

# YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ VE YENİ MEDYA

@ROMANMEDYA

DOÇ. DR. EYLEM YANARDAĞOĞLU  
YENİ MEDYA BÖLÜMÜ

@EYLEMYANARDAG

25 ARALIK 2016

- Yurttaş gazeteciliği nedir?
- Anaakım gazeteciliğinden farkları
- Yeni medya nedir?
- Yeni medya araçlarını Roman toplumunun sesini duyurmak için nasıl kullanırız?



**Medya—**  
çok sayıda  
insana  
mesajları  
taşıyan  
teknoloji

# KİTLE İLETİŞİMİ NEDİR?

- Kitle iletişimi—kitle medyası ile izleyicileri/okuyucuları arasında ortak anlam yaratma mekanizmasıdır.
- Geribildirim- geç oluşur
- İletim (transmission) modeli olarak bilinen bu model 20. yüzyıl medya ekolojisini tanımlar.

## 20. YÜZYIL

- 20. yy kitle iletişim araçlarının “birden çoka giden mimarisi” (TV radyo) = “söylev” tarzı iletişim.

## 21. YÜZYIL

- 21. yy Yeni medya ekolojisi-  
«yakınsama»,  
«içten/candan, etkileşim»  
«paylaşım»  
«birlikte üretim».

# YENİ MEDYANIN ANA ÖZELLİKLERİ

- Yeni medya; medya kullanımı, dağıtımı ve üretiminden bir dizi değişikliğe işaret ediyor.
  - **Dijital**
  - **Etkileşimli/interaktif**
  - **Hipertexte dayalı (non-linear)**
  - **Sanal**
  - **Ağa bağlı (Internet, sosyal ağlar)**
  - Yeni medya kitle iletişim araçlarından farkı “konuşmaya/söyleyişie bağlı etkileşim” kapasitesinin bulunmasıdır., (Sprurgeon2007:8)

# INTERNETİN GAZETECİLİĞE GETİRDİĞİ YENİLİKLER

- Gazete ve haber üretme ve dağıtma pratiklerinin internet ile dönüşümü
- Haber kaynaklarının dönüşümü
- Haberi üreten kitlenin dönüşümü
- Haber üreten pratiklerinin dönüşümü
- Haberi yayma pratiklerinin dönüşümü
- Haberi tüketme/okuma pratiklerinin dönüşümü
- Haber ekonomisinin dönüşümü



# ALTERNATIF MEDYAYA KAVRAMSAL YAKLAŞIMLAR

- Yaklaşım I
  - Bir topluluğa/cemaate hizmet etmek
  - Medyaya katılım
  - Medya yoluyla katılım
- Yaklaşım II:
  - Ana akıma alternatif



# ALTERNATIF MEDYAYA KAVRAMSAL YAKLAŞIMLAR

- Yaklaşım III:
- Sivil Topluma bağlantılı alternatif medya
- Yaklaşım IV:
- Rhizome (kök sap) olarak Alternatif Medya

\*Kimlerin alternatif medyaya ihtiyacı var?

Alternatif medya sitesi mevcut medya düzeninde eleştirel /bağımsız olmayı nasıl başarabilir?

# YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ

- Yurttaş gazeteciliği çoğunlukla gazetecilik eğitimi almamış ve gazetecilikten para kazanmayan "gazetecilerin" İnternet üzerindeki web-tabanlı gazetecilik faaliyetleridir.Sınırları hâlâ tam anlamıyla çizilmemiştir (Kim ve Lowrey, 2015, s.300).





## YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ İKİ FORMDAN OLUŞUR

Birincisi "profesyonel gazeteci olmayan yurttaşların" özellikle geleneksel medyada basılan içeriğe katkı yaptıklarında görülen türüdür.

Bu tür gazetecilik pratiğine 2000 senesinde ortaya çıkan *Oh My News* isimli site en iyi bir örnek olarak gösterilmektedir .

2000'li yılların ortasından sonra Tsunami, Londra Bombalı saldırı- CNNi, BBC UGC masaları, Oh My News ( her yurttaş bir gazetecidir)

- İkinci türü, "yurttaşlar gazeteci rolünü takındıklarında" yani bloglar, topluluk web siteleri veya başka türlü yayınlar çıkardıklarında oluşur.



# YURTTAŞ GAZETECİLİĞİN F1RSAT VE R1SKLERİ?

- Gazetecilerin ulaşamadığı noktalardan haber akışı
- Aşağıdan yukarıya örgütlenen habercilik
- Çeşitli bakış açılarının sunulabilmesi imkanı
- Katılımcı demokrasi
- Doğrulanmamış bilgi bombardımanı
- Etik kuralların hiçe sayılması

# Alternatif medya örnekleri

Bianet

T24.com

Özgür

Gündem

Evrensel

Jiyan.org

Birgün

Çapul TV

140journos

Eksisozluk

Açık Radyo

Fanzinler

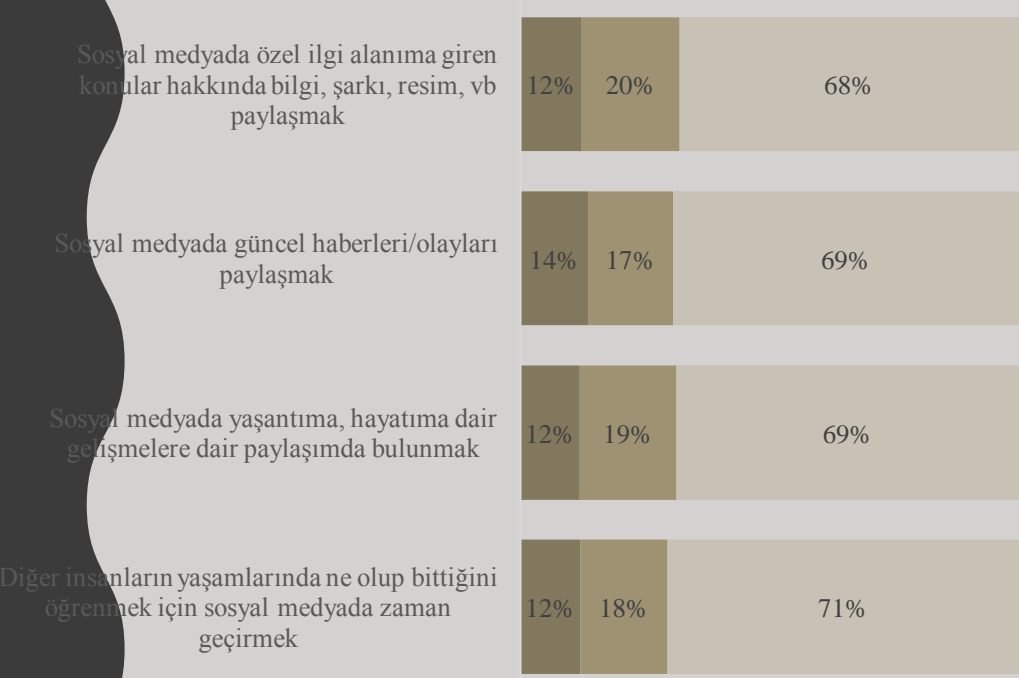


## TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMI (TUIK 2015)

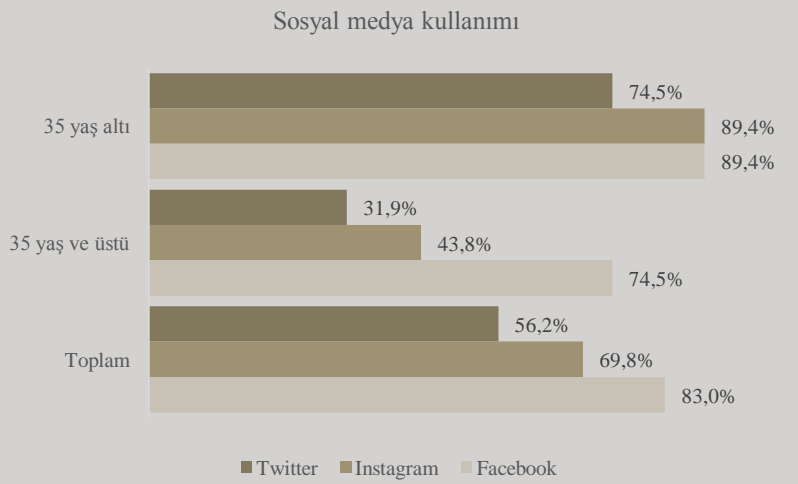
- Türkiye genelinde İnternet erişim imkanına sahip hanelerin oranı 2015 yılı Nisan ayında %69,5 oldu.
- Bilgisayar ve internet kullanım oranları 2015 yılı Nisan ayında 16-74 yaş grubundaki bireylerde sırasıyla %54,8 ve %55,9 oldu. Bu oranlar erkeklerde %64 ve %65,8 iken, kadınlarda %45,6 ve %46,1'dir. Bilgisayar ve internet kullanım oranları, 2014 yılında %53,5 ve %53,8'di.
- (<http://webrazzi.com/2015/08/19/15-maddede-turkiyenin-bilisim-teknolojileri-kullanim-aliskanliklari/> )

## Herkes sosyal medyada. Öne çıkan sosyal medya kullanımı da sosyalleşme hedefli.

■ Hiç ■ Yakın geçmişte ■ Son 1 hafta içinde



*Herkes Sosyal medyada. Facebook tüm yaş gruplarında kullanılıyor. Twitter ve Instagram’da gençler daha yoğun.*





# SOSYAL MEDYA SOSYAL SERMAYEYE DAYALIDIR

- Sosyal medya araçları ortak ilgi alanları ve ilişkilerle birbirine bağlanmış kişi ve grupları anlatıyor.
- Sosyal ağ , hem kurumunuz hem sizin için hem çevrimiçi hem de çevrimdışıdır.
- Sosyal ağların temel unsurlarını kavramakla kampanyalarınızda bunları etkin biçimde kullanabilirsiniz.



- Sosyal ağlar çeşitli
- Tek bir platform herkese aynı şekilde uymayabilir (One size does not fit all)
- Hedeflerinize sizi götürmeyecek sosyal medya ile vakit kaybetmeyin
- Hangisi size ve hitap ettiğiniz kitleye daha uygun?
  
- Amaçlarınız
- Hedef kitleniz
- Paydaşlarınız
- Sosyal ağlarınız



# YENİ MEDYA VE YENİ HİKAYE ANLATICILIĞI ARAÇLARI

- GIF
- Haritalar
- Testler
- StoryMap
- 360 Fotoğraf/Video
- Infografik

## TEŐEKKÜRLER

- [eylemy@khas.edu.tr](mailto:eylemy@khas.edu.tr)