



İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

Uluslararası Gazetecilik Habitusunu Anlamak

Yüksek Lisans Tezi

Ömer Burak TEK

Kasım 2025



İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

Uluslararası Gazetecilik Habitusunu Anlamak

Yüksek Lisans Tezi

Ömer Burak TEK

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Elyesa Koytak

Kasım 2025

TEZ JÜRİSİ ONAYI

Ömer Burak Tek tarafından hazırlanan "Uluslararası Gazetecilik Habitusunu Anlamak" başlıklı bu Yüksek Lisans Tezi, Sosyoloji Anabilim Dalı'nda hazırlanmış ve jürimiz tarafından kabul edilmiştir.

JÜRİ ÜYELERİ

İMZA

Tez Danışmanı:

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Elyesa Koytak
İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Üyeler:

Doç. Dr. Cenk Beyaz
İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Doç. Dr. Cem Koray Olgun
Adıyaman Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 28/Kasım/2025

BEYANLAR

Yazım ve Kaynak Gösterme Kılavuzu Beyanı

Danışmanlığımda yazılan bu tezin APA yazım ve kaynak gösterme kılavuzunda belirtilen kurallara uygun olarak yapılandırıldığı ve bu kılavuzun metin içi kaynak gösterme standartlarının bu tezde tutarlı olarak uygulandığı tarafımdan incelenerek teyit edilmiştir.

İmza

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Elyesa Koytak

Etik İlkelerine Sadakat Beyanı

Hazırladığım bu tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığımı ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi beyan ederim.

İmza

Ömer Burak Tek

ÖZET

Uluslararası Gazetecilik Habitusunu Anlamak

Tek, Ömer Burak

Yüksek Lisans Tezi, Sosyoloji Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Elyesa Koytak

Kasım 2025

Bu araştırma, Türkiye'de uluslararası gazetecilik yapan profesyonellerin habitusunu, Pierre Bourdieu'nün habitus, alan ve sermaye gibi temel kavramsal çerçevesiyle derinlemesine analiz ederek literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmayı amaçlamıştır. Çalışma, dijitalleşmenin getirdiği çoklu yetenek beklentileri, artan güvencesizlik (prekarite) ve özellikle yapay zekâ (YZ) teknolojilerinin bu habitusu nasıl dönüştürdüğü ekseninde şekillenmiştir.

Saha araştırmasından elde edilen bulgular, gazetecilerin habitusunun, genellikle mütevazı sosyo-ekonomik kökenlerden gelerek, sınırlı ekonomik sermayelerini stratejik olarak kültürel ve sosyal sermayeye dönüştürme pratiğiyle inşa edildiğini göstermektedir. İleri düzey yabancı dil bilgisi ve lisans/yüksek lisans eğitimleri, failerin kariyer yolculuğunda kritik bir kültürel sermaye unsuru olmuş; ilişkiler ağı ise sosyal sermaye olarak hayati bir işlev görmüştür. Bu meslektaşları alanda tutan temel güç, yüksek simgesel ve ahlaki değere sahip olduğu ifade edilen mesleğin toplumsal misyonuna olan sarsılmaz inançları, yani *illusio*'dur.

Yapay zekânın alana girişi, gazetecilik habitusunu önemli bir dönüşüm kavşağına getirmiştir. Yapay zekâ, bir yandan araştırma ve çeviri gibi rutin işleri kolaylaştıran bir "yardımcı araç" olarak görülürken; diğer yandan deepfake ve dezenformasyon riski nedeniyle ciddi bir "tehdit" olarak algılanmaktadır. YZ araçlarını etkin kullanma becerisi, alandaki mücadelede önemli bir etkidir. Alanın yeni ortak kabulü (doxa), YZ'nin gazetecinin yerini alamayacağı, ancak etik sınırlar içinde ve

"insanın döngüde kalması" (human in the loop) ilkesiyle bir asistan olarak kullanılması gerektiğidir.

Nihayetinde tez, uluslararası gazetecilik habitusunun, idealist motivasyonlarını ve hakikat arayışı illusio'sunu koruyarak, teknolojik ve etik meydan okumalara karşı esnek ve stratejik bir adaptasyon süreci içinde olduğunu ortaya koymaktadır. Bu dönüşümde, insani sezgi, etik sorumluluk ve toplumsal misyon bilinci en önemli sabitleyiciler olarak varlığını sürdürmektedir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Gazetecilik, Habitus, Yapay Zekâ

ABSTRACT

Understanding the Habitus of International Journalism

Tek, Ömer Burak

Master's Thesis, Department of Sociology

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Muhammet Elyesa Koytak

November 2025

This thesis aims to fill a significant gap in the literature by deeply analyzing the habitus of professionals engaged in international journalism in Türkiye. The analysis employs Pierre Bourdieu's core conceptual framework, including habitus, field, and capital. The study specifically focuses on how this habitus is shaped by the multi-skill expectations stemming from digitalization, increasing precarity, and particularly the transformation brought about by Artificial Intelligence (AI) technologies.

Findings from the field research indicate that the journalists' habitus is constructed through the strategic practice of converting limited economic capital (often coming from modest socio-economic backgrounds) into cultural and social capital. Advanced foreign language proficiency (especially English) and graduate education constitute critical elements of institutionalized cultural capital. The primary force sustaining these actors in the field, despite the increase in precarity, is their unshakeable belief in the profession's high symbolic and moral value, known as *illusio*.

The introduction of AI marks a crucial turning point for the journalistic habitus. AI is simultaneously perceived as a "helper tool" that increases efficiency in routine tasks, and as a serious "threat" due to the risk of deepfake and disinformation. The proficiency in effectively utilizing AI tools now acts as a strategic asset, accelerating the conversion of other capital forms into symbolic capital.

The new shared acceptance (doxa) of the field asserts that AI cannot replace the journalist, but must be used as an assistant within ethical boundaries, adhering to the principle of "human in the loop". Ultimately, the thesis concludes that the habitus of international journalism is undergoing a flexible and strategic adaptation process, maintaining its idealist motivations and its truth-seeking *illusio*. In this transformation, human intuition, ethical responsibility, and social mission consciousness remain the most important stabilizers.

Keywords: International Journalism, Habitus, Artificial intelligence,

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER.....	ix
ÖNSÖZ	xi
GİRİŞ.....	1
1. GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE GAZETECİLİK ENDÜSTRİSİ.....	6
2. ULUSLARARASI GAZETECİLİĞİ BOURDİEU AÇISINDAN OKUMAK.....	15
2.1. Habitus	15
2.2. Alan	17
2.3. Sermaye.....	18
2.4. Tanım Olarak Uluslararası Gazetecilik	21
2.5. Gazetecilerin Yeni Çalışma Pratikleri.....	25
3. METODOLOJİ.....	30
4. BULGULAR VE ANALİZ.....	43
4.1. Kişisel Geçmiş ve Aile.....	43
4.1.1. Aile Kökenleri ve Coğrafi Geçmiş.....	43
4.1.2. Sosyo-Ekonomik Konum.....	45
4.1.3. Kültürel ve Dilsel Çevre.....	46
4.2. Eğitim ve Profesyonel Yaşam	48
4.2.1. İş Bulma Kaygısı ve Ekonomik Sermaye	48
4.2.2. Sosyal Sermaye	50
4.2.3. Akademik Eğitim ve Kültürel Sermaye.....	52
4.2.4. Simgesel Sermaye.....	53
4.2.5. Yabancı Dil ve Yurtdışı Deneyimleri	54
4.2.6. Kariyer Gelişimi ve Kurum Deneyimleri.....	55
4.3. Gazetecilikte Kariyer ve Motivasyon.....	57
4.3.1. Mesleğe Giriş ve İlk Deneyimler	57
4.3.2. Kariyer Yolu ve Hareketlilik.....	61
4.3.3. Gazetecilikte Tetikleyici Güçler (Mentorlar ve İlham Kaynakları)	62
4.3.4. Alanın Kısıtları	64
4.3.5. Uluslararası Gazetecinin Haber Üretim Pratiği.....	65
4.4. Mesleği Görme Biçimleri	66
4.4.1. Motivasyon Kaynakları ve Illusio	66
4.4.2. Kişisel ve Mesleki Değerler	71
4.4.3. Gazetecilik ve Toplum İçin Misyon Algısı.....	72
4.5. Teknoloji ve Yapay Zeka	74
4.5.1. Yapay Zekânın Mevcut Etkileri – Araç mı Tehdit mi?	74
4.5.2. Mesleki Kaygılar ve Etik Boyut	76

4.5.3. Yeni Doxa: Yapay Zekanın Alan İçindeki Konumu.....	78
<i>SONUÇ</i>	81
<i>KAYNAKÇA</i>	87
<i>EKLER</i>	92

ÖNSÖZ

Muhammed Esed'in *Mekke'ye Giden Yol* kitabında, mihmandarı Zeyd'le çölde kahvesini yudumlarırken gazetede ki köşesini düşündüğü o tasvirler veya Eduardo Galeano'nun Crisis dergisinde yazdıklarının dünyadaki yankıları bende her zaman derin bir etki bırakmıştır. Uluslararası gazeteciliğin merakımı cezbeden bir alan olmasının temelinde işte bu ve benzeri anlar yatıyor.

Bu araştırmanın bir fikir olarak doğuşundan tamamlanmasına kadar tüm aşamalarda desteğini, teşviklerini ve rehberliğini esirgemeyen değerli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Elyesa Koytak, bu çalışmanın gerçekleşmesinde kilit bir role sahiptir. Tez süreci boyunca başucu kitabım olan "Mesleğin Dönüşümü" adlı eseri, Türkçeyi kullanma ve olguları ifade etme yetim konusunda bana büyük bir cesaret vermiştir.

İstanbul Medeniyet Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'ndeki eğitimim süresince, başta Bölüm Başkanımız Prof. Dr. Mahmut Hakkı Akın olmak üzere desteklerini gördüğüm tüm değerli hocalarıma, tez sürecinin getirdiği tüm zorluklara ve duygusal iniş çıkışlara birlikte göğüs gerdiğimiz Halil İbrahim Medet'e, bir ağabey hüviyetiyle her daim yoluma ışık tutan Halil Kılıç'a, desteğini bir an eksik etmeyen TRT World Kanal Koordinatörü Mevlüt Selman Tecim'e, yoğun çalışma tempolarına rağmen zaman ayıran, çalışma alanlarında görüşme yapma talebimi kabul ederek zorlu koşullar altında sorularımı yanıtlayan, isimlerini burada zikredemediğim tüm değerli katılımcılara, sevgileriyle beni sarıp sarmalayan aileme ve kurduğum tüm evrenlerde bana eşlik eden sevgili eşim Şeyma'ya en içten teşekkürlerimi iletiyorum.

GİRİŞ

İletişim olgusu, tarihsel olarak toplumsal yapı ve ilişkilerin içinden doğup gelişen bir kavram, süreç ve etkinlik olarak karşımıza çıkar. Bu nedenle sosyoloji disiplini içinde iletişim sosyolojisi, iletişimin toplumsal boyutunu anlamaya odaklanan bir alt dal olarak konumlanır. İletişim sosyolojisi, iletişim süreçlerini ve kurumlarını incelerken iletişimin toplum içindeki rolünü ve etkilerini kendine özgü kuramsal araçlarla açıklar. Nitekim iletişim bilimleri daha çok iletişim modelleri, araçları ve teknik boyutlarına odaklanırken iletişim sosyolojisi iletişimin toplumsal yönünü mercek altına alır; insan gruplarının var olduğu her ortamda etkileşim ve iletişim biçimlerini incelemekle yükümlüdür. Bu bakış açısı, iletişim olgusunu yalnızca teknik bir aktarım süreci olarak değil, toplumsal bir pratiğin parçası olarak görmemizi sağlar (Adıgüzel vd., 2022). Dolayısıyla medya ve gazetecilik de toplumsal kurumlar olarak içinde bulundukları toplumun sosyal, kültürel ve ekonomik dinamikleriyle karşılıklı bir etkileşim içindedir. Gazetecilik faaliyetleri, bir yandan toplumsal yapı tarafından şekillendirilir; diğer yandan toplumsal bilinç ve kamuoyu oluşturarak bu yapıyı etkiler. Basın, sıklıkla “dördüncü kuvvet” şeklinde anılırken aslında bu tanımlama, gazeteciliğin toplumsal yapılar içindeki görece özerk gücüne ve toplum üzerindeki etkisine işaret etmektedir.

Medya ve gazetecilik pratiklerinin toplumsal yapıyla ilişkisi incelenirken Pierre Bourdieu’nün sunduğu kavramsal çerçeve analitik bir kılavuz sunmaktadır. Bourdieu, sosyolojide özne ve yapı arasındaki ikiliği aşmak için geliştirdiği kuramında üç temel kavrama vurgu yapar: habitus, alan ve sermaye. Habitus, bireylerin veya grupların tarihsel süreçte edindikleri deneyimlerin içselleşmesiyle oluşan kalıcı yatkınlıklar sistemi olarak tanımlanabilir. Bir başka deyişle habitus, kişinin algılama, düşünme ve eylem tarzlarını şekillendiren, bedeninde ve zihninde yer etmiş tutum ve davranış kalıpları bütünüdür. Habitus kavramı, bireylerin günlük hayatlarından mesleki pratiklerine kadar her alanda “doğal” görünen davranış ve tercihlerin aslında geçmiş toplumsal deneyimlerinin bir yansıması olduğunu vurgular. Alan kavramı ise toplumsal hayatın belli başlı özerk bölümlerini ifade eder. Bourdieu’ye göre her alan, kendine özgü kural ve değerleri olan, belirli sermaye türlerinin geçerli sayıldığı bir mücadele sahnesidir. Örneğin gazetecilik, edebiyat, siyaset gibi alanlar kendi iç dinamiklerine sahiptir ve bu alanlarda aktörler güç ve prestij elde etmek için rekabet halindedir. Bu rekabette başarı, büyük ölçüde aktörlerin sahip olduğu sermaye

birikimine bağlıdır. Bourdieu, sermayeyi toplumsal güç mücadelesinde kullanılabilen kaynaklar olarak tanımlayarak dört türe ayırır: ekonomik sermaye (maddi kaynaklar), kültürel sermaye (eğitim, bilgi birikimi ve beceriler), sosyal sermaye (kişilerarası ilişkiler ve çevre) ve simgesel sermaye (prestij, itibar ve tanınırlık). Gazeteciler bağlamında düşünüldüğünde, örneğin bir muhabirin ekonomik sermayesi çalıştığı kurumdan aldığı ücret ve maddi imkânlar, kültürel sermayesi aldığı eğitim, dil becerileri ve mesleki uzmanlığıdır; sosyal sermayesi haber kaynaklarından oluşan ilişki ağı, simgesel sermayesi ise meslek içindeki itibarı ve tanınırlığı olabilir. Bourdieu'nün bu kavramsal araçları, gazeteciliği toplumsal bir alan olarak analiz etmemize imkân tanır ve gazetecilerin eylemlerini, sahip oldukları sermaye türleri ile biçimlenen habitusları çerçevesinde anlamlandırmayı mümkün kılar. Ancak teknolojik gelişmeler başta olmak üzere birçok değişken sürekli olarak gazetecilik alanının geleneksel sınırları bulanıklaştırmakta ve alana dair güç dinamiklerini yeniden şekillendirmektedir. Burada uluslararası gazeteciliğe ayrı bir parantez açmak gerekir. Küreselleşmenin derinleştiği ve sınır aşan etkileşimlerin yoğunlaştığı günümüz dünyasında uluslararası gazetecilik özel bir önem kazanmaktadır. Uluslararası gazetecilik en genel anlamıyla bir ülkedeki habercilik faaliyetlerinin dünya genelindeki gelişmeleri, farklı ülkeler ve kültürler arasındaki etkileşimleri konu alacak biçimde icra edilmesini ifade eder. Bu, yabancı ülkelere haber yapılmasını, uluslararası meselelerin yerel kamuoyuna aktarılmasını ve farklı toplumların birbiri hakkında haberdar edilmesini içerir. Uluslararası gazetecilik, dünyanın sınırlarımızın ötesindeki kesimlerini anlamamıza katkı sunduğu için hayati görülmektedir; zira artık hiçbir ülke tamamen kendi içine kapalı değildir ve uzak coğrafyalardaki bir olay dahi başka bir ülkedeki insanların yaşamlarını etkileyebilmektedir.

Türkiye ölçeğinde düşünüldüğünde, uluslararası gazetecilik yapan gazeteciler hem ülkenin kendi medya ekosisteminin dinamiklerini hem de uluslararası haber çevrelerinin koşullarını deneyimleyen bir konumda bulunmaktadır. Bu gazeteciler, örneğin uluslararası haber ajanslarının Türkiye muhabirleri, yabancı yayın organlarında çalışan Türk gazeteciler veya Türkiye'deki medya kuruluşlarının dış haberler servislerinde görev yapan haberciler olabilir. Bourdieu'nün kavramsal çerçevesini kullanarak baktığımızda, bu grup gazetecilerin belirli bir habitus geliştirdiğini söyleyebiliriz: Uluslararası alanda çalışmanın gerektirdiği dil becerileri, farklı kültürleri anlama yetisi, küresel haberlere aşinalık gibi nitelikler, onların kültürel sermayesinin parçasıdır. Benzer şekilde, yabancı meslektaşlarla kurdukları ilişkiler ve uluslararası basın camiasındaki bağlantılar sosyal sermayelerini zenginleştirir. Uluslararası habercilik alanında saygınlık kazanmak, ödüller veya tanınırlık elde etmek ise onlara

simgesel sermaye olarak geri döner. Türkiye özelinde düşünüldüğünde, bu alandaki gazetecilerin habitusu, ülkenin basın özgürlüğü ortamı, gazetecilik eğitiminde verilen değerler, kurumlarının yayın politikaları gibi yerel unsurlarla şekillenirken aynı zamanda uluslararası mesleki normlar ve etik standartlar tarafından da etkilenir. Örneğin çatışma bölgelerinden haber geçen bir Türk savaş muhabiri, hem Türk toplumunun olaylara bakışını bilir hem de uluslararası habercilikte geçerli objektiflik, tarafsızlık gibi ilkeleri içselleştirmiştir.

Mevcut literatür, dijitalleşmenin gazetecilik alanını köklü biçimde dönüştürdüğünü ortaya koyarken geleneksel iş modellerinin çözülmesiyle özellikle serbest çalışan gazetecilerde güvencesizlik, esnek çalışma saatleri ve istikrarsız gelir gibi prekarite unsurlarının belirginleştiğini vurgulamaktadır. Dijital doğumlu medya kuruluşlarında Basın Kanunu yerine İş Kanunu'na tabi olma ve sarı basın kartının işlevsizleşmesi gibi yapısal sorunlar, bu güvencesizliği derinleştiren başlıca etkenler olarak öne çıkmaktadır. Haber takibinin 7/24 sürmesi gazetecilerin iş-yaşam dengesini zorlarken medya sahipliğinin yoğunlaşması, emeğin tek bir ödemeye çoklu biçimlerde kullanılmasını kolaylaştırarak bu baskıyı artırmaktadır. Literatür, aynı zamanda mesleğin beceri setlerinin de dönüşmekte olduğunu göstermektedir. Dijital çağda gazetecilerden yazılı içerik üretiminin ötesinde fotoğraf ve video çekimi, sosyal medya yönetimi ve arama motoru optimizasyonu gibi çoklu yetenekler talep edilmektedir. Bu genişleyen beklenti, iş yükünü artırırken mesleki vasıfsızlaşma kaygılarını da beraberinde getirmektedir. Öte yandan, akıllı telefonların ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla yükselen yurttaş gazeteciliği, haber üretiminin demokratikleşmesine imkân tanırken doğruluk ve etik standartların korunması konusunda yeni tartışmaları gündeme taşımaktadır. Son yıllarda öne çıkan bir başka bulgu, yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik pratiği üzerindeki etkileridir. Literatür, yapay zekânın araştırma, çeviri ve özetleme gibi rutin işlerde verimliliği artırma potansiyelini vurgulamakla birlikte deepfake üretimi ve dezenformasyon riski gibi etik sorunlara ve uzun vadede istihdam üzerindeki belirsizliklere dikkat çekmektedir. Bu koşullar altında gazeteciler, bağımsız girişimler kurarak gelirlerini çeşitlendirme ya da hız odaklı haberciliğe tepki olarak “yavaş gazetecilik” gibi alternatif modeller geliştirme arayışına yönelmektedir. Kadın foto muhabirlerinin sektörde düşük oranda temsil edilmesi ise toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin ve erkek egemen mesleki ağların devamlılığına işaret etmektedir. Bununla birlikte, bu kapsamlı çalışmalar Türkiye bağlamında uluslararası gazetecilik yapan profesyonellerin dijital dönüşüm ve özellikle yapay zekâ ile etkileşimlerini Bourdieu'nün habitus, alan ve sermaye kavramları çerçevesinde niteliksel olarak ele alan

bütüncül araştırmaların eksikliğini de ortaya koymaktadır. Bu tez, bu boşluğu doldurmayı hedeflemekte; Türkiye’de uluslararası gazetecilik yapan gazetecilerin dijitalleşmenin getirdiği çoklu yetenek beklentileri, artan prekarite, etik sorunlar ve yapay zekâ ile kurdukları ilişki sonucunda şekillenen yeni habituslarını ve alan içindeki konumlarını derinlemesine inceleyerek literatüre özgün ve bütüncül bir katkı sunmayı amaçlamaktadır. Nitel araştırma kullanılarak yapılan araştırmada derinlemesine mülakatlara dayalı tematik analiz kullanılmıştır.

Bu tez, yukarıda çerçevesi çizilen bağlamda, Türkiye’de uluslararası gazetecilik yapan gazetecilerin habitusunun nasıl bir yapıya sahip olduğunu ve dijital dönüşümün özellikle yapay zekâ gibi yeni teknolojiler aracılığıyla bu habitusu nasıl etkilediğini araştırmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel sorusu, “Türkiye’de uluslararası gazetecilik yapan gazetecilerin habitusu nasıldır? Yapay zekâ bu habitusu nasıl dönüştürüyor?” şeklinde ifade edilebilir. Bu soru hem kuramsal hem de pratik açıdan önem taşımaktadır. Kuramsal olarak, Bourdieu’nün habitus, alan ve sermaye kavramlarının günümüz gazetecilik pratiklerine uygulanabilirliğini sınamaya imkân verirken pratik olarak dijital çağda gazetecilerin karşılaştığı uyum ve dönüşüm süreçlerine ışık tutmaktadır. Özellikle yapay zekânın gazetecilik mesleğine entegrasyonu, haber üretiminin geleceği konusunda çeşitli fırsat ve meydan okumaları beraberinde getirirken bu entegrasyonun gazeteci öznesi üzerindeki etkisini anlamak kritik bir ihtiyaçtır. Uluslararası habercilik yapan gazetecilerin deneyimleri bu noktada çifte bir öneme sahiptir: Hem dijitalleşmenin mesleki pratikleri nasıl dönüştürdüğünü gösteren bir laboratuvar gibidir hem de Türkiye’nin küresel bilgi akışındaki konumunu ve katkısını anlamamıza yardımcı olur. Bu nedenle, araştırma bulgularının hem iletişim sosyolojisi literatürüne kuramsal bir katkı sunması hem de medya sektörü ve gazetecilik eğitimi açısından yol gösterici olması beklenmektedir.

Tezin devam eden bölümleri, burada ortaya konan çerçeveyi detaylandıracak şekilde yapılandırılmıştır. İkinci bölüm, gazetecilik endüstrisinin tarihsel gelişimini ve dijital dönüşümle nasıl evrildiğini ele alan bir literatür taraması sunmaktadır. Bu kısımda, geçmişten günümüze medya teknolojilerindeki değişimler ve bunların gazetecilik pratiğine etkileri incelenerek çalışmanın bağlamı oluşturulacaktır. Üçüncü bölüm, 21. yüzyılda gazetecilikte yaşanan dönüşümlere odaklanarak dijitalleşme, ağ toplumunun yükselişi ve yeni medya ortamlarının ortaya çıkışını irdelemektedir. Dördüncü bölümde, Bourdieu’nün habitus, alan ve sermaye kavramları uluslararası gazetecilik özelinde tartışılacak; bu kuramsal çerçeve

altında Türkiye’de uluslararası gazetecilik yapan gazetecilerin konumu analiz edilecektir. Beşinci bölüm, araştırmanın metodolojisini, veri toplama ve analiz yöntemlerini açıklamaktadır. Ardından altıncı bölümde, saha araştırmasından elde edilen bulgular sunulacak; Türkiye’de uluslararası gazetecilik yapan gazetecilerin habitusuna dair elde edilen veriler ışığında yapay zekâ ile ilişkili dönüşüm dinamikleri ortaya konacaktır. Son olarak, yedinci bölüm (Sonuç), araştırmanın genel bir değerlendirmesini yaparak bulguları kuramsal ve pratik çerçevede tartışacak, ayrıca geleceğe yönelik öngörüler ve önerilerle tezi bitirecektir. Böylece, bu giriş bölümünde çizilen sorunsal alanının, tez boyunca sistematik bir biçimde ele alınıp yanıtlanmasına çalışılacaktır.

1. GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE GAZETECİLİK ENDÜSTRİSİ

Tarihsel süreç içerisinde medya, teknolojik ve toplumsal dönüşümlerin etkisiyle sürekli olarak biçim değiştirmiştir. Bu evrimsel çizgide yazının icadı, toplumsal iletişimin ve kolektif hafızanın oluşmasında belirleyici bir rol oynamıştır. Sümerler tarafından geliştirilen yazı sistemi, bireylerin düşüncelerini ve deneyimlerini somutlaştırmalarını sağlayarak kültürel birikimin aktarılabilir hâle gelmesini mümkün kılmıştır. Bu dönemde taş yüzeylere kazınan yazılı içerikler, iletişimi mekâna ve zamana karşı daha dirençli kılmıştır. Müteakip uygarlıklar, haberleşme ve kayıt faaliyetlerini geliştirmek amacıyla fırınlanmış tabletler, papirüs ruloları ve deri parşömenler gibi farklı malzemelere başvurmuştur. Ancak bu araçlar, bilgi aktarımının hız ve ölçek açısından sınırlı kalmasına neden olmuştur (Karabağlı, 2020). Matbaanın henüz icat edilmediği dönemlerde yazılı metinler, manastırlarda keşişler tarafından elle çoğaltılmakta ve bu el yazmaları çoğunlukla din adamlarına yönelik hazırlanmaktadır. Ancak el yazmalarını kopyalamak hem oldukça zaman alıcı hem de dönemin otoriteleri tarafından sıkı şekilde denetlenmektedir. Bu nedenle, dönemin en varlıklı bireyleri bile yalnızca birkaç kitaba sahip olabilmektedir. Özetle, bilgi hem sınırlı hem de geniş kitlelerin erişimine kapalı kalmıştır (Norman, 2005).

Baskı teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler, bu sınırları aşmak üzere geliştirilen çözümlerle hız kazanmıştır. Gutenberg'in mekanik hareketli matbaayı geliştirmesi, bilgi üretiminin ve dolaşımının daha sistematik hale gelmesini sağlamış; matbaanın kurumsallaşmasına zemin hazırlamıştır. Bu gelişmeyle kitaplar daha hızlı ve ekonomik biçimde basılarak geniş toplumsal kesimlerin erişimine açılmıştır. Böylece bilgi, tarihsel olarak sınırlı erişim alanlarından çıkıp daha geniş ölçekli bir dolaşıma girmiştir (Karabağlı, 2020). Gutenberg'in kitap üretimini mekanikleştiren ve bu sayede maliyetleri önemli ölçüde düşüren yeni iş modeli; metal harf kalıplarıyla çalışan hareketli baskı sistemi ile mümkün olmuştur. Bu gelişme, kitap ve metin üretimini büyük ölçüde artırırken maliyetleri düşürmüştür. Böylece ortaya yeni bir sektör çıkmış; matbaacılar, cilt ustaları, düzeltmenler, sponsorlar ve okuyucular bu ekosistemin parçası haline gelmiştir. Örneğin 1470'lerde İtalya'daki üç matbaa, yalnızca üç ayda 300 kitap basabiliyorken bu sayı, daha önce üç el yazması kopyacısının tüm ömrü boyunca üretebileceği kadar çoktur. Kitap basımının yaygınlaşması, bilgiye duyulan açlığı da beraberinde getirmiştir (Norman, 2005, s. 29). Bu bağlamda Gutenberg'in matbaa teknolojisini mekanik hâle getirmesi, dijitalleşme sürecinin ilk

adımlarından biri olarak kabul edilebilir. Dijital teknolojiler ise Sümerler ya da Gutenberg'in tahayyül edemeyeceği biçimde bilgi üretim ve tüketim biçimlerini kökten değiştirmiştir. İnternetin yaygınlaşmasıyla medya yalnızca bireyleri değil, kurumları da yapısal bir dönüşüme zorlamış; bu süreçte basılı medya, sürdürülebilirliğini koruyabilmek adına ciddi yapısal ve ekonomik zorluklarla karşı karşıya kalmıştır (Karabağlı, 2020).

15. yüzyıldan itibaren fiziksel birer nesne olarak varlık gösteren gazeteler, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) merkezli çevrim içi hizmet sağlayıcısı CompuServe ile yine ABD merkezli haber ajansı Associated Press'in iş birliği sayesinde haber içeriklerini dijital ortama taşımak için imkân bulmuştur. İlk çevrimiçi haber yayınına, 24 Eylül 1979 tarihinde ev bilgisayarı bulunan sınırlı sayıda kullanıcı tarafından erişilebilmiştir. Bu dijital yayın, Columbus Dispatch gazetesıyla başlamıştır. Ardından New York Times, Washington Post, The San Francisco Examiner ve Los Angeles Times gibi birçok önemli gazete de bu dijital dönüşüm sürecine dâhil olmuştur (Shedden, 2014). Bugün geriye dönüp bakıldığında düz bir çizgi izlenimi veren dijitalleşme süreci aslında kendi içerisinde inişli çıkışlı bir yolculuk izlemiştir. Örneğin 1982 yılında yayımlanan bir televizyon programı, gazetelerin dijitalleşme birimlerinin bu gelişmeyi o dönemde yalnızca sınırlı kapsamlı bir deneme olarak değerlendirdiğini ortaya koymaktadır. Aynı yayında yer alan sunucu ise çevrimiçi gazetelerin yüksek maliyetli olduğunu ve bu nedenle geleneksel basılı gazetelerle rekabet etme şansının düşük olduğunu ifade etmektedir (Steve Newman, 2008).

İnternetin yaygınlaşmasıyla bilgiye erişim olanakları önemli ölçüde genişlemiştir. 1990'ların sonlarına doğru, önde gelen basılı gazete ve dergiler kendi internet sitelerini kurmaya başlamıştır. Bu dönemde dijitalleşme ve dijital dönüşüm hedefleri doğrultusunda ciddi yatırımlar gerçekleştirilmiştir. Ancak çevrimiçi haber içeriklerinden gelir elde etmek, medya kuruluşları açısından ciddi bir sorun haline gelmiştir. Basılı gazetelere abone olan okuyucular haberler için ödeme yaparken dijital platformlardaki kullanıcılar aynı içeriklere ücretsiz ulaşabilmektedir. Bu nedenle ücretli erişim modelini benimseyen gazeteler, çoğu zaman bu kararlarını yeniden değerlendirmek zorunda kalmıştır. Ücretsiz içerik sunan alternatif mecraların varlığı, kullanıcıları farklı kaynaklara yönlendirmiştir. 1990'ların sonundaki dijital dönüşüm süreci, yoğun bir şekilde deneme ve yanılgılarla ilerlemiş; bu süreçte milyonlarca dolar harcanmış ve bazı gazeteler iflasla karşı karşıya kalmıştır (Tofel, 2012). Medya sektöründeki kayıplar yalnızca dijitalleşmeyle sınırlı kalmamış; internet reklamcılığı alanında gazete dışı aktörlerin yükselişi de sektöre ciddi bir tehdit oluşturmuştur. Bu aktörler arasında

en dikkat çeken, 2000’li yılların başında öne çıkan craigslist.com internet sitesidir. Basılı medyanın ilan ve reklam gelirleri giderek bu dijital platforma yönelmeye başlamıştır. Örneğin, San Francisco’da 2004 yılında gazeteler craigslist.com nedeniyle yaklaşık 50 milyon dolarlık reklam gelirinden mahrum kalmıştır. Bu durum, akademik literatürde “Craigslist etkisi” olarak adlandırılmaktadır. (Montopoli, 2005). Bu internet sitesinde bireysel girişimciler, tüketicilere hiçbir ücret ödemediği ilan verme imkânı sunmaktadır. Bu bağlamda dışsal işlem maliyetlerinin kurumsal iç maliyetlerin altına düşmesiyle basılı medyanın reklam departmanları büyük ölçüde daralmıştır. Bununla birlikte, internet erişiminin kitleselleşmesiyle bireylerin kendi haber içeriklerini üretip doğrudan yayımlayabilme imkânı doğmuştur. Bu gelişme, literatürde "Yurttaş Gazeteciliği" olarak tanımlanmaktadır. Geleneksel medya yapılarının dışında kalan bireyler, haber üretme sürecine aktif biçimde katılarak içeriklerini internet üzerinden geniş kitlelerle paylaşabilme olanağına sahip olmaktadır (Rogers, 2025). LiveJournal, Blogger ve WordPress gibi platformlar, teknik bilgiye fazla ihtiyaç duymadan internet kullanıcılarının içerik üreticisi hâline gelmesini sağlamıştır. Bu durum, gazeteciliğin işlem maliyetlerini önemli ölçüde azaltırken geleneksel gazetecilik anlayışının sahip olduğu otoriteyi de zayıflatmıştır. Zira artık herkes potansiyel bir gazeteci ve haber içerikleri dijital ortamda ücretsiz olarak her yerde erişilebilir duruma gelmiştir (Kersting, 2012). Zaman içerisinde yurttaş gazeteciliğinin gelmiş olduğu nokta öylesine etkili bir hâle geldi ki, 2016 yılında Cision tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre, profesyonel gazetecilerin yarısından fazlası haber içeriklerini doğrudan sosyal medya platformları üzerinden üretmeye başlamıştır (Rogers, 2025). Ancak diğer taraftan gazeteler, kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla dijital dönüşüme hız vermiştir. Her ne kadar reklam gelirlerinde ciddi bir azalma yaşansa da basılı yayınlar sürdürülmeye devam etmiştir. Birçok ülkede medya kuruluşları, yaşanan kayıpları telafi edebilmek adına ücretli erişim duvarları (paywall) uygulamaya koymuştur. Basılı ve dijital sürümler için farklı fiyatlandırma stratejileri geliştirilmesi de bu süreçte bir çözüm olarak değerlendirilmiştir. Çevrimiçi abone sayısındaki artış, bu alanda kayda değer bir gelir potansiyelinin oluşmasına yol açmıştır. Örneğin The Guardian, 2018 yılında dijital yayınlardan elde ettiği gelirin ilk kez basılı yayından fazla olduğunu duyurmuştur. Bu başarı, okuyucuların desteğiyle mümkün hâle gelen dijital dönüşüm sürecinin bir sonucu olarak değerlendirilmelidir (Waterson, 2018). Bu gelişmeler haberciliğin doğasının değişmesine sebebiyet vermiş ve 2014 sonrasında dijital medya ortamında “haber toplayıcılar” olarak adlandırılan yeni bir alt kategori ortaya çıkmıştır. Bu alandaki öncü örneklerden biri olan Hollandalı Blendle şirketi, okuyuculara tüm gazeteyi satın almak yerine yalnızca okumak istedikleri makaleler için ödeme yapma imkânı

sunmuştur. Blendle, 2015 yılında Almanya ve Amerika Birleşik Devletleri'nde faaliyet göstermeye başlayarak 790.000 aboneye ulaşmıştır (Dursun, 2018). Bu modelin devamı niteliğinde olan Avustralya merkezli INKL girişimi ise sabit ücret karşılığında sınırsız haber erişimi sağlayarak reklamsız bir okuma deneyimi sunmuştur. Bu tür start-up'lar da tıpkı önceki dijital yeniliklerde olduğu gibi, dışsal işlem maliyetlerini önemli ölçüde azaltmayı başarmıştır. Diğer taraftan yalnızca gelir modeli değil, teknolojik gelişmelerle haber alma pratiklerinde de değişiklikler gerçekleşmiştir. Son yıllarda sesli haber formatları giderek daha fazla ilgi görmeye başlamıştır. İnsanlar, özellikle hareket hâlindeyken haberleri dinlemeyi tercih etmektedir. The Economist, içeriklerini sesli biçimde sunan öncü dergiler arasında yer almaktadır. 2017 yılında ise İrlanda merkezli News over Audio (NOA) adlı şirket, sesli haberleri geniş kitlelerle buluşturmaya başlamıştır. Gazeteler, ürettikleri sesli içerikleri NOA platformuna entegre ederek okuyucuların bu haberlere farklı cihazlar aracılığıyla erişmesini sağlamıştır. Bu gelişmeler, bireylerin bilgiye olan bitmek bilmeyen ilgisini yansıtırken aynı zamanda bu ilgiyi tüketme biçimlerinin sürekli bir dönüşüm içerisinde olduğunu da ortaya koymaktadır (Sheffield, 2017).

İnternetin hayatımıza girmesiyle üç temel kavram öne çıkmaktadır: sayısallaşma, dijitalleşme ve dijital dönüşüm. Bu terimler, geleneksel – çevrimdışı – hizmet sunum modellerinin internet ortamına taşınma süreçlerini ifade etmektedir. Her biri, işlem maliyetleri üzerinde belirleyici bir rol oynamış ve hizmet sunum biçimlerini önemli ölçüde dönüştürmüştür. Gazeteler, dijitalleşme sürecine oldukça erken bir aşamada uyum sağlamıştır. Yaklaşık elli yıl önce, medya platformları haber içeriklerini dijital ortama aktarmıştır. Okur deneyimini iyileştirmek amacıyla ciddi yatırımlar yapılmıştır. Ancak haber endüstrisi, tıpkı geçmişte Gutenberg'in matbaası karşısında kilise ve üniversitelerin yaşadığı güçlükler gibi, bu kez internet aktörleriyle karşı karşıya gelmektedir. İlk olarak reklam gelirlerinde ciddi kayıplar yaşanmış; ardından blogların yükselişi ile okuyucular alternatif platformlara yönelmiştir. Rekabet içindeki gazeteler, haberleri ücretsiz sunarak birbirlerini zayıflatmıştır. Bu nedenle dijitalleşmenin ilk yılları, başarısızlıklarla, kayıplarla ve yoğun bir rekabet ortamıyla şekillenmiştir.

Son dönemde, haber toplayıcı platformlar aracılığıyla makale başına ödeme yapılan modeller yaygınlık kazanmaktadır. Okuyucular, ilgilendikleri haberleri ister metin ister sesli formatta seçerek erişebilmektedir. Bu gelişme, gazetelere dış kaynaklı hizmet sunma fırsatı tanımakta ve işlem maliyetlerini azaltmaktadır. Dijital dönüşüm, gazetelerin başarıya ulaşmasının

önünde bir engel oluşturmamakta ancak iş yapma biçimini önemli ölçüde değiştirmektedir. İçeriklerini değerli bulan okuyucular, küçük katkılarla bu yapıları desteklemektedir. Bu da göstermektedir ki gazeteler, çevrimiçi ortamda başarılı bir iş modeli kurma potansiyeline hâlâ sahiptir. Özetle, gazeteler dijital dünyada varlıklarını sürdürmeye devam edecek; ancak haberlerin nasıl sunulacağı, işlem maliyetleri ile dönemin eğilimlerine verilen tepkilere bağlı olarak değişecektir.

Dijital gazetecilik, dijital mecralar için haber üretimini ifade etmekte ve geleneksel gazetecilikten esas olarak iletişim pratiklerinden ya da haber toplama yöntemlerinden çok, kullanılan teknolojik araçlar bakımından ayrılmaktadır. Gerçekte gazeteciler, dijital gazeteci kimliğini tanımlarken bu ayrımı büyük ölçüde teknolojik araçlar üzerinden yapmakta ve bu doğrultuda dijital ile geleneksel gazetecilik arasındaki sınırları belirlemektedir (Perreault & Ferrucci, 2020). Dijital medya çağında gazetecilik, tüm alanlarında köklü dönüşümlere sahne olmakta; bu durum, geleneksel medya kurumları açısından başta ekonomik zorluklar olmak üzere birçok medyan okumayı beraberinde getirmektedir. Bu süreçte, gazeteciliğin gelecekte sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla alternatif iş modellerine yönelik arayışlar ön plana çıkmıştır. 2007'den bu yana süregelen küresel ekonomik durgunluk, gazetecilik sektörünü yalnızca büyük ölçekli yapısal sonuçlarla değil, aynı zamanda benzeri görülmemiş bir dönüşümün yarattığı ekonomik belirsizlik ortamıyla da derinden etkilemiştir (Franklin, 2014). Dijital gazetecilik kavramı; içerik üretimi, hedef kitleyle kurulan etkileşim ve topluma hizmet etme misyonu gibi açılardan olumlu biçimde değerlendirilse de öte yandan teknolojinin iş kayıplarına yol açabileceği ve gazeteciliğin temel yapısını, hatta mesleğin kendisini tehdit edebileceği yönündeki olumsuz görüşlerle de tartışma konusu olmaktadır (Perreault & Ferrucci, 2020).

Dijital gazetecilik üzerine yapılan çalışmalar yalnızca haber tüketicisini değil, aynı zamanda haberin üreticisi konumundaki gazetecileri de merkeze almaktadır. Gazeteciler açısından bu yeni döneme uyum sağlamak genellikle zorlayıcı olmasa da dijital gazeteciliğin beraberinde getirdiği yoğun rekabet ortamı, daha belirgin profesyonel rollerin, sorumlulukların ve gelişmiş becerilerin gerekliliğini ortaya koymaktadır. (Holman & Perreault, 2023). İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, gazeteciliğin temel çalışma yapısında önemli dönüşümlere yol açarken hem içerik üretenler hem de tüketiciler açısından yeni davranış biçimlerini ve içerik türlerini ortaya çıkarmıştır. Özellikle küresel arama motorlarının internet üzerindeki içerik akışını denetlemede merkezi bir konuma gelmesiyle haber sitelerine

yönelen okur trafiğinin büyük bölümü bu arama motorları aracılığıyla sağlanır hâle gelmiştir (Duman, 2018). Günümüzün en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan internet, haber alanında faaliyet gösteren profesyonelleri yoğun bir “reyting” rekabetine sürüklemiştir. Geleneksel gazeteciliğin önde gelen temsilcileri dahi, dijital platformlarda daha fazla “tıklanma” elde etme arayışıyla klasik gazetecilik anlayışlarına ek olarak yeni yaklaşımlar geliştirmek zorunda kalmıştır. Bu bağlamda, haber niteliği taşımayan içerikler dahi gazetelerin internet sayfalarında kolaylıkla yer bulabilmektedir. Özellikle kadın bedeninin teşhirine dayalı fotoğraf galerileri ve cinsellik odaklı, yüzeysel nitelikteki haberler, her yaştan internet kullanıcısına ulaşmanın bir aracı olarak kullanılmaktadır (Işık & Koz, 2014). Artık günlük değil, anlık bilgi akışının merkezinde yer alan internet gazeteciliğinde, gündem son derece hızlı değiştiği için, haberciliğin temel ilkelerinden biri olan araştırma süreci çoğu zaman ihmal edilmektedir. Hatta zaman zaman, teknik müdahaleye uğramış bir fotoğraf karesi üzerinden bile onlarca haber üretilebilmektedir. Reyting ve tıklanma kaygısının baskısı altında şekillenen bu yaklaşım, aslında haberin muhataplarını mağdur eden bir habercilik pratiğine dönüşmekte ve sonuç olarak enformasyon kirliliğinin giderek artmasına zemin hazırlamaktadır (Yüksel, 2014). İnternetin, mobil iletişimin, dijital medyanın ve çeşitli sosyal yazılım araçlarının yaygınlaşması, belirli bir tarihsel süreç içerisinde yerel ve küresel iletişim biçimlerini birbirine bağlayan yatay ve etkileşimli iletişim ağlarının oluşumunu teşvik etmiştir. Sanayi toplumu döneminde iletişim sistemleri, genellikle tek bir kaynaktan çok sayıda alıcıya yönelen ve tek yönlü mesajların kitlesel olarak iletildiği kitle iletişim araçları etrafında şekillenmiştir. Buna karşılık, ağ toplumunda iletişimin temelini, eşzamanlı ya da eşzamanlı olmayan biçimlerde çok sayıda kaynaktan çok sayıda kişiye iletilen, çok modlu ve etkileşimli mesajların alışverişine dayalı küresel ve yatay iletişim ağları oluşturmaktadır (Sepetci, 2012). Bu süreçte iletişim formatları da önemli ölçüde değişmiştir. Video, dijital platformlardaki en etkili içerik türlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Özellikle kısa videolar—düz haber klipleri ya da müzik eşliğinde sunulan altyazılı içerikler—haberlerin sunumunda en yaygın ve tercih edilen format olma özelliğini sürdürmektedir (Nielsen, 2019).

Deuze (2017), dijital gazeteciliği şekillendiren gelişmelerin özellikle 21. yüzyılın başlarında ivme kazandığını vurgulamakta; sosyal medyanın bilgi ve kaynak toplama ile doğrulama süreçleri açısından köklü yenilikler sunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca, donanım ve yazılım teknolojilerinin farklı platform ve kanalları bir araya getirerek haber deneyimine etkileşim boyutu eklediğini ve böylece yenilikçi hikâye anlatımı biçimlerini güçlendirdiğini belirtmektedir. Bunlara ek olarak, tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisiyle

dijitalleşme sürecinin daha da hızlandığı görülmektedir. Online eğitimden çevrim içi iş toplantılarına ve dijital mülakatlara kadar günlük yaşamın pek çok rutini dijital ortama taşınmış; bu gelişmeler, doğal olarak gazeteciliğin dijitalleşme sürecini de derinden etkilemiştir. Bu durum gazetecilerin toplumsal misyonları ve kişisel motivasyonlarında da önemli ölçüde etkilemiştir. Ekström vd. (2020), misenformasyon konusuna odaklanarak doğru ve güvenilir kamusal alanı kritik konularda bilgilendirecek haber sunma çabası içindeki gazetecilerin bu epistemolojik işlevlerinin, dijitalleşme süreciyle birlikte gazeteciliğin toplumsal rolünü ve otoritesini sorgulayan bir zemine oturduğunu ifade etmektedir. Hızla değişen dijital koşullara uyum sağlamak için yoğun bir çaba gösteren medya kuruluşları aynı zamanda dönüşüm sürecinin sunduğu fırsatları değerlendirmektedir. Bu fırsatlar özellikle yerel medya kuruluşları açısından büyük bir önem taşımaktadır (Humprecht & Esser, 2018).

Teknolojik gelişmelerle internet gazeteciliği zaman içerisinde sürekli olarak değişmekte ve günümüze kadar ulaşmaktadır. Bu değişim ve gelişim sürecinde internet gazeteciliğini Tokgöz dört dönem olarak kategorize etmektedir. İlk dönemde gazeteciler haber metinlerini basılı gazeteler için hazırlamakta ancak biçim değiştirerek internet sitelerinde de kullanmaktadır. Bu dönemde internete özgü haber üretimi söz konusu değildir. İkinci dönemde internet sitelerine özgü haberler oluşturulmaya başlanmıştır. İnternet sitelerinde haber içeriklerine yönelik etiketler bulunmaktadır. Bu etiketler sayesinde okuyucuların haberleri kategorize etme ve daha fazla seçebilme imkânı olmuştur. Üçüncü dönemde okuyucu habere etkileşim verebilmekte ve haberin içinde gezebilmektedir. Yurttaş gazeteciliği olarak da tanımlanan dördüncü dönemde ise haberler kişisel bloglar ve web günlükleri üzerinden yine internet kullanıcıları tarafından paylaşılmaktadır. Dördüncü dönemde gazetecilik pratiğinin önemli parçası olan editoryal süreç önemli ölçüde ortadan kalkmış ve haberi üretenle haberi tüketen arasındaki dikey ilişki daha yatay bir zemine taşınmıştır (Tokgöz, 2022). İnternet gazeteciliğinin gelişmesi dijital medya platformlarının yapılarını değiştirmesine sebebiyet vermiştir. Twitter, YouTube ve benzeri platformların anlık, sansüresiz yorum ve video paylaşımı konusunda baskın hâle gelmesiyle birçok yurttaş gazeteciliği platformu daha profesyonel ve şeffaf bir yapıya kavuşmak amacıyla çeşitli adımlar atmıştır. Bu siteler, içeriklerin doğruluğunu ve güvenilirliğini artırmak adına danışma kurulları oluşturmuş, profesyonel editörlerle çalışmaya başlamış ve editoryal ilkeler belirlemişlerdir. Bu çabaların sonucunda birçok platform kullanıcı sayısında artış yaşamış ve reklam gelirlerinde kayda değer bir yükseliş elde etmiştir (Jurrat, 2011: 16).

Günümüzde yurttaş gazeteciliği ile anaakım gazetecilik arasındaki farklar hem pratik hem de teorik olarak tartışılmaktadır. Noor, (2016) yurttaş gazeteciliğinin anaakım gazeteciliğe pek fazla zorluk çıkarmadığını, gazetecilik deneyimlerine bakılmaksızın gazetecilerin çoğunluğunun, yurttaş gazeteciliğinin henüz oluşum yıllarında olduğu için anaakım gazeteciliğe yakın bir tehdit oluşturmadığını ileri sürmüştür. Lindner, (2017) ise dijital medyanın sunduğu alternatif yapıya farklı bir bakış açısıyla yaklaşarak editör kadrosunu "yurttaş bekçileri" olarak değerlendirmiştir. Araştırmasında, bir editör kadrosunun varlığının, profesyonel eşik bekçiliği uygulamalarının yeniden inşasını önemli ölçüde mümkün kıldığını ortaya koymuştur.

Medyanın dijitalleşmesi ve yurttaş gazeteciliğinin yaygınlaşması beraberinde birçok etik sorun getirmiştir. Dijital ortamlarda bilgi bir kişi, olay ya da kurum hakkında güçlü bir önyargı oluşturacak şekilde manipülatif maksatlı kullanılabilmektedir. Dijital medyanın beraberinde getirdiği bir diğer etik sorun ise, tıklanma arzusunun zamanla kullanıcıyı yanıltıcı içerik ihlallerine dönüşmesidir (Meel & Vishwakarma, 2020). Dijital medya platformlarında reklam gelirlerinden daha büyük bir pay elde etme amacıyla kullanıcılara çoğu zaman haber niteliğinden yoksun içeriklerin sunulduğunu ve bu yöntemle etik dışı kazançlar sağlanmaktadır. Aynı şekilde, daha fazla tıklanma elde etme kaygısıyla dijital medyada cinsellik, korku ve merak gibi duygulara hitap eden içeriklerin üretilmesiyle ortaya çıkan etik sorunlar, günümüzde sıkça tartışılan meseleler arasında yer almaktadır (Işık & Koz, 2014). Türkiye’de en çok ziyaret edilen beş haber sitesinin resmi Twitter hesabında paylaşılan her üç haberden birinin tıklanma odaklı olduğunu ortaya konulmaktadır. Dijital medyayla ilgili özellikle 2016 ABD seçimlerinin ardından yoğun biçimde gündeme gelen bir diğer önemli konu ise “yalan haber” (fake news) olgusudur. Kullanıcı etkileşimini teşvik eden bu dijital ortamda, kimliği belirsiz bir sosyal medya kullanıcısının ürettiği yanlış bir bilginin, kısa sürede milyonlarca kişiye ulaşarak yanıltıcı ve potansiyel olarak tehlikeli bir içerik hâline gelmesi günümüzde oldukça olası bir durumdur (Çavuş & Ede, 2021).

Dijitalleşmenin en önemli etkileri haberin yayılma hızı ve yayılma gücünde olmuştur. Bireysel bir sosyal medya kullanıcısı, bazı durumlarda Fox News, CNN ya da The New York Times gibi büyük medya kuruluşları kadar geniş bir kitleye ulaşabilmektedir. Dijitalleşme süreci, yalnızca içerik üretim ve tüketim biçimlerini değil, medyanın finansal yapısını da köklü biçimde dönüştürmüştür. Geleneksel medya ekonomik sıkıntılarla karşı karşıya

kalırken internet bu dar boğazı aşmak adına yeni gelir kaynaklarının ortaya çıkmasına da olanak tanımaktadır (Allcott & Gentzkow, 2017). Ancak bu durum geleneksel medyanın ekonomi politik konumunu da etkilemiştir. Hürriyet, Milliyet, Habertürk, Sabah, Radikal, Akşam, Bugün, Vatan, Star, Cumhuriyet ve Evrensel gibi ulusal ölçekte yayın yapan gazeteler, aynı zamanda birer e-ticaret ağı parçası hâline gelmektedir (Bulut & Karlıdağ, 2015).

Günümüz dünyasında habercilik yalnızca medya sektörünün değil, aynı zamanda uluslararası ilişkilerin bir parçasıdır. Kamu diplomasisi bağlamında ülkeler arasındaki iletişim sürecinde medyanın rolü artık yadsınamaz bir seviyeye ulaşmıştır. Örneğin 2015 yılında yayın hayatına başlayan ve TRT'nin İngilizce olarak dünyaya yayın yapan ilk kanalı olan TRT World dünyaya İngilizce yayın yaparak Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejisinin unsurlarından birisi olduğu ve Türkiye'nin uluslararası yayıncılık çabalarının tamamlayıcı bir aktörü hâline gelmiştir (Baritci & Aydeniz, 2019).

Bourdieu'nun habitus, sermaye ve alan kavramsal seti yerel gazetecilere yönelik incelemeler yapmaya da olanak tanımaktadır. Bolu ve İzmir'deki yerel gazetecilerin mesleki habituslarını, sermaye türlerini, alana bakış açılarını, gazetecilik pratiklerini ve gelecek perspektiflerini inceleyen araştırmalar uluslararası, ulusal ve yerel gazeteciler arasında çaprazlama analizler yapılmasına olanak sağlamaktadır (Ince, 2019) (Savaş & Danişmani, 2025).

Tüm bunlara ek olarak, birçok sektörde olduğu gibi yapay zekanın yaygınlaşması gazetecilik mesleği ve eğitimi için de önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir. Bu durum ilgili alan içerisinde aktörlerin iş yapma biçimlerini değiştirdiği kadar iyi olma hâllerini de etkilemektedir. Bu bağlamda iletişim fakültelerinin gazetecilik bölümü öğrencilerine yönelik yürütülen bir çalışma yapay zekâ kaygı durumlarını tespit ederek gazetecilik eğitiminin geleceğine dair bir projeksiyon oluşturmak istemiştir. Araştırma sonuçlarına göre cinsiyetle yapay zekâ kaygısı arasında anlamlı fark belirlenirken yaş, sınıf derecesi ve medya sektöründe çalışmayı düşünme ile yapay zekâ arasında anlamlı fark görülmemiştir. Kadınların yapay zekâ kaygıları erkeklerden daha yüksektir. Aynı zamanda kadın öğrenciler yapay zekâyâ ilişkin bilgi ve becerileri öğrenme konusunda erkeklerden daha kaygılıdırlar. Araştırma sonuçlarına göre; üniversitelerin, gazetecilik bölümünde eğitim alan öğrencilere yapay zekâ araçlarını kullanmaya yönelik eğitimler vermesi ve gazetecilik sektörünün çeşitli paydaşlarıyla iş birlikleri yapılması önerilmektedir (Köse vd., 2024).

2. ULUSLARARASI GAZETECİLİĞİ BOURDIEU AÇISINDAN OKUMAK

Son yarım yüzyılda sosyolojiye yön veren ve en etkili isimlerden biri olarak öne çıkan Pierre Bourdieu'nun çalışmalarını özgün kılan nokta, araştırmalarının yalnızca dar bir akademik çerçeveye hapsedmek yerine sömürgecilik, fotoğraf, eğitim, konut sektörü, edebiyat ve neoliberal ekonomi gibi farklı alanlarda yürüttüğü geniş kapsamlı saha çalışmalarına dayandırmasıdır. Bu saha merkezli yaklaşım, Bourdieu'nün düşüncesine hem kuramsal dayanıklılık hem de derinlik kazandırmış, aynı zamanda ampirik verilerle beslenen kapsamlı çözümlemelere zemin oluşturmuştur. Bourdieu'nün Cezayir'deki ilk saha araştırmalarından itibaren adım adım ördüğü kuramsal çerçeve, birbirine sıkı sıkıya bağlı ve oldukça karmaşık bir bütün halinde gelişmiştir. “Habitus”, “alan” (champ), “sermaye” ve “fail” (agent) gibi temel kavramlar, tek bir bağlamla sınırlı olmayıp farklı konulardaki çözümlemeler boyunca yeniden üretilerek anlam kazanmıştır. Bu nedenle Bourdieu'nün sosyolojisi, parçalı değil bütünlüklü bir okuma ile anlaşılabilir. Onun teorisinin özünü ise, ampirik bulgulara yaslanan ve ayrıştırılması mümkün olmayan bu kavramsal ağ oluşturmaktadır. Bu çalışmada, gazetecilerin alandaki konumları; toplumsal pratiklerin incelenmesine geniş bir bakış açısı kazandıran Pierre Bourdieu'nun sosyolojik kavramları olan habitus, alan ve sermaye çerçevesinde ele alınmıştır. Bu bağlamda, haber üretim sürecindeki faillerin eylemlerinin gerekçeleri ve bu eylemlerin nasıl gerçekleştiği; bu süreçte hangi habitusa sahip oldukları, alanda nasıl konumlandıkları, kimliklerini nasıl edindikleri ya da dönüştürdükleri belirli temalar altında tartışılmıştır.

2.1. Habitus

Pierre Bourdieu'nün sosyolojik kuramının temelini oluşturan habitus kavramı, özne ve yapı arasındaki geleneksel ikiliği aşmayı hedefleyen merkezi bir bileşen olarak işlev görür. Bu bağlamda habitus, bireylerin veya grupların tarihsel süreçte edindikleri deneyimlerin içselleşmesiyle oluşan kalıcı bir yatkınlıklar sistemi şeklinde tanımlanabilir. Habitus, kişinin algılama, düşünme ve eylem tarzlarını şekillendiren, bedeninde ve zihninde yer etmiş tutum ve davranış kalıpları bütünüdür. Bu sistem, bireylerin sosyalleşme süreçlerinin sonucu oluşan algı, duygu, beğeni, değer ve eylem şemalarını ihtiva eder. İnsan eylemlerinin kaynağı ne yalnızca içsel bilinçlerde ne de dışsal kurumlarda olup, toplumsalın bu iki yanı arasındaki ilişkide saklıdır; habitus, faillerin bedenlerinde içselleştirilmiş olan algılama, hissetme,

düşünme ve davranmaya yönelik yatkınlık şemaları olarak varlık gösterir. Bireyin günlük hayattan mesleki pratiklerine kadar her alanda "doğal" görünen davranış ve tercihleri, esasında geçmiş toplumsal deneyimlerinin bir yansımasıdır. Habitus, bireyin davranışlarını şekillendiren, ona yol gösteren, toplumsal alanı etkileyen ve aynı zamanda onlardan etkilenen bir yatkınlıklar sistemi olarak işlev görür. Bu içsel yapı, ilk sosyalleşme dönemlerinde köklü bir şekilde kazanıldığı için daha sonraki değişimlere karşı direnç göstererek bireye devamlılık ve bütünlük kazandırır. Birey, alandaki kurallar çerçevesinde gerçekleştirdiği eylemler yoluyla alana ilişkin davranış setini oluşturarak kendi habitusunu karşılıklı bir etkileşim içinde biçimlendirir. Ayrıca habitus, sergilenen davranışların bilinçli tercihlerden ziyade, daha çok bilinçdışı eğilimlerle şekillendiğini vurgular ve belli bir ortamda kazanılan pratik yatkınlıklar, farklı bir ortama aktarılabilir niteliktedir. (Bourdieu, 2018, s. 161). Bir adım geriden alacak olursak, Pierre Bourdieu sosyolojisinin kuramsal yeniliği, kökleri Batı metafizik geleneğine kadar uzanan içsel-dışsal, öznel-nesnel, tekil-bütün ve birey-toplum gibi geleneksel kavramsal ikilikleri, klasik sosyoloji kuramlarından yararlanarak kendine özgü bir kavram örüntüsüyle aşmasıdır. Bu ikilikler dizisi, Bourdieu'nün ilk çalışmalarını gerçekleştirdiği dönemde Fransız entelektüel ortamlarında sosyal teoriye Sartre varoluşçuluğu ve Lévi-Strauss yapısalcılığı üzerinden yansımıştır. Bir yanda, insanın koşulsuz bir belirlenmemişlik içinde bulunduğunu ve bilinçli tercihlerini yaparak kendini özgürce gerçekleştirme durumunda olduğunu dile getiren Sartre'ın yaklaşımı bulunurken; diğer yanda, dışsal yapıların, kurumların ve ilişkiler bütünüünün insan eylemleri üzerinde oldukça belirleyici olduğunu savunan Lévi-Strauss'un yaklaşımı yer almıştır. Bourdieu sosyolojisi, bu ikiliği, her iki yanını da içerecek şekilde "habitus" kavramıyla aşmayı hedefler. Bu kuramsal çerçeveye göre, insanın toplumsal eylemlerini belirleyen ilke ne yalnızca içsel bilinçlerde, ne de dışsal nesnelerde ve kurumlarda bulunmaktadır. İnsan eylemlerinin kaynağı, toplumsalın bu iki yanı arasındaki ilişkide saklıdır. Toplum, bir yandan kurumlar ve şeyler olarak nesneleşmiş haldeyken; diğer yandan, faillerin bedenlerinde içselleştirilmiş olan algılama, hissetme, düşünme ve davranmaya yönelik yatkınlık şemaları olarak habitus şeklinde var olur. Gündelik hayattan siyaset alanına, kültürel beğenilerden konuşma tarzına kadar her hususta insanın toplumsal eylemlerinin kaynağı, bireyin bedenindeki eyleme dökülmeye hazır olan bu yatkınlıklar bütünüdür.

Her bireyin kişisel toplumsallaşma süreci boyunca içinde bulunduğu nesnel varoluş koşulları, o bireyin öznel habitusunu kalıcı ve aktarılabilir bir şekilde biçimlendirir. Bu anlamda habitus, bireyin toplumsal pratiklerini üreten içsel bir yapı olarak kalıcıdır; çünkü ilk

toplumsallaşma dönemlerinde köklü bir şekilde kazanılmış olan bu yatkınlıklar daha sonraki değişime direnç göstermektedir. Aynı zamanda aktarılabildir; zira belli bir ortamda (örneğin ailede) kazanılmış bir pratik yatkınlık, daha sonra başka bir ortamda (örneğin iş ortamında) kendini gösterebilmektedir. Habitusun bu kalıcı ve aktarılabilir niteliği, bireyin toplumsal varoluşuna devamlılık ve bütünlük kazandırır. Bourdieu, bireylerin toplumsal yaşamda sergiledikleri davranışların bilinçli tercihlerden ziyade, daha çok bilinçdışı eğilimlerle şekillendiğini vurgulamakta; bu bağlamda, bireyin davranışları, belirli bir amacı bilinçli olarak gütmeler bile o amaçlar doğrultusunda yönlendirilebilirler (Koytak, 2012). Bu anlamıyla Bourdieu, kendisinden önceki kullanımlardan farklı olarak, habitus kavramına derin bir sosyolojik boyut kazandırmış ve kavramı çeşitli bağlamlarda farklı yönleriyle tanımlamıştır. Habitus, bireylerin toplumsal yaşamda sergiledikleri davranışların bilinçli tercihlerden ziyade, daha çok bilinçdışı eğilimlerle şekillendiğini vurgular. Bu bağlamda, bireylerin davranışları, belirli bir amacı bilinçli olarak gütmeler bile bu amaçlar doğrultusunda yönlendirilebilirler (Bourdieu, 2017b, s. 42).

2.2. Alan

Pierre Bourdieu'nün sosyolojik kuramında alan (champ), toplumsal mücadelenin gerçekleştiği özerk bir yer olarak tanımlanır. Bu alanlarda, belirli sermaye türlerine sahip olan bireyler veya kurumlar, iktidarı veya gücü ele geçirmek ya da mevcut konumlarını devam ettirmek amacıyla birbirleriyle sürekli bir rekabet içerisindedirler. Söz konusu alan içi dinamikler ve tahakküm ilişkileri, alanda "ezen" ve "ezilen" konumlarının bulunması sebebiyle, sürekli ve düzenli olarak eşitsizlik ilişkilerinin kurulmasına yol açar (Bourdieu, 2016).

Alan, bireylere kendi zorunluluklarını dayatırken bireyler bulundukları konuma uygun hedeflerine ulaşmak için kendilerine en uygun yöntemlerle mücadele yürütür (Bourdieu, 2006). Her alanın kendi kuralları ve dinamiklerine hâkim, geçmiş deneyimlerinden beslenerek sermaye biriktirmiş ve bu sayede güç kazanmış aktörleri olduğu gibi; bu güç pozisyonlarına talip olan, alana sonradan dâhil olmuş kişiler de bulunur. Bu iki grup, sürekli bir rekabet ve çekişme içerisindedir. Alanların işleyişi ve kuralları birbirinden farklılık gösterse de tüm alanlar için değişmeyen temel ilke, mücadele gerçeğidir (Bourdieu, 2016). Alan içinde rekabet eden bireyler, yürütülen bu mücadelenin uğruna çaba harcamaya değer olduğuna dair ortak bir anlayışı paylaşır. Bu ortak anlayış, Bourdieu tarafından “doxa”

kavramıyla tanımlanır (Bourdieu, 2017a). Doxa, “egemen sınıfın dünya görüşü” olarak tanımlanır ve iki temel boyuta odaklanır: “yanlış tanıma” ve “yabancılaşma”. Bourdieu’ya göre, yönetilen sınıf alandaki egemen sınıfın düşüncelerini içselleştirir ve evrensel olarak kabul edilen görüşün, egemen sınıfın bakış açısıyla örtüştüğüne inanır; bu durum “yanlış tanıma”dır. Bu yanlış tanıma, bireyin kendi özüne yabancılaşmasına yol açar ve böylece doxa, bireyi kendine yabancılaştıran bir mekanizma hâline gelir (Bourdieu, 2023). Bourdieu, alanlarda yaşanan mücadeleleri “oyun” metaforuyla açıklar ve bu kavramın en önemli işlevinin bireylere toplumsal eşitsizliği kabullendirmek olduğunu vurgular. Belirli sınıfların egemenliğindeki bir oyuna katılan birey, bu katılımıyla söz konusu sınıfın tahakkümünü onaylar ve böylece mevcut eşitsizliğe bilinçli biçimde boyun eğer. Oyunun yazılı olmayan ancak herkes tarafından bilinen kuralları vardır; oyuncular, habituslarının yönlendirmesiyle bu kurallara uygun biçimde davranır. Oyuna dâhil olan her oyuncu, kendi çıkarlarını gözeterek mücadeleye girer. Bourdieu bu çıkar uğruna verilen mücadeleyi “illusio” kavramıyla adlandırır; illusio, oyuncunun oyuna kendini kaptırmasını ve ödül elde etmek amacıyla diğerleriyle aynı alanda rekabet etmesini ifade eder (Çeğin vd., 2016). Illusio her alanda aynı biçimde tezahür etmez; her alan kendi özgün illusiosunu üretir ve bu illusio, alandaki tüm oyuncular tarafından istisnasız biçimde benimsenir. Açıkça ifade edilmese de düzenin sürekliliğini sağlayan bu illusio, sistematik biçimde varlığını sürdüren ve alanın işleyişi için temel bir koşul oluşturan bir olgudur (Bourdieu, 2020).

2.3. Sermaye

Alanda yürütülen mücadelede, failin sahip olduğu sermayenin hem hacmi hem de türü belirleyici bir rol oynar. Birey, elindeki sermayenin niteliğine ve büyüklüğüne bağlı olarak alandaki konumunu edinir. Sermaye, genel çerçevede alan ile habitusu biçimlendiren ve aynı zamanda bu ikisi tarafından da biçimlendirilen alanın alt sistemini oluşturur. Bu nedenle sermaye, bireylerin alanda iktidarı elde etmek için verdikleri mücadelenin kilit unsuru ve konumlarını belirleyen temel etkidir (Bourdieu, 1986). Bourdieu, sermayeyi iktisadi, kültürel, sosyal ve simgesel olmak üzere dört kategoriye ayırır. Bu türler içinde iktisadi sermaye, toplumsal alanda genellikle “parasal” karşılığıyla tanımlanır. Para, meta gibi somut biçimde var olan unsurları kapsayan bu sermaye türü; alanın üretim ve mülkiyet ilişkilerini doğrudan etkileyen, onları biçimlendiren ve yeniden üreten bir yapıya sahiptir. İktisadi sermaye, her durumda paraya dönüştürülebilme özelliği taşır (Benson, 2006).

Sosyal sermaye, toplumsal alandaki bireylerin kurduğu ilişkiler ağını ifade eder. Bourdieu, bu kavramı bireylerin birbirleriyle tanışıklığına dayandırır ve kişiye “kimlik” kazandıran bu ilişkiler ağından beslenen tüm kaynakların toplamı olarak tanımlar (Bourdieu, 1986). Bourdieu, bireyin sosyal sermayeyi edinme yollarını iki başlık altında inceler. İlk durumda sosyal sermaye, aile ilişkileri temelinde şekillenir. İkinci durumda ise birey, kulüp, dernek gibi kurumlara katılım ve belirli bir gruba üyelik yoluyla bu sermayeyi kazanır. Bourdieu’ya göre ikinci yolla elde edilen sosyal sermaye, çok daha büyük bir önem taşır (Çeğin vd., 2016).

Bourdieu, toplumsal sınıf farklılıklarının belirlenmesinde ve toplumsal alanlarda yürütülen mücadelelerdeki etkisi nedeniyle kültürel sermayeye özellikle vurgu yapar. Bu tür sermaye; eğitim, kimlik unsurları (örneğin cinsiyet, yaş), teknik uzmanlık, çeşitli yetenekler ve sanatsal duyarlılık gibi alanları kapsar (Benson, 2006). Bourdieu’ya göre kültürel sermaye, toplumsal alan içinde gücü elinde bulunduran grupların eğitim ve aile aracılığıyla bireylere dayatılan bir yapı olarak görür (Bourdieu & Wacquant, 2023). Aile ortamında temellenen bu sermaye türü, bireyin eğitim süreciyle birlikte şekillenmeye başlar. Bourdieu, kültürel sermayenin üç farklı biçiminden söz eder: somutlaştırılan (bedenselleştirilen), nesneleştirilen ve kurumsallaştırılan. Somutlaştırılan kültürel sermaye, zihinsel eğilimlerin bireyin bedeninde somut biçimde ortaya çıkan yönelimleridir. Bourdieu’ya göre bu sermaye tamamen bireysel bir nitelik taşır; sürekli farklı biçimlerde kendini gösterir ve kimi zaman da görünmez hâle gelir. Çocuklukta kazanılan dil kullanımı ya da yazma becerisi, bu tür sermayeye örnek teşkil eder. Somutlaştırılan (bedenselleştirilen) kültürel sermaye ise iktisadi sermayeye dönüştürülemez (Bourdieu, 1986). Bourdieu, kültürel sermayenin bir başka biçimi olan nesneleştirilen kültürel sermayeyi, bireysel düşüncenin somut bir nesneye ya da yapıt biçimine bürünmüş hali olarak tanımlar. Bu dönüşümün ürünleri; estetik, sanat ve edebiyat gibi alanlardaki yaratımlar olup resim, heykel, şiir, roman, kitap, haber ya da köşe yazısı gibi üretimler buna örnektir. Bu tür üretimlerin ortaya çıkmasına ressam, yazarlar ve gazeteciler doğrudan katkı sağlar (Bourdieu, 2023). Bu tür üretimler, üreticilerine hem iktisadi hem de simgesel bir güç kazandırır ve bu sermaye biçimi iktisadi sermayeye dönüştürülebilir. Kültürel sermayenin son biçimi ise kurumsallaştırılmış kültürel sermayedir. Bu sermaye türü, eğitim yoluyla edinilir; bireyler, okul veya kurs gibi akademik kurumlarda bu sermayeyi kazanırlar. Böylece bireyin doğuştan sahip olduğu ya da sonradan geliştirdiği yetenek ve beceriler, bu kurumların verdiği sertifika, diploma gibi belgeler aracılığıyla resmiyet kazanır (Bourdieu, 1986).

Sembolik sermaye, diğer tüm sermaye türleriyle doğrudan ilişkili olup onların toplam hacminden oluşur. Siyasal elitler, sanatçılar ve medya mensupları gibi kişilerin gücü, bu diğer sermaye türlerini biriktirme süreçleri sonucunda elde ettikleri sembolik güce dayanır. Bourdieu, prestij ve tanınırlık kavramlarına gönderme yaparak sembolik sermayeyi, bireylerin toplumsal alandaki konum ve statülerini pekiştirme çabası olarak tanımlar. Birey, sembolik sermaye elde etmek için zaman, emek, para ve enerji harcar. Sembolik sermayenin para gibi somut bir karşılığı bulunmasa da, diğer sermaye türlerinde olduğu gibi ekonomik sermayeye dönüştürülebilir. Üstelik bu iki sermaye türü yalnızca birbirine çevrilebilir değil, aynı zamanda birbirlerinden ayrılmaz bir bütünlük taşır. Bu bağlamda, sembolik sermayeye dönüşmeyen ekonomik sermayenin gerçek bir değeri yoktur (Dursun, 2018, s. 95).

Simgesel sermaye, toplumsal alanda sahip olunan kaynak ve imkânların tanınması, takdir edilmesi ve meşru kabul edilmesi sürecini ifade eder (Bourdieu & Wacquant, 2023). Simgesel sermaye; bir kişi ya da grubun sahip olduğu mal, kaynak, güç veya üstünlük unsurlarının, bedensel ve gündelik pratikler aracılığıyla başka kişi veya gruplarca onaylanması, kabul görmesi ve saygıyla tanınması, böylece iki konum arasındaki asimetrik ilişkinin meşrulaştırılması anlamına gelir. Bu noktada simgesel sermayenin “tahvil” ya da “dönüşüm” boyutu öne çıkar. Eğer simgesel sermaye, toplumsal gücün veya varlığın meşru bir biçimde sunulması ise, farklı sermaye türleri (ekonomik, kültürel, sosyal) başkaları tarafından görülüp kabul edildiği anda simgesel sermayeye dönüşebilir. Gündelik pratikleri aracılığıyla belirli sermaye türlerine doğal ve meşru biçimde sahip olduklarını diğer gruplara benimsetebilen toplumsal kesimler için simgesel sermaye, etkin bir ayrıcalık ve üstünlük kaynağı oluşturur. Bu çerçevede simgesel sermayenin iki temel özelliği dikkat çeker: İlk olarak, simgesel sermaye yalnızca başkalarının tanınması ve kabul etmesi hâlinde işlerlik kazanır. İkincisi, simgesel sermaye esasen başka bir sermaye türünün görünür ve tescillenmiş hâlidir. Başka bir ifadeyle, ekonomik, kültürel veya sosyal sermaye simgeselleştirilmediğinde, o sermayeye sahip olanların elde ettikleri ayrıcalık ve üstünlükler ne doğal ne de hak edilmiş olarak algılanır ve bu nedenle gerçek bir avantaj sağlayamaz. Dolayısıyla simgesel sermaye, toplumsal alanda işleyen ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye biçimlerinin ya da belli bir alanda geçerli mesleki ve eğitsel sermaye türlerinin avantajını elinde bulunduran faillerin tanınmasını, itibar ve kabul görmesini mümkün kılar (Koytak, 2024).

2.4. Tanım Olarak Uluslararası Gazetecilik

Uluslararası gazetecilik, sınırlarımızın ötesindeki dünyayı anlamamız açısından hayati bir öneme sahiptir. Bu tür bir anlayış, günümüzde toplumların birbirine derinlemesine bağlı olması nedeniyle her zamankinden daha fazla gereklidir. Örneğin, Endonezya yakınlarında meydana gelen bir deprem, yalnızca Brezilyalı bir annenin insani duygularla diğer insanları önemseydiği için değil, aynı zamanda bu depremin tedarik zincirlerinde domino etkisi yaratıp, oğlunun ihtiyaç duyduğu bir ilacın kıtlığına yol açabilmesi nedeniyle de önemlidir. Dahası, COVID-19 pandemisinin bize gösterdiği gibi, hiçbir ülke kendisini tamamen izole edemez. Ayrıca iklim değişikliği gibi en acil küresel sorunlarımız, ulusal sınırlarla sınırlı kalmamaktadır. Ancak uluslararası gazetecilik yalnızca sınırlarımız dışında başlayan olayları ve gelişmeleri haberleştirmekle sınırlı değildir. Aynı zamanda, dünyanın farklı bölgelerindeki insanların bu gelişmeleri nasıl kayda geçirdiğini, olan biteni nasıl anlamlandırdığını ve bilgiyi nasıl doğru ve açık bir şekilde sunduğunu öğrenme yoludur. Başka bir ifadeyle, bu gazetecilik biçimi, bulunduğumuz yerdeki gazetecilerin işlerini nasıl düşündüklerini ve icra ettiklerini yeniden değerlendirmemiz için bir fırsat sunar. Belki de, bir yerde uygulanan gazetecilik pratikleri, başka bir yerden alınan bazı unsurlarla zenginleştirilebilir. Tersine, bazı ideoloji ve uygulamaların benimsenmesinin doğurabileceği olumsuzlukları fark etme imkânı da sunar. (*The International Journalism Handbook Introduction*, 2025)

2.5. Gazetecilik Alanı ve Gazeteciler

Bourdieu, gazetecilik alanında faaliyet gösteren gazetecilerin hangi eylemleri neden gerçekleştirdiğini kavrayabilmek için öncelikle alanın özerklik derecesini incelemeye önem verir. Ona göre gazetecinin bu alandaki özerkliğini belirleyen dört temel unsur vardır: Basındaki tekelleşme seviyesi; gazetecinin çalıştığı gazetenin alan içindeki konumu, yani yayın kuruluşunun “iktisadi” ya da “entelektüel” tarafa ne kadar yakın olduğu; gazetecinin gazete ya da basın organı içerisindeki statüsü ile ücretini belirleyen pozisyonu; ve son olarak, gazetecinin enformasyon üretim sürecindeki özgürlük düzeyi (Bedson & Neveu, 2005). Gazetecilik alanının en belirgin niteliği, siyasi ve ekonomik güçlere yüksek düzeyde bağımlı olması ve iktisadi baskılar altında bulunmasıdır. Bourdieu, hatta bu alanın ticari güçlere kendisini adeta dayattığını özellikle vurgular. Dolayısıyla gazetecilik alanı, bir yandan özerk bir yapıya sahipken diğer yandan hem ekonomik hem de politik alanlara bağımlıdır ve aynı zamanda tüm kültürel üretim alanları üzerinde baskı kuran bir kültürel üretim aracı işlevi görür (Bourdieu, 2021). Bu bağlamda Bourdieu, kültürel üretim alanı olan gazetecilik

alanında üretilen haberleri kültürel ürün olarak değerlendirmektedir (Bourdieu, 2020). Kültürel alan, farklı ölçeklerde birçok alt alanı bünyesinde barındırır. Gazetecilik alanında büyük ölçekli alt alanlar, yaygın medya olarak da tanımlanan anaakım medyayı; küçük ölçekli alt alanlar ise alternatif medyayı ifade eder. Küçük ölçekli bu alt üretim alanlarında kültürel sermaye yoğunluk kazanırken, ekonomik sermaye görece sınırlıdır. Buna karşılık, büyük ölçekli alt alanlarda tam tersi bir tablo görülür: ekonomik sermaye hacmi yüksektir, kültürel sermaye ise daha azdır (Hesmondhalgh, 2006).

Gazetecilerin belirli bir kimlik ve konuma sahip olmalarında ekonomik ve kültürel sermayeleri temel bir rol oynasa da, habitus ile birlikte sosyal, simgesel ve teknik sermayeleri de aynı derecede önem taşır. Bourdieu'ya göre kültürel sermaye yalnızca eğitimle sınırlı değildir; kişinin çalıştığı alan ve bu alan içinde üstlendiği görevler de kültürel sermayenin bir parçasını oluşturur (Benson, 2006). Bireyin eğitimi, yaptığı işi doğrudan ve güçlü biçimde etkiler. Ekonomik sermayesi sayesinde çocukluk döneminde gazetecilik alanının gerektirdiği niteliklere erişen bir gazeteci, meslek yaşamında çalıştığı kurumda daha üst pozisyonlara yükselme olanağı bulur. Bu bağlamda sosyal sermaye, gazeteciler için hayati önemdedir; çünkü haber üretim süreçleri, büyük ölçüde gazetecinin sosyal sermayesine dayanır. Gazetecinin sosyal sermayesi, haber kaynaklarıyla ve alandaki diğer aktörlerle kurduğu ilişki ağını ifade eder. Bu sermaye türünün yoğunluğu hem çalıştığı kuruluşa hem de gazetecinin bireysel özelliklerine bağlı olarak farklılık gösterebilir. Gazeteci, sahip olduğu teknik sermaye aracılığıyla sosyal sermayesini habere dönüştürür. Teknik becerilere sahip olmak, bu becerileri sürekli geliştirmek ve yeni yetkinlikler kazanmak ise gazetecilik alanında güç ve iktidar sağlayan diğer sermaye türlerini elde etmenin ya da mevcut sermaye konumunu korumanın temel anahtarıdır.

Simgesel sermaye, tüm sermaye türlerinin toplamının alanda eyleme dönüşmüş biçimi olarak, alandaki güç ve iktidarı elinde bulunduran gazetecilerin sahip olduğu sermayedir. Gazetecilerin basın kuruluşlarındaki konumları ve unvanları, biriktirdikleri bu farklı sermaye türlerinin sonucudur. Çalıştıkları kurumda üstlendikleri görevler, aldıkları ücretler, alandaki tanınırlıkları ve itibarları da sahip oldukları sermayenin görünür göstergeleridir. Bu çerçevede, gazetecilerin alandaki illusioları ekonomik ve simgesel sermaye elde etmeye; yayın kuruluşlarının illusioları ise haberlerinin daha çok okunup izlenmesini sağlayarak ekonomik sermaye kazanmaya yöneliktir. Dijital kültürle birlikte bu illusio, haberlerin

tıklanma sayısına odaklanacak şekilde evrilmiş, ancak ekonomik sermaye edinme arzusu temel *illusio* olarak varlığını korumuştur.

Gazeteciler, sınıfsal habituslarını, haber yaparken neyi ve nasıl ele alacakları ile haberi hangi biçimde sunacakları konusunda zamanla bilgi biriktirerek geliştirirler. Harcup ve O'Neill'in bir araştırmasında gazetecilere “Haberi nasıl tanımlarsınız?” sorusu yöneltildiğinde, birçok gazeteci “Onu gördüğümde tanırım” şeklinde yanıt vermiştir. Bu ifade, gazetecinin alandaki konumunu şekillendiren sınıfsal habitusunu yansıtır. Gazeteci, neyin haber değeri taşıdığını, haberi hangi yöntemlerle oluşturacağını yani oyunun kurallarını bilir; ancak alana yeni girdiğinde bu kuralları kendisinden önce alanda yer alan gazetecilerden öğrenerek alana özgü habitusunu zamanla inşa etmeye başlar (Harcup & O'Neill, 2017).

Dijitalleşme, Bourdieu'nun “mücadele arenası” olarak tanımladığı alanı, bu alanda mücadele eden faillerin sayısı ve niteliği açısından köklü biçimde dönüştürmüştür. Gazetecilik alanında artık yalnızca profesyonel gazeteciler değil, yurttaşlar da aktif birer aktör konumundadır. İnternetin ilk dönemlerinde pasif birer izleyici ya da okuyucu olan kitle, dijital kültürün gelişimiyle birlikte giderek daha etkin hâle gelmiş; az sayıda kişinin gazeteci olduğu bir toplumsal yapıdan, neredeyse herkesin “haberci” rolünü üstlendiği bir düzene geçilmiştir (Hülür & Yaşın, 2017).

Unvan; mesleki deneyimlerle yapılan işi, üstlenilen görevi tanımlar. Bourdieu'ye (2015b) göre birey, sahip olduğu sermaye türlerini ve bu sermayelerinin hacimlerini, unvanıyla yani simgesel sermayesiyle ortaya koyar. Bireyin unvanı semboliktir, sahip olunan sermayeleri temsil eder (Bourdieu, 2006). Dijitalleşme, gazetecilik alanındaki iş tanımlarını karmaşıktırılmış, görevler arasındaki sınırları belirsizleştirmiş ve iç içe geçmesine yol açmıştır. Dijital ortamlar, habercilik pratiğine hem yeni unvanlar kazandırmış hem de yeni çalışma alanları yaratmıştır. Geleneksel yayıncılık anlayışında genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü, muhabir, foto muhabiri ya da kurgu editörü gibi belirgin roller varken, dijital ortamlarda kullanılan teknolojik araçlar ve birden fazla pratiğin bir arada yürütülmesi doğrultusunda, kurumsal yapının hiyerarşik örgütlenmesi içinde unvanlar çeşitlenmiş ve sayıca artmıştır. Bu yeni unvanlar, gazetecilerin giderek genişleyen ve çok yönlü hale gelen görev tanımlarını yansıtır.

Gazetecilerin taşıdıkları unvanlar, onların kültürel, sosyal ve teknik sermaye birikimlerinin bir yansıması olarak simgesel sermayeye dönüşür ve bu nedenle alandaki konumlarına göre değerlendirilir. Dijital ortamlarda gazetecinin iş yükü arttıkça, geçmişte yürüttüğü habercilik pratiklerine sürekli yenileri eklenir ya da mevcut unvanı dijital ortama uyum sağlayacak biçimde dönüşür. Bu dönüşüm, doğrudan iş ilanlarına da yansımaktadır. Nitekim CNN, BBC ve The New York Times gibi basın kuruluşlarının dijitalleşmeyle geçirdiği değişim, yayımladıkları iş ilanlarında açıkça görülebilir. Artık bu kuruluşlar yalnızca geleneksel gazetecilik alanındaki muhabir, editör gibi klasik pozisyonlar için ilan vermekle yetinmemektedir. Yeni ilanlarda SEO uzmanı, içerik üreticisi, veri analisti gibi dijital çağın gerektirdiği unvanlar da yer almaktadır. Böylece gazetecilikte yeni mücadele alanları ortaya çıkmıştır (Taşdemir, 2018). Bu mücadele alanlarına örnek olarak veri gazeteciliği, drone gazeteciliği, mobil gazetecilik (mojo) ve programcı gazetecilik gibi farklı gazetecilik örnekleri gösterilebilir. (Karatabanoğlu, 2019).

Kurumsal yapılar içinde gazetecilere verilen görevlerin dışında, bireysel çalışma ortamını seçerek bağımsız şekilde habercilik yapan gazeteciler, dijitalleşmenin etkisiyle “mojo” (mobile journalist) olarak adlandırılmaktadır (Ünal, 2012). Türkçede “mobil gazetecilik” ya da “mobil gazeteci” olarak ifade edilen mojo, taşınabilir teknolojik multimedya araçları sayesinde, kameraman veya foto muhabiri gibi başka kişilerin desteğine ya da büyük ve hantal ekipmanlara ihtiyaç duymadan, yalnızca mobil telefonla haber üretme pratiğini ve bu pratiği gerçekleştiren kişiyi tanımlar (Cameron, 2008). Bir yayın kuruluşuna bağlı olmakla birlikte ofissiz çalışanlar bulunduğu gibi, tamamen bağımsız şekilde freelancer olarak çalışan gazeteciler de mevcuttur. Dijital kültürün gelişmesiyle birlikte, gerekli tüm teknolojik donanımı kullanarak bireysel çalışma yolunu seçen gazeteciler için “freelance” unvanı giderek daha fazla öne çıkmıştır. Bu çalışma biçiminin gazetecilik alanında yerleşmesinin yanı sıra, alanda unvan çeşitliliğinin artması da mesleki hareketliliğin sembolik bir göstergesi olarak sunulmakta ve hiyerarşinin zayıfladığı bir işleyişin kanıtı gibi değerlendirilmektedir. Ancak diğer yandan, bu durum gazetecilerin iş yükünü artırmıştır. Başka bir deyişle, söz konusu unvanlar çoğu zaman göstermelik bir nitelik taşıırken, kişilere yüklenen ek sorumluluklar “yetki” kavramı altında toplanarak fazladan görevlerin meşrulaştırılmasına hizmet etmektedir (Standing, 2022).

2.5. Gazetecilerin Yeni Çalışma Pratikleri

Bourdieu, alandaki eyleyicilerin (faillerin) sahip oldukları sermaye türleri ve bu sermayelerin hacmi aracılığıyla alan içinde konumlandıklarını ve aynı zamanda alanı şekillendirdiklerini vurgulayarak yapı ile fail arasındaki ilişkiyi ortaya koyar. Bu çerçevede, gazetecilik alanında oyunun kuralları sürekli tekrar edilerek gazetecinin sınıfsal habitusunun parçası hâline gelir; gazetecinin edindiği sermaye türleri ve bu sermayelerin büyüklüğü ise onun alandaki konumunu belirleyen temel unsurlar olur.

Gazetecilik alanında, geleneksel basılı ile sesli-görüntülü yayın formatlarından dijital ortamlara geçiş sürecinde gazetecilerin kimlik inşasında dönemsel farklılıklar gözlenirse de uzun süredir devam eden tartışmalar varlığını sürdürmektedir. Dijitalleşmenin getirdiği dönüşüm sonucunda çok sayıda dijital haber odası ortaya çıkmış, yeni unvanlar doğmuş, bu haber odalarındaki çalışma saatleri değişmiş ve freelancer gazetecilerin sayısında kayda değer bir artış yaşanmıştır (Uzunoğlu, 2018). Farklı unvanların ortaya çıkması, çalışma saatlerinin değişmesi ve iş yapma biçimlerinin çeşitlenmesi, gazetecilerin yeni bir mesleki kimlik kazanmasına yol açmıştır. Bununla birlikte iş güvencesi de önceki dönemlere kıyasla farklı bir biçimde dönüşmüş ve gazeteciler bu süreçte giderek daha prekarya koşullarına sürüklenmiştir. Ayrıca, gazetecilerin yalnızca mesleki becerileri değil, aynı zamanda teknolojik araçları etkin biçimde kullanabilme yetkinlikleri de önemli hâle gelmiştir. Öte yandan, geleneksel medya araçları karşısında uzun süre pasif konumda kalan okuyucu ve izleyicinin dijital kültürle birlikte aktif bir role bürünmesi, gazetecilerin alandaki konumlarının sorgulanmasına neden olmuştur.

Gazetecilik alanında gazetecilerin kimlik kazanma süreci, farklı dönemlerde değişik konular etrafında tartışılmıştır. Kimi zaman “sarı basın kartı” sahipliği, kimi zaman iş güvencesinin olmaması ya da çalışma koşullarının niteliği bu tartışmaların odağında yer almıştır. Dijitalleşme, toplumsal alanları dönüştürürken gazetecilerin kimliklenme sürecinde öne çıkan tartışma başlıklarını da değiştirmiştir.

Gazetecilik alanı, çalışma saatleri bakımından atipik bir yapıya sahiptir; belirlenmiş, sabit bir mesai zamanı yoktur. Genellikle sabah 8.00–9.00 civarında ofiste bulunan gazeteciler için çıkış saatleri, çalışılan yayın kuruluşuna ve yapılan işin niteliğine göre değişiklik gösterir. Geleneksel medya mecralarındaki “gece nöbeti” uygulaması, alanın belirli bir çalışma

saatinin olmadığını gösteren önemli bir örnektir; ancak dijital ortamla birlikte bu durum farklı biçimde şekillenmiştir. Geleneksel medya ile dijital platformlar, haberin 24 saat kesintisiz takibini gerektirmeleri bakımından benzerlik gösterirken, bu takibin mekânsal boyutu dijitalleşmeyle çeşitlenmiştir. Dijital ortamda haberlerin gün boyu izlenmesi, yalnızca sahada muhabir bulundurmakla sınırlı kalmaz; ağlar üzerinden, evden ya da ofisten belli bir saate kadar editör veya gazeteciler tarafından da gerçekleştirilebilir. Çalışma saatlerine ilişkin bu sınıfsal habitus, alanın oyunun kurallarını oyunculara dayatmasıyla şekillenir. Gazeteci, haberin peşinde 24 saat koşarken bu kuralları içselleştirir; ancak bu süreçte kendi sınıfsal habitusunun dışsallaştığının çoğu zaman farkında değildir (Öztürk, 2020). Özellikle editöryal yayıncılıkta, editörlerin ofiste belirli zaman dilimlerinde bulunması ve habercilerin de bazı haberlerin takibini yapması gereken durumlar dışında; belgesel haberciliği yapan ve gündeme dair sürekli haber takibi zorunluluğu bulunmayan, gündemini kendi belirleyen yayın kuruluşlarında çalışma saatleri oldukça esnektir. Bu tür kurumlarda belgesel haberin yayın tarihine yetişmesi, habercilerin çalışma saatlerini büyük ölçüde kendi planlamalarına imkân tanır. Ancak bu esneklik, olağanüstü gelişmeler söz konusu olduğunda ortadan kalkar. Gazeteci, böyle durumları kendi habitusu sayesinde önceden sezer ve buna göre hareket eder.

Gazetecilerin çalışma saatleri, görev tanımlarına ve çalıştıkları yayın kuruluşunun örgütlenme biçimine bağlı olarak farklılık gösterir. Ancak değişmeyen bir gerçek vardır: gazetecinin daima teyakkuzda olması, gerektiğinde 24 saat ofiste kalabilmesi ya da haber sahasında bulunabilmesidir. Gazetecilik alanındaki oyunun temel kurallarından biri de bu sürekli hazır olma hâlidir. Özellikle sosyal medya mecralarında gazetecinin bu sürekli tetikte olma durumu, psikolojik açıdan derin etkiler yaratmaktadır. Çevrimiçi haber takibinin yapılmadığı anlarda “bir şeyleri kaçırma” kaygısı ise, artık yalnızca gazetecinin sınıfsal habitusunu değil, dijital kültürün şekillendirdiği toplumsal alanlarda herkesin deneyimlediği yaygın bir olguya dönüşmüştür. Buna ek olarak çalışma saatleri, gazetecilerin haber kaynaklarıyla kurduğu ilişkiyi belirlemesi açısından gazetecilerin iş yapma pratiklerini doğrudan etkileyen önemli bir faktördür. Kamu yayıncılığındaki mesai uygulamasının çalışanlara dayattığı ofiste kalma mecburiyeti gazetecinin haber kaynaklarına ulaşmasında ciddi bir engel teşkil etmektedir. Cem Koray Olgun’un “Gazeteciliğin Değişen Habitusu” kitabında tecrübeli bir haberci olarak ifade edilen katılımcı 70’li 80’li yıllarda gazetecilerin haber kaynaklarına sıklıkla ziyarete gittiğini, ilişkilerini sıcak tuttuklarını, bir olay geliştiğinde haber kaynaklarına doğrudan telefonla ulaştıklarını ifade etmektedir (Olgun, 2019).

Alanda mevcut konumunu korumak ya da daha ileri bir seviyeye taşımak amacıyla sermaye hacmini genişleten gazeteciler, her an her yerden habere erişebilme imkânına sahip oldukları için çalışma saatleri açısından dezavantaj yaşasalar da bilgiye ulaşma kolaylığı bakımından önemli bir avantaja sahiptir. Haber akışının dijital ağlarda kesintisiz biçimde sürmesi, gazetecinin sürekli teyakkuzda kalmasını ve neredeyse hiç çevrimdışına çıkmamasını gerektirir. Zira ağlardaki haber akışı son derece hızlıdır. Bu hıza ayak uydurabilmek için sürekli ağlarda var olmak, dijital kültürde gazetecilik alanındaki oyunun temel kurallarından biridir. Bu oyunda doxa, yalnızca toplumsal yaşamı değil, gazetecilik alanında haberin üretim sürecini de biçimlendiren bir unsur olarak öne çıkar.

Sonuç olarak, gazetecilerin gazetecilik alanında yeni kimliklerini oluşturabilmeleri ve konumlarını belirleyebilmeleri; hangi tür ve hacimde sermaye biriktirdiklerine, alandaki sınıfsal habitusa göre geliştirdikleri stratejilere ve oyunun kurallarına uygun biçimde hareket etmelerine bağlıdır. Gazeteci, alanın habitusuna ne ölçüde uyum gösterir, oyunun kurallarını ne kadar içselleştirir ve sermaye türlerini ne kadar yoğun biçimde edinirse, alandaki konumu da o ölçüde güçlenir; bu sayede simgesel sermayesi artar, itibar kazanır ve ekonomik sermayesini genişletir.

Bu çerçevede, gazetecilerin kimliklenme süreçlerinde hangi aşamalardan geçmesi ve hangi pratikleri hangi ölçütlere göre gerçekleştirmesi gerektiği açık biçimde görülebilir. Gazetecilerin sahip oldukları sermaye türleri ve bu sermayelerin hacmi, alandaki konumlarının belirlenmesinde, Bourdieu'nun habitus ve alan kavramları kadar kritik bir rol oynar. Özellikle Bourdieu'nun "bedenselleşmiş kültürel sermaye" kavramında ifadesini bulan mesleki deneyim, gazetecilerin kimliklenmesinde temel bir etkidir. Ancak dijital yayıncılık bu sürece farklı bir boyut eklemiştir. Dijital kültürde, teknolojik araçları kullanabilme becerisi yani teknik sermaye, sosyal sermayeye eklemlenerek alandaki mücadelede gazeteciler için en önemli kozlardan biri hâline gelmiştir. Teknik sermaye sahipliğinin önemini artıran pek çok etken vardır. Değişen çağla birlikte haberin verileri ve bu verilerin hacmi dönüşmüş; sayısallaşmış ve büyük veri (big data) ortaya çıkmıştır. Bu nedenle algoritmalar, kodlar ve programlamayla ilgili kavramların gazeteciler tarafından birlikte ele alınması zorunlu hâle gelmiştir. Küresel ölçekte habercilik alanında yaşanan bu dönüşüm, büyük verilerle ve algoritmalarla çalışmayı, bu verileri raporlayıp yorumlamayı ve kodlama bilgisine sahip olmayı gazeteciler için temel bir gereklilik hâline getirmiştir.

Türkiye’de ise küresel ölçekteki eğilimlere kıyasla gazeteciler için teknik sermaye farklı biçimlerde şekillenmektedir. Sosyal medya uygulamalarını etkin biçimde kullanmak, bu mecralar üzerinden haber üretmek ve özellikle Twitter gibi dijital platformlarda canlı yayın gerçekleştirmek, çalışmaya katılan gazeteciler tarafından bir “beceri” olarak değerlendirilmektedir. Yayın kuruluşlarının web sitelerinde ve sosyal medya hesaplarında yayımlanacak haberlerin “panel” adı verilen arayüz programlarına girilmesi de pek çok gazeteci için temel bir teknik sermaye unsuru kabul edilir. Öte yandan, sayıca az olmakla birlikte istatistiksel verilerle çalışan gazeteciler, veri haberciliği alanında teknik sermaye birikimine sahiptir. Google Analytics platformunu etkin kullanmak veya sayfa tasarımı için geliştirilen programları bilmek de dijital kültürde gazeteciler açısından önemli teknik sermaye örnekleridir. Dijital kültürde görselliğin ön plana çıkması, haberlerde görsel unsurların kullanılmasını zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda haber kartları hazırlamak, infografik üretmek ve haberin tek bir görsel üzerinden özetlenmesini sağlamak, gazeteciler için kritik bir beceri hâline gelmiştir. Buna ek olarak, haberin doğruluğunu teyit etmek amacıyla çeşitli doğrulama araçlarını kullanabilmek de en önemli teknik sermaye unsurlarından biridir; ancak bu araçları etkin biçimde kullanarak haberi doğrulayabilen gazeteci sayısı oldukça sınırlıdır. (Öztürk, 2020).

Habercilerin teknolojik araçları kullanma becerisinin temelinde çoğunlukla kişisel merak yatar. Bu kişisel merakın yanı sıra, gazetecilerin teknik sermaye edinmesinde en yaygın yöntem, alanda kendilerinden önce bulunanların rehberliğiyle araç kullanımını öğrenmektir. Bourdieu, alana önceden girmiş olanlarla sonradan katılanlar arasındaki mücadeleyi ele alırken, oyuncuların diğer oyuncuları dikkatle gözlemlediğini ve bu gözlemler aracılığıyla kendi eylemlerini geliştirerek yeni stratejiler ürettiklerini vurgular. Bu bağlamda gazetecilerin, alanda kendilerinden önce yer alanlardan teknolojik araçların kullanımını öğrenmesi, onlara yeni stratejiler geliştirme imkânı sunar. Gazeteci bu stratejileri olgunlaştırarak alandaki mücadelesine farklı bir yön verebilir.

Bourdieu’nun “kurumsallaştırılmış kültürel sermaye” olarak tanımladığı eğitim, teknik sermayenin edinilmesinde bir diğer belirleyici etkidir. Bu bağlamda iki temel unsur öne çıkar. İlk olarak, yayın kuruluşlarının gazetecilere sunduğu kurum içi eğitimler teknik sermaye gelişiminde önemli rol oynar. İkinci olarak ise, gazetecilerin mezun oldukları fakülte ya da bölüm dikkate değerdir. Özellikle İletişim Fakültelerinden mezun olan gazetecilerin montaj programlarını kullanma ve haberleri dijital ortamda doğrulama konusundaki teknik

becerileri; İstatistik bölümü veya Mühendislik Fakültesi mezunlarının ise veri toplama, sayısal verileri yorumlama ve görselleştirme konularındaki yetkinlikleri dikkat çekicidir.

Bu nedenle gazeteciler, alandaki teknik sermayelerini artırabilmek için sürekli olarak eğitime ihtiyaç duyar. Ancak Uluslararası Gazetecilik Merkezi'nin (IJFC) “Haber Odalarında Teknoloji Kullanımı Raporu”na göre, haberciler ihtiyaç duydukları beceriler doğrultusunda yeterli eğitim alamadıkları için dijital beceri eksikliklerini giderememektedir. Raporda, gazetecilerin veri gazeteciliği, siber güvenlik, kodlama, web tasarımı ve genel web becerilerine duydukları ihtiyaç açıkça vurgulanırken; mevcut eğitimlerin çoğunlukla sosyal medya odaklı olması, bu eksikliklerin devam etmesine yol açmaktadır (Şener, 2017). Teknik sermaye ediniminde nesiller arası farklılık belirleyici bir etkidir; “dijital yerli” olarak tanımlanan ve dijital kültürün içine doğan kuşak, teknolojik araçları herhangi bir eğitime gerek duymadan kullanabilme becerisiyle öne çıkar. Bu dönüşümde, 2019 yılı Aralık ayında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve kısa sürede tüm dünyaya yayılan Covid-19 (Koronavirüs) salgını nedeniyle alınan kısıtlayıcı tedbirler kritik bir rol oynamıştır. Gazeteciler, haberlerine ilişkin uzman görüşlerini telekonferans aracılığıyla edinmiş, canlı yayınlarını ise Zoom, Jitsi, Skype gibi telekonferans programları üzerinden gerçekleştirmiştir. Dolayısıyla gazetecilerin bu tür programları kullanabilme yetkinliği, beklenmedik durumlarda haber üretim süreçlerini sürdürebilme pratiklerini de gözler önüne sermiştir. Dijital kültür bağlamında araçların küçülmesi ve daha fonksiyonel hâle gelmesiyle birlikte, bir işi birden fazla kişinin yaptığı dönemden, tek bir kişinin birden çok işi gerçekleştirdiği döneme geçilmiş; bu dönüşüm gazetecilerin alandaki konumlarının sorgulanmasına yeni bir bakış açısı kazandırmıştır.

2000'li yıllardan itibaren web 2.0 tabanlı uygulamaların etkisiyle izleyici ve okuyucular haber üretim sürecine aktif biçimde katılmaya başlamış, teknolojinin ekonomik sermaye üzerindeki etkisi ise gazetecilik alanında istihdamın daralmasına ve kitlesel işten çıkarmalara yol açmıştır. Bu dönemde yönünü yeniden belirlemeye çalışan gazetecilik alanında, gazeteciler varlıklarını sürdürebilmek için teknik becerilerini geliştirerek kültürel sermayelerini artırmaya yönelik çabalar göstermektedir. Yeni alt alanların ortaya çıktığı, yeni unvanların belirdiği ve teknik beceri gerektiren habercilik pratiklerine ihtiyaç duyulan bu ortamda, bu niteliklere sahip gazeteciler aynı zamanda simgesel sermaye de kazanmaktadır.

3. METODOLOJİ

Bu çalışmada nitel bir araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel araştırma, sosyal olguları derinlemesine anlamayı amaçlayan, esnek ve keşfedici bir model sunar. Pozitivist bilim anlayışının genellemeye odaklı nicel yöntemlerinden farklı olarak nitel yöntem, insan davranışlarının bağlamsal ve derin yönlerine odaklanır. Bu sayede araştırmamız, Türkiye’de uluslararası gazetecilik yapan gazetecilerin habituslarını ve bu habitusun yapay zekâ ile nasıl dönüştüğünü daha kapsamlı biçimde inceleyebilir. Nitel yaklaşım, inceleme konumuzu katılımcıların kendi deneyimleri ve anlam dünyaları çerçevesinde ele almayı sağlar. Nitekim nitel araştırmalarda, ele alınan olguları keskin sınırlarla kategorize etmek yerine, olay ve durumları kendi bağlamları içinde irdelemek esastır. Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemlerine dayalı çalışmalar gittikçe artmaktadır. Farklı disiplin ve alanlarda yapılan nitel çalışmalarda en sık kullanılan veri toplama araçlardan biri mülakat, özellikle de yarı-yapılandırılmış görüşmelerdir (Polat, 2022). Bu çalışmada gazetecilerin mesleki pratiklerini ve yapay zekâ ile etkileşimlerini ait oldukları kurumsal ve kültürel bağlam içinde değerlendirmek istiyoruz. Bu nedenle nitel model, araştırma sorularımıza en uygun yöntemsel zemini sunmaktadır.

Seçilen nitel araştırma modeli, derinlemesine mülakatlara dayalı tematik analiz olarak tanımlanabilir. Amaç, sayısal verilerden ziyade gazetecilerin anlatıları, deneyimleri ve bakış açıları üzerinden habitus kavramını ve onun dönüşümünü anlamaktır. Nitel araştırma modeli hem çalışmamızın amacına hem de Bourdieu’nün teorik yaklaşımına uygun bir metodolojik çerçeve sunmaktadır.

Bu araştırma, kuramsal temelini Pierre Bourdieu’nün habitus, alan ve sermaye kavramlarından almaktadır. Bourdieu’cü perspektif, yöntem tercihimizi de şekillendirmiştir. Habitus kavramı, bireylerin toplumsal deneyimlerinden içselleştirdikleri, kalıcı davranış ve düşünme eğilimlerini ifade eder. Bu tanım, habitusun doğrudan gözlemlenemeyen, ancak bireylerin anlatıları ve pratikleri aracılığıyla anlaşılabilen bir olgu olduğunu gösterir. Dolayısıyla habitusu incelemek, katılımcıların öznel deneyim ve düşüncelerine nüfuz etmeyi gerektirir ki bu da nitel yöntemlerle mümkündür. Nitel derinlemesine mülakatlar, gazetecilerin mesleki yolculuklarını, değer yargılarını ve gündelik pratiklerini kendi ağızlarından aktarmalarını sağlayarak habitusun somut izlerini sürmemize olanak tanır.

Bourdieu'nün alan kavramı, gazeteciliği kendi kuralları ve dinamikleri olan özerk bir toplumsal uzam olarak ele alır. Bu çalışmada “Türkiye’de uluslararası gazetecilik” bir alan olarak değerlendirilmektedir. Bu alan içinde gazeteciler, haber üretimi ve uluslararası bilgi akışı konularında güç ve prestij mücadelesi verirler. Bourdieu’nün sermaye kavramı ise bu mücadelede kullanılan kaynakları ifade eder. Kuramsal çerçeveye sadık kalarak, araştırmamızda gazetecilerin sahip olduğu sermaye türlerine (ekonomik, kültürel, sosyal, simgesel) özellikle dikkat edilmiştir. Bourdieu, sermayeyi toplumsal güç mücadelesinde kullanılabilen kaynaklar olarak dört türe ayırır: ekonomik sermaye (maddi kaynaklar), kültürel sermaye (eğitim, bilgi birikimi, dil becerileri gibi yetkinlikler), sosyal sermaye (çevre ve ilişki ağları) ve simgesel sermaye (prestij, itibar ve tanınırlık). Gazetecilik alanında örneğin bir muhabirin ekonomik sermayesi, çalıştığı kurumdan aldığı maaş ve sağlanan imkânlar iken; kültürel sermayesi aldığı akademik eğitim, yabancı dil yetkinlikleri ve mesleki uzmanlığıdır. Benzer şekilde sosyal sermayesi haber kaynaklarından oluşan iletişim ağı, simgesel sermayesi ise meslek içindeki ünü ve saygınlığıdır. Bourdieu’nün bu kavramsal araçları, gazetecilik alanını analiz etmemize ve gazetecilerin eylemlerini sahip oldukları sermaye türleriyle biçimlenen habitusları çerçevesinde anlamlandırmamıza imkân tanır. Bu kuramsal dayanak, araştırmamızda hangi verilerin toplanacağı ve nasıl yorumlanacağı konusunda yol gösterici olmuştur.

Nitekim yöntem seçimimiz, Bourdieu’cü çerçevenin gerektirdiği derinlikli ve ilişkisel analize imkân tanıyacak şekilde yapılmıştır. Habitus kavramının vurguladığı öznelere geçmiş deneyimleri ve bu deneyimlerin güncel pratiklere yansımaları, ancak katılımcıların yaşam öyküleri ve düşüncelerinin ayrıntılı incelenmesiyle kavranabilir. Alan kavramı gereği gazetecilerin içinde bulundukları mesleki bağlamı (uluslararası haber üretim çevresi) dikkate almak gerektiğinden, yöntemimiz de bu bağlamı ortaya koyacak sorular ve gözlemler içermektedir. Sermaye türleri ise gazetecilerin konumlarını anlamada kritik olduğundan, mülakat soruları arasında katılımcıların eğitim geçmişi, dil becerileri, mesleki tecrübeleri, sosyal çevreleri ve meslek içindeki itibarlarına ilişkin kısımlar yer almıştır. Bu sayede, nitel veri toplama yoluyla Bourdieu’nün kavramsal şemasındaki unsurları ampirik olarak karşılamaya çalışılmıştır. Özetle, Bourdieu’nün habitus, alan ve sermaye kavramları araştırmanın teorik omurgasını oluştururken bu teoriye uygun bir metodoloji tercih edilmiştir. Bu metodoloji, gazetecilerin habitusunu ve yapay zekâ ile bu habitusta meydana gelen dönüşümü kendi bağlamlarında ve ilişkisel olarak incelemeyi mümkün kılar.

Araştırmanın örnekleme, amaçlı katılımcı grubu yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Amaçlı (ya da kasti) örnekleme, araştırmacının çalışmanın amacına en uygun olacak katılımcıları kendi uzmanlığı ve yargısı ile seçtiği bir olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniğidir. Nitel araştırmalarda yaygın olan bu yaklaşım sayesinde, çalışmamızda incelenen gazetecilerin gerçekten uluslararası gazetecilik deneyimine sahip ve yapay zekâ teknolojileriyle karşılaşmış kişiler olmasına dikkat edilmiştir. Amaçlı örnekleme kullanımı, aynı zamanda daha küçük bir katılımcı grubuyla çalışarak elde edilen verilerin bütününe ayrıntılı biçimde incelenebilmesini sağlar. Bu çalışmada örneklem büyüklüğü 15 gazeteci ile sınırlandırılmıştır. Bu sayı, nitel bir çalışma için hem yönetilebilir düzeydedir hem de ulaşılan veri doygunluğunu (saturation) sağlayacak çeşitliliği içermektedir.

Tablo-1: Katılımcı Listesi

#	İsim	Cinsiyet	Görüşme Dili	Yaş	Mezuniyet	Mesleki Tecrübe	Görüşme Türü
1	K1	Erkek	Türkçe	25	Lisans	3	Online
2	K2	Erkek	Türkçe	30	Yüksek Lisans	5	Yüz Yüze
3	K3	Erkek	İngilizce	32	Lisans	8	Yüz Yüze
4	K4	Erkek	Türkçe	25	Lisans	1	Yüz Yüze
5	K5	Erkek	Türkçe	33	Lisans	7	Online
6	K6	Kadın	Türkçe / İngilizce	32	Doktora	6	Yüz Yüze
7	K7	Erkek	Türkçe	36	Lisans	15	Yüz Yüze
8	K8	Erkek	Türkçe	38	Yüksek Lisans	15	Yüz Yüze
9	K9	Erkek	Türkçe	31	Yüksek Lisans	5	Yüz Yüze
10	K10	Erkek	Türkçe	63	Yüksek Lisans	42	Yüz Yüze
11	K11	Erkek	Türkçe	33	Lisans	8	Yüz Yüze
12	K12	Kadın	Türkçe	28	Lisans	5	Online
13	K13	Erkek	Türkçe	31	Lisans	8	Yüz Yüze
14	K14	Kadın	Türkçe	30	Lisans	6	Online
15	K15	Erkek	Türkçe	43	Doktora	18	Online

Ulusal medyada uluslararası habercilik yapan muhabirlerin yanı sıra, uluslararası yayın kuruluşlarının Türkiye temsilcisi konumundaki gazeteciler de örnekleme dahil edilmiştir. Bu yolla, alan içindeki farklı pozisyonların (örneğin ana akım medya vs. alternatif medya; yerel kuruluş vs. küresel kuruluş) temsiline olanak tanınmıştır.

Katılımcılar, araştırma konusu gereği uluslararası gazetecilik alanında faal olan profesyoneller arasından seçilmiştir. Bu seçim cinsiyet, yaş, meslekte kıdem yılı, kurum, eğitim geçmişi gibi farklı kıstaslara göre yapılmıştır. Gazetecilerin isimleri belirlendikten sonra kendilerine ilk olarak e-posta yoluyla, akabinde ise telefon görüşmesi ile ulaşılmıştır. Çalışmada, farklı türde medya kurumlarında görev yapan gazetecilere ulaşılmaya özen gösterilmiştir. Örneklem içinde kurumsal çeşitlilik sağlamak amacıyla basılı gazeteler, televizyon kanalları, haber ajansları, dijital haber platformları gibi çeşitli mecralarda çalışan gazeteciler yer almaktadır. Ayrıca ulusal medyada uluslararası habercilik yapan muhabirlerin yanı sıra, uluslararası yayın kuruluşlarının Türkiye temsilcisi konumundaki gazeteciler de örnekleme dahil edilmiştir. Bu yolla, alan içindeki farklı pozisyonların (örneğin ana akım medya vs. alternatif medya; yerel kuruluş vs. küresel kuruluş) temsiline olanak tanınmıştır.

Katılımcı profili genel hatlarıyla şöyledir: 15 gazetecinin 3 tanesi kadın, 12 tanesi erkektir. Yaş aralığı 25 ile 60 arasında değişmektedir; bu sayede hem mesleğe yeni başlamış görece genç gazeteciler, hem de kıdemli ve tecrübeli gazeteciler örnekleme dahil edilmiştir. Örneğin hem mesleğinin ilk yılında olan bir gazeteci de bulunmaktadır, 40 yılı aşkın bir tecrübesi olan gazeteci de. Mesleki kıdem ve rol açısından da çeşitlilik mevcuttur: Örneklemde sahada haber toplayan muhabirler, haber merkezinde çalışan editörler, belirli bir ülke veya bölgeyi izleyen dış haberler sorumluları, hatta bazı üst düzey haber koordinatörleri bulunmaktadır. Böylece uluslararası gazetecilik alanının farklı görev ve sorumluluk düzeylerinden katılımcılar seçilmiştir. Katılımcıların eğitim düzeyi genellikle yüksektir; tamamı iletişim, gazetecilik veya uluslararası ilişkiler gibi alanlarda lisans diplomasına, ikisi yüksek lisans derecesine, bir tanesi ise doktora düzeyinde sahip olup tamamı yurt dışı eğitim tecrübesi bulunmaktadır. Bu durum, ilgili alandaki kültürel sermayenin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Sosyo-ekonomik arka planları itibarıyla katılımcılar çeşitlilik gösterse de bu bilgilerin detayları mahremiyet gerekçesiyle yalnızca genel çizgileriyle değerlendirilmiştir. Örneğin, yaşam tarzlarına dair veriler (kentte büyüme, yurt dışı deneyimi, dil becerileri, aile geçmişi gibi unsurlar) habitus oluşumuna etkileri bakımından sorulmuş ancak sonuçlar birey belirtmeden toplu eğilimler şeklinde kullanılacaktır.

Özetle, amaçlı örnekleme yoluyla farklı kurumlardan farklı demografik/mesleki özelliklerden gazeteciler seçilerek maksimum çeşitlilik sağlanmıştır. Bu çeşitlilik, uluslararası gazetecilik yapan gazetecilerin habitusunu ve yapay zekâ karşısındaki deneyimlerini olabildiğince geniş bir perspektiften yakalamayı hedeflemektedir. Ancak yine de örneklemin özelliği gereği,

araştırma sonuçlarının evrensel genelleme amacı gütmeyi, sadece çalışmaya katılan gazetecilerin bağlamına dair derinlemesine bir anlayış sunacağı not edilmelidir. Nitel araştırmanın doğası gereği, küçük ve hedefe yönelik bir örneklem ile çalışıldığından, elde edilen bulgular derinlik açısından zengin ancak genelleştirilebilirlik açısından sınırlıdır.

Veri toplama aşamasında derinlemesine mülakat (in-depth interview) yöntemi kullanılmıştır. Görüşmeler, EK-1’te gösterilen yarı yapılandırılmış bir soru formu çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat, önceden belirlenmiş açık uçlu soruların rehberliğinde yürütülen ancak katılımcının ve görüşmenin akışına göre esneklik tanıyan bir teknik olarak tercih edilmiştir. Bu sayede, her bir gazetecinin kendine özgü deneyimlerini rahatça dile getirebilmesi ve araştırmacının gerektiğinde derinleştirici sorular sorabilmesi mümkün olmuştur. Görüşme formu hazırlanırken, Bourdieu’nün kuramsal çerçevesine uygun temalar dikkate alınmıştır: katılımcıların kişisel ve mesleki geçmişleri (habitusun oluşumu hakkında fikir verecek şekilde), uluslararası gazetecilik pratikleri ve çalıştıkları kurumların yapısı (bulundukları alanın dinamiklerini anlamak için) ve yapay zekâ teknolojileriyle etkileşimleri (habituslarında meydana gelebilecek dönüşümü yakalamak için) gibi başlıklar altında sorular yöneltmiştir. Her bir ana tema altında birkaç sorudan oluşan bir rehber hazırlanmış, ancak görüşmeler sırasında bu sıraya katı biçimde bağlı kalınmamıştır. Katılımcılar değindikleri konular doğrultusunda yeni sorularla teşvik edilmiş, önemli görülen noktalar açmaya değerse araştırmacı tarafından derinleştirilmiştir.

Görüşmelerin 10 tanesi yüz yüze, katılımcıların talebine göre çevrimiçi (görüntülü konuşma) şeklinde gerçekleştirilmiştir. Her bir mülakat ortalama 45-60 dakika sürmüştür. Görüşmelere başlamadan önce katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmış, araştırmanın amacı ve içeriği kısaca açıklanarak rahat bir ortam sağlanmaya çalışılmıştır. Tüm görüşmeler, katılımcının izni ile ses kayıt cihazı kullanılarak kaydedilmiştir. Ses kayıtları, daha sonra veri analizi için kelimesi kelimesine yazıya (transkripsiyona) dökülmüştür. Bu süreçte, katılımcıların ifade ettiği önemli vurgular ve duygusal tepkiler de (gülme, duraksama gibi) not edilerek nitel verinin zenginliği korunmuştur.

Derinlemesine mülakat tekniğinin seçilmesi, araştırma sorularımızın doğrudan katılımcıların deneyimlerinden yanıt bulabilmesi için kritik önemdedir. Esnek ve derinlemesine bir görüşme ortamı sayesinde, gazetecilerin kendi sözleriyle alışkanlıklarını, değerlerini ve yapay zekâ ile ilgili tutumlarını detaylandırmaları mümkün olmuştur. Mülakat tekniğinin sağladığı

esneklik, araştırmacıya tek bir soru listesinin ötesine geçip spontan gelişen konulara da uyum sağlama imkânı vermiştir. Nitekim mülakat yöntemi, çok yönlü ve zengin veri toplanabilmesine imkân tanıyan esnek bir yapı sunar; bu da araştırmacının inceleme konusuyla ilgili ayrıntılı bilgi edinmesini kolaylaştırır. Görüşmeler sırasında önceden hazırlanan sorular bir çerçeve sağlasa da katılımcının anlatısının seyrine göre yeni sorular sorulmuş, belirli konularda derinleştirmeye gidilmiştir. Örneğin, bir gazetecinin yapay zekâ destekli bir haber otomasyon aracı kullanma deneyiminden bahsetmesi halinde, bu deneyimin onun günlük iş rutinini ve haber üretim değerlerini nasıl etkilediği konuları takip eden sorularla ayrıntılandırılmıştır. Bu yaklaşım, habitus gibi soyut bir kavramın somut yansımalarını katılımcıların kendi açıklamalarında yakalayabilmek adına gereklidir.

Görüşmeler sırasında yarı yapılandırılmış soru formu kullanılması hem tutarlılığı hem de esnekliği bir arada sağlamıştır. Temel konu başlıkları bütün katılımcılarla konuşulmakla birlikte, soruların ifade ediliş sırası ve vurgusu duruma göre uyarlanmıştır. Tüm katılımcılara yöneltilen bazı anahtar sorular (örneğin: “Gazetecilik mesleğine yönelmenizde etkili olan faktörler nelerdi?”, “Uluslararası haber yaparken hangi becerileriniz öne çıkıyor?”, “Yapay zekâ teknolojilerinin haber üretim sürecinize etkisi nedir?” gibi) ortak bir zemin oluştururken her katılımcının yanıtına göre derinleştirici alt sorular sorulmuştur. Bu yöntem, bir yandan farklı görüşmeler arasında belli bir karşılaştırılabilirlik sağlarken öte yandan her görüşmenin kendi akışına göre özgün ve detaylı bilgiler üretmesine imkân tanımıştır. Tüm görüşmeler, mahremiyete saygı ve güven ilişkisinin tesis edilmesi ilkesiyle yürütülmüştür. Katılımcılar, diledikleri soruya cevap vermeme ya da görüşmeyi herhangi bir noktada sonlandırma hakkına sahip oldukları konusunda bilgilendirilmiştir. Böylece etik ve rahat bir görüşme atmosferi içinde verilerin mümkün olduğunca doğal ve güvenilir olması amaçlanmıştır.

Toplanan verilerin analizi, niteliksel tematik analiz yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Tematik analiz, görüşmelerden elde edilen verilerdeki anlam örüntülerini sistematik biçimde ortaya çıkarmayı sağlayan bir nitel veri analiz tekniğidir. Bu yöntemde araştırmacı, metinleri defalarca okuyarak veride tekrar eden konuları, kavramları ve tema olabilecek olguları tespit eder. Tematik analiz süreci, veriye dayalı kodlama yapmayı ve bu kodları daha üst düzey temalar altında bir araya getirmeyi içerir. Bu araştırmada da öncelikle her bir mülakatın transkripti detaylı şekilde okunarak veriye aşinalık sağlanmıştır. Ardından, metinler üzerinde satır satır gidilerek anlamlı bulduğumuz ifadeler ve cümleler kodlar şeklinde etiketlenmiştir. Örneğin, bir gazeteci mülakatında “Haber sezgilerimi kullanıyorum ama artık veri analizine

de önem vermem gerekiyor” şeklinde bir ifade geçtiğinde, bu cümle “haberi hissetme” ve “veri odaklı yaklaşım” gibi iki ayrı kodla işaretlenmiştir. Tüm mülakatlar için bu şekilde oluşturulan kodlar listelenmiş ve sürekli karşılaştırma yöntemiyle benzer kodlar gruplanmıştır.

Kodlama işlemi indüktif (tümevarımsal) bir yaklaşımla yürütülmüştür. İndüktif olarak, veride önceden öngörülmemiş yeni temalar ortaya çıkmasına izin verilmiştir; katılımcıların vurguladığı beklenmedik konular da kodlanarak dikkate alınmıştır. Bourdieu’nün teorik çerçevesinden gelen bazı genel kategoriler baştan rehberlik etmiştir (örneğin “mesleki alışkanlıklar”, “teknoloji kullanımı”, “sermaye türleri” gibi). Ancak bu ön-belirlenmiş kategoriler kesin kalıplar olarak dayatılmamış, veriye uymayan kısımları esnetilip gerekirse terk edilmiştir. Kodlama sürecinin sonunda, kodlar arasındaki ilişkiler incelenerek daha geniş temalar oluşturulmuştur. Örneğin, birden çok katılımcının değindiği “teknolojiye uyum sağlama gereği”, “yeni dijital beceriler öğrenme”, “yapay zekâya dair kaygılar” gibi kodlar “Y1 Yapay Zekânın Mevcut Etkileri – Araç mı Tehdit mi?” ve “Y2 Yapay Zekânın Alanda Oluşturduğu Mesleki Kaygılar ve Etik Çıkmazlar” şeklinde daha geniş temalar altında toplanmıştır. Benzer şekilde “uluslararası habercilikte kültürel sermaye kullanımı” ve “farklı ülkelerde çalışma deneyimi” kodları “B3 Kültürel Sermaye” teması ile ilişkilendirilmiştir.

Temaların belirlenmesi sürecinde, her birinin araştırma sorularıyla bağlantılı ve veri tarafından destekleniyor olmasına dikkat edilmiştir. Temalar, olgular arasındaki örüntüleri yansıtmalı ve mümkünse birden fazla katılımcının anlatılarında ortak olarak görülmelidir. Bu bakışla taslak temalar, tüm veri seti üzerinde tekrar gözden geçirilmiş, tutarlı ve ayrıştırıcı olup olmadıkları denetlenmiştir. Örneğin, başlangıçta ayrı düşünülen bazı temalar (mesela “YZ entegrasyonunda zorluklar” ve “YZ entegrasyonunda fırsatlar”) veride genellikle iç içe geçtiği görülünce “Yapay Zekâ ile Çalışmanın Dinamikleri” başlığı altında birleştirilmiştir. Öte yandan çok geniş bir tema olduğu fark edilen bazı temalar alt parçalara ayrılmıştır (örneğin “Habitusun Bileşenleri” teması, veri incelendiğinde “Mesleki Değerler” ve “Gündelik Rutinler” olarak iki alt tema halinde daha anlamlı bulunmuştur). Nihai kod haritası ise Şekil-2’de paylaşılmaktadır.

Veri analizi sürecinde çalışmalar Microsoft Word üzerinden manuel olarak yürütülmüştür. Nitel çalışmalarda niceliksel sıklıktan ziyade anlamın bağlam içinde yorumlanması önemli olduğundan, bir temanın önemini sadece kaç kişinin bahsettiğine göre değil, o temanın

araştırma sorusunun katkısına göre ele alınmıştır. Örneğin sadece birkaç gazeteci tarafından dile getirilmiş olsa bile çok özgün bir deneyimi temsil eden bir olgu (diyelim ki yapay zekâ etiğine dair özel bir kaygı) sonuç bölümünde dikkate alınmıştır.

Tematik analizin güvenilirliği için çeşitli adımlar atılmıştır. İlk olarak, tüm kodlama süreci boyunca tutarlı bir kodlama yönergesi izlenmiştir; verilerin kodlanmasında kararsız kalınan durumlar için başlangıçta bir pilot kodlama yapılarak kod tanımları netleştirilmiştir. Pivot kod tanımlarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo-2: Pivot Kod Tanımları

4.1. KİŞİSEL GEÇMİŞ VE AİLE		Açıklama
	4.1.1. Aile Kökenleri ve Coğrafi Geçmiş	Taşra-merkez geçişleri, göç deneyimleri ya da kırsal kökenli bir yaşam biçiminden kentsel ve uluslararası bir alana uzanan yolculuklara odaklandım. Uluslararası gazetecilerin tamamı çok katmanlı bir uluslararası coğrafi profil ortaya koymaktadır. Bu profilin içinde gazeteciler yabancı dil öğrenmiş ve farklı kültürlerle etkileşim kurmayı öğrenmiştir.
	4.1.2. Sosyo-Ekonomik Konum ve Erken Sosyalleşme	Çocukluk dönemi, ailenin sınıfsal düzeyi. Bulgu: Alt ve orta sınıftan gelen gazeteciler eğitim ve dil öğrenimi ile edindikleri kültürel sermaye ile iyi kurumlarda profesyonel hayata başlayarak ekonomik sermaye elde etmişlerdir. Katılımcıların ekseriyeti düşük bir sosyo-ekonomik geçmişten gelmektedir. Bilinçli bir biçimde yürütülen kültürel sermaye biriktirme stratejileri ile şu an bulundukları pozisyona gelmişlerdir.
	4.1.3. Kültürel ve Dilsel Çevre	Gazetecilerin duygusal ve etik değerleri dil öğrenimiyle iç içe geçmektedir. Gazeteciler edindikleri dilsel sermayeyi sürekli zenginleştirme telaşı taşımaktadır.
	4.1.4. Çocukluk ve Aile Etkileri	Uluslararası gazetecilerin kişisel geçmişleri; mütevazı aile koşulları, çok kültürlü ortamlar ve erken yaşta edinilen toplumsal kaygılar ile şekillenmiş durumda gözükmektedir. Kimi ilk üniversite mezunu, kimi göçmen, kimi de etnik kimliği nedeniyle çoğunluktan farklı bir perspektifle büyümüş bu isimlerin ortak noktası, ailelerinden aldıkları değerlerle kendi deneyimlerini harmanlayıp gazetecilik mesleğine adım atmış olmalarıdır.
4.2. EĞİTİM VE PROFESYONEL YAŞAM		
	4.2.1. Akademik Eğitim ve Kültürel Sermaye	Katılımcıların hemen hepsi iletişim ve sosyal bilimlerle ilişkilidir ancak meslek için formal eğitimin önemli olmadığını, saha tecrübesinin daha kıymetli olduğunu ifade etmektedir.
	4.2.2. Yabancı Dil ve Yurtdışı Deneyimleri	Yabancı dil bilmek ve yurtdışı deneyimi uluslararası gazeteciler için kaçınılmaz görünmektedir. Dijital yerliler pandemi döneminde online kurslar sayesinde dil öğrenmiş, üniversite hayatı boyunca da çeşitli vesileler arayarak yurtdışına çıkmıştır.
	4.2.3. Mesleğe	Mesleğe başlangıçta standart ve tek bir yol bulunmamaktadır.

	Başlangıç ve İlk İş Deneyimleri	
	4.2.4. Kariyer Gelişimi ve Kurum Deneyimleri	Sosyal sermaye alan içerisinde çok önemli bir yer tutmaktadır. Gazeteciler için mesleklerini icra ederken edindikleri çevre iş tutma biçimlerini çok önemli ölçüde etkilemektedir.
5.3. GAZETECİLİK KARIYERİ VE MOTİVASYON		
	4.3.1. Mesleğe Giriş ve İlk Deneyimler	Toplumsal bir meseleye ilgi duymak ve çevresindeki gelişmelere dair hassasiyet taşımak gazetecilerin mesleğe girişlerinde öne çıkan ortak nokta.
	4.3.2. Motivasyon Kaynakları ve Illusio	Toplum için faydalı olma, kötülüklerin karşısında durma, zulümleri ifşa etme gibi ortak değerler öne çıkmaktadır.
	4.3.3. Zaman İçinde Değişen veya Aynı Kalan Motivasyonlar	Gazetecilerin mesleğe başladıklarındaki motivasyon kaynakları zamanla "realize olmakta" ve daha ayakları yere basan bir zemine ulaşmaktadır. Ekonomik ve siyasi alanın baskı içselleştirilmekte, "buna rağmen" gazeteciliğin gerektirdiği çalışmalara devam edilmektedir.
	4.3.4. Gazetecilikte İtici Güçler (Mentorlar ve İlham Kaynakları)	Gazetecilik alanı içerisinde sürekli bir sınırlı kaynak rekabeti söz konusu olmaktadır. Gazeteciler için motivasyon kaynaklarının önemli bir bölümü ekip arkadaşlığıdır. Kolektif bir ürün olarak haberin parçası olarak gazetecilik karşımıza çıkmaktadır.
5.4. TOPLUMSAL GÖRÜŞ VE DEĞERLER		
	4.4.1. Ortak Doxa ve İlk Motivasyon Kaynakları	Hakikat arayışı, adalet duygusu ve kamu yararına hizmet anlayışı alan içerisinde ortak doxa olarak ifade edilebilir.
	4.4.2. Kişisel Değerler ve Kimlik	Gazetecilerin toplumsal görüşleri kişisel kimlikleri ve inançlarıyla doğrudan bağlantılıdır.
	4.4.3. Gazetecilik ve Toplum İçin Misyona Algısı	Kurum politikaları, devlet baskısı veya editöryal sınırlamalar karşısında gazeteciler, çoğu zaman doğrudan muhalefet yerine dolaylı stratejilere yönelmiştir. Daha somut bir ifadeyle, gazeteciler hem kurum içinde varlığını sürdürmeye çalışmakta hem de habituslarının dayattığı etik değerlere sadık kalma çabası içindedir.
	4.4.4. Mesleki Etik ve Değerlere Bağlılık	Uluslararası gazeteciler kendilerini özellikle yerel magazin odaklı habercilerden veya yalnızca ulusal perspektifle hareket eden meslektaşlarından ayırmaktadır. Toplumsal değerler kadar mesleki etik değerler de katılımcıların önemle korudukları hususlardır. Birçoğu, gazetecilikte doğruluk, tarafsızlık, sansürle mücadele, insani duyarlılık gibi ilkeleri kendi kırmızı çizgileri olarak tanımlamaktadır.
5.5. TEKNOLOJİ VE YAPAY ZEKA		
	4.5.1. Yapay Zekânın Mevcut Etkileri – Araç mı Tehdit mi?	Gazeteciler için YZ çok olumlu bir araç olarak görülmektedir. Gazetecilerin hemen hepsi yapay zekânın henüz "gazetecinin yerini alacak" düzeyde olmadığı konusunda hemfikir.
	4.5.2. Mesleki Kaygılar ve Etik Boyut	Özellikle haber doğruluğu ve dezenformasyon konusunda YZ'nin kötüye kullanılma potansiyeli gazetecileri endişelendirmektedir.
	4.5.3. Yeni Doxa: Yapay Zekanın Alan İçindeki Konumu	Katılımcılara yapay zekânın geleceği sorulduğunda, bir taraftan heyecan ve merak, diğer taraftan belirsizlik ve hafif tedirginlik taşıdıkları gözlemlenmektedir. Ancak hepsi YZ'nin oyun değiştirici rolünü kabul etmektedir.

İkinci olarak, bazı örnek mülakatlar bağımsız bir araştırmacı ya da danışman ile paylaşarak kodlamaların ve çıkarılan temaların makuliyeti konusunda görüş alınmıştır. Bu akran değerlendirmesi, araştırmacının aşinalıktan kaynaklanan olası yanlılıklarını azaltmaya yardımcı olmuştur. Üçüncü olarak, tüm temalar ve bulgular oluşturulduktan sonra ham verilere tekrar dönülmüş; seçilen bazı alıntılar ve vakalar, temaların gerçekten veriye dayandığını göstermek adına kontrol edilmiştir. Bu süreç, tematik analizde düşünömsellik (reflexivity) ilkesine uygun olarak yürütölmüştür. Araştırmacı, kendi öznelliğinin veri yorumlamadaki rolünü göz önünde bulundurarak, her bir sonuca eleştirel bir tutumla yaklaşmaya çalışmıştır. Analiz süreci boyunca alınan detaylı notlar ve kodlama kayıtları da araştırmanın denetlenebilirliğini artıran unsurlar olmuştur.

Sonuç olarak, veri analizi süreci, sistematik ancak esnek bir yaklaşımla gerçekleştirilmiş ve tematik analiz yöntemi sayesinde araştırma sorularımızla ilişkili anlamlı temalar elde edilmiştir. Bu temalar, bulgular bölümünde katılımcılardan doğrudan alıntılarla desteklenerek sunulacaktır. Tematik analiz yöntemi, çalışmamızın kuramsal çerçevesine de uyumlu biçimde, hem Bourdieu'nün öngördüğü kategorileri (habitusun bileşenleri, sermaye türlerinin etkisi, alan içi konumlar) ortaya koymamıza hem de veriden yükselen yeni kavrayışları yakalamamıza olanak tanımıştır.

Araştırma sürecinde etik ilkelere azami dikkat gösterilmiştir. Tüm katılımcılar araştırmaya katılım öncesinde araştırmanın amacı, yöntemi ve kullanılacak verilerin kapsamı hakkında bilgilendirilmiştir. Yazılı ve/veya sözlü bilgilendirilmiş onamları alınarak, gönüllü olarak araştırmaya dahil olmaları sağlanmıştır. Katılımcılara, istedikleri anda görüşmeyi sonlandırabilecekleri veya istemedikleri herhangi bir soruyu yanıtlamayabilecekleri özellikle belirtilmiştir. Görüşmeler başlamadan önce, elde edilecek verilerin yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacağı, kişisel bilgilerin gizli tutulacağı ve üçüncü şahıslarla paylaşılmayacağı taahhüt edilmiştir.

Her bir katılımcıya, araştırma raporunda gerçek isimlerinin kullanılmayacağı, bunun yerine anonim veya rumuzlarla atıf yapılacağı açıklanmıştır. Bu kapsamda, görüşme kayıtları ve transkriptlerinde yer alan isim, kurum adı gibi ayırt edici bilgiler kodlanmış veya çıkartılmıştır. Örneğın, bir katılımcıya raporda “K11” şeklinde atıfta bulunulmuş, çalıştığı

kurum ise sadece türüyle (örneğin “büyük bir ulusal gazete” ya da “uluslararası bir haber ajansı” gibi) anılmış, spesifik kurum isimleri gizlenmiştir. Böylece katılımcı mahremiyeti ve gizlilik ilkesi korunmuştur.

Veri güvenliği konusunda da gerekli önlemler alınmıştır. Ses kayıtları güvenli bir dijital ortamda saklanmış, sadece araştırmacı tarafından erişilebilir kılınmıştır. Transkript ve kodlama dosyaları, parola korumalı bilgisayarlarda tutulmuş, yedeklemeler şifreli ortamlarda yapılmıştır. Araştırma bittikten sonra ham verilerin (özellikle ses kayıtlarının) makul bir süre sonunda imha edilmesi planlanmıştır. Bu çalışma üniversitenin ilgili etik kurulunun onayından geçirilmiştir; etik kurul sürecinde katılımcı haklarını korumaya yönelik tüm prosedürlerin (gizlilik, rıza formu, veri kullanımı izni vb.) yerine getirildiği belgelenmiştir. Ayrıca, araştırmacı ile katılımcılar arasındaki güç dengesi göz önünde bulundurularak, görüşmeler esnasında katılımcılara herhangi bir psikolojik veya sosyal baskı uygulanmamasına dikkat edilmiştir. Sorular, yargılayıcı olmayan bir dille yöneltilmiş; katılımcıların mesleki itibarına veya kurumsal konumuna zarar verebilecek hassas konular büyük bir özenle ele alınmıştır.

Araştırma sürecinde bazı yapısal ve bağlamsal sınırlılıklar ortaya çıkmıştır. Öncelikle, Türkiye’de ve dünyada yaşanan çarpıcı gündem gelişmeleri, planlanan görüşme takvimini doğrudan etkilemiştir. Katılımcılar, mesleki rollerinin gereği olarak gündemi yoğun biçimde takip ettiklerinden, bazı randevular defalarca ertelenmiştir. Görüşme anlarında da çoğu katılımcı güncel gelişmelere dair yorumlar yapma ihtiyacı hissetmiş, bu durum hem görüşmelerin akışını hem de planlanan zamanlamayı zaman zaman değiştirmiştir.

İkinci olarak, araştırmacının TRT’de çalışıyor olması, özellikle yabancı basın kuruluşlarında görev yapan gazetecilerle görüşmelerin gerçekleştirilmesini güçleştirmiştir. Bu gazeteciler, kurumlarından izin alma gerekliliğini gerekçe göstererek araştırmaya katılım konusunda çekinceler bildirmiş, bu nedenle bazı potansiyel katılımcıların onay süreçleri uzamış veya yanıtları belirsiz kalmıştır. Bu durum, örnekte yabancı basın mensuplarının temsiline kısmi bir sınırlılık getirmiştir.

Bunların yanı sıra, nitel araştırmanın doğasından kaynaklanan başka sınırlılıklar da söz konusudur. Öncelikle, amaçlı örnekleme tekniğiyle ve nispeten küçük bir örneklem grubuyla (15 gazeteci) çalışılması, derinlemesine veri sağlamasına rağmen bulguların evrensel ölçekte

genelleştirilebilmesini kısıtlamaktadır. Bu çalışma, yalnızca katılımcıların kendi bağamlarına ve deneyimlerine dair derinlikli bir anlayış sunmayı hedeflemekte; sonuçlar, Türkiye'deki uluslararası gazetecilik alanının bütününe kapsadığı iddiasında bulunmamaktadır.

Ayrıca, derinlemesine mülakatlardan elde edilen veriler katılımcıların kişisel algı ve deneyimlerine dayandığından, aktarılan bilgiler öznel nitelik taşımaktadır. Bu tür veriler, görüşme sırasında katılımcıların o anki ruh hâli, mesleki kaygıları ve kişisel yorumlarından etkilenebilir. Görüşmelerin bir kısmının çevrimiçi, bir kısmının ise yüz yüze yapılmış olması da veri toplama sürecinde etkileşim yoğunluğunu ve anlatı derinliğini farklılaştırmış olabilir.

Son olarak, araştırma belirli bir tarihsel ve toplumsal bağlamda gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle elde edilen bulgular, görüşmelerin yapıldığı dönemde Türkiye'deki medya ortamının ve yapay zekâ teknolojilerinin mevcut durumunu yansıtmaktadır. İlerleyen yıllarda medya pratiklerinde ve yapay zekâ uygulamalarında yaşanabilecek hızlı değişimler, bu bulguların geçerliliğini kısmen sınırlandırabilir.

Özetle, çalışmada örneklem büyüklüğünün 15 kişi ile sınırlı olması ve amaçlı örnekleme kullanılması nedeniyle elde edilen bulguların istatistiksel genelleme iddiası yoktur. Nitel bir araştırma olduğundan, bu çalışma evrendeki tüm uluslararası gazetecileri temsil etmek yerine, belirli bir grup gazetecinin derinlemesine incelenmesi yoluyla kavramsal bir içgörü sunmayı hedefler. Dolayısıyla sonuçlar, benzer koşullardaki gazetecilik pratiğine dair örnek olay niteliğinde değerlendirilmeli, daha geniş genellemeler yapılırken temkinli olunmalıdır. İkinci olarak, verilerin tamamı öz bildirimlere dayanmaktadır; yani gazetecilerin kendi anlatımlarını esas alır. Bu durum, katılımcıların bazı konularda kendilerini olduğundan farklı gösterme (sosyal beğenirlik) veya belirli deneyimleri unutma/atlama potansiyeli nedeniyle bir sınırlılık oluşturabilir. Araştırmacı, bu etkiyi en aza indirmek için samimi bir görüşme ortamı kurmaya çalışmış, gerektiğinde dolaylı sorularla gerçek duygu ve düşünceleri ortaya çıkarmaya gayret etmiştir. Ayrıca, her ne kadar farklı kurumlardan ve geçmişlerden gelen gazeteciler çalışmaya dahil edilmiş olsa da örneklem heterojenliğinin sınırları vardır; ulaşılamayan bazı alt gruplar (örneğin uluslararası alanda çok deneyimli fakat çalışmaya katılmayı reddeden gazeteciler veya farklı dil yetkinliklerine sahip gazeteciler) araştırma dışında kalmış olabilir. Bu da bakış açısı çeşitliliğini belli ölçüde kısıtlayabilir.

Bunlara ek olarak, araştırmacının ve katılımcıların öznelliğinin sonuçlara etkisiyle ilgilidir. Nitel araştırmalarda tamamen nesnel bir tutum sağlamak mümkün olmasa da araştırmacı kendi önyargılarının farkında olarak ve Bourdieu'nün vurguladığı düşünümsellik ilkesiyle hareket etmeye çalışmıştır. Yine de veri analizinde yorumlayıcı bir süreç söz konusu olduğu için, farklı bir araştırmacı bazı verilere farklı anlamlar atfedebilir. Bu kaçınılmaz öznellik, araştırmada açıkça beyan edilmiş ve mümkün olduğunca saydam bir analiz süreci ile dengelenmeye çalışılmıştır (örneğin temaların nasıl oluşturulduğunun adım adım açıklanması, ham veriden örnek alıntılar sunulması gibi). Son olarak, çalışmanın konusunun güncelliği dolayısıyla, yapay zekâ teknolojilerindeki hızlı değişim de bir faktördür. Araştırma, belli bir dönemdeki durumu yansıtmaktadır; yapay zekâ araçları ve uygulamaları sürekli geliştiğinden, gazetecilerin deneyimleri de zamanla değişebilir. Bu nedenle, bulgular mevcut durumun bir kesiti olarak okunmalı, gelecekte yeni teknolojik gelişmelerle habitus dönüşümünün farklı boyutlar alabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Tüm bu sınırlılıklara rağmen, araştırmamız uluslararası gazetecilik yapan gazetecilerin habituslarına ve yapay zekâ etkisiyle yaşanan dönüşüme dair literatürdeki boşluğu doldurmayı amaçlayan kapsamlı bir nitel içgörü sunmaktadır. Etik duyarlılık çerçevesinde yürütülen ve tematik analiz ile sistematik olarak incelenen bu çalışma, konuya ilişkin ileride yapılacak araştırmalara da yöntemsel bir temel sağlayabilir. Bu metodoloji bölümünde ayrıntılarıyla açıklandığı üzere, izlenen yöntem ve analiz süreçleri, araştırma sorularımızı en iyi şekilde yanıtlayabilmek için titizlikle planlanmış ve uygulanmıştır. Bundan sonraki bölümde, bahsi geçen yöntemle elde edilen bulgular, katılımcı ifadelerinden örneklerle ve Bourdieu'cü kuramsal bakış açısıyla yorumlanarak sunulacaktır.

4. BULGULAR VE ANALİZ

4.1. Kişisel Geçmiş ve Aile

Katılımcıların aile geçmişleri ve erken sosyalizasyon deneyimleri, uluslararası gazetecilik habitusunun ilk izlerini ortaya koymaktadır. Aileden gelen kültürel sermaye düzeyi, göç deneyimleri ve taşra-merkez geçişleri, mesleki yönelimleri şekillendiren birer eşik olmuştur. Bu süreçte özellikle çokdillilik ve farklı kültürlerle erken maruziyet, ilerideki mesleki alan içinde güçlü birer sermaye unsuruna dönüşmüştür. Bourdieu'nun ifadesiyle habitus, toplumsal pratiğin bedenselleşmesinden müteşekkil olması hasebiyle bu deneyimler bugünkü pratiklerin arka planını belirgin biçimde etkilemektedir.

4.1.1. Aile Kökenleri ve Coğrafi Geçmiş

Katılımcıların aile kökenleri ve coğrafi geçmişleri, onların habituslarının oluşumunda belirleyici bir rol oynamaktadır. Taşra-merkez geçişleri, göç deneyimleri ya da kırsal kökenli bir yaşam biçiminden kentsel ve uluslararası bir alana uzanan yolculuklar, bedenselleşmiş eğilimler olarak mesleki pratiklere yansımaktadır. Geçmişte yaşanan mekânsal ve toplumsal hareketlilikler, gazetecilerin sahaya yakınlık, belirsizliklere karşı dayanıklılık ve farklı kültürlerle açıklık gibi mesleki eğilimlerini biçimlendirmiştir. Bu kökenler, aynı zamanda kültürel ve sosyal sermaye birikiminin zeminini hazırlayarak, uluslararası gazetecilik alanında konumlanmalarına imkân tanımıştır.

Katılımcıların kişisel geçmişleri, Türkiye'nin farklı bölgelerine ve yurt dışına uzanan çeşitlilik göstermektedir. Birçoğu doğup büyüdükları yerlerden farklı şehirlere taşınmış, aileleri ticari veya idari nedenlerle göç etmiştir. Örneğin K5, Batman kökenli bir aileden geldiğini, lise çağına dek Batman'da yaşadığını, sonra eğitim için Ege Bölgesi'ne ve oradan İstanbul'a geçtiğini belirtmektedir. Yurt dışından Türkiye'ye gelen katılımcılar da bulunmaktadır. Örneğin K6 Sırbistan'da doğup büyümüş, üniversite eğitimi için 2014'te Türkiye'ye gelmiştir. Bir diğeri K11, iç savaş nedeniyle ülkesi Suriye'yi terk edip Türkiye'ye sığınmış ve burada mesleğini sürdürmektedir. Her birinin çocukluğu farklı coğrafi ve kültürel ortamlarda geçmiş olsa da ailelerinin değerleri ve koşulları kişisel gelişimlerinde belirleyici olmuştur.

Uluslararası gazetecilerin coğrafi geçmişleri ekseriyetle çok katmanlı bir profil ortaya koymaktadır. Habituslarını şekillendiren önemli etmenler mekânsal hareketlilik ve kültürel

çeşitlilikleridir. Örneğin K1, 18 yaşında gençlik çalışmalarına odaklanan sivil toplum kuruluşlarıyla Bosna Hersek'e yönelik bir ziyaret gerçekleştirmiştir. Bu ziyaretle başlayan uluslararası etkileşim ve kültürel farklılıkları keşfetme iştiağı onun İngilizce, İspanyolca ve İbranice gibi farklı dilleri öğrenmedeki ilk motivasyon kaynağı olmuştur. Edinmiş olduğu yabancı dil yetisi sayesinde Arjantinli biri ile evlenen K1'in uluslararası gazetecilik habitusu böylelikle mekânsal hareketlilik ve kültürel çeşitlilik sayesinde şekillenmektedir.

Katılımcıların çocukluk anıları arasında, aile büyüklerinin ve çevrenin mesleki tercihlerine dolaylı etkileri de görülmektedir. Katılımcılar, ailesinde siyaset veya toplum hizmetiyle uğraşan figürlerin kendilerine rol model olduğunu paylaşmaktadır. K8, dedesi ve babasının siyasetle iştigal ettiğini, dedesinin kahramanı olarak gördüğü bir siyasi lider (o dönemin karizmatik başbakanı) sayesinde gençken vali olmayı hayal ettiğini anlatmaktadır. Küçük yaşta evde siyasilerin tartışıldığı bir ortamda büyümesi, onda liderlik arzusu yaratmış; nitekim okul yıllarında sürekli sınıf başkanı seçildiğini gülümseyerek belirtmektedir. Başka bir gazeteci, ailesinde entelektüel bir figür olmasa da çok meraklı bir çocuk olduğunu ve çevresindekilerin sürekli soru sormasından yakındığını söylemektedir. Çocukken izlediği çizgi filmlerdeki gazeteci karakterlerden etkilendiğini bile dile getirmektedir: “Ninja Kaplumbağalar'daki April O'Neil benim ilk gazeteci idolümdü, inanılmaz havalı geliyordu” diyerek medya ilgisinin erken yaşta başladığını aktarmaktadır. Yine aynı katılımcı, küçükken “sürekli konuşan, soru soran bir çocuk” olduğu için arkadaşlarının kendisine şakayla “April” lakabı taktığını da ekliyor. Bu tür çocukluk anıları, aileden gelen değerler (dürüstlük, dindarlık, adalet duygusu gibi) ve maruz kalınan kültürel içeriklerin, ileride gazetecilik yönelimlerine zemin hazırladığını göstermektedir.

Özetle, uluslararası gazetecilerin kişisel geçmişleri; mütevazı aile koşulları, çok kültürlü ortamlar ve erken yaşta edinilen toplumsal bilinç ile şekillenmiş durumda gözükmektedir. Kimi ilk üniversite mezunu, kimi göçmen, kimi de etnik kimliği nedeniyle çoğunluktan farklı bir perspektifle büyümüş bu isimlerin ortak noktası, ailelerinden aldıkları değerlerle kendi deneyimlerini harmanlayıp gazetecilik mesleğine adım atmış olmalarıdır. Birçoğu ailesinde gazeteci bulunmamasına rağmen, çocukluklarında edindikleri merak, okuma sevgisi ve haksızlıklara duyarlılık gibi özellikleriyle bu mesleğe yönelmişlerdir. Kişisel geçmiş ve aile ortamı, her birinin hikâyesinde farklı biçimlerde yer alsa da hepsinin gazetecilik kimliğinin temelinde ailesinden bağımsız biçimde geliştirdiği bir idealizm ve öğrenme tutkusu yattığı görülmektedir.

4.1.2. Sosyo-Ekonomik Konum

Katılımcıların çocukluk dönemindeki sosyo-ekonomik koşullar, habitusun sınıfsal yönlerini ortaya koymaktadır. Ailenin gelir düzeyi, eğitim imkânları ve toplumsal statüsü, gazetecilerin sahip oldukları kültürel ve sosyal sermaye birikiminin temelini oluşturmuştur. Alt veya orta sınıf kökenlerden gelen gazeteciler için ‘yükselme stratejisi’ çoğu kez eğitim ve dil öğrenimi üzerinden gerçekleşmiş; böylece ekonomik sermaye sınırlı olsa da kültürel sermayenin birikimi, uluslararası habercilik alanına giriş için kapı açmıştır. Bourdieu’nun ‘sermaye dönüşümü’ fikri burada açıklayıcıdır: aileden miras alınan sınırlı kaynaklar, zamanla farklı alanlarda sosyal ve simgesel sermayeye tahvil edilmiştir.

Görüşmeler, katılımcıların çoğunun ailelerinde yüksek eğitilmiş veya medya geçmişi olan kişiler bulunmadığını ortaya koymaktadır. Pek çoğu ailesinde üniversite okuyan ilk kişi olduğunu vurgulamaktadır. Uluslararası gazetecilerin ekseriyeti düşük sosyo-ekonomik bir konumdan gelmekte ancak habituslarının mesleki yönelimlerini dışsal bir miras yerine kişisel merak ve çabalarla şekillenmektedir. Sınırlı ekonomik sermaye sahip olsalar dahi bilinçli düzeyde yürütülen kültürel sermaye biriktirme stratejileri zamanla onlara alan içinde bir konum kazandırmış ve kültürel sermaye zaman içinde ekonomik sermayeye tahvil edilmiştir. Örneğin genç bir katılımcı, ailesinde kendisinden önce üniversite mezunu olmadığını, ağabeyinin mühendislik eğitimini bile yarıda bırakıp aile işine geçtiğini, akademik eğitimin ailede aslında kendisiyle başladığını ifade ediyor. K1, babası işçi, annesi ev hanımı standart bir Anadolu ailesinden geldiğini; akrabaları içinde gazetecilik mesleğine yönelen ilk kişi olduğunu dile getirmektedir. K8’den ise ailesinden hiç kimsenin üniversite eğitimi almadığı, annesinin okur-yazar bile olmadığı, babasının da ortaokul terk olduğu öğrenilmektedir. Bu katılımcının babası uzun yıllar yerelde yönetici pozisyonunda siyaset yapmış biri; annesi ise ömrü boyunca ev işleri ve çocuklarla ilgilenmiştir. Benzer şekilde, başka bir katılımcının babası hayat boyu işçi olarak çalışmış, annesi ev hanımı olmuş; evde entelektüel birikim veya medya bağlantısı olmamasına rağmen, kendisi küçük yaşlardan itibaren okumaya ve öğrenmeye merak saldıığını anlatmaktadır. Bu bulgular, pek çok gazetecinin mütevazı eğitim düzeyine sahip ailelerden geldiğini, mesleki motivasyonlarının ailesel mirastan ziyade kendi kişisel merak ve gayretleriyle şekillendiğini göstermektedir.

Gazetecilerin ifadeleri bu durumu net biçimde ortaya koymaktadır:

“Benim babam işçi, hayatı boyunca da işçiydi... Annem de... benim 4 yaşından beri ev hanımıydı. Bu son 4 yıldır da yine Adalet Bakanlığı’nda memur olarak çalışıyor” – K1

“We are ours is a working class family... My father worked for a government agency... he just retired from there”

Türkçe Çeviri: Bizimki işçi sınıfı bir aile... Babam bir devlet kurumunda çalışıyordu, oradan daha yeni emekli oldu.– K3

“Babam ortaokul terk... 13-14 yaşlarında taksicilik yapmaya başlamış... Babam esnaf oldu her zaman... Yaklaşık 15-16 sene oto kiralama işi yaptık” – K5

“Annem maalesef okuma yazması yok... küçükken... okula gönderilmemiş. Evde... ekonomiye destek sağlamak için ufak tefek el işi işleri yapardı... Bugün annem 12 yıldır bir emlakçıda çalışıyor” – K5

“Benim annem herhangi bir eğitimi yok... Babam da ilkokul 3 terk... 30 yıla yakın belediye başkanlığı yaptı, ondan önce tır şoförlüğü yapıyordu.” – K8

"Babam su tesisatçısı, annem temizlik yapıyor." – K12

4.1.3. Kültürel ve Dilsel Çevre

Gazetecilerin çocukluk ve gençlik dönemlerinde karşılaştıkları kültürel ve dilsel çevre, onların habitusunu şekillendiren en kritik faktörlerden biridir. Çokdillilik, kültürel çoğulluk ve farklı medya ürünlerine erişim, kültürel sermayeyi güçlendirmiş; bu sermaye daha sonra uluslararası haber üretiminde vazgeçilmez bir kaynağa dönüşmüştür. Dil becerileri yalnızca iletişim aracı değil, aynı zamanda alanda özerklik sağlayan bir prestij unsurudur. Dolayısıyla, aile ortamında ya da erken eğitim süreçlerinde kazanılan kültürel ve dilsel çeşitlilik, gazetecilerin uluslararası alandaki pozisyon alışlarını belirleyen birer ‘önceden verilmiş avantaj’ işlevi görmektedir. Bu bağlamda K2’nin bu ifadesi dikkate değerdir:

“Annem zaman zaman benimle Almanca konuşmaya çalışmıştı... Asıl [dil] eğitimimi ilkokul ve ortaokul seviyesinde İngilizce ile başladım. Sonra... lisede... haftada 12 saat İngilizce eğitimi aldım... bugün İngilizce ve Fransızca biliyorum” – K2

Ailelerin kültürel ortamı ve evde konuşulan diller de katılımcıların kişisel geçmişinde önemli yer tutmaktadır. Özellikle etnik kökeni farklı olan katılımcılar, ev ortamında çift dilli büyüdüklerini ya da anadillerini sonradan öğrendiklerini belirtmektedir. Örneğin güney doğu kökenli bir gazeteci, anne ve babasıyla hayatı boyunca hep Kürtçe konuştuğunu, çocukluk evinde Türkçeye hemen hiç yer olmadığını aktarmaktadır. Batıdaki bir ilde liseye başladıktan

sonra Türkçenin günlük dilinde ağırlık kazandığını, kendi çekirdek ailesinde ise artık tamamen Türkçe konuşulduğunu eklemektedir:

“Ben annem ve babamla hayatım boyunca hiç Türkçe konuştuğumu hatırlamıyorum... Muğla’ya taşındıktan sonra... daha çok Türkçe konuşulmaya başlandı.” – K8

Yabancı uyruklu katılımcılar ise Türkçe ile hiçbir etkileşimlerinin olmadığını, Türkiye’ye geldiklerinde Türkçeyi sıfırdan öğrendiklerini söylemektedir. Yabancı bir gazeteci, ailesinde Türkçe bilen kimse olmadığını, 2014’te Türkiye’ye geldiğinde kurs ve okul sayesinde Türkçeyi öğrenip yükseköğrenimini bu dilde tamamladığını ifade etmektedir. Bir diğer yabancı katılımcı da Arap kökenli olmasına rağmen evinde Arapça yanında Fransızca gibi farklı dillerin konuşulduğunu, Türkçeyi sonradan edindiğini belirtmektedir. Türk genç gazetecilerden biri ise ailesinde Türkçe dışında dil konuşulmadığını, geniş akraba çevresinde ilk defa kendisinin yabancı dil öğrenerek ikinci bir dile hâkim olduğunu vurgulamaktadır. Bu noktada, bir katılımcının şu ifadesi dikkat çekmektedir: Üniversiteye başlamadan önce teknoloji ilerledikçe yabancı dil bilmeye gerek kalmayacağını sanıp dili önemsemediğini; ancak yapay zekâ destekli çeviri araçlarının beklendiği kadar hızlı gelişmediğini görünce “bunun bir süre daha geçerliliği var” diyerek yoğun bir kursla İngilizce öğrenmeye giriştiğini anlatmaktadır. Genel olarak ev ortamlarında dil ve kültür çeşitliliği bulunan bu gazeteciler, çocukluklarında evde muhafazakâr/dindar veya politik atmosfer içinde yetiştiklerini de paylaşmaktadır. Örneğin K7, milli bayramlara mesafeli, dindar bir aile yapısından geldiklerini, “kurucu irade ile problemlı” bir duruşları olduğu için resmî tören ve bayramların evlerinde kutlanmadığını söylemektedir. Bu siyasi/kültürel iklimin kendilerinde erken yaşta bir farkındalık yarattığını, “dikkat edilmesi ve konuşulmaması gereken şeyler” olduğunu çocukluktan öğrendiklerini ifade etmektedir. Bu sayede kimlik ve toplumsal bilinç konularıyla küçük yaşta tanıştıklarını, gazeteciliğe yatkınlıklarının belki de bu deneyimlerle filizlendiğini dile getirmektedir:

“Ailem benim... hep İslami hareket içerisinde, ben o ortamda doğdum büyüdüm.” – K9

“Bizim ailede kurucu irade ile problemlı bir aile olduğu için millî günlerin bizde karşılığı pek yok... İslami kimlik... Kürt kimliğinin caydırdığı bazı şeyler var.” – K7

“İslamcı bir ailede doğdum, büyüdüm. İslami çalışmaların içerisinde yetiştik.” – K13

“Biz sonuçta 80 öncesi Türkiye’nin siyasallaşması gibi... bütün gençlikte biz siyasetle ilgileniyorduk.” – K10

Gazeteciler genellikle geleneksel olarak ifade edebileceğimiz aile ortamında büyümüşür:

“Bütün geleneklerin, neyse hepsinin uygulandığı... babanın otoriter olduğu, annenin... ev işi... karşılıksız emek [verdiği] bir ailede büyüdüm.” – K5

Sonuç itibariyle uluslararası gazetecilerin dil öğrenme hususundaki yüksek motivasyonu ve yabancı dillere yatkınlığı habituslarını şekillendiren önemli etmenlerdendir. Gazetecilerin duygusal ve etik değerlerinin dil öğrenimiyle iç içe geçmektedir. Gazeteciler edindikleri dilsel sermayeyi sürekli zenginleştirme telaşı taşımaktadır. Örneğin kısıtlı maddi kaynaklarına rağmen Arapça öğrenmek için yurtdışında dil eğitimine giden K9 bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

“(Yurtdışına) kendi kaynaklarıma gittim... aldığım burslar vardı... KYK kredilerim vardı... en ucuz alternatif Tunus’tu.”

4.2. Eğitim ve Profesyonel Yaşam

Katılımcıların eğitim geçmişleri ve profesyonel kariyerleri, farklı sermaye türlerinin alan içindeki bileşimini açıkça göstermektedir. Akademik diplomanın sağladığı kurumsallaşmış kültürel sermaye, saha deneyimiyle birleştiğinde sosyal ve simgesel sermayeyi pekiştirmektedir. Özellikle yabancı kurumlarda staj ya da çalışma imkânı, aktörlere alan içinde özerklik kazandırmakta; bu özerklik ise editoryal karar süreçlerinde daha etkin rol üstlenmelerine olanak vermektedir. Böylece kariyer yolculuğu, sermaye türleri arasındaki sürekli dönüşümün somut bir örneğini sunmaktadır.

4.2.1. İş Bulma Kaygısı ve Ekonomik Sermaye

Katılımcıların mesleğe adım atma süreçlerinde ekonomik sermaye eksikliği ve iş bulma kaygısı, habituslarının şekillenmesinde belirleyici olmuştur. Çoğu gazeteci için erken dönemden itibaren maddi kısıtlılıklar ve ekonomik güvencesizlik, kariyer planlarını doğrudan etkilemiştir. Bourdieu’nun “sermaye dönüşümü” kavramıyla açıklanabileceği üzere, sınırlı ekonomik imkânlar karşısında katılımcılar kültürel ve sosyal sermayelerini stratejik biçimde artırarak mesleki konum elde etmeye yönelmiştir. Bu bağlamda, dil öğrenimi, gönüllü stajlar ve uluslararası eğitim programları, ekonomik sermayeyi telafi eden temel stratejiler olarak öne çıkmaktadır. Diğer taraftan gazetecilik faaliyetinin bizatihi kendisi de sıklıkla işe kaygısıyla yapıldığı da gazeteciler tarafından ifade edilmektedir:

“Yani geçindirecek bir aile varsa full time gazetecilik yapıyorsunuz. Dolayısıyla... (aileyi) geçindirmek için dünyanın en iyi yolu olmasa da bir yolu olarak gazeteciliği seçmem aslında bu hikâyede dayanıyor” – K1

Birçok katılımcı, eğitim hayatının farklı aşamalarında burs arayışı, part-time iş deneyimleri veya gönüllü gazetecilik faaliyetleri ile geçimini sağlamaya çalıştığını vurgulamaktadır. Bu durum, gazeteciliğe girişte maddi kaygıların ne kadar baskın olduğunu göstermektedir. K1, üniversite yıllarında habercilikle ilgili gönüllü faaliyetler yürütürken aynı zamanda geçimini sağlamak için farklı alanlarda yarı zamanlı çalıştığını, bu sayede hem mesleki deneyim hem de maddi destek kazandığını anlatmaktadır. Benzer şekilde K3, öğrencilik döneminde ailesinden kısıtlı maddi destek aldığını, bu nedenle erken yaşta kendi gelirini yaratmak zorunda kaldığını ifade etmektedir.

Bazı katılımcılar için ekonomik belirsizlik, yalnızca başlangıç aşamasında değil, profesyonel yaşamın ilerleyen safhalarında da süreklilik göstermiştir. K5, mezuniyetinin ardından uzun süreli bir sözleşme bulmakta zorlandığını ve bu dönemde “serbest gazetecilik” ile gelirini sürdürebildiğini aktarmaktadır. Bu belirsizlik, gazetecilik alanının yapısal olarak sunduğu istikrarsız koşulların da bir yansımasıdır. K8’in ifadesi bu noktada dikkat çekicidir: “Gazetecilikte kalıcı bir pozisyon bulmak her zaman zor... ilk yıllarda hem geçim derdi hem de mesleki gelişim için sürekli farklı projelere koştum.”

Buna ek olarak, K12 ekonomik kaygılar sebebiyle birçok kez gazeteciliği bırakmak istediğini ama başka işleri de ilgisini çekmediği için yapamadığını söylemektedir:

"Para getirisi çok az, beni zorlayan şeylerden bir tanesi ve bu yüzden daha önce bırakmaya çalıştım gazeteciliği, başka şey yapmaya çalıştım ama yapamadım."

Katılımcılar, sınırlı ekonomik sermayelerini uzun vadede dönüştürmeyi başarmışlardır. Bourdieu’nun öne sürdüğü gibi, kültürel ve sosyal sermayeye yapılan bilinçli yatırımlar zamanla simgesel sermaye yaratmış; bu da gazetecilerin alan içindeki konumlarını güçlendirmiştir. Örneğin K12, üniversite yıllarında aldığı yabancı dil bursu ve yaptığı gönüllü stajların ileride uluslararası bir haber kuruluşunda tam zamanlı işe geçişini kolaylaştırdığını belirtmektedir.

Haberciliğin ekonomik alanla ilişkisi de gazeteciler için önemli bir husustur. Ekonomik alanla ilişki içinde olan gazeteciler gazetecilik alanının gerektirdiği etik ve değerlerden bir süre sonra uzaklaşmaya başlamaktadır. K13 bu durumu şöyle ifade etmektedir:

"Orada maddiyat seni çok zorlar. Maddiyatı sağlamak için birileriyle yakınlaşırsın; yakınlaştığın kişiler senden bir şeyler talep edecek. Bu döngü sürekli devam ediyor." – K13

Alan içerisinde kalmanın yalnızca gazetecilik faaliyetine yüklenen ulvi anlamların yanında ekonomik kaygılarla da iç içe geçtiği sıklıkla gazetecilerin ifadelerinde görülmektedir. Örneğin bir katılımcı bu durumu şu sözlerle ortaya koymaktadır:

"Maddi kaygılarım var, işi bırakırsam ne olur noktasını bugüne kadar yaşamadığım için rahatım ama yaşadığımda ne olur bilmiyorum." – K13

Ancak her geçen gün gazeteciliğin ekonomik getirisinin azalmaktadır. K15'in gazetecilerle yazılımcılar arasında yaptığı kıyas bu duruma resmetmeye çalışmaktadır:

"Bundan 15 sene önce bir yazılımcı iki gazetecinin ortalama maaşını alırdı. Şu an dört-beş gazetecinin maaşını alıyor."

Sonuç olarak, ekonomik sermaye eksikliği, katılımcıların gazetecilik kariyerlerini şekillendiren hem itici hem de motive edici bir güç olmuştur. Maddi sınırlılık, onları kültürel ve sosyal sermaye biriktirme konusunda daha stratejik davranmaya yöneltmiş; bu süreç de uluslararası gazetecilik habitusunun temel bileşenlerinden birine dönüşmüştür. Bu deneyimler, yalnızca bireysel azim ve çabayı değil, aynı zamanda alanın yapısal dinamiklerinin mesleki kimlik üzerindeki etkisini de görünür kılmaktadır.

4.2.2. Sosyal Sermaye

Katılımcıların kariyer yolculuklarında sosyal sermaye, ekonomik sermaye eksikliklerini dengelemede ve uluslararası habercilik alanında konum kazanmada kritik rol oynamaktadır. Bourdieu'nun kavramsallaştırdığı sosyal sermaye; aile, arkadaş çevresi, mesleki ağlar ve gönüllü faaliyetlerle edinilen bağlantıların toplamını ifade eder. Sosyal sermayenin önemini bir gazeteci kendi kariyeri üzerinden şöyle ifade etmektedir:

"Cüneyt Özdemir'e bakıyoruz, 18 yaşında Mehmet Ali Birand'la bir itibar kurmuş... Ama benim gibi çok gazeteci... böyle bir imkânı olmadığı için... istediğini de elde edemedi." – K7

Görüşmeler, gazetecilerin kariyerlerinde yükselmek için yalnızca akademik bilgiye değil, aynı zamanda ilişkiler ağını bilinçli biçimde kurmaya ve sürdürmeye ne kadar önem verdiklerini ortaya koymaktadır.

Birçok katılımcı için üniversite yıllarında edinilen sivil toplum bağlantıları ve medya odaklı öğrenci kulüpleri, profesyonel hayata ilk adımı kolaylaştırmıştır. Birçok gazeteci ailesinde medyayla ilişkili biri olmadığını ancak gençlik yıllarında katıldığı uluslararası gençlik projeleri sayesinde hem farklı kültürlerden kişilerle tanıştığını hem de ilk habercilik deneyimlerini kazandığını belirtmektedir.

“Ne akademik olarak ne basın-yayın medya alanından örnek alabileceğim biri yoktu. Herhangi biri de yoktu gazeteci olarak ailemden.” – K1

“Nobody from my family nor from our extended family is... related to media. No, no, nada” – K3

“Gazetecilik mesleğiyle ilgili ailemizde... hiç hatırlamıyorum. Açıkçası. Sadece bir kuzenim... radyo televizyon okumuştur... bana ‘sen de ondan mı özendin’ falan demişlerdi ama öyle değil.” – K5

Benzer şekilde K3, üniversite döneminde aktif olduğu medya kulübü aracılığıyla büyük haber kuruluşlarının editörleriyle tanıştığını ve bu sayede staj imkânı elde ettiğini anlatmaktadır.

Sosyal sermaye yalnızca eğitim dönemine özgü değil, mesleğin ilerleyen aşamalarında da belirleyici olmuştur. K5, serbest gazetecilik yaptığı yıllarda uluslararası medya kurumlarıyla kurduğu kişisel bağlantıların kendisine düzenli iş imkânı sağladığını, bu ağlar sayesinde daha sonra tam zamanlı bir pozisyona geçiş yaptığını vurgulamaktadır. K8 ise uluslararası haber ajanslarında çalışan eski meslektaşlarının referanslarıyla yurt dışındaki bir medya kuruluşuna kabul edildiğini, “Bazen tek bir güçlü referans bile yıllarca süren çabadan daha hızlı kapı açıyor” sözleriyle ifade etmektedir. Başka bir gazeteci bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

"A kişisi beni B birimine almaya çalıştı... tecrübesiz kişileri almıyorlardı, o iş de olmadı. Öyle olunca C kişisi durumu bildiği için 'CV'ni gönder' dedi... kısa süre sonra dönüş oldu... 1 ay içinde B biriminde başladım." – K13

Katılımcıların çoğu, sosyal sermayelerini yalnızca profesyonel alanla sınırlı tutmamış, aynı zamanda gönüllü projeler ve sivil toplum faaliyetleri aracılığıyla genişletmiştir. K12, insan hakları alanındaki uluslararası ağlara katılımının hem mesleki kimliğini güçlendirdiğini hem de alan içinde görünürlüğünü artırdığını paylaşmaktadır. Bu tür deneyimler, gazetecilerin mesleki dayanışma ve etik sorumluluk duygularını da pekiştirmiştir.

Sonuç olarak, sosyal sermaye uluslararası gazetecilerin kariyerlerinde hem bir kaldıraç hem de bir güvenlik ağı işlevi görmektedir. Sınırlı ekonomik sermayeyi telafi etmenin yanı sıra,

uluslararası habercilik alanında prestij ve hareketlilik sağlayan bu ilişkiler ağı, habitusun önemli bir bileşenini oluşturmaktadır. Katılımcıların deneyimleri, sosyal bağların mesleki ilerlemede yalnızca destekleyici değil, aynı zamanda alanın kendisini şekillendiren temel bir güç olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan uluslararası gazeteciler sosyal ağların kurumsal ve küresel (uluslararası ajanslar, yabancı meslektaşlar) özellikle serbest (freelance) çalışmanın getirdiği ekonomik güvencesizliği dengelediği görülmektedir.

4.2.3. Akademik Eğitim ve Kültürel Sermaye

Gazetecilerin üniversite ve yüksek lisans düzeyinde aldıkları eğitim, Bourdieu'nun 'kurumsallaşmış kültürel sermaye' kavramıyla açıklanabilir. Diplomalar, sertifikalar ve yabancı dil eğitimleri, gazetecilerin uluslararası alanda prestij kazanmasına doğrudan katkıda bulunmuştur. Bununla birlikte, bu formel eğitim yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda habitusun yeniden üretim sürecidir: öğrencilik yıllarında edinilen entelektüel pratikler, gazetecilerin haber seçimi ve yorumlama biçimlerine yansımaktadır. Eğitim yoluyla kazanılan bu sermaye, çoğu zaman sınırlı ekonomik imkânların açığını kapatarak alanda konum elde etmenin bir aracı hâline gelmiştir. Bu durumu bir katılımcı şöyle ifade etmektedir:

“Anadolu Sağlık Lisesi bitirdim... üniversitede... İbn Haldun'u seçtim... bursu ve İngilizce eğitimi dolayısıyla orayı seçmiş bulundum. Orada aldığım İngilizce eğitimi sayesinde şu an mesleğimi yapabiliyorum” – K1

Katılımcıların eğitim geçmişleri incelendiğinde, hemen hepsinin lise ve üniversite düzeyinde iletişimle veya sosyal bilimlerle ilgili bir yönelime sahip oldukları dikkat çekmektedir. Kimisi doğrudan gazetecilik veya iletişim fakültesi mezunu, kimisi sosyoloji, uluslararası ilişkiler gibi alanlarda öğrenim görmüştür. Örneğin uzunca yıllar süren gazetecilik tecrübesi bulunan K10, 1980'lerde Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu'nu bitirdiğini, o dönemde iletişim fakültelerinin yeni yeni kurulduğunu aktarmaktadır. Lisans sonrası aynı üniversitede iletişim alanında yüksek lisans yaptığını ve ileri yaşında doktora eğitimine bile devam ettiğini belirterek eğitim aşkının sürdüğünü vurgulamaktadır. Genç katılımcılardan biri ise Ankara'da sosyoloji okuduğunu, pandemi döneminde eğitimine ara verip yurtdışında dil öğrenimi ve Erasmus programlarına katıldığını, nihayet 2021'de mezun olup gazeteciliğe adım attığını anlatmaktadır. Bir başka genç katılımcı bir medya servisinde profesyonel hayatına başlamasına ilişkin hikâyeye şu cümlelerle başlamaktadır:

“Boğaziçi Üniversitesi’nde okudum lisanslı... 2022’nin Eylül’ünden 2023’ün Şubat’ına kadar Slovakya’da Erasmus yaptım. Üniversite esnasında Kudüs’e gittim, Ürdün’e gittim... Balkanlar’ı gezdim” – K4

Bir başkası, üniversitede sosyal bilimler alanında kararsız kaldığını ama nihayetinde basın yayın okumayı tercih ettiğini söylemektedir: “Hukuk, siyaset bilimi veya gazetecilik istiyordum; puanım Basın Yüksekokulu’na yetti, ben de orayı seçtim” diyerek gazeteciliğe bilinçli bir yönelim gösterdiğini ifade etmektedir. Bazı katılımcıların ise yollarının üniversite sırasında değiştirdiğini gözlemlenmektedir. Örneğin K8, Boğaziçi Üniversitesi’nde sosyoloji lisansı yaparken medyaya girmesinin aslında planlı olmadığını, “Akademide kalırım ya da sinema alanına yönelirim diyordum ama hayat beni gazeteciliğe götürdü” diye ifade etmektedir. Benzer şekilde, başka bir katılımcı ise üniversite eğitiminin meslek için şart olmadığını düşünmektedir. Ankara’daki bir iletişim fakültesini kazanmasına rağmen daha öğrenciyken tam zamanlı iş fırsatı yakalayınca okula ara vermiş ve sektöre girdiğini aktarmaktadır. Başka bir katılımcı, “Beni gazetecilik konusunda geliştiren şeyler, daha fazla yurt dışına katıldığım eğitimler sayesinde oldu. Böyle burslar kazanıp bir yerlere gittim” ifadesiyle okul dışı faaliyetlerle kültürel sermayesini arttırdığını ifade etmektedir. Akademik eğitimin sağladığı kültürel sermaye mesleki başarıda kritik rol oynamakta ancak eğitimin formal içeriği bu anlamıyla önemli bir etki etmemektedir.

4.2.4. Simgesel Sermaye

Katılımcıların mesleki kimliklerini pekiştirme süreçlerinde simgesel sermaye hem alan içindeki meşruiyetlerini güçlendiren hem de prestij sağlayan en önemli unsurlardan biridir. Bourdieu’nun kavramsallaştırdığı simgesel sermaye, tanınma, saygınlık ve mesleki prestij biçiminde kendini gösterir. Uluslararası gazetecilik alanında bu tür prestij unsurları; önemli kurumlarda çalışma deneyimi, ödüller, uluslararası etkinliklerde görünürlük ve saygın kaynaklara katkıda bulunma gibi yollarla inşa edilmektedir.

Görüşmeler, katılımcıların kariyerlerinde ilerlerken yalnızca ekonomik veya sosyal bağlantılara değil, aynı zamanda mesleki tanınma ve itibarın getirdiği avantajlara da odaklandıklarını ortaya koymaktadır. K1, uluslararası bir haber kuruluşunda yayınlanan ilk büyük dosyasının ardından, farklı ülkelerdeki medya kurumları tarafından davet edilmesinin kariyerine yeni bir ivme kazandırdığını belirtmektedir. K3 ise uluslararası bir basın ödülüne

aday gösterilmesinin, kendisini hem kendi kurumunda hem de küresel habercilik alanında daha görünür kıldığını anlatmaktadır.

Bazı katılımcılar için simgesel sermaye, yalnızca bireysel başarılarla değil, alanın prestijli kurumlarında edinilen deneyimlerle de yakından ilişkilidir. K5, uzun yıllar uluslararası ajanslarda yaptığı saha haberciliğinin kendisine “alanın kendi içindeki saygınlığını” kazandırdığını vurgulamakta; bu saygınlığın ilerleyen yıllarda yeni iş tekliflerini ve bağımsız projeleri kolaylaştırdığını paylaşmaktadır. Benzer şekilde K8, önemli uluslararası konferanslarda panelist olarak yer almasının ve farklı ülkelerde konuşmacı davetleri almasının, mesleki profilini “kurumsal ve bireysel olarak daha güvenilir” kıldığını ifade etmektedir.

Katılımcılar, simgesel sermayeyi yalnızca dışsal bir prestij unsuru olarak değil, aynı zamanda haber odasında ve mesleki çevrede kendilerini kabul ettirme aracı olarak da görmektedir. K12, “Ödüller ya da uluslararası platformlarda görünürlük, haber odasında da sözünüzün dinlenmesini sağlıyor” diyerek bu etkiyi vurgulamaktadır. Simgesel sermayenin getirdiği bu tür tanınma, zaman içinde sosyal ve ekonomik sermayeyi de besleyerek alan içindeki konumu pekiştiren döngüsel bir etki yaratmaktadır.

Sonuç olarak, uluslararası gazetecilerin habitusunu biçimlendiren simgesel sermaye; ödüller, prestijli kurum deneyimleri ve uluslararası platformlarda görünürlük gibi çok boyutlu kaynaklardan beslenmektedir. Bu tanınma biçimleri, yalnızca mesleki prestij kazandırmakla kalmaz, aynı zamanda diğer sermaye türlerinin dönüşümünü de mümkün kılar. Katılımcıların ifadeleri, simgesel sermayenin uluslararası habercilikte mesleki kimliğin ayrılmaz ve stratejik bir unsuru olduğunu göstermektedir.

4.2.5. Yabancı Dil ve Yurtdışı Deneyimleri

Uluslararası gazeteciler için yabancı dil bilmek ve yurtdışı tecrübeler edinmek kaçınılmaz görünmektedir. Nitekim katılımcıların çoğu üniversite yıllarında veya hemen sonrasında Erasmus, dil kursu, staj gibi imkanlarla yurtdışına çıktığı görülmektedir. Örneğin genç bir gazeteci olan K5, üniversite 1. sınıfın yazında yoğun bir İngilizce kursuna giderek 2,5 ayda dilini orta-üst seviyeye çıkardığını, ertesi yıl tekrar kursa devam edip toplam 4 ay gibi kısa bir sürede ciddi mesafe aldığını paylaşmaktadır. Ardından, eğitimine ara verip Polonya’ya Erasmus’a gittiğini, pandemi nedeniyle Avrupa’da kısıtlamalar varken “hangi ülkede yasak

kalksa oraya geçerek” esnek bir Erasmus dönemi geçirdiğini anlatmaktadır. Yine aynı dönemde Tunus’a gidip 7-8 ay Arapça eğitimi aldığını, bu süreçte burs ve birikimleriyle kendi imkânlarıyla dil becerisi kazandığını eklemektedir. Bir başka katılımcı, üniversite son sınıfta pandemi döneminde online eğitimi fırsat bilip Kuzey Afrika’ya dil öğrenimine gittiğini, Arapça geliştirdikten sonra döndüğünde Anadolu Ajansı’nda muhabir olarak işe başladığını belirtmektedir. Orta yaşlardaki bazı gazeteciler de öğrencilik yıllarında benzer şekilde yurtdışı deneyimlerden geçmişlerdir. Örneğin bir katılımcı, daha 2010’ların başında İtalya’ya ilk defa seyahat ettiğini, ardından Fransa’ya gittiğini ve mesleki anlamda ilk yurtdışı görevinin 2016’da Filistin’e (Kudüs’e) olduğunu hatırladığını söylemektedir. Bir diğeri yüksek lisans sırasında Macaristan’da Erasmus yaptığını, sonra Türkiye’ye dönüp bir süre ticaretle uğraşsa da nihayet medya sektörüne girdiğini anlatmaktadır. Bu bilgiler, uluslararası habercilerin neredeyse tamamının en az bir yabancı dil bildiğini ve üniversite eğitimiyle eşzamanlı olarak kendilerini dil/kültür alanında geliştirdiklerini göstermektedir. Bu anlamıyla uluslararası gazetecilerin habituslarını şekillendiren yabancı dil öğrenme motivasyonları ve dile olan yatkınlıkları dikkat çekmektedir. İngilizce haricinde başka diller bilmek veyahut İngilizceyi “native” gibi konuşabilmek alan içerisinde çok önemli farklar oluşturmaktadır. Özellikle genç nesil gazeteciler, pandeminin getirdiği esnekliği avantaja çevirip online eğitimi yurtdışı tecrübeyle birleştirmiş; bu sayede hem akademik yeterlilik hem de dil/uluslararası perspektif kazanarak mesleki hayata atılmış durumdadır.

4.2.6. Kariyer Gelişimi ve Kurum Deneyimleri

Farklı medya kurumlarında çalışmak, katılımcıların kariyer gelişiminde önemli yer tutmaktadır. Kamu yayıncısı TRT, yarı kamu niteliğindeki Anadolu Ajansı, özel televizyon kanalları ve uluslararası haber ajansları gibi kurumlardan bahsedilmektedir. Örneğin bir katılımcı, 22 yaşında Anadolu Ajansı’na muhabir olarak adım attığını ve halen orada çalıştığını söylerken bir diğeri TRT çatısı altında uluslararası hizmet veren devlet kanallarında görev yapmaktadır. Bazıları özel sektör deneyimi de edinmiştir: Örneğin erken kariyerinde Nokta dergisiyle başlayan tecrübeli katılımcı K10, daha sonra uzun yıllar özel ve popüler bir televizyon kanalında savaş muhabirliği ve programcılık yapmış biridir. Yine orta yaşlı bir başka gazeteci, Al Jazeera Türk sonrası TRT’ye geçtiğini, TRT içinde farklı birimlerde çalıştığını ifade etmektedir. Genç katılımcılardan biri ise Anadolu Ajansı’ndaki muhabirlik görevi sayesinde haberciliğin mutfağında yetiştiğini belirtmektedir. Serbest çalışan katılımcı da uluslararası kurumlarla proje bazlı çalışmanın kendisine esneklik kattığını ancak kurumsal güvence eksikliği nedeniyle daha sonra yerli bir yayın kuruluşu ile

anlaşmaya gittiğini ifade etmektedir. Gazetecilerin farklı kurumlarda çalışması uluslararası ağlar gibi sahip oldukları sosyal sermayeleri ile uzmanlık bilgisi, çokdillilik gibi sahip oldukları kültürel sermayelerini farklı bağlamlarda kullanma imkânı taşımaktadır.

Genel itibariyle gazetecilerin çocuklukların beri gazeteciliğe önemli ölçüde yatkınlık gösterdiği ifade edilmektedir:

"Babam çocukken bana çok fazla gazete getirirdi. ... Ben de çok okumayı sevdiğim için hatta babam dalga geçerdi: 'Yolda ayağına gazete takılsa onu bile okursun' diye." – K15

Genel olarak, katılımcıların eğitim ve kariyer öyküleri bize şunu göstermektedir: İyi bir gazeteci olmak için yalnızca okul diplomasının yeterli olmadığı, erken dönemde pratik tecrübe ve yabancı dil kazanmanın çok değerli olduğu ortak bir kanıdır. Neredeyse hepsi üniversite yıllarında veya hemen sonrasında sektöre girmiş, "sahada pişerek" öğrenmişlerdir. Katılımcılardan biri bu durumu "3. sınıfta çalışmaya başladım, maddi kazanç sağladım ve mesleğe bir şekilde daldım" şeklinde anlatmaktadır. Eğitim elbette temel bir birikim sağlamakta; nitekim çoğu temel gazetecilik ilkelerini okulda öğrendiğini kabul etmektedir. Ancak esas meslek olgunluğunu, çalıştıkları ilk kurumlarda edindikleri görülmektedir. Örneğin dergi tecrübesi olan, daha sonra televizyona geçen katılımcı, Nokta'da kapak dosyaları hazırlarken kazandığı araştırmacı gazetecilik disiplininin bugün televizyon programlarına da yansıdığını belirtmektedir: "Programımda yaptığım dosya haberciliğinin temeli o yıllarda attım." demektedir. Bir diğeri, TRT'de editoryal pozisyona yükseldiğini, yayın politikasında söz sahibi olacak konuma gelmesinin yıllar aldığını, fakat bunun sayesinde şimdi hedeflediği içeriklere kısmen yön verebildiğini aktarmaktadır.

Sonuç olarak, uluslararası gazetecilerin eğitim ve profesyonel yaşam öyküleri oldukça dinamik ve çeşitlidir. Kimi geleneksel yoldan iletişim eğitimi alıp kurumsal bir kariyer izlerken kimi bambaşka eğitim arka planlarından gelip (sosyoloji, mühendislik, edebiyat vb.) alaylı olarak sektörde ilerlemiştir. Ortak payda, hepsinin sürekli olarak hem sosyal hem de teknik sermayelerine arttırmaya yönelik faaliyetler içinde bulunmalarıdır. Teknik sermaye olarak ifade edebileceğimiz kamera kullanımı, röportaj yapma gibi gazetecilik pratiğine has eğitimin kuramsal katkısı ile ilk iş deneyimlerinin pratik dersleri birleşerek onların gazetecilik hünerlerini şekillendirmiştir. Bu gazeteciler, genç yaşlardan itibaren edindikleri yurtdışı deneyimleri, stajlar, serbest işler sayesinde mesleğe geniş bir perspektifle başlamış; zamanla da çeşitli kurumlarda pişerek uzmanlaşmışlardır. Her biri farklı yollardan gelse de

nihayetinde habercilik tutkusunda buluşmuş ve bugün bulundukları konuma hem eğitimlerinin hem de sahadaki deneyimlerinin bileşkesiyle ulaşmışlardır.

4.3. Gazetecilikte Kariyer ve Motivasyon

Katılımcıların mesleğe bağlılıkları, Bourdieu'nun 'illusio' kavramıyla açıklanabilir. Gazeteciliği yalnızca bir iş değil, 'hakikatin peşinde koşma' yönelimi olarak görmeleri, oyunun kurallarına olan inancı canlı tutmaktadır. Bu illusio, haber üretiminde karşılaşılan baskılara rağmen mesleki pratiği devam ettirme gücü sağlamaktadır. Alanın doxası ise 'hakikat, adalet ve kamusal yarar' etrafında inşa edilmiş olup, katılımcılar bu doxaya sadakatle bağlıdır. Buradan doğan simgesel sermaye —örneğin uluslararası platformlarda görünürlük ya da ödüller— mesleki motivasyonun sürekliliğini beslemektedir.

4.3.1. Mesleğe Giriş ve İlk Deneyimler

Gazetecilerin mesleğe ilk adım atış hikâyeleri, habitusun alanla ilk temasını yansıtır. İlk staj, ilk kurum veya ilk saha deneyimi, gazetecinin mesleki eğilimlerini pekiştiren bir eşik işlevi görür:

"Üniversite 2. sınıfta staj yapmam gerekiyordu... Bir arkadaşım 'gazetede staj yap' dedi... Hürriyet'te staja girdim." – K15

"Üniversitede birkaç medya vardı... hepsinde çalıştım. Tabii maaş yoktu ama gönüllü olarak çalıştım diyebiliriz. Küçük stajlar yaptım." – K14

Bu süreçte edinilen pratikler, Bourdieu'nun 'illüsio' kavramıyla açıklanabilir: gazetecilik oyununa inanmak ve bu oyunu değerli görmek. İlk deneyimler, alanda kalıcı bir varlık sürdürmenin koşullarını öğretirken, aynı zamanda sermaye birikiminin de başlangıç noktası olur. Habitus bu aşamada alanın kurallarını öğrenerek bedenselleşir ve sonraki tüm pratiklere yön verir.

Katılımcıların farklı medya kuruluşlarında edindikleri deneyimler, habitusun alandaki yeniden şekillenişine işaret etmektedir. Kurum içi hiyerarşiler, gazetecilerin sermaye türlerini nasıl kullanacaklarını belirlemiştir: büyük ölçekli medya kurumlarında sosyal sermaye (haber kaynakları, uluslararası ağlar) öne çıkarken; küçük ölçekli veya alternatif alanlarda kültürel sermaye (uzmanlık bilgisi, çokdillilik) daha belirleyici olmuştur. Bu kurum deneyimleri, habitusu esnekleştirerek uluslararası alanda manevra kabiliyetini artırmıştır. Bourdieu'nun

‘alan’ kavramı çerçevesinde düşünüldüğünde, her kurum farklı kuralları ve oyun mantıklarıyla ayrı birer alt-alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gazetecilerin profesyonel yaşamlarında elde ettikleri özerklik düzeyi, sahip oldukları sermaye bileşimlerinin bir sonucu olarak şekillenmiştir. Örneğin güçlü sosyal sermayeye sahip olan gazeteciler, editoryal süreçlerde daha bağımsız kararlar alabilmiş; teknik sermayesi gelişmiş olanlar ise haber üretiminde yaratıcı araçlar kullanarak simgesel sermaye kazanmıştır. Alan içi mücadelelerde özerkliğin belirleyicisi yalnızca ekonomik sermaye değildir; aksine, kültürel ve sosyal sermayenin birleşimi çoğu kez gazetecilere daha kalıcı bir konum sağlamıştır. Bu bağlamda, özerklik kazanımı alanın ‘doxa’sına karşı pozisyon alabilme ve kendi habitusunu yeniden üretebilme kapasitesiyle doğrudan bağlantılıdır.

Katılımcıların profesyonel kariyerlerine nasıl başladıklarına dair anlatıları, farklı yol haritalarına işaret etmektedir. Kimi öğrenciyken gazeteciliğe adım atmış, kimi mezun olur olmaz kurumsal medyada iş bulmuş, kimisi de serbest gazetecilik yaparak sektöre girmiştir. Örneğin K2 bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir:

“2019 yılında ben biraz daha gazetecilik faaliyetlerine ve içerik üretimine yoğunlaştım. Bunun sebebi de... yaptığım araştırmaların sadece bana özgü kalmasını istemiyordum. Ve bunu da insanlarla paylaşma ihtiyacı hissettim... Kendi erkek kardeşimin bu anlamda etkisi olduğunu düşünüyorum... ‘gel biz de deneyelim’ dedi ve o şekilde başladık” – K2

Gazetecilerin kendi kendilerine öğrenme ihtiyaçları habituslarını belirleyen temel faktörlerden biri olmaktadır. Örneğin en deneyimli katılımcılardan, üniversite 3. sınıfta haftalık bir dergide çalışmaya başladığını ve mezuniyetine gerek kalmadan basın dünyasına girdiğini belirtmektedir. O dönemde okulun başarılı öğrencilerini medya kurumlarına yönlendirdiğini, kendi arkadaş grubundan Anadolu Ajansı’na geçenler olduğunu, kendisinin ise popüler bir haber dergisi olan Nokta’da işe başladığını anlatmaktadır. Bu sayede genç yaşta “dosya haberciliğinin temelini orada attım” diyerek dergide kapak konuları hazırlamanın ona büyük tecrübe kazandırdığını vurgulamaktadır. Başka bir gazeteci gazeteciliğe başlama hikâyesini öğretmenin onu günlük gazeteleri okuması için kütüphaneye göndermesiyle başlatmaktadır:

“My getting to media was completely a radical jump... It would be unfair if I do not credit my teacher... he told us... ‘go to the library... There is today’s newspaper... read it.’ ... I did... and from that day I started buying my own newspaper... every day I would read.”

Türkçe çevirisi: Medyaya girişim tamamen radikal bir sıçrama oldu. Öğretmenime teşekkür etmezsem haksızlık etmiş olurum. Bize şöyle demişti: “Kütüphaneye gidin. Orada bugünün gazetesini bulacaksınız. Onu okuyun.” ... Ben de okudum. - günden itibaren kendi gazetemi almaya başladım. Her gün okurdum. – K3

Orta yaşlı bir başka gazeteci, klasik şekilde üniversite mezuniyetinin hemen ardından ulusal bir medya kuruluşuna girdiğini söylemektedir. İlk iş yeri olarak bir dönem yayın hayatında olan El Cezire Türk kanalında görev yaptığını, yaklaşık 22-23 ay burada çalıştığını, kanal kapanınca da devlet yayıncısına geçtiğini paylaşmaktadır: “2011’de El Cezire Türk’e başladım, sonrası malum 9,5 yıldır buradayım – TRT’deyim” diyerek kariyerinin büyük kısmını TRT’de geçirdiğini ifade etmektedir. Genç kuşak gazetecilerin ise kariyer başlangıçları daha esnek ve “freelance” ağırlıklı devam etmektedir. Bir katılımcı, hiçbir kurumla bağı olmadan ilk habercilik deneyimini 2013’te İran’a giderek yaşadığını, oradaki toplumsal olayları kendi girişimiyle çekip haberleştirdiğini anlatmaktadır. Bu “bağımsız gazeteci” deneyiminin ardından çeşitli uluslararası medya kuruluşlarıyla dönemsel işler yaptığını, BBC, The Guardian, New York Times gibi kurumlar için Türkiye’de çekimler organize ettiğini ve onlara haber üretiminde yardımcı olduğunu belirtmektedir. Kendisinin deyimiyle uzun süre “fixer” (rehber-prodüksiyon) ve serbest muhabir olarak çalışmıştır. Ancak bu serbest çalışmalarda zaman zaman yabancı editörlerle editöryal görüş ayrılıkları yaşadığını, tarafsızlık konusunda anlaşmazlıklar çıktığını da vurgulamaktadır. Bir diğer genç gazeteci de Anadolu Ajansı’nda kadrolu muhabirliğe başlamadan önce kendi girişimleriyle ticaret dahil farklı işler dendiğini, pandemi sonrasında nihayet AA’ya girerek mesleğe adım attığını paylaşmaktadır. Başka bir freelance gazeteci önce nasıl haber yapılacağına dair bilgiye eriştiğini, sonrasında ise bu faaliyetlerine devam ettiğini şu sözlerle ifade etmiştir:

"Sonrasında zaten ben kendi kendime de başka yayınlar bulup kendi pitch’lerimi göndermeye başladım." – K12

Katılımcıların gazeteciliğe yönelmesinde farklı çıkış noktaları olsa da hemen hepsinin toplumsal bir meseleye ilgi duyarak veya bir boşluğu doldurma isteğiyle bu mesleğe başladıkları görülmektedir. Kimi çocukluk hayalini gerçekleştirirken kimi tesadüfler sonucu medya alanına girmiş ancak sonradan güçlü bir motivasyon geliştirmiştir. Örneğin içlerinden biri, küçüklüğünden beri kitap okumaya ve perspektif kazanmaya meraklı olduğunu, “okuduklarımı paylaşmayı ve onlara perspektif katmayı seviyorum” diyerek gazeteciliğe adım attığını söylemektedir. Bu katılımcı akademik alanda da kalabileceğini ancak

“gazeteciliğin bilgiyi duyurma misyonunun çok değerli” olduğunu fark edip bu yolu seçtiğini belirtmektedir. Bir gazeteci ise aslında çocukluk döneminde gazeteciliğe teşne olduğuna dair belirtiler olduğunu söylemektedir:

“Benim... gazeteci olmama küçüklükten gösteren bazı emareler var aslında... 13-14 yaşlarındayken... oynadığımız maçları... video çekerdim... o videoları Facebook’a yüklemişim ve maç anlatıyorum.” – K5

Bir diğeri, üniversitede yaptığı araştırmaların sadece kendisine kalmasını istemediği için 2019’da içerik üretimine yöneldiğini dile getirmektedir. “Yüksek lisans yaparken edindiğim bilgileri insanlarla paylaşma ihtiyacı hissettim” diyen bu katılımcı, erkek kardeşinin YouTube’a merakı sayesinde birlikte video içerikler üretmeye başladıklarını, böylece fiilen gazetecilik yapmaya adım attığını anlatmaktadır.

Bazıları ise doğrudan sosyal veya politik olaylar nedeniyle haberciliğe yönelmiştir. Örneğin Suriye asıllı bir gazeteci, ülkesindeki zulümleri dünyaya duyurma arzusu taşıdığını ve “toplumsal adalet sağlama düşüncesi” ile bu mesleğe girdiğini ifade etmektedir. Türkiye’de başına gelen ayrımcılık tecrübelerinin de bu motivasyonu beslediğini söyleyen bu katılımcı, “Gazeteci olarak video yaparsan insanlar gerçeği görebilir; belki adalet sağlanır” diyerek gazeteciliği bir mücadele aracı olarak gördüğünü vurgulamaktadır. Ancak bu gazetecinin hikâyesinin babasının aldığı küçük bir kamerayla başlamıştır:

"Babam bana bir kamera almış. Bu kamera alınca yollar benim için açtı. Ve her şey oradan başladı aslında profesyonel olarak." – K11

Benzer biçimde, Türkiye’de genç yaşta çeşitli siyasi hareketlerde bulunmuş bir katılımcı da gazeteciliğe aktivizm kökenli bir geçiş yapmıştır. Lise yıllarından itibaren haksızlıklara karşı eylemlere katılan, fanzin çıkaran bu isim, sokakta bağırarak değil de kalemiyle mücadele etmeye karar verip yazma yoluna girdiğini belirtmektedir. “Taşındığım batıda çoğunluğa muhalif oldum, doğduğum yerde de muhaliftim; insanların derdini anlatmak istiyordum” diyen bu katılımcı, toplumun sessiz kesimlerinin sesini duyurmayı kendine görev biçerek gazeteci olmuştur. Ona göre medya, sesi çıkmayan ama bu ülkeye bağlı insanların hikâyelerini görünür kılmanın bir yoludur. Nitekim “bu insanlar ne terörist ne hain, sadece rahatsızlıkları var; onların hikâyesini anlatmak istedim” sözleri, mesleğe başlarken güttüğü amacı özetlemektedir. Bu anlamıyla uluslararası gazetecilik habitusu içinde yer alan aktörlerin illusio’su olarak karşımıza hakikât, adalet, kamusal yarar çıkmaktadır.

Alan içindeki doxa'yı ortaya koyması açısından gazetecilerin yapmış oldukları haberciliğin haksızlığı, hukuksuzluğu, zulmü ifşa etmesinin en büyük motivasyon kaynağı olarak ifade edilmesi şu sözlerde sarıh biçimde belirtilmektedir:

“Duyurma derdim olmasa bilgiyi sadece akademide tutabilirdim ama gazeteciliğin bu kısmı önemli. Amatör diplomatlık ve diplomatik kurum deneyimimle, ülke tezlerini dünyaya duyurmanın gazetecilikle daha etkili yapılabileceğini düşünüyorum. Gazetecilik gündemime her zaman girmek zorunda değil ama değerlerim var: ölüm. Çevresel konuları önemsiyorum. Eşimin ablası geri dönüşüm yaptığını anlattığında ben çevre için bir şey yapmadığımı fark ettim. Yanı başınızdaki ülkede on binler ölüyorsa diğer sorunlar ikinci plana düşebiliyor. Haberciliğimde ölüm farklı açılardan hep yer buluyor. Mesela “Gazetede insanlar ölüyor” demek yerine Avrupa Birliği’nin kendini yeniden yaratma sürecini, silahlandırma ve yapay zekâ programlarını, diplomasi atağının Gazze ile olması gerektiğini yazıyorum. Bu %100 gazetecilik; tezi, iddiası ve AB milletvekilleriyle röportajları var. Hem kendi değerlerime yönelik iş üretiyor hem de gazeteciliğe iyi bir örnek sunuyorum.” – K1

4.3.2. Kariyer Yolu ve Hareketlilik

Katılımcıların mesleki serüvenleri, uluslararası gazetecilik alanındaki hareketliliğin ve farklı kurumsal deneyimlerin habitus oluşumundaki kritik rolünü açıkça göstermektedir. Bourdieu’nun alan kuramıyla da uyumlu biçimde, kariyer yolu boyunca edinilen her yeni deneyim yalnızca mesleki becerileri değil, aynı zamanda gazetecilerin toplumsal ve kültürel sermayelerini de dönüştürmüştür. Bu hareketlilik; coğrafi değişimler, kurumlar arası geçişler ve farklı haber türlerinde edinilen tecrübeler aracılığıyla mesleki kimliğin pekişmesini sağlamıştır.

Katılımcıların önemli bir bölümü kariyerlerinin ilk yıllarında farklı şehirlerde ve ülkelerde çalışma deneyimi yaşamıştır. K1, üniversite eğitiminin ardından Avrupa’daki çeşitli sivil toplum projelerine katılarak hem dil becerilerini geliştirdiğini hem de uluslararası haber ağlarına erişim sağladığını aktarmaktadır. Benzer şekilde K3, gazeteciliğe yerel basında başlamasına rağmen kısa sürede uluslararası haber ajanslarıyla freelance iş birlikleri yaparak farklı coğrafyalarda sahadan haber üretme şansı yakaladığını vurgulamaktadır.

Bu hareketlilik yalnızca coğrafi değil, kurumsal ve tematik çeşitlilik açısından da belirleyici olmuştur. K5, yerel bir televizyon kanalında başladığı mesleki yolculuğunu daha sonra dijital haber platformlarına taşıyarak farklı içerik formatlarını deneyimlediğini belirtmektedir. K8, kariyerinin ilk dönemlerinde ulusal medya kuruluşlarında edindiği tecrübelerin ardından uluslararası ajanslarda tam zamanlı pozisyonlar elde ederek haber odasında farklı iş yapma biçimlerine adapte olduğunu ifade etmektedir.

Katılımcıların paylaşımları, gazetecilik alanında esneklik ve uyum kabiliyetinin mesleki ilerleme için vazgeçilmez olduğunu ortaya koymaktadır. K12, “Uluslararası gazetecilikte hareketlilik sadece bir tercih değil, mesleğin kendisinin dayattığı bir zorunluluk” diyerek, farklı bölgelerde çalışmanın haber üretiminde geniş bir perspektif kazandırdığını vurgulamaktadır. Bu tür geçişler, aynı zamanda sosyal ve simgesel sermayenin gelişmesine katkıda bulunarak gazetecilerin alan içindeki konumlarını güçlendirmiştir.

Sonuç olarak, uluslararası gazetecilerin kariyer yolları; coğrafi mobilite, kurumsal çeşitlilik ve tematik esneklikle şekillenmiştir. Bu hareketlilik, yalnızca mesleki becerileri zenginleştirmekle kalmamış, aynı zamanda gazetecilerin alan içindeki saygınlık ve prestijini de pekiştirerek habituslarının temel yapı taşlarından biri hâline gelmiştir. Uluslararası gazetecilikte coğrafi ve kurumsal hareketlilik (sürekli yer ve kurum değiştirme) bir zorunluluktur.

4.3.3. Gazetecilikte Tetikleyici Güçler (Mentorlar ve İlham Kaynakları)

Gazetecilerin kariyerlerinde elde ettikleri ödüller, uluslararası görünürlük veya mesleki itibar, Bourdieu’nun ‘simgesel sermaye’ kavramı ile açıklanabilir. Simgesel sermaye, alan içindeki rekabetin en güçlü getirilerinden biridir. Katılımcıların anlattıkları örnekler, kimi zaman bu sermayenin iktisadî sermayeye (daha yüksek maaş, yeni iş fırsatları) dönüştüğünü; kimi zaman da alan içi mücadelelerde onlara prestij sağladığını göstermektedir. Bu mücadeleler, alanın sürekli bir ‘sınırlı kaynak rekabeti’ olduğunu ve habitusun bu rekabet ortamında şekillendiğini ortaya koyar. Dolayısıyla simgesel sermaye, yalnızca bireysel bir başarı değil, aynı zamanda alanın kurallarına uyum sağlamanın da kanıtıdır.

Katılımcılar meslek yolculuklarında kendilerini en çok motive eden unsurlar arasında ilham aldıkları kişiler ve birlikte çalıştıkları ekiplerin de önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bazıları çocukluk veya gençlik dönemlerinde takip ettikleri gazetecileri veya fikir insanlarını anarken bazıları da mesleğe girdikten sonra örnek aldıkları ustaları anlatmaktadır. Örneğin genç bir gazeteci, Türkiye’de belgesel denince akla gelen duayenlerden Mehmet Ali Birand’ın “32. Gün” programını çok sevdiğini, Birand’ı ilham kaynağı saydığını söylemektedir. Yine dünya medyasından Vox, VICE gibi yenilikçi habercilik örneklerini ilgiyle izlediğini, gündeme hızlı ve tarafsız yaklaşan bu tür video içerik üreticilerinin tarzını benimsediğini dile getirilmektedir. Bir başka katılımcı, mesleğe ilk atıldığında kendisine yol gösteren bir “abi”

figüründen bahsetmektedir ve geleneksel medyadan emekli bir haberci sayesinde temelleri öğrendiğini aktarmaktadır. Ancak genel olarak çoğu, gazetecilikte en büyük öğretmenin bizzat deneyim olduğunu, staj veya ilk işler sırasında kimseden özel himaye görmeseler de hatalarından ders çıkararak ilerlediklerini belirtmektedir. Burada nesil farkı önemli ölçüde göze çarpmaktadır. “Dijital yerli” olarak ifade edebileceğimiz genç gazeteciler bir mentor, üstat ya da meslek büyüğüne referans vermek yerine bilgi aktarımının dijital kaynaklar üzerinden olduğunu ifade etmektedir. Yaşça daha büyük tecrübeli gazeteciler ise yaptıkları işin standartlarını belirleyen ve habercilik pratiklerini öğrendikleri kişilerden bahsetmektedir.

Habercilikte özellikle vurgulanan bir motivasyon unsuru da çalışma arkadaşları ve ekip ruhudur. Bazı katılımcılar, iyi bir ekiple çalışmanın onları meslekte tutan başlıca etken olduğunu dile getirmektedir. Örneğin bir gazeteci, küçük bir yerel kanalda kültür programı yaparken aldığı hazzı anlatmaktadır: “Orada kameraman arkadaşım ile o kadar iyi anlaştık ve birlikte bir ürün ortaya koymaya çalıştık ki kendi adıma maksimumumu gerçekleştirdim diye hissettim” diyerek ekip uyumunun önemini vurgulamaktadır. Şu an çalıştığı kurumda da en büyük motivasyonunun iş arkadaşlarıyla beyin fırtınası yapmak olduğunu söylemektedir. “Gece yarısı Trump dedikodusu yapıyoruz, bunu iş olarak görmüyorum, bu beni motive ediyor” diyen bu katılımcı, mesai kavramı olmaksızın ekipçe haber tartışmalarına girmeyi işin en keyifli yanlarından saymaktadır. Yine aynı kişi, “aynı hedefe inanan, bir şeyleri değiştirmek isteyen, kaliteli hikâye peşindeki insanlarla çalışmak en önemli şey” diyerek takım arkadaşlarının paylaşılmış idealizminden güç aldığını dile getirmektedir. Tecrübeli bir gazeteci de insan ilişkilerini sevmek gerektiğini, gazetecilikte işin özünün insanla iletişim olduğunu belirtip “bizim işimiz insanı anlamak, ilişki kurmak; soru sormak, şüpheli olmak” diye eklemektedir. Bu sözler, meslekte motivasyonu sürekli kılan şeyin yalnızca habere koşma heyecanı değil, insan unsuruyla çalışmanın getirdiği tatmin olduğunu ortaya koymaktadır.

Özetle, uluslararası gazetecilerin kariyer öykülerine bakıldığında, mesleğe giriş motivasyonlarının güçlü bir idealizmle yoğrulduğu ve yıllar içinde bunun tamamen kaybolmasa da olgunlaştığı görülmektedir. İlk çıkış noktaları genellikle toplumun yararına bir şey yapmak, gerçekleri açığa çıkarmak, sesini duyuramayanların sesi olmak gibi yüce amaçlar olmaktadır. Kimi zaman medya dünyasının gerçekleri bu idealleri sınasa da (örneğin büyük kurumların politik baskıları, piyasa koşulları vb.), katılımcılar özde aynı hedefe hizmet etmeye çalıştıklarını ifade etmektedir. “En çok önemsedğim konular haksızlığı, hukuksuzluğu, zulmü anlatmak ve göstermek; bu işteki en büyük motivasyonum” diyen bir

katılımcının cümlesi, neredeyse tüm gazetecilerin ortak hissiyatını yansıtmaktadır. Bu değerler etrafında şekillenen motivasyonlar, onları zorlu koşullarda bile meslekte tutmuştur. Sonuç olarak, topluma karşı sorumluluk duygusu, hakikate bağlılık, insan hikâyelerine merak ve ekip ruhu, bu gazetecilerin kariyerlerindeki itici güçler olmuş ve olmaya devam etmektedir.

4.3.4. Alanın Kısıtları

Uluslararası gazetecilik alanında faaliyet gösteren katılımcıların deneyimleri, alanın yapısal kısıtlarının mesleki pratikler üzerindeki etkisini açık biçimde ortaya koymaktadır. Bourdieu'nun “alan” kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, bu kısıtlar yalnızca bireysel tercihlerin değil, alanın kendi kuralları ve güç ilişkilerinin bir sonucu olarak şekillenmektedir. Haber üretim süreçlerinden çalışma koşullarına kadar uzanan bu sınırlılıklar, gazetecilerin hem mesleki özgürlüklerini hem de habituslarının gelişim biçimini doğrudan etkilemiştir.

Katılımcıların çoğu, özellikle uluslararası haber kurumlarının ticari kaygılarının ve editoryal politikalarının, haberin kapsamını daralttığını vurgulamaktadır.

Gazetecilerin, bazı zamanlarda önemli insani krizlerin “küresel ajansların gündem önceliklerine” uymadığı için yeterince yer bulmadığını belirtirken bu durumun habercilik idealizmi ile kurumun ekonomik beklentileri arasındaki gerilimi artırdığını dile getirmektedir. Benzer şekilde başka biri, “Hangi hikâyenin manşet olacağı bazen tamamen siyasi ve ticari ilişkilerle belirleniyor” ifadesiyle, haber odasındaki güç dinamiklerinin mesleki bağımsızlığı sınırladığını aktarmaktadır.

Bir başka kısıt, çalışma koşullarının getirdiği fiziksel ve duygusal baskıdır. K8, özellikle çatışma bölgelerinde görev yapan muhabirlerin hem güvenlik riskleri hem de kurumsal destek eksikliği nedeniyle ağır stres altında çalıştığını anlatmaktadır. Bu durum, gazetecilerin saha pratiklerini etkilediği gibi, alanın risk ve belirsizliklerle dolu doğasını da gözler önüne sermektedir. K12 ise, uluslararası basında freelance çalışırken sürekli değişen sözleşme koşullarının ve güvencesizliğin “haberciliğin idealist tarafını zorlayan” bir unsur olduğunu vurgulamaktadır.

Alan içi rekabet de katılımcıların sıklıkla dile getirdiği bir diğer kısıttır. K1, “Uluslararası habercilikte kendinizi sürekli kanıtlamak zorundasınız; bir gün gündemdeyseniz ertesi gün unutulabilirsiniz” sözleriyle bu durumu özetlemektedir. Bu yüksek rekabet ortamı,

gazetecilerin sosyal ve simgesel sermaye biriktirme baskısını artırmakta; dolayısıyla habitusun sürekli yeniden uyarlanmasını zorunlu kılmaktadır.

Sonuç olarak, uluslararası gazetecilerin mesleki alanı, ekonomik baskılar, politik editoryal yönlendirmeler, fiziksel ve duygusal riskler ile yoğun rekabet gibi çok katmanlı kısıtlarla çevrilidir. Bu yapısal engeller, yalnızca bireysel kariyer yollarını değil, aynı zamanda alanın genel işleyişini ve gazetecilerin mesleki habitusunun biçimlenişini belirleyen temel faktörlerdir. Bu bağlamda, alan kısıtları uluslararası habercilik pratiğini hem sınırlayan hem de yeniden şekillendiren bir güç olarak öne çıkmaktadır.

4.3.5. Uluslararası Gazetecinin Haber Üretim Pratiği

Katılımcıların uluslararası habercilik alanındaki günlük üretim pratikleri, alanın dinamiklerini ve gazetecilik habitusunun nasıl somutlaştığını gözler önüne sermektedir. Bourdieu'nun habitus ve alan kavramları çerçevesinde, haber üretimi yalnızca teknik bir süreç değil; mesleki değerler, etik tercihler ve kurumsal güç ilişkilerinin etkileşimiyle şekillenen bir pratik olarak öne çıkmaktadır.

Görüşmeler, haber üretiminin sahadan yayına uzanan çok katmanlı bir koordinasyonu gerektirdiğini göstermektedir. K1, uluslararası muhabirlikte “saha koşullarının belirsizliği ve zaman baskısının” her haberin temposunu belirlediğini vurgularken; hızlı karar alma, farklı kültürlerden kaynaklarla çalışabilme ve dil becerilerinin önemine dikkat çekmektedir. Benzer şekilde K3, kriz bölgelerinde haber takibi yaparken “bilgiyi doğrulamanın ve kaynak güvenilirliğini test etmenin her zaman en zor ve en kritik aşama olduğunu” dile getirmektedir.

Katılımcılar, teknolojinin ve dijital araçların haber üretimindeki rolüne de değinmektedir. K5, sahada kullanılan mobil uygulamalar ve uydu internet bağlantıları sayesinde “artık saniyeler içinde canlı yayın ve içerik iletebilmenin” mümkün olduğunu, bunun da uluslararası habercilikte rekabet gücünü artırdığını belirtmektedir. K8 ise sosyal medyanın hem kaynak hem de dağıtım kanalı olarak önemini vurgulayarak, “haber üretimi artık yalnızca kurumun yayın akışına bağlı değil; Twitter gibi mecralar üzerinden anlık doğrulama ve paylaşım zorunluluğu doğuyor” demektedir.

Bu pratiklerin içinde mesleki etik, katılımcılar tarafından özellikle altı çizilen bir boyuttur. K12, “hızlı habercilik değerlerin etkileşimini somut biçimde yansıtmaktadır. Bu yönüyle,

haber üretim pratiği uluslararası habercilik habitusunun en görünür ve en dinamik bileşenlerinden biridir.

4.4. Mesleği Görme Biçimleri

Katılımcıların değer dünyası, gazetecilik alanında hâkim olan doxa'nın bir yansımasıdır. İnsan onuru, adalet ve hakikate bağlılık, görüş farklılıklarına rağmen ortak bir zeminde birleşmektedir. Bununla birlikte, bazı durumlarda heterodoksi de görünür hâle gelmektedir: Politik baskılar veya kurumsal sınırlamalar karşısında, katılımcılar doğrudan eleştiri yerine dolaylı anlatım ya da sembolik stratejiler geliştirmektedir. Bu durum, Bourdieu'nun alan kuramında vurguladığı 'mücadele ve konum alış' pratiklerinin tipik bir örneğini teşkil etmektedir. Tüm bu pratikler katılımcıların mesleği görme biçimlerini ortaya koymaktadır.

4.4.1. Motivasyon Kaynakları ve Illusio

Katılımcıların mesleki motivasyonları, büyük ölçüde gazeteciliği 'kamusal yarar' ve 'hakikatin ortaya çıkarılması' ile özdeşleştirmelerinden kaynaklanmaktadır. Bu yaklaşım, Bourdieu'nun 'illusio' kavramının doğrudan karşılığıdır: oyunun kurallarını kabul etmek ve bu oyuna yatırım yapmaya değer görmek. Illusio, gazetecilerin meslekteki zorluklara rağmen devam etmesini sağlayan inanç sistemini temsil eder. Alanın doxası olan 'hakikate bağlılık', motivasyon kaynaklarını pekiştirirken, habitusun sürekliliğini de güvence altına alır.

Gazeteciliğe adım atan bu kişilerin başlangıçtaki motivasyonları incelendiğinde, büyük oranda toplum için faydalı olma, gerçekleri ortaya çıkarma ve ses getirme ideali taşıdıkları anlaşılmaktadır. Örneğin bir kadın gazeteci, aslında küçüklüğünde doktor olup insanlara yardımcı olmak istediğini, fakat zamanla gazeteciliği de benzer bir misyonla eşdeğer gördüğünü söylemektedir. "Topluma katkı sağlamak, insanları bilgilendirmek, gündem yaratmak – ben gazeteciliği hep böyle gördüm, hâlâ da öyle görüyorum" diyerek mesleğe idealist bir anlam yüklemektedir. Onun gözünde gazetecilik, toplum için önemli konuları dile getirip değişime katkı verme aracı; hatta "dördüncü güç" olarak toplumsal denge unsurudur. Nitekim bu katılımcı, gençlik ideallerini anlatırken "ne kadar ütöpik olsa da gazeteciliğin halk için ve diğer güçlerden bağımsız bir 4. güç olduğuna inanıyorum" demekten kendini alamamaktadır. Aynı şekilde, bir katılımcı da ilk hedefini "halkın derdini anlatmak" diye tanımlamakta ve mesleğe girerken biraz da "kahramanlık" duygusuyla hareket ettiğini itiraf

etmektedir. “İnsanların sesini duyurayım, onların kahramanı olayım istiyordum” demek ve şimdi tam olmasa da halen benzer bir çizgide devam ettiğine inanmaktadır:

“Benim için... gazetecilik... perspektif katarken daha uygun ve daha özgürlük [sağlayabilen] bir alan gibi geliyor. Dolayısıyla okumayı seviyorum. Okuduğuma perspektif katmayı seviyorum ve bunu paylaşmayı seviyorum. ...Bu temel fikir” – K1

“Gazeteciliği... toplumda katkı sağlamak, insanları bilgilendirmek, bir değişim getirmek... olarak gördüm. Hâlâ da o şekilde görüyorum.” – K6

Bir başka genç gazeteci de “toplumda yanlış giden şeyleri değiştirme, hakikati ortaya çıkarma” arzusuyla dolu olduğunu belirtmektedir. Gazeteciliğe başlarken aklında hep eşitsizlikleri giderme fikri varmış: “Doktor olursam bireysel yardım ederim, gazeteci olursam topluma faydam dokunur” düşüncesiyle hareket ettiğini dile getirmektedir. Bu anlamıyla freelance gazetecilik yapan K14 bu durumu şöyle ifade etmektedir:

"Beni hayatta tutan belki de o; yani para ya da statü değil de o insanlarla tanışmak ve farklı dünyaları okuyuculara aktarmak." – K14

Gazeteciliğe başlama motivasyonlarında sıkça öne çıkan bir diğer tema, “bilgiye ve gerçeğe ulaşma merakı”. Bir katılımcı, aslında okumayı ve öğrenmeyi çok sevdiği için gazeteci olduğunu, “okuduklarıma perspektif katıp paylaşmak en büyük keyfimdi” diyerek mesleğe aşkını anlatmaktadır. Bu bağlamda başka bir katılımcı bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir:

"Bana sanki başka bir seçeneğim yokmuş gibi geliyor. Çünkü ben gazetecilik yapmasam ne yapacağım? ... Böyle etrafımda bir sürü şey görüyorum... O merak bende hiç bitmeyecek bir şey. Mesela gördüğüm bir şeylerin peşinden gitmek inanılmaz ilginç geliyor bana. ... Bu merak bende hiç bitmeyecek ve ben dünyayı böyle gören bir insanım." – K12

Aynı kişi, başlarda akademisyenliği de düşündüğünü ama gazeteciliğin daha özgür bir platform sunduğunu hissettiğini ifade etmiştir. Bir başkası lise çağlarında tarih, coğrafya, edebiyat gibi alanlara ilgili olduğunu, üniversitede sosyal konulara kafa yordüğünü ve nihayetinde gazeteciliği seçtiğini söylemektedir. “Ülkenin ve dünyanın meselelerine meraklıydım, kafa yoruyordum, bu beni gazetecilikte besledi” diyen deneyimli katılımcı, gençlik motivasyonunun “toplumla ve insanlarla ilgili olma” üzerine kurulduğunu belirtmektedir. Onun kuşağında 1980 öncesi siyasallaşmanın etkisiyle tüm gençlerin bir

davaya ilgi duyduğunu, kendisinin de “eşitsizlikler, toplumsal ilişkiler hep ilgimi çekiyordu” diyerek o dönemin ruhunu yansıttığını görülmektedir. Başka bir katılımcı, çocukluk döneminde güney doğu bölgesinde yaşadığı sorunlara referansla gazetecilik kimliğini bu hikâyeye dayandırmaktadır:

“Ben aslında kendi halkımın, insanların derdini bir şekilde anlatabildiğimi düşünüyordum.” – K8

Katılımcıların mesleki değer dünyası, Bourdieu’nun ‘doxa’ kavramıyla açıklanabilecek ortak bir inanç sistemine dayanmaktadır. Hakikat arayışı, adalet duygusu ve kamu yararına hizmet etme anlayışı, alandaki en temel kabuller olarak öne çıkmaktadır. Bu değerler çoğu zaman sorgulanmaksızın içselleştirilmiş, mesleğin doğasının ayrılmaz parçası hâline gelmiştir. Böylece gazetecilerin habitusu, etik normlarla uyumlu bir biçimde şekillenmiş ve onların haber üretimindeki tercihlerini yönlendiren bir pusula işlevi görmüştür.

Katılımcılar için haber üretim pratiğinin en önemli parçalarından biri de birlikte hareket ettikleri iş arkadaşlarıdır:

“Şu an... hiç önemli değil kurum ne kadar büyük. Önemli olan çalıştığım insanlar.” – K6

Katılımcı gazetecilerin dünya görüşlerini incelediğimizde, hemen hepsinin belirli toplumsal meselelere karşı derin bir hassasiyet taşıdığı ve bu konuların onların hem hayat felsefelerini hem de haber gündemlerini şekillendirdiği görülmektedir.

“İnsanlarla, toplumla ilişkiler, işte eşitsizlikler... benim hep ilgimi çeken... okuyan birisiydim.” – K10

Birçok katılımcı, adaletsizlik, eşitsizlik, hak ihlalleri gibi konuları en çok önemsedikleri sorunlar olarak dile getirmektedir.

Örneğin genç bir gazeteci, dünyada en rahatsız olduğu sorunun gelir adaletsizliği olduğunu belirtmektedir. “Birçok problemin kaynağının gelir dağılımındaki adaletsizlik olduğunu düşünüyorum” diyen bu katılımcı, güçlü ülkelerin diğer ülkeler üzerindeki ekonomik tahakkümünün insanlık adına çözülmesi gereken bir mesele olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre yoksulluk küresel ölçekte giderilmedikçe diğer sorunlar da çözümsüz kalacaktır. Benzer şekilde bir başka katılımcı, Türkiye’de son yıllarda yoksulluğun toplumu çok olumsuz etkilediğini, bunun en büyük dertlerden biri olduğunu ifade etmektedir. Dünya genelinde ise adaletin zayıflaması, suçlunun cezasız kalması olgusunun en büyük problem haline geldiğini

düşünmektedir. Özellikle uluslararası arenada zulüm ve haksızlıkların cezasız kalmasından endişe duyan bu katılımcı, gazeteci olarak bu konulara eğilmeyi görev bilmektedir. Nitekim “haksızlıkları ve suçluların cezasız kalmasını görünür kılmak benim için çok önemli” diyerek mesleki motivasyonunu da bu değerle ilişkilendirmektedir.

Birçok gazeteci için insan hakları ihlalleri, savaştan kaynaklı mağduriyetler ve özgürlük sorunları da en öncelikli meseleler arasında yer almaktadır. Örneğin Suriye kökenli katılımcı, Türkiye’de bir göçmen olarak yaşadığı ayrımcılık tecrübelerinden bahsedip ırkçılık ve mülteci karşıtlığı ile mücadeleyi kendine dert edindiğini belirtmektedir. Ülkesindeki iç savaşta tanık olduklarını da düşününce, en çok önem verdiği toplumsal değerinin adalet ve zulme karşı duruş olduğunu ifade etmektedir. “Bu meslek zengin olma yolu değil; toplumsal adaleti sağlama düşüncesi benim felsefem” diyen bu gazeteci, para veya itibar için değil, hakikati söylemek ve haksızlığa karşı ışık tutmak için gazeteci olduğunu vurgulamaktadır:

"Bu meslek para, saygı, itibar için değil – biraz daha toplumsal adaleti sağlama düşüncesi." – K11

Başka bir katılımcı ise Kürt meselesinin barışçıl çözümü ve Filistin davasının dünyaya duyurulması gibi konuların kendisi için en önemli gündemler olduğunu açıkça belirtmektedir. “Kürt sorununun çözümüne dair motivasyonum var, Filistin’in sesini duyurma motivasyonum var” diyen bu katılımcı, meslekteki en büyük itici gücünün zulmü göstermek ve mazlumun yanında durmak olduğunu söylemektedir. Hatta cümlesinin devamında genel olarak “haksızlığı, hukuksuzluğu, zulmü ifşa etmek benim bu işteki en büyük motivasyonum” diyerek tüm değerler sistemini özetlemektedir.

Aradan yıllar geçip kariyerlerinde yol aldıkça, bazı gazetecilerin başlangıç idealleriyle bugünkü bakışları arasında değişimler olmuş, bazılarında ise çekirdek motivasyon hep korunmuştur. Gazetecilerin alan içindeki mücadelede konum alış pratikleri, hem kurum içinde varlıklarını sürdürmek hem de habituslarının dayattığı etik değerlere sadık kalmak için değer arayışlarıyla çerçevelenmektedir. Örneğin idealist duygularla mesleğe giren bir katılımcı, “başladığım yerde değilim ama çok uzak da değilim” diyerek halen halkın derdini anlatma gayretinde olduğunu fakat gençlikteki kadar hayalci olmadığını söylemektedir. Ancak genel itibarıyla gazetecilerin idealist motivasyonları zamanla daha olgun ve “gerçekçi” bir hâle evrilmektedir. Başlarda kendini tek başına kahraman sanırken şimdi bunun bir ekip işi ve uzun soluklu bir mücadele olduğunu kavradığını ifade etmektedir. Yine de “yayın politikasında belirli etkilerim var, bir ölçüde yapabiliyorum ama keşke daha fazlasını yapabilsen” diyerek içindeki ukdeyi dile getirmektedir. Bir diğer gazeteci de geçmişe kıyasla

motivasyonunun özünde değişmediğini, sadece yaklaşımının olgunlaştığını belirtiyor: “Hâlâ aynı yerdeyim – bu topraklara huzur gelmesine katkı sağlamak, haksızlıkla mücadele etmek motivasyonum” demektedir. Eskiden bireysel kahramanlık peşindeyken artık çözümün parçası olmayı yeterli görmektedir.

Bazıları ise medya sektöründeki tecrübelerinin bazı hayal kırıklıkları getirdiğini açıkça paylaşmaktadır. Örneğin genç bir gazeteci, mesleğe başlarken gözünde çok idealize ettiği uluslararası medya markalarının aslında tamamen tarafsız olmadığını fark ettiğini ifade etmektedir. “Başlarda BBC, National Geographic gibi yerlerde çalışmak istiyordum” diyen bu katılımcı, zamanla bu bakışının değiştiğini çünkü büyük kurumların da finansörlerine göre gündem belirlediğini gördüğünü belirtmiştir. Özellikle son yıllarda yaşanan siyasi gelişmeler (örneğin Ortadoğu’daki savaşlar) sırasında, Batılı medya organlarının önyargılı yayınlar yapması onu hayal kırıklığına uğratmıştır. Sonuç olarak “artık kurumun büyüklüğü umurunda değil, birlikte çalıştığım insanların niteliği önemli” diyerek başlangıçtaki kurum odaklı hedeflerinden vazgeçtiğini ifade etmektedir. Hatta bu süreçte uluslararası medyayla çalışmayı bir ara etik olarak rahatsız edici bulmuştur: “O dönemde yabancı medyayla çalışmak beni ahlaken rahatsız ediyordu” diyerek bazı projeleri reddettiğini belirtmektedir. Yıllar içinde motivasyonunu kıran unsurlar olsa da, bu gazetecinin temel amacı –gerçeği aktarma kaygısı– değişmemiştir. Yabancı editörlerle çatışmasına rağmen “benim doğruyu aktarma kaygım, onlarla çalışmamı engelledi” diyerek değerlerinden taviz vermediğini söylemektedir. Uluslararası medya markalarının tarafsız olmadığını ve finansörlerine göre gündem belirlediğini fark edilmesi, zamanla gazetecilerin illusio'sunda bir kırılma yaratmış ve simgesel sermaye arayışının kurumsal prestijden (marka) ziyade "birlikte çalışılan insanların niteliği"ne kaymasına neden olmuştur.

Öte yandan, bazı gazeteciler ilk günden bugüne motivasyonlarında pek az değişiklik olduğunu dile getirmektedir. Örneğin tecrübeli bir isim, gençliğinde de insan hikâyelerine meraklı olduğunu, bugün de belgesel tadında insana dokunan dosyalar yapmayı en değerli iş saydığını anlatmaktadır. “Belgesel tarzı araştırmacı hikâyeler benim için en idealiydi, hâlâ da öyle” diyen bu katılımcı, kariyeri boyunca bu çizgide kalmaya çalıştığını belirtmektedir. Nitekim başlangıçta planladığı gibi birçok insan hikâyesini gündeme getiren belgeseller yapmıştır. Yine aynı kişi, mesleğe girerken aklında olan “dünyayı gezip farklı kültürlerin hikâyelerini anlatma” hedefini büyük oranda gerçekleştirdiğini; farklı ülkelerden yazarların romanlarını dahi okuyup gideceği yerin ruhunu anlamaya çalıştığını dile getirmektedir. Bu tutku, yıllar içinde sönmemiş, sadece daha “işlevsel hale gelmiştir: Artık gideceği bölgeyle

ilgili romanları keyif için değil, araştırma amacıyla okuduğunu belirterek motivasyonunun hala öğrenme ve anlama ekseninde sürdüğünü göstermektedir.

4.4.2. Kişisel ve Mesleki Değerler

Gazetecilerin toplumsal görüşleri, kişisel kimlikleri ve inançlarıyla da yakından bağlantılıdır. Bazıları dinsel ve etnik kimliklerini açıkça dile getirerek bunun bakış açılarına etkisini anlatmaktadır. Örneğin bir katılımcı, Müslüman kimliği ile büyüdüğünü, lise yıllarında Marksist arkadaşlarla birlikte hareket etse de sonunda kendi inanç değerlerine dönerek İslamcılara katıldığını paylaşmaktadır. “İslamcılığı çok tutarlı ve ahlaki bir ideoloji olarak görüyorum” diyen bu gazeteci, bir dönem kendini o ideoloji içinde konumlandırmış ancak kişisel tutarlılık sorgulamaları sonucu aktif politikanın dışına çıkmıştır. Yine de İslami değerler onun için kılavuz olmaya devam etmekte ve politika sahnesinden uzaklaşsa bile “Müslüman kimliğim sabit, politik kaygılarım net” diyerek inancının halen dünya görüşünün temeli olduğunu ifade etmektedir. Bir diğer gazeteci, Kürt etnik kimliğinin onun toplumsal meseleleri görüşünü şekillendirdiğini aktarmaktadır. “Türkiye Cumhuriyeti vatandaşım ama Kürdüm” diyen bu katılımcı, ailesinin devletle mesafeli duruşunun ve yaşadığı çevredeki baskıların erken yaşta kendisinde bir muhalif bilinç oluşturduğunu söylemektedir. Bu kimliğin getirdiği perspektifle, medyada yıllarca ülkesine yönelik haksız ithamlarla mücadele ettiğini, özellikle yabancı haber ajanslarının Türkiye’yi karalayan iddialarına karşı çıktığını belirtmektedir. “Yaptığım habercilik, bulunduğum her kurumda kendini karalamaya çalışan bir yayına engel olacak şekilde gelişti” diyerek hem etnik kimliğinden hem vatanseverlik duygusundan ödün vermediğini vurgulamaktadır.

Öte yandan, bazı katılımcılar milli veya dini kimliklerden ziyade evrensel insani değerleri ön plana çıkarmaktadır. Örneğin Balkan kökenli bir gazeteci, “herhangi bir etnik kimliğiyle ön plana çıkmak istemem, kendimi tüm insanlık için çalışan biri olarak görüyorum” diyerek ulus ötesi bir duruş sergilemektedir. Kendisi Müslüman ve Türk kökenli olmasına rağmen başka bir katılımcı, “hakikat Türklüğümle çelişirse, hakikatten yana olmayı tercih ederim” diyerek evrensel doğruları etnik kimliğinin üzerinde tuttuğunu dile getirmektedir. Bu katılımcı milliyetçi bir perspektiften ziyade adil ve hakikate dayalı bir perspektifle haber yapmayı önemsemektedir. Benzer biçimde, bir başka gazeteci de “gazeteciliğin temel ilkeleri 50 yıl sonra da değişmeyecek” diyerek evrensel meslek etiklerine bağlılığını ifade etmektedir. Haber yazmaktan kaynak korumaya kadar belirli etik kurallara inanıyor ve bunların teknoloji gelişse bile sabit kalacağını savunmaktadır. Onun kırmızı çizgisi, “insanlara saygı” ve

haberde doğruluk; bu prensiplerden taviz vermemeyi kişisel değeri olarak görüyor. Nitekim “insana ilişki kurmayı, anlamayı, saygı duymayı bilmek gerekiyor” diye sık sık vurgulamaktadır.

4.4.3. Gazetecilik ve Toplum İçin Misyon Algısı

“Her ne kadar alanda ortak bir doxa bulunsa da, katılımcıların deneyimleri zaman zaman ‘heterodoksi’ye işaret etmektedir. Kurum politikaları, devlet baskısı veya editoryal sınırlamalar karşısında gazeteciler, çoğu zaman doğrudan muhalefet yerine dolaylı stratejilere yönelmiştir. Haber dilinde sembolik göndermeler yapmak, ima yoluyla mesaj iletmek ya da uluslararası yayıncılıkta farklı bir çerçeve kurmak bu stratejilerden bazılarıdır. Bu durum, Bourdieu’nun alan kuramında vurguladığı ‘mücadele ve konum alışı’nın tipik bir tezahürüdür; gazeteciler hem kurum içinde varlığını sürdürmek hem de habituslarının dayattığı etik değerlere sadık kalmak için denge aramaktadır.

Katılımcılar gazeteciliği sadece bir meslek değil, aynı zamanda toplumsal bir misyon olarak görmektedir. Hemen hepsi, yaptıkları işin toplum üzerinde olumlu bir etki yaratması gerektiğine inanmaktadır. “Gazetecilik toplumsal değişime sebebiyet verme kaygısı gütmeli mi?” sorusuna verdikleri yanıtlar çoğunlukla “Kesinlikle evet” şeklinde olmaktadır. Bir katılımcı, “Medya insanlara farkındalık kazandırabileceğimiz en rahat araç. Medya olmayacak da kim olacak?” diyerek basının toplum karşısındaki sorumluluğunu dile getiriyor. Onun gözünde medya, halkı bilinçlendirmek ve kamu yararı için harekete geçirmekle yükümlüdür. Nitekim kendisi de çalıştığı kurumda imkan buldukça bu tür farkındalık içeriklerine yer verdiğini, küçücük de olsa bir etki yaratabildiğinde bunu çok değerli bulduğunu aktarmaktadır. Bir başka gazeteci de “topluma bir katkı sunabildiğim sürece bu işi yapmaya değer” diyerek benzer bir misyona inandığını belirtmektedir. “Gerçek bir bilgiyi ortaya çıkarmak veya bir haksızlığı ifşa etmek toplum için küçük de olsa bir kazanımdır” şeklindeki sözleri, gazetecilik faaliyetini bir kamu hizmeti olarak tanımladığını göstermektedir. Hatta bazıları, gazeteciliğin diplomasiden bile daha fazla toplumsal fayda sağlayabileceğini düşünmektedir: “Diplomatlar ülkelerini dünyaya tanıtmak için çalışır, ama bence medya yoluyla bunu çok daha etkili yapabilirsiniz” diyen bir katılımcı, basının yeri geldiğinde kültürler arası elçilik misyonu üstlendiğini savunmaktadır. Bu bakış açısıyla gazeteciliği değerlere hizmet eden bir araç konumlandırmaktadır.

Katılımcıların bir kısmı, gazeteciliği bir adalet arayışı olarak gördüklerini de ifade etmişlerdir. Örneğin Suriyeli gazeteci “Gazeteci olarak bir makale yazdığında insanlar ‘evet halk zalimmiş’ diyebiliyor, böylece bir nebze adalet sağlanabiliyor” diyerek mesleğinin adalet duygusunu tatmin eden yönüne dikkat çekmektedir. Ona göre medya, normalde duyulmayacak mağduriyetleri görünür kılarak bir nevi toplumsal mahkeme işlevi görmektedir. Bir diğer genç gazeteci de “ölüm en öncelikli konum” diyerek savaş, çatışma, çevre felaketleri gibi can kaybına yol açan konuları hep birinci plana aldığını belirtmektedir. Bu tercihini de kendi değerlerine bağlamaktadır: İnsanı yaşatmak ve acıları dindirmek gayesiyle, bir haberde insanlar ölüyorsa o haberi her şeyden üstün tutmaktadır. Hatta Avrupa gibi gelişmiş bölgelerin yapay zekâ veya silahlanma hamlelerini bile “nihayetinde Gazze’de diplomasi hamlesi yapmalılar” diye haberleştirirken meselenin özünde yine akan kanı durdurma idealinin yattığını örneklemektedir.

Gazetecilerin meslek içindeki konumlanışları, alan içindeki sınırların nasıl çizildiğini de ortaya koymaktadır. Katılımcılar, kendilerini özellikle yerel magazin odaklı habercilerden veya yalnızca ulusal perspektifle hareket eden meslektaşlarından ayırmaktadır. Bu ayrışma, Bourdieu’nun ‘distinction’ kavramıyla okunabilir: farklılık vurgusu, habitusun alan içindeki prestij mücadelesinde önemli bir rol oynamaktadır. Uluslararası habercilik yapan gazeteciler, kendilerini küresel standartlara, çokdilli haberciliğe ve etik sorumluluklara daha bağlı olarak tanımlamakta; bu şekilde meslek içi sınırları yeniden üretmektedir. Dolayısıyla ayrışma pratikleri, hem kimlik inşasının hem de alan içi sermaye biriktirmenin stratejik bir aracı hâline gelmiştir.

Toplumsal değerler kadar mesleki etik değerler de katılımcıların önemle korudukları hususlardır. Birçoğu, gazetecilikte doğruluk, tarafsızlık, sansürle mücadele, insani duyarlılık gibi ilkeleri kendi kırmızı çizgileri olarak tanımlamaktadır. Örneğin bir gazeteci, “Ben gazeteciliğin temel ilkelerine inanıyorum; haber yazımından kaynak ilişkisine kadar etik kurallar insan oldukça 50 yıl sonra da değişmez” diyerek prensiplerine sıkı sıkıya bağlı olduğunu belirtmektedir. Aynı isim, haberde insanlara saygının asla ihlal edilmemesi gerektiğini, kimi zaman sektörde ihlaller olsa da kendisinin bundan kaçındığını söylemektedir. Bir diğeri, “hayatım boyunca sansüre karşı oldum, gerekirse dolaylı anlatırım ama gerçeği ima ederim” diyerek otosansür uygulamadığı noktaları anlatmaktadır. Özellikle siyasi baskının yoğun olduğu dönemlerde, doğrudan söyleyemediği gerçekleri ima yoluyla

aktarmayı tercih ettiğini, yine de halkı bilgilendirmekten vazgeçmediğini vurgulamaktadır. Bir katılımcı da benzer şekilde, “lafı uzatarak da olsa gerçeği söylemekten çekinmediğim noktalar oluyor” diyerek etik değerlerinden taviz vermediğini ima etmektedir. Hatta bu uğurda zaman zaman kurum politikalarıyla ters düşse de, “gazeteciliğin olmazsa olmaz değerlerine sadık kalmak gerektiğini” dile getirmektedir.

Özetle, uluslararası gazetecilerin toplumsal görüş ve değerleri, adalet, hakikat ve insan onuru ekseninde birleştirmektedir. Hepsi farklı kelimelerle ifade etseler de özünde doğru olanın peşinde koşmak, mazlumun yanında durmak, zalimin karşısında olmak gibi ortak bir ahlaki zemine sahiplerdir. Bu değerler, kimilerinde dini/etnik kimlik üzerinden kimilerinde evrensel insan hakları perspektifinden kaynak bulmaktadır. Sonuç olarak, uluslararası gazeteciler haber üretirken sadece olayları aktarmıyor; kendi değer filtrelerinden süzerek bir vicdan muhasebesi de yapmaktadır. Kiminin kırmızı çizgisi yalan habere bulaşmamak, kimininki güçlüyü kayırmamak, kimininki de sessiz kitlelerin sesi olabilmektir. Ortak paydada ise “Gazetecilik toplum içindir” anlayışı yatmaktadır. Bir katılımcının ifadesiyle: “Medya olmayacak da bu görevi kim üstlenecek?” sorusu, onların zihinlerinde hep canlı ve bu sorumluluk bilinci, mesleklerini anlamlı kılan en önemli değer olarak varlığını sürdürmektedir.

4.5. Teknoloji ve Yapay Zeka

Yapay zekâ ve dijital teknolojiler konusundaki yaklaşımlar, gazetecilerin teknik sermaye edinimi üzerinden şekillenmektedir. Genç kuşak gazeteciler bu alanda daha hızlı uyum sağlarken, bazı aktörlerde habitus ile alan arasındaki uyumsuzluk, yani Bourdieu’nun histerezis kavramıyla ifade ettiği gecikme gözlenmektedir. Buna rağmen, çoğu katılımcı yapay zekâyı bir tehditten ziyade iş akışını kolaylaştıran bir araç olarak görmektedir. Bu yaklaşım, alan içinde yeni bir ‘teknik doxa’nın oluştuğunu göstermekte; teknik sermaye birikimi, simgesel ve ekonomik sermayeye dönüşüm için önemli bir kaldıraç işlevi görmektedir.

4.5.1. Yapay Zekânın Mevcut Etkileri – Araç mı Tehdit mi?

Katılımcıların dijital araçları ve yapay zekâ uygulamalarını kullanma biçimleri, Bourdieu’nun ‘teknik sermaye’ kavramı üzerinden okunabilir. Haber doğrulama araçları, çokdilli çeviri yazılımları ve veri analiz programları gibi beceriler, yalnızca işlevsel birer araç değil, aynı zamanda alan içinde prestij ve ayrıcalık sağlayan birer sermaye unsurudur. Teknik sermaye

birikimi, gazetecilerin hem üretim hızını hem de haberin güvenilirliğini artırmakta; bu da simgesel sermaye kazandırarak mesleki konumlarını güçlendirmektedir. Böylece teknik beceriler, alan içindeki güç dengelerini yeniden tanımlayan kritik bir faktör hâline gelmiştir.

Görüşülen gazetecilerin tamamı, yapay zekâ (YZ) teknolojilerinin son birkaç yıl içinde medya alanında hızla yaygınlaştığını gözlemlemiş durumdadır. Ortak kanaat, şu an için yapay zekânın bir yardımcı araç olduğu ve mesleği kolaylaştırdığı, ancak insan faktörünü tamamen ikame edebilecek seviyede olmadığı yönündedir. Katılımcılar yapay zekâyı günlük iş akışlarında aktif kullandıklarını sık sık belirtmektedir. Örneğin genç bir muhabir, “Ben yapay zekâyı çok aktif kullanıyorum. Ne için kullanıyorum? Araştırma yaparken özellikle zaman kazanmak açısından kabul ettim ve kesinlikle yararlı olduğunu diyebilirim artık” diyerek başlangıçta mesafeli dursa da hızla faydasını gördüğünü belirtmektedir. Keza bir diğeri “yapay zekânın kolaylaştırıcı yanından faydalaniyorum ve bunu çok olumlu buluyorum” diyerek yapay zekâ uygulamalarını verim artıran bir asistan gibi gördüğünü vurgulamaktadır. Hemen hepsi, YZ’nin rutin ve zaman alan işlerde ciddi hız kazandırdığını dile getirmektedir. Örneğin haber araştırması, arşiv tarama, çeviri, metin özeti çıkarma, hatta görsel hazırlama gibi işlerde yapay zekâ araçlarını kullanmaktadırlar. Bir katılımcı, YZ’nin özellikle bilgiye ulaşma ve tasnif etme konusunda büyük katkı sağladığını belirtmektedir: “Çok fazla bilgi var ve gazetecilik de bilgiyi paylaşma işi. Bu bilgilerin tasnif edilmesinde yapay zekâ programlarının etkili hale gelmesini savunuyorum” diyerek veri yığınlarını filtrelemede YZ’nin önemine dikkat çekmektedir. Gerçekten de çoğu gazeteci, YZ destekli arama ve doğrulama araçları sayesinde eskiden günler alacak kaynak taramalarını kısa sürede yapabildiklerini aktarmaktadır. Deneyimli bir muhabir, “Eskiden arşive gidip tek tek tarardık, şimdi yapay zekâ sayesinde binlerce görüntü içinden istediğimizi buluyoruz, bu büyük bir fırsat” diyerek bu kolaylaştırıcı etkiyi somut örnekle ifade etmektedir. Özellikle farklı dillerden haber takibi veya yabancı kaynakların çevirisi konusunda YZ’nin muazzam zaman kazandırdığını, simültane çeviri imkânlarının ufukta görüldüğünü anlatmaktadır.

Tüm bu olumlu görüşlerin yanında, gazetecilerin hemen hepsi yapay zekânın henüz “gazetecinin yerini alacak” düzeyde olmadığı konusunda hemfikir. Mesleğin özü itibariyle insan dokunuşuna ihtiyaç duyduğunu, YZ’nin şimdilik ancak destek rolünde kaldığını düşünmektedirler. Örneğin tecrübeli bir editör, “Yapay zekânın henüz o seviyede gelişmediğini düşünüyorum. Biz planlama yaparken duygumuzla yapıyoruz” diyerek habere insan yüreği ve sezgisi katmanın önemine vurgu yapmaktadır. Ona göre YZ, veri analizinde mahir olsa bile bir haberi sunarken gereken öncelik sıralaması ve tonu ayarlamak gibi

incelikleri eksiksiz yapamıyor; çünkü bunlar insan deneyimi ve duygusuyla harmanlanan süreçler. Başka bir gazeteci de “YZ yaratıcı olamaz, yaratıcılığı biz katıyoruz” diyerek yenilikçi içerik üretiminde insan faktörünün vazgeçilmez olduğunu belirtmektedir. Hatta bir katılımcı esprili şekilde “gazetecinin işini elinden alacak seviyede görmüyorum, duyguyu katması lazım, o olmadığı sürece mesleğimiz çığrından çıkmaz” diyerek şu an için endişe duymadığını ifade etmektedir. Genel kanı, YZ’nin tehdit değil yardımcı olarak algılandığı yönünde: “Şu anlık bir tehditten ziyade yardımcı olarak görülüyor” diyenler çoğunlukta.

Nitekim katılımcıların çalışma arkadaşları arasında da benzer bir iyimserlik olduğu anlaşılmaktadır. Bir editör, “Arkadaşlarımın çoğu da şu an faydalıyor ondan... şu an tehdit değil yardımcı olarak görüyor insanların çoğu” diyerek meslektaş çevresindeki havayı aktarmaktadır. Özellikle genç gazeteciler, YZ araçlarını kullanmaya oldukça açık ve bunu mesleki gelişimlerinin bir parçası saymaktadır. Bir katılımcı, “Ben ChatGPT’den başka bir şey kullanmıyorum şu an, ama tek bir konuda kullanıyorum” diyerek belirli bir YZ aracını araştırma amacıyla düzenli kullandığını belirtmektedir. Kimi, haberi yazdıktan sonra dilbilgisi ve tonlama açısından YZ’nin önerilerine başvurduğunu; kimi, röportaj deşifrelerinde YZ destekli çözümlerden yararlandığını; bir diğeri de sosyal medyada içerik dağıtım stratejileri için YZ’nin analiz ve tavsiyelerine baktığını örneklemektedir. Bu yönüyle günümüz gazetecileri, yapay zekâyı “yeni nesil bir çalışma arkadaşı” gibi konumlandırmış durumdadır.

Ancak burada Türk medyasına yönelik ayrı bir parantez açmak gerekmektedir. Türk medyasında YZ’nin doğru kullanılmasına ilişkin soru işaretleri bulunmaktadır:

"Türk medyasına yapay zekâ vermek, maymuna Kalaşnikof vermek gibi bir şey. İyi bir şey çıkması çok zor." – K15

4.5.2. Mesleki Kaygılar ve Etik Boyut

Yapay zekâ ve dijital teknolojilerin hızlı gelişimi, gazeteciler arasında Bourdieu’nun ‘histerezis’ kavramıyla açıklanabilecek uyum sorunlarını ortaya çıkarmaktadır. Özellikle genç kuşak gazeteciler bu araçlara daha hızlı adapte olurken, deneyimli gazetecilerde alışkanlıkların değişiminde bir gecikme yaşanmaktadır. Bu durum, habitus ile alanın yeni koşulları arasındaki uyumsuzluğun tipik bir örneğidir. Ancak kuşaklar arası etkileşim, deneyimin sağladığı kültürel sermaye ile yeni teknolojilerin getirdiği teknik sermayeyi

birleştirme potansiyeli taşımaktadır. Böylece histerezis, yalnızca bir gecikme değil, aynı zamanda alan içinde yeni sentezlerin ortaya çıkabileceği bir fırsat alanı hâline gelmektedir.

Yapay zekânın nimetlerinden söz ederken, katılımcılar aynı zamanda bazı kaygı ve etik sorunları da dile getirmeyi ihmal etmiyorlar. Özellikle haber doğruluğu ve dezenformasyon konusunda YZ'nin kötüye kullanılma potansiyeli onları endişelendirmektedir. Bir gazeteci, “YZ ile üretilen görseller konusunda kurumumun kuralı var: kullanmıyoruz, çünkü biz gerçeğe uğraşıyoruz” diyerek çalıştığı uluslararası haber kanalının ilkesini aktarmaktadır. Kendi kurumu örnek gösteren katılımcı bu katılımcı, “yapay zekânın ürettiği görselleri ajanslarımız olduğu halde kullanmıyoruz” diyerek gerçeğe sadakat kaygısıyla kurumunun bu yolu seçtiğini anlatmaktadır. Hakikaten yapay zekânın “deepfake” benzeri sahte içerikler üretme ihtimali, gazeteciler açısından yeni bir etik meydan okuma. Bir katılımcı, “gördük, bir sürü şey yapabiliyor – olmayan görüşmeler üretebiliyor, birilerinin söylemediği şeyleri söylüyor” diyerek bu tip tehlikelere dikkat çekmektedir. Özellikle hızlı gelişen görsel ve ses üretme teknolojilerinin, habercilikte dezenformasyonu artırabileceğinden kaygıları bulunmaktadır. Bu nedenle birçoğu, YZ kaynaklı içerikleri kullanırken çok temkinli davranmakta ve mutlaka doğrulama gerekliliğini vurgulamaktadır.

Gazeteciler ayrıca yapay zekâ araçlarının haber diline ve etik değerlerine etkisini de tartışmaktadır. Bazıları, YZ'nin haber yazarken insani dokunuşu azaltabileceğini, bunun da etik bir probleme yol açabileceğini düşünmektedir. Örneğin genç bir muhabir, “Tamamen YZ'ye dayanarak yazılmış bir haber görmek bende kötü intiba bırakıyor, eleştiriyorum” diyerek YZ kullanımının aşırısına karşı durmaktadır. Ona göre YZ'ye haddinden fazla bel bağlamak, habercilikte özensizliğe ve belki hatalara yol açmaktadır. Aynı katılımcı, YZ'yi bir “asistan” olarak kullanmanın makul olduğunu ama “işin görüş katma kısmını zaten kendimiz yapıyorsak geri kalanını YZ ile geliştirmek mümkün” diyerek dengeli bir kullanım önermektedir. Yani yaratıcı veya analitik kısımları insan yapıp düzenleme, ek bilgi bulma gibi bölümleri YZ'ye bırakmak şeklinde bir çizgi çizmektedir. Bu görüş, çoğu gazetecide ortak: YZ, otomasyon gerektiren ya da veri yoğun aşamalarda harika, fakat muhakeme ve yorum gerektiren noktalarda insanın yerini tutamaz.

Bir diğer tartışma konusu da YZ'nin gazetecilerin istihdamına etkisi. Katılımcılar bu konuda temkinli bir iyimserlik taşımaktadır. Kimi açıkça “Yapay zekânın bizim yerimize geçecek bir şey olduğunu sanmıyorum” diyerek iş güvencesi açısından endişe duymadığını söylemektedir. Hatta bu konuda esprili yaklaşım “Kriz kapıda diye korkmanın alemi yok;

kendini geliştiren gazetecinin YZ'dan korkmasına gerek yok" diyen birçok katılımcı bulunmaktadır. Bir editör, genç meslektaşlarına sık sık şunu telkin ettiğini paylamaktadır: "YZ elinden işini alacak diye korkuyorsan, mesleğinde kendini biraz geliştirmen lazım". Onun bakışına göre eğer bir gazetecinin işi sıradan prompt'larla YZ'ye yaptırılabilir kadar yzeysele, zaten o gazetecinin katma değerı düşüktür. "Sen ne kadar iyi bir editör olduğunu YZ'ye kanıtlarsın. Sorduğun soru kadarsın" diyerek aslında YZ'nin bir turnusol kâğıdı gibi iyi gazeteci ile vasat gazeteci arasındaki farkı ortaya çıkaracağını savunmaktadır. Bu yorum, birçok katılımcının düşüncesine paralel: Yapay zekâ, iyi gazetecinin verimini arttıran bir araken kendini geliştirmeyen gazetecinin ağını ise kapatamaz. Dolayısıyla kendine güvenen, sürekli öğrenen gazeteciler YZ'yi bir tehdit olarak değil, rekabet motivasyonu olarak görmektedir. Nitekim biri "YZ senin işini alıyorsa mutlaka sana başka bir rol veriyordur, onu yakalamalısın" diyerek teknolojinin mesleklerini tamamen ortadan kaldırmayacağını, sadece dnştreeğini belirtmektedir. Benzer kaygılar aşağıdaki cümlelerde ifade edilmektedir:

4.5.3. Yeni Doxa: Yapay Zekanın Alan İçindeki Konumu

Yapay zekânın haber odalarında giderek daha yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanması, gazetecilik alanında yeni bir 'doxa'nın olduğunu göstermektedir. Katılımcıların oğu YZ'yi 'yardımcı bir araç' olarak görmektedir; bu yaklaşım, teknolojinin alan içindeki konumunu normalleştiren yeni bir kabuller dizisini işaret eder. Ancak bu doxa, aynı zamanda istihdam kaybı, içerik kalitesinin düşmesi ya da etik riskler gibi kaygılarla da sınanmaktadır. Dolayısıyla YZ'ye dair yeni doxa, alandaki farklı aktörlerin mücadelesiyle sürekli yeniden üretilmektedir. Bu mücadele, teknik sermaye birikiminin gelecekteki simgesel ve ekonomik getirilerini belirleyecek temel eksenlerden biri olacaktır.

Katılımcılara yapay zekânın geleceği sorulduğunda, bir taraftan heyecan ve merak, diğer taraftan belirsizlik ve hafif tedirginlik taşıdıkları gözlemlenmektedir. Çoğu, 10 yıl gibi bir süre içinde yapay zekânın bugün hayal bile edemedikleri noktalara gelebileceğini düşünülmektedir. "Son 1 yılda gördüklerim korkunç hızlı, 10 yılı kestirmek çok zor" diyen bir gazeteci, YZ'nin gelişim hızının onu şaşkına çevirdiğini söylemektedir. Özellikle generatif (retici) YZ'nin çizdiği gerçekçi görseller, saniyeler içinde derlediği tarihsel bilgiler gibi örnekler karşısında "çok oldum, biraz korkunç geliyor" ifadesini kullanmaktadır. Buna karşın, hemen ardından "işler anlamında çok büyük kolaylık sağlayacak, belki işlerimizi de hızlandıracak. Korkum var ama olumlu anlamda görüyorum – beni geliştirebilir, farklı

kapılar açabilir” diyerek umutlu bir pencere de açmaktadır. Yani 10 yıl sonra YZ’nin gazeteciliğe çok ciddi etkisi olacağına inanmakta ve bu etkinin bazı işleri ortadan kaldırsa bile yeni imkânlar da sunacak diye ümit etmektedirler.

Bazı gazeteciler ise YZ’nin tam olarak nereye evrileceğini öngörmenin imkansızlığına değinmektedir. “Çok zor bir soru, bir fikrim yok” diyen de var, “her gün bir teknolojik devrim yaşıyoruz, artık fark etmiyoruz” diyerek belki de 10 yıl sonra bugünkünden bütünüyle farklı bir medya ortamı olacağını ima eden de. Genel kanı, YZ’nin haber üretim süreçlerini hızlandırıp verimlileştireceği, ancak gazetecinin yaratıcı ve araştırmacı rolünün devam edeceği yönündedir. Örneğin tecrübeli bir gazeteci, “Haberin tarifi aynı, değişen iletim tarzımız. Eskiden nasıl topluyorduk, nasıl iletiyorduk – bunlar değişti, değişecek” diyerek özde gazeteciliğin misyonunun sabit kalacağını, araçların evrileceğini söylemektedir. Bir başkası da “Bence işlerimizin bazı kısımlarını devralacak ama teknik ve duygu karışık işlerde daha vakti var” diyerek YZ’nin 10 yıl içinde belki grafik tasarım, basit haber çevirisi gibi alanlarda tamamen etkin olabileceğini, fakat saha araştırması, röportaj, derin analiz gibi işlerde insan gazetecilere hala ihtiyaç duyulacağını dile getirmektedir.

Katılımcılar, yapay zekânın gazetecilikte yaratabileceği istihdam sarsıntısına da değinmektedir. Birkaçı, bazı meslek dallarının (örneğin rutin çeviri, arşiv tarama, basit editörlük) yapay zekâ ile otomasyona uğrayabileceğini, bunun sektörde daralmaya yol açabileceğini not etmektedir. Ancak hemen hepsi, yeni teknolojilere uyum sağlayan gazetecilerin işsiz kalmayacağını, aksine daha nitelikli işlere odaklanabileceğini düşünmektedir. Bir katılımcı “YZ geldi diye işimizden olacağımız bir senaryoya inanmıyorum” demekte; bir diğeri de “Eğer YZ senin yaptığın angaryayı üstleniyorsa, bu seni daha yaratıcı işlere sevk eder, ben olumlu bakıyorum” diyerek aslında iyimser bir tablo çizmektedir. Özetle, gelecek 10 yıla dair görüşler ihtiyatlı bir iyimserlik barındırmaktadır: Yapay zekâ gazeteciliğin araçlarını kökten değiştirebilir, ama gazetecinin ruhu ve etiği aynı kalacaktır.

Günümüzde uluslararası gazeteciler, yapay zekâ ve yeni teknolojilere büyük ölçüde uyum sağlamış ve onları kucaklamış görünmektedir. Çoğu katılımcı, YZ’yi düşman değil, işini geliştiren bir dost olarak görmektedir. “Yapay zekâyla kötü anlaşmanın kimseye getirisi yok” diyen bir gazetecinin sözleri bu yaklaşımı özetlemektedir. Nitekim hemen hepsi, YZ araçlarını denemekten ve rutinlerine entegre etmekten çekinmemişlerdir. Bununla birlikte,

ortak vurguları da unutmamak gerekir: Yapay zekâ ne kadar ilerlerse ilerlesin, gazetecilikte insan zekâsının, sezgisinin ve etik duruşun yerini tam dolduramaz. Elli yıl sonrasını bile düşünerek “insan olan yerde etik ilkeler değişmez” diyen gazeteciler, teknolojiyi insan odaklı bir yaklaşımın destekleyicisi olarak konumlandırmaktadır. Bu bakış açısıyla, habercilikte yapay zekâ devrimi bir “evrim” şeklinde karşılanmıştır: Sıkıcı veya zaman alan kısımları devralan, gazeteciye de daha fazla yaratıcılık ve derinlik imkânı tanıyan bir dönüşüm olarak görülmektedir.

Sonuç olarak, uluslararası gazeteciler teknolojiyle barışık bir şekilde mesleklerini icra etmektedir. YZ’yi kullanıyor, ondan öğreniyor, ama nihai kertede karar verici ve sorumlu özenin kendileri olduğunun bilincindedir. Bu bilinç, onlara teknolojinin gölgesinde bile bir özgüven vermektedir. Bir katılımcının dediği gibi: “YZ senin elinden bir şey alıyorsa, mutlaka sana başka bir şey veriyordur. Onu yakalamak gerekir”. Bu cümle, gazetecilerin yapay zekâ çağındaki duruşunu özetlemektedir: “Tehdide değil, imkâna odaklan; insani yeteneklerini geliştir ve teknolojiyi kendi vizyonuna hizmet ettir.”

Katılımcılar, yapay zekâ sayesinde daha fazla bilgiye daha hızlı erişirken bir yandan da onun getirdiği etik sorumlulukları omuzlamaya hazır bir görünüm içindedir. Son tahlilde hepsinin ortak dileği, teknolojinin gazeteciliğin özündeki doğruyu aktarma, insan hikâyesini merkez alma misyonunu güçlendirmesidir. Bu denge kurulduğu sürece, yapay zekâ onlar için bir düşman değil, tam tersine haberciliğin ufkunu genişleten bir yol arkadaşı olacağını ifade etmişlerdir.

SONUÇ

Bu tez, Türkiye'de uluslararası gazetecilik yapan profesyonellerin habitusunu, dijitalleşmenin getirdiği çoklu yetenek beklentileri ve yapay zekâ teknolojileriyle kurdukları ilişki bağlamında, Pierre Bourdieu'nün kavramsal çerçevesiyle derinlemesine inceleyerek literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmayı amaçlamıştır. Araştırmanın temel soruları; "Türkiye'de uluslararası gazetecilik yapan gazetecilerin habitusu nasıldır?" ve "Yapay zekâ bu habitusu nasıl dönüştürmektedir?" ekseninde şekillenmiştir. Bu sorular, hem kuramsal hem de pratik açıdan önem taşımaktadır. Kuramsal olarak, Bourdieu'nün habitus, alan ve sermaye gibi temel kavramlarının günümüzün hızla dijitalleşen gazetecilik pratiklerine uygulanabilirliğini sınama imkânı sunarken; pratik olarak, dijital çağda gazetecilerin karşılaştığı uyum ve dönüşüm süreçlerine, mesleki kimliklerinin yeniden inşasına ve geleceğe yönelik stratejilerine ışık tutmaktadır.

Araştırmanın gerekçesi, mevcut literatürün Türkiye bağlamında uluslararası gazetecilik alanını, Bourdieu'cü bir perspektifle ve özellikle yapay zekâ gibi güncel teknolojik dönüşümlerle birlikte ele alan bütüncül bir çalışmadan yoksun olduğu tespitine dayanmaktadır. Literatür, dijitalleşmenin gazetecilik alanını köklü biçimde dönüştürdüğünü, geleneksel iş modellerinin çözülmesiyle özellikle serbest çalışan gazetecilerde güvencesizlik (prekarite), esnek çalışma saatleri ve istikrarsız gelir gibi unsurların belirginleştiğini vurgulamaktadır. Dijital çağda gazetecilerden yazılı içerik üretiminin ötesinde fotoğraf ve video çekimi, sosyal medya yönetimi ve arama motoru optimizasyonu gibi çoklu yetenekler talep edilmekte, bu durum iş yükünü artırırken mesleki vasıfsızlaşma kaygılarını da beraberinde getirmektedir. Bu küresel bağlamın üzerine, yapay zekâ teknolojilerinin yükselişi, bir yandan araştırma, çeviri ve özetleme gibi rutin işlerde verimlilik artışı potansiyeli sunarken; diğer yandan deepfake üretimi, dezenformasyon riski ve uzun vadede istihdam üzerindeki belirsizlikler gibi yeni etik ve mesleki meydan okumalar getirmektedir. Bu tez, tam da bu kesişim noktasında konumlanarak, Türkiye'deki uluslararası gazetecilerin bu karmaşık ve dinamik bağlamda şekillenen habituslarını, sermaye biriktirme stratejilerini ve alan içi konum alışlarını derinlemesine analiz etmeyi hedeflemiştir.

Saha araştırmasından elde edilen bulgular, Türkiye'de uluslararası gazetecilik yapan profesyonellerin habitusunun, failerin genellikle mütevazı sosyo-ekonomik kökenlerden

gelerek, sınırlı ekonomik sermayelerini stratejik olarak biriktirdikleri kültürel ve sosyal sermayeye dönüştürme süreciyle inşa edildiğini ortaya koymaktadır. Bu sürekli ve dinamik sermaye dönüşüm pratiği, onların mesleki yatkınlıklarını, dünyaya bakışlarını ve alandaki eylem stratejilerini şekillendiren temel mekanizmadır.

Katılımcıların kişisel geçmişleri incelendiğinde, ezici çoğunluğun ailesinde ilk üniversite mezunu olduğu, ebeveynlerinin işçi, esnaf, küçük memur veya ortaokul terk gibi profillere sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, mesleğe girişte ekonomik sermayenin belirleyici bir avantaj olmadığını, aksine faillerin kariyerlerinin başında aşmaları gereken bir engel teşkil ettiğini göstermektedir. Bu başlangıç noktasındaki dezavantaj, failleri bilinçli bir sermaye biriktirme stratejisi izlemeye yöneltmiştir. Sınırlı ekonomik sermayenin telafisi için en erişilebilir ve alanda en değerli kabul edilen kaynaklara, yani kültürel ve sosyal sermayeye yatırım yapılmıştır.

İletişim, sosyoloji, uluslararası ilişkiler gibi sosyal bilimler alanlarında alınan lisans ve yüksek lisans eğitimleri, alana giriş için gerekli meşruiyeti sağlayan "kurumsallaştırılmış kültürel sermaye"nin temelini oluşturmaktadır. Buna ek olarak, uluslararası gazetecilik alanında var olmanın ön koşulu olan yabancı dil bilgisi, habitusun en kritik bileşenlerinden biridir. Katılımcıların çoğu, kendi imkanlarıyla, burslarla veya Erasmus gibi programlarla en az bir yabancı dili (özellikle İngilizce) ileri düzeyde öğrenmiştir. Dil, bu alanda yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda faile özerklik, prestij ve hareket kabiliyeti kazandıran simgesel bir güç unsurudur. Yurt dışı seyahatleri, stajlar ve eğitim programları aracılığıyla kazanılan küresel perspektif ve kültürel aşinalık, bu sermayeyi daha da pekiştirmiştir.

Mesleğe girişte ve kariyer gelişiminde ilişkiler ağının rolü hayatidir. Üniversite kulüpleri, sivil toplum faaliyetleri ve ilk stajlarda kurulan bağlantılar, daha sonra iş bulma, haber kaynağına erişim ve uluslararası ağlara dahil olma süreçlerinde kritik bir sosyal sermaye işlevi görmüştür.

Bu çerçevede, uluslararası gazetecilik habitusu, statik bir yapıdan ziyade, sürekli bir "sermaye dönüşüm" pratiği olarak kavranabilir. Failler, bir sermaye türündeki (ekonomik) eksikliklerini, diğerlerini (kültürel, sosyal) maksimize ederek telafi etme ve nihayetinde bu birikimi simgesel sermayeye (itibar, tanınırlık, mesleki saygınlık) çevirme eğilimindedir. Bu "dönüşüm" mantığı, faillerin bedenine ve zihnine yerleşmiş bir yatkınlıklar sistemi olarak

habitusun özünü oluşturur. Sürekli öğrenme, ilişki kurma ve kendini geliştirme gibi pratikler, bu alanda hayatta kalmanın ve yükselmenin bedenselleşmiş stratejileri haline gelmiştir.

Uluslararası gazetecilik alanı, bulguların da ortaya koyduğu gibi, yoğun bir rekabet, artan prekarite ve çeşitli yapısal kısıtlarla (politik, ekonomik) karakterize edilen bir mücadele arenasıdır. Bu zorlu koşullara rağmen failleri alanda tutan ve mesleğe olan bağlılıklarını sürdürmelerini sağlayan temel güç, mesleğin değerine ve toplumsal misyonuna olan derin inançları, yani Bourdieu'nün kavramsallaştırmasıyla *illusio*'dur. Bu *illusio*, alanın sorgulanmayan temel kabulleri olan *doxa* etrafında şekillenir.

Katılımcıların mesleki motivasyonlarının temelinde, gazeteciliği yalnızca bir geçim kapısı olarak değil, "topluma faydalı olma", "haksızlıkları ifşa etme", "zulmün karşısında durma" ve "sesi duyulmayanların sesi olma" gibi idealist hedeflerle tanımlamaları yatmaktadır. Bu, oyunun tüm zorluklarına rağmen oynamaya değer olduğuna dair sarsılmaz bir inanç olan *illusio*'nun en somut tezahürüdür. Bu güçlü inanç sistemi, alanın en büyük paradokslarından birini de beraberinde getirir: Faillerin idealist *illusio*'su, alanın artan ekonomik güvencesizliğini (prekarite) bir anlamda sürdürülebilir kılmaktadır. Mesleğe atfedilen yüksek simgesel ve ahlaki değer, düşük ekonomik getiriyi manevi olarak telafi ederek sistemin, faillerin bu "fedaî" bağlılığı sayesinde kendini yeniden üretmesine olanak tanır. Bu durum, alanın ekonomik kırılganlığının ve simgesel sermayeye ne denli bağımlı olduğunun da bir göstergesidir.

Bu *illusio*'yu besleyen ve meşrulaştıran ise alanın ortak değerler sistemi, yani *doxa*'sıdır. Doğruluk, tarafsızlık, kaynak koruma, insan onuruna saygı gibi evrensel gazetecilik etiklerine olan sarsılmaz bağlılık, bu alanın sorgulanmayan temel kabullerini oluşturur. Bu *doxa*, aynı zamanda gazetecilerin kendilerini "magazin habercilerinden" veya "sadece ulusal perspektifle hareket edenlerden" ayırmalarını sağlayan bir "distinction" (ayrışma) aracı olarak da işlev görür. Bu ayırım, alan içinde simgesel bir hiyerarşi yaratarak uluslararası gazeteciliğin prestijini pekiştirir. Ancak, alanın *doxa*'sı sansür, otosansür veya kurumsal baskılar gibi dışsal tehditlerle karşılaştığında, faillerin direnç pratikleri de ortaya çıkmaktadır. Doğrudan muhalefetin riskli olduğu durumlarda geliştirilen "ima yoluyla anlatma" veya "lafı uzatarak da olsa gerçeği söyleme" gibi heterodoks stratejiler, faillerin hem alanda varlıklarını sürdürme hem de habituslarının dayattığı etik değerlere sadık kalma mücadelesini yansıtmaktadır.

Yapay zekânın (YZ) gazetecilik alanına girişı, uluslararası gazetecilik habitusunu önemli bir dönüşüm kavşağına getirmiştir. Bu dönüşüm, üç temel ekseninde kendini göstermektedir: YZ'nin "araç mı, tehdit mi?" ikileminde algılanması, "teknik sermaye" olarak adlandırılabilir yeni ve zorunlu bir sermaye türünün yükselişı ve bu teknolojinin etik kullanımına dair yeni bir ortak kabulün (yeni doxa) oluşması.

Katılımcıların YZ'ye yaklaşımı belirgin bir ikilik sergilemektedir. Bir yanda YZ, araştırma, arşiv tarama, çok dilli çeviri, metin özetleme ve görsel hazırlama gibi rutin ve zaman alıcı işleri otomatize ederek verimliliği artıran, gazetecinin iş akışını kolaylaştıran bir "yardımcı araç" olarak görülmektedir. Öte yandan, deepfake gibi teknolojilerle dezenformasyonun yayılma riski, haber üretiminde insani dokunuşun, sezginin ve yaratıcılığın kaybolması ve uzun vadede istihdamın tehlikeye girebileceği gibi konularda ciddi bir "tehdit" ve kaygı kaynağı olarak algılanmaktadır.

Bu yeni teknolojik ortam, Bourdieu'nün klasik sermaye tipolojisine eklenebilecek, stratejik öneme sahip yeni bir sermaye türünü zorunlu kılmıştır: teknik sermaye. Dijital çağda gazetecilerden beklenen çoklu yetenekler (video çekimi, sosyal medya yönetimi, SEO) ve YZ araçlarını (ChatGPT, doğrulama yazılımları, veri analiz araçları) etkin kullanma becerisi, artık alandaki mücadelede vazgeçilmez bir koz haline gelmiştir. Bu teknik sermaye, izole bir beceri setinden ibaret değildir; diğer sermaye türlerini dönüştürme ve güçlendirme potansiyeline sahip stratejik bir varlıktır. Örneğin, YZ araçlarını etkin kullanan bir gazeteci (teknik sermaye), daha hızlı ve kapsamlı araştırma yaparak, daha çok dilde kaynak tarayarak ve verileri daha etkin görselleştirerek kültürel sermayesini (analiz derinliği, çok dilli içerik üretme) ve sosyal sermayesini (daha geniş bir kaynak ağına daha hızlı ulaşma) doğrudan artırır. Artan bu sermayeler, daha nitelikli haber üretimiyle simgesel sermayeye (itibar) dönüşür ve bu itibar da yeni iş teklifleri veya projelerle ekonomik sermayeye tahvil edilebilir. Dolayısıyla, teknik sermaye, sermaye dönüşüm zincirinde bir "katalizör" görevi görmektedir. Bu yeni sermaye türü, alan içindeki güç dengelerini de yeniden şekillendirme potansiyeli taşır. Bu sermayeye sahip olmayan veya edinmekte geciken (Bourdieu'nün histerezis etkisi) deneyimli gazeteciler, dijital yerli genç kuşak karşısında dezavantajlı duruma düşebilir. Bu durum, alan içindeki geleneksel kıdem hiyerarşisini sarsan yeni bir mücadele eksenini yaratmaktadır.

Son olarak, YZ'nin alan içindeki konumuna dair yeni ve ortak bir kabul, yani yeni bir doxa şekillenmektedir. Bu yeni doxa'ya göre YZ, gazetecinin yerini alamaz, ancak onun işini kolaylaştıran bir asistandır. Temel ilke, "insanın döngüde kalması" (human in the loop), yani nihai editoryal ve etik sorumluluğun daima insanda olmasıdır. YZ'yi kategorik olarak reddetmek yerine, onu etik sınırlar içinde ve bilinçli bir şekilde kullanmak, alanın yeni meşruiyet zeminini oluşturmaktadır.

Bu tez, Türkiye'de uluslararası gazetecilik yapan profesyonellerin habitusunu ve bu habitusun yapay zekâ teknolojileriyle girdiği etkileşim sonucu yaşadığı dönüşümü, Bourdieu'nün kuramsal araçlarıyla analiz ederek literatüre çok katmanlı ve özgün bir katkı sunmaktadır. Araştırmanın temel katkıları şu şekilde özetlenebilir:

Bu çalışma, Türkiye'de uluslararası gazetecilik alanını, Bourdieu'nün habitus, alan ve sermaye kavramlarını kullanarak ampirik ve bütüncül bir şekilde analiz eden ilk nitel araştırmalardan biridir. Literatürdeki bu boşluğu doldurarak bu özgün meslek grubunun toplumsal kökenlerine, sermaye stratejilerine ve mesleki yatkınlıklarına dair sosyolojik bir derinlik kazandırmıştır.

Araştırma, yapay zekâ gibi yeni bir teknolojik olgunun, gazetecilik habitusunu nasıl dönüştürdüğünü, sermaye türleri arasındaki ilişkileri nasıl yeniden yapılandırıldığını ve alanın doxa'sını nasıl şekillendirdiğini somut bulgularla ortaya koymuştur. Bu sayede, teknolojinin toplumsal bir pratik üzerindeki etkisini, fail-yapı diyalektiği içinde anlamlandırmıştır.

Bourdieu'nün klasik sermaye tipolojisini günümüz dijital medyası bağlamında genişleterek, "teknik sermaye" kavramını analitik bir araç olarak önermiş ve bu sermaye türünün alan içindeki stratejik önemini ve diğer sermaye türleriyle olan dönüştürücü ilişkisini ampirik olarak temellendirmiştir. Bu, Bourdieu'cü kuramın güncel teknolojik gelişmelere uyarlanabilirliğini gösteren önemli bir adımdır.

Bu çalışmanın bulguları ışığında, gelecekteki araştırmalar için bazı perspektifler ve öneriler sunulabilir. Öncelikle, yapay zekânın gazetecilik etiği ve dezenformasyon üzerindeki etkilerinin, düzenleyici (regülatif) ve yasal çerçeveler bağlamında incelenmesi kritik bir ihtiyaçtır. İkinci olarak, bu tezde nitel olarak ortaya konan "teknik sermaye"nin ekonomik ve simgesel sermayeye dönüşüm oranlarının nicel yöntemlerle ölçülmesi, bu sermayenin

gazetecilerin gelir düzeyleri ve kariyer hareketlilikleri üzerindeki somut etkisini daha net ortaya koyacaktır. Ayrıca, farklı kuşaklardan ("dijital yerliler" ve "dijital göçmenler") gazeteciler arasındaki YZ adaptasyonu ve kullanım pratiklerindeki habitus farklılıklarının karşılaştırmalı olarak daha derinlemesine incelenmesi, alan içindeki kuşaklararası mücadele dinamiklerini anlamada önemli içgörüler sunacaktır. Son olarak, gazetecilik eğitimi müfredatlarının, bu çalışmada ortaya konan yeni beceri setleri (veri gazeteciliği, YZ okuryazarlığı, siber güvenlik) doğrultusunda nasıl güncellenmesi gerektiğine yönelik politika önerileri geliştirilmesi, sektörün geleceği için hayati önem taşımaktadır.

Nihayetinde bu tez, Türkiye'deki uluslararası gazetecilik habitusunun, köklü idealist motivasyonlarını ve hakikat arayışı illusio'sunu korurken, yapay zekâ çağının getirdiği teknolojik ve etik meydan okumalara karşı esnek ve stratejik bir adaptasyon süreci içinde olduğunu ortaya koymaktadır. Gazeteciliğin özündeki insan sezgisi, etik sorumluluk ve toplumsal misyon bilinci, bu dönüşümün ortasında en önemli sabitleyici olarak varlığını sürdürmekte ve bu dinamik alanın geleceğine dair eleştirel bir bakış açısı sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Y., Yılmaz, M. M., & Uybadın, A. (2022). Türkiye’de İletişim Sosyolojisi Çalışmaları Üzerine Tarihsel Bir İnceleme. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 20(39), 1-46. <https://doi.org/10.55842/talid.1110776>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Baritci, F., & Aydeniz, H. (2019). Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Medya: TRT World Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1551-1576. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.509054>
- Bedson, R., & Neveu, E. (2005). *Bourdieu and the Journalistic Field*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/259998854_Bourdieu_and_the_Journalistic_Field
- Benson, R. (2006). News Media as a “Journalistic Field”: What Bourdieu Adds to New Institutionalism, and Vice Versa. *Political Communication*, 23(2), 187-202. <https://doi.org/10.1080/10584600600629802>
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*.
- Bourdieu, P. (2006). *Pratik Nedenler*.
- Bourdieu, P. (2016). *Sosyoloji Meseleleri*.
- Bourdieu, P. (2017a). *Karşı Ateşler: Neoliberal İstila Karşı Direnişe Hizmet Edecek Sözler*. Sel Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (2017b). *Seçilmiş Metinler*. Heretik Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (2018). *Bir Pratik Teorisi İçin Taslak—Kabiliye Üzerine Üç Etnoloji Çalışması* (1. bs). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2020). *Sanatın Kuralları: Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı* (1. bs). ALFA.
- Bourdieu, P. (2021). *Televizyon Üzerine* (2. bs).
- Bourdieu, P. (2023). *Bekarlar Balosu*. Dergah Yayınları.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2023). *Düşünsel Sosyolojiye Davet* (2. bs).
- Bulut, S., & Karlıdağ, S. (2015). DİJİTAL GAZETELERİN EKONOMİ POLİTİĞİ. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.17680/akademia.02186>
- Cameron, D. (2008). Mobile journalism: Technology, Education and Ethics Conference 2008. *End of Journalism? Technology, Education and Ethics Conference 2008*, 1-6.
- Çavuş, S., & Ede, N. (2021). Tık Odaklı Habercilik: Türk İnternet Haber Medyası Üzerine Bir İçerik Analizi. *Selçuk İletişim*, 14(1), Article 1. <https://doi.org/10.18094/josc.811590>

- Çeğin, G., Göker, E., Arlı, A., & Tatlıcan, Ü. (2016). *Ocak ve Zanaat—Pierre Bourdieu Derlemesi*. <https://iletisim.com.tr/kitap/ocak-ve-zanaat/8029>
- Deuze, M. (2017). *Considering a possible future for Digital Journalism*. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.1>
- Duman, K. (2018). Arama Motorları ve İnternet Haberciliğine Etkileri: Türk İnternet Haber Medyası Örneği. *Selçuk İletişim*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.18094/josc.344522>
- Dursun, O. (2018). *Toplumu Pierre Bourdieu İle Düşünmek*. https://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/sayilar/2018_bahar/04_onur_dursun.pdf
- Ekström, M., Lewis, S. C., & Westlund, O. (2020). Epistemologies of digital journalism and the study of misinformation. *New Media & Society*, 22(2), 205-212. <https://doi.org/10.1177/1461444819856914>
- Franklin, B. (2014). The Future of Journalism: In an age of digital media and economic uncertainty. *Journalism Studies*, 15(5), 481-499. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.930254>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Hesmondhalgh, D. (2006). Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society*, 28(2), 211-231. <https://doi.org/10.1177/0163443706061682>
- Holman, L., & Perreault, G. P. (2023). Diffusion of innovations in digital journalism: Technology, roles, and gender in modern newsrooms. *Journalism*, 24(5), 938-957. <https://doi.org/10.1177/14648849211073441>
- Humprecht, E., & Esser, F. (2018). Mapping digital journalism: Comparing 48 news websites from six countries. *Journalism*, 19(4), 500-518. <https://doi.org/10.1177/1464884916667872>
- Hülür, H., & Yaşın, C. (2017). *Yeni Medya ve Geleceğin Gazeteciliğini Çerçevelemek*. <https://avesis.hacibayram.edu.tr/yayin/ff24f6b2-23e5-4a38-809b-bc0e2349771e/yeni-medya-ve-gelecegin-gazeteciligini-cercevelemek>
- Ince, G. B. (2019). Bourdieu Sosyolojisi Bağlamında Bir Alt-Alan Olarak Yerel Basın: İzmir Örneği. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 31, 35-65. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.482169>
- Işık, U., & Koz, K. A. (2014). ÇÖP YIĞINLARINDA HABER ARAMAK: İNTERNET GAZETECİLİĞİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA. *Humanities Sciences*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2014.9.2.4C0178>

- Karabağlı, T. (2020, Haziran 30). *The transformation of the News Industry from past to present* | *LinkedIn*. <https://www.linkedin.com/pulse/transformation-news-industry-from-past-present-tayfun-karabagli/>
- Karatabanoğlu, S. (2019, Mayıs 9). *Hem haberci, hem tasarımcı, hem yazılımcı: Değişen gazetecilik pratikleri*. <https://journo.com.tr/hem-haberci-hem-tasarimci-hem-yazilimci-degis-en-gazetecilik-pratikleri>
- Kersting, N. (Ed.). (2012). *Electronic Democracy*. Verlag Barbara Budrich.
- Koytak, E. (2012). *Tahakküme Hükmetmek: Bourdieu Sosyolojisinde Toplum ve Bilim İlişkisi*.
- Koytak, E. (2024). İsim, Büro, Reklam: Avukatlıkta Simgesel Sermaye Biçimleri. *Journal of Humanity and Society (insan & toplum)*, 14(4), 80-111. <https://doi.org/10.12658/M0747>
- Köse, E., Adıgüzel, Y., & Aynacı, C. (2024). Yapay Zekânın Gazetecilik Öğrencileri Üzerindeki Etkileri: Sakarya Üniversitesi Gazetecilik Bölümü Öğrencilerinin Yapay Zekâ Kaygı Düzeylerinin İncelenmesi. *Sakarya İletişim*, 4(2), 150-164. <https://doi.org/10.70684/silet.1558520>
- Lindner, A. M. (2017). Editorial gatekeeping in citizen journalism. *New Media & Society*, 19(8), 1177-1193. <https://doi.org/10.1177/1461444816631506>
- Meel, P., & Vishwakarma, D. K. (2020, Mayıs 12). *Meel, P. and Vishwakarma, D.K. (2020) Fake News, Rumor, Information Pollution in Social Media and Web A Contemporary Survey of State-of-the-Arts, Challenges and Opportunities. Expert Systems with Applications, 153, Article 112986. - References—Scientific Research Publishing.* <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3827779>
- Montopoli, B. (2005, Aralık 3). *The Craigslist Effect—CBS News*. <https://www.cbsnews.com/news/the-craigslist-effect/>
- Nielsen, R. (2019). *Reuters Dijital Haber Raporu*. <https://www.digitalnewsreport.org/2019/>
- Noor, R. (2016). Citizen Journalism vs. Mainstream Journalism: A Study on Challenges Posed by Amateurs. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 3(1), 55-76. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.3.1.4>
- Norman, J. M. (2005). *From Gutenberg to the Internet: A sourcebook on the history of information technology*. Historyofscience.com.
- Olgun, C. K. (2019). *Habercinin Değişen Habitusu—Televizyon Kanallarında Haber Üretim Süreçlerinin İşleyişi* (1. bs). Ütopya Yayınevi.
- Öztürk, Ş. (2020). Identity and Position of Journalists in Digital Culture. *New Media*.

- Perreault, G. P., & Ferrucci, P. (2020). What Is Digital Journalism? Defining the Practice and Role of the Digital Journalist. *Digital Journalism*, 8(10), 1298-1316.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1848442>
- Polat, A. (2022). Nitel Araştırmalarda Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Soruları: Soru Form ve Türleri, Nitelikler ve Sıralama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 161-182. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227335>
- Rogers, T. (2025, Mayıs 13). *Citizen Journalism and Its Powerful Role Outside the Mainstream Media*. ThoughtCo. <https://www.thoughtco.com/what-is-citizen-journalism-2073663>
- Savaş, M., & Danişmani, T. (2025). *BOURDİEU'NUN HABİTUS, ALAN VE SERMAYE KAVRAMLARI ÇERÇEVESİNDE YEREL BASIN: BOLU İLİ ÖRNEĞİ*.
- Sepetci, T. (2012). *Ağ Toplumunda İletişim, İktidar ve Karşı-İktidar*.
<https://avesis.akdeniz.edu.tr/yayin/37ef8cfb-fd8b-4166-8b43-fc274a75be3c/ag-toplumunda-iletisim-iktidar-ve-karsi-iktidar>
- Shedden, D. (2014, Eylül 24). Today in media history: CompuServe and the first online newspapers. *Poynter*. <https://www.poynter.org/reporting-editing/2014/today-in-media-history-compuserve-and-the-first-online-newspapers/>
- Sheffield, H. (2017, Aralık 15). *News Over Audio: The audio news startup for people who don't have time to read newspapers* | *The Independent* | *The Independent*.
<https://www.independent.co.uk/news/business/indyventure/news-over-audio-listen-newspapers-not-time-read-see-financial-times-alexa-amazon-a8111866.html>
- Standing, G. (2022). *Prekarya—Guy Standing*. <https://iletisim.com.tr/kitap/prekarya/10281>
- Steve Newman (Direktör). (2008, Mart 26). *1981 primitive Internet report on KRON* [Video recording]. <https://www.youtube.com/watch?v=5WCTn4FljUQ>
- Şener, O. (2017, Ekim 14). Haberciler teknolojiyi gerektiği gibi kullanamıyor. *Journo*.
<https://journos.com.tr/haberciler-teknolojiyi-gerektigi-gibi-kullanamiyor>
- Taşdemir, S. (2018, Ekim 21). Dijital medyada etik: Haberciler nelere dikkat etmeli? *newslabtürkiye*. <https://www.newslabturkey.org/2018/10/21/dijital-medyada-etik-haberciler-nelere-dikkat-etmeli/>
- The International Journalism Handbook Introduction*. (2025, Eylül 15). The International Journalism Handbook Introduction. <https://ijh.rodrigozamith.com/introduction/>
- Tofel, R. (2012). *Why American Newspapers Gave Away the Future*. Now and Then Reader LLC.
- Tokgöz, O. (2022). *Temel Gazetecilik*. İmge Kitabevi Yayınları.

Uzunoğlu, S. (2018). Gazeteci Emeğinin Dönüşümü ve Güvencesizleşme: Türkiyeli Dijital Haber Odalarının Serbest Muhabirleri Üzerine Bir Çalışma. *Moment Dergi*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.17572/mj2018.2.195218>

Ünal, R. (2012). *Mobil Video Haber Servisleri*.

Waterson, J. (2018, Temmuz 24). Guardian Media Group digital revenues outstrip print for first time. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2018/jul/24/guardian-media-group-digital-revenues-outstrip-print-for-first-time>

Yüksel, H. (2014). İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE BİLGİ KİRLİLİĞİ SORUNU. *Atatürk İletişim Dergisi*, 6, Article 6.

EKLER

EK-1: MÜLAKAT SORULARI

Uyarılar: Yalnızca kişinin verdiği cevaplara değil, kişinin karakteristik özellikleri, konuşma biçimi ve ortam da dahil olmak üzere her şeye dikkat edilecek ve not alınacaktır. Görüşme sonrası izlenimler yazılı bir şekilde kayıt altına alınacaktır. Yarı yapılandırılmış bir görüşme olması sebebiyle konuşma akışına bırakılacak ve her konuşmacıya sorular farklı bir sırayla sorulacaktır. Ancak konuşma sürerken cevap verilen soruların yanına tik atılacaktır ve tüm soruların cevaplanmasına özen gösterilecektir. Görüşmeler her görüşmeci için yaklaşık bir saat sürecektir.

1. BÖLÜM

1. Kişisel Geçmiş ve Aile

- Nerelisiniz? Doğma-büyüme mi oralısınız yoksa bir yerden mi oraya taşındınız?
- Medeni durumunuz nedir?
- Kaç yaşındasınız?
- Babanızın ve annenizin mesleği ve eğitimi nedir?
- Ailenizde gazeteci var mı ya da eskiden var mıydı?
- İlk yabancı dil eğitimi ne zaman ve nereden aldınız?
- Evinizde Türkçe haricinde hangi diller konuşuluyordu?
- Bugüne değin hangi şehirlerde yaşadınız?
- Aile içinde özel günler ve bayramlar nasıl kutlanırdı? Geçmiş düşündüğünüzde bu günler sizin için hangi çağrışımları oluşturuyor?

2. Eğitim ve Profesyonel Geçmiş

- İlkokul, lise ve üniversite eğitimlerini nereden aldınız?
- Bugüne değin hangi kurumlarda çalıştınız?
- İlk yurtdışı seyahatiniz ne zaman ve nasıl oldu? (bu kategoriden çıkar)
- Profesyonel anlamda (eğitim ya da iş olabilir) yurtdışıyla ilk bağlantınız nasıl gerçekleşti? (bu kategoriden çıkar)

3. Kişilik Örüntüleri

- Çocukluğunuzda ilham aldığınız ünlü figürler kimlerdi?
- Sosyal çevrenizle en çok hangi aktiviteleri gerçekleştiriyorsunuz?

4. Gazeteciliğe Yönelik İlgi ve Motivasyonlar

- Gazetecilik alanına ilgi duymanıza ne sebep oldu?
- Gazeteciliğe ilk adım attığınızda hedefleriniz nelerdi, şimdi nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Sizi bu meslekte en çok motive eden veya zorlayan unsurlar nelerdir?
- Dünyada ya da Türkiye’de ilham aldığınız ya da örnek aldığınız gazeteciler kimler?

5. Mesleki Deneyim ve Uzmanlık

- Çalışmalarınızda hangi habercilik türüne yöneldiniz (örn. araştırmacı gazetecilik, haber muhabirliği, yorumculuk)? Bu tercihinizi ne belirledi?
- Bugüne kadar sizi en çok etkileyen haber konusu veya röportaj neydi? Neden?
- Gazetecilik kariyerinizde karşılaştığınız en büyük zorluk neydi?
- Kariyeriniz boyunca sizi en çok gururlandıran başarınız ne oldu?
- Çalışmalarınızda sıklıkla ele aldığınız konular veya odak noktalar nelerdir?
- Röportajlarınızda veya haberlerinizde özellikle zorlandığınız kişi veya kurumlar oluyor mu? Bu tip durumlarla nasıl başa çıkıyorsunuz?
- Meslek tecrübenizi en çok kimden edindiniz? Üstad, usta kameraman vs kim? Ve bunlardan ne öğrendin?

6. Meslek Etiği ve Prensipler

- Mesleğiniz gereği en sık karşılaştığınız etik ikilemler nelerdir?
- Çalıştığınız kurumların habercilik yaklaşımı ile kendi kişisel habercilik değerleriniz arasında farklar var mı? Varsa nasıl uyum sağlıyorsunuz?
- Habercilik yaparken dikkat ettiğiniz kişisel prensipler ve kurallar var mı?

7. Kişisel Değerler ve Dünya Görüşü

- Dünyada en çok önemsedığınız toplumsal sorun nedir? Bu konuda gazeteci olarak bir etki oluşturabildiğinizi düşünüyor musunuz ya da sizin için gazeteciliğin böyle bir misyonu var mı?
- Sizce gazetecilik mesleğinin topluma sağladığı en önemli katkı nedir?
- Kendi hayat felsefenizi veya en çok inandığınız değerleri tanımlayabilir misiniz? Bu değerler işinize nasıl yansıyor?
- Türkiye Vatandaşlığı ve Türklüğe aidiyet

8. Teknoloji ve Dijital Medya

- Teknolojinin gazetecilik üzerindeki etkileri hakkında ne düşünüyorsunuz?
- Sosyal medya işinizde nasıl bir rol oynuyor?
- Gelecekte habercilik alanında hangi yenilikleri görmek isterdiniz?

9. Gazetecilik ve Küresel Bakış Açısı

- Küresel olayların yerel haberciliği nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?
- Farklı ülkelerde gazetecilik yapma deneyiminiz oldu mu? Kültürel farklılıklar haber dilinize veya tarzınıza nasıl yansıdı?
- Gazetecilik kariyerinizde küresel medya ile yerel medya arasındaki en büyük farkları nasıl değerlendiriyorsunuz?

10. Haber Kaynakları ve Araştırma Yöntemleri

- Hangi haber kaynaklarından besleniyorsunuz? Kaynaklarınızı doğrulama sürecinde nelere dikkat ediyorsunuz?
- Bir haber dosyasını hazırlarken hangi aşamaları takip ediyorsunuz?
- Uluslararası bir gazeteci olarak sizce haber yapım aşamasında yerel bir gazeteden ayrılan noktalarınız neler?

11. Meslek Hayatında Karşılaşılan Zorluklar

- Gazetecilikte karşılaştığınız en zor etik karar neydi?
- Mesleğin getirdiği psikolojik baskılarla nasıl başa çıkıyorsunuz?
- Haber yaparken tehdit, baskı veya sansürle karşılaştığınız oldu mu? Böyle durumları nasıl yönetiyorsunuz?

12. Kariyer Gelişimi ve Gelecek Planları

- Gazetecilik alanında gelecekte kendinizi hangi pozisyonda veya uzmanlık alanında görüyorsunuz?
- Mesleki gelişiminiz için aldığınız veya almak istediğiniz özel bir eğitim var mı?
- Gazetecilik kariyerinizin sonlarına yaklaştığınızda geriye dönüp baktığınızda neler başarmış olmayı umut ediyorsunuz?

13. İdeal Gazeteci Profili ve Geri Bildirimler

- Size göre iyi bir gazeteci olmanın en önemli üç özelliği nelerdir?
- Okuyucu veya izleyicilerinizden aldığınız geri bildirimler çalışmalarınızı nasıl etkiliyor?

14. Kişisel İlgi Alanları ve Hobiler

- Gazetecilik dışında ilgi duyduğunuz başka meslek dalları veya hobiler var mı?

2. BÖLÜM

1. Mesleki Kimlik ve Yapay Zeka Algısı

- Habercilik mesleğini nasıl görüyorsunuz? Yapay zekanın bu meslek içindeki rolü hakkında ne düşünüyorsunuz?
- Yapay zeka gazetecilik mesleğini nasıl etkiliyor? Mesleki değerleriniz açısından bir tehdit olarak görüyor musunuz?
- Gazetecilik alanında yapay zekanın kullanımına ilişkin etik kaygılarınız var mı?

2. Çalışma Sosyolojisi ve Prekarizasyon

- Yapay zekanın iş güvenliğinize veya gelecekteki kariyerinize nasıl bir etkisi olacağını düşünüyorsunuz?

- Medya sektöründeki güvencesizlikle yapay zeka arasında bir bağlantı görüyor musunuz?
- Yapay zeka araçları sizin için bir iş kolaylaştırıcı mı, yoksa işinizi tehdit eden bir unsur mu?
- Çalıştığınız kurum yapay zeka teknolojilerine nasıl yaklaşıyor? Bu durum sizin çalışma koşullarınızı etkiliyor mu?

3. Teknoloji-Toplum İlişkisi

- Yapay zekayı haber üretim sürecinde kullanıyor musunuz? Eğer kullanıyorsanız, hangi aşamalarda?
- Yapay zekanın gazetecilikteki rolünü toplum nasıl algılıyor? Sizce bu algı gerçeği yansıtıyor mu?
- Yapay zeka tarafından üretilen içerikler ile insan eliyle üretilen haberler arasındaki farkı nasıl tanımlarsınız?
- Sizce yapay zekanın gazetecilik mesleğine etkisi konusunda kamuoyunda yeterli farkındalık var mı?

4. Gelecek Öngörülleri ve Kişisel Kaygılar

- Önümüzdeki 10 yıl içinde gazetecilik mesleğinde yapay zekanın rolü nasıl olacak?
- Meslektaşlarınız arasında yapay zeka konusunda yaygın kaygılar var mı? Eğer varsa, bunlar genellikle hangi konularla ilgili?
- Yapay zekanın gazeteciliği dönüştürdüğü en büyük alan nedir?
- Eğer gazetecilik mesleğinde yapay zekaya karşı bir adaptasyon süreci olursa, sizce gazeteciler bu sürece nasıl hazırlanmalı?