

“GELENEKSEL MEDYADAN YENİ MEDYAYA GEÇİŞ SÜRECİNDE DEĞİŞEN GAZETECİLİK ‘YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ’: KUŞAKLAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA”¹

Emel DEMİR ASKEROĞLU²

Selva ERSÖZ KARAKULAKOĞLU³

ÖZ

Geçmişten günümüze teknolojik gelişmeler ile birlikte medya da bu gelişmelerden etkilenecek değişmiştir. Özellikle dijitalleşme ile birlikte iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler medyada yaşanan değişime etki etmiştir. Bu değişim ile birlikte geleneksel medya uygulamaları yerini yeni medya uygulamalarına bırakmıştır. Yeni medya teknolojilerinin bireylere sunduğu imkanlar doğrultusunda yeni bir anlayış ile birlikte yurttaş gazeteciliği yaklaşımının hızla yayıldığı görülmektedir. Teknoloji ile yetişen ya da teknolojiyi yaşamının ileriki yıllarında kullanmaya başlayan bireyler, yeni medyanın sağladığı tüm imkanlardan faydalanma fırsatı yakalamıştır. Bu çalışmada gelişen teknoloji ile birlikte değişen habercilik yaklaşımı olarak yurttaş gazeteciliğinin kuşaklar üzerindeki yansımaları ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte yeni medya teknolojilerini kullanan bireylerin kuşaklara göre ayrıştırılarak yurttaş gazeteciliği yaklaşımından ne derece etkilendiğini ve bu yaklaşımın kuşaklara yansımalarını ortaya koymaktır. Bu çalışmanın araştırması internet kullanıcıları arasından seçilen 405 kişilik X, Y ve Z kuşaklarını temsil eden kişiler ile gerçekleştirilen anket çalışmasıdır. Anket çalışmasının sonuçları Mann Whitney ve Kruskal Wallis yöntemleriyle analiz edilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler ile kuşaklar arasında yurttaş gazeteciliği ile ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Yurttaş Gazeteciliği, Kuşaklar

CITIZEN JOURNALISM AS A CHANGING JOURNALISTIC APPROACH WITH THE TRANSITION FROM TRADITIONAL TO NEW MEDIA: A RESEARCH ON GENERATIONS

ABSTRACT

There have also been changes in the media, which have been affected by technological developments on a daily basis. With this change, traditional media practices have left their place to new media practices. In this research, the citizen journalism that has been encountered with contemporary people are handled and the reflections of digital culture on the citizen journalism is discussed. The aim of the study is to show how the individuals who use new media technologies with the development of communication technologies are affected by citizen journalism approach by separating them according to generations and reflect this approach to generations. The research of this

¹ Bu çalışma Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı’nda Doç.Dr. Selva Ersöz Danışmanlığında Hazırlanan ‘Dijitalleşme Sürecinde Dönüşen Kültür ve Yaşam Tarzları: Kuşaklar Üzerine Bir Tipoloji Araştırması’ isimli Doktora Tezinden özetlenmiştir.

²Dr. Öğretim Görevlisi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, edemir@nku.edu.tr ORCID ID: 0000-0003-3953-5734

³Doç.Dr., İstanbul Şehir Üniversitesi, selvaersoz@sehir.edu.tr ORCID ID: 0000-0001-7650-2144

study is a survey conducted with people representing X, Y, and Z generations of 405 people selected from internet users. The responses of this survey study were analyzed by Mann Whitney and Kruskal Wallis methods. As a result of the data obtained in the study, the relationship between the generations was tried to be revealed with citizen journalism.

Keywords: New Media, Citizen Journalism, Generations

GİRİŞ

Hızla gelişen iletişim teknolojilerinden biri olan yeni medya birçok açıdan insanları etkisi altına almaktadır. Günlük yaşamda yaygın bir biçimde kullanılan ve hayatın önemli bir iletişim aracı haline gelen yeni medya teknolojileri, habercilik yaklaşımı üzerinde de oldukça etkili olmaktadır. Gelişen teknolojiler ile birlikte yakınsama sayesinde bireyler taşınabilir haberleşme araçları kullanmaya başlamıştır. Yakınsama teknolojisi ile birlikte bir bilgisayarın yapabileceği tüm işlevleri yerine getirebilen akıllı telefonlar, tabletler sayesinde zaman ve mekan bağımlılığı olmadan internet teknolojisinden faydalanılabilmektedir. Tüm bu imkanlar bireylere etrafındaki görüntülerin fotoğraflarını çekebilme, bunu hızla yayabilme ve bunlarla ilgili yorumlar yapabilme imkanı sunmaktadır. Bu durumda bireyler televizyona ya da bir gazeteye bağlı kalmaksızın çevresinde olup bitenden haberdar olmakta dahası kendi haberlerini kendileri oluşturabilme imkanı bulabilmektedir.

Yeni medyanın, bir iletişim ortamı olarak bireylerin hayatında hızla yaygınlaşmasıyla birlikte herhangi bir konuda yazılan yazılar, yapılan yorumlar, bir anda tüm dünyaya ulaşma imkanı bulmaktadır. McLuhan’ın (2001) “Küresel Köy” olarak ifade ettiği, iletişim teknolojileri sayesinde herkesin kısa sürede herkese ve her yere ulaşabilmesinin mümkün olduğu bir ortamdan söz etmek mümkündür. Yönlendirilen mailler, paylaşılan videolar ve fotoğraflar, retweetler gibi uygulamalar sayesinde dünya bir bütün haline gelebilmektedir. Tüm bu gelişmeler ile birlikte değişen bireyler ve onların yaşam biçimleri geleneksel medyanın dönüşmesine ve yeni medyanın habercilik için yeni bir mecra haline gelmesine olanak sağlamaktadır.

Bu çalışmada bireylerin hayatında önemli bir öneme sahip olan yeni medya teknolojilerinin gazetecilik anlayışı üzerindeki yansıması ve bunun kuşaklar üzerindeki etkisi ele alınmaktadır. Yeni medya kavramı ele alındıktan sonra yurttaş gazeteciliği ve yeni medya konuları, ardından kuşaklar konusu ortaya konulmaktadır.

Son olarak da araştırma yer almaktadır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre birey tipolojisi oluşturularak, yeni medyada yurttaş gazeteciliğin kuşaklara göre yansımaları elde edilmiştir.

1. Yeni Medyaya Genel Bakış

1969 yılında ABD Hükümeti tarafından, Advanced Research Projects Agency (ARPA) bünyesindeki araştırma merkezlerini ülke çapında büyük bir bilgisayar ağı ile birleştirmek amacıyla başlatılan proje internetin temelini oluşturmaktadır. 1995 yılında ise servis sağlayıcı olarak çok sayıda ticari işletmenin internet dünyasına katılmasıyla birlikte hayatımızda internet çağı başlamış oldu (İnan, 2010: 124).

İnternetin en iyi bilinen kullanımı World Wide Web’dir (www). Ağ küresel bir multimedya kütüphanesi gibidir. 1992’de İsviçre’de bir fizik laboratuvarında bir yazılım mühendisi tarafından icat edilmiştir; tüm dünyada yaygın hale gelen yazılım ise Illinois Üniversitesi’nde okuyan bir lisans öğrencisi tarafından yazılmıştır. Kullanıcılar ağda, bireylerin bilgi aramalarını, belirli bir siteye girmelerini, daha sonra başvurmak üzere bu sayfaları işaretleyebilmelerini sağlayan yazılım programı olan internet tarayıcısı yardımıyla dolaşmaktadır. Bu ağ ile hükümetin siyasi belgelerinden, virüsten korunma programlarına ve bilgisayar oyunlarına kadar değişen çeşitlilikte belge ve programın indirilmesi mümkündür. Web siteleri karmaşık grafikler ve resimlerle donatılmış, görüntü ve ses dosyaları taşımaktadır. Ağ iş anlaşmalarının çevrimiçi yürütüldüğü e-ticaret siteleri için bir arayüz oluşturmaktadır (Giddens, 2012: 641).

Türkiye’de fiziksel olarak ilk internet bağlantısı, TÜBİTAK-ODTÜ’nün ortak çalışmaları sonucunda 23 Ekim 1992’de Hollanda’nın NIKHEF Araştırma Merkezi ile ODTÜ arasında X.25 kullanılarak yapılmıştır. 5 Nisan 1993’de 64 Kbit’lik ODTÜ-NSF hattının hazır olmasının hemen ardından; internet, 21 Nisan 1993’te Türkiye’nin genel kullanımına sunulmuştur (Kul, 2009: 96). Önceleri kurumsal olarak kullanıma başlayan internet, çok kısa bir sürede gerekli alt yapılar oluşturularak hanelerin kullanımına da açılarak, bireysel kullanım yaygınlaşmıştır. Teknolojik yapıların geliştirilmesi ile birlikte kablosuz kullanım imkanı da sağlanarak, önemli gelişmeler katedilmiştir.

İnternetin gelişim aşamasından sonra ise yeni medyanın yaşamımızda yer alma sürecine değinmek ve internetin günümüzdeki kullanımını bakımından ayrıntılı olarak ele alınması gerekmektedir.

Günümüzde kullanılan yeni iletişim ortamlarının tümüne yeni medya denilmektedir. Açıklanması oldukça zor bir ortam olarak karşımıza çıkan yeni medya, karşımıza ilk kez 1970'lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya konulmuş bir kavramdır. Ancak o yıllardaki anlamı 90'lı yıllarda dönüşüme uğrayarak daha da önemli hale gelerek bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve bugünkü haline ulaşmıştır. Sınırları tam olarak belirgin olmayan bir yapıda olan yeni medyaya rastgele erişim sağlamak mümkündür. Bu da bize istediğimiz veriye istediğimiz zaman ulaşma imkanı tanımaktadır. Kullanıcılarına çoklu ortam imkanı tayan yeni medya, metin, görüntü, hareketli görüntü ve ses gibi özellikleri de bir arada sunmaktadır (Dilmen, 2007:113).

Yeni medyaya yönelik bir başka yaklaşım ise internetin yeni medya olarak karşılık bulmasıdır (Gans, 2005: 39). Yeni medya, gelişen bilgisayar ve internet teknolojilerinin etkisiyle birlikte geleneksel medyanın dijital ortama dönüştürülmesi olarak da ifade edilmektedir. Bu dijital ortam kullanıcılarına etkileşimli bir alternatif sunmaktadır (Mişçi, 2006:128). Literatürde birbirleriyle benzer birçok tanımın yer aldığı görülmekle birlikte, birden fazla isime de rastlanmaktadır. Yeni Medya kavramının yerine kullanılan en yaygın kavram olarak sosyal medya çıkmaktadır. Bu kavramı kullanan uzmanlar tanımlarına baktığımızda yeni medya ve sosyal medya kavramlarını aynı kavramlar olarak ele alındığı anlaşılmaktadır. Konuya açıklık getirmek adına sosyal medya kavramını açıklayan tanıma da yer vermekte fayda vardır.

Safko ve Brake göre çevrimiçi gruplar arasında sözcüklerin, resimlerin, videoların ve sesin yaratılması ve paylaşılmasını sağlayan web tabanlı uygulamalar olarak tanımlanan etkileşime dayalı bilgi ve düşünceleri yayabilme imkanı sunan uygulamalar, faaliyetler ve davranışlar sosyal medyayı akla getirmektedir. Bize iletişim olanağı sunan sosyal medyayı on beş ayrı kategoride ele almak mümkündür. Bu kategorileri, Facebook, Myspace gibi sosyal ağlar, fotoğraf, ses ve video

paylaşımları, mikrobloglar, ne tür içerikle olursa olsun hedef kitlelerle ilişki kurmak için yararlanılan Wikipedia, slayt paylaşımları gibi web tabanlı uygulamalarla gerçekleştirilen yayıncılık, radyo gibi eğitim ve eğlendirmeye yönelik yayıncılık uygulamaları, kullanıcıların kendilerini simülatif ortamın parçası olarak hissettikleri sanal dünyalar, oyunlar, ağ günlükleri, forumlar gibi içerik üretme siteleri, Yahoo, Survey Monkey gibi neredeyse bütün kategorileri buluşturan uygulamalar, RSS, Google gibi arama motorları ile yapılan araştırmaları, mobil ortamlar, ve Ichat, Skype gibi kişiler arası iletişim ortamları olarak sınıflandırmak mümkündür (Safko ve Brake 2009’dan Akt., Peltekoğlu, 2012: 323).

Temelde medyanın yeni türlerinin ortaya çıktığı karmaşık bir iletişim platformu olan internet, saklama, değiştirme, etkileşim, yeniden üretim ve iletişim kanallarının değiştirilmesi gibi iletişim süreçlerinin çok sayıda aşamasını bir araya getirerek birleştirmektedir. Yeni medya enformasyonun toplanmasının, işlenmesinin, üretilmesinin, iletilmesinin, saklanmasının, alınmasının ve görüntülenmesinin yollarını değiştirmiştir (Pavlik, 1998: 80).

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra ilk 10 yılda büyük bilgisayarlar karmaşık matematiksel işlemleri yapmayı sağlayan hesap makineleri yada veri tabanlı işlemciler, iletişim uyduları üretilmiştir. 1960’lardan sonra daha güçlü bilgisayarlar ortaya çıkmıştır. Bu süre içinde kişisel bilgisayarlarla, bilgisayar ağları, telekomünikasyon araçları, programları ve hizmetleriyle tanışılmıştır. Tüm dünyada iş yerlerinde, okullarda, evlerde ve kamu alanlarında bunlara rastlanmaktadır. Bu, sürecin yaklaşık 2040 yılına kadar devam edeceği ifade edilebilir. Günümüzdeki devrimler, yeni medyanın özelliklerini tanımlayabilecek dijital kod, bütünleşme ve interaktif terimleriyle özetlenebilmektedir (Akar, 2010: 3-4).

Steel, yeni medyayı teknolojik tüm gelişmeler ile bağlantılı olmasından dolayı tanımlamanın zor olduğunu ifade ederken, kavramı açıklamak için ‘dijitallik’ terimini yeni medya ile ilişkilendirilebileceğini ifade etmektedir. Dijital dünyada yeni medya ile geleneksel medya karşılaştığında, değiştirme, bir araya getirme ve anlık olmak özellikleri karşımıza çıkmaktadır (akt.Akar, 2010: 6).

Manovich yeni medya kavramını açıklarken beş temel özellikten bahseder. Bu

özellikler (akt.Dilmen, 2007):

1. Sayısal temsil
2. Modülerlik
3. Otomasyon
4. Değişkenlik
5. Kod çevirimi

Sayısal temsil, ortamın kodlardan, yani matematiksel simge ve algoritmalarından oluşmaktadır. Böylece yeni ortamdaki bütün veriler sayılabilir ve programlanabilir bir hale gelerek daha tutarlı davranmaktadır. Modülerlik, yeni medyanın ortaya konuluş şekilleriyle doğrudan ilintilidir. Bir web sayfasını örnek alacak olursak, görüntüler, sesler, yazı gibi elemanlar ayrı ayrı özelliklere sahiptir. Otomasyon, yeni medyanın, kullanıcı olmadan üretebildikleri etkinlikleri simgelemektedir. Örnek olarak photoshop gibi bir sayısal görüntü düzenleme yazılımında hazır algoritmalar vasıtasıyla istenilen fotografik etkiler gösterilebilir.

Yeni medyanın gelişimini açıklamak adına özellikle Web 1.0, Web2.0 ve Web 3.0 kavramlarının gelişimini ve yeni medya açısından ne gibi gelişmeler sağladığını açıklamak gerekmektedir. İnternetin yaşantımıza girdiği ilk yıllarda kullanıcılar, web sitelerine giriş yapabilmekte ve sadece web sayfalarındaki bilgilere ulaşma imkanı bulmaktadır. Web 1.0 teknolojisiyle buradaki bilgilere müdahale etme, eklemek çıkarmak gibi değişiklikleri yapmak mümkün olmamaktadır. İnternet kullanıcılarına sadece erişim imkanı sunan bu teknoloji ile, sadece site yöneticisine müdahale izni verilmektedir. Web 1.0 teknolojisinin geliştirilmesi ile internet daha geniş kullanım imkanı tanır hale gelmektedir.

Gelişen internet teknolojileri sayesinde kullanıcıların daha okuma ve alışveriş yapmakla sınırlı internet üzerinde ki etkinliği en üst düzeye çıkmaktadır. Bu sayede teknik bilgilere gerek duymaksızın içerik oluşturmak ve bunları paylaşmak mümkün olmaktadır. İnteraktifliğe ve iletişime dayalı, bilginin hızlı ve özgürce paylaşımını mümkün kılan yeni internet konseptine “Web 2.0” adı verilmektedir. Web 2.0 ilk zamanlar sosyal ağ siteleri, bloglar ve wikileri kapsarken, daha sonraki aşamada ise web hizmetini iyileştirmek amacıyla ziyaretçilerin siteye katılımını (participation)

sağlamak ve yine aynı amaçla diğer sitelerle ve ziyaretçilerle işbirliği (collaboration) yapmasına olanak veren bir teknolojiye dönüşmektedir. Özetle Web 2.0 zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın paylaşımın, etkileşimin ve tartışma imkanına sahip bir iletişim biçimidir. En çok kullanılan uygulamalardan bazıları olarak Facebook, YouTube, MySpace, LinkedIn, Twitter, Google uygulamaları, Wikipedia, blog sayfalarını sayabiliriz. Bu uygulamalarda içeriği tamamen kullanıcı olan bireyler belirler ve bireyler birbirleri ile sürekli bu uygulamalar üzerinden etkileşim kurabilmektedirler (Erkul, 2009: 2-3).

Semantik Web olarak da isimlendirilen Web 3.0 kullanıcıyı tanıyan akıllı internet olarak tanımlanmaktadır. Bütün bilgilerin tutulduğu bir veri tabanı, arama yapan kişinin bilgilerini hafızasında tutarak, daha önce neleri araştırdığı gibi bilgileri elinde tutan bir sistem sayesinde kullanıcıya en doğru ve hızlı sonuca ulaşmasını sağlamaktadır. Bir alışveriş sitesinde yapmış olduğunuz ürün araması sonucu, ikinci kez aynı siteye girdiğinizde kaydedilen bilgiler sayesinde kullanıcının ilgi duyduğu ürünler otomatik olarak arayıcısına sunulmaktadır. Bu sayede kişilerin ilgi alanlarına uygun konuları takip etme fırsatı sunmakla beraber defalarca arama yapmak zorunda kalmadan hızlı ulaşım imkanı tanımaktadır.

Semantik web, yapay zekayı temel alan bilgi sunumu ve web teknolojilerinin ortak yaşamı olarak görölmektedir. Semantik web terimini, yapay zeka teknolojilerinin web geliştirme ve adaptasyon sürecine uyarlanması sonucunda gelişmekte olan bir alan olarak karşımıza çıkar. Semantik web teknolojisi beklenmedik bir durumda bile "doğru olanı yapan" profesyonel sistemler geliştirmemize yardımcı olur. Bu kadar uçsuz limitsiz bilgiyi barındıran dünyada, sınırlama yapan karar verme süreçlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Örneğin internette özel yeni bir servis aradığımızda ilgili olan kelimeleri sınırlandırarak bir arama yapmamız gerekecektir (Lassila ve Hendler'den akt.Gökçearsan, 2011: 4-5)

Teknolojinin hızla ilerlemesi ve bulut teknolojilerinin vermiş olduğu imkân ile televizyondan tabletlere ve hatta buzdolaplarına kadar neredeyse tüm cihazlar Web'e entegre olmuşlardır. Böylelikle Web 3.0 dönemine geçiş süreci başlamıştır. Web 3.0'ın, siteler ile sadece insanlar arasında değil, internete bağlı olan tüm cihazlar, sensörler ve servisler arasında bir etkileşimi sağlayacağı öngörülmekte, internetin bu

dönemde daha etkileşimli olacağı tahmin edilmektedir (Aksu vd., 2011: 30). Web araçlarının sunduğu imkanlar sayesinde bireyler iletişimin çözümlenmesine ilişkin yeni bir gücü ellerinde tutmaktadırlar. Web teknolojilerinin sunduğu farklı iletişim araçları sayesinde, daha etkileşimsel, daha katılımcı ve kendisine dayatılanı değil de kendi haklarını sorgulayan ve daha fazla başkaldıran bireylerden söz etmek mümkündür. Bu katılımcı kültür, ekonomiden ticarete pek çok farklı alanda kendini göstermeye başlamıştır ve gazetecilik mesleğinin de bir dönüşüm yaşamasına sebep olmuştur.

2. Değişen Gazetecilik Anlayışı Olarak Yurttaş Gazeteciliği ve Yeni Medya

Gazetenin kökleri on dördüncü yüzyıldaki, aristokrasi hakkında bilginin taşındığı "haber kağıtları" ile burjuvazinin ticari sorunlarını çözmek için kullandığı "haber mektuplarına" kadar dayanmaktadır (Tokgöz, 2003: 58).

İlk süreli gazete; bir kaynağa göre 1609'da Ausburg'da çıkan Avis Relation Oder Zeitung, başka bir kaynağa göre ise 1605'te Hollanda'da ticari bir bültenden doğduğu düşünülen Nieuwe Tijdingen'dir (Tokgöz, 2003:59).

Yurttaş gazeteciliği 90'lı yılların başında Amerika'da ortaya çıkan basın özgürlüğü, egemen medya baskısı ve hak odaklı yayıncılık tartışmaları sonunda ortaya çıkmış bir gazetecilik türüdür. Temel felsefesi gazeteci kavramının genişlemesi ve profesyonel gazeteci olmayan sıradan "yurttaşların" da haberler üreterek, genel iletişim ortamına dahil olmaları ve vatandaşlık haklarının savunusu amacıyla gazetecilik yapmalarına dayanmaktadır. Böylece vatandaşlar sadece haberin nesnesi olmamakta aynı zamanda haberin üreticisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle yurttaş sadece haber kaynağı haline gelmiyor, kendi sorunlarıyla ilgili olarak harekete geçirilirken, haberin bizzat yapıcısı haline de geliyor. Bu arada haber farklı yurttaşların bakış açısından çerçeveleniyor, böylelikle haber sadece elit merkezli ve elitlerden yurttaşlara doğru akan bir nitelik taşımaktan çıkıyor ve yurttaş merkezli, aşağıdan yukarıya işleyen, bu arada da yurttaşlar arası bir diyalogun önünü de açan bir durum söz konusu olmaktadır (Alankuş, 2009:110).

Gazetecilik anlayışının dönüşme sürecine etkisi bakımından demokrasi ve

gazetecilik kavramlarının ilişkilendirilerek anlatılması gerekmektedir. Bu bakış açısıyla demokrasinin işleyişi birey ve gazetecilik kavramları birbirleriyle ilişkili olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle literatürde demokrasi ve yurttaş gazeteciliğini derinlemesine ele alan araştırmalar yer almaktadır. Lippman ve Dewey'in yanı sıra Denis McQuail'in Katılımcı Demokratik Medya Kuramı Yeni Medya'nın Yurttaş gazeteciliği'nin günümüz yansımasını ele alan bir yaklaşımdır.

Yurttaş gazeteciliği ile demokrasi arasında bağlantı kuran tartışmalar, 1920'lerde basın, demokrasi konularını Lippmann ve Dewey ele almaktadır. Öncelikle konuyu iki farklı perspektiften ele almaktadırlar. Lippmann, 1922'de basılan Public Opinion ve 1927'de basılan Phantom Public kitaplarında gazeteciliğin kamusal yargıyı ne kadar biçimlendirebileceği ya da biçimlendirmesi gerektiği konusundaki bir kuşkuculuğu yansıtır. Lippmann, bilgili ve siyasi duruşa sahip bir kamunun bir yanılısına olduğuna inanmaktadır. Ona göre çağdaş dünyanın karmaşıklığı nedeniyle bireyler, gazeteler, resimler, radyo haberleri ve başkalarından duyulan sözler gibi ikinci el bilgi kaynaklarına dayanmak zorundadır. Bu kaynaklar ise güvenilirmez olabilirler veya en iyi olasılıkla ancak yüzeysel bilgiler sağlayabilirler. Bu yüzden insanlar, görüşlerini biçimlendiren puslu izlenimlere ve yarı bilinçli stereotiplere dayandırılmaktadır. Dolayısıyla, sıradan bir yurttaşın her kamusal meselede güvenilir bir kanaate sahip olmasını beklemek mümkün olmamaktadır. yurttaşların başlıca demokratik etkinliğini oy kullanmak olarak gören Lippmann'ın kafasındaki demokrasi, iyi eğitilmiş seçkinlerin yönetimi altında daha iyi çalışacaktır. Lippmann'ın aksine, Dewey, yurttaşların kamusal meselelerde belli bir bilgelik geliştirme kapasitesine derinden inanır. Dewey'e göre, bir kamu, sadece paylaştığı ortak sorunları fark eden insanların adı değildir. Demokrasi bu sorunların tartışılmasını ve anlaşılmasını da gerektirir; ve bu umuttan vazgeçmek, demokrasinin kendisinden vazgeçmektir. Kamu, "gelişmemiş" ve "bilgisiz" de olsa potansiyel olarak vardır ve potansiyel olarak gerçektir. Ancak, sadece siyaset, kültür, eğitim ve gazetecilik gibi kurumlar işini daha iyi yaparsa ortaya çıkabilme fırsatı bulacaktır. Dewey için demokrasi, bir hükümet sistemi değil, fakat bütünüyle bir yaşam biçimidir ve kamuya mücadele şansı tanıyan bir yaşam biçimi yaratılabilir (Uzun, 2006: 637-639).

Kamuya etkin ve edilgen roller yükleyen bu iki farklı demokrasi perspektifi,

yurttaş gazeteciliği konusundaki kuramsal tartışmaların temelini oluşturmaktadır. Yurttaş gazeteciliği savunucuları, Dewey'in yaklaşımına olumlu bakmakta ve Dewey'in 1920'lerde sözünü ettiği demokrasi anlayışının 1990'lara bir tercümesi olarak ifade bulmaktadır (Uzun, 2006: 639). Burada karşımıza kamusal alan kavramı da çıkmaktadır. Bireyin temel hak ve özgürlüklerinin konu edildiği yurttaş gazeteciliği kavramında kamu olarak bireyin toplumsal sürece katılması durumu söz konusu olmaktadır. Bir başka yaklaşım ise sivil taahüt kavramını yurttaş gazeteciliği ile ilişkilendirmektedir.

Uzun'un ifadesiyle ABD'li sosyal bilimcilerin Alman felsefeci Habermas'ın kamusal alan'a ilişkin yazdıklarını keşfetmeleri sivil taahüt kavramının yurttaş gazeteciliği ile ilişkilendirilmesinde rol oynamaktadır. Ancak bu duruma karşın Keane, farklı büyüklüklerde, birbirleriyle örtüşen ve birbirleriyle bağlantılı kamusal alanların, kamusal yaşama ve bu terimle bağlantılı olan kamuoyu, kamu yararı ve kamu/özel ayrımı gibi terimlere ilişkin anlayışımızı köktenci biçimde gözden geçirmemizi zorunluluk haline getirdiğini savunmaktadır (Uzun, 2006: 638).

Habermas yurttaş gazeteciliği kavramını; sanayileşme, kentleşme ile beraber okuryazarlığın ve popüler basının büyümesi, yönetsel devletin yükselişi, yurttaşın kültür ve siyaset tartışmacısından medya tüketicisine evrilmesiyle tehlikeye düşen kamusal alanın yeniden tespiti ve kamuya etkin olabilme şansı tanıyarak, toplumsal uzlaşmanın hizmetine temsil edecek bir yöntem olarak ele almaktadır (Yıldız, 2012: 157).

Blazier ve Lemert (2000) göre, gazetenin kendi personeli tarafından yazılan ve yerel halkı ya da kamuoyunu ilgilendiren konuları kapsayan haber metinleri, yurttaş gazeteciliğinin yükümlülükleri içerisinde yer almaktadır. Bu gazetecilik anlayışında haber kaynakları, ağırlıklı olarak yurttaş organizasyonları ya da bağımsız bireylerden oluşmalıdır. Yurttaş gazeteciliğinde haber içerisinde olayların nasılı ve nedeni hakkındaki tematik bilgiler, sorunları anlamak için bağlamsal bir çerçeve sağlayacak nitelikte yapılandırılmalıdır. Böylelikle, vatandaşların söz konusu olayla daha geniş bir bağlamda bağlantı kurması mümkün olacaktır. Yurttaş gazeteciliğinin bir diğer önemli gerekliliği, haberin kapsamının çözümler hakkında bilgi içermesi ve böylelikle yurttaşlara sorunları kontrol altına alabilmek için olanak tanınmasıdır (akt.Kutlu ve

Bekiroğlu, 2010: 3-4).

Yurttaş gazeteciliğinin temel ilkeleri; haber kaynaklarının çoğaltılması, haber kaynağı ile ilişki türü ve hedefe ulaşana kadar araştırma ve yayın olmak üzere üç aşamada ele alınmaktadır. Haber kaynaklarının çoğaltılması, yurttaş gazeteciliğinin en önemli ilkelerinden biri olduğundan, haberi oluştururken, konuyla ilgili tüm kaynaklara ulaşılması, tüm kaynakların görüşlerinin alınması gerekmektedir. Haber kaynağı ile ilişki türü, araştırmacı gazetecilik anlayışında olduğu gibi, genel olarak ekip çalışması içinde ve uzun vadeli bir habercilik gerektirmektedir. Burada haber süreci önem kazanmaktadır. Çok sayıda haber kaynağı ile temasa geçildiğinde önemli olan haberin kendisi değil haberin oluşum süreci olmaktadır. Yurttaş gazeteciliğinde haberin merkezine, muhabiri ya da haberin kaynağını değil, haberin içeriğini ve oluşum sürecini koyulmalıdır. Son olarak hedefe ulaşana kadar araştırma ve yayın aşamasında ise habere konu olan amaca varılıncaya kadar, haberin takibi yapılarak yayınlanmasıdır. Böylelikle yurttaş gazeteciliği, klasik gazetecilikteki sözde “habere hiç müdahale etmemek”, “olaya sadece gözlemci olarak yaklaşıp, olup biteni aktarmak” biçimindeki habercilikle yetinmemekte, yurttaş yararına olan gelişmeyi gerçeğeleştirene kadar habercilik sürecine devam edilmektedir (Duran, 2003:89-93). Geleneksel gazetecilik anlayışı ile arasındaki en önemli fark da burada ortaya çıkmaktadır. Tüm süreçleri takip ederek yurttaş yararı gözetmek yurttaş gazeteciliğini farklı kılan özellik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yurttaş gazeteciliği, haber toplamada özellikle yurttaşa başvuran, habere onların gözüyle bakan, habere konu olan olayın/sorunun yurttaş lehine sonuçlanmasına kadar yayınına devam eden, yurttaşı haberin yapım ve yazım sürecine dahil eden bir gazetecilik uygulamasıdır. Bu nedenle, yurttaş gazeteciliği kavramı, haber değerlerinin yeniden tanımlanması, okurların etken hale getirilmesi ve gazetecilik mesleğinin yeniden halkın güvenini kazanmaya yönelik bir yayıncılık anlayışı ile uygulanması olarak da tanımlanmaktadır (Mora, 2007). Yurttaşın haber kaynağı olarak görüp, onların perspektifinden haberi ele almak güven timeline dayandırılmaktadır. Yurttaşların katılımıyla gerçeğeleştirilen bir habercilik anlayışından söz etmek mümkündür.

Denis McQuail’in Katılımcı Demokratik Medya Kuramı ise, yeni iletişim araçlarının küçük grupların da erişimine fırsat vererek ve kamu yararı güdülecek şekilde düzenlenmesi gerektiğini savunurken, insanların bilgi edinme özgürlüğünü esas alan katılımcı demokratik medya kuramı, toplumsal sorumluluk çerçevesinde örgütlenen ve yayın yapan kamu hizmeti yayıncılığı aşırı merkeziyetçi ve seçkin olarak ifade edilmektedir. Kuram merkezileştirilmiş yüksek değerli, profesyonelleştirilmiş, tarafsızlaştırılmış, devlet kontrolündeki medyanın gerekliliğini reddetmektedir. Buna karşılık, kurumsallaşmamayı, miktarın küçüklüğünü ve çoğulculuğu savunmaktadır. Bu bağlamda kuram, özgürlükçülük, ütopyacılık, eşitçilik, çevrecilik ve yerellik gibi öğelerin bir sentezini içermektedir. Kurama göre oluşturulan bir iletişim aracı, kullanıcılarına katılım için fırsatlar vermeli ve sosyal yaşamla daha iç içe olmalıdır. Kuramın uygulama alanlarına bakıldığında yeni iletişim teknolojilerinin ortaya koyduğu eşitlik, özgürlük, denetimsizlik, bireysellik gibi özelliklerle de uyduğu görülmektedir (Türk, 2016: 58). Yurttaş gazeteciliği halka eşitlik fırsatı sunarak, tarafsız, devlet kontrolünde olmayan etkileşimli bir hizmeti savunmaktadır. Medya halkın yönetime katılmasında etkin rol oynayarak birleştirici bir işleve de sahip olmaktadır.

Yurttaş gazeteciliğinin yeni iletişim teknolojileri ile birlikte farklı bir boyut kazanması söz konusudur. Medyada haber ve içerik oluşturma imkanı bulamayan bireyler, yeni iletişim teknolojilerinin hayatlarına girmesi ile birlikte sosyal medya araçları ile içerik oluşturabilmekte, haber üretebilmekte, yayabilmekte ve var olan haberlere yorum ve beğeni gibi katkılar sağlayabilmektedir. İnternetin gelişmesi, yaygınlaşması ve medya yakınsaması gibi teknolojik gelişmeler bireylere çeşitli özgürlükleri de sağlamaktadır.

İnternet teknolojisinin gelişimi, internetin bilgisayarlar dışında kullanımını sağlayan teknolojik araçların geliştirilmesi ile birlikte, cep telefonlarının işlevselliğinin artması, tablet, dizüstü bilgisayarlar gibi taşınabilir araçlar internet kullanımının serbest dolaşıma imkan veren ağ teknolojisi ile birlikte yaygınlaşması, kullanıcılara zaman ve mekan sınırsızlığı sağlamaktadır. Bireyler istedikleri yerden, diledikleri zaman çevrimiçi olabilmekte, enformasyon alabilmekte ve etkileşim sağlayabilmektedir. Tüm bu gelişmeler yurttaş gazeteciliğinin yeni medya

teknolojileriyle bütünleşmesine olanak sağlamaktadır. Günümüzde sosyal medya araçları kullanıcıların haber yapma, yorum ekleme, beğenme gibi işlevler ile habercilik anlayışına yeni bir boyut kazandırmaktadır. Daha da ötesinde bağımsız haber portallarının, büyük medya organlarının yanında habercilik hizmeti vermesi bakımından da önemli gelişmeler yaşanmaktadır.

İnternetin yurttaş gazeteciliğe katkısı: internet kısa sürede medya ortamını ve iletişim uygulamalarını etkisi altına alarak gazetecilik için yeni bir mecra haline gelmektedir. Geleneksel gazeteciliğe oranla çok daha hızlı ve pratik olan internet gazeteciliği hem okuyucuyu haberciliğe dahil etmesi hem de zaman ve mekan sınırlarının olmayışı gibi avantajlar sunmasından dolayı tercih sebebi haline gelmektedir. Yeni medya, geleneksel medyadan farklı olarak enformasyonun geniş kitlelere paylaşımına olanak vermesi ve özellikle okurun tepkisini aracısız bir biçimde, anında verebilme imkânına sahip olarak haber yapım sürecine de doğrudan etki etmesi bakımından gazetecilik kavramına yeni bir boyut kazandırmaktadır. Bir diğer avantajlı nokta ise ekonomi boyutudur. Geleneksel gazeteye oranla daha masrafsız ve geniş kitlelere ulaşma imkanı sunmaktadır (Geray, 2003:17).

Yurttaş gazeteciliğinin uluslararası alanda sesini duyurması çeşitli kriz dönemlerine denk geldiğini ifade edilmektedir. 11 Eylül 2001 New York ve Pentagon saldırıları sırasında insanların görgü tanıklarının ifadeleri için Web sitelerine başvurması, 2004 Asya Tsunami felaketi sırasında fotoğraflar ve videolar çekilmesi, sıradan insanlar tarafından elde edilen bu fotoğraf ve videoların televizyon ve basın tarafından kullanılması bu duruma açıklık getirmek için verilebilecek örneklerdendir (Aydoğan, 2017:2). Kriz ortamlarında halkın medyaya haber niteliği taşıyan bilgiler sunması, fotoğraflar ve video kayıtları alması yurttaş gazeteciliğinin işlevleri arasında görülmektedir.

Bir diğer görüşe göre yurttaş gazeteciliği çoğunlukla gazetecilik eğitimi almamış ve gazetecilikten para kazanmayan “gazetecilerin” internet üzerindeki web-tabanlı gazetecilik faaliyetleriyle ilişkilendirilmektedir ve sınırları hâlâ tam anlamıyla çizilmemiştir. Yurttaş gazeteciliğinin iki biçimi olduğu ifade edilmektedir. Birincisi “profesyonel gazeteci olmayan yurttaşların” özellikle geleneksel medyada basılan içeriğe katkı yaptıklarında görülen türdür. İkinci tür ise, “yurttaşlar gazeteci rolünü

takındıklarında” yani bloglar, topluluk web siteleri veya başka türlü yayımlar çıkardıklarında oluşmaktadır. Aynı zamanda haber yapım sürecine “geleneksel gazetecilik rutinleri ve normları dışında kalarak” aktif olarak katılmanın demokratik yönetim ve demokrasinin ve kamusal alanın genişlemesine katkıda bulunacağı sıkça dile getirilmektedir (Kim ve Lowrey,’den akt.Yanardağoğlu, 2015: 252).

Ana akım medya organlarının yanında alternatif medya hizmetleri de internet sayesinde gelişmektedir. Yurtttaş gazeteciliği kapsamında katılım esaslı yaklaşımın yanı sıra habere ulaşım bakımından da farklılıklar yaşanmaktadır. Günümüzde çevrimiçi haber siteleri sayesinde gazeteler alternatif bir habercilik anlayışı gelişmektedir. Tüm bu gelişmelerin bireyler arasında nasıl yayıldığını anlayabilmek için kuşaklar arası farklılaşma ele alınarak, yeni medyaya geçiş sürecinin farklı yaş gruplarını nasıl etkilediği ve bunun yurttaş gazeteciliğine nasıl yansdığını görebilmek önemlidir. Bu nedenle öncelikle kuşaklar ele alınarak dijital dönüşümden nasıl etkilendikleri ortaya konulmalıdır.

3. Dünyada ve Türkiye’de Kuşaklar

Kuşak, yaklaşık olarak aynı zamanda doğmuş, aynı çağın şartlarını maruz kalan, bundan dolayı birbirine benzer yönleri olan, benzer sıkıntılar yaşayan, ortak kaderleri paylaşan, benzer sorumlulukları olan kişilerin oluşturduğu topluluklar olarak tanımlanabilmektedir. Demografik açıdan kuşak, yaklaşık yirmibeş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği olarak da ifade edilmektedir. Bu tanımlar kuşak kavramını yaş öbeği olarak değerlendirmekle beraber kültürel bakımdan da ele almaktadır. Kuşakları biyolojik olarak ayırılmaktan öte sosyolojik olarak ele almak ve değerlendirmek gerekmektedir. Bir nesil, aynı zaman döneminde aynı olaylara maruz kalmış, eğilimleri aynı yönde ve aynı çağ ve hayat evresini paylaşan insan topluluğunu ifade etmektedir (Bayhan, 2016:165). Kuşaklar içerisinde buldukları toplumların yaşandığı olaylardan doğrudan etkilenerak oluşmaktadır. Bir kuşağı etkisi altına alan özellikler etrafında gelişen bir takım olaylar ile şekillenmektedir. Ülke içerisinde yaşanan siyasi, sosyal ve ekonomik olaylar vatandaşları etkilemekte ve bireyler üzerinde önemli izler bırakmaktadır.

Mannheim, toplumsal sınıfların ve kuşakların sosyal durumu ifade ederken, her duruma uygun davranış biçimlerinin eğilim gösterdiğini de ifade etmektedir. Gerçek bir bütünlük oluşturabilmenin, aynı tarihsel ve sosyal zamanda ve durumda doğmaktan geçtiğini belirten Mannheim, söz konusu kuşakların tarihsel miraslarına bağlılıklarının da vazgeçilmez bir şart olduğunu belirtmektedir (Toruntay, 2011: 64). Aynı tarihsel süreçte aynı teknolojik değişimlere maruz kalan bireylerin, gösterdikleri değişimler kuşaklar kavramını ele alırken göz önünde bulundurulması gereken önemli bir noktadır.

Kuşakları ele alırken, her bir kuşağa ayrı bir yaş özelliği, etnik kültürel yapı, doğum oranları, ortalama ömür beklentisi, gibi unsurlara ilaveten insanların kendilerine yönelik algılarını ve hayat görüşlerini de içine alan bir bakış açısıyla yaklaşmak gerekmektedir. Yalnızca aynı zaman diliminde doğmakla sınırlı kalmayan kuşaklar, nesiller boyunca aynı tarihsel şartlar, nüfus eğilimleri ve toplumsal değişmelerle de birbirine bağlıdırlar. Kuşakların bir diğer özelliği ise yalnızca aynı toplumsal değişmelerden etkilenmemektedir aynı zamanda içinde var oldukları toplumsal değişime de katkı sağlamaktadırlar (Newman, 2013: 217). Öyleki hem toplumsal değişimleri gerçekleşmesini sağlayan bireyler hem de bu değişimden etkilenmektedirler. Kuşaklar bir değişim sürecini başlatan aynı zamanda bu süreçten en çok etkilenen bireylerdir.

Tablo 1. Kuşak Sınıflandırmaları ve Tarih Aralıkları

Howe ve Strauss(2000)	Sessiz Kuşak 1925-1943	Patlama Kuşağı 1943-1960	13. Kuşak 1961-1981	Milenyum Kuşağı 1982-2000	-
Lancaster Stillman (2002)	Gelenekçiler 1900-1945	Bebek Patlaması 1946-1964	X Kuşağı 1965-1980	Milenyum, Y Kuşağı, Gelecek Kuşak, Kuşak Patlaması	-
Martin ve Tulgan (2002)	Sessiz Kuşak 1925-1942	Bebek Patlaması 1946-1960	X Kuşağı 1965-1977	Milenyumular 1978-2000	-
Oblinger ve Oblinger (20005)	Yetişkinler 1946	Bebek Patlaması 1947-1964	X Kuşağı 1965-1980	Y Kuşağı, Net Kuşak, Milenyumular 1981-1995	Milenyum sonrası 1995,- sonrası

Tabscott (1998)	-	Bebek Patlaması 1946-1964	X Kuşağı 1965-1975	Dijital Kuşak 1976-2000	-
Zemke vd. (2000)	Eski Askerler 1922-1943	Bebek Patlaması 1943-1960	X Kuşağı 1960-1980	Gelecektekiler 1980-1999	-

Kaynak: Reeves&Oh, 2008, s. 296

Yukarıdaki tabloyu incelediğimizde kuşaklara ait net bir zaman dilimi vermek mümkün olmamakla birlikte, kuşakların ne zaman oluştuğu ne zaman sonlandığına dair kesin bir kanıya varılamamaktadır. Tabloda yer alan farklı kaynaklara göre kuşakların isimlendirilmesi ve zaman aralıkları, kuşaklar hakkında yapılan araştırmaların kesin bir yargıya varmadığı görülmektedir. Bu kuşakların farklılaşmalarının temelinde döneminde yaşanan dış faktörler yer almaktadır. Her kuşağın özellikleri, hem kendinden önceki dönemdeki bireylerin etkisi hem de döneminde yaşanan olayların etkisiyle şekillenmiştir. Bu çalışmanın araştırması için; X kuşağını temsil için 1960-1977 arası doğanlar, Y kuşağını temsil için 1978-1997 yılları arasında doğanlar ve Z kuşağını temsil için 1998-2000 doğumlu kişiler arasından interneti aktif kullanan bireyler seçilmiştir. Bu yaş aralıklarının tercih edilmesini nedeni literatürde X, Y, Z kuşaklarını temsil eden en geniş aralığını oluşturmasıdır.

4. Araştırma

4.1. Araştırmanın Sayıtları ve Sınırlılıkları

405 kişilik rassal örneklem yöntemi ile popülasyonu yeterli şekilde temsil etmektedir. Bu sayıtlılar KMO Barlett testi ile test edilmiştir. Bu çalışmada kullanılan ölçekler faktör analizine uygun bulunmuştur. İki aşamada yapılan anket 150 kişilik kısmi çevrimiçi anket 205 kişilik kısmi ise yüzyüze yapılan görüşmeler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sorularına verilen yanıtlar rasyoneldir. Bu yanıtlar Mann Whitney ve Kruskal Wallis yöntemleriyle analiz edilmiştir.

Araştırmanın örnekleme için seçilen kuşakların yaş aralıkları araştırmanın

sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Z kuşağını temsil eden yaş aralığı (1998-2000) özellikle yeni medyada yurttaş gazeteciliği işlevini yerine getirebilecek bir yaş aralığından olması açısından kısıtlı tutulmuştur.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak 45 sorudan oluşan bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket çalışmasında kullanılan soru tipleri ise, çoktan seçmeli sorular, doğrusal ölçek sorusu olarak 5'li Likert, Onay soruları yer almaktadır. 5'li Likert Ölçeği kullanılarak katılımcılardan "kesinlikle katılmıyorum," "katılmıyorum", "kararsızım", "katılıyorum", "kesinlikle katılıyorum" seçeneklerinden birini seçmesi istenmiştir. Onay sorularında birden fazla şık seçme imkanı bulunmaktadır. Seçmeli sorularda ise açık uçlu soru tipi kullanılarak anket sorusuna 'diğer' seçeneği eklenmiştir.

Betimsel İstatistik yöntemlerinden, tablo ve grafik yöntemleri ile özetlenmiş, sonra yordamsal istatistik yöntemlerle analiz edilerek ileri analizler yapılmıştır. İnternet ortamına ilave olarak yüz yüze anketler, çalışmanın kalitatif boyunda derinleştirilmesini sağlamış, sayısal analizler üzerine yorumlar gerçekleştirilmiştir.

4.3. Verilerin Toplanması ve özömlenmesi

Çalışmanın kavramsal kısmı literatür taraması ile oluşturulduktan sonra çalışmanın araştırma bölümü için, google formlardan 45 soruluk anket formu oluşturulmuştur. Elde edilen veriler, SPSS 23 programı ile yapılmış ve %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır. Çalışmada parametrik olmayan test tekniklerinden Mann Whitney ve Kruskal Wallis kullanılmıştır. Mann Whitney bağımsız iki grubun nicel bir değişken açısından karşılaştırılmasında, Kruskal Wallis bağımsız k grubun ($k > 2$) nicel bir değişken açısından karşılaştırılmasında kullanılan test tekniğidir. K sayıda grup için parametrik olmayan Kruskal-Wallis testi 3 ya da daha fazla grubun/örneklem aynı evrenden gelip gelmediklerinin belirlenmesi için kullanılır. Bu testin parametrik karşılığı olan tek faktörlü varyans analizi için gerekli olan varsayımlar karşılanamadığında, Kruskal-Wallis testi kullanılmaktadır.

Araştırmanın hipotezleri ise aşağıda yer almaktadır:

H1a: Sosyal medyada haber takibi yaparım.

H1b: Sosyal medya araçlarında bağımsız haber portallarını gezerim.

H1c: Sosyal medya araçlarında; etrafımda olup biten olayların görüntülerini paylaşıyorum.

H1d: Sosyal medya araçlarında var olan haberlere yorum yaparım.

Araştırmada yukarıdaki hipotezlere bakılmakla birlikte elde edilen verilere göre kuşak tipolojisi gerçekleştirilmiştir. Kuşakların dijital kültürden etkilenme oranlarına göre (sorular ile analiz ederek) bireylerin taşıdıkları özellikler ve tipolojiler oluşturulmuştur.

Tablo 2. Sosyal Medya Bilgilerinin Dağılımı

		n	%
Sosyal medya araçlarında; haber takibi yaparım	Evet	325	80,0
	Hayır	81	20,0
Sosyal medya araçlarında; bağımsız haber portallarını gezerim	Evet	183	45,1
	Hayır	223	54,9
Sosyal medya araçlarında; etrafımda olup biten olayların görüntülerini paylaşıyorum	Evet	161	39,7
	Hayır	245	60,3
Sosyal medya araçlarında; var olan haberlere yorum yaparım	Evet	139	34,2
	Hayır	267	65,8

Sosyal medya araçlarında; haber takibi yapanların oranı %80,0; bağımsız haber portallarını gezenlerin oranı %45,1; etrafında olup biten olayların görüntülerini paylaşanların oranı %39,7; var olan haberlere yorum yapanların oranı %34,2; diğer şekillerde yararlananların oranı %5,4'tür.

Tablo 3. Ölçek Sorularına Katılım Düzeylerinin Dağılımı

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum		Ortalama
	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını ya da olay anını paylaşırım	153	38,2	70	17,5	75	18,7	49	12,2	54	13,5	2,45
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	206	50,9	69	17,0	57	14,1	27	6,7	46	11,4	2,11
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	69	17,0	57	14,1	72	17,8	116	28,6	91	22,5	3,25
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	57	14,1	73	18,0	180	44,4	60	14,8	35	8,6	2,86

Tabloda katılımcıların ölçek sorularına ilişkin katılım düzeyi dağılımları görülmektedir. Tablodaki veriler ışığında elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- “Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını ya da olay anını paylaşırım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,45’tir.

- “Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,11’dir.

- “Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,25’tir.

- “İnternette okuduğum haberlere güvenirim” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,86’dır.

Tablo 4. 1960-1977 Kuşağında Eğitim Durumu Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Çalışma durumunuz	n	Sıra Ortalama	U	p
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşırım	Çalışıyor	97 65,88	1637,5	0,366
	Çalışmıyor	38 73,41		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	Çalışıyor	97 67,97	1840,5	0,299
	Çalışmıyor	38 68,07		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Çalışıyor	97 65,91	1640,0	0,989
	Çalışmıyor	38 73,34		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Çalışıyor	97 68,18	1825,5	0,309
	Çalışmıyor	38 67,54		

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Tablo 5. 1978-1997 Kuşağında Çalışma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Çalışma durumunuz (1978-1997)	n	Sıra Ortalama	U	p
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşırım	Çalışıyor	75 63,80	1935,0	0,146
	Çalışmıyor	60 73,25		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	Çalışıyor	75 65,87	2090,0	0,445
	Çalışmıyor	60 70,67		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Çalışıyor	75 62,90	1867,5	0,082
	Çalışmıyor	60 74,38		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Çalışıyor	75 59,79	1634,0	0,003*
	Çalışmıyor	60 78,27		
	Çalışmıyor	60 66,01		

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

1978-1997 kuşağındakilerin çalışma durumu arasında “İnternette okuduğum haberlere güvenirim” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=1634,0 , p<0,05). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 59,79 iken çalışmıyor olanların 78,27’dir. Buna göre çalışmıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 6. 1998-2000 Kuşağında Çalışma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Çalışma durumunuz (1998-2000)	n	Sıra Ortalama	U	p
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşırım	Çalışıyor	27 68,41	1447,0	0,950
	Çalışmıyor	108 67,90		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	Çalışıyor	27 66,37	1414,0	0,794
	Çalışmıyor	108 68,41		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Çalışıyor	27 68,26	1451,0	0,969
	Çalışmıyor	108 67,94		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Çalışıyor	27 72,61	1333,5	0,476
	Çalışmıyor	108 66,85		

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Tablo 7. 1960-1977 Kuşağında Eğitim Durumu Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Eğitim Durumunuz	n	Sıra Ortalama	X2	p
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşırım	İlkokul	19 64,82	3,144	0,678
	Ortaokul	20 61,13		
	Lise	34 77,46		
	Önlisans	17 67,56		
	Üniversite	30 64,95		
	Yüksek lisans - Doktora	15 66,37		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	İlkokul	19 67,66	7,609	0,179
	Ortaokul	20 53,78		
	Lise	34 79,76		
	Önlisans	17 70,26		
	Üniversite	30 67,27		
	Yüksek lisans - Doktora	15 59,63		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	İlkokul	19 60,84	2,589	0,763
	Ortaokul	20 74,25		
	Lise	34 74,00		
	Önlisans	17 67,59		
	Üniversite	30 64,37		
	Yüksek lisans - Doktora	15 62,87		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	İlkokul	19 56,39	3,273	0,658
	Ortaokul	20 62,03		
	Lise	34 72,06		
	Önlisans	17 71,56		
	Üniversite	30 71,03		
	Yüksek lisans - Doktora	15 71,37		

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Tablo 8. 1978-1997 Kuşağında Eğitim Durumu Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Eğitim Durumunuz	n	Sıra Ortalama	X ²	p
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşırım	Lise ve altı	23 65,26	0,865	0,834
	Önlisans	24 64,19		
	Üniversite	69 70,91		
	Yüksek lisans - Doktora	19 65,55		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	Lise ve altı	23 51,46	5,934	0,115
	Önlisans	24 72,81		
	Üniversite	69 70,26		
	Yüksek lisans - Doktora	19 73,74		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Lise ve altı	23 45,83	10,981	0,012*
	Önlisans	24 81,02		
	Üniversite	69 69,80		
	Yüksek lisans - Doktora	19 71,84		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Lise ve altı	23 50,74	7,474	0,058
	Önlisans	24 73,42		
	Üniversite	69 73,21		
	Yüksek lisans - Doktora	19 63,13		

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Farklı kuşak gruplarında eğitim durumu grupları için yapılan Kruskal Wallis testine göre;

1978-1997 kuşağındaki eğitim durumu grupları arasında "Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım" ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($X^2=10,981$, $p<0,05$). Lise ve altı mezunu olanların puan sıra ortalaması 45.83, önlisans mezunu olanların 81.02, üniversite mezunu olanların 69.80, yüksek lisans-doktora mezunu olanların 71,84'tür. Buna göre önlisan mezunu olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 9. 1998-2000 Kuşağında Eğitim Durumu Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Eğitim Durumunuz	n	Sıra Ortalama	X2	p
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşırım	Lise ve altı	98	68,12	2,825 0,243
	Önlisans	24	75,33	
	Üniversite	13	53,58	
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	Lise ve altı	98	65,98	2,196 0,334
	Önlisans	24	77,94	
	Üniversite	13	64,88	
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Lise ve altı	98	68,80	0,712 0,701
	Önlisans	24	69,33	
	Üniversite	13	59,54	
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Lise ve altı	98	65,95	2,108 0,349
	Önlisans	24	78,08	
	Üniversite	13	64,81	

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Tablo 10. Çevrimiçi Haber Sitelerine, E Dergi, Blog yada Web Sayfalarına Herhangi Bir Konuda Haber Yazma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	Çevrimiçi haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yada yazı yazdınız mı?	n	Sıra Ortalama	U	p	
1960-1977	Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Evet	41	86,68	1161,0	0,000*
		Hayır	94	59,85		
	İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Evet	41	70,59		
		Hayır	94	66,87		
1978-1997	Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Evet	48	79,19	1551,0	0,011*
		Hayır	87	61,83		
	İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Evet	48	76,29		
		Hayır	87	63,43		
1998-2000	Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Evet	37	83,04	1256,5	0,005*
		Hayır	98	62,32		
	İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Evet	37	75,78		
		Hayır	98	65,06		

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Tabloda kuşak gruplarına göre çevrimiçi haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırılma testi görülmektedir;

Farklı kuşak gruplarında çevrimiçi haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

1960-1977 kuşağındaki çevrimiçi haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu arasında “Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1161,0$, $p<0,05$). Sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların puan sıra ortalaması 86,68 , yorum, paylaşım ve beğeni yapmayanların 59,85’tir. Buna göre sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1978-1997 kuşağındaki çevrimiçi haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu arasında “Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1551,0$, $p<0,05$). Sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların puan sıra ortalaması 79,19, yorum, paylaşım ve beğeni yapmayanların 61,83’tür. Buna göre sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1978-1997 kuşağındaki çevrimiçi haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu arasında “İnternette okuduğum haberlere güvenirim” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1690,0$, $p<0,05$). İnternette okuduğu haberlere güvenenlerin puan sıra ortalaması 76,29, güvenmeyenlerin 63,43’tür. Buna göre internette okuduğu haberlere güvenenlerin söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağındaki çevrimiçi haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu arasında “Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım”ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1256,5$, $p<0,05$).

Sosyal medyada gördüğü haberlere yorum,paylaşım ve beğeni yapanların puan sıra ortalaması 83.04, yorum, paylaşım ve beğeni yapmayanların 62,32'dir. Buna göre sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 11. Hipotezlerin Sınanması

H1a: Sosyal medyada haber takibi yaparım	Sosyal medya araçlarında; haber takibi yapanların oranı %80,0
H1b: Sosyal medya araçlarında bağımsız haber portallarını gezerim	Bağımsız haber portallarını gezenlerin oranı %45,1
H1c: Sosyal medya araçlarında; etrafımda olup biten olayların görüntülerini paylaşırım	Etrafında olup biten olayların görüntülerini paylaşanların oranı %39,7
H1d: Sosyal medya araçlarında; var olan haberlere yorum yaparım	Var olan haberlere yorum yapanların oranı %34,2

SONUÇ

Dijitalleşme tüm alanları etkilediği gibi gazetecilik alanında da değişimlere sebep olmaktadır. Geçmişten günümüze tüm teknolojik gelişmeler, gazetecilik anlayışına yeni boyutlar getirmiştir. Matbaanın icadından başlayarak, değişikliğe uğrayan habercilik anlayışı dijitalleşme süreci ile yeni bir biçime yönelmiştir. Dijital kültürün etkisiyle çevrimiçi haber siteleri kavramı ortaya çıkmakta; habere ve bilgiye ulaşmak daha kolay ve basit hale gelmiştir. Özellikle kullanıcılarına sınırsız hareket imkanı veren internet teknolojisi, haberi yayılması, paylaşılmasında önemli bir hız özelliği katmaktadır. Bireyler birer gazeteci gibi kendi haberini yapabilmekte ve bunu yayabilmektedir. Fotoğrafını çeken, yorumunu yazan, hatta videosunu paylaşan internet kullanıcısı birer gazeteci gibi hareket edebilmektedir. Yurттаř gazeteciliğinin özellikleri arasında sayılan, haber kaynaklarının arttırılması, haber kaynağı ile kurulan

ilişki, hedefe ulaşana kadar araştırma ve yayın aşamaları gibi aşamalar internet teknolojileri ve dijitalleşme ile yeni boyut kazanmıştır. Akıllı telefonlar, tabletler, taşınabilir bilgisayarlar ile buna ek olarak geliştirilen kablosuz internet teknolojileri sayesinde, enformasyona dayalı bir yapı ortaya çıkmıştır. Artık okuyucu pasif olmaktan çıkıp, aktif rol oynamakta ve habercilik yapısını da değiştirmektedir. Yorum yapan, paylaşan, beğenen, olay yerinden video aktaran bireyler ile habercilik anlayışı değişmiş, bağımsız haber portalları sayesinde medya iktidar ilişkisine bağlı bir habercilik anlayışından sıyrılma imkanı olduğu söylenebilir. .

Çalışmada; farklı kuşak gruplarının, internet ve web teknolojileri ile değişen gazetecilik anlayışı ile olan ilişkisi sorgulanmış ve tablo 12'de belirtilen kuşak tiyolojileri ve bunların araştırma sorularıyla ortaya çıkan özelliklerine değinilmiştir.

Tablo12. Kuşaklara Göre Tipolojilerin Oluşturulması

Pre-teknolo birey	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını ya da olay anını paylaşma oranları en yüksek olan gruptur. - Sosyal medyada gördükleri haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapma düzeyi en düşüktür. - İnternette okudukları haberlere güvenleri en zayıf kişilerdir.
Teknolo birey	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını ya da olay anını paylaşma oranları en düşük olan gruptur. - Sosyal medyada gördükleri haberlere yorum, paylaşım, beğeni yapma düzeyleri orta düzey olan kişilerdir. - İnternette okudukları haberlere güven duygusu en fazla olan kişilerdir.
Post-teknolo birey	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını ya da olay anını paylaşma oranı orta düzeyde kalmıştır. - Sosyal medyada gördükleri haberlere yorum, paylaşım, beğeni yapma düzeyleri en yüksek kişilerdir. - İnternette okudukları haberlere güvenme durumu orta düzeydedir.

Buna göre X kuşağı pre-teknolo birey; Y kuşağı teknolo birey ve Z kuşağı post-teknolo birey olarak adlandırılmış ve yurttaş gazeteciliği bağlamında interneti kullanım özellikleri sıralanmıştır. Web teknolojileri dönüşürken, farklı kuşakların bu teknolojileri kullanma biçimleri farklılık göstermektedir. Diğer taraftan, teknolojik gelişmeleri daha az takip eden bir

kuşak olarak görölen pre-teknolo bireylerin yurttaş gazeteciliğini en fazla uyguladığı görölmüştür. Buna karşın post-teknolo bireylerin bu uygulamaları kullanma oranları orta düzeyde kalmıştır. Çalışma sadece kuşak farklılıklarına değinmeyip, aynı zamanda güncel bir kavram olarak tartışılan yurttaş gazeteciliğinin, farklı kuşaklarının dönüşen gazetecilik ile olan ilişkisini nasıl etkilediğini ortaya koymaya çalışmıştır. Bazı sonuçlar tartışmaya ve ileri araştırmalar yapmaya değer görölmüştür. Örneğin internetten okunan haberlere duyulan güven ve sosyal medya üzerinden haber paylaşımı yapma ilişkisi, nedenleri ortaya koyacak şekilde araştırabilir. Anket yöntemiyle hazırlanan bu çalışmanın araştırma bölümü; daha fazla nitel yöntemden yararlanarak ileri çalışmalar için geliştirilebilir. Bu bağlamda paylaşımı yapılan haberlerin, beğenilen ve paylaşılan yorumların içeriklerine dair de bazı bulgular toplanabilir.

KAYNAKÇA

- AKAR, Erkan. (2010). Sosyal Medya Pazarlaması (1.Basım b.). İstanbul: Efil Yayınevi .
- AKSU, Halil, CANDAN Uğur, ve ÇANKAYA, Mehmet Nuri, (2011). Her şey Çıplak Bildiğiniz İnternetin Sonu. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- ALANKUŞ, Sevda (2009). Yeni Habercilik Arayışları: Hak Odaklı Habercilik, Yurttaş Gazeteciliği, Barış Gazeteciliği . S. Alankuş içinde, Gazeteciliğe Başlarken . İstanbul : IPS İletişim Vakfı Yayınları .
- AYDOğAN, D.Petek (2017). Alternatif Bir Medya Alanı Olarak Yurttaş Gazeteciliği, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 10 Sayı: 50 Volume: 10 Issue: 50.
- BAYHAN, Vehbi (2016). Gençlik ve Kuşaklar:Kuşaklara Göre Gençliğin Değer ve Davranışları (Editör), Memet Zencirkıran , Davranış Bilimleri, Bursa : Dora Yayınları, s.157.
- DİLMEN, Necmi Emel (2007). Yeni Medya Kavramları Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. Marmara İletişim Dergisi, 12, s.113.
- DURAN, Ragıp (2003). Yurttaş Gazeteciliği. (Editör) Sevda Alankuş, Gazetecilik ve Habercilik (1. Baskı), İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, s. 85-99.

- ERKUL, R. Erdem (2009). ya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği . <http://www.digitaldevlet.org/web2.0.pdf> adresinden alınmıştır.
- GANS, Herbert J. (2005). Popüler Kültür ve Yüksek Kültür. İstanbul : Yapı Kredi Yayınları .
- GERAY, Haluk (2003). İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya . Ankara : Ütopya Yayınları .
- GİDDENS, Anthony (2012). Sosyoloji . İSTANBUL: KIRMIZI.
- GÖKÇEARSLAN, Şahin (2011). Semantik web (Web 3.0) ve eğitim amaçlı kullanımı. Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi, 2(4)(1-15).
- İNAN, Hilal (2010). Yeni Bir Pazarlama Aracı Olarak İnternet ve Firmalar Arası Pazarlamada İnternet Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Sınıflandırılması. Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F , 124.
- İTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı . (2013, Eylül 7). Aralık 15, 2016 tarihinde Seyir Defteri : <http://bidb.itu.edu.tr/seyirdefteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarih%C3%A7esi> adresinden alındı
- ERKUL, Erdem R. (2009). Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği. Türkiye Bilişim Derneği , 116, 96-101.
- KUTLU, Tezcan Özcan, Bekiroğlu Onur(2010). Türkiye'de Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında İnternet Haberciliği: Bianet Örneğinde Kentsel Dönüşüm Projesiyle İlgili Haberlerin Analizi, Selçuk İletişim, Cilt 6, Sayı2.
- MCLUHAN, Marshall, POWERS, Bruce R. (2001). Global Köy, İstanbul: Scala Yayıncılık.
- MİŞÇİ, Sema. (2006). Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri . 1. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı (s. 128). İstanbul : Marmara Üniversitesi .

- MORA, Necla (2007). Kavramları Doğru Kullanmak: Yurttaş Gazeteci Ve Yurttaş Gazeteciliği, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/dkm/print4592.html?sid=7746>
- NEWMAN, David (2013). Sosyoloji Günlük Yaşamın Mimarisini Keşfetmek . (A. Arslan, Çev.) Ankara : Nobel Yayınları .
- PAVLİK, John V. (1999). New media and news: implications for the future of journalism. *New Media & Society*, 1(1), 54-59.
- PELTEKOĞLU, B. Filiz (2012). Sosyal Medya Sosyal Değişim. (Editörler) Ebru Özgen, Tolga Kara, Sosyal Medya Akademi (s. 4). İstanbul : Beta Yayınları .
- REEVES, Thomas ve OH Eunjung (2008). Generational Differences. *Handbook of Research On Educational Communications and Technology* (3 b., s. 296). içinde Routledge.
- TOKGÖZ, Oya (2003). Temel Gazetecilik . Ankara : İmge Kitabevi .
- TORUNTAY, Hatice (2011). Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- UZUN, Ruhdan (2006) Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16, 633-656.
- YANARDAĞOĞLU, Eylem (2015). Yeni Medya ve Kullanıcı Türevli İçerik: Dokuz8haber Sitesi Örneğinde Yurttaş Gazeteciliği Üzerine Etnografik Bir İnceleme, *folklor/edebiyat*, cilt:21, sayı:83, 2015/3
- YILDIZ, Göktürk (2012). Dünya'da ve Türkiye'de Barış Gazeteciliği: Olanaklar ve Eleştiriler . İstanbul : Cinius Yayınları.