

DOI: <https://doi.org/10.36719/2706-6185/53/52-57>

Könül Niftəliyeva

Bakı Dövlət Universiteti

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru

<https://orcid.org/0000-0003-3565-5421>

kenul.nifteliyeva@gmail.com

Maral Nəcəfli

Bakı, Azərbaycan

<https://orcid.org/0009-0004-1254-4969>

maralnajafli1995@gmail.com

Gündəmin müəyyən edilməsi nəzəriyyəsi kontekstində vətəndaş jurnalistikası: Rəqəmsal iştirakın ictimai sfera üzərində təsiri

Xülasə

İnternetin geniş vüsət alması və Web 2.0 texnologiyalarının inkişafı fərdlərin aktiv informasiya istehsalçılara çevrilməsinə səbəb olmuşdur. Bu dəyişiklik nəticəsində meydana gələn vətəndaş jurnalistikası ictimai sferada çoxsəsliliyin artmasına və alternativ perspektivlərin formalaşmasına mühüm töhfə vermişdir. Rəqəmsal platformaların yaratdığı imkanlar fərdi təşəbbüslərin güclənməsinə şərait yaratmış, beləliklə ənənəvi media orqanlarının informasiya axını üzərindəki inhisarını zəiflətməmiş və ictimai debatların mövzu müxtəlifliyini genişləndirmişdir. Habermasın “ictimai sfera” anlayışı çərçivəsində vətəndaş jurnalistikası fərdlərin ictimai rəyin formalaşmasında iştirak imkanlarını artıraraq demokratik müzakirə mühitinin inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərmişdir. Bununla belə, rəqəmsal mühitin genişlənməsi kiberzorakılıq, dezinformasiya və sosial qütbləşmə kimi yeni riskləri də gündəmə gətirmişdir. Bu tədqiqatda vətəndaş jurnalistikasının ictimai gündəmin formalaşmasındakı rolu, rəqəmsal iştirakın ictimai sferaya təsiri və yeni media mühitində yaranan imkanlar sistemli şəkildə təhlil edilmişdir.

Açar sözlər: gündəmin müəyyən edilməsi nəzəriyyəsi, rəqəmsallaşma, ictimai sfera, vətəndaş jurnalistikası

Konul Niftaliyeva

Baku State University

PhD in Philology

<https://orcid.org/0000-0003-3565-5421>

kenul.nifteliyeva@gmail.com

Maral Najafli

Baku, Azerbaijan

<https://orcid.org/0009-0004-1254-4969>

maralnajafli1995@gmail.com

Citizen Journalism in the Context of Agenda-Setting Theory: The Impact of Digital Participation on the Public Sphere

Abstract

The widespread expansion of the internet and the development of Web 2.0 technologies have transformed individuals into active producers of information. As a result of this change, citizen journalism has made significant contributions to increasing polyphony in the public sphere and shaping alternative perspectives. The opportunities created by digital platforms have strengthened individual initiatives, thereby weakening the monopoly of traditional media outlets over information flows and broadening the thematic diversity of public debates. Within the framework of Habermas's

concept of the “public sphere,” citizen journalism has enhanced individuals’ ability to participate in the formation of public opinion, thus influencing the development of a democratic deliberative environment. However, the expansion of the digital environment has also brought new risks such as cyberbullying, disinformation, and social polarization. This study systematically analyzes the role of citizen journalism in shaping the public agenda, the impact of digital participation on the public sphere, and the opportunities emerging in the new media environment.

Keywords: *agenda-setting theory, digitalization, public sphere, citizen journalism*

Giriş

Müasir dövrdə informasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı, media vasitələrinin formasını dəyişdirməklə yanaşı, onların cəmiyyətdəki rolunu və əhəmiyyətini də xeyli dərəcədə artırmışdır. Media yalnız texnoloji yenilənmə ilə kifayətlənməmiş, eyni zamanda cəmiyyətə təsir gücünü genişləndirərək əsas informasiya mənbələrindən birinə çevrilmişdir. Bir fenomenin cəmiyyətdəki əhəmiyyətinin artması, onun təsir gücündə də paralel bir yüksəlişə səbəb olur. Bu baxımdan medianın ictimai həyatdakı təsir imkanları da nəzərəcarpacaq dərəcədə genişlənmişdir. Medianın cəmiyyətə təsiri məsələsi 20-ci əsrin əvvəllərindən etibarən akademik müzakirələrin əsas mövzularından birinə çevrilmiş, müasir dövrdə isə bu müzakirələr daha da dərinləşərək müxtəlif sahələrə şaxələnmişdir (İplikçi, 2015, s. 21).

Bu gün artıq geniş şəkildə qəbul edilir ki, media sadəcə informasiyanı ötürən passiv bir vasitə deyil. Əksinə, o, cəmiyyətə hansı hadisələrin və mövzuların ön plana çıxarılacağını müəyyən edən, ictimai rəyin formalaşdırılmasında və yönləndirilməsində fəal rol oynayan bir ünsür funksiyası daşıyır. Mediada yayımlanan bir xəbər yalnız informasiya ötürmək məqsədi daşmır, eyni zamanda cəmiyyətin diqqətini hansı məsələlərə yönəltmək lazım olduğu barədə şüuraltı siqnallar ötürür (Güz, Hazar, & Topbaş, 2018, s. 5).

Xüsusilə “gündəmin müəyyən edilməsi nəzəriyyəsi” (agenda-setting theory) çərçivəsində aparılan araşdırmalar göstərir ki, medianın təsir mexanizmləri xəbərlərin təqdim olunma üslubu, istifadə edilən dil, seçilən vizual elementlər və vurğulanan məqamlar kimi bir sıra dəyişkənlər vasitəsilə insan düşüncə tərzinə və ictimai prioritetlərin formalaşmasına təsir göstərir. Məsələn, qəzetlərin birinci səhifəsində iri hərflərlə təqdim edilən başlıqlar və ya televiziya proqramlarında geniş zaman ayrılaraq müzakirə edilən mövzular cəmiyyətin gündəmini formalaşdırır və müəyyən məsələləri daha aktual mövqeyə daşıyır.

Hər gün dünyada milyonlarla hadisə baş verir. Lakin bu hadisələrin hamısının xəbər formatına salınaraq auditoriyaya çatdırılması mümkün deyildir. Hansı hadisənin xəbər dəyəri daşıyıb-daşmadığını müəyyənləşdirmək və nəticə etibarilə yayımlamaq prosesi, medianın yerinə yetirdiyi bir növ “filtrləmə funksiyası”nın nəticəsi kimi ortaya çıxır (Kuyucu, 2016, s. 328). Fərqli media platformalarında eyni hadisələrin müxtəlif sıralarda təqdim olunması, eyni hadisənin fərqli təqdimat formaları ilə çatdırılması və bəzi hallarda, ümumiyyətlə xəbər axınında yer almaması bu filtrləmə mexanizminin konkret təzahürləri kimi qiymətləndirilə bilər.

Başqa sözlə desək, media qurumları auditoriyaya sadəcə “günün ən mühüm” hadisələrini obyektiv şəkildə təqdim etməirlər. Əksinə, öz informasiya siyasətlərinə, ideoloji mövqelərinə və strateji maraqlarına uyğun şəkildə hadisələri “ələkdən keçirir”, seçilmiş mövzulara müəyyən öncəlik verir və onları spesifik redaktə çərçivəsində auditoriyaya təqdim edirlər. Bu seleksiya prosesinin nəzəri əsasını Kurt Levin tərəfindən irəli sürülən “qapı gözetçiliyi” (gatekeeping) anlayışı təşkil edir (Dearing & Rogers, 1996, p. 11).

Tədqiqat

Qapı gözetçiləri, yəni jurnalistlər, redaktorlar və digər qərarverici media əməkdaşları informasiya axınıni idarə edərək, hansı hadisənin xəbərə çevriləcəyinə, hansının isə diqqətdən kənarda qalacağına qərar verirlər. Hətta ilkin mərhələdə hadisə yerinə müxbir göndərilib-göndərilməməsi qərarı belə bu filtrləmə prosesinin bir hissəsi olaraq meydana çıxır. Bu səbəbdən ictimaiyyətin hansı mövzulardan xəbərdar olub-olmaması və hansı hadisələrə diqqət yetirib-yetirməməsi birbaşa şəkildə bu qapı gözetçilərinin seçimi və prioritetləri ilə formalaşır.

Filtrləmə prosesi nəticəsində auditoriyaya təqdim olunan xəbərlər, daha öncə də qeyd etdiyimiz kimi müxtəlif təqdimat üslublarının təsiri altında cəmiyyətin gündəminin formalaşmasında əsas rol oynayan amillərdən birinə çevrilir. Bu kontekstdə medianın cəmiyyət üzərindəki təsir gücünü izah edən ən mühüm nəzəriyyələrdən biri 1972-ci ildə McCombs və Shaw tərəfindən irəli sürülmüş “Gündəmin müəyyən edilməsi nəzəriyyəsi”dir (McCombs & Shaw, 1972).

Bu nəzəriyyənin əsas tezi ondan ibarətdir ki, media hansı mövzuya nə qədər çox yer verirsə, ictimaiyyətin həmin mövzuya verdiyi əhəmiyyət də buna mütənasib şəkildə artır. Başqa sözlə, media ictimaiyyətə birbaşa olaraq “nə düşünməli” olduğunu diktə etməsə də, “nə haqqında düşünməli” olduğunu formalaşdırır. Məsələn, əgər müəyyən bir dövr ərzində iqlim dəyişikliyi haqqında ardıcıl və intensiv xəbərlər verilir və bu mövzu geniş şəkildə işıqlandırılırsa, ictimai rəy bu məsələnin aktuallığına daha çox fokuslanır və onu gündəmin prioritet mövzularından biri kimi qəbul etməyə başlayır.

Gündəmin müəyyən edilməsi nəzəriyyəsi öz daxilində iki səviyyəyə bölünür. Birinci səviyyə, hansı mövzuların ictimai gündəmdə ön plana çıxarılacağını müəyyən edir, yəni hansı hadisə və problemlərin ictimaiyyətin diqqətinə təqdim olunacağını formalaşdırır. İkinci səviyyə isə həmin mövzuların hansı aspektlərinin vurğulanacağını və hansı xüsusiyyətlərin qabardılacağını müəyyən-ləşdirir (McCombs, Lopez-Escobar & Llamas, 2000, p. 78). Məsələn, işsizlik probleminin gündəmə gətirilməsi birinci səviyyəyə aiddirsə, bu problemin səbəbləri kimi pandemiya, iqtisadi siyasət səhvləri və xarici sərmayənin azalması kimi faktorların vurğulanması ikinci səviyyə təsirini əks etdirir. Beləliklə, media yalnız bir mövzunun önə çıxarılmasında deyil, eyni zamanda həmin mövzuya yanaşma tərzinin formalaşdırılmasında da mühüm rol oynayır.

Medianın gündəmi müəyyən etmə gücü ən parlaq şəkildə demokratik ölkələrdə siyasi rəqabətin ən yüksək həddə çatdığı seçki dövrlərində özünü göstərir. Belə dövrlərdə siyasətçilər və siyasi partiyalar media ilə qurduqları əlaqələr və həyata keçirdikləri ideoloji təbliğat vasitəsilə cəmiyyətin gündəmini müəyyən dərəcədə dəyişdirə və istədikləri istiqamətə yönləndirə bilirlər (Yaylagül, 2006, p. 70). Bu mərhələdə medianın rolu yalnız hansı mövzunun ön plana çıxarılacağını seçməkdən ibarət deyil; eyni zamanda, həmin mövzunun hansı prizmadan, hansı çərçivədə və hansı narrativlə təqdim ediləcəyini də formalaşdırmaqdır (McCombs, 2005, p. 549; Erdoğan, 2011, s. 50).

Əslində, gündəmin müəyyən edilməsi prosesi yalnız medianın birtərəfli təsiri ilə izah oluna bilməz. Bu kontekstdə formalaşan nəzəri müzakirələrdə “media–siyasət–cəmiyyət” üçlüyü arasındakı qarşılıqlı təsir münasibətlərinə xüsusi əhəmiyyət verilir. Amerikalı mütəxəssislər James W. Rogers və Everret Dearing tərəfindən irəli sürülən modellərə əsasən, media gündəmi ictimai gündəmə, ictimai gündəm siyasi gündəmə, siyasi gündəm isə yenidən media gündəminə təsir edir (Dearing & Rogers, 1996, p. 5). Bu qarşılıqlı təsir dövrəsi dinamik və çoxistiqamətli bir münasibətlər sisteminə əsaslanır. Hansı ünsürün digərinə daha çox təsir etdiyi, bu təsirin istiqaməti və gücü məsələləri isə hələ də akademik müzakirələrin aktual mövzudur və bu sahədə yekdil bir qənaət formalaşmamışdır.

Bununla belə, xüsusilə internetin meydana çıxması və yeni medianın inkişafı ilə bu tarazlıqda ciddi dəyişikliklər müşahidə olunmuşdur. Artıq cəmiyyət yalnız passiv bir informasiya qəbuledicisi kimi çıxış etmir, əksinə aktiv bir aktor olaraq gündəmin formalaşdırılması prosesinə müdaxilə edir və bəzi hallarda bu prosesdə dominant mövqe qazana bilir. Sosial media platformaları vasitəsilə fərdlər və qruplar öz gündəmlərini formalaşdırır, geniş kütlələrə çatdırır və ictimai diskursun istiqamətinə təsir göstərir.

15-ci əsrdə Johannes Gutenbergin hərəkətli metal hərflərlə çap texnologiyasını ixtira etməsi ilə informasiya sahəsində başlanan demokratikləşmə prosesi, internetin meydana çıxması ilə özünün zirvə nöqtəsinə çatmışdır. Gutenbergin texnoloji yeniliyi, mətnlərin sürətli və geniş miqyasda yayılmasına imkan yaratmaqla informasiya üzərindəki elitar nəzarəti zəiflətməmiş və biliklərin daha geniş ictimai təbəqələrə çatdırılmasına şərait yaratmışdı. Lakin bu transformasiya internetin geniş ictimaiyyətin istifadəsinə açılması ilə tamamilə yeni bir mərhələyə qədəm qoymuşdur (Rosen, 2008, p. 168; Nazlı, 2019, s. 980–981).

İnternet fərdləri yalnız passiv informasiya istehlakçıları olmaqdan çıxaraq, aktiv informasiya istehsalçıları və paylayıcıları rolunu mənimsəməsinə şərait yaratmışdır. Başqa sözlə, insanlar sadəcə

“oxuyan”, “dinləyən” və ya “izləyən” subyektlər olmaqdan çıxmış, eyni zamanda “yazan”, “paylaşan” və “şərh edən” iştirakçılara çevrilmişdir. Web 2.0 texnologiyalarının inkişafı isə bu transformasiyanı daha da gücləndirərək, istifadəçi iştirakına əsaslanan, interaktiv, çevik və çoxsəsliliyi ön plana çıxaran yeni media anlayışının formalaşmasına zəmin hazırlamışdır.

Bu yeni kommunikasiya konfigurasiyası çərçivəsində, bir çox peşə sahəsi kimi jurnalistika da dərin struktur dəyişikliyinə məruz qalmışdır. Ənənəvi jurnalistikanın sərhədləri genişlənmiş, “vətəndaş jurnalistikası” kimi yeni anlayışlar yaranmışdır. Vətəndaş jurnalistikası adı vətəndaşların informasiya istehsalı və ictimai diskursun formalaşması proseslərinə bilavasitə qatıldığı bir jurnalizm forması olaraq meydana çıxmışdır.

“Vətəndaş jurnalistikası” (citizen journalism) termini fərdi vətəndaşların hadisə yerlərindən birbaşa məlumat ötürməsi, şəxsi müşahidə və təcrübələrini paylaşması, eləcə də alternativ ictimai gündəmlər formalaşdırması imkanını ifadə edən yeni bir informasiya istehsalı modelini təsvir edir (İrvan, 2021). Bu modelin mahiyyəti informasiya axınının artıq yalnız peşəkar jurnalistlərin inhisarında qalmaması, sosial media istifadəçilərinin də aktiv şəkildə xəbərlərin yaradılması və yayılmasında iştirak etməyə başlaması ilə xarakterizə olunur. Beləliklə, hər bir fərd potensial jurnalistə çevrilərək informasiya ekosistemində fəal rol oynaya bilər.

Ənənəvi medianın zaman-zaman görməzlikdən gəldiyi hadisələr, məsələn, su basqınları, polis zorakılığı və ya seçki pozuntuları vətəndaş jurnalistlər tərəfindən sosial mediada işıqlandırıldıqda, geniş ictimai rezonans doğura bilər. Bu ictimai təzyiq nəticəsində əsas media orqanları da həmin mövzuları gündəminə daxil etməyə məcbur qalır. ABŞ-də “Black Lives Matter” hərəkatının qlobal miqyasda yayılmasında X (Twitter) və Facebook kimi platformalarda yayımlanan canlı görüntülərin və şəxsi hekayələrin rolu bu prosesin konkret bir nümunəsi kimi göstərilə bilər (Nazlı, 2019).

Amerikalı media nəzəriyyəçisi Jay Rosen vətəndaş jurnalistikasını “oxucunun vətəndaş olaraq informasiya istehsalında iştirak edən aktiv bir subyektə çevrilməsi” kimi xarakterizə edir (Sağır, 2015, s. 4). Bu yanaşma, jurnalistikanın yalnız peşəkar fəaliyyət sahəsi olmaqdan çıxaraq, ictimai məsuliyyət daşıyan hər bir fərdin iştirak etdiyi açıq və dinamik bir fəaliyyət növünə çevrildiyini göstərir.

Beləliklə, vətəndaş jurnalistikası yeni medianın təqdim etdiyi texnoloji imkanlar və müxtəlif platformalar vasitəsilə alternativ medianın bir forması kimi fərdlərin həm əsas media qurumlarının, həm də cəmiyyətin gündəminin formalaşdırılmasında rolunu ön plana çıxarır. Başqa sözlə, ənənəvi media sistemində hökm sürən hegemonik strukturun, yəni informasiya axınının əsasən idarəedicilərin maraqları və prioritetləri çərçivəsində yönləndirilməsinin qarşısında vətəndaş jurnalistikası, demokratik cəmiyyətin əsas elementi olan xalqın siyasi və sosial proseslərdə daha fəal iştirakını təmin edən dinamik bir güc kimi çıxış edir (Bağardı, 1999, s. 96; McCombs, 2005, p. 549).

İnformasiya axınının şaxələnməsi nəticəsində təkcə dominant media tərəfindən diqqətə çatdırılan mövzular deyil, uzun müddət görməzlikdən gəlinən və ya marjinallaşdırılan məsələlər də ictimaiyyətin gündəminə daxil olur. Sosial media platformaları və fərdi təşəbbüslər vasitəsilə formalaşan ictimai təzyiq, bu mövzuların görünürlük qazanmasına və hətta onların həlli istiqamətində konkret addımların atılmasına zəmin yaradır. Belə bir konfigurasiya şəraitində ictimai rəy artıq sadəcə media orqanlarının istiqamətləndirdiyi passiv bir refleks deyil, əksinə çoxistiqamətli və qarşılıqlı təsirə əsaslanan dinamik bir sistem xarakteri daşıyır (Ergürel, 2013).

Bu kontekstdə, vətəndaş jurnalistikası, eyni zamanda ictimai sferanın yenidən formalaşdırılmasının əsas aparıcı qüvvələrindən biri kimi çıxış edir. Fərdlər sadəcə informasiya istehlakçıları olmaqdan çıxaraq, şəxsi təcrübə, müşahidə və dəyərləri əsasında ictimai diskursun formalaşmasında birbaşa iştirakçı statusu əldə edirlər. Beləliklə, informasiya axınında daha geniş sosial təbəqələrin səsi eşidilir, ictimai prioritetlərin müəyyən olunmasında daha demokratik və çoxsəslili bir struktur meydana gəlir.

Vətəndaş jurnalistikasının yüksəlişini Jürgen Habermasın irəli sürdüyü “ictimai sfera” anlayışı çərçivəsində təhlil etmək mümkündür. Habermasa görə ictimai sfera, cəmiyyət üzvlərinin ictimai məsələlər haqqında sərbəst şəkildə fikir mübadiləsi apardığı, ortaq mövqelərin formalaşdığı və ictimai rəyin təşəkkül tapdığı interaktiv bir sosial məkandır (Habermas, 2015, p. 95; Dağtaş, 2014, s.

59). Bu konsepsiya, fərqli sosial qrupların bir araya gələrək rasionallığa əsaslanan müzakirə yolu ilə ortaq ictimai maraqları müəyyənləşdirməsini nəzərdə tutur. Bu kontekstdə vətəndaş jurnalistikası, alternativ perspektivlərin ifadə olunması, müxtəlif mövzuların gündəmə gətirilməsi və çoxsəsliliyin təşviq edilməsi vasitəsilə ictimai sferanın genişlənməsinə və dərinləşməsinə mühüm töhfə verir.

Ənənəvi medianın və siyasət elitasının nəyi və necə gündəmə gətirəcəyini müəyyən etdiyi təkqütblü informasiya modelindən fərqli olaraq, vətəndaş jurnalistikası vasitəsilə ictimai müzakirəyə daxil olan məsələlərin spektri genişlənir. Artıq gündəmi yalnız peşəkar jurnalistlər və siyasətçilər formalaşdırmır, fərdi təşəbbüslər və sosial media vasitəsilə təşəkkül tapan müxtəlif qruplar da ictimai diskursda söz sahibi olurlar. Başqa sözlə, ictimai gündəmin formalaşması prosesində fərdlərin və qeyri-rəsmi təşəbbüslərin rolu əhəmiyyətli dərəcədə artır.

Antik Yunan dövləti çərçivəsindəki aqoraların funksiyasını bu gün rəqəmsal platformalar (sosial şəbəkələr, onlayn forumlar və müzakirə qrupları) yerinə yetirir. Bu platformalar müasir dövrün əsas ictimai müzakirə meydanlarına çevrilərək, ictimai rəyin formalaşdırılmasında, media və siyasət gündəminin təsirə məruz qalmasında önəmli rol oynayır. Rəqəmsal iştirak imkanlarının genişlənməsi və sosial media vasitəsilə fərdlərin öz fikirlərini sərbəst ifadə etmə imkanlarının artması vətəndaş jurnalistikasının daha da güclənməsinə şərait yaradır.

Vətəndaş jurnalistikasının inkişafı ilə insanlar informasiya istehlakçısı olmaqdan çıxaraq informasiya istehsal edən və ictimai diskursun istiqamətinə təsir edən aktiv subyektlərə çevrilir. Bu inkişaf ictimai sferada yeni dinamizmlərin meydana çıxmasına səbəb olur, informasiya axınının daha çox istiqamətli və qarşılıqlı təsirə əsaslanan bir struktura sahib olmasını təmin edir (Yaylagül, 2006).

Bununla belə, rəqəmsal mühitin təqdim etdiyi imkanlar yalnız müsbət nəticələrlə məhdudlaşmır. İctimaiyyətin daha fəal iştirak etdiyi bu yeni mühitdə kiber zorakılıq, rəqəmsal linçləmə (lynch culture) və sosial qütbləşmə kimi yeni risklər də meydana çıxır (Çakır, 2013, s. 47). Bu risklər, ictimai sferada müzakirə mədəniyyətinin bəzən pozulmasına, fərqli baxışların zorakılıqla susdurulmasına və radikal qütbləşmənin dərinləşməsinə səbəb ola bilər. Ancaq bütün bu çətinliklərə baxmayaraq, sosial medianın açdığı imkanlar siyasətçilərin daha şəffaf və hesabatlı davranmasına, ictimai təzyiqlərin artmasına və lokal problemlərin qısa zamanda geniş ictimaiyyətin diqqətinə çatdırılmasına şərait yaradır (Sağır, 2015, s. 227).

Nəticə

Bu tədqiqat göstərir ki, rəqəmsallaşma ilə birlikdə informasiya ekosistemində köklü dəyişikliklər baş vermiş və ictimai sferanın forması, funksiyası və iştirak dinamikası əsaslı şəkildə transformasiyaya uğramışdır. İnternetin və xüsusilə Web 2.0 texnologiyalarının inkişafı ilə fərdlər aktiv informasiya yaradıcısına çevrilmiş, nəticədə ictimai rəyin formalaşmasında və ictimai gündəmin müəyyən edilməsində daha təsirli bir mövqeyə sahib olmuşlar. Bu prosesin mərkəzində isə rəqəmsal iştirak durur.

Ədəbiyyat

1. Bağardı, S. (1999). Kitle iletişim aracı olarak yerel televizyonun işlevleri. *Kurgu Dergisi*, (16), 91–109.
2. Çakır, M. (2013). Sosyal medya ve gösteri. In *Sosyal medya araştırmaları 1* (ss. 11–68). Çizgi Kitabevi.
3. Dağtaş, E. (2014). *Kamusal alan ve medya*. Ütopya Yayınevi.
4. Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1996). *Agenda-setting (Communication concepts)*. Sage Publications, Inc.
5. Erdoğan, İ. (2011). Gündem koyma ve saptama yaklaşımında bir araştırma geleneği ve tasarımı olarak çerçeveleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(1), 48–62.
6. Ergürel, D. (2013). Teknoloji ve internetle yeniden şekillenen medya. *İletişim ve Diplomasi Dergisi*, 1(1), 167–177.
7. Güz, N., Hazar, Ç. M., & Topbaş, H. (2018). Kitle iletişimin sosyolojik fonksiyonu: Medyanın gündem kurma etkisi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (46), 1–19.
8. Habermas, J. (2015). Kamusal alan. In *Kamusal alan* (ss. 95–103). Hil Yayınları.
9. İplikçi, H. G. (2015). İletişimde temel modeller ve kitle iletişim modelleri. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7(2), 15–25.
10. İrvan, S. (2021). Yeni medya ve gazetecilik.
11. Kuyucu, M. (2016). Gündem belirleme teorisi bağlamında radyo mecrasının müzik kamuoyunu belirleme gücü. In F. Uslu (Ed.), *3rd International Conference on Education, Social Sciences and Humanities* (ss. 326–346). Ocerint Publishing.
12. McCombs, M. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543–557.
13. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
14. McCombs, M., Lopez-Escobar, E., & Llamas, J. P. (2000). Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election. *Journal of Communication*, 50(2), 77–92.
15. Nazlı, R. S. (2019). Değişen habercilik ve haber: Güven ilişkisi üzerine bir saha araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 977–1005.
16. Rosen, J. (2008). If bloggers no ethics blogging would have failed, but it didn't. Aktaran: A. Bilmez, Yurttaş gazeteciliği kavramı, özellikleri ve tarihsel gelişimi. In B. Davulcu (Ed.), *Yurttaş gazeteciliği*. Nobel Bilimsel Yayıncılık.
17. Sağır, H. (2015). Çevreci toplumsal sosyal hareketler ve sosyal medya. *Kamu yönetiminde sosyal medya* (ss. 193–244). Palet Yayınları.
18. Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları* (1. baskı). Dipnot Yayınları.

Daxil oldu: 04.07.2025

Qəbul edildi: 12.11.2025