

SIYASAL İLETİŞİM, “SANAL SERBEST KÜRSÜLER” VE İLETİŞİM ETİĞİ *

Doç. Dr. Ece İNAN
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi
Arş. Gör. Burak PEKÜN
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

ÖZET

Politika, yurttaş ve medyanın bütünleştiği alan olan siyasal iletişim, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile kullanım açısından kolaylaşırken, aslında içerik açısından daha da karmaşık bir hal aldı. Elektronik medya kapsamında tanımlanmakta olan internet üzerinden sağlanan serbest iletişim ortamı, teknolojiye dayalı enformasyon kültürünün süphesiz bir gereği olarak karşımıza çıkmakta ve sosyal varlık değerini kendine yüklemektedir. On-line tartışma ortamları ve Türkçemizde henüz deşifre edilmemiş, Blog olarak adlandırılan kurumsallaşmış ve endüstriyel hale gelmiş, anaakım medya yapısından uzak bireysel paylaşım alanları ya da “sanal serbest kürsüler” sivil medya kavramının özünü teşkil etmektedir. Tartışılması gereken bir diğer husus ise, şimdilik demokratik ifade özgürlüğünün bir iletişim ortamı olan blogların ve sosyal medyanın, sonunda nasıl kendi kamuoylarını yarattığı ve kendi etik değerlerini de gündeme getirmekte olduğudur. Bu bağlamda bu bildiri çalışmasında, modern iletişimin artık bir parçası olan bu “sanal serbest kürsü”lerin uygulama ve iletişim etiği açısından değerlerinin dünyadan örneklerle tartışmaya açılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim, Sosyal Medya, Sivil Medya, Etik

GİRİŞ

Sosyal/Toplumsal Medya

1980’lerden itibaren Batı dünyasına karşı izlediği yakınlık politikaları ve Türkiye’nin 21. yüzyıla internet, uydu yayınları ve özelleştirmelerle girmesi kitle iletişim araçlarının örgüt yapılarında önemli değişikliklere sebep olmuştur. Gelişmeler Türkiye’de kitle iletişim sektöründe siyaset ve sermaye oyunları oynanmasına, kitle iletişim alanında mülkiyet ilişkileri büyük tekellerin kurulmasına gitmiş ve tekeller arasında kuralsız ver genellikle halka yansıtılan seviyesiz çatışma ve rekabetlerin çıkmasına sebep olmuştur. (Alemdar, Erdoğan.2005:426-427)

Günümüzün sıkça tartışılan kavramlarından sosyal medya ya da toplumsal medya ise, her türü ile beraber, sivil toplumun ve sivil katılımın gelişimi ile bağlantılıdır. Uluslararası Medya Birliği ve İletişim Araştırmaları, toplumsal medyanın “kökenine indiğini, dolaşıma soktuğunu ve sivil toplum tarafından dile getirildiğini,”belirtmektedir. Rennie toplumsal

* Bu çalışma, 7-9 Tarihleri arasında Elazığ Fırat Üniversite’sinde düzenlenen 1.Medya ve Etik Sempozyumu’nda sunulmuştur.

medyanın üretimindeki sivil toplum ögesini vurgular. Toplumsal medyanın demokratik ve katılımcı doğası, sosyal hayatın farklı sektörleri içerisinde yitip giden sosyal görev kavramının yeniden keşfine imkan sağlar. Rennie şunu vurgulamaktadır: "sivil toplum iletişim platformlarını gerekli kılar." Dolayısı ile toplumsal medyaya kolektif sivil sesin kendini ifade edebileceği bir araç olarak bakılabilir." (http://en.wikipedia.org/wiki/Community_media)

İletişimin kitleleşmiş medya biçimlerine somut bir alternatif olarak gelişen toplumsal medya, felsefi olarak kendisini pazar etkilerinin dışında tutar. Rennie, toplumsal medyanın üretiminde ticari güçlerle ortaklıktan katı şekilde kaçınma çabasına rağmen, pazarla ilişkinin arzu edilir olduğu bazı dönemlerin de mevcut olduğunu belirtiyor. Bu tip etkileşimlerle, toplumsal ilgi ve hedeflere bağlı kalma prensibinden ödün vermeden, marjinalleşmenin önü kesiliyor. Toplumsal medya yerel haber ve bilgilerin yayınlandığı bir araçtır. Medyanın giderek daha az sayıda kişinin elinde tutulması, toplumu etkileyen yerel haberlerin aktarılması işinin göz ardı edilmesi ile neticelenmiştir. Toplumsal medya, bireyleri etraflarında gelişip, kendilerini etkileyen olaylara dair bilgilendirerek bu duruma bir çözüm sunmaktadır.

Bir bütün olarak toplumsal medya ile *grassroot (siyasi parti temelli)* medya arasındaki önemli ayrımın da netleştirilmesi gerekir. Toplumsal medya yerel düzeyde doğrudan medya işi olabileceği gibi parametreleri ulusal, uluslar arası hatta küresel olan bir toplumla ilgili bir konuda da yoğunlaşabilir. Diğer taraftan, grassroot medya ise Mediageek'ten Paul Riismandel'in tanımladığı şekli ile, tartışmayı daraltmak ve netleştirmek işlevine yoğunlaşır. Katılım ve erişim anlamında toplumsal medyayı örnek alan ancak farklı sosyal, politik ve organizasyon stratejileri takip eden medya biçimleri de vardır. Bu tip kitlese olmayan medya tiplerinin bazıları arasında alternatif medya, radikal medya, demokratik medya, katılımcı medya, gelişim medyası ve yurttaş medyası vardır.

ABD'de egemen medyanın uygulamalarına tepki olarak gelişmiştir. Eski değerlere dönüş (Back to old values) sloganı ile 1950'lerde 1960'larda iktidara karşı toplumu, halkı, yurttaşları temsil eden gazetecilik anlayışına geri dönülmesini savunmaktadır. Bu anlayış kuramsal alt yapısını Denis McQuail'in "Katılımcı Demokratik Medya Kuramı"nda bulmuştur (Mora.2008: <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=7746>). Bugün artık pazar öncelikli toplumsal yapı yerini yurttaş öncelikli yapıya bırakmıştır ki özellikle İnternetin sağladığı olanakla herkes, basından ve haber ajanslarından bağımsız olarak kendi haber gündemini yaratabilme gücüne sahip olduğunu görmüştür. (Bardoel ve d'Haenens, 2004: 172) Bu noktada "**haber değeri, gündem oluşturma ve eşik beğenisi**" üçlemesinin yeni oluşum içerisindeki yeri yeniden gözden geçirilmelidir.

Denis McQuail, kuramında, yurttaşların en temel hakkı olan bilgi edinme özgürlüğünün önünde engel oluşturan tekellere karşı, küçük ölçekli, yerelleşmiş ve etkileşimci iletişim araçlarının halkın katılımını sağlamada daha etkili olacağını savunmaktadır. Bu kuramın temel hareket noktası, kaynak konumundaki kitle iletişim araçlarını değil, okuyucu, izleyici, dinleyici olan hedef kitleyi ön plana almaktır. Bu bağlamda kuramın önermelerini şu şekilde sıralayabiliriz :

(Mora.2008: <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=7746>)

1. Medyanın var oluş nedeni şirketler ya da müşteriler değil, halktır.
2. Medyanın örgütlenmesine ve içeriğinin belirlenmesine siyasi otorite etki etmemelidir.
3. İletişim, bu alanda çalışanların inisiyatifine terk edilemeyecek kadar önemlidir.

4. Gruplara, örgütlere ve yerel topluluklara kendi medyalarına sahip olma hakkı tanınmalıdır.
5. Yurttaşlar ve azınlık grupları, medyaya erişme ve gereksinim doğrultusunda bilgilendirilme ve hizmet edilme hakkına sahip olmalıdırlar.

İnternet, Bilgi Toplumu, Siyasal Katılımdaki Vatandaşlar ve Sivil Medya

Bilişim ve iletişim teknolojilerindeki son yıllardaki gelişmeler siyasi yaşamda ve demokratik toplumların ve kurumların işleyişinde yeni kapılar açmaktadır. İnternet, gerek yurttaşlar arasındaki ve gerekse, seçilmiş görevliler ile seçmenleri arasındaki iletişimi büyük bir değişime uğratmaktadır. Hükümetin yurttaşlara ve yerel yönetimlerin vatandaşlara erişiminde yeni yöntemler ortaya çıkmaktadır. İletişim ve Bilgi Teknolojileri iki taraflı çalışan bir iletişim kanalı açmıştır. Bir taraftan seçilmiş görevliler seçmenlerine kendilerini, çalışmalarını, düşüncelerini anlatabilmekte, diğer taraftan da seçmenler temsilcilerine isteklerini, sorunlarını, özlemlerini aktarabilmektedirler.

"İnternet ortamı, internetin temelini oluşturan geribesleme kavramına da zenginlik getirmiş ve daha hızlı ve aktif etkileşim ortamı yaratılmasını sağlamıştır." (İnan, 2009: 160) "Güçlü demokrasi yandaşları internetten çok şey beklerken, gerçekten internetin demokratik bir alternatif olup olmayacağını sorgulamıyor da değildir. Bir yandan internetle birlikte, Eski Yunan'da Atina'da Polis'e özgü doğrudan demokrasinin diriltilebileceği umulurken, diğer yandan internetin sunduğu simetrik iletişim biçiminin kamusal alanı, tüm yurttaşlara açık olan bir meclis demokrasisi idealine yaklaştırabileceğine değinilmektedir." (Tokgöz, 2008: 295)

İnternet, okuyucu/izleyici ile etkileşimli bir yayıncılık bakımından da diğerlerine göre üstünlükler taşımaktadır. Bugün gelinen noktanın, internete ilişkin teknolojiler açısından henüz bir emekleme devresi olduğu düşünülürse bu olanakların yakın bir gelecekte, eski medya geleneklerinin olumsuzluklarını aşabilen bir perspektifle daha güçlü bir şekilde kullanılabilceği beklenmelidir. Ancak bu dönüşüm, sadece teknolojik değil politik bir bağlamı da içermektedir.

(Atabek,2008: <http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/altermedya.html>)

18'inci yüzyılda Fransa'daki "café"lerde (coffee houses) geçen diyalogları kullanarak, kamusal alanın coğrafi olarak kafelerde ve salonlarda konumlandığının altını çizen Habermas'a göre, politik sorunların akılcı tartışıldığı yer kamusal alandı ki, burjuva kültürünün kahvehaneler, entelektüel ve edebiyat salonları ve yazılı basın gibi merkezler etrafında gelişmesiyle parlamenter demokrasi mümkün olabildi. Bu da Aydınlanmanın eşitlik, insan hakları ve adalet ideallerini ileri götürebildi. Halk alanında bir çeşit akılcı fikir alışverişi ve eleştirel tartışma normu kılavuzdu ve kişinin tartıştığı fikirlerin gücü kişinin kimliğinden daha önemliydi. Ancak sivil toplumun kamu alanı, politikacılar ve popüler kültür ürünü olan yıldızlar tarafından sömürgeleştirilmektedir. Artık özel alan gerçek bir potansiyel etkiye sahip değildir ve kamusal bir şov görünümüne sahiptir.(http://tr.wikipedia.org/wiki/J%C3%BCrgen_Habermas). Habermas'a göre, devlet ve toplum arasında yer alan kamu alanı kavramı, bireylerin bilgilerinin ve bakış açılarının iletişiminin sağlandığı bir ağ yapısıdır. (Castells, 2008: 616)

Sivil medya kavramı, aslında kurumsalmış, ticari işlevi de bulunan iletişim kanalı yapılanmalarının ötesinde, bunlardan farklı olarak, tamamen toplumsal olaylara karşı bireyin sesini duyurma, bilgi iletme ve paylaşma "güdüsü"nden de yola çıkarak oluşmakta

olan ve bu oluşumda erişim, etki ve maliyet açısından oldukça elverişli olan Internet ya da mobil teknolojileri kanal olarak kullanan bireysel girişimleri tanımlamaktadır.

Massachusetts Institute of Technoloji (MIT) bünyesinde 2009 kurulan Center For Future Civic Medya birimi ise adına da yansıtıldığı üzere aslında konunun temelini yani “medyanın geleceğinin tamamen salt bireyin idaresinde ve seçiminde olduğunu vurgulamaktadır. Bu birimin sivil medya tanımı ise şöyle belirtilmektedir: (<http://civic.mit.edu/what-is-civic-media>)

“Sivil medya, toplum içerisindeki sosyal bağları kuvvetlendiren ya da güçlü bir sivil katılım hissi yaratan hertürlü iletişim şeklidir. Sivil medya, haber toplama ve muhabirliğin ötesinde bir kavramdır.”

Buna göre politik, sosyal ve çevre bilincine dair konularda sivil medya aynı zamanda hem bireysel hem de daha sonra sonrasında ortak bilinç hareketine doğru giden bir aktivizm sağlama yetisine sahiptir.

Örneğin, günümüzde sivil medyanın önemli bir parçasını oluşturmakta olan bloglarla ilgili ilk çalışmalardan birini yapan Torril Mortensen ve Jill Walker da, bireylerin kendi kişisel hayatlarını internete taşımalarıyla Habermas’ın kamusal alan teorisini yeniden gündeme getirdiklerinin altını çizmektedir. (www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs in context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf) Mortensen ve Walker, modern dünyada kamusal tartışmalara katılmanın anlamını yitirdiğini vurgulamaktadırlar. Örneğin televizyonda artık özel ve kişisel bakış açıları kamuoyunu etkilemek potansiyeline sahip değildir ve kamusal gösterinin bir parçası haline gelmiştir. Ancak bloglar, 19. yy. başlarındaki cafe evlerin ve salonların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bloglar aracılığıyla kişisel düşünceler tartışılmakta ve sonuçta kamunun gündemi oluşturulmaktadır. Bloglar, kamusal alan ve özel alan arasında yer alan salonlarda konumlanmıştır. Bir birey tarafından yazılan bloglar tamamen subjektiftir. Webloglar bireyleri kamusal alana bağlarlar. 11 Eylül saldırısı, kişisel düşüncenin ve deneyimin değişkenlik göstermeyen bir iletişim aracına nasıl gereksinim duyduğuna gösterilecek örneklerden biridir. Amerika’nın her türlü terörü Afganistan’lı Müslümanların yarattığına ilişkin tanımı üzerine webloglar oldukça sarsılmış ve otoritelerle aynı görüşü yansıtmayan tartışmalar yaşanmıştır. Saldırı sonrası normalden %22 oranda daha fazla blog yazısı oluşturulmuştur. (www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs in context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf)

Öte yandan, sivil medyanın yarattığı bir takım eksiklikler ya da yanlış uygulamalar da mevcut. Merkezi Hollanda’da bulunan Humanist Institute for Development Cooperation, HIVOS’un 2005-2008 yılları arasında ele aldığı sivil insiyatif ve sivil medya programında elde edilen verilere göre (<http://www.expressionunderrepression.org/var/intranet/storage/original/application/9c786d5e67907ed471dd78d48008e316.pdf>); öncelikle, dijital medya bir dizi olumsuz mesaj vermek ve politikaya şiddet karıştırmak ya da çocukları istismar etmek için de kolayca kullanılabilir. İkinci olarak, dünyanın çoğu bölgesinde internet erişimi hala kentlerle sınırlı, dolayısı ile kitlelere ulaşmak için hala geleneksel medyaya ihtiyaç var. Televizyon, radyo, gazeteler ve dergiler hala güçlü medya araçları olarak kendilerini muhafaza etmekte. Üçüncü bir nokta ise internetin doğruluğu, yani aynı zamanda kontrol edilmemiş yanlış bir bilgi kaynağına da dönüşmüş olması. Dolayısı ile bağımsız ama aynı zamanda güvenilir ve profesyonel bir medya (partizan olmayan ve hükümetlerden bağımsız olan) ihtiyacı hala demokratik ve adil bir toplum yaratmanın temel taşlarından biri olarak duruyor. Bu noktada sivil toplum

örgütleri, bağımsız profesyonel medya ile ilişkilerini sıkılaştırırken bir taraftan da toplumsal medyayı güçlendirip yeni medya olanakları ile bağlantılı hareket edebilirler.

İletişim Etiği Üzerine

Bundan tam 10 yıl önce 1999'da, Levine, Locke, Searl ve Weinberger'in iletişim ve özellikle iş dünyasında bir öncülük yaparak literatüre kattığı ve temelde 95 tane teoriden oluşan Cluetrain Manifesto'su (<http://cluetrain.com/book/95-theses.html>), bize özellikle yeni medyanın ortaya çıkması ile iletişim dünyasının değerlerinin nasıl da değiştiğinin bir göstergesi olmuştur. Yeni iletişim ortamının artık özellikle etik kuralların uygulanması bakımından farklılıklar yarattığını gayet özet olarak aktaran bu bildirgenin özellikle pazarlama ve işdünyasına yönelik olduğu ilk anda düşünülse de, aslında iletişim mecrasının yeni yüzünün, iletişim etiği değerlerini nasıl da değiştirdiğinin vurgulanması açısından önem olduğu da tespit edilmelidir. Değişen koşulların ve günümüzde Internet'in sağladığı karmaşıklaşan "*iletişim aurasının*", beraberinde taşıdığı değerlerin de gözden geçirilmelere yol açtığına saptanmasını bu noktada yapabiliyoruz aslında

Bir halkın bir düşünce sisteminin, uygarlık biçiminin kültürde yansıması olarak tanımlanabilen etik kavramı ise temelini Yunanca dan Latince'ye geçen ethos kelimesinden almaktadır. (Türkoğlu, 2003: 222) İletişim mesleklerinin tamamı göz önüne alındığında, iletişimin doğası gereği güven, istikrar ve doğruluk ilkelerinin başarının temel şartı olduğu ortadadır. Gazetecilik ve halkla ilişkiler yönetimi, toplumsal ve kurumsal bilgilendirme ve sağlıklı iletişim zeminleri yaratarak, kamuoyu oluşturmak anlamında birbirlerine destek vermesi gereken alanlar olduklarından, etik ve mesleki sadakat içeren alanlarının da beraber ele alınması doğru bir yaklaşım olacaktır. (İnan, 2009: 229)

Etik kavramı aslında sosyal sorumluluk anlayışının temel şartıdır. Herhangi bir meslek mensubunun görevini yaparken hissettiği sorumluluk duygusu ve meslek ahlakı, bir yandan kendisinin toplumsal yaşantı içerisindeki yerini belirlerken, diğer yandan da *toplumsal kalkınmayı* sağlayacaktır. Bu sebeple, genellikle gazetecilik-etik ve halkla ilişkiler-sosyal sorumluluk kavramlarını yanyana getirilseler de, bunların tümünün bir potada eritilmesi gereken, bağdaşık konular oldukları inancını taşımaktayım. Buradaki *bağdaşıklık*, biri olmazsa diğerinin bir anlam taşımayacağı ve topluma katkısı olmayacağı şeklindedir. (İnan, 2009: 229)

İletişim etiği dediğimiz kavram ise, içinde bulunulan durum (context), kültür, kanal ve medya bağlamında, sorumlu düşünme, karar verme ve iletişim geliştirebilme ile tanımlanabiliyor. Bununda ötesinde iletişim etiği, gerçeği, adaleti, sorumluluğu, kişilik bütünlüğünü ve kendine ve diğerlerine saygı nosyonlarını besleyerek, insana verilen değer artırılmasını amaçlamaktadır.

(<https://teach.lanecce.edu/kenz/llc/userpages.html?thispage=68>).

Merkezi İngiltere'de bulunan İletişim Etiği Enstitüsü (The Institute of Communications Ethics)nün yayın ve çalışmaları ise özellikle global medya çağında gerek politika, gerek magazin ve güncel hayat ve gerekse de haber medyası alanında iletişimdeki etik değerlerin daha da karmaşık bir hale geldiğini vurgulamaktadır. Örneğin bu Enstitünün kurucularından Robert Bennett Jan ve Marinus'un derlemesindeki "*On Dialogue: A Self-Development Tool*" başlıklı bölümünde, iletişim etiğinin çözümlenmesi için 5li çember modelini önerir. (Bennett, 2006: 149) Bu Modele göre, disiplin, çıktılar, yöntem, teori ve uygulama, 5'lisi bir çemberdöngüsü halinde birbirini izleyen ve etkileşim içerisinde olan

alanlardır ve bu noktada Bennett, teoriyi Jurgen Habermas'ın yaşanan dünyanın sistem dünyası üzerindeki ayrıcalıklı konumu, "*privilege the lifeworld over the systemworld*" saptamasına dayandırarak, kamu alanında (*public sphere*) olduğu gibi bunu iletişim eyleminin çift yönlülüğüne bağlar. Bu noktada iletişim etiği de çift yönlü gözetilmesi gereken bir anlayış ve kavram niteliği taşımaktadır.

Sonuç

Habermasçı yaklaşımdaki kamu alanı yapısı kapsamında ele alındığı takdirde, özellikle politik ve sosyo-politik konuların, yeni iletişim teknolojileri ile paylaşımına açıldığı sahalar aslında sivil medya olarak tanımlayabileceğimiz ve kurumsal medya yapısından bizleri uzaklaştıran ve çok sesliliği beraberinde getiren birer *Sanal Serbest Kürsü* niteliğindedir. Haber değeri, gündem oluşturma ve eşik bekciliği nosyonlarını bu noktada, söz konusu iletişim ortamındaki bireyin kendisi meydana getirir ki bu otokontrollü serbest iletişim ortamlarının özellikle siyasal iletişim gibi hayli devinimli bir iletişim uygulama sahasına gözle görünür bir katkısı olduğunu belirtmek yerinde olacaktır.

Cep telefonlarına, kişisel bilgisayarlara iletilen bu doğaçlama haber aktarımları, bilgi ve imaj paylaşımları, bir yanda iletişim ortamını zenginleştirir ve hedeflendiği gibi *çift yönlü iletişim platformu* haline getirebilirken, öte yanda Internetin global medya olma özelliğinden kaynaklanan, örneğin bilginin ve kaynağın doğruluğunun sorgulanması gibi, temkinli yaklaşımları da beraberinde getirmektedir. Bu noktada bu sanal serbest kürsülerle ilgili bir çekince de hiç şüphe yok ki, yarattığı özgür ve organizasyonel eşik bekciliği kurumunun kontrolüne girmeden ilerleyen bu mesajlarda, mesajı ileten tarafın yani kaynağın ne derece otokontrol ve sosyal sorumluluğa sahip olduğu gerçeğidir. Özellikle toplumsal katılım, aktivizm ve sosyalleşme açısından maliyeti düşük, kolaylıkla ulaşılabilen birer iletişim alanı açan bu yeni iletişim teknolojilerini kullananların, bireysel medya okuryazarlığı yetilerinin gelişmiş olmaları, ancak bu sanal serbest kürsüleri sağlıklı ve demokratik iletişim sahası haline getirecektir.

Internet ve Demokratik Vatandaşlık (*Internet and Democratic Citizenship*) kitabında Coleman ve Blumler'ın belirttikleri gibi (2009: 117), aslında Habermas'ın teorisine dayalı olarak, sivil medya kavramı, aşağıdan yukarıya doğru işleyen bir E-demokrasi yapısını oluşturmaktadır. Bu yapı, yukarıda da irdelediğimiz gibi, kurumsal kontrollü iletişim kanallarının ötesinde, özellikle siyasal iletişimdeki aktör kavramı ile ele aldığımızda, vatandaşın demokratik katılımı perçinlemekte, politik fikir ve demokratik eylemlerin şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Öte yandan sadece politik fikir altyapısı ve paylaşım yaratmak değil, toplumsal yaşamın gereği olan ve vatandaşları etkileyebilecek hertürlü sosyal olayda da, kurumsal anaakım medyadaki haber eleme süzgecine takılmadığı için daha hızlı iletişim kurma imkanı sağlamaktadır. Online medyada, bloglar, haber grupları, tartışma odaları, e-mail ve hatta dijital tv gibi bir yapılanmaya da giden geniş yeni medya uygulamaları katılımcı ve müzakereci demokrasiye katkı sağlayabilmesi açısından tabii ki önemlidir. Ancak, her tür yeni oluşum ve yapılanmanın getirdiği toplumsal ve evrensel değerlere adaptasyon süreci de, iletişim teknolojilerindeki başdöndürücü gelişimin imkan tanıdığı değişim ortamının özümsemesi zorunluluğunu getirmektedir. Özellikle bu tür sivil medya ya da sanal serbest kürsüler dediğimiz yapılarda, bireysel, sosyal etik, sağduyu ve sosyal sorumluluk kavramları açısından, sosyal bütünlüğün korunması anlamında, daha hassas ve dikkatli olunması gerektiğini de bir kere daha altı çizilmelidir.

Kaynakça

Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan (2005) Öteki Kuram: Kitle İletişiminde Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. 2. Basım Ankara: Erk Yayınları

Atabek, Ümit. <http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/altermedya.html>

Bardoel, Jo ve d'Haenens, Leen (2004) "Media Meet the Citizen: Beyond Market Mechanisms and Government Regulations, *European Journal of Communication*, Sage Publications, 19.

Castells, Manuel (2008) "The New Public Sphere, Global Civil Society, Communication Networks and Global Governance", *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*

Coleman, Stephen ve Blumler, Jay (2009), *Internet and Democratic Citizenship*, Cambridge.

İnan, Ece (2009), *Halkla İlişkilerde Medya Yönetimi*, Referans Yayıncılık, 2. Baskı, İstanbul

Jonker, Jan ve Cornelis de Witte, Marinus (2006) *Management models for corporate social responsibility*, Springer, ABD

Mora, Necla "Kavramları Doğru Kullanmak: Yurttaş Gazeteci Ve Yurttaş Gazeteciliği", <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=7746>

Mortensen, Torill ve Walker, Jill. "Blogging thoughts: personal publication as an online research tool", www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs in context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf

Tokgöz, Oya (2008) *Siyasal İletişimi Anlamak*, İmge Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara

Türkoğlu, Nurçay (2003) *Kitle İletişimi ve Kültür*, Naos yayınları

http://en.wikipedia.org/wiki/Community_media

http://tr.wikipedia.org/wiki/J%C3%BCrgen_Habermas

<http://www.expressionunderrepression.org/var/intranet/storage/original/application/9c786d5e67907ed471dd78d48008e316.pdf>

<http://civic.mit.edu/what-is-civic-media>

<http://cluetrain.com/book/95-theses.html>

<https://teach.lanec.edu/kenz/llc/userpages.html?thispage=68>