

KAMUSAL ALAN VE YENİ MEDYA: SOKAK RÖPORTAJLARI ÖRNEKLİĞİNDE ELEŞTİREL BİR

SORGULAMA

İlker RAĞBETLİ¹

Mustafa TEMEL²

Araştırma Makalesi

Research Article

¹Öğr. Üyesi

Harran Üniversitesi Şanlıurfa Sosyal Bilimler
Meslek Yüksekokulu

E-Posta
ilkerragbetli@harran.edu.tr

ORCID
0000-0003-2156-6532

²Doç. Dr.

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi

E-Posta
mustafatemel@erciyes.edu.tr

ORCID
0000-0003-0828-0660

Başvuru Tarihi/ Received
18.12.2023

Kabul Tarihi/ Accepted
19.09.2024

ÖZ

Bireyin siyasal, ekonomik, kültürel ve toplumsal meselelerle ilgi bilgi edinmesinde önemli bir işleve sahip olan medya aynı zamanda halk kanaatinin görünür olmasını sağlamada önemli bir araçtır. Kamusal alanda toplumun farklı kesimleri tarafından yürütülen müzakereler ile olgunlaşan bu kanaatlerin, medya aracılığıyla tarafsız bir şekilde yansıtılması ise demokratik bir ön şarttır. Bu bağlamda yeni medya araçlarının kamusal alanı inşa etme hususunda önemli bir rol alabileceği ve bu sayede de demokratik işlevini yerine getirebileceğini ifade etmek mümkündür.

Bu çerçevede çalışma, yeni medya araçlarının kamusal alanı inşa etme rolünü tartışmaya açmaktadır. Bu tartışma, özellikle alternatif medya pratiği olarak işlevsellik sağlayan bu araçların demokratik işlevlerine odaklanmaktadır.

Türkiye’de sokak röportajı yapan ve YouTube üzerinde en çok abone sayısına sahip olan üç kanal üzerinden kamusal alan ve yeni medya ilişkisini tartışmaya açan bu çalışmada, medya içeriklerindeki anlamları keşfetmeye olanak sağlayan nitel yönelimli içerik analizi tekniği kullanılmıştır. 17 Mayıs 2023 Türkiye Genel Seçimleri öncesi nisan ayında yayınlanan sokak röportajlarını inceleyen çalışmada kanalların dikotomik bir görünüm sergilediği; çok sesliliğe, objektifliğe, katkı sağlama amacı taşısa da demokratik bir dil taşımayan, kutuplaştırıcı ve ötekileştirici bir dil taşıyan içerikler ürettiği; bu sebeple de kamusal alanı inşa etmedeki rolünün tartışmaya açık olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamuoyu, Kamusal Alan, Yeni Medya, Yurttaş Gazeteciliği, Sokak Röportajı.

PUBLIC SPHERE AND NEW MEDIA: A CRITICAL INQUIRY IN THE EXAMPLE OF STREET INTERVIEWS

ABSTRACT

Media, which has an important function in providing information about political, economic, cultural and social issues, is also an important tool in making public opinion visible. It is a democratic prerequisite that these opinions, which have matured as a result of negotiations carried out by different segments of society in the public sphere, are reflected impartially through the media. In this context, it is possible to state that new media tools can play an important role in building public space and thus fulfill their democratic function.

In this context, the study discusses the role of new media tools in building public space. This discussion focuses specifically on the democratic functions of these tools that function as alternative media practices.

In this study, which discusses the relationship between public space and new media through three channels that conduct street interviews in Turkey and have the highest number of subscribers on YouTube, a qualitative-oriented content analysis technique that allows discovering the meanings in media contents was used. The study, which examined the street interviews broadcast in Turkey in April before the May 17, 2023 Turkish General Elections, also found that the channels displayed a dichotomous appearance; Although it aims to contribute to polyphony and objectivity, it produces content that does not carry a democratic language and carries a polarizing and alienating language; For this reason, it has been determined that its role in building public space is open to debate.

Keywords: Public Opinion, Public Sphere, New Media, Citizen Journalism, Street Interview.

Giriş

Antik Yunan'dan günümüze kamusal alanla ilgili tartışmalar kamusal ve özel alan analogisi üzerine odaklanmaktadır. Birim olarak aile, mekân olarak ev, tutum olarak mahremiyetle ilişkilendirilen özel alanın aksine kamusal alan, herkese ait müşterek olanla ilişkilendirildiği gibi kimi toplumlarda "devletle ilgili" işleri de kapsamaktadır.

Kamusal alan toplumun farklı kesimlerinin bir arada bulunduğu mekân görüntüsünün dışında farklı kanaatlerin müzakere ile anlam kazandığı kamuoyunun içinde olgunlaştığı bir anlamı da taşır. Bu yönüyle ele alacak olursak kamusal alanın organlarından medyanın kamuoyunu taşımadaki rolünün toplumsal barışa ve demokrasiye önemli katkıları

bulunmaktadır. Bu katkının niteliği, özellikle 20.yy’da medyanın kamuoyu oluşturma ve yönlendirme gücünün fark edilmesiyle manipülatif bir görünüme dönüştüğü söylenebilir.

Bu bağlamda çalışmada kamusal alan tanımı ele alınarak özel alan ile arasındaki farklar Habermas’ın burjuva kamusal alanı tanımı üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Kamusal alanda yürütülen müzakereler neticesinde ortaya çıkan kamuoyunun taşıyıcısı durumundaki medyanın rolü ise yurttaş gazeteciliği pratiği üzerinden değerlendirilmiştir.

Lippmann (2020:11), gerçek ile haberin birbirinden farklı olduğunu, kamuoyunun bireylerin hür iradelerinin dışında stereotipleştirilmiş gerçeklerden oluştuğunu ileri sürmektedir. Lippmann’ın kamuoyunun oluşma biçimiyle ilgili getirdiği eleştirilerin dışında kamuoyu, halk efkârı, halkın görüşü ve halkın kanaati gibi kavramlarla ilgili literatürde pek çok tartışma yürütülmektedir. Çalışma kamusal alan meselesini yeni medya ve yurttaş gazeteciliği perspektifinden ele alacağı için kavramsal tartışmalara değinilmeyecektir.

Çalışmanın odak noktası; katılımcı, objektif, erişilebilir demokratik bir medya ortamı oluşturma iddiasına sahip alternatif medya pratiklerinin bu iddialarını hangi düzeyde gerçekleştirdiğini sorgulamaktır.

1.Kamusal Alan Kavramına Genel Bir Bakış

Kamusal alanla ilgili tanımlamalara baktığımız zaman özel alanla arasındaki farklılıklar ve benzerlikler üzerinden yürütülen bir tartışma görürüz. Bu bağlamda yapılan tariflerde çizilen sınırlar ya da ortaya konulan kavşakların oluşma biçimi ise bir politika pratiği olarak toplumsallığın nasıl görüldüğü ve yorumlandığı ile ilişkilidir. Bu çerçevede kamusal alana ilişkin tanımların farklılıklar gösterdiği söylenebilir.

Türkiye’de kamusal alan denildiğinde devlet ve devlete ilişkin hususları tarif etmede kullanılan bir kavram karşımıza çıkar. Kamusal alan ile devlet idaresi (kamu idaresi), kuruluşlar, organlar, görevliler gibi devlet kontrolünde olan ve onunla var olan resmi bir alan tarif edilir (Özbek, 2004:31). Habermas’a göre ise kamu kendisini özel alandan farklı bir biçimle tarif eder. Kimi zaman bu tarif kamu gücü karşısında konuşlanmış bir alan görünümündedir. Bazen devletin organları, bazen de halka hizmet eden medya unsurları “kamusal organlar” arasında gösterilir. Habermas, kamusal ve kamu arasındaki anlam karmaşasının aslında etimolojik olarak incelendiğinde hemen göze çarptığını ifade etmektedir.

Kamunun 18. yy. Almanya’sında kavramlaştığını (kamusal sıfatından publicité ve publicity ile benzerlik kurularak türetilmiştir) ve kullanımının yaygınlaşmaya başladığını

söyleyebiliriz. Bu dönemde kamu, mâl mübadelesinin ve toplumsal emeğin alanı olarak burjuva toplumuna aittir (Habermas, 2021:59). Burjuva toplumuna özgü bir görünümde ortaya çıkan ve gelişen bu alan yurttaşlar arasında problemleri çözme ya da uzlaşım sağlamanın rasyonel bir zeminde tesis edilebilmesi adına demokrasilerin mihenk taşı oluşturur (Torun, 2022:222-223).

Yine Habermas'a göre kamusal alan kamuoyunun içinde olduğu alana tekabül eder. Yurttaşların eşit katılımı ve hür iradeleriyle ortak sorunlarını tartıştığı yer olarak değerlendirilir. Bu nedenle bir toplumda mevcut olan kamusal alanın sınırları ve kapsamı bireylerin katılım, ifade, erişim, tanınma vb. gibi özgürlüklerinin toplumun her kesimini ayırt edilmeksizin kapsayıcılığı ile belirlenir (Özbek, 2004:32). Bu katılımı ve erişimi sağlamada medya önemli bir işleve sahiptir.

Yurttaşlarla devlet arasında iletişim ve bilgi paylaşımı gibi hususlarda köprü diyebileceğimiz amaçlara hizmet eden medyanın, özel mülkiyet sahiplerinin menfaatleri doğrultusunda kullandığı bir sosyal alana dönüşmesiyle devlet ile halk arasındaki mesafenin artması kamusal alanın çöküşüne zemin hazırlamıştır. Bu durumun doğal sonucu olarak temsili siyasal katılımın yerini seyircilik almıştır (Odabaş, 2018:2055).

İlk dönemlerde küçük işletmeler olarak örgütlenen, salt çıkarı ticari olan gazetecilik mesleğinin faaliyetleri, haberlerin derlenmesi, toplanması ve haber trafiğinin koordinesiyle ilişkiliydi. Haber basınının, kanaat basınına dönüşerek "salt haber yayımlayan müesseseler olmaktan çıkıp kamuoyunun taşıyıcıları, yönlendiricileri ve parti politikasının mücadele araçlarına" dönüşümlerinin anlamı ise gazete yayıncısının kamuoyu taciri olması demektir (Habermas, 2021:306).

Habermas'ın burjuva kamusal alanı ile ilişkilendirdiği kamuoyunun kapitalist ekonomi diyebileceğimiz bu düzlemdeki değerlendirmesi Sennett'e (2020:52) göre psikolojik süreçleri göz ardı ederek bireyi yabancılaşmış ve sistem içinde çaresiz kılan edilgen bir görünüme büründürmektedir.

Sennett (2020:31) kamu sözcüğünün İngilizcede bilinen ilk kullanımının, toplumun ortak çıkarları ile bir tutmak olduğunu ifade eder. Yine 18.yy. da modern anlamını kazanmış olan kamunun sadece aile, dost ve akraba kesimlerinden oluşan bir yaşam alanını değil, toplumun farklı kesimlerinin bir arada olduğu (tanıdıkların ve yabancıların) bir alana dönüştüğünü ifade etmektedir.

18.yy'da kahvehaneler, kafeler ve parklar insanların sosyalleştiği alanlardır. Özellikle kahvehanelerde insanlar statülerinden, giyim-kuşamlarından, konu hakkındaki yetkinliklerinden bağımsız olarak tartışmalara sohbetlere dâhil olabiliyordu (Sennett, 2020:113-114). Enformasyonun merkezi görünümündeki, farklı kesimlerin şartsız katılabildiği bu mekânlar Sennett'in ifadesiyle kamusal alanlara tekabül ediyordu.

Kamusal ve özel alana dair fikirler sanayi kapitalizminin etkisiyle değişir. Yabancıyı ve bilinmeyeni yorumlamayı etkileyen bu değişimler 19.yy. burjuva toplumunda özelleşmenin de baskısıyla insanın daha çok kendini koruma kaygısıyla aile bir özel alan olarak sığınağa dönüşür. Kamusal alanın Aydınlanma Çağında toplumsal ilişkilerin temayüz ettiği bir alan olarak görmek yerine kamusal yaşam ahlaksal açıdan sefil bir yaşam olarak görülür (Sennett, 2020:35-36).

Fraser (2004:109-110) ise Habermas'ın kamusal alanı idealize ettiği iddiasına değinerek burjuva kamusunun ya da kamusal alanla ilişkilendirilen burjuvanın kamusal alanın oluşumunda tek faktör olmadığı ulusalcı kamular, popüler köylü kamuları, seçkin kadınların kamuları, işçi sınıfı kamularını göz ardı etmesinin Joan Landes, Mary Ryan ve Geoff Eley tarafından eleştirildiğini ifade etmektedir. Bu noktada söz konusu burjuva kamusunun kapsayıcılığı ve müzakereci zemini problemlidir. Çünkü burjuva kamusu ağırlıklı olarak kendi gündemine odaklanır. Temsilde adalet, tarafsızlık gibi ilkeler göz ardı edilebilir.

Negt ve Kluge'de benzer biçimde burjuva kamusal alan biçimlerinin kapsayıcılığına eleştirel biçimde değinir. Burjuva kamusal alanı temel yaşam çıkarlarını dışarda bırakmasına rağmen yine de toplumun tamamını kapsadığını ileri sürer. Bu noktada burjuva kamusal alanı yaşamın temel çıkarları ile örtüşmediği için kapitalist üretimin elle tutulur somut çıkarlarıyla bağlaşıklık olmaya mecbur kalır. Bu noktada burjuva kamusal alanı açısından proleter yaşam "kendinde bir şey" olarak burjuva kamusal alanı üzerinde (onun anlamlandıramadığı bir şekilde) etkide bulunur (Negt ve Kluge, 2004:136).

Kamusal alanla ilgili yürütülen tartışmalar Habermas'a göre bir bakıma modernlikle de ilişkilidir. Modernlik, kurumlarda, kişilikte ve kültürün gelişmesinde imkânlar sunar. Ortak bir kabule dayalı genel eylem normlarının inşası onun toplumsal kurumlarla, kimliklerin gelişmesinde uzlaşım rol tanımlarını aşarak düşünsel ve eleştirel olarak yaşam deneyimlerine eklenmeye başlar, kültür düzeyinde ise gelenekselliğin alışlagelmiş kabulünün aksine çağın anlamları çerçevesinde yorumlanmasına olanak sağlar. Bu noktada modernlik sadece toplumsal

alanların farklılaşması ve bağımsız olmasıyla değil bağımsız bir kamusal alanın ortaya çıkmasıyla temsil edilebileceğini vurgular (Akt. Gülaşık, 2011:40).

2.Yurttaş Gazeteciliği ve Kamusal Alan

Yurttaşların eşit bir şekilde katıldığı, toplumsal meseleler hakkında müzakere yürüttükleri (Özbek, 2004:32) ve kamuoyunun içinde olduğu bir mekân olan kamusal alanlarda medya, yurttaşlarla devlet arasında köprü olarak farklı kanaatlerin gündeme gelmesinde, toplumsal demokrasinin pekişmesinde önemli bir işleve sahiptir.

Sennett'in (2020) ifade ettiği şekliyle. "Bir mekân olarak kahvehaneler, parklar, kafeler de yürütülen bu müzakereler enformasyonun taşıyıcısı olma özelliği", başlarda ticari kaygılarla yürütülen gazetecilik mesleğinin, kamuoyu tacirliğine dolayısıyla politik bir mücadele aracına dönüşmesiyle (Habermas, 2021:306) demokratik kamusal zemini olumsuz etkilenmiştir.

Bu çerçevede sağlıklı bir kamuoyunun oluşmasında sermaye sahiplerinin güdümündeki ana akım olarak tanımlayabileceğimiz medya kuruluşlarının kamuoyunu yönlendirme, manipüle etme, temsilde adaleti sağlayamama, sınırlı katılım gibi sorunları demokratik bir kamuoyunun oluşmasını engellemektedir.

Ana akım medyanın bu sorunlu yönüne karşın daha demokratik bir medya ortamı ve kamuoyu oluşturma iddiası ile ortaya çıkan alternatif medya pratikleri özellikle 21.yy'da teknolojik gelişmelerin de etkisiyle kısa zamanda artarak medya ortamına eklenmiştir. Bu noktada alternatif medyaların, demokratik bir kamuoyu oluşmasına ve medyada çok sesliliğin sağlanmasına sağladığı katkı bakımından ana akım medyadan farklılaştığı söylenebilir (Rağbetli ve Aydın, 2022:2117).

Alternatif medyalar, daha küçük mikro ölçekli bir görünüme sahip kamu iletişim modeli olarak makro düzeydeki kitle iletişiminin bakış açısından farklılaşarak, doğrusal medya odaklı bir yaklaşımdan iletişimin özgül bir toplumsal bakış açısı çerçevesinde kamusal bir etkinliğe dönüşmüş halidir (Hollander vd., 2022:19-27). Yine alternatif medyalar, "ortak görüşlerde, çıkarlarda buluşan bir grup veya topluluk tarafından kullanılan, harekete geçirmek, bilinçlendirmek ve çoğulcu gelişime yönelik..." amaçlarla kullanılan medya ortamlarıdır (Kırık vd.: 2017).

Fraser ve Estrada'ya (2005:18-22) göre alternatif medyanın işlevlerinden biri, fikir ve ifade çeşitliliğine katkı sağlaması yönüyle demokratik bir toplumsal yapının oluşması noktasında ele alınan meseleleri tarafsız ve tüm yönleriyle ortaya koyması olarak ifade edilmektedir. Alternatif medyalara atfedilen bu işlev ise son yıllarda yaygınlık kazanan bir alternatif medya pratiği olarak yurttaş gazeteciliği ile dikotomik bir görünüm sergilemektedir.

Özünde yönlendirme yapmadan demokratik süreçleri teşvik etme, zenginleştirmeye katkı sağlaması beklenen yurttaş gazeteciliği literatürde, yurttaşların kamusal meseleler hakkında düşüncelerini açıklamaya olanak sunan, haber ve bilgi toplayarak analiz eden ya da yayan bir dizi yurttaş girişimi olarak tanımlanmaktadır. Bu noktada zıtlık oluşturan durum ise demokratik bir kamuoyu oluşmasına sağladığı katkının aksine, “örnek davranış kurallarının bulunmaması ve yol açtığı yapılandırılmamış sohbetler, bir kamusal alan oluşturmaktan öte, kaotik bir durumun ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Akt. Demir, 2022:165). Bu noktada “yurttaş gazeteciliğini, kamusal alanı yeniden canlandırmanın ve geliştirmenin bir yolu” (Akt. Uzun, 2006) görüşünün aksine belirli siyasal angajmanlara sahip yurttaş gazeteciliği pratiklerinin kamusal alanı manipüle etme potansiyeli de bulunmaktadır. Ayrıca dijital medyada bilgi kirliliği ve güvenirlilik sorunu (Kaçar, 2024:627) önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bunun dışında yurttaş gazeteciliği pratiğinde ortaya çıkan bir diğer önemli konu gazetecilik meslek etiği problemidir. Yurttaş gazeteciliğinin editoryal denetimden uzak olması, haberin güvenilirlik problemi, kaynak belirtmeme, telif hakkı ihlali, özgün içerikten mahrum olması, tıklanma kaygısı, ticari odaklı yaklaşım, suç unsurlarını barındırması (nefret söylemi, şiddet içeriği, istismar vb.), özel hayatın gizliliğinin ihlali, haber maksadının aşılması, yorum ve kişisel kanaatlerin eklenmesi gibi problemlerin varlığı yurttaş gazeteciliğinde tarafsızlık ve nesnellik ilkesi (Temel, 2022:193-199) yorum, kurgu, montaj ve verilerin manipülasyonu gibi yollarla ihlal edilebilmektedir.

3. Araştırma: Sokak Röportajları Üzerine Bir Tartışma

3.1. Araştırma Amacı ve Önemi

Bu çalışmada yeni medya pratiklerinin kamusal alana olan katkısı sorgulanmaktadır. YouTube üzerinden yayınlanan sokak röportajları üzerinden³, yeni medya-demokrasi ilişkisini

³ Bu konu ile ilgili literatürde şu çalışmalara rastlanmıştır: Aydoğdu ve İlhan tarafından 2020 yılında ele alanına, “Alternatif Bir İletişim Aracı Olarak YouTube: 2019 Yerel Seçimlerinde Sokak Röportajları Yapan Siteler Üzerine Bir İnceleme” adlı çalışmada, ana akım medyada temsil edilmeyen görüşlerin bu mecralar aracılığı ile görünür

araştırmayı amaçlayan çalışma, internetin daha katılımcı ve objektif bir kamuoyu yaratma potansiyelini tartışmaya açmaktadır.

Yurttaş gazeteciliğinin yaygınlaşmasına imkân tanıyan yeni medya araçlarının demokratik işlevlerinin olumlanmasına karşın, bir alternatif medya pratiği olan yurttaş gazeteciliğinin kamusal alan oluşturması hususunun demokratik bir gösterge olan seçimlerde yayınlanan içerikler ile incelenmesi, kamusal alan/yeni medya ile ilgili literatürdeki tartışmalara yön verecektir.

3.2. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırma, 17 Mayıs 2023 Türkiye Genel Seçimleri öncesi, YouTube üzerinden yayın yapan ve seçim ile ilgili içerikler üreten kanalları incelemektedir. Çalışmada 1-30 Nisan 2023 tarihleri arasında bir aylık zaman diliminde yurttaş gazeteciliği bağlamında üretilen sokak röportajları ele alınmıştır.

Kamuoyu nabzının özellikle medya araçları ile çok sık ölçüldüğü bu dönem, aynı zamanda seçmenlerin etkilenmesi/yönlendirilmesi gibi demokratik süreçleri yansıtabilecek bir görünüme sahiptir.

Bu çerçevede, araştırma sorularına yanıt bulabilecek nitelikte olması sebebiyle, YouTube’da basın-yayın kategorisinde içerik üreten ve en çok takipçisi olan üç hesap incelemeye alınmıştır. Yurttaş gazetecisi olarak faaliyet gösterdikleri belirlenen bu kanalların istatistik bilgileri ve yayın içerikleri, tercih edilmelerindeki temel etkidir. Ayrıca çalışmada sadece seçim süreci ile ilgili röportajların/haberlerin incelenmesi önem gösterilmiştir.

3.3. Araştırma Soruları

S.1. Sokak röportajlarında ele alınan konular nelerdir?

S.2. Sokak röportajlarındaki anlatım yöntem ve teknikleri nelerdir?

S.3. Sokak röportajlarındaki vatandaş görüşlerinin/içeriklerin sunum şekli nasıl?

S.4. Röportaja katılan kişiler nasıl aktarılmıştır?

kılınmasının daha demokratik bir kamuoyunun oluşmasına katkı sunduğu ifade edilmiştir. Yine 2016 yılında Dila Naz Madenoğlu tarafından ele alınan “Bir Propaganda Aracı Olarak İnternet Yayıncılığı: AHSEN TV Örneği” başlıklı sokak röportajlarını inceleyen çalışma ile 2023 yılında Simay Arı tarafından ele alınan “Medyanın Forum Oluşturma İşlevinin Çevrimiçi Haber Medyası Üzerinden Değerlendirilmesi: Youtube Sokak Röportajları” adlı çalışmada sokak röportajlarında muhabirlerin kendi ideolojileri ışığında yönlendirici ve manipüle edici bir dil kullandıkları ifade edilmiştir.

3.4. Araştırma Yöntemi: Nitel Yönelimli İçerik Analizi

Çalışmada Jürgen Habermas'ın kamusal alan tanımı ve Fraser ve Estrada'nın alternatif medyanın işlevleri bağlamında ortaya koydukları tanımlardan hareketle kategori ve kodlar oluşturulmuştur. Oluşturulan bu kategori ve kodlar yardımıyla 1-30 Nisan 2023 tarihleri arasında en çok takipçi sayısına sahip yurttaş gazetesi örneklerinin sokak röportajları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Metin/görsel içerisindeki anlamları, okuyucuya/izleyiciye aktarılması istenen mesajları tespit etmeye yarayan nitel yönelimli içerik analizi ile sokak röportajları ve yurttaş gazeteciliği ilişkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

İçerik analizinin uygulanma aşamasında öncelikle değişkenler/kategoriler oluşturulmuştur. Araştırma sorularına cevap verebilecek değişkenler ile kategoriler belirlenmiş ve bu çerçevede kodlama cetveli oluşturulmuştur. Kodlama cetveli, içeriklerin kategorilendirilmesine, bu sayede de içeriklerde yer alan verileri sayısallaştırmaya imkân tanımaktadır.

Çalışmanın araştırma sorularına yanıt bulabilmek amacıyla oluşturulan değişkenler şu şekildedir:

- 1.Değişken: İncelenen hesaplar
- 2.Değişken: Röportajların konu dağılımı
- 3.Değişken: Röportajların anlatım niteliği
- 4.Değişken: Röportajların anlatım/aktarım tekniği
- 5.Değişken: Röportajlardaki içeriklerin sunum şekli

Oluşturulan kategorilerle birlikte kodlama cetveli oluşturulmuştur ve ön deneme/güvenilirlik yapılmıştır. Kodlama cetvelinin doğruluğunu tespit etmek için araştırmacılar tarafından yapılan ön deneme sonrası, kodlama cetveli doldurulmuştur.

Kodlamanın nesnel bir şekilde yapılabilmesini sağlamak için incelenecek olan içerikler araştırmacılar tarafından farklı zamanlarda kodlanmıştır. Farklı araştırmacılar tarafından yapılan kodlamada ise yüzde 90 üzerinde benzerlik sağlanmıştır.

3.5. Bulgular

Yurttaş gazeteciliği ve kamusal alan oluşumunu/ilişkisini tartışmaya açan çalışmada yapılan araştırma sonucunda şu bulgular elde edilmiştir:

Tablo 1: İncelenen Hesaplar

Kanal ⁴							
Adı	Kuruluş Tarihi	Abone Sayısı	Yayın Türü	İncelenen Yayın Sayısı	Görüntülenme Sayısı	Toplam Video Sayısı	Toplam Görüntülenme
Sokak Kedisi	22 Eylül 2009	213 Bin	Sokak Röportajı	6	1.219.000	286	52.111.702
İlave TV	20 Temmuz 2013	743 Bin	Sokak Röportajı	6	259.000	2,2 Bin	294.908.730
Sade Vatandaş	10 Aralık 2014	402 Bin	Sokak Röportajı	27	2.787.000	1,6 Bin	128.786.927
Toplam		1 M.358	-	39	4.265.000	4086	475.806.657

Tablo 1’de çalışma bağlamında ele alınan, YouTube üzerinde faaliyet gösteren yurttaş gazeteciliği örneklerinin kuruluş tarihleri, abone sayıları, incelenen yayın türleri, incelenen yayınların toplam görüntülenme sayısı, kanaldaki toplam video sayısı ve kanalın toplam görüntülenme sayıları verilmiştir. Çalışma konusu bağlamında ele alınan medya pratiklerinden

⁴ Araştırma kapsamında incelenen kanallara ait bilgiler 20.07.2023 tarihinde elde edilmiştir (<https://www.youtube.com/@SadeVatandas/about>; <https://www.youtube.com/@SokakKedisitv/about> ; <https://www.youtube.com/@IlaveTv/about>).

en eskisi 2009 yılında kurulmuş olan Sokak Kedisi isimli Youtube kanaludur. En fazla aboneye 743 bin kişi ile İlave TV sahipken; incelenen yayın sayısı ile orantılı bir şekilde en fazla incelenen yayınların toplan görüntülenmesi 2 milyon 784 bin ile Sade Vatandaş kanalına aittir.

Sokak Kedisi kanalının hakkında kısmında “Sokak Kedisi TV olarak hedefimiz, çılgınlıklarını içine atan herkesin özgür mikrofonu olmaktır.” ifadesi yer alırken; İlave TV’de “...sizlere Türkiye'nin 81 ilinden halkın görüş ve düşüncelerini sunuyoruz.” yer almaktadır. Sade Vatandaşa ise “Gazeteciliğin aşırı taraflı olduğu günümüz dünyasında bilginin ve haberin kıymeti daha da artmıştır. Bu nedenlerden dolayı izleyicilerimizi halktan yana taraf olan ve halkın haklarını gözeten habercilik anlayışımızı daima desteklemeye davet ediyoruz.” bilgisi paylaşılmıştır.

Genel anlamda alternatif medya pratikleri ticari faaliyetlerde bulunmazlar ve kâr amacı gütmazler. Ancak sponsorluk ve reklam gelirleri olan örnekleri de vardır (Güney, 2009:85). Bunun dışında alternatif medya pratiklerinin gelirleri arasında kamusal fonlar ve sübvansiyonlar da yer alabilmektedir (Jankowski, 2002:11). Bu minvalde gelirler sadece yayıncılığın sürdürülebilmesi için gereklidir. Bu bağlamda ele alacak olursak Sade Vatandaş ve İlave TV kanallarının hakkında kısmında reklam ve sponsorluk iş birlikleri için bir e-posta adresi paylaşmaktadırlar. Sokak Kedisi kanalında ise Patreon platformu üzerinden alternatif abonelikler ve reklam iş birlikleri⁵ sunulmaktadır.

Alternatif medya pratiklerinin ticari kaygılarının olmaması ekonomik ve siyasi baskılara maruz kalmamaları açısından önemlidir (Kırık ve Bölükbaşı, 2017:29)

Tablo 2: Seçim ile ilgili Röportajlardaki Konuların Dağılımı

Kanal Adı	Konu Kategorileri									
	Seçim Anketi		Eğitim		Sağlık		Ekonomi		Adalet Hukuk	
	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s
Sokak Kedisi	11,8	4	-	-	-	-	14,3	3	100	1
İlave TV	8,8	3	33,4	1	-	-	19,04	4	-	-
Sade Vatandaş	79,4	27	66,6	2	100	1	66,6	14	-	-
Toplam	100	34	100	3	100	1	99,94	21	100	1

⁵ Bu bağlamda “Bir Kahve Benden” paketi aylık 5 Avro, “Çorbada Benim de Tuzum Olsun” 20 Avro, “Destekliyorum” 50 Avro olarak ücretlendirilmektedir (<https://www.patreon.com/sokakkedisi> erişim tarihi 05.07.2023).

Tablo 2’de incelenen kanalların konu dağılımı yer almaktadır. Kanallardaki içeriklerin en fazla ekonomi ve seçim gibi konulara odaklandığı belirlenmiştir. 1-30 Nisan 2023 tarih aralığında en fazla içerik üreten Sade Vatandaş kanalı hem seçim anketi kategorisinde hem de ekonomi kategorisinde frekans olarak en fazla orana sahiptir.

Seçim anketinde ikinci olarak Sokak Kedisi kanalı karşımıza çıkarken, “ekonomi” kategorisinde İlave TV ikincidir. Eğitim, sağlık ve adalet/hukuk kategorilerinde az sayıda içerik üretildiği tespit edilmiştir.

Ekonomi alanında ise Sade Vatandaş kanalının 14 (%66,6), İlave TV’nin 4 (%19,04), Sokak Kedisi’nin ise 3 (%14,3) video yayınladığı belirlenmiştir.

Tablo 3: Röportajların Anlatım Niteliği

Kanal Adı	Konu Kategorileri											
	Açıklama Bilgilendirme		İddia Beklenti		Eleştiri		Hedef Gösterme		Yönlendirme Yorum		Diğer	
	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s
Sokak Kedisi	-	-	12,5	1	4,4	1	100	2	14,3	4	-	-
İlave TV	-	-	37,5	3	17,4	4	-	-	14,3	4	-	-
Sade Vatandaş	-	-	50	4	78,2	18	-	-	71,4	20	-	-
Toplam	-	-	100	8	100	23	100	2	100	28	-	-

Tablo 3’te yapılan sokak röportajlarının anlatım niteliğine yer verilmiştir. Seçim ve diğer konularda bilgilendirici, açıklayıcı içerikler *açıklama/bilgilendirme* kategorisinde; siyasal atmosfer, parti veya adaylar ile ilgili bilgi içermeyen söylemler *iddia/beklenti* kategorisinde; mevcut siyasal ortam ve politik gelişmeler ile ilgili eleştiri ifadeleri *eleştiri* kategorisinde; ötekileştirici, kutuplaştırıcı ifadeler ise *hedef gösterme* kategorisinde; sadece yoruma dayanan ifadeler ise *yönlendirme/yorum* kategorisinde kodlanmıştır.

Bu minvalde, gazetecilik meslek ilkelerinde tarafsız habercilik önemli bir etik değer olurken; objektiflik, yorumdan uzak içerik üretme, yönlendirme ya da hedef göstermeden haberi doğrudan aktarmak gibi unsurlara pek dikkat edilmediği görülmektedir. Söz konusu

kanalların anlatım niteliğinin iddia, eleştiri, yorum kategorilerinde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Özellikle sade vatandaş kanalının iddia, eleştiri ve yorum kategorilerinde en yüksek frekansa sahip olduğu, İlave TV'nin ise aynı kategorilerde ikinci, Sokak Kedisi kanalının ise üçüncü olduğu görülmektedir. Hedef gösterme kategorisinde Sokak Kedisi kanalının Suriyeli göçmenler üzerinden ötekileştirici ifadelerle yer verdiği belirlenmiştir.

Yurttaş gazeteciliği başlığında da değindiğimiz üzere yurttaş gazeteciliğinde örnek davranış kalıplarının bulunmaması ve yapılandırılmamış sohbetler bir kamusal alan oluşturmaktan öte, kaotik bir durum ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Akt. Demir, 2022:165). Özellikle göçmen karşıtlığının hassas olduğu dönemlerde, toplumda çatışmalara neden olabilecek içeriklerin üretilmesi, alternatif medyaların vadettiği daha özgür ve yaşanılabilir toplum için çok sesliliğin sağlanması düşüncesiyle karşıtlık oluşturmaktadır.

Tablo 4: Röportajların Anlatım/Aktarım Tekniği

Kanal Adı	Konu Kategorileri									
	Kurmaca		Doğrudan Aktarım		Korku/tehdit		Yorum/Manipüle		Diğer	
	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s
Sokak Kedisi	-	-	40	2	-	-	20	4	-	-
İlave TV	-	-	20	1	-	-	20	4	-	-
Sade Vatandaş	-	-	40	2	100	4	60	12	-	-
Toplam	-	-	100	5	100	4	100	20	-	-

Türk Basın Konseyi tarafından deklare edilen basın meslek ilkeleri 3. maddesinde “Kamusal bir görev olan gazetecilik ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez. Gazeteci halkın haber alma ve gerçekleri öğrenme hakkını gözetir” ifadesi yer almaktadır (<http://www.basinkonseyi.org.tr>). Yine Gazetecilik mesleğini icra eden kişilerin göz önünde bulundurması gerek etik ilkeler arasında; “gerçeklik, doğruluk, tarafsızlık, kamuoyunun bilgilendirilmesi, haber kaynağına saygı, özel yaşamın gizliliği, kişi hak ve özgürlüklerin korunması, mesleğin propaganda aracı olarak kullanılmaması, kamunun bilgilendirilmesi ve toplumsal faydanın özel çıkarların üzerinde tutulması, haberin tehdit ya da bireysel kazanç amacıyla kullanılmaması...” (Daşdan, 2021:41) gibi hususlar gösterilmektedir.

Tablo 4'teki verileri, bu ilkeler çerçevesinde değerlendirdiğimizde Sade Vatandaş kanalının röportajlarda %60 oranında yorum ve manipülasyona başvurduğu, İlave TV ve Sokak Kedisinin içeriklerinin %20'sinin yorum ve manipülasyon olduğu belirlenmiştir. Sade Vatandaş kanalının yayımlandığı 4 içeriğin ise korku/tehdit niteliği taşıdığı gözlemlenmiştir.

Tablo 5: Röportajlardaki İçeriklerin Sunum Şekli

Kanal Adı	Konu Kategorileri											
	Abartma		Çarpıtma		Olumsuz sıfat		Kutuplaştırma Ötekileştirme		Alaya alma		Nötr	
	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s	f (%)	s
Sokak Kedisi	-	-	-	-	6,6	1	40	2	6,7	1	20	1
İlave TV	50	1	50	1	13,4	2	-	-	6,7	1	20	1
Sade Vatandaş	50	1	50	1	80	12	60	3	86,6	13	60	3
Toplam	100	2	100	2	100	15	100	5	100	15	100	5

Tablo 5'te röportajlardaki içeriklerin sunum şekilleri incelenmiştir. Seçim süreci ile ilgili olayların/politikaların olduğundan daha büyük, önemli gibi gösterildiği içerikler *abartma* kategorisinde; gerçeğinden farklılaştırılarak sunulan söylemler *çarpıtma* kategorisinde, olumsuz bir kelime/sıfat içeren ifadeler *olumsuz sıfat kullanımı* kategorisinde; kutuplaştırıcı, ayrımcılığa ve nefret söylemine dayalı paylaşımlar *kutuplaştırma/ötekileştirme* kategorisinde; alay içeren ifadeler ise *alaya alma* kategorisinde kodlanmıştır.

Bu bağlamda, Sade Vatandaş ve İlave TV kanallarının birer abartma ve çarpıtma içerikli video paylaştıkları belirlenmiştir. Sade Vatandaş kanalının 12 videoda olumsuz sıfat kullandığı gözlemlenmiştir. Yine Sade Vatandaş kanalının 3, Sokak kedisi kanalının 2 videoda kutuplaştırıcı, ötekileştirici paylaşımda bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Sade Vatandaş

kanalının 13 videoda alay içerikli, kişileri/olayları alaya alan paylaşımda bulunduğu görülmüştür.

Söz konusu verileri incelediğimizde haberin objektifliğini etkileyen temel faktörlerden, gazetecinin haber konusunu kendi subjektif bakış açısıyla ele alması problemi göze çarpmaktadır. Kişisel niteliklerden, ideolojik unsurlara kadar pek çok değişken haber sürecine etkide bulunabilir. Fakat yurttaş gazeteciliği bağlamında ele alındığında videoların demokratik bir ortama katkı sağlaması, negatif ve ayrıştırıcı bir dil kullanmadan kamunun görüşlerini, fikirlerini, yorumları alternatif medya kanalları aracılığı ile tarafsız bir söylem ve üslupla sunması gerekir.

Sonuç ve Değerlendirme

Basın-yayın faaliyetleri olarak medya, gündem yaratma, demokratik toplumsal ortama katkı sunma gibi işlevlerine ek toplumsal kanaatin görünür kılınmasını da sağlar. Medya aracılığı ile yurttaşlar, yaşadığı coğrafyadaki siyasal, ekonomik, toplumsal meseleler ya da gelişmeler hakkında bilgi sahibi olurlar. Bireyin şahsi tecrübe ve gözlemlerinde elde edemeyeceği haber ve gelişmelerin medyadaki yansımaları ise bireyin tutum, davranış ve kanaatlerini yönlendirmede etkilidir. Bu bağlamda gazeteci toplumun habere, objektif, şahsi kanaat, eleştiri ve yorumdan münezzeh bir biçimde erişmesine olanak sağlamalıdır. Bu ise ancak özgür bir medya yapılanması ve demokratik bir medya ortamı ile mümkündür.

Özellikle 20.yy. ile medya sektörünün siyasal güç ve kamuoyunu yönlendirme aracı olarak görülmesiyle sermaye sahiplerinin bu alana teveccühü artmıştır. Bu durum ise medyanın tekelleşmesine neden olmuştur. Sermayenin politik ve ekonomik çıkarları doğrultusunda yayın yapan medya organlarının kamuoyuna katkısı ise tartışılmalı bir husus olmuştur.

Literatürde ana akım olarak tanımlanan bu medya kuruluşları hâkim söylemin taşıyıcısı olduğu, kendi gündemine odaklandığı, temsilde çoğulculuğu sağlayamadığı gibi hususlarla eleştirilmiştir. Bu bağlamda daha demokratik bir medya ortamı ütopyası ile yurttaşlar kendi medya pratiklerini oluşturmuştur. Alternatif medya olarak tanımlanan bu medya pratikleri ise temsilde adaleti, katılımı, erişimi, objektifliği ve en önemlisi demokratik bir kamuoyu oluşumuna katkı sağladığı iddiası ile ana akım medyadan farklılaşmaktadır.

Bu çerçevede çalışmamızda bir alternatif medya pratiği olan yurttaş gazeteciliği örnekleri, ele aldıkları konular, anlatım nitelikleri, anlatım teknikleri ve içerik sunumları kategorileştirilerek değerlendirilmiştir.

Elde edilen veriler incelendiğinde ise röportajların anlatım niteliğinde eleştiri, yorum, manipüle etme, çarpıtma, alaya alma, olumsuz sıfat ve abartı ifadelerine yer verildiği ve röportajların muhabirlerin subjektif yaklaşımıyla kurgulandığı tespit edilmiştir.

Literatürdeki benzer çalışmalarda da görülebileceği üzere bu araştırmada da röportajı yapan muhabirlerin kendi ideolojileri ışığında yönlendirici ve manipüle edici bir dil kullandıkları ve bu nedenle de demokratik bir kamuoyu oluşumuna katkı sağlamaktan çok, popüler olma veya propaganda yapma vb. gibi amaçlarla içerik ürettikleri belirlenmiştir.

Bu bağlamda, araştırma sonucunda elde edilen verilere göre yurttaş gazeteciliği örneklerinin demokratik bir medya ortamına katkı sunma ve sağlıklı bir kamuoyu oluşumunu destekleme iddiasıyla dikotomik bir görünüm sergileyebildiği gözlenmiştir.

Özellikle Türkiye gibi sosyal medya mecralarını kapsayan yasal düzenlemelerin yeni yapıldığı ülkelerde bu mecraların özgürlük sınırlarındaki muğlaklıklar demokratik bir kamuoyu oluşmasına katkıdan çok Losifidis'in (2011), ifadesiyle "kaotik bir ortam oluşmasına" neden olma potansiyeli taşıdıkları söylenebilir.

KAYNAKÇA

ARI, Simay (2023). Medyanın Forum Oluşturma İşlevinin Çevrimiçi Haber Medyası Üzerinden Değerlendirilmesi: Youtube Sokak Röportajları, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

DASTAN, Filiz (2021). "Gazetecilikte Haberin Objektiflik Niteliği", Euro Politika Dergisi, Sayı:9, s.41-50.

DEMİR, Zuhâl (2022). Kamusal Alan ve Yurttaş Gazeteciliği "Neden Kamusal Alan Daha Fazla Gerektirir", (Editör), Ebru Davulcu. Yurttaş Gazeteciliği, Ankara: Nobel Yayınları, s.145-175.

FRASER, Colin ve RESTREPO ESTRADA, Sonia (2001). Community Radio Handbook, UNESCO, s. 18-122.

FRASER, Nancy (2004). Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek: Gerçekte Var Olan Demokrasinin Eleştirisine Bir Katkı, (Editör), Meral Özbek. Kamusal Alan, İstanbul: Hil Yayınları, s.103-133.

GÖRGÜLÜ AYDOĞDU, Adalet ve İLHAN, Erol. (2020). "Alternatif Bir İletişim Aracı Olarak YouTube: 2019 Yerel Seçimlerinde Sokak Röportajları Yapan Siteler Üzerine Bir

İnceleme”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 23 (2), s.433-442.

GÜLAŞIK, Özgür (2011). İnternetin Kamusal Alan Niteliği Üzerine Bir Araştırma: “Ankara’daki Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

GÜNEY, Serhat (2009). Tüm Yönleriyle Topluluk Radyoları, İstanbul: Punto Yayınları

HABERMAS, Jurgen (2021). Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü, (Çev: Tanıl Bora ve Mithat Sancar), İstanbul: İletişim Yayınları.

HOLLANDER, Ed; STAPPERS, James ve JANKOWSKI, Nicholas (2002). Community Media And Community Communication, (Editörler), Nicolas W. Jankowski ve O. Prehn. Community Media İn The İnformation Age- Perspectives And Prospect, New Jersey: Hampton Press., s.19-30.

KAÇAR, Ferhat (2024). “Dijital Çağda Yerel Medya Çalışanlarının Sorunlarının Tespitine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Şanlıurfa İli Örneği”, Erciyes İletişim Dergisi, 11 (2), s.627-650.

KIRIK, Ali Murat ve BÖLÜKBAŞ, Kenan (2017). “Bir Alternatif Medya Örneği Olarak Topluluk Radyoları”, Journal Of Human Sciences, 14 (1), s.89-104.

LİPPMANN, Walter (2020). Kamuoyu, (Çev. Orhan Doğuş Yılmaz), İstanbul: Kabalcı Yayınları.

MADENOĞLU, Dila Naz (2016). “Bir Propaganda Aracı Olarak İnternet Yayıncılığı: Ahsen TV Örneği”, Intermedia International E-Journal, 3 (4), s.127-143.

NEGT, Oskar ve KLUGE, Alexander (2004), “Kamusal Alanı ve Tecrübe”ye Giriş, (Editör), Meral Özbek. Kamusal Alan, İstanbul: Hil Yayınları, s: 133-139.

ODABAŞ, Uğur Köksal (2018). “Tarihsel Süreçte Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü ve Habermas”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22 (Özel Sayı), s.2051-2066.

ÖZBEK, Meral (2004). Kamusal Alan, İstanbul: Hil Yayınları.

RAĞBETLİ, İlker ve TEMEL, Mustafa. (2024). Kamusal Alan Ve Yeni Medya: Sokak Röportajları Örneğinde Eleştirel Bir Sorgulama. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1354-1371.

RAĞBETLİ, İlker ve AYDIN, Bayram Oğuz (2022). “Türkiye’deki Göçmen Topulukların, Alternatif Medya Pratikleri: Al Harmal Gazetesi Örneği”, Gaziantep University Journal Of Social Sciences, 21 (4), s.2117-2134.

RUHDAN, Uzun (2006). “Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16, s.633-656.

SENNETT, Richard (2020). Kamusal İnsanın Çöküşü, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

TEMEL, Mustafa (2022). Yurttaş Gazeteciliği ve Etik, (Editör), Ebru Davulcu. Yurttaş Gazeteciliği, Ankara: Nobel Yayınları, s.181-201.

TORUN, Tayfun (2020). “Jürgen Habermas’ın Kamusal Alan Kavrayışı: Rasyonel Politik İrade Oluşumu”, Bursa: Kaygı Dergisi, 19 (1), 220-238.

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.