

İnternet Neden Çok Az Değişim Meydana Getirdi?

James Curran*

ÖZET

İnternet Çağı her şeyin değişimi demektir -uluslararasılaşma, ticaret, gazetecilik, yönetim şekli- her şey dönüşecektir; tıkla-mayla eşit ve sınırsız hale gelecektir. Artık bunun gerçekleşmediğini itiraf etmenin zamanı geldi ve bu kötü öngöründen daha da ilginç olam başlangıçta bunların çok cazip görünmesiydi.

1990'larda uzmanlar, politikacılar, kamu görevlileri, iş çevreleri ve gazeteciler internetin dünyayı değiştireceğini öngör-düler. İnternet için organizasyonunda devrim yaratacak ve bir refah dalgasına yol açacaktı. Egemen kullanıcıların -sonradan "prosumers"(1) olarak adlandırıldılar- denetiminde olan yeni bir kültürel demokrasi başlatacaktı; eski medya egemenleri çürü-yecek ve ölecekti. İnternet popüler referandumlarla demokrasiyi güçlendirecekti; bazı yorumlara göre de e-devleti sağlayacaktı. Dünya genelinde otokratların güç kaybetmesiyle ve güç ilişkilerinin yeniden düzenlenmesiyle güçsüzler ve marjinaler güç ka-zanacaktı. Küresel bir araç olan internet evreni küçültecek; uluslar arasında iletişimi ve küresel düzeyde anlayışlılığı teşvik edecekti. Özetle, internet durdurulamaz bir güç olacaktı: matbaanın ve barutun icadı gibi toplumu kalıcı ve geri döndürülemez biçimde değiştirecekti.

Anahtar Kelimeler: İnternet Çağı, Uzmanlar, Ticaret, Gazetecilik, Yönetim

Bu argümanlar çoğunlukla inter-netin teknolojisinden çıkarılmıştır. İnternetin etkileşim, küresel düzeyde erişim, ucuzluk, hız, ağ olanağı, depo-lama, kontrol edilememe gibi özellik-lerinin dünyayı köklü biçimde değiştireceği varsayıldı. Bu öngörüle-rin altında yatan internetin teknoloji-sinin tüm ortamları yeniden biçimlendireceği varsayımıydı. İnter-net-merkezlilik, internetin teknoloji-le-rin her şeyi olduğu, tüm engelleri geçersiz kıldığı ve sonuçları belirleme gücüne sahip bir araç olduğu, keha-netlerin çoğunun merkezinde yer alı-yordu.

İnternetin olumlu etkisine ilişkin beyanlar daha somutlaştıkça tepki de yükseldi. İlk belirti Massachusetts Tek-noloji Enstitüsü (MIT) gurusu Sherry Turkle'in fikir değişikliği idi. 1995'te Turkle, insanların anonim ve çevrimiçi (online) ilişkilerini, sahte kimliklerin "ötekilere" ilişkin yaratıcı bir anlayışı geliştirebileceğini ve daha özgürleş-miş duyarlılıklar oluşturabileceğini varsayarak kutlamıştı (Turkle 1995). 16 yıl sonra Turkle rota değiştirdi. 2011'de çevrimiçi iletişimin sığılğın-

dan, bağımlılık yaratabileceğinden ve insanlar arasındaki daha zengin ve tat-min edici ilişkileri engelleyebileceğinden yakındı (Turkle 2011). Bir diğer fikir değişikliği ise daha önce inter-netin otoriter rejimleri zayıflatacağını iddia eden aktivist Evgeny Morozov'dan geldi.

İnternetin özgürleştirici gücüne ilişkin başlangıçtaki güçlü umudu sonraları tamamen şüphecilğe dönü-şen başkaları da vardı. Bu grubun temsilcileri ise 2011'de "internetin mu-azzam potansiyeli... 20 yılda buhar-laştı" yazan John Foster ve Robert McChesney'dir. Dolayısıyla bizler, de-lillerin şaşırtıcı çelişkisiyle karşı karşı-yayız. Bilgi sahibi pek çok yorumcu interneti dönüştürücü bir teknoloji olarak görmektedir. Onların öngörü-leri Ortadoğu'da yaşananlarla görü-nüşte de doğrulanmaktadır. Ancak, çoğunluğun görüşünü kendinden emin bir şekilde hayal olarak eleştiren huzursuz edici bir azınlık da vardır.

Kim -ve ne- doğru?

Küresel Anlayışlılık

1990'larda internetin küresel dü-

zeyde anlayışlılığı teşvik edeceğine ilişkin bir fikir birliği vardı. Cumhuri-yetçi politikacı Vern Ehlers (1995) in-ternetin, "bilgili, etkileşim kuran ve hoşgörülü dünya vatandaşları toplu-luğunu yaratacağını" ilan etti. Bulas-hova ve Cole (1995) ise internetin "gelişmiş iletişim olanaklarıyla ve başka insanlara, ülkelere ve kültürlere ilişkin artan bilgiyle, muazzam bir 'bar-ışçıl bölüşümle' kaynakların askeri harcamalar yerine eğitime ve sosyal projelere yönlendirilmesini sağlaya-cağı" konusunda hemfikir idi. Bu gö-rüşlerin ana dayanaklarından biri yazar Harley Hahn (1993) tarafından internetin küresel bir araç olmasıyla ve sıradan insanların birbirleriyle ile-tişimi için geleneksel medyanın sağla-dığından daha fazla olanak sağ-lamasıyla açıklanmıştır: "Ben inter-neti bizim en büyük umudumuz ola-rak görüyorum...nihayet dünya herkesin birbiriyle iyi geçindiği kü-re-sel bir topluluk olmaya başlıyor." İyimserliğin bir diğer nedeni ise pek çok yorumcuya örneğin France Cairn-cross'a göre internetin ulus devletin sansüründen geleneksel medyaya

oranla daha az etkilenmesi böylece de yurttaşlar arasında özgür, serbest ve küresel bir tartışmayı barındırabilmesidir. Bu temalar, -internetin uluslararası ölçeği, kullanıcı katılımı ve özgürlük- ağı dünyayı büyüyen bir dostlukla birleştirdiğini düşünmeye yarayan bir zemin olarak 2000'li yıllarda da yükseltildi.

Tüm bu kavramsallaştırmanın temel zayıflığı, sonuçlarını, internetin teknolojisinden hareketle genelleştirmesiydi. Daha geniş bir bağlamda toplumun içinde, internetin küresel uyuma ve anlayışlılığa katkısını sınırladığı hatta yadsıdığı çeşitli yolların olduğunu da gözden kaçırmaktadır.

İlk olarak, dünya son derece eşitsizdir ve bu eşitsizlik internet dolaşımı küresel iletişime katılımı sınırlandırmaktadır. Dünyanın en zengin %2'lik kesimi küresel hanehalkı zenginliğinin yarısından fazlasına sahiptir. Dünyanın en zengin %1'lik kesimi ise küresel varlıkların %40'ını kontrol etmektedir. Dünya nüfusunun alt yarısını oluşturan kesim küresel zenginliğin ancak %1'ine sahiptir. Zenginlik, Kuzey Amerika, Avrupa ve yüksek gelire sahip Asya-Pasifik ülkelerinde yoğunlaşmıştır; bu ülkelerdeki insanlar dünya zenginliğinin neredeyse %90'lık bir bölümüne sahiptir (Davies vd., 2006). Bu ülkelerde internete erişim oranı oldukça yüksektir. Kuzey Amerika'da internete erişim oranı %77, Avustralya'da %61 ve Avrupa'da ise %58'dir (Internet World Stats, 2010a). İnternete erişimin zengin ülkelerdeki erişim oranının %1'den bile az olan pek çok gelişmekte olan ülke bulunmaktadır (Wunnava and Leiter, 2009: 413). Bu durum, internet topluluğunun kompozisyonunu çarpıtmaktadır. 2011'de internet kullanıcılarının dünya nüfusuna oranı toplam %30'dur (Internet World Stats, 2010a). Dolayısıyla, eğer internet dünyayı birleştiriyorsa, birleşenler birbirleriyle iletişime geçebilen zenginlerdir. Dünya üzerindeki fakir insanların büyük çoğunluğu "karşılıklı anlayışlılığın" sihirli çemberinin bir

parçası değildir.

İkincisi, dil dünyayı bölmüştür. Birçok insan sadece tek bir dili konuşabilmektedir. Bu nedenle de yabancıların ne söylediklerini tam olarak kavrayamamaktadır. Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'ne (ITU) göre dünya nüfusunun sadece %15'nin anladığı İngilizce, çevrimiçi ortak bir dil olmaya en yakın olan dildir. Dolayısıyla internetin insanları bir araya getirme rolü karşılıklı olarak anlaşılmadığı için engellenmektedir.

Üçüncüsü, dil iktidarın bir aracıdır. İngilizce yazanlar ya da konuşanlar görece daha büyük küresel topluluklara ulaşabilmektedir. Bunun aksine, Arapça iletişim kuranlar internet kullanıcılarının %3'lük bir kesimine erişebilmektedir (Internet World Stats, 2010b); Marathi dilinde iletişim kuranların erişebileceği internet kullanıcısı oranı ise ancak ondalık değerlerle ifade edilebilecek kadar küçüktür. Küresel toplulukta kimin sesinin duyulacağı ağırlıklı olarak anadillere bağlıdır.

Dördüncü olarak, çıkar çatışmaları ve değerler dünyayı bölmüştür. Bunu, düşmanlığı bastırmak yerine kıskırtan ifadeler barındıran web sitelerinde görebilirsiniz ve ırkçı ifadeler içeren web sitelerinin sayısında ciddi bir artış yaşanmaktadır. Raymond Franklin bu tür sitelerin bir listesini yapmıştır ve bu sitelerin çoğu geniş bir tabana sahiptir: Sadece beyazlara yönelik ilk sitelerden olan ABD merkezli Stormfront'un 2005 yılındaki kayıtlı aktif kullanıcı sayısı 52.566 olarak belirtilmiştir (Daniels, 2008: 134).

Nefret söylemi içeren web sitelerine ilişkin detaylı araştırmalar bu sitelerin ırkçı nefreti çeşitli yollarla kurduğunu ve yükselttiğini göstermektedir (Back 2011; Perry ve Olsson 2009; Gerstenfeld vd., 2003). Bu web siteleri militan ırkçıların yalnız olmadıklarını gösteren bir kolektif kimlik hissini de beslemektedir. Bazıları bu topluluk hissini sadece "Aryan Dating Page"(2) gibi web siteleri aracılığıyla

da değil sağlık, spor ve ev işleri gibi konularda tartışmaların yapıldığı daha geleneksel forumlarda bile yükseltmektedir. Daha incelikli olanları ise çevrimiçi oyunlar ve pratik yardımlar içeren web siteleriyle çocukları ve gençleri hedeflemekte oldukça başarılıdır. ırkçı nefret grupları görüşlerinin ve enformasyonun paylaşıldığı uluslararası destek ağları geliştirmek için interneti giderek daha fazla kullanmaktadır. Tabii ki bunların ham içeriği korku ve nefreti yaymak için tasarlanmıştır ve aralarına yabancıların karışmasını "demografik zaman bombası" olarak niteleyen uyarılar bunun tipik örneğidir. Siber alanın bu "beyaz kaleleri" uyumsuzluğu sadece beslemez: ırkçı söylem ile ırkçı şiddet arasında ilişki vardır (Akdeniz, 2009).

Bu, önemli bir noktayı da göstermektedir: internet nefret kusabilir, yanlış anlamayı besleyebilir ve düşmanlığı ebedileştirebilir. Çünkü internet hem uluslararası niteliktedir hem de etkileşim özelliğine sahiptir ve bu özellikler internetin mutlaka "hoşluğu ve aydınlığı" teşvik edeceği anlamına gelmez.

Beşincisi, çok sayıda toplumun içinde ulusal ve yerel kültürler (akademik hayatın kozmopolit yapısının aksine) güçlü durumdadır. Bu kültürler dünya genelinde, geleneksel haber medyasının örgütlenme biçimi ve değerleri tarafından da desteklenmektedir. Dolayısıyla da haber medyası yerel haberler üzerinde yoğunlaşma eğilimindedir. Örneğin, enternasyonalizm yanlısı iki Kuzey Avrupa ülkesinde televizyon istasyonlarının 2007'de dış haberlere ayırdığı zaman %30 oranındayken ABD'de %20 olmuştur (Curran vd., 2009). Ayrıca haber değeri hem bu ülkelerde hem de başka yerlerde basının içeriğini belirlemektedir (Curran vd., 2010; Aalberg ve Curran, 2011). Daha da önemlisi, ulus-merkezli kültürler internetteki haberleri şekillendirmektedir. 2010 yılında yapılan ve dokuz ayrı ülke merkezli önde gelen haber sitelerini inceleyen bir araştırmada bu sitelerin

ağırlıklı olarak ulusal haber yayınları ve önde gelen televizyon haber programlarından ancak marjinal düzeyde fazla enternasyonalist oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Altıncı olarak, ulusal hükümetler her şekilde kendi medya sistemlerini kontrol etmenin yollarını aramaktadır. Özellikle de otoriter rejimler, internet hizmet sağlayıcıları ve web sitelerini lisansa bağlama, resmi kara listelere girmiş URL adreslerini filtreleme, internet kullanımını ve içeriğini görülmeye yarayan yazılım kullanma ve genel bir sindirme ve korku ortamı yaratma gibi yöntemlerle çevrimiçi iletişimi sansürlenmenin yeni yollarını geliştirmiştir. Sonuç olarak, küresel internet söylemi devletin sansürü ve sindirmesi nedeniyle bozulmuştur.

Yedincisi, aktif olarak politikaya katılanlar nüfusun genelinden farklı özelliklere sahip olabilir ve bu çevrimiçi söylemin doğasını etkileyebilir. Smith vd., (2009) ABD'de toplumun avantajlı kesiminin en aktif politik kesim olma eğiliminde olduğunu ve bunun çevrimiçi aktivizmde de yeniden üretildiği sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde, Di Gennaro ve Dutton (2006) İngiltere'de politikada aktif olanların yüksek sosyo-ekonomik gruptan, iyi eğitilmiş ve daha ileri yaşlardaki insanlardan çıkma eğiliminde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Buna karşılık çevrimiçi politik katılım gösterenlerin ise çok daha zengin ve iyi eğitilmiş kişilerden oluştuğunu ama yaşça daha genç olduklarını saptamıştır. Dolayısıyla, Di Gennaro ve Dutton internetin politik katılımdan ziyade politik dışlamayı desteklediği sonucuna ulaşmıştır.

Kısacası, siber alanın farklı geçmiş deneyimlerden ve uluslardan insanların iletişim kurabilecekleri özgür ve açık bir alan olduğu ve bu insanların daha müzakereci, hoşgörülü ve güçlenmiş bir dünya kurabilecekleri görüşü birkaç noktayı gözden kaçırmaktadır. Dünya eşitsiz ve karşılıklı olarak dışlayıcıdır (düz anlamıyla); çatışan değerler ve çıkarlar

tarafından bölünmüştür; köklenmiş ulusal ve yerel kültürler (ve kimliğin din ve etnik köken gibi diğer noktaları) tarafından alt bölümlere ayrılmıştır ve bazı ülkeler otoriter rejimler tarafından yönetilmektedir. Gerçek dünyanın bu farklı unsurları, çok sayıda dilden, nefret içeren web sitelerinden, ulusalcı söylemlerden, sansürlenmiş ifadelerden ve avantajlı kesimlerin aşırı temsilinden oluşan yıkık bir Babil kulesi doğuracak şekilde siber alana nüfuz etmektedir.

Toplumun gelişimini etkileyen farklı güçler vardır. Artan göç, ucuz seyahat, kitlesel turizm, pazarın küresel bütünleşmesi ve eğlencenin küreselleşmesi artan ulus ötesi ilişki anlayışını teşvik etmiştir. Bu gelişmelerden bazıları internette de destek bulmuştur. Dünyanın her yerinden YouTube ekranlarında paylaşılan deneyim, müzik ve mizah bir "biz-hiss" pompalamaktadır. YouTube'daki "Here is u" videoları her dilde komiktir ve altyazıların sıkıcı etkisinin de üstesinden gelmektedir.

İnternet, aynı zamanda uzak yerlerdeki deprem mağdurları ya da baskıya maruz kalan protestocular gibi abluka altındaki gruplarla dayanışma ruhunu güçlendiren görüntülerin küresel ve hızlı dağıtımını kolaylaştırmaktadır. İnternetin daha uyumlu, anlayışlı ve adil bir dünya yaratmaya katkı sağlama potansiyeli vardır. Ama değişimin itici gücü mikroçipten değil toplumdan gelecektir.

Bir bakıma, Orta Doğu'daki ayaklanmalar, muhalefeti harekete geçirmede ve Orta Doğu dışından destek kazanmada internetin, mobil telefonun ve uydu televizyonunun nasıl bir gücü olabileceğinin kanıtıdır. Bu demektir ki, bu ayaklanmaların altında yatan derin sebepler vardır: Hızlı eğitimsel gelişmeyi takip eden hayal kırıklığıyla sonuçlanmış beklentiler, yüksek genç işsizliği, yükselen gıda fiyatları, gözden düşen neo-liberal politikalar, ahbap-çavuş kapitalizmine ve otoriter rejime yönelik kızgınlık ve bazı durumlarda aşiret ve dinsel düşmanlık.

Mısır, Tunus ve başka yerlerde 1980'lere kadar uzanan grevler ve protestolar bu ayaklanmaların öncülleri'dir.

Gerçekte, çarpıcı olan, altı aktif "isyanı" ülkenin arasında (Tunus, Mısır, Libya, Bahreyn, Suriye ve Yemen) sadece Bahreyn'in Facebook yaygınlığı ve internet kullanımında ilk beş Arap ülkesi arasında olmasıdır. Bu durum, daha yüksek internet yaygınlığı oranına sahip Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi Arap ülkelerinin halkları kendi diktatörlerine karşı gelmezken, iletişim teknolojilerinin değil yerleşik sosyal faktörlerin ayaklanmalara neden olduğunun altını çizmektedir.

Gazeteciliğin Rönesansı

Şimdi de internet gazeteciliği nasıl etkileyecekti, buna yönelik tahminlere geçelim. Rupert Murdoch'a göre internet gazeteciliği demokratikleştirmektedir. Murdoch, "güç, endüstrimizdeki editörler, yöneticiler ve kabul edelim ki patronlar gibi eski elitlerden webdeki blogcular (blogger), sosyal ağlar ve tüketicilere geçiyor" açıklamasını yapmıştır (Murdoch, 2006). Bu görüş, "medya holdinglerinin Fordist tarzda yukarıdan aşağıya haberleri belirlediği günler bitmiştir" ilanında bulunan tanınmış İngiliz muhafazakâr blogcu Guido Fawkes tarafından tekrar edilmiştir. Radikal akademik avukat Yochai Benkler de (2006), gazeteciliğin monopolistik endüstriyel modelinin, kâr amacı taşıyan ya da taşımayan bireysel ve kurumsal gazetecilik pratikleri üzerine kurulu çoğulcu ağ modeli karşısında gerilediği tartışmasıyla bu görüşe katılmıştır. Radikal basın tarihçisi John Nerone ise eski rejimin tarih olduğunu söyleyerek daha da ileri gitmiştir. Nerone (2009: 355) alaycı bir ifade ile "eski tarz gazeteciliğin ölümü ardından yas tutmaya değer en önemli kayıp nefret edebileceğimiz bir şeyin artık kalmaması" demiştir. Solun yanı sıra sağdan da çok sayıda yorumcu ve haber endüstrisinin liderleri de dahil olmak üzere

yurttaş gazeteciler ve akademik uzmanlar da aynı sonuca ulaşmıştır: internet, gazeteciliğin medya patronlarının ve holdinglerinin kontrolündeki dönemine son vermektedir.

Bu coşkulu yorumun ikinci teması ise internetin, gazeteciliğin daha iyi bir biçimle yeniden doğuşunu sağlayacağıdır. Philip Elmer-Dewitt'e (1994) göre internet "gazeteciliğin nihai kuruluşu olacaktır" çünkü "bir bilgisayar ve modemi olan herkes dünyanın dört bir yanındaki okuyuculara haber ve görüntü geçerek kendi kendisinin muhabiri, editörü ve yayıncısı olabilecektir." Bu bakış açısının bir versiyonu geleneksel medyanın yurttaş gazeteciler tarafından büyük oranda yerinden edildiğini görmektedir. Alternatif bir versiyon ise gazeteciliğin yeniden canlandırılmış bir biçimini üretmek için hevesli gönüllülerle birlikte çalışan profesyoneller görmektedir (bkz. Beckett, 2008; Deuze, 2009).

Özetle, internetin gazeteciliğin eski düzenini gömeceği ve daha iyi bir biçimle yeniden doğuşuna neden olacağı söylenmektedir. Bunu sorgulamanın ilk nedeni televizyonun hala hakim haber kaynağı olmasıdır. Örneğin, 2010'da altı ülkede -İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya, Birleşik Devletler ve Japonya- yapılan bir araştırmada katılımcıların çoğu kendi ülkeleri hakkındaki haberler için ana kaynak olarak internetteki ziyade televizyona güvendiklerini belirtmiştir (Ofcom 2010b).

Daha da önemlisi, büyük haber kuruluşları siber alanı sömürgeleştirmiştir. Bu kuruluşlar rekabette hızlı davranmak için önce mevcut yayınlarının aynısı olan haber web siteleri kurdular. Bu siteler hızla hakim pozisyona geldi çünkü ciddi bir oranda çapraz sübvansiyon uygulanmaktaydı ve bağlı oldukları güçlü ana şirketlerin yerleşik itibarını ve haber toplama kaynaklarını sömürüyorlardı. Örneğin, Pew (2011) 2010'da haber ve enformasyon sitelerine yönelik internet trafiğinin %80'nin en çok ziyaret edilen haber siteleri sıralamasının ilk

%7'lik diliminde yoğunlaştığını tespit etmiştir. Bu sitelerin çoğunluğu (%67) internet öncesi dönemin büyük haber kuruluşları tarafından kontrol edilmektedir. Diğer %13'lük dilimi ise içerik toplayıcılar (content aggregators) [1] oluşturmaktadır. Sadece %14'lük dilim ise çoğunlukla özgün haber üreten ve yalnızca çevrimiçi ortamda yayın yapan (online-only) kuruluşlardan oluşmaktadır.

Bir başka ifadeyle, internetin yükselişi büyük haber kuruluşlarını zayıflatmamıştır. Aksine, hegemonyalarını farklı teknolojilerle genişletmelerine olanak tanımıştır. Somut olarak bu, dünya genelinde en çok ziyaret edilen on gazete web sitesi arasında 2010/1'de sadece bir tane bağımsız site (Huffington Post) [2] olduğu anlamına gelmektedir: geri kalan dokuz site ise New York Times ve Guardian gibi internet öncesi dönemin büyük haber kuruluşlarına aittir (Guardian, 2011). Birleşik Devletler'de en çok ziyaret edilen ilk on haber sitesi sıralamasında Mart 2011 verileriyle sadece bir tane bağımsız site bulunmaktadır (yine Huffington Post): geri kalanların dört tanesi büyük televizyon kuruluşlarına, üç tanesi büyük gazetelere ve iki tanesi de içerik toplayıcılara aittir (Moos, 2011). İngiltere'de 2011'de en çok ziyaret edilen ilk on haber sitesi sıralamasında ise bağımsız çevrimiçi bir site bulunmamaktadır: tüm üst sıralar büyük televizyonlar, gazeteler ve içerik toplayıcılar tarafından tutulmuştur (Nielsen, 2011).

İçerik toplayıcılar alternatif haber kaynaklarına genellikle önem vermezler. Joanna Redden ve Tamara Witschge (2010) kamuyu ilgilendiren beş ana konu ekseninde Google ve Yahoo tarafından listelenen içeriği belirli bir süreyle incelemiştir ve tüm bulabildikleri "hiç bir alternatif haber sitesinin arama sonuçlarının ilk sayfasında yer almadığı" olmuştur.

Bununla birlikte, internet, blogcuları kitlesel kullanıcıya da bağlamaktadır. İngiltere'de örneğin, 2008'de internet kullanıcılarının %79'unun son

üç ay içinde tek bir blog okumadıkları belirlenmiştir (ONS, 2008). Çoğu blogcu hikayeleri araştırarak zamandan yoksundur. Geçimlerini karşılamak için günlük düzenli işlerine ihtiyaçları olan amatörlerdir (Couldry, 2010). Bu da onların geniş bir takipçi kitlesi oluşturma yeteneklerini zayıflatmaktadır.

Eğer kitlesel gazetecilik hala geçerse gazetecilik daha iyiye gitti mi? İnternetin yükselişinin bir sonucu, geleneksel medyanın, bundan daha az bir oranda da genel olarak haber üretiminin reklam kaybı yaşamasıdır. Birleşik Devletler'de, istihdam edilen toplam gazeteci sayısı 2000-2009 arasında %26 oranında düşmüştür (Pew, 2010), İngiltere'de ise "anaakım gazetecilik kuruluşlarında" istihdam edilenlerin sayısı 2001-2010 arasında %27 ile %33 oranlarında daralmıştır (Nel, 2010). Haber bütçeleri kesilmiş; bu da Birleşik Devletler'de büyük şehir gazetelerinin ve televizyon haber ağlarının bile zaman gerektiren araştırmacı gazetecilikte ve yüksek maliyetli dış haberlerde tasarruf etmek zorunda kalmalarıyla sonuçlanmıştır.

İngiliz gazeteciliğine ilişkin önemli bir araştırma da canlanmaya yönelik abartılı öngörülerin tam aksine daha derin ve yaygın bir bozulmanın gerçekleştiği sonucuna ulaşmıştır (Fenton, 2010; Lee-Wright vd., 2011). Araştırma, haber merkezlerindeki işten çıkarmalar, çevrimiçi ve çevrimdışı (offline) haber üretiminin birleştirilmesi ve haberin 24 saat güncellenmesinin gerekmesi nedeniyle daha az sayıda gazeteciden daha fazla içerik üretmesinin beklendiğini tespit etmiştir. Bu, gazetecileri, üretkenliği arttırmanın bir yolu olarak denenmiş ve test edilmiş haber kaynaklarını daha fazla kullanmaya yönlendirmektedir. Ayrıca yine üretkenliği arttırma amacıyla aynı haber çerçevelerini, alıntılarını ve fotoğraflarını kullanmaya varan düzeyde rakiplerinin web sitelerinden haber toplanmasını arttırılmaktadır. Az sayıda kaynak, genel olarak kes-yapıştır gazetecili-

ğine, masa başı gazeteciliğe bağımlılığın artmasında rol oynamaktadır. Arjantin'de yapılan bir çalışmanın da gösterdiği üzere taklitçi, masa başı gazeteciliğe doğru bir eğilim sadece İngiltere'de değil başka yerlerde de yaşanmaktadır (Boczkowski, 2009).

Gazetecilik açısından umut verici bazı gelişmeler olmuşsa da bunlar çoğunlukla zayıftır. Bağımsız çevrimiçi haber yatırımları abonelik tabanlı kurmakta zorlanmıştır çünkü toplum ücretsiz web içeriğine alışmıştır. Bu yatırımlar, genellikle az sayıda kullanıcının dikkatini çektiği için de az reklam almıştır. Birleşik Devletler'de Pew Araştırma Merkezi'nin 2009 tarihli bir araştırması "...çoşkuya ve iyi çalışmaya rağmen çok azının kâr edebildiğini ya da kendi kendisini finanse edebildiğini" saptamıştır. Benzer şekilde, Columbia Journalism Review dergisinin 2009 tarihli bir sayısında da "bu web temelli haber kuruluşlarından küçük olanlarının mevcut çevrimiçi gelirleriyle ayakta durabilmesinin mümkün olmadığı" tespit edilmiştir. Çoğu kez kıt kaynaklarıyla en acil öncelikleri hayatta kalabilmek olmuştur.

Özetle, hakim haber kuruluşları üstünlüklerini iyice sağlamlaştırmıştır çünkü hem çevrimiçi hem de çevrimdışı haber üretiminde ve tüketiminde egemen bir pozisyon elde etmişlerdir. Bunun yanı sıra, bir reklam mecrası olarak internetin yükselişi bütçe kesintilerine, gazetecilerin üzerindeki zaman baskısının daha da artmasına ve bazen de ana akım gazetecilikte niteliksel kötüleşmeye neden olmuştur. Bu, yeni bağımsız haber girişimleri tarafından da telafi edilememiştir çünkü bunlar çoğu zaman çok küçüktür ve kurtuluşu [gazeteciliğin, ç.n.] yönetebilmek için çok zayıftır.

Bunun, coğrafi değişkenlerin varlığını kabul ederek değerlendirilmesi gerekir. Şöyle ki, Güney Kore'de yurtaş gazeteciliği web sitesi, OhmyNews, çok sayıda gönüllü muhabir tarafından desteklenen çekirdek bir kadroyla 2000'lerin başında geniş bir

kullanıcı kitlesi yaratmıştır. Ancak, sitenin yükselişi kültürel konformizme karşı kitlesel bir protesto ve hükümet-şirket işbirliğine karşı siyasi bir protesto ile sürdürülebilmiştir. Takip eden on yıl içinde sitenin arkasındaki rüzgar yatıştığında ise OhmyNews zorluklarla karşılaşmıştır. Ve sitenin Japonya'da benzer bir kuruluşu hayata geçirme girişimi suya düşmüştür.

Ekonomik Dönüşüm

İnternetin herkes için zenginlik ve refah yaratacağı 1995 ile 2000 arasında sıkça iddia edildi. Bu öngörüğü simgeleyen, Amerikan internet topluluğunun kutsal kitabı Wired dergisinde 1999 yılında yayınlanan ve derginin editörü Kevin Kelly tarafından yazılan uzun bir makaleydi. Başlık ve giriş makalenin tonunu belirlemişti: "Kükreyen Sıfırlar: İyi haber yakında milyonlar olacaktır. Kötü haber diğer herkes de olacak." Bu denli kendinden geçmiş terimlerle olmasa da bu iyi haber Atlantik'in iki yakası boyunca yaygın bir biçimde dolaşıma girdi. Business Week dergisinin haberinde olduğu gibi sözde güvenilir raporlarla da desteklendi: "İnternet Çağı'na girdik" ... Sonuç: Önce Birleşik Devletler'de, kısa zamanda da dünyanın geri kalanında ekonomik büyümede ve verimlilik artışında patlama.

İnternetin ve sayısal iletişimin "Yeni Ekonomi"yi yarattığı görüşü bu öngörülerin temelidir. Yeni Ekonomi kavramı bulanık ve değişken olmakla birlikte genellikle belli temaları çağırır. İnternetin, verimliliği ve büyümeyi arttıran tedarikçileri, üreticileri ve tüketicileri birbirine bağlamanın yeni, daha etkili bir aracını sunduğu söylenmektedir. İnternet, Schumpeterci yenilik dalgası yaratan yıkıcı bir teknolojidir. Ve sanayisi durgunlaşan, batı toplumlarında zenginliğin ana kaynağı olarak ağır sanayinin yerine geçen yeni enformasyon ekonomisinin büyümesine neden olmaktadır.

Bu kavramsallaştırmanın merkezinde gizemli bir öz vardır. İnternetin dev holdinglerle yeni girişimler ara-

sında eşit şartlar oluşturarak rekabetin terimlerini değiştirdiğini ilan etmektedir. İnternet sonuç olarak, pazarın dinamizmini canlandırmakta ve iş dünyasının yaratıcılığının kasırga gücünü serbest bırakmaktadır. İnternet, mevcut perakende araçları atlayarak yeni pazar fırsatları oluşturmaktadır. Maliyetleri düşürmekte ve düşük hacimli üreticilerin küresel pazarda ihmal edilmiş niş (niche) talebi karşılamalarına olanak tanımaktadır. Ayrıca internetin ağır hareket eden, hiyerarşik, Fordist, dev holdinglerin aksine pazardaki talep değişimlerine hızla yanıt üretebilen yatay, esnek ağ kuruluşlarını desteklediği bildirilmektedir.

Yeni Ekonomi kavramı çoğu kez uzman dili içinde gizlenmiştir. Kavramın iç yüzünü anlamak için yeni bir kelime hazinesi öğrenmek gerekir:

* James Curran, Goldsmiths College'da iletişim profesörüdür ve opendemocracy.net sitesinin medya ve internet bölümü editörlerindedir. Bu çeviri, Curran'ın Aralık 2011'de Sydney'de verdiği bir dersin tam metnidir.

(1) Prosumer, kullanıcının içerik üretim ve sunum sürecindeki değişen konumuna işaret eden bir kavramdır. Buna göre internet gibi yeni iletişim teknolojileri ve sosyal ağlar, paylaşım siteleri, webloglar, mikrobloglar gibi içerik üretiminin ve sunumunun yeni biçimleri/platformları kullanıcıya hem içeriği üreten ve paylaşan hem de tüketen olarak iletişim sürecine katılma olanağı sunmaktadır. Prosumer kavramı İngilizce producer (üretici) ve consumer (tüketici) kelimelerinin birleştirilmesiyle türetilmiştir. (ç.n.)

(2) Irkçı ifadeler içeren ve sadece beyaz kadınlara ve erkeklere yönelik bir tanışma sitesi. (ç.n.)

[Opdemocracy.net'teki İngilizce orijinalinden Aylin Aydoğan tarafından Sendika.Org için çevrilmiştir-12- 30 Temmuz 2012 -]