerle karşılaştığını anlamak açısından kritik katkılar sunacaktır.

Son olarak, bu araştırmada elde edilen tüm bulgular ve sunulan öneriler, konuyla ilgili çalışan araştırmacıların (Maares ve Hanusch, 2018; Deuze ve Witschge, 2020; Schapals, 2022) şu çağrısını yeniden hatırlatmayı gerekli kılmaktadır: Gazeteciliğin, indirgemeci olmayan ve çağdaş gazetecilik biçimlerinin tüm çeşitliliğini ve derinliğini kapsayan bir tanıma ihtiyaç duyduğu gerçeği. Nitekim, gazeteciliğin sınırlarını belirlemeye yönelik çabalar, her yeni gelir modeli ya da üretim pratiğini "gazetecilik dışı" ilan eden ve idealize edilmiş, normatif bir gazetecilik miti sunan yaklaşımların ötesine geçmelidir. Bu noktada, mesleği değişmez geleneklere ya da ideolojik kabullere değil; pratik temelli işlevlere ve kamusal faydaya dayalı olarak tanımlayan daha kapsayıcı ve dinamik bir anlayış benimsenmelidir. Özellikle medya-demokrasi ilişkilerinin tam anlamıyla kurumsallaşmadığı Türkiye gibi bağlamlarda, gazeteciliğin tanımı, "olması istenen bir kanaat"ten ziyade, "toplumun gerçekten neye ihtiyaç duyduğu" sorusunu merkeze alan bir çerçeveyle yeniden düşünülmelidir. Her ne kadar bu çalışmanın kapsamı ve sınırlılıkları doğrultusunda "gazeteciliği yeniden

tanımlamak" gibi bir amacı bulunmasa da söz konusu ihtiyacı vurgulayan anlamlı bir çıkış noktası sunduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'deki mevcut medya ekosisteminde periferi aktörlerin hem medya-demokrasi ilişkisi bağlamında hem de merkez medyanın bıraktığı kamusal boşluğu doldurma adına kayda değer bir potansiyel taşıdığı görülmektedir. Bu yayıncılar, demokratik kamusal alanı canlandıran ve merkez medyanın partizanlaşmasına karşı bir denge unsuru oluşturan "yeniden kurucu" bir güç olarak öne çıkmaktadır. Ancak, kendilerine ait özerk bir alan inşa edebildiklerini söylemek için -en azından bu tezin yazıldığı dönemsel koşullar göz önünde bulundurulduğunda- henüz erkendir. Türkiye'de basın, tarihsel olarak devlet merkezli bir "aygıt" olarak yapılandırılmış, günümüzde ise "rekabetçi otoriterlik" olarak tanımlanabilecek bir siyasal rejim altında şekillenmeye devam etmektedir. Bu bağlamda, periferi aktörlerin potansiyel katkıları kadar eksiklikleri de -niyetlerinden bağımsız olarak- alanın yapısal koşullarından kuşkusuz etkilenmektedir. Bu nedenle, periferi aktörlerin Türkiye'nin demokratik geleceğine yapacakları katkının sürdürülebilirliği hem medya alanında hem de akademide meşru medya aktörleri olarak tanınmalarına, kendi etik denetim mekanizmalarını geliştirmelerine, kurumsal özerkliklerini güçlendirmelerine ve en önemlisi, Türkiye'nin politik atmosferinin sağlıklı bir zemine kavuşmasına bağlıdır. Nitekim, bu çalışmanın yazarı da merkez medyanın kamusal temsiliyetten bu denli uzaklaştığı bir dönemde, alternatif aktörlerin akademik alanda meşru tanınırlığını sağlamaya yönelik bir katkı sunmayı amaçlamıştır. Unutulmamalıdır ki, medya, demokrasinin vazgeçilmez bir unsuru ise, demokrasinin sürdürülebilirliği de bağımsız ve güçlü kurumların varlığına bağlıdır. Dolayısıyla, Türkiye'de daha sağlıklı bir kamusal alanın ve daha makul bir politik zeminin inşa edilmesi, medya alanıyla ilgili tüm kurum ve aktörlerin toplumla kuracakları ilişkilerin niteliğini ve dönüştürücü etkilerini belirlemede kritik bir rol oynayacaktır.

KAYNAKÇA

1. Kitaplar

Ahva, Laura (2020). "How is participation practiced by 'in-betweeners' of journalism?" Şu kitapta: Ed. Melissa Wall. Mapping Citizen and Participatory Journalism in Newsrooms, Classrooms and Beyond. London: Routledge, 9-26.

Akdeniz, Yaman ve Ozan Güven (2022). EngelliWeb 2021: Üst Düzey Kamu Şahsiyetlerinin İncinen İtibar, Onur ve Haysiyet Yılı. İstanbul: İfade Özgürlüğü Derneği.

Akram, Sadiya (2023). Bourdieu, Habitus And Field: A Critical Realist Approach. Londra: Palgrave Macmillan.

Alan, Ümit (2015). Saray'dan Saray'a Türkiye'de Gazetecilik Masalı. İstanbul: Can Yayınları.

Althusser, Louis (2013). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları. (Çev. A. Tümertekin). İstanbul: İthaki Yayınları.

Anderson, Christopher William, Emily Bell ve Clay Shirky (2012). Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present. New York: Tow Center for Digital Journalism.

Arlı, Alim (2014). "Klasik Sosyolojide Derin Revizyon: Pierre Bourdieu Sosyolojisi." Şu kitapta: Ed: Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan. Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi. İstanbul: İletişim Yayınları, 131-160.

Atton, Chris (2002). Alternative Media. London: SAGE.

Ayan, Vahdet Mesut (2019). AKP Devrinde Medya Âlemi. İstanbul: Yordam Kitap.

Baack, Stefan, David Cheruiyot ve Raul Ferrer-Conill (2022). "Journalism Is Not a One-Way Street: Recognizing Multi-Directional Dynamics." Şu kitapta: Ed. Patrick Ferrucci ve Scott A. Eldridge II. The Institutions Changing Journalism. London: Routledge, 103-117.

Baldwin, Barry (1985). Studies on Greek and Roman History and Literature. Leiden: Brill.

Barnhurst Kevin G. ve John Nerone (2009). "Journalism History." Şu kitapta: Ed. Karin Wahl-Jorgensen ve Thomas Hanitzsch. The Handbook of Journalism Studies. New York: Routledge.

Başaran İnce, Gökçen (2020). "An Ever-Lasting Status Quo: Journalistic Field in Turkey." Şu kitapta: Ed: Devrim İnce ve Yurdagül Bezirgan Arar. Journalism in Turkey: Practices, Challenges, Opportunities. Berlin: Peter Lang, 11-41.

Bauman, Zygmunt (2019). Akışkan Modernite (Çev. S. Okan Çavuş). İstanbul: Can Yayınları.

Belair-Gagnon, Valerie ve Avery E. Holton (2020). "Boundary Work, Interloper Media, and Analytics in Newsrooms: An Analysis of the Roles of Web Analytics Companies in News Production." Şu kitapta: Ed. M. Carlson. Measurable Journalism: Digital Platforms, News Metrics and the Quantified Audience. London: Routledge, 87-103.

Benson, Rodney ve Erik Neveu (2005). "Introduction: Field Theory as a Work in Progress" Şu kitapta: Ed: Rodney Benson ve Erik Neveu. Bourdieu and the Journalistic Field. Polity. Cambridge: Polity Press, 1-28.

Berger, Peter L. ve Thomas Luckmann (1991). The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge. Londra: Penguin Books.

Blondheim, Menahem (1994). News Over the Wires: The Telegraph and the Flow of Public Information in the US, 1844–1897. Cambridge, MA: Harvard University Press.
Bourdieu, Pierre (1987) "What Makes A Social Class? On The Theoretical And Practical Existence of Groups." Berkeley Journal of Sociology, 32, 1-17.
Bourdieu, Pierre (1995). Pratik Nedenler (Çev. H. Tufan). İstanbul: Kesit Yayıncılık.
Bourdieu, Pierre (2005). "The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field." Şu kitapta: Ed: Rodney Benson ve Erik Neveu. Bourdieu and the Journalistic Field. Polity. Cambridge: Polity Press, 29-47.
Bourdieu, Pierre (2012). Bir Otoanaliz İçin Taslak. (Çev. M. Erşen). İstanbul: Bağlam Yayınları.
Bourdieu, Pierre (2013a). Seçilmiş Metinler. (Çev. L. Ünsaldı). Ankara: Heretik Yayıncılık.
Bourdieu, Pierre (2013b). Bilimin Toplumsal Kullanımları. (Çev. L. Ünsaldı). Ankara: Heretik Yayıncılık.
Bourdieu, Pierre (2015a). Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi. (Çev. D. F. Şannan ve A. G. Berkkurt). Ankara: Heretik Yayıncılık.
Bourdieu, Pierre (2015b). Devlet Üzerine: College de France Dersleri (1989-1992). (Çev. A. Sümer). İstanbul: İletişim Yayınları.
Bourdieu, Pierre (2015c). Dünyanın Sefaleti. (Çev. L. Ünsaldı, A. Sümer, H. E. Mescioğlu, Ö. İlyas, L. Tutalar, B. Öztürk, Z. Baykal, Ö. Akkaya). Ankara: Heretik Yayıncılık.
Bourdieu, Pierre (2016a). Sosyoloji Meseleleri. (Çev. F. Öztürk, B. Uçar, M. Gültekin ve A. Sümer). Ankara: Heretik Yayınları.
Bourdieu, Pierre (2016b). Akademik Aklın Eleştirisi: Pascalca Düşünme Çabalan. (Çev. P. B. Yalım). İstanbul: Metis Yayınları.
Bourdieu, Pierre (2018). Bir Pratik Teorisi İçin Taslak: Kabiliye Üzerine Üç Etnoloji Çalışması. (Çev. N. Ökten). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
Bourdieu, Pierre (2021). Televizyon Üzerine. (Çev. A. Bakım). İstanbul: Sel Yayıncılık.
Bourdieu, Pierre (2023). Kültür Üretimi: Sembolik Ürünler / Sembolik Sermaye. (Çev. S. Yardımcı ve E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
Bourdieu, Pierre (2024). Bilimin Bilimi ve Düşünümsellik: College de France Dersleri 2000-2001. (Çev. L. Ünsaldı). Ankara: Heretik Yayıncılık.
Bourdieu, Pierre ve Jean-Claude Passeron (2014). Vârisler: Öğrenciler ve Kültür. (Çev. L. Ünsaldı ve A. Sümer). Ankara: Heretik Yayınları.
Bourdieu, Pierre ve Jean-Claude Passeron (2015). Yeniden Üretim: Eğitim Sistemine İlişkin Bir Teorinin İlkeleri. (Çev. A. Sümer, L. Ünsaldı ve Ö. Akkaya). Ankara: Heretik Yayınları.
Bourdieu, Pierre ve Loïc Wacquant (2014). Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar. (Çev. N. Ökten). İstanbul: İletişim Yayınları.
Bourdieu, Pierre, Jean-Claude Chamboredon ve Jean-Claude Passeron (1991). The Craft of Sociology: Epistemological Preliminaries. (Çev. R. Nice). Berlin: Walter de Gruyter.
Cangöz, İncilay (2015). Değişen Anlam ve Değerleriyle Gazetecilik. Ankara: Sınırsız.
Carey, James W. (2009). Communication as Culture. New York: Routledge.
Carlson, Matt (2015). "Introduction: The Many Boundaries of Journalism." Şu kitapta: Ed. Matt Carlson ve Seth C. Lewis. Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation. London: Routledge, 1-18.

Carlson, Matt ve Seth C. Lewis (2015). Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation. London: Routledge.
Chalaby, Jean K. (1998) The Invention of Journalism. New York: Palgrave Macmıllan
Coulangeon, Philippe ve Julien Duval (2015). Introduction. Şu kitapta: Ed: Philippe Coulangeon ve Julien Duval. The Routledge Companion To Bourdieu's Distinction. London: Routledge.
Creswell, John W. (2017). Araştırma Deseni: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları (3. basım) (Çev. S. B. Demir ve bölüm çevirisi G. Hacıömeroglu). Ankara: Eğiten Kitap.
Curran, James (1997). "Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme." Şu kitapta: Ed. Süleyman İrvan. Medya, Kültür, Siyaset. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 139-197.
Curran, James (2002). Media and Power. London: Routledge.
Çevikel, Tolga (2020). Dijital Çağda Gazeteciliğin Krizi ve Finansmanı. Ankara: UM: AG Vakfı Yayınları.
Dağtaş, Erdal (2006). Türkiye'de Magazin Basını: Magazin Eklerinin Sektör ve Metin Analizi. Ankara: Ütopya Yayınevi.
Dağtaş, Erdal (2015). Medyada Sahiplik Sorunu ve Tekelleşme Eğilimleri. Şu kitapta: Ed: Erdal Dağtaş. Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği (2. Basım). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 30-58.
Dağtaş, Erdal ve Turancan Şirvanlı (2023). Eleştirel Ekonomi Politik Açısından Dünyada ve Türkiye'de Medyanın Sahiplik Yapısı. Şu kitapta: Ed: Selahattin Okuroğlu. Neoliberalizm, Küreselleşme, Dünya Sistemi: Medya Üzerinden Hegemonya ve Türkiye'de Söylemin Tarihi. Ankara, Gece Kitaplığı, 196-251.
Derakhshan, Hossein (2021). "Post-news Journalism in the Post-Enlightenment Era." Şu kitapta: Ed. A. Grech. Media, Technology and Education in a Post-Truth Society: From Fake News, Datafication and Mass Surveillance to the Death of Trust. UK: Emerald Publishing, 123-132.
Deuze, Mark ve Tamara Witschge (2020). Beyond Journalism. Cambridge: Polity Press.
Downing, John D. H. (2001). Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements. Londra: SAGE.
Edelman (2025) 2025 Edelman Trust Barometer: Global Report Trust and the Crisis of Grievance. Edelman Trust Institute.
Einav, Gali, Lipson, Nathan (2015). "The Times They Are A' Changin'… From Newspapers to TV, Traditional Shifts to Digital." Şu kitapta: Ed. G. Einav. The New World of Transitioned Media. The Economics of Information, Communication, and Entertainment. New York: Springer.
Eldridge, Scott A. II (2018). Online Journalism From The Periphery: Interloper Media And The Journalistic Field. London: Routledge.
Eldridge, Scott A. II (2025). Journalism in a Fractured World. New York: Peter Lang.
Erdoğan, İrfan (1999). "Dördüncü Gücün İlettiği: Amerikan Örneği." Şu kitapta: Ed. K. Alemdar. Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar. Ankara: TUSES Yayınları, 33-43.
Esen, Berk, Şebnem Gümüşçü ve Hakan Yavuzyilmaz (2023). Türkiye'nin Yeni Rejimi: Rekabetçi Otoriterlik. İstanbul: İletişim Yayınları.
Foroohar, Rana (2021). "How Silicon Valley Copied Wall Street's Media Capture Playbook." Şu kitapta: Ed. Anya Schiffrin. Media Capture: How Money, Digital Platforms, and Governments Control the News. New York: Columbia University Press, 23-30.

Gans, Herbert. J. (2004). Deciding What's News: A Study Of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time. Illinois: Northwestern University Press.
Giddens, Anthony (1994). Modernliğin Sonuçları (Çev. E. Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
Gieryn, Thomas F. (1999). Cultural Boundaries of Science: Credibility on The Line. Chicago: University of Chicago Press.
Habermas, Jürgen (1997). Kamusallığın Yapısal Dönüşümü. (Çev. T. Bora ve M. Sancar) İstanbul: İletişim Yayınları.
Hallin, Daniel C. ve Paolo Mancini (2004). Comparing Media Systems: Three Models of Media And Politics. Cambridge: Cambridge University Press.
İnal, Ayşe (1996). Haberi Okumak. İstanbul: Temuçin Yayınları.
Jenkins, Henry (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.
Jourdain, Anne ve Sidonie Naulin (2016). Pierre Bourdieu'nün Kuramı ve Sosyolojik Kullanımları (Çev. Ö. Elitez). İstanbul: İletişim Yayınları.
Kaderoğlu Bulut, Çağrı (2017). Gazetecilerde Proleterleşme ve Sınıf Kapasitesi: Çalışma ve Yaşam Koşulları Üzerine Bir Araştırma. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmış Doktora Tezi. Ankara.
Kaya, A. Raşit (2009). İktidar Yumağı: Medya-Sermaye-Devlet. Ankara: İmge Kitabevi.
Kaya, Ali (2014). "Pierre Bourdieu'nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı." Şu kitapta: Ed: Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan. Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi. İstanbul: İletişim Yayınları, 397-419.
Keten, Emre Tansu (2023). "'Krizi Fırsata Çevirmek': Türkiye'de Girişimci Gazetecilik." Şu kitapta: Ed. V. M. Ayan ve E. T. Keten. Anaakım Çökerken Alternatif Medyanın Eleştirisi. Ankara: UM: AG Vakfı Yayınları.
Koloğlu, Orhan (2023). Osmanlıdan 21. Yüzyıla Basın Tarihi. İstanbul: Pozitif Yayınevi.
Kovach, Bill ve Rosenstiel, Tom (2007). Gazeteciliğin Esasları (Çev. S. Göktaş). Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
Köse, Hüseyin (2004). Bourdieu Medyaya Karşı: İşbirlikçi, Zorba ve Çığırtkan Medya. İstanbul: Papirüs Yayınları.
Kuckartz, Udo (2019). "Qualitative Text Analysis: A Systematic Approach." Şu kitapta: Ed. Gabriele Kaiser ve Norma Presmegç. Compendium for Early Career Researchers in Mathematics Education. Berlin: Springer Nature, 181-197.
Kurban, Dilek ve Ceren Sözeri (2012). İktidarın Çarkında Medya: Türkiye'de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi. Yasal ve Ekonomik Engeller, İstanbul: TESEV Yayınları.
Latour, Bruno (2021). Toplumsalı Yeniden Toplama: Aktör-Ağ Teorisine Bir Giriş. (Çev. N. Bingöl). İstanbul: Tellekt Yayınları.
Lewis, Bernard (1993). Modern Türkiye'nin Doğuşu, 5. Baskı. (Çev. M. Kıratlı). Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
Lewis, Seth C. (2015). "Epilogue: Studying The Boundaries Of Journalism: Where Do We Go From Here?" Şu kitapta: Ed. Matt Carlson ve Seth C. Lewis. Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation. London: Routledge, 218-228.
Lindell, Johan (2025). Bourdieusian Media Studies. New York: Routledge.
Maxwell, Joseph A. (2013). Qualitative Research Design: An Interactive Approach (3. Baskı). Londra: Sage Publications.

McBride, Kelly B. ve Thomas B. Rosenstiel. (2013). "New Guiding Principles for a New Era of Journalism." Şu kitapta: Ed. K. McBride ve T. Rosenstiel. The New Ethics of Journalism: Principles for the 21st Century. California: SAGE, 16-22.
Mellado, Claudia (2020). "Theorizing Journalistic Roles." Şu kitapta: Ed. Claudia Mellado. Beyond Journalistic Norms: Role Performance and News in Comparative Perspective. London: Routledge, 22-45.
Mestvedthagen, Ane ve David Cheruiyot (2025) "Peripheral Media Actors." Şu kitapta: Ed. Alessandro Nai, Max Grömping, Dominique Wirz. Elgar Encyclopedia of Political Communication. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
Metropoll (2019). Türkiye'nin Nabzı Medya ve Demokrasi. Aralık/19. Ankara: MetroPOLL Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi
Mir, Andrey (2020) Postjournalism and The Death Of Newspapers. The Media After Trump-Manufacturing Anger and Polarization. Toronto.
Mouffe, Chantal (2013). Agonistics: Thinking the World Politically. Londra: Verso.
Myers, Mary ve Heather Gilberds (2024). Are Donors Taking the Journalism Crisis Seriously? An Analysis of Official Aid to Media 2010–2019. Pennsylvania: Center for International Media Assistance.
Myles, John F. (2010) Bourdieu, Language and the Media. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
Nerone, John (2003). "Approaches to Media History." Şu kitapta: Ed: Angharad N. Valdivia, A Companion to Media Studies. Oxford: Blackwell Publishing, 93-114.
Neuman, William Lawrence (2014). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Londra: Pearson.
Newman, Nic (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
Newman, Nic (2023). Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
Newman, Nic ve Federica Cherubini (2025). Journalism and Technology Trends and Predictions 2025. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
Newman, Nic, Amy Ross Arguedas, Craig T. Robertson, Rasmus Kleis Nielsen, ve Richard Fletcher (2025). Reuters Institute Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute.
Newman, Nic, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, ve Rasmus Kleis Nielsen (2024). Reuters Institute Digital News Report 2024. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
Newman, Nic, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Kirsten Eddy ve Rasmus Kleis Nielsen (2022). Reuters Institute Digital News Report 2022. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
Öncü, Ayşe (2016). "Televizyon ve Medya" Şu kitapta: Ed: Metin Heper ve Sabri Sayarı. Dünden Bugüne Türkiye: Tarih, Politika, Toplum ve Kültür. (Çev. K. Tanrıyar). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 169-182.
Özer, Ömer (2010). Liberal Basın. İstanbul: Literatürk Yayınları.
Pettegree, Andrew (2022). Haberin Ortaya Çıkışı: Dünyanın Haberleşme Süreci. (Çev. E. Mutludoğan) İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
Ragnedda, Massimo ve Maria Laura Ruiu (2020). Digital Capital: A Bourdieusian Perspective on the Digital Divide. Bingley: Emerald Publishing Limited.
Rantanen, Terhi (2009). When News Was New. New York: Wiley Blackwell.

Roller, Margaret R. ve Paul J. Lavrakas (2015) Applied Qualitative Research Design: A Total Quality Framework Approach. New York: The Guilford Press.
Sabancı, Ahmet A. (2022). Journalism Ethics, Breitbart, and Post-Truth Journalism. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya.
Saldaña, Johnny (2016). The Coding Manual For Qualitative Researchers (3rd ed.). Londra: Sage Publications.
Schapals, Aljosha Karim (2022). Peripheral Actors in Journalism: Deviating from the Norm? London: Routledge.
Schudson, Michael (2022). Gazetecilik Neden Önemli?. (Çev. G. Adaklı) Ankara: Um:ag.
Schwarz, Ori (2025). Dijital Toplumun Sosyolojik Teorisi: Bizi Birbirimize Bağlayan Kodlar. (Çev. H. Sarı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
Singer, Jane B. (2015). "Out of Bounds: Professional Norms as Boundary Markers." Şu kitapta: Ed. Matt Carlson ve Seth C. Lewis. Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation. London: Routledge, 21-36.
Sönmez, Mustafa (2004). Filler ve Çimenler: Medya ve Finans Sektöründe Doğan/Anti-Doğan Savaşı. İstanbul: İletişim Yayınları.
Sözeri, Ceren (2015). Türkiye'de Medya-İktidar İlişkileri: Sorunlar ve Öneriler. İstanbul: İstanbul Enstitüsü.
Sridharan, Nisha (2024). The Emerging Subculture of Monothematic News Organizations. Arizona State University. Yayımlanmış Doktora Tezi. Arizona.
Standaert, Nicolas (2022). The Chinese Gazette in European Sources: Joining the Global Public in the Early and Mid-Qing Dynasty. Leiden: Brill,
Swartz, David (2018). Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi. (Çev. E. Gen) İstanbul: İletişim Yayınları.
Şahin, Ülkü ve İlyas Coşkun (2022) TGS 2021-2022 Basın Özgürlüğü Raporu. İstanbul: TGS.
Şık, Ahmet (2017). İmamın Ordusu. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
Şirvanlı, Turancan (2020). Alternatif Medya Yayıncılığını Yeni Medya Üzerinden Düşünmek: "Medyascope Kanalı" ve "Ünsal Ünlü'nün Patronsuz Programı" Üzerine Bir Değerlendirme. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
Taş, Oğuzhan (2012). Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları: Profesyonellik, Piyasa ve Sorumluluk. İstanbul: İletişim Yayınları.
Tatlıcan, Ümit ve Güney Çeğin (2014). "Bourdieu ve Giddens: Habitus veya Yapının İkiliği." Şu kitapta: Ed: Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan. Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi. İstanbul: İletişim Yayınları, 303-366.
Thompson, John Brookshire (2013). İdeoloji ve Modern Kültür Kitle İletişimi Çağında Eleştirel Toplum Kuramı. (Çev. İ. Çetin) Ankara: Dipnot.
Toff, Benjamin, Ruth Palmer ve Rasmus Kleis Nielsen (2023) "Avoiding The News: Reluctant Audiences For Journalism." New York: Columbia University Press.
Topuz, Hıfzı (2003). II. Mahmu''tan Holdinglere Türk Basın Tarihi. İstanbul: Remzi Kitabevi.
Türk, H. Bahadır (2014) "Sihirden Nefret Eden Bir İllüzyonist: Bourdieu, Gelenek ve İdeoloji." Şu kitapta: Ed: Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan. Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi. İstanbul: İletişim Yayınları, 605-626.

Tütengil, Cavit Orhan (2011). Yeni Osmanlılar'dan Bu Yana İngiltere'de Türk Gazeteciliği, 1867-1967. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
Ünal, A. Zeki (2014). "Rahatsız Eden Bir Adamın Bilimi: Sosyoloji." Şu kitapta: Ed: Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan. Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi. İstanbul: İletişim Yayınları, 161-185.
Van Dijck, Jose (2013). The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press.
Wacquant, Loic (2014). "Pierre Bourdieu: Hayatı, Eserleri ve Entelektüel Gelişimi." Şu kitapta: Ed: Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan. Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi. İstanbul: İletişim Yayınları, 52-76.
Wahl-Jorgensen, Karin (2016). "Is There A 'Postmodern Turn' in Journalism?" Şu kitapta: Ed. C. Peters ve M. Broersma. Rethinking Journalism. London: Routledge, 97-111.
Ward, Stephen J. A. (2004). The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond. Montreal-Kingston: McGill-Queen's University Press.
Weber, Max (2004). Sosyoloji Yazıları. (Çev. T. Parla) İstanbul: İletişim Yayınları.
Yalman, Ahmet Emin (2020). Modern Türkiye'nin Gelişim Sürecinde Basın 1831-1913. (2. Baskı) (Çev. B. Keşoğlu). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığı (2020). Türkiye'de Gerçekleşen 15 Temmuz Darbe Girişiminin Arkasındaki Fetullahçı Terör Örgütü (FETÖ). Ankara: TBMM.
Yeşil, Bilge (2016). Media in New Turkey: The Origins of an Authoritarian Neoliberal State. University of Illinois Press.
Zuckerman, Ethan (2021) Mistrust: Why Losing Faith in Institutions Provides the Tools to Transform Them. New York: W.W. Norton & Company.

2. Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

Adjin-Tettey, Theodora Dame ve Michael Etrue (2025). "Fostering Civic Engagement on 'Ghana X': An Analysis of Data-Driven Journalistic Practices of Mainstream and Peripheral Media Actors." Journalism Studies, February, 1-25.
Aksoy, Asu ve Kevin Robins (1997). "Peripheral Vision: Cultural Industries And Cultural Identities in Turkey." Environment and Planning, 29(11), 1937-1952.
Alexander, Jeffrey C. (2015). "The crisis of journalism reconsidered: Cultural power." Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences, 8, 9-31.
Amini, Arash, Yigit Ege Bayiz, Ashwin Ram, Radu Marculescu, ve Ufuk Topcu (2024). "News Source Credibility Assessment: A Reddit Case Study." ArXiv, 1-12.
Andersen, Kim, Benjamin Toff ve Brita Ytre-Arne (2024) "Introduction: What We (Don't) Know About News Avoidance." Journalism Studies, 25(12), 1367-1384.
Barley, William, Paul Leonardi ve Diane Bailey (2012). "Engineering Objects for Collaboration: Strategies of Ambiguity and Clarity at Knowledge Boundaries," Human Communication Research, 38, (3), 280-308.
Bartsch, Anne vd. (2025). "Epistemic Authority in The Digital Public Sphere. An Integrative Conceptual Framework and Research Agenda." Communication Theory, 35, 37–50.
Baştürk, Emel Ş. (2024) "Creating Value for the Digital Reader in The Context of Sustainable Journalism." Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (44), 31-44.

Belair-Gagnon, Valerie ve Avery E. Holton (2018). "Boundary Work, Interloper Media, and Analytics in Newsrooms." Digital Journalism, 6(4), 492–508.
Belair-Gagnon, Valerie, Avery E. Holton ve Oscar Westlund (2019). "Space for the Liminal." Media and Communication, 7 (4), 1-7.
Blumler, Jay G. (2010). "Foreword: The Two-legged Crisis of Journalism." Journalism Studies, 11(4), 439-441.
Braun, Virginia ve Victoria Clarke (2006). "Using Thematic Analysis in Psychology." Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77-101.
Braun, Virginia ve Victoria Clarke (2019). "Reflecting On Reflexive Thematic Analysis." Qualitative Research in Sport, Exercise and Health, 11(4), 589-597.
Braun, Virginia ve Victoria Clarke (2021a). "One Size Fits All? What Counts As Quality Practice in (Reflexive) Thematic Analysis?" Qualitative Research in Psychology, 18(3), 328-352.
Braun, Virginia ve Victoria Clarke (2021b). "To Saturate Or Not To Saturate? Questioning Data Saturation As A Useful Concept For Thematic Analysis and Sample-Size Rationales." Qualitative Research in Sport, Exercise And Health, 13(2), 201-216.
Bulunmaz, Barış (2012). "Türk Basın Tarihi İçerisinde Demokrat Parti Dönemi ve Sansür Uygulamaları." Öneri Dergisi 10.(37), 203-214.
Buschow, Christopher ve Maike Suhr (2024). "Organizations as Innovations: Examining Changes in Journalism Through the Lens of Newly-Emerging Organizations." Media and Communication, 12(1).
Calderon Gomez, Daniel (2021). "The Third Digital Divide and Bourdieu: Bidirectional Conversion of Economic, Cultural, And Social Capital to (and From) Digital Capital Among Young People in Madrid." New Media & Society 23(9), 2534-2553.
Carlson, Matt (2014). "Gone, But Not Forgotten: Memories of Journalistic Deviance as Metajournalistic Discourse." Journalism Studies, 15(1), 33-47.
Carlson, Matt ve Chris Peters (2023). "Journalism Studies for Realists: Decentering Journalism While Keeping Journalism Studies." Journalism Studies, 24(8), 1029–1042.
Cheng, Lydia ve Edson C. Tandoc Jr. (2022). "From Magazines to Blogs: The Shifting Boundaries of Fashion Journalism." Journalism, 23(6), 1213-1232.
Cheruiyot, David ve Raul Ferrer-Conill (2018). "'Fact-Checking Africa' Epistemologies, Data and the Expansion of Journalistic Discourse." Digital Journalism, 6(8), 964-975.
Cohen, Nicole S. (2015). "Entrepreneurial Journalism and The Precarious State of Media Work." South Atlantic Quarterly, 114(3), 513-533.
Curran, James (2019) "Triple Crisis of Journalism." Journalism, 20(1), 190-193.
Dağtaş, Erdaş (2005). "Magazin Eklerinde Tüketim Kültürünün İzdüşümleri." Selçuk İletişim, 21, 125-168.
Dağtaş, Erdaş ve Turancan Şirvanlı (2020). "Anaakım Medya Karşısında Alternatif Medya Yayıncılığı: Ünsal Ünlü'nün 'Patronsuz' Programı Örneği." Intermedia International E-Journal, 7(13), 317-337.
Dennis, James ve Susana Sampaio-Dias (2021). "'Tell the Story as You'd Tell It to Your Friends in a Pub': Emotional Storytelling in Election Reporting by BuzzFeed News and Vice News." Journalism Studies, 22(12), 1608–1626.
Deuze, Mark (2005). "What Is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered." Journalism, 6(4), 442-464.

Deuze, Mark ve Tamara Witschge (2018). “Beyond Journalism: Theorizing the Transformation of Journalism.” Journalism, 19(2), 165-181.
DeVito, Michael. A. (2017). “From Editors to Algorithms: A Values-Based Approach to Understanding Story Selection in the Facebook News Feed.” Digital Journalism, 5(6), 753–773.
Doliwa, Urszula, and Judith Purkarthofer (2021). “Community Media’s Role in Changing Centre–Periphery Relations Through Participatory, Not-for-Profit Journalism.” International Journal of Media and Cultural Politics, 17(2), 161–182.
Donges, Patrick, Christian Pieter Hoffmann ve Christian Pentzold (2024). “Modes of Recognition and the Persistence of Center-Periphery Constellations in the Digital Public Sphere.” International Journal of Communication, 18, 4579-4602.
Downing, John (2008). “Social Movement Theories and Alternative Media: An Evaluation And Critique.” Communication, Culture & Critique, 1(1), 40-50.
Eldridge, Scott A. II (2013). “Perceiving Professional Threats: Journalism’s Discursive Reaction to the Rise of New Media Entities.” Journal of Applied Journalism & Media Studies, 2(2), 281-299.
Eldridge, Scott A. II (2014). “Boundary Maintenance and Interloper Media Reaction: Differentiating Between Journalism's Discursive Enforcement Processes.” Journalism Studies, 15(1), 1-16.
Eldridge, Scott A. II (2017). “Hero Or Anti-Hero? Narratives of Newswork and Journalistic Identity Construction in Complex Digital Megastories.” Digital Journalism, 5(2), 141-158.
Eldridge, Scott A. II (2019). “Where Do We Draw The Line? Interlopers, (Ant) Agonists, and an Unbounded Journalistic Field.” Media and Communication, 7(4), 8-18.
Eldridge, Scott A. II (2020). “‘Thank God For Deadspin’: Interlopers, Metajournalistic Commentary, and Fake News Through The Lens of ‘Journalistic Realization.’” New Media & Society, 21(4), 856-878.
Ferrucci, Patrick ve Tim Vos (2017). “Who’s In, Who’s Out? Constructing The Identity of Digital Journalists.” Digital Journalism, 5 (7), 868-883.
Ferrucci, Patrick, Ross Taylor ve Kathleen I. Alaimo (2020). On the Boundaries: Professional Photojournalists Navigating Identity in an Age of Technological Democratization.” Digital Journalism, 8(3), 367-385.
Fletcher, Richard, Simge Andı, Sumitra Badrinathan, Kirsten A. Eddy, Antonis Kalogeropoulos, Camila Mont’Alverne, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, Anne Schulz, Benjamin Toff ve Rasmus Kleis Nielsen (2025). “The Link Between Changing News Use And Trust: Longitudinal Analysis of 46 Countries.” Journal of Communication, 75(1), 1-15.
Fuchs, Christian (2010). “Alternative Media As Critical Media.” European Journal of Social Theory, 13(2), 173-192.
Fuchs, Christian (2012). “Dallas Smythe Today - The Audience Commodity, The Digital Labour Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value.” TripleC, 10(2), 692-740.
Ginosar, Avshalom, Ifat Zimmerman ve Tali Tal (2024). “Peripheral Science Journalism: Scientists and Journalists Dancing On The Same Floor.” Journalism Practice, 18(4), 918-937.
Glazunova, Sofya (2020). “‘Four Populisms’ of Alexey Navalny: An Analysis of Russian Non-Systemic Opposition Discourse on YouTube.” Media and Communication, 8(4), 121–132.

Glazunova, Sofya ve Aljosha Karim Schapals (2024). "Interlopers By Choice, or Interlopers By Circumstance? Alexey Navalny and Alternative Journalistic Projects in Contemporary Autocratic Russia." Journalism, 0(0), 1-17.
Graves, Lucas, Valérie Bélair-Gagnon ve Rebekah Larsen (2023). "From Public Reason To Public Health: Professional Implications of The 'Debunking Turn' in The Global Fact-Checking Field." Digital Journalism, 1-20.
Hanitzsch, Thomas (2007). "Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory." Communication Theory, 17(4), 367-385.
Hanitzsch, Thomas (2011). "Populist Disseminators, Detached Watchdogs, Critical Change Agents and Opportunist Facilitators: Professional Milieus, The Journalistic Field And Autonomy in 18 Countries." International Communication Gazette, 73(6), 477-494.
Hanusch, Folker ve Kim Löhmann (2022). "Dimensions of Peripherality in Journalism: A Typology for Studying New Actors in the Journalistic Field." Digital Journalism, 11(7), 1292-1310.
Harcup, Tony (2015). "Alternative Journalism As Monitorial Citizenship?" Digital Journalism, 4(5), 639–657.
Harlow, Summer (2022). "A new People's Press? Understanding Digital-Native News Sites in Latin America as Alternative Media." Digital Journalism, 10 (8), 1322-1341.
Heinrich, Ansgard ve David Cheruiyot (2024). "Deconstructing or Reinforcing Binaries? How Scholars Position Non-Journalists in Global Conflict Reporting." Digital Journalism, 1-20.
Hellmueller, Lea, Tim P. Vos ve Mark A. Poepsel (2013). "Shifting Journalistic Capital? Transparency and Objectivity in the Twenty-First Century." Journalism Studies 14 (3), 287-304.
Holton, Avery E. ve Valerie Belair-Gagnon (2018). "Strangers to the game? Interlopers, Intralopers, and Shifting News Production." Media and Communication, 6(4), 70-78.
Hujanen, Jaana, Juho Ruotsalainen, Viljami Vaarala, Katja Lehtisaari ve Mikko Grönlund (2023). "Performing Journalism. Making Sense of Ethical Practice Within Local Interloper Media." Journalism, 24(12), 2668-2686.
Hurcombe, Edward, Jean Burgess ve Stephen Harrington (2021). "What's Newsworthy About 'Social News'? Characteristics And Potential of An Emerging Genre." Journalism, 22(2), 378-394.
Ignatow, Gabe ve Laura Robinson (2017). "Pierre Bourdieu: Theorizing The Digital." Information, Communication & Society, 20(7), 950-966.
Karlı, İhsan (2015). "Türkiye Cumhuriyeti'nin Kuruluş Döneminde Kadro Dergisi'nin İdeolojik Tasarımı." Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 3(4), 139-160.
Kaya, A. Raşit (1994). "A Fait Accompli: Transformation of Media Structures in Turkey." ODTÜ Gelişme Dergisi, 21(3), 383-404.
Kermani, Hossein ve Amirali Tafreshi (2023). "Walking With Bourdieu into Twitter Communities: An Analysis of Networked Publics Struggling on Power in Iranian Twittersphere." Information, Communication & Society, 26(8), 1653-1674.
Lamour, Christian (2019). "The Legitimate Peripheral Position of a Central Medium: Revealing The Margins of Popular Journalism." Journalism Studies, 20(8), 1167-1183.

Laura Ahva, Julius Reimer, Paul Solbach, Mark Deuze ve Lorenz Matzat (2022). "X Journalism: Exploring Journalism's Diverse Meanings Through the Names We Give It." Journalism, 23(1), 39-58.

Lichtenstein, Dennis, Martin R. Herbers ve Halina Bause (2021). "Journalistic YouTubers and Their Role Orientations, Strategies, and Professionalization Tendencies." Journalism Studies, 22(9), 1103-1122.

Lindblom, Terje, Johan Lindell ve Katarina Gidlund (2022). "Digitalizing the Journalistic Field: Journalists' Views on Changes in Journalistic Autonomy, Capital and Habitus." Digital Journalism, 1-20.

Loosen, Wiebke (2015). The Notion of the "Blurring Boundaries", Digital Journalism, 3(1), 68-84.

Löhmann, Kim (2025). "Activists for Diversity or Diverse Journalists? How Austrian Peripheral Journalistic Actors' Role Orientations Serve as Boundary Markers." Journalism Studies, 1-19.

Lundahl, Outi (2022). "Algorithmic Meta-Capital: Bourdieusian Analysis of Social Power Through Algorithms in Media Consumption." Information, Communication & Society, 25(10), 1440-1455.

Lunt, Peter (2020). "Practicing Media - Mediating Practice | Beyond Bourdieu: The Interactionist Foundations of Media Practice Theory." International Journal of Communication, 14, 2946-2963.

Maares, Phoebe ve Folker Hanusch (2022a). "Understanding Peripheral Journalism from the Boundary: A Conceptual Framework." Digital Journalism, 11(7), 1270-1291.

Maares, Phoebe ve Folker Hanusch (2022b). "Interpretations of the Journalistic Field: A Systematic Analysis of How Journalism Scholarship Appropriates Bourdieusian Thought." Journalism, 23(4), 736-754.

Maares, Phoebe, Fabienne Lind ve Esther Greussing (2021). "Showing Off Your Social Capital: Homophily of Professional Reputation and Gender in Journalistic Networks on Twitter." Digital Journalism, 9(4), 500-517.

Malterud, Kirsti, Volkert Dirk Siersma ve Ann Dorrit Guassora (2016). "Sample Size in Qualitative Interview Studies: Guided By Information Power." Qualitative Health Research, 26(13), 1753-1760.

Mardin, Şerif (1973). "Center-Periphery Relations: A Key to Turkish Politics?" Daedalus, 102(1), 169-190.

Mathews, Nick (2022). "Life in A News Desert: The Perceived Impact of A Newspaper Closure On Community Members." Journalism, 23(6), 1250-1265.

Metin, Ömer Faruk ve Pedro Ramaciotti Morales (2022). "Tweeting Apart: Democratic Backsliding, New Party Cleavage and Changing Media Ownership in Turkey." Party Politics , 30(1), 108-125.

Metzgar, Emily T., David D. Kurpius, ve Karen M. Rowley (2011). "Defining Hyperlocal Media: Proposing A Framework For Discussion." New Media & Society, 13(5), 772-787.

Milojevic, Ana ve Leif Ove Larsen (2024). "Media-Tech Companies as Agents of Innovation: From Radical to Incremental Innovation in a Cluster." Media and Communication, 12.

Mitchelstein, Eugenia ve Pablo J. Boczkowski (2010) "Online News Consumption Research: An Assessment of Past Work and an Agenda For The Future." New Media & Society, 12(7), 1085-1102.

Møller J., Hartley ve Nanna Bonde Thylstrup (2024). “The Algorithmic Gut Feeling–Articulating Journalistic Doxa and Emerging Epistemic Frictions in AI-Driven Data Work.” Digital Journalism, 1-19.
Müller, Nina C., ve Jenny Wiik (2023). “From Gatekeeper To Gate-Opener: Open-Source Spaces in Investigative Journalism.” Journalism Practice, 17(2), 189-208.
Nawararthne, Dilina ve Cristiano Storni (2023). “Black-Boxing Journalistic Chains, An Actor-Network Theory Inquiry Into Journalistic Truth.” Journalism Studies, 24(13), 1629-1650.
Nechushtai, Efrat (2018). “Could Digital Platforms Capture The Media Through Infrastructure?” Journalism 19(8), 1043–1058.
Nerone, John (2013). “The Historical Roots of The Normative Model of Journalism.” Journalism, 14(4), 446-458.
Ökten Gülsoy, Nazlı (2012). “Cezayir Deneyiminin Pierre Bourdieu’nün Sosyolojik Tahayyülüne Etkileri: Bilimsel Bir Habitusun Doğuşu.” İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, 25(3), 1-30.
Örnebring, Henrik, Michael Karlsson, Karin Fast ve Johan Lindell (2018). “The Space of Journalistic Work: A Theoretical Model.” Communication Theory, 28(4), 403-423.
Özpolat, Gürhan (2024). “Relational Epistemology in the Social Sciences: Pierre Bourdieu’s Epistemological Legacy.” Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi (SKAD), 10(20), 1-18.
Özpolat, Gürhan ve İbrahim Arap (2023). “A Synthesıs at the Crossroads of Sociological Thought: Bourdieu’s Intellectual Dance witth Marx, Weber and Durkheim.” Sosyoloji Dergisi, 46, 191-220.
Papaevangelou, Charis (2024). “Funding Intermediaries: Google and Facebook’s Strategy to Capture Journalism.” Digital Journalism, 12(2), 234-255.
Park, Robert E. (1923). “The Natural History of The Newspaper.” American Journal of Sociology, 29(3), 273-289.
Parks, Perry (2021). “Joy is a News Value.” Journalism Studies, 22 (6), 820–838.
Parks, Perry (2024). “‘Not the Whole Story’: The On Being Podcast and Journalism as a Healing Art.” Journalism Studies, 1-19.
Pelivan, Mehmet (2024). “Sahte Balayının Sonu: Demokrat Parti İktidarında Politik Çatışmanın Bir Yansıması Olarak Ulus Gazetesinin Kapatılması.” Ankara Üniversitesi İlef Dergisi, 11(2), 52-87.
Perreault, Gregory P., Daniel Nölleke, Monica Crawford ve Ella Hackett (2024). “Part of the Team: In-House Sports Reporters Navigating the Journalistic Periphery.” Journalism and Media, 5(1), 203-218.
Poell, Thomas, David Nieborg ve José Van Dijck (2019). “Platformisation.” Internet Policy Review, 8(4), 1-13.
Roberts, Jason, ve Karin Wahl-Jorgensen. (2022). “Reporting the News: How Breitbart Derives Legitimacy From Recontextualised News.” Discourse & Society, 33(6), 833–46.
Ruotsalainen, Juho, Viljami Vaarala, Jaana Hujanen, Mikko Grönlund ve Katja Lehtisaari (2024). “A Servant of the Authorities or an Ally of Civil Society? The Role Perceptions and Role Performance of Local Interloper Media.” Journalism Studies, 1–22.
Ryfe, David (2022). “Actor-Network Theory And Digital Journalism. Digital Journalism.” 10(2), 267-283.

Schapals, Aljosha Karim, Phoebe Maares ve Folker Hanusch (2019). "Working on the Margins: Comparative Perspectives on the Roles and Motivations of Peripheral Actors in Journalism." Media and Communication, 7(4), 19–30.
Schultz, Ida (2007). "The Journalistic Gut Feeling: Journalistic Doxa, News Habitus And Orthodox News Values" Journalism Practice, 1(2), 190-207.
Skovsgaard, Morten ve Kim Andersen (2020) "Conceptualizing News Avoidance: Towards A Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions." Journalism Studies, 21(4), 459-476.
Sözeri Özdal, Ceren (2023). "Türkiye Medya Sektöründe Şirket Birleşmeleri: Güncel Eğilimler, Yeni Sorunlar." Kültür ve İletişim, 26(1)(51), 7-39.
Star, Susan Leigh ve Griesemer, James R. (1989). "Institutional Ecology, Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39." Social Studies of Science, 19(3), 387-420.
Steensen, Steen, Tine U. Figenschou ve Karoline A. Ihlebæk (2023). "Playing the Mainstream Game. A Language-Game Analysis of 'Mainstream' As A Possible Boundary Object in Journalism Studies." Digital Journalism, 11(4), 653-671.
Sümer, Burcu ve Gülseren Adaklı (2007). "6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkındaki Kanun'a İlişkin Değerlendirme Raporu." İletişim: Araştırmaları Dergisi, 5(2), 141-158.
Şahin, Dürdane (2023). "27 Mayıs 1960 Askeri Darbesi ve Basın (1960-1965)." History Studies, 15(4), 723-741.
Şirvanlı, Turancan ve Alper Hakan Yavaşçalı (2021) "'Araç Haberdir!' Dijital Gazetecilik ve Reklamcılık Yöndeşmesinin Bir Sonucu Olarak Algoritma Eksenli Habercilik." 18th International Symposium Communication in the Millennium, Erzurum.
Şirvanlı, Turancan ve Emel Ş. Baştürk (2024). "Araştırmacı Gazeteciliği Yeni Aktörler Üzerinden Düşünmek: Açık Kaynak İstihbaratı (OSINT) Uygulamaları." 11. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Eşitsizlik & Veri Sömürgeciliği Sempozyumu, İstanbul: 15-17 Mayıs 2024, 472-493.
Şirvanlı, Turancan ve Erdal Dağtaş (2022). "Yeni Medya Ekseninde Gelişen Alternatif Medya Yayıncılığı: 'Medyascope Kanalı' Üzerine Bir Çözümleme." Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi, 4(1), 13-32.
Tandoc Jr, Edson C., ve Joy Jenkins (2017). "The Buzzfeedication of Journalism? How Traditional News Organizations Are Talking About A New Entrant To The Journalistic Field Will Surprise You!" Journalism, 18 (4), 482-500.
Tandoc, Edson C. (2018). "Five Ways BuzzFeed is Preserving (or Transforming) the Journalistic Field." Journalism, 19(2), 200–216.
Thomas, Ryan J. ve T J Thomson (2023). What Does a Journalist Look like? Visualizing Journalistic Roles through AI. Digital Journalism, 1-23.
Tunç, Aslı (2018). "All Is Flux: A Hybrid Media Approach To Macro-Analysis of The Turkish Media." Middle East Critique, 27(2), 141-159.
Turner, Fred (2005). "Actor-Networking the News." Social Epistemology, 19(4), 321-324.
Uzunoğlu, Sarphan (2018). "Gazeteci Emeğinin Dönüşümü ve Güvencesizleşme: Türkiyeli Dijital Haber Odalarının Serbest Muhabirleri Üzerine Bir Çalışma". Moment Dergi, 5(2), 195-218.
Van der Haak, Bregtje, Michael Parks ve Manuel Castells (2012). "The Future of Journalism: Networked Journalism." International Journal of Communication, 6, 16.

Verwiebe, Roland ve Steffen Hagemann (2024) "Bourdieu Revisited: New Forms of Digital Capital–Emergence, Reproduction, Inequality of Distribution." Information, Communication & Society, 1-23.
Villi, Mikko, vd. (2022). "Taking A Break From News: A Five-Nation Study of News Avoidance İn The Digital Era." Digital Journalism, 10(1), 148-164.
Vos, Tim P. ve Jane B. Singer (2016). "Media Discourse About Entrepreneurial Journalism: Implications for Journalistic Capital." Journalism Practice, 10(2), 143–159.
Vos, Tim P., Ryan J. Thomas ve Edson C. Tandoc Jr (2023). "Constructing the Legitimacy of Journalists' Marketing Role." Journalism Studies, 1-20.
Vos, Tim P., Stephanie Craft ve Seth Ashley (2012). "New Media, Old Criticism: Bloggers' Press Criticism and the Journalistic Field." Journalism 13(7), 850-868.
Vulpius, Julie (2023). "'We Need to Think About Their Real Needs': Examining the Auxiliary Work of Audience-Oriented Intralopers in News Organizations." Digital Journalism, 1-20.
Wu, Liang, Fred Morstatter, Kathleen M. Carley, and Huan Liu (2019). "Misinformation in Social Media." ACM SIGKDD Explorations Newsletter, 21(2), 80–90.
Yeşil, Bilge (2014). "Press Censorship in Turkey: Networks of State Power, Commercial Pressures, and Self-Censorship." Communication, Culture & Critique, 7(2), 154-173.
Yeşil, Bilge (2018). "Authoritarian Turn or Continuity? Governance of Media Through Capture and Discipline in The AKP Era." South European Society and Politics, 23(2), 239-257.

3. Elektronik Kaynaklar

Ağırel, Murat (2025). "İBB Dosyasındaki Skandal | Murat Ağırel açıklıyor!", Onlar TV, https://www.youtube.com/watch?v=sKklVYqI7_w&ab_channel=OnlarTV / 15 Nisan 2025.
Al Jazeera (2024). "Julian Assange Timeline: A Criminal or a Hero?" Al Jazeera, https://www.aljazeera.com/news/2024/6/25/julian-assange-timeline-a-criminal-or-a-hero / 25 Haziran 2024.
Anadolu Ajansı (2025). "RTÜK'ten İBB'ye Yönelik Soruşturmalara İlişkin Yayın İhlali Yapan 4 Kanala Üst Sınırdan Ceza." Anadolu Ajansı, https://www.aa.com.tr/tr/gundem/rtukten-ibbye-yonelik-sorusturmalara-iliskin-yayin-ihlali-yapan-4-kanala-ust-sinirdan-ceza/3521614# / 27 Mart 2025.
Aposto (2025). "Hakkımızda." Aposto, https://about.aposto.com/ / 5 Mayıs 2025.
Ball, James (2024). The Most Civilized Place To Look At News Online? It Might Be Reddit. Columbia Journalism Review, https://www.cjr.org/analysis/reddit-real-time-news-twitter-substitute.php?mc_cid=4aeb558b16&mc_eid=f48da46263 / 13 Şubat 2024.
Başlangıç, Celal (2015). "Tartışma Programları Yeni Bir Canlı Türü Yarattı: TV-AK Trolleri." T24, https://t24.com.tr/yazarlar/celal-baslangic/tartisma-programlari-yeni-bir-canli-turu-yaratti-tv-ak-trolleri,11202 / 6 Şubat 2015.
BBC News (2016). "How Breitbart Became Donald Trump's Favourite News Site." BBC News, https://www.bbc.com/news/world-us-canada-37109970 / 4 Kasım 2016.

BBC News (2024). “Who Is Wikileaks’ Julian Assange and What Did He Do?” BBC News, https://www.bbc.com/news/world-us-canada-68282613 / 26 Haziran 2024.
BBC Türkçe (2017). “Referandum 2017: Anayasa Değişikliğine Yüzde 51 Oyla ‘Evet.’” BBC Türkçe, https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-39612452 / 17 Nisan 2017.
BBC Türkçe (2025a). “Ekrem İmamoğlu Gözaltına Alındı, Tepkiler Ne Oldu?” BBC Türkçe, https://www.bbc.com/turkce/articles/c62xekg686yo / 21 Mart 2025.
BBC Türkçe (2025b). “Özel’in Boykot Çağrısına Erdoğan Ne Yanıt Veriyor?” BBC Türkçe, https://www.bbc.com/turkce/articles/crkn3yv8djzo / 26 Mart 2025.
BBC Türkçe (2025c). “Protestolarda Tutuklananların Kaçı Tahliye Edildi?” BBC Türkçe, https://www.bbc.com/turkce/articles/cgjll9w169go / 11 Nisan 2025.
BBC Türkçe (2025d). “İmamoğlu Protestolarıyla İlgili Yedi Gazeteciye Dava Açıldı.” BBC Türkçe, https://www.bbc.com/turkce/articles/c234x5j1yryo / 11 Nisan 2025.
Benkler, Yochai, Robert Faris, Hal Roberts ve Ethan Zuckerman (2017). “Breitbart-Led Right-Wing Media Ecosystem Altered Broader Media Agenda.” Columbia Journalism Review, https://www.cjr.org/analysis/breitbart-media-trump-harvard-study.php / 3 Mart 2017.
Bianet (2015). “14 Yazarın ‘Kabataş’ Başlığı: Diliniz Kaba, Vicdanınız Taş.” Bianet, https://bianet.org/haber/14-yazarin-kabatas-basligi-diliniz-kaba-vicdaniniz-tas-162801 / 5 Mart 2015.
Bianet (2016). “Media Ownership Monitor: Türkiye” Bianet, https://turkey.mom-rsf.org/tr/ / 2016.
Bianet (2025). “İl İl İmamoğlu’na Destek Eylemleri: ‘Her Yer İstanbul Her Yer Direniş.’” Bianet, https://bianet.org/haber/il-il-imamogluna-destek-eylemleri-her-yer-istanbul-her-yer-direnis-305601 / 19 Mart 2025.
Birgün (2019). “İşten Çıkarılan Gazeteciler Hakları İçin Hürriyet Önünde Eylem Yaptı.” Birgün, https://www.birgun.net/haber/isten-cikarilan-gazeteciler-haklari-icin-hurriyet-onunde-eylem-yapti-278664 / 3 Aralık 2019.
Bloomberg (2021). “Demirören 1,5 Milyar Dolarlık Borç Yapılandırması İçin Masada.” Bloomberght, https://www.bloomberght.com/demiroren-1-5-milyar-dolarlik-borc-yapilandirmasi-icin-masada-2288050 / 21 Eylül 2021.
Çakır, Ruşen (2025). “İmamoğlu’na Gözaltı: Türkiye Nereye Gidiyor? Ruşen Çakır Uzmanlarla Yorumladı.” Medyascope, https://medyascope.tv/2025/03/19/imamogluna-gozalti-turkiye-nereye-gidiyor-video-uzmanlar-yorumluyor-imamoglu-operasyonu/ / 19 Mart 2025
Derakhshan, Hossein (2019). The News is Dying, But Journalism Will Not - And Should Not. NiemanLab, https://www.niemanlab.org/2018/12/the-news-is-dying-but-journalism-will-not-and-should-not/ 10 Ocak 2024.
Doğruluk Payı (2025) “Hakkımızda.” Doğruluk Payı, https://www.dogrulukpayi.com/sayfa/hakkimizda / 5 Mayıs 2025.
Eddy, Kirsten, Katerina Eva Matsa, Michael Lipka, Naomi Forman-Katz, Christopher St. Aubin, Luxuan Wang ve Kaitlyn Radde (2025). “What Is News?” Pew Research Center, https://www.pewresearch.org/journalism/2025/05/13/what-is-news/ / 13 Mayıs 2025.
Erşin, Tamer Arda (2020). “Hürriyet 1 Yılda 386 Kişiyi İşten Çıkardı.” Gazete Duvar, https://www.gazeteduvar.com.tr/ekonomi/2019/03/18/hurriyet-1-yilda-386-kisiyi-isten-cikardi / 27 Eylül 2020.

FactCheck.org (2025). “Our Mission.” FactCheck.Org, https://www.factcheck.org/about/our-mission/ / 3 Ocak 2025.
Haberler.com (2013). “Acun Ilıcalı: TV8’de Sadece Eğlenceli Programlar Olacak.” Haberler.com, https://www.haberler.com/haberler/acun-ilicali-tv8-de-sadece-eglenceli-programlar-5304626-haberi/ /14 Kasım 2013.
Hacaloğlu, Ahmet Hilmi (2021). “Gazetecileri ve Gazeteciliği Ancak (Mesleki) Dayanışma Korur.” Uluslararası Basın Enstitüsü (IPI), https://freeturkeyjournalists.ipi.media/tr/gazetecileri-ve-gazeteciligi-ancak-mesleki-dayanisma-korur/ / 14 Ocak 2021.
Hamsici, Mahmut (2017). “2010 Referandumu: ‘Evet’, ‘Hayır’ ve ‘Boykot’ Cepheleri Ne Demişti?” BBC Türkçe, https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-39462061 / 5 Nisan 2017.
Hess, Amandine (2025). “Avrupa Parlamentosu: ‘Türkiye’nin AB Üyelik Süreci Askıda, 2018’den Bu Yana İlerleme Yok.’” EuroNews, https://tr.euronews.com/my-europe/2025/05/07/avrupa-parlamentosu-turkiyenin-ab-uyelik-sureci-askida-2018den-bu-yana-ilerleme-yok / 7 Mayıs 2025.
Holan, Angie Drobnic (2018) “The Principles of the Truth-O-Meter: PolitiFact’s Methodology for Independent Fact-Checking.” PolitiFact, https://www.politifact.com/article/2018/feb/12/principles-truth-o-meter-politifacts-methodology-i/ / 12 Şubat 2018.
IFJ (2025). “Türkiye: Journalists’ and Press Freedom Organisations Call for Action as Press Freedom Violations Surge in 2025.” The International Federation of Journalists, https://www.ifj.org//media-centre/news/detail/category/press-releases/article/tuerkiye-journalists-and-press-freedom-organisations-call-for-action-as-press-freedom-violations-surge-in-2025/ / 5 Şubat 2025.
İletişim Başkanlığı (2022) “Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun’dan Reuters’a Tepki.” T.C. İletişim Başkanlığı, https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-altundan-reutersa-tepki / 31 Ağustos 2022.
İrvan, Süleyman (2024). “Julian Assange Ve Sızıntı Gazeteciliği.” NewsLabTürkiye, https://www.newslabturkey.org/2024/07/11/julian-assange-ve-sizinti-gazeteciligi/ / 10 Temmuz 2024.
Journo (2025). “Boykot Listesine Sözcü Sansürü: Özgür Özel’in Çağrısındaki Markaları Gizlediler.” Journo, https://journo.com.tr/sozcu-boykot-liste-sansur?utm_source=mailpoet&utm_medium=email&utm_campaign=journo-e-bulten-haftanin-ozeti_3 / 25 Mart 2025.
Karadeniz, Songül (2024). “Bağımsız Gazeteciliği Güçlendiren Bir Alan: Doğruluk Kontrolü.” Journo, https://journo.com.tr/teyit-dogrulama-gazeteciler?utm_source=mailpoet&utm_medium=email&utm_campaign=journo-e-bulten-haftanin-ozeti_3 / 4 Aralık 2024
Karakaş, İsmet ve Abdullah Sarica (2024). “Yargıtayda Görülen ‘Ergenekon’da Kumpas’ Davasının Gerekçeli Kararı Açıklandı.” Anadolu Ajansı, https://www.aa.com.tr/tr/gundem/yargitayda-gorulen-ergenekonda-kumpas-davasinin-gerekceli-karari-aciklandi/3276963 / 16 Temmuz 2024.
Kısa Dalga (2024). “Anket: Gençler Ülkedeki Kurumlara Daha Az Güveniyor.” Kısa Dalga, https://kisadalga.net/haber/gundem/anket-gencler-ulkedeki-kurumlara-daha-az-guveniyor-111029 / 18 Eylül 2024.
Mack, David ve Tasneem Nashrulla (2021). “Pulitzer Prize: BuzzFeed News Wins for China Detention Investigation.” BuzzFeed News,

https://www.buzzfeednews.com/article/davidmack/pulitzer-prize-buzzfeed-news-won-china-detention-camps / 11 Haziran 2021.
Martin Gurri (2021). ""Post-Journalism" and the Death of News." Discourse Magazine, https://www.discoursemagazine.com/p/post-journalism-and-the-death-of-news / 10 Ocak 2024.
Matsa, Katerina Eva (2023). "More Americans Are Getting News on Tiktok, Bucking The Trend Seen on Most Other Social Media Sites." Pew Research Center, https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/11/15/more-americans-are-getting-news-on-tiktok-bucking-the-trend-seen-on-most-other-social-media-sites/?utm_content=buffer6434a&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer-pew / 15 Mart 2024.
Medyascope (2025a). "İstanbul Üniversitesi'nde İmamoğlu'na Destek Eylemi Düzenleyen Öğrencilere Polis Müdahale Etti." Medyascope, https://medyascope.tv/2025/03/19/istanbul-universitesinde-imamogluna-destek-eylemi-duzenleyen-ogrencilere-polis-mudahale-etti/ / 19 Mart 2025.
Medyascope (2025b). "CHP'li Tanrıkulu, Sorgu Tutanaklarını Paylaştı: 'Saraçhane'de Gözaltına Alınan Gençlere İşkence Yapıldı'" Medyascope, https://medyascope.tv/2025/03/28/chpli-tanrikulu-sorgu-tutanaklarini-paylasti-sarachanede-gozaltina-alinan-genclere-iskence-yapildi/ / 28 Mart 2025.
Mynet (2013). "Acun Ilıcalı Tv8'i Bu Hale Getirecek." Mynet.com, https://www.mynet.com/galeri/magazin/acun-ilicali-tv8i-bu-hale-getirecek-130100029843 / 14 Kasım 2013.
Napoli, Philip M. ve Asa Royal (2024) "What's With the Rise of 'Fact-Based Journalism'?" NiemanLab, https://www.niemanlab.org/2024/05/whats-with-the-rise-of-fact-based-journalism// 29 Mayıs 2024.
NTV (2011). "Assange Ne İş Yapar?" NTV, https://www.ntv.com.tr/turkiye/assange-ne-is-yapar,_DW_EWEhN06GidYzgZP1Kw / 3 Ekim 2011.
OsloMet (2024). Digital Journalism, https://www.oslomet.no/en/research/research-groups/digital-journalism / 6 Mart 2024.
Önder, Nafizcan (2024). "YouTube'da Reytingi En Yüksek Gazeteci Kim?" Marketing Türkiye, https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/youtubeda-reytingi-en-yuksek-gazeteci-kim/ 11 Eylül 2024.
Özalp, Güven (2025). "AKPM'de Acil Türkiye Oturumu: İmamoğlu İçin Hangi Çağrılar Yapıldı?" BBC Türkçe, https://www.bbc.com/turkce/articles/c14xxj8g7r4o / 9 Nisan 2025.
Özgür, Adem (2025). "Medya Sahipliği: 100 Haber Kuruluşu ve Gazetecilik Dışı Sektörlerdeki Yatırımlar." Journo, https://journo.com.tr/medya-sahipligi-2025?utm_source=mailpoet&utm_medium=email&utm_campaign=journo-e-bulten-haftanin-ozeti_3 / 2 Nisan 2025.
Papacharissi, Zizi (2022). "Platforms Are Over." Nieman Lab, https://www.niemanlab.org/2022/12/platforms-are-over/ / 1 Aralık 2023.
Philp, Rowan (2021) What Journalists Can Learn from Navalny's Investigative Team in Russia. Global Investigative Journalism Network, https://gijn.org/stories/what-journalists-can-learn-from-navalnys-investigative-team-in-russia/ / 10 Şubat 2021.
Pickard, Victor (2020). "Journalism's Market Failure Is a Crisis for Democracy." Harvard Business Review, https://hbr.org/2020/03/journalisms-market-failure-is-a-crisis-for-democracy / 12 Mart 2020.
Romenesko, Jim (2010). "Columbia J-School Staff: WikiLeaks Prosecution 'Will Set a Dangerous Precedent'" Poynter, https://www.poynter.org/reporting-

editing/2010/columbia-j-school-staff-wikileaks-prosecution-sets-dangerous-precedent/ / 14 Aralık 2010.
RSF (2025). "Reporters Without Borders: Press Freedom Index." RSF, https://rsf.org/en/index / 1 Mart 2025.
Sabancı, Ahmet A. (2024). "Sosyal Medyanın 'Son Dakikacılık' Krizi." NewsLabTürkiye, https://www.newslabturkey.org/2024/07/29/sosyal-medyanin-son-dakikacilik-krizi/ / 29 Temmuz 2024.
Sarıöz, Defne (2022) "Esnek, Deneysel, Nevi Şahsına Münhasır: Mind Vorteks." NewsLabTürkiye, https://www.newslabturkey.org/2022/06/28/esnek-deneysel-nevi-sahsina-munhasir-mind-vorteks/ / 27 Haziran 2022.
Scrolli (2025). "Scrolli Hakkında." Scrolli, https://www.scrolli.co/hakkimizda / 5 Mayıs 2025.
Smith, Ben (2023). "The End of the BuzzFeed Era in News." Semafor, https://www.semafor.com/article/04/20/2023/the-end-of-the-buzzfeed-era-in-news / 20 Nisan 2023.
Soykan, Timur (2025) "Gizli tanık 'Meşe' neler anlattı? / Timur Soykan", Onlar TV, https://www.youtube.com/watch?v=7NMf-pRJ558&ab_channel=OnlarTV / 9 Nisan 2025.
Spicer, Jonathan (2022). "Insiders Reveal How Erdogan Tamed Turkey's Newsrooms." Reuters, https://www.reuters.com/world/middle-east/insiders-reveal-how-erdogan-tamed-turkeys-newsrooms-2022-08-31/ / 31 Ağustos 2022.
Stray, Jonathan (2024) "'Objectivity' in Journalism Is a Tricky Concept. What Could Replace It?" NiemanLab, https://www.niemanlab.org/2024/04/objectivity-in-journalism-is-a-tricky-concept-what-could-replace-it/ / 25 Nisan 2024.
Sullivan, Margaret (2021). "Local News Deserts Are Expanding: Here's What We'll Lose." The Washington Post, https://www.washingtonpost.com/magazine/interactive/2021/localnews-deserts-expanding/ / 30 Kasım 2021.
T24 (2010). "Prof. Lemann: WikiLeaks'in Yaptığı Gazetecilik Değil." T24, https://t24.com.tr/haber/prof-lemann-wikileaksin-yaptigi-gazetecilik-degil,116498 / 13 Aralık 2010.
T24 (2014). "'Camide İçki İçtiler' İddiasını Yalanlayan Müezzin: Teşekkür Beklerken Tenzil Edildim." T24, https://t24.com.tr/haber/camide-icki-ictiler-iddiasini-yalanlayan-muezzin-tesekkur-beklerken-tenziledildim,277963#google_vignette / 22 Kasım 2014.
T24 (2025a). "Adalet Bakanı, Gençlerin Tutuklanmasında Özgür Özel'i Suçlu Buldu: Bazı Şiddet Olayları ve Hiç Kimsenin Tasvip Edemeyeceği Olaylar Meydana Geldi." T24, https://t24.com.tr/haber/adalet-bakani-genclerin-tutuklanmasinda-ozgur-ozel-e-suc-buldu-bazi-siddet-olaylari-ve-hic-kimsenin-tasvip-edemeyecegi-olaylar-meydana-geldi,1231442#google_vignette / 09 Nisan 2025
T24 (2025b). "Cem Küçük'ten İmamoğlu protestolarına katılan üniversiteli gençlere tehdit: Sokağa çıkarsanız not edilirsiniz!" T24, https://t24.com.tr/haber/cem-kucuk-ten-imamoglu-protestolarina-katilan-universiteli-genclere-tehdit-sokaga-cikarsaniz-not-edilirsiniz,1227424#google_vignette / 21 Mart 2025.
Tekin, Özlem (2024). "Basın Konseyi Kararlarını İnceledik: Gazetecilik İlkelerini En Çok Yeni Akit İhlal Ediyor." Journo, https://journo.com.tr/basin-konseyi-kararlari?utm_source=mailpoet&utm_medium=email&utm_campaign=journo-e-bulten-haftanin-ozeti_3 / 7 Ağustos 2024.
TGC (2025). "TGC: RTÜK İktidar Adına Halkı Ve Medya Kuruluşlarını Cezalandırmaktan Vazgeçmelidir." Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC),

https://www.tgc.org.tr/aciklamalar/4836-tgc-rt%C3%BCk-iktidar-ad%C4%B1na-halk%C4%B1-ve-medya-kurulu%C5%9Flar%C4%B1n%C4%B1-cezaland%C4%B1rmaktan-vazge%C3%A7melidir.html / 1 Şubat 2025.

Unwin, Philip Soundy, Tucker, David H. ve Unwin, George (2023). History of Publishing. Encyclopedia Britannica, https://www.britannica.com/topic/publishing / 5 Ekim 2023.

Van Hoozer, Natalie (2019). How to Use Reddit in Your Reporting. International Journalists' Network, https://ijnet.org/en/story/how-use-reddit-your-reporting / 8 Ekim 2019.

Vesaire (2025). "Hakkında." Vesaire, https://vesaireorg.wpcomstaging.com/hakkinda/ / 5 Mayıs 2025.

Widman, Jake (2024). What Is Reddit? What You Need to Know About the "Front Page of the Internet" Digital Trends, https://www.digitaltrends.com/computing/what-is-reddit/ / 2 Aralık 2024.

Yeni Şafak (2025). "Türkiye'yi Batırmak İstiyorlar! İBB'deki Yolsuzluğa Arka Çıkan Ünlüler Tam Liste." Yeni Şafak, https://www.yenisafak.com/foto-galeri/gundem/turkiyeyi-batirmak-istiyorlar-ibbdeki-yolsuzluga-arka-cikan-unluler-tam-liste-berna-lacin-firat-albayram-nurgul-yesilcay-farah-zeynep-abdullah-salih-bademci-hasibe-eren-4690807/1 / 1 Nisan 2025.

Yücel, Cihan (2024). "'We Always Need Solidarity' - Interview With Independent Turkish Journalist Metin Cihan." European Centre for Press and Media Freedom, https://www.ecpmf.eu/we-always-need-solidarity-interview-with-independent-turkish-journalist-metin-cihan/ / 5 Mayıs 2025.

EKLER

EK 1: Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Soruları

1-Mikro Düzey: Habitus, Kimlik ve Rol Algısı
1- Eğitim durumunuz, iş geçmişiniz ve yaş gibi temel bilgilerinizi öğrenebilir miyim? Ailenizde veya yakın çevrenizle bu işle uğraşan kişiler var mı? 2-Kendinizi hangi meslek grubuna ait görüyorsunuz? 3-Yaptığınız işi "gazetecilik" olarak görüyor musunuz? (Eğer hayır ise yayınlarınız, gazetecilik biçimleri veya uygulamalarıyla ne oranda örtüşüyor?) 4-Yayının niteliğini nasıl tanımlarsınız? 5- Yaptığınız işte gözettiğiniz etik ilkeler nelerdir? Bu alanda çalışırken, gazetecilik alanının geleneksel etik kodlarından etkileniyor musunuz? 6-Yayıncılık sürecindeki temel amaç ve motivasyonlarınız nelerdir? 7-Yayınınızın hedef topluluklarınızda ve kamusal yaşamda hangi görevleri veya rolleri yerine getirdiğini düşünüyorsunuz? 8-Yayın ilkeleriniz ana akım/merkez medyadan hangi noktalarda ayrılıyor veya benzeşiyor?
2-Mezo Düzey: Pratikler, İçerik ve Sermaye
1-Bu mesleği yaparken hangi bilgi, beceri ve yeteneklere ihtiyaç duyuyorsunuz? 2-Hangi olayların ya da bilginin içerik olarak yer alacağına nasıl karar veriyorsunuz? 3-Yayın için konu seçiminde nelere dikkat ediyorsunuz? Bir yayın/haber/içerik üretirken öncül kriterleriniz neler? 4-Haber/içerik dağıtım sürecindeki öncülleriniz neler? Hangi mecrayı hangi amaçla neden kullanıyorsunuz? 6-İşinizle ilgili işe alım ilanı açarken, çalışan ararken daha çok hangi alanlarda eğitim görmüş olmasına, hangi becerilere sahip olmalarına dikkat ediyorsunuz? 7-İçerikleriniz ana akım/merkez medyadan hangi noktalarda ayrılıyor veya benzeşiyor? 8-Günümüz Türkiye medya ekosistemindeki gazeteci veya yayıncı profillerine ilişkin değerlendirmeleriniz veya eleştirileriniz neler?
3-Makro Düzey: Yapı, Alan Özerkliği ve Heteronomisi
1-Ne tür bir iş modeline sahipsiniz? Gelir kaynaklarınız neler? Kurumun başında kim var? 2- Hedef kitleniz kimler? 3- Haber/içerik üretim sürecinde; 3a-Ekonomik unsurlar yayınlarınızı ne ölçüde etkiliyor? 3b-Siyasi atmosfer yayınlarınızı ne ölçüde etkiliyor? 3c-İzleyici beklentileri yayınlarınızı ne ölçüde etkiliyor? 4- Yaptığınız işle ilgili sansür ya da sosyal kontrol gibi durumlarla karşılaşıyor musunuz? 5- Geleneksel medya kuruluşları (büyük gazeteler, TV kanalları vb.) ile hangi düzeyde etkileşim veya rekabet içindesiniz? Gazetecilik alanının merkezinde yer alan aktörlerle ilişkileriniz nasıl ve bu ilişkiler faaliyetlerinizi nasıl şekillendiriyor? 6-Kurumsal yapınız ve iş yapış pratiğiniz ana akım/merkez medyadan hangi noktalarda ayrılıyor veya benzeşiyor? 7-Yaptığınız işin Türkiye'deki mevcut gazetecilik sektöründeki hangi boşlukları veya eksiklikleri doldurduğunu/dolduracağını düşünüyorsunuz? Bu alanda kendi pozisyonunuzu nerede görüyorsunuz? Yürüttüğünüz faaliyetlerin toplumsal tartışmalara ve demokratik katılıma katkısını nasıl değerlendiriyorsunuz? 8-Günümüz Türkiye medya ekosistemine ilişkin değerlendirmeleriniz veya eleştirileriniz neler?

EK 2: Çalışma Kapsamında Analiz Edilen İçerikler

Yayıncı	İçerik, Tarih ve Linkler
Aposto	**1- 10. Yargı Paketi kabul edildi: Neleri değiştiriyor, neden eleştiriliyor**? (1 Haziran 2025) Link: https://aposto.com/s/10-yargi-paketi-kabul-edildi-neleri-degistiriyor-neden **2- Bir şehrin alışkanlık zincirleri kırılırken: Kapanan kitapçılar** (31 Mayıs 2025) Link: https://aposto.com/s/bir-sehrin-aliskanlik-zincirleri-kirilirken-kapanan-kitapcilar **3- Açlık çoğunluktadır: Yoksulluğa çare bulmadan obezite sorunu çözülür mü?** (24 Mayıs 2025) Link: https://aposto.com/s/aclik-cogunluktadir-yoksulluga-care-bulmadan-obezite-sorunu **4- PKK silah bıraktı: Süreç nasıl başladı, sırada hangi adım var?** (13 Mayıs 2025) Link: https://aposto.com/s/pkk-silah-birakti-surec-nasil-basladi-sirada-hangi-adim-var **5- Sosyal medya platformları erişim engeli kararlarını uygulamaya mecbur mu?** (9 Mayıs 2025) Link: https://aposto.com/s/sosyal-medya-erisim-engeli-kararlarini-uygulamaya-mecbur **6- Kayıtsız işçilerin yurdu Unkapanı'ndan abluka altında meydanlara: İstanbul'dan 1 Mayıs manzaraları** (1 Mayıs 2025) Link: https://aposto.com/s/kayitsiz-iscilerin-yurdu-unkapanindan-abluka-altinda-meydanlara **7-Aradığınız Deprem Fonu'na ulaşılamıyor: 26 yılda toplanan 40,1 milyar dolar nereye gitti?** (24 Nisan 2025) Link: https://aposto.com/s/aradiginiz-deprem-fonuna-ulasilamiyor-26-yilda-toplanan-401 **8-Kanal İstanbul'a neden karşı çıkılıyor?** (22 Nisan 2025) Link: https://aposto.com/s/kanal-istanbula-neden-karsi-cikiliyor **9- Geleceği beklerken: Liseliler neden isyan ediyor?** (20 Nisan 2025) Link: https://aposto.com/s/gelecegi-beklerken-liseliler-neden-isyan-ediyor **10- Öğrencilerin omuzlarında bir hayat: 'Proje okulu' uygulaması Mustafa öğretmenin kalbini nasıl yordu?** (17 Nisan 2025) Link: https://aposto.com/s/ogrencilerin-omuzlarinda-bir-hayat-proje-okulu-uygulamasi
Scrolli	**1- Dijital medyanın yeni değeri: Derinlik** (1 Haziran 2025) Link: https://www.scrolli.co/gundem/dijital-medyanin-yeni-degeri-derinlik **2- Protestoların diğer yüzü: Öğrenci yoksulluğu** Link: https://www.scrolli.co/hikaye/protestolarin-diger-yuzu-ogrenci-yoksullugu **3- İmamoğlu'ndan öte: Gençler neden protestoların ön safında?** Link: https://www.scrolli.co/hikaye/imamoglundan-ote-gencler-neden-protestolarin-on-safinda **4- İstanbul'daki geniş toplanma alanları nasıl rantın gölgesinde kaldı?** Link: https://www.scrolli.co/hikaye/istanbuldaki-genis-toplanma-alanlari-nasil-rantin-golgesinde-kaldi **5- Trump'ın gölgesi İmamoğlu krizine ve Orta Doğu'ya nasıl yansıdı?** Link: https://www.scrolli.co/hikaye/trumpin-golgesi-imamoglu-krizine-ve-orta-doguya-nasil-yansidi **6-Eurovision 2025: Sahne ötesinde neler yaşandı?** Link: https://www.scrolli.co/hikaye/eurovision-2025-sahne-otesinde-neler-yasandi **7- Depremde iletişim krizi: "Toplumun haberleşme hakkı dört şirketin elinde"** Link: https://www.scrolli.co/hikaye/depremde-iletisim-krizi-toplumun-haberlesme-hakki-dort-sirketin-elinde **8- ABD'siz Avrupa savunması: Hazırlanan maliyet raporunda neler var?** Link: https://www.scrolli.co/hikaye/abdsiz-avrupa-savunmasi-hazirlanan-maliyet-raporunda-neler-var **9-Jeo-ekonomi: Türkiye'nin gerçek bekâ meselesi** Link: https://www.scrolli.co/hikaye/jeo-ekonomi-turkiyenin-gercek-beka-meselesi **10- Yeni paradigmaya yolculuk: Canavarlar zamanı neye dönüşür?** Link: https://www.scrolli.co/hikaye/yeni-paradigmaya-yolculuk-canavarlar-zamani-neye-donusur

Fayn	**1- ‘‘Annem bir ekmek, bir gazete istiyor bakkal amca’’** (1 Haziran 2025) Link: https://www.fayn.press/annem-bir-ekmek-bir-gazete-istiyor-bakkal-amca-2/ **2- Bahçeli’nin süper komisyonu: Barış için 'yol haritası' alana 'yeni anayasa' yanında** (29 Mayıs 2025) Link: https://www.fayn.press/bahcelinin-super-komisyonu/ **3- İBB operasyonu: Süreç ne aşamada, kimler tutuklu, tartışma konuları neler?** (29 Mayıs 2025) Link: https://www.fayn.press/ibb-operasyonu-surec-ne-asamada-kimler-tutuklu/ **4- Dr. Şeref Oğuz: “Türkiye bir iktisadi kurtuluş savaşının eşiğine gelmiş durumda”** (26 Mayıs 2025) Link: https://www.fayn.press/dr-seref-oguz-turkiye-bir-iktisadi-kurtulus-savasinin-esigine-gelmis-durumda/ **5- Türkiye’de nükleer enerji (ya da nükleer risk) için geri sayım** (21 Mayıs 2025) Link:https://www.fayn.press/turkiyede-nukleer-enerji-ya-da-nukleer-risk-icin-geri-sayim/ **6- Türkiye’de sanal kumarın kara ağı** (12 Mayıs 2025) Link: https://www.fayn.press/turkiyede-sanal-kumarin-kara-agi/ **7- İBB operasyonlarında ikinci dalga: Bilmeniz gereken her şey** (2 Mayıs 2025) Link: https://www.fayn.press/ibb-operasyonlarinda-ikinci-dalga-bilmeniz-gereken-her-sey/ **8- Övünün büyükler: 600 bini aşkın çocuk eğitim dışında** (24 Nisan 2025) Link: https://www.fayn.press/ovunun-buyukler-600-bini-askin-cocuk-egitim-disinda/ **9- Sahte içki krizi: Sistem nasıl öldürüyor?** (10 Nisan 2025) Link: https://www.fayn.press/sahte-icki-krizi-sistem-nasil-olduruyor/ **10- Dünya dünya olalı, ekonomisi böyle gümrük görmedi** (10 Nisan 2025) Link: https://www.fayn.press/dunya-dunya-olali-ekonomisi-boyle-gumruk-gormedi/
Vesaire	**1- Proleter semptom** (29 Mayıs 2025) Link: https://vesaire.press/proleter-semptom/ **2- Sosyal medya artık “sosyal” değil** (17 Mayıs 2025) Link: https://vesaire.press/sosyal-medya-artik-sosyal-degil/ **3- Kültürel hegemonya ve karşı bellek meselesi** (8 Mayıs 2025) Link: https://vesaire.press/kulturel-hegemonya-ve-karsi-bellek-meselesi/ **4- “Bizimkiler böyle ölür”** (6 Mayıs 2025) Link: https://vesaire.press/bizimkiler-boyle-olur/ **5- Bir sevme biçiminin anatomisi: Ursula K. Le Guin’i neden ve nasıl seviyoruz?** (3 Mayıs 2025) Link: https://vesaire.press/bir-sevme-biciminin-anatomisi-ursula-k-le-guini-neden-ve-nasil-seviyoruz/ **6- Üniversite öğrencileri: “Ne icazet bekleriz ne yasak tanırız”** (28 Nisan 2025) Link: https://vesaire.press/universite-ogrencileri-ne-icazet-bekleriz-ne-yasak-taniriz/ **7-Liderler mi çılgın, yoksa kapitalizm mi?** (28 Nisan 2025) Link: https://vesaire.press/liderler-mi-cilgin-yoksa-kapitalizm-mi/ **8-Her park bir sığınaktır** (26 Nisan 2025) Link: https://vesaire.press/her-park-bir-siginaktir/ **9-Kimin kamusu, kimin mekânı?** (12 Nisan 2025) Link: https://vesaire.press/kimin-kamusu-kimin-mekani/ **10-Boykot! Ama neyi ve nasıl?** (11 Nisan 2025) Link: https://vesaire.press/boykot-ama-neyi-ve-nasil/
Mind Vorteks	**1- Akaryakıt ve Kan | Kadayıfçıoğlu'nun hikayesi** (1 Haziran 2025) Link: https://www.youtube.com/watch?v=vgxcdfk-SCQ&rco=1&ab_channel=MindVorteks2 **2- Gazi | Barajdan çıkan cinayetler** (29 Mayıs 2025) Link: https://www.youtube.com/watch?v=d6baYnvR-TI&ab_channel=MindVorteks2 **3- Narin Güran | Katil kim?** (28 Mayıs 2025) Link: https://www.youtube.com/watch?v=LAe1zoOdF1c&t=2s&ab_channel=MindVorteks **4- Gerger'den Lyon'a | Halil Ay** (17 Şubat 2025) Link: https://www.youtube.com/watch?v=no-etXD49nE&ab_channel=MindVorteks

	5- Bir Yıldızın Kayışı | Sansar Salvo (1 Şubat 2025) Link: https://www.youtube.com/watch?v=nH-GAKfsZzQ&t=2s&ab_channel=MindVorteks **6- Sigarayı bıraktırdım | Sarallar ve Şahinler** (25 Ocak 2025) Link: https://www.youtube.com/watch?v=3YBkE1FgyNc&t=1s&ab_channel=MindVorteks **7- Yaşarsan görürsün | Barış Boyun ve FYK** (6 Ocak 2025) Link: https://www.youtube.com/watch?v=dhoHaC281j8&t=33s&ab_channel=MindVorteks **8- Alparslan Arslan | Beyinsel problemlerim var** (18 Aralık 2024) Link: https://www.youtube.com/watch?v=tG4oNubFDyg&ab_channel=MindVorteks **9- 01 Adana | Baygaralar** (8 Aralık 2024) Link: https://www.youtube.com/watch?v=nm46-PlS4SE&t=302s&ab_channel=MindVorteks **10- Fabrikayı havaya uçuracağım | Barış Boyun ve Sarallar** (14 Kasım 2024) Link: https://www.youtube.com/watch?v=sXKqABmSV4s&ab_channel=MindVorteks
SLOT	**1- Ebo: Kendini İçerik Yapmak I Belgesel** (11 Mayıs 2025) Link: https://www.youtube.com/watch?v=iIrtms8EVUU&t=1668s&ab_channel=SLOTmedia **2- Metin Cihan: Herkes Bilsin İstedim | Belgesel** (24 Kasım 2025) Link: https://www.youtube.com/watch?v=_6znesM9NCI&t=10s&ab_channel=SLOTmedia **3- Röportaj Adam Mahsun Karaca, ünlü olma hikayesini anlatıyor** (3 Kasım 2025) L link: https://www.youtube.com/watch?v=gCBOBGwVsKA&ab_channel=SLOTmedia **4- Şair Muhtar: Ben Neden Fakirim | Belgesel** (12 Mayıs 2024) Link: https://www.youtube.com/watch?v=hOMpBQdnzpk&ab_channel=SLOTmedia **5- 93 Yazı: Michael Jackson'dan Metallica'ya Efsanevi Stadyum Konserleri | Belgesel** (24 Mart 2024) Link: https://www.youtube.com/watch?v=6K1Y0D-CL8s&t=236s&ab_channel=SLOTmedia **6- Misafir | Eypio | Belgesel** (17 Mart 2024) Link: https://www.youtube.com/watch?v=j_HRZdjPRbY&ab_channel=SLOTmedia **7- Beton Devri: 85 Milyar Dolar Nerede | Belgesel** (14 Ocak 2024) Link: https://www.youtube.com/watch?v=AwClNPtJ5Gs&t=64s&ab_channel=SLOTmedia **8- Sarı Taksi | Belgesel** (7 Ocak 2024) Link: https://www.youtube.com/watch?v=UFSTj9Zj41s&ab_channel=SLOTmedia **9- Göz Göre Göre | AFAD | Bölüm 5** (1 Ekim 2023) Link: https://www.youtube.com/watch?v=EzhRZL87ooo&ab_channel=SLOTmedia **10- Ozan Bingöl: "Bu ülke zenginlere cennet, fakirlere cehennem"** (24 Eylül 2023) Link: https://www.youtube.com/watch?v=QS05R0hKPgg&ab_channel=SLOTmedia
Doğruluk Payı	**1-Kayıp Kıtalar, İleri Medeniyetler: Komplo Anlatılarında Yer Teması** (30 Mayıs 2025) Link: https://www.dogrulukpayi.com/bulten/kayip-kitalar-ileri-medeniyetler-komplo-anlatilarinda-yer-temasi **2-Özerklik TRT'ye Ne Kadar Uğradı?** (30 Mayıs 2025) Link: https://www.dogrulukpayi.com/zaman-tuneli/ozerklik-trt-ye-ne-kadar-ugradi **3- Hindistan-Pakistan Çatışmasının Tarihsel Kökenleri** (29 Mayıs 2025) Link: https://www.dogrulukpayi.com/zaman-tuneli/hindistan-pakistan-catismasinin-tarihsel-kokenleri **4-Görüntüler Hacı Adaylarını Taşıyan Moritanya Uçağının Düştüğünü mü Gösteriyor?** (29 Mayıs 2025) Link: https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/goruntuler-haci-adaylarini-tasiyan-moritanya-ucaginin-dustugunu-mu-gosteriyor **5-Diploma Var, İş Yok: Üniversite Mezunları Ne Kadar Sürede İş Buluyor?** (29 Mayıs 2025) Link: https://www.dogrulukpayi.com/bulten/yuksekogretimde-hangi-bolum-ve-alanlar-en-cok-istihdam-ediliyor

	6- Tuvalette Akıllı Telefon Kullananlarda Hemoroid Oluşumunun %46 Oranında Arttığı İddiası Doğru mu? (28 Mayıs 2025) Link: https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/tuvalette-akilli-telefon-kullananlarda-hemoroid-olusumunun-46-oraninda-arttigi-iddiasi-dogru-mu **7- Video ABD'de Yaratılan Yeni Bir Tür Hayvanı mı Gösteriyor?** (27 Mayıs 2025) Link: https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/video-abd-de-yaratilan-yeni-bir-tur-hayvani-mi-gosteriyor **8-Video PKK'nın Silah Bırakmasının Ardından Kandil Dağı'ndan İnen Teröristleri mi Gösteriyor?** (26 Mayıs 2025) Link: https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/video-pkk-nin-silah-birakmasinin-ardindan-kandil-dagi-ndan-inen-teroristleri-mi-gosteriyor **9-TFF'nin 25 Yaş Kararı: Gençler Futbolcu Bile Olamıyor** (23 Mayıs 2025) Link: https://www.dogrulukpayi.com/bulten/tff-nin-25-yas-karari-gencler-futbolcu-bile-olamiyor **10-Galatasaraylı Taraftarların Üzerine Araba Sürüldüğünü Gösteren Video Güncel mi?** (23 Mayıs 2025) Link: https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/galatasarayli-taraftarlarin-uzerine-araba-surulduguna-gosteren-video-guncel-mi
Metin CİHAN	**1- İsrail ile yapılan ticaret (1)** (27 Mayıs 2025) Link: https://x.com/metincih/status/1927275203136049194 **2- İsrail ile yapılan ticaret (2)** (22 Mayıs 2025) Link: https://x.com/metincih/status/1925505014094594441 **3- Emniyet şeridini kullanan araç kimin** (14 Mayıs 2025) Link: https://x.com/metincih/status/1922616110060298543 **4- Çakar kullanan araç kimin (1)** (30 Nisan 2025) Link: https://x.com/metincih/status/1917624676060156394 **5- Çakar kullanan araç kimin (2)** (30 Nisan 2025) Link: https://x.com/metincih/status/1917562308085309953 **6- Katar'da Kanal İstanbul haberleri** (29 Nisan 2025) Link: https://x.com/metincih/status/1917086246821585387 **7- TGRT nasıl yönetiliyor (1)** (28 Nisan 2025) Link: https://x.com/metincih/status/1916733427031707985 **8- TGRT nasıl yönetiliyor (2)** (26 Nisan 2025) Link: https://x.com/metincih/status/1916210371469447228 **9- İsrail ile yapılan ticaret (3)** (24 Nisan 2025) Link: https://x.com/metincih/status/1914956081614237902 **10- Ticaret Bakanı Bolat'ın aldığı ürün, İsrail destekçisi şirkete ait çıktı** (2 Nisan 2025) Link: https://x.com/metincih/status/1907406790200893499
Ezgi TOPRAK (Teyit)	**1-Tekstilde geri dönüşüm: Çözüm olarak sunulan, yeni bir sorun mu?** (23 Aralık 2024) Link: https://teyit.org/dosya/tekstilde-geri-donusum-cozum-olarak-sunulan-yeni-bir-sorun-mu **2- İstanbul Havalimanı'ndaki Ali Kuşçu Camisi'nde ibadet etmek ücretli mi?** (17 Aralık 2024) Link: https://teyit.org/analiz/istanbul-havalimanindaki-ali-kuscu-camisinde-ibadet-etmek-ucretli-mi **3- Gazeteciler için yapay zekâyı verimli kullanma rehberi** (23 Kasım 2024) Link: https://teyit.org/teyitpedia/gazeteciler-icin-yapay-zekayi-verimli-kullanma-rehberi#yapay-zeka-bazi-zorluklar-yaratabilir **4- TCK'da yeni bir suç tanımı: Etki Ajanlığı Yasası'yla ne öngörülüyor?** (13 Kasım 2024) Link: https://teyit.org/dosya/tckda-yeni-bir-suc-tanimi-etki-ajanligi-yasasiyla-ne-ongoruluyor **5-Genel görüşme yerine araştırma komisyonu: Yenidoğan çetesiyle ilgili mecliste alınan karar ne anlama geliyor?** (24 Ekim 2024) Link: https://teyit.org/dosya/genel-gorusme-yerine-arastirma-komisyonu-yenidogan-cetesiyle-ilgili-mecliste-alinan-karar-ne-anlama-geliyor **6- Büyüteç: "Yenidoğan çetesi" üyelerinden Fırat Sarı'nın cezası 2003'te nasıl affedildi?** (22 Ekim 2024) Link: https://teyit.org/dosya/buyutec-yenidogan-cetesi-uyelerinden-firat-sarinin-cezasi-2003te-nasil-affedildi

	7- Türkiye'de yeniden Şimşek dönemi: Vergilendiniz (29 Ağustos 2024) Link: https://teyit.org/dosya/turkiyede-yeniden-simsek-donemi-vergilendiniz **8- Yusuf Dikeç'in paylaşımına Elon Musk'ın resmi hesabından mı yanıt verildi?** (26 Ağustos 2024) Link: https://teyit.org/analiz/yusuf-dikecin-paylasimina-elon-muskin-resmi-hesabindan-mi-yanit-verildi **9- Neden her şeye dezenformasyon demekten vazgeçmeliyiz?** (23 Ağustos 2024) Link: https://teyit.org/teyitpedia/neden-her-seye-dezenformasyon-demekten-vazgecmeliyiz- **10- Helikopterin üzerine zıplayan kişiyi gösteren video gerçek mi?** (23 Ağustos 2024) Link: https://teyit.org/analiz/helikopterin-uzerine-ziplayan-kisiyi-gosteren-video-gercek-mi
Simge AKKAŞ (Doğruluk Payı ve Teyit)	**1- Koşuculardan hızlı koşan kameraman videosu gerçek mi?** (24 Mayıs 2024) Link: https://teyit.org/analiz/kosuculardan-hizli-kosan-kameraman-videosu-gercek-mi **2- İnsana benzer ellere sahip goril fotoğrafları gerçek mi?** (16 Mayıs 2024) Link: https://teyit.org/analiz/insana-benzer-ellere-sahip-goril-fotograflari-gercek-mi **3- Görsel CHP'nin yaptırdığı heykelleri mi gösteriyor?** (4 Nisan 2024) Link: https://teyit.org/analiz/gorsel-chpnin-yaptirdigi-heykelleri-mi-gosteriyor **4-Greta Thunberg "Lütfen Vegan El Bombası Kullanın." Dedi mi? (**14 Kasım 2023) Link: https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/greta-thunberg-lutfen-vegan-el-bombasi-kullanin-dedi-mi **5-Video Dilan Polat ve Engin Polat'ın Evinde Bulunan Paraları mı Gösteriyor?** (7 Kasım 2023) Link: https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/video-dilan-polat-ve-engin-polat-in-evinde-bulunan-paralari-mi-gosteriyor **6-Osmanlı'da Okuma-Yazma Oranının %66 Olduğunu Gösteren Tablo Doğru mu?** (1 Kasım 2023) Link: https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/osmanli-da-okuma-yazma-oraninin-66-oldugunu-gosteren-tablo-dogru-mu **7-Joe Biden'ın Hz. Muhammed'den Alıntı Yaptığı Konuşma Güncel mi?** (1 Kasım 2023) Link: https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/joe-biden-in-hz-muhammed-den-alinti-yaptigi-konusma-guncel-mi **8-Cumhuriyetin Kuruluş Dönemine Dair 7 Yanlış Bilgi** (31 Ekim 2023) Link: https://www.dogrulukpayi.com/liste/cumhuriyetin-kurulus-donemine-dair-7-yanlis-bilgi **9-Muasır Medeniyetler Seviyesinde Neredeyiz?** (27 Ekim 2023) Link: https://www.dogrulukpayi.com/bulten/muasir-medeniyetler-seviyesinde-miyiz **10-Cumhuriyetin 100 Yılı: Toplumsal Dönüşüm ve Eğitim** (27 Ekim 2023) Link: https://www.dogrulukpayi.com/bulten/cumhuriyetin-100-yili-toplumsal-donusum-ve-egitim

ÖZGEÇMİŞ

Turancan ŞİRVANLI, İlk/ortaokul ve lise öğrenimini Ankara'da tamamladı. 2017 yılında Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın ve Yayın Bölümü'nden mezun oldu. 2014 ile 2015 yılları arasında öğrenci değişim programı çerçevesinde Polonya'da University of Warsaw, Faculty of Journalism'de eğitim gördü. 2020 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basın ve Yayın Anabilim Dalı'nda yüksek lisansını tamamladı. 2019 yılından bu yana Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaktadır. Alternatif medya, dijital gazetecilik ve medya sosyolojisi alanlarında çalışmalarını sürdürmektedir.