

A RETROSPECTIVE LANDSCAPE OF CITIZEN JOURNALISM IN THE TURKISH PRESS TÜRK BASININDA YURTTAŞ GAZETECİLİĞİNİN DURUMUNA RETROSPEKTİF BİR BAKIŞ

Ceren BALEL*

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11617340>

MAKALE BİLGİLERİ

Araştırma Makalesi
Research Article

Cilt:2-Sayı:1 Vol:2- Issue:1

Makale / Info

Send / Gönderim Tarihi: 10.05.2024

Appraisal / Ön Değerlendirme:
12.05.2024

Accept / Kabul Tarihi: 11.06.2024

Sayfa: 99-117 Page: 99-117

Anahtar Kelimeler:

haber, yurttaş gazeteciliği, yurttaş eliyle gazetecilik, gazetecilik, internet, blog, beşinci güç

Key Words:

news, citizen journalism, civic journalism, journalism, internet, blog, fifth estate

ÖZET

Matbaa kültüründe okur ile yazar arasında oluşan hiyerarşi, gazetecilik alanında haber üreticisi ile haber tüketicisi hiyerarşisine dönüşmüştür. İnternet ise bu hiyerarşide köklü bir değişime yol açmıştır. Önceleri haber hiyerarşisinin en altında, yalnızca görgü tanığı olarak yer alabilen sıradan insanlar, akıllı cep telefonlarıyla topladıkları görüntüleri ve kendi tanıklıklarını internetteki bloglar ve sosyal medya platformları aracılığıyla yayabilmeye başlamıştır. Profesyonel olmayan kişilerce oluşturulan ve haber değeri taşıyan bu içeriklerin yayılmasıyla yurttaş gazeteciliği kavramı ortaya çıkmıştır. Dünya çapında ses getiren ve özellikle çokuluslu medya kuruluşlarının yayınlamaktan kaçındığı özellikle savaş, çatışma ve doğal afet görüntüleri, yurttaş gazeteciler sayesinde yayımlanmış ve kişiler böylelikle bu olaylardan haberdar olmuştur. Haber medyasının görmediklerini göstermesi ve haber medyasından aktarılanların ne derece doğru olduğunun anlaşılması açılarından beşinci güç olarak nitelendirilen yurttaş gazeteciliği, küresel medyaya karşı asimetrik güce dönüşebilmiştir. Bu makalede, yurttaş gazeteciliği kavramı ele alınarak, yine profesyonel gazeteci olmayan kişilerin topladığı içeriklerle gerçekleştirilen yurttaş eliyle gazetecilik uygulamaları ile arasındaki fark ortaya konularak; araştırmanın gerçekleştirildiği 2009 yılında Türk basınında yurttaş gazeteciliğinin durumu betimsel alan analizi yöntemi kullanılarak nitel tekniklerle incelenmiştir. Söz konusu dönemde Türkiye’de yurttaş gazeteciliği ile yurttaş eliyle gazetecilik kavramlarının keskin sınırlarının çizilmediği ve yurttaş gazeteciliğindense, yurttaş eliyle gazetecilik uygulamalarının belirgin olduğu görülmüştür. Çalışma bugünün medya ekolojisinde içerik üreticiliği kapsamında ele alınması mümkün olan kavrama retrospektif bir bakış olması açısından da önem taşımaktadır.

ABSTRACT

The hierarchy established by print culture between reader and writer has evolved into a new form between newsreaders and journalists as news consumers and news producers in the context of news production. Formerly, ordinary people who could only hold the last step of news production as witnesses turned into a diverse kind of news producers with the use of smartphones and the internet. This kind of journalism practiced by non-journalists is called citizen journalism and can easily be confused with civic journalism which is another kind of alternative journalism. With the practices of citizen journalism global news consumers could learn about the world events that the global mainstream media do not cover. Thus, citizen journalism happened to become the fifth estate that also detects the conventional press as the fourth estate and formed an asymmetrical power. This article explains the differences between citizen journalism and civic journalism and uses qualitative techniques to conduct a study on the landscape of citizen journalism in the Turkish press in 2009 by using qualitative techniques and descriptive field analysis via the context analysis method. It is seen that in the Turkish literature of the time, citizen journalism and civic journalism did not be concretely distinguished from each other. In addition, it is found that although civic journalism is practiced as a manner of content production in the Turkish press, citizen journalism does not take a significant place. The importance of this study is also due to the period it covers as a retrospective landscape.

Bu makale, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde 2009 yılında hazırlanan “Günümüz Türk Basınında Yurttaş Gazeteciliğinin Durumu ve Uygulamalarının Değerlendirilmesi” adlı Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir

*Bağımsız Araştırmacı, ORCID ID: 0009-0000-0137-1418, cerenbalel@gmail.com

Giriş

Her türlü iletişim aracı, kendine özgü iletişim ortamını ve ileti türlerini de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda 20. yüzyılın sonlarına doğru, anında ve her yerde kişiler arasında kullanılmaya başlanan cep telefonları, temel iletişim gereksinimlerini karşıladıkları gibi, fotoğraf makinesi, ses kayıt cihazı, kamera, radyo vb. işlevlerini de kazanarak birer gömülü iletişim cihazına dönüşmüşlerdir. Aynı süreçte kullanılmaya başlanan internet ise, gerek kişilerarası iletişim, gerek kitle iletişimi için uygun ortam sağlamış, gelişen teknolojisi ve hızla yayılan ağı ile en rahat ileti aktarım ortamı haline gelmiştir. Bunlara paralel olarak bilgisayar, kamera, fotoğraf makinesi gibi araçların kişisel kullanım için uygun yeni modellerinin üretilmesi ve fiyatlarının daha rahat satın alınabilir bir düzeye gelmesi sonucu, bu araçlara sahip kişilerin sayısı zamanla artmıştır. Artık elinde bir bilgisayarı, internet bağlantısı ve zorunlu olmamakla birlikte çokişlevli bir cep telefonu olan herkes, yayıma değer bulduğu içerikleri internet üzerinden birbirleriyle paylaşmaya; hatta blogların yaygınlaşması sayesinde “kendilerine ait medya” üzerinden tüm dünyaya aktarmaya başlamıştır.

İnternetin yaygınlaşması ile, kişiler medyanın kendilerine sunduğu içeriklerden başka, kendi yaşantılarında gelişen veya sokakta tanık oldukları olaylardan aktarmak istediklerini diğerlerine sunmaya başlamış; böylelikle gazetecilerin üretisi olmayan yeni bir gazetecilik türü ortaya çıkmıştır. Son yıllarda dünya çapında ses getiren ve özellikle çokuluslu medya kuruluşlarının yayınlamaktan kaçındığı çeşitli savaş, çatışma ve doğal afet görüntülerinin yayımlanması sayesinde, haber tüketicileri olanlardan haberdar olmuştur. Gazeteci olmayan kişiler tarafından gerçekleştirilen bu gazetecilik, yurttaş gazeteciliğidir.

Kişisel iletişim aracı olarak vazgeçilmez düzeyde kullanılmaya başlanan akıllı telefon, tablet, bilgisayar ve el kamerası gibi araçlar, küresel medya kuruluşlarınca aktarılmayan veya çarpıtılan haberleri gündeme getiren ve bu içeriklerle kamuoyu oluşumunda etkili olabilen gönüllü muhabirlerin, yani yurttaş gazetecilerin elinde özellikle 2000'lere doğru birer güç ögesine dönüşmüştür. Artık, her an, her yerde, herkes tarafından, herhangi bir haber üretilebilmekte ve bu haberler özellikle internet üzerinden küresel çapta yayımlanabilmektedir. Yasama, yürütme ve yargıyı kamu adına denetleme görevi nedeniyle haber medyası dördüncü güç olarak adlandırılırken; haber medyasının doğruluğunun ve tarafsızlığının anlaşılması açılarından bir denetim ögesine dönüşen yurttaş gazeteciliği ise, beşinci güç olarak nitelendirilmektedir.

Dünyada özellikle Irak Savaşı ile varlığı iyice duyulan yurttaş gazeteciliği, özünde profesyonel olmayan bir kişinin kendi haberini üretip yayımlaması veya yayımı yapılan bir haber ile ilgili bilgi eklemesi, yorum yapması yolu ile gerçekleştirilen bir alternatif gazetecilik türüdür. Türkiye’de yaygın olarak tanınırlık kazanamayan yurttaş gazetecilik ile, kavramsal yönden anaakım medyada yer alan ve profesyonel gazeteciler ile yurttaş gazetecilerin işbirliği yaparak gerçekleştirdikleri yurttaş eliyle

gazetecilik (civic journalism) sınırı keskin biçimde çizilememiş; hatta bazen bunların ikisi aynı kavram olarak değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada, yurttaş gazeteciliği kavramının gelişimi ve geleneksel gazetecilik ile arasındaki farklar ve yurttaş eliyle gazetecilikten ayrılan yanları da belirginleştirilerek, Türkiye’de yurttaş gazeteciliğinin durumu ele alınmaktadır. Betimsel alan analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen bu çalışmada, ilişkiel araştırma modeli üzerinden nitel içerik çözümlemesi tekniği uygulanmıştır. Çalışmanın yapıldığı dönemde Türkiye’de yurttaş gazeteciliği ile yurttaş eliyle gazetecilik ayrımının keskin biçimde yapılmadığı ve Türk haber medyasında yurttaş eliyle gazetecilik uygulamalarına sınırlı oranda yer verildiği saptanmıştır. 2009 yılında gerçekleştirilen bu çalışma, Türkiye’de yurttaş gazeteciliğinin gelişiminin yanı sıra, bugünkü koşullarda ortaya çıkan içerik üreticiliği kavramının irdelenmesi açısından da fayda sağlayabilecek retrospektif bir bakış sunmaktadır.

Haber ve Gazeteci - Okur İlişkisi

Haber yaygın biçimde, “köpek adamı ısırsa haber değildir, adam köpeği ısırsa bu bir haberdir.”** deyişi ile tanımlanmaktadır. Oysa burada sözü edilen haber değil; mesleki bir kavram olan haber değeridir. Bununla birlikte haber ile haber değeri arasında doğrudan bir ilişki vardır. Her gün dünyada gelişen milyonlarca olay arasından ancak çok sınırlı bir kısmı haberleştirileceğinden, bunlardan hangisinin haber olarak aktarılacağına seçilmesinde bazı ölçütlerin göz önünde bulundurulması gerektiği, söz konusu ifadede dar ve eksik bir tanımlama ile yapılmaktadır. Bir olayın habere dönüştürülmesi için hiç kuşkusuz bir özelliğinin olması gereklidir. Adam köpeği ısırduğunda, köpek ısırma insan doğası ile özdeşleştirilen bir eylem olmadığından bu alışlagelmişin dışındaki bu durum haber değeri taşımaktadır ve haberleştirilip aktarıldığında okurun ilgisini çekecektir. Ancak bazı durumlarda köpeğin adamı ısırması da haber olabilecek niteliktedir. Örneğin; adamı ısırın köpek kuduz ise, magazinel bir kişinin köpeği herhangi birini ısırması ise veya magazinel bir kişi köpek tarafından ısırılmış ise, bu durumların hepsi haberleştirilebilir. Dolayısıyla, haberin tanımının çok keskin sınırlarının olmadığını, bazı nitelikleri ve öğeleri barındıran çeşitli eylemlerin, olayların ve söylemlerin habere dönüştürülüp yayınlanabileceğini kabul etmek gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında ancak adamın köpeği ısırmasının haber olacağına ilişkin tanımlama, haberin değil; haber değeri kavramının eksik bir açıklamasıdır. Gazetecinin görevi ise, enformasyonu toplamak ve haber değeri üzerinden haberleştirip aktarmaktır.

* **Köpek adamı ısırsa haber değildir, adam köpeği ısırsa haberdir:** Gazetecilik mesleği açısından haber değeri kavramını açıklamak için sıklıkla kullanılan bu ifade, sıklıkla olan ve olağan sayılan bir durumun haber olarak basında yer almaması gerektiğini; ancak adamın köpeği ısırması gibi alışılmadık ve olağanüstü bir durumun haberleştirilmesi gerektiğini savunur. Bu sözün ilk kim tarafından söylendiği kesin olarak bilinmemekle birlikte, 19. yüzyıl sonu veya 20. yüzyıl başında Amerika Birleşik Devletleri’ndeki tabloid gazetelerde çalışan birkaç gazeteci ve editöre atfedilmektedir. İfadenin akademik bir ortamda değil, gazetelerin haber odalarında konuşulup yaygınlık kazanan bir ifade olduğunun göz önünde bulundurulması faydalı olacaktır.

Haber (news) kavramının en yaygın ve en çok akılda kalıcı tanımı İngilizce kuzey (north), doğu (east), batı (west), güney (south) sözcüklerinin baş harfleri ile oluşan ve her yönde meydana gelen olaylar biçimindeki tanımıdır. Ancak bu tanım, haberin zamanı, yayınlanma nedeni, söylemi olan haberin temel niteliklerini ve haberin içerdiği öğeleri kapsamamaktadır (Girgin, 2002, s. 4, Aslan, 2003, s. 13-14). Haber, ortaya çıkan veya çıkabilecek olanı birebir yansıtmaktan çok onu yeniden biçimlendirerek sunan enformatik metindir. İçerik ve biçimsel yönleriyle ele alınabileceği gibi (Aslan, 2004, Bölüm 2), haberin üretim - tüketim ve iktidar ilişkileri içinde değerlendirilmesi, gazetecilerin yaptıkları biçimde mesleki üreti yönü ile ele alınabileceği ve mevcut iktidar ilişkilerinin bir ürünü olarak veya olayların belgeleriyle kurgulanarak sunulması biçiminde de ele alınabilmektedir (Tokgöz, 2008, s. 196-198; Schneider & Raue, 2000, s. 40).

Haberin en önemli aşaması enformasyon toplama sürecidir. Bu aşamada gazetecinin gerek deneyimi, gerekse yeteneği ile neyin haber konusu olduğuna karar vererek bu doğrultuda veri toplama sürecine girişmesi, haber olabilecek enformasyonu nerede bulacağını, neyi ve kimi göreceğini, topladıklarını nasıl ayırıp değerlendireceğini bilmesi; söylemsel ve biçimsel özellikleri çerçevesinde oluşturulan haber metninde yani 6N1K olarak da tanımlanan, kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden, nereden öğeleri ile oluşturması, kapsadığı içerikle bağlamsal örgüyü haber metninde aktarması haberin anlaşılabilirliğini (Girgin, 2002, s. 51; Aslan, 2003, s. 105; Tokgöz, 2008, s. 229) sağlaması gereklidir. Enformasyon toplamada en önemli nokta olan kaynak ve enformasyon güvenilirliğinin sağlanması da gazetecilik mesleğinin en temel uygulamalarındandır.

Gazetecinin topladığı enformasyonun güvenilirliği anlaşılabilir olarak haberleştirilmesine karar verilmesinin ardından; 6N1K'nin hangi öğelerinin vurgulanacağı, içeriğin hangi haber türü olarak değerlendirileceği, haberin hangi genişlikte verileceği ve haberin anlaşılması veya ilgi çekiciliğinin artırılması için hangi görsel malzemenin kullanılacağı kararı alınarak; başlık ve alt başlıklar kullanılarak haber üretilip aktarılmaktadır. Bu süreç, gazetecilikte eşikbekçiliği sürecidir ve içeriğin sunulmasında temel ölçüt olan haber değerinin devreye girdiği aşamadır.

Eşikbekçiliğinde, enformasyonu toplayıp haberleştiren muhabirin, editörünün, yazarlarının müdürünün ve genel yayın yönetmeninin içinde bulunduğu dikey bir filtreleme süreci işlemektedir. Eşikbekçiliği sürecinde, yayınlanmasına karar verilen içerik, yayınlanana kadar içeriğinde, başlığında, görsel malzeme kullanımında ve gazete haberleri için yayınlanacağı sayfa ile haberin kaplayacağı alan; radyo ile televizyon haberleri içinse yayınlanacağı sıra ve haberin uzunluğu açısından değişikliklere uğrayabilmektedir. Haberin üretilip sunulmasına kadar her türlü aşamayı ve bu aşamalarda görevli tüm gazete çalışanlarının eylemlerini içeren eşikbekçiliği, gazetecilik mesleğini ve gazetecileri, diğerlerinden ayıran en belirgin bakış açılarının, değerlerin olduğu, meslek dışındakilerin kolaylıkla anlamayacağı karmaşık ve hiyerarşik bir süreçtir.

Eşikbekçiliği sürecinin başlangıcı olan haber değerlendirme, haberdeki içeriğin haber olarak üretilip üretilmeyeceği kararı ile başlamaktadır. Bir olayın, durumun veya açıklamanın haber olabilmesi için karar almakta kullanılan haber değerlendirme ölçütleri, konu üzerinde çalışan meslek profesyonelleri ile akademisyenlerce farklı sınıflandırma ölçütlerine göre sıralanmakla birlikte (Hayford, 2015; Aslan, 2003, s. Bölüm 2; Tokgöz, 2008, s. 215-223; Schneider & Raue, 2000, s. 40-43); haber değerlendirme ölçütlerini zamanlılık, önemlilik ve ilginçlik olarak genel başlıklar altında toplamak olasıdır.

Zamanlılık, haberleştirilecek konunun ne zaman gerçekleştiğini; dolayısı ile haberin bayatlığı/tazeliliği noktalarını açıklığa kavuşturan; olayın yeni, ani, güncel oluşunu veya konu ile ilgili yeni gelişmelerin yaşanması durumunu irdeleyen ölçüttür (Aslan, 2003, s. 212-269). Önemlilik, bir konunun toplumsal, ekonomik, politik, kültürel alanlarda büyük değişikliklere yol açar nitelikte olması veya haber tüketicilerinin bilmek isteyebilecekleri günlük yaşama ilişkin elektrik kesintisi, hava sıcaklıklarında beklenen ani artış, yeni yürürlüğe konulacak bir yasa gibi günlük olayları kapsayabilmektedir. Kişileri günlük yaşamların sıradanlıklarından biraz olsun arındırıp gülümsetebilecek, şaşırtabilecek, üzebilecek, kızdırabilecek, uyumsuzluk, çelişki, olumsuzluk, çatışma, romantizm konularındaki haberler ise, ilginçlik niteliği (Girgin, 2002, s. 13 - 14) taşımaktadır. Bu konular, ağırlıklı olarak gazetelerin üçüncü sayfalarında ve hafta sonu eklerinde; televizyonlarda haber öyküsü biçimine ve son olarak son yıllarda hızla yayılan sosyal medya içeriklerinde yer almaktadır.

Gazetecilik yalnızca haber içerikleri ile değil, kamusal görevi açısından da ele alınan bir meslektir. İnsanın, doğası gereği en temel gereksinimlerinden olan dışarıda olup bitenden haberdar olma gereksinimi doğrultusunda, dünya olayları, yerler, durumlar, kişiler, kurumlar, devletler, siyasal partiler ve her türlü örgüt ile ilgili enformasyon sağlayan meslek olan gazetecilik (Tokgöz, 2008, s. 108); gazetecilik, parlamenter sisteme geçiş ile birlikte, yasamayı, yürütmeyi ve yargıyı kamu adına denetleyen dördüncü güç olarak tanımlanmaya başlayacaktır.

Matbaa kültürünün gelişmesiyle oluşan yüzlerce yıllık süreçte haber okuru/izleyicisi ile gazeteci arasında oluşan hiyerarşide, haber okuru/izleyicisi, kendisine aktarılanlarla yetinmek zorunda kalarak, kendi gündemini kitlelere yayma olanağı hiçbir biçimde olmayan mutlak edilgen ve tüketici konumuna gelmiştir (McLuhan, 2001, s. 409). Oluşan bu hiyerarşi, internetin geliştirilmesine kadar yüzyıllarca sürmüştür ve internetin gelişmesi sonucu okur ile gazeteci arasındaki hiyerarşinin bir ölçüde değişmesi, beşinci güç olarak da tanımlanabilen yurttaş gazeteciliği ile gerçekleşebilmiştir.

Yurttaş Gazeteciliği: Gazeteci - Okur İlişkisinde Dönüm Noktası

Gazete, dergi ve televizyon gibi sermaye gerektiren araçların aksine, çok düşük maliyetlerle kişilere kendilerine ait yayıncılık ortamları sunan internetin, insanları birbirine hızla bağlayan ve etkileşimli süreçlere olanak tanıyan yapısına bağlı olarak yeni bir medya ekolojisi (Fuchs, 2020, s. 65, 134) oluşmuş,

böylece okur ile yazar ve gazeteci ile haber tüketicisi arasındaki hiyerarşide kırılma yaşanmıştır. Bunun ilk belirgin örneği yurttaş gazeteciliğidir.

Daha önceki dönemlerde okur/izleyici/alımlayıcı (audience) konumundaki kişilerin birbirlerini olaylardan haberdar etmek için basın araçlarını kendi hakimiyetlerinde kullanmaları ile yurttaş gazeteciliği ortaya çıkmıştır. Başka bir deyişle, kişilerin birbirlerini tanık olduğu olaylardan haberdar etmek için internet ve sosyal medya ortamlarını kullandıklarında oluşan amatör habercilik türü, yurttaş gazeteciliğidir (Rosen, 2008). Yurttaş gazeteciliğinde, gazeteci olmayan herhangi bir kişi, demek istediklerini kendi kitle iletişim ortamından aktarabilmektedir. Böylelikle anaakım medyada henüz yayınlanmamış, belki de hiç yayınlanmayacak olaylar, bir olay eyleyenlerce veya olayın tanıklarınca kaydedilen görüntüler ve olayla ilgili bilgiler internet ortamında duyurulabilmekte; bölgesel veya küresel nitelikteki bu olaylar, internet teknolojisinin hızı ve internete ulaşabilen kitlenin genişliği sayesinde bir anda tüm dünyaya yeni bir gündem konusu sunulabilmektedir.

İlk örnekleri ve küçük çapta uygulamaları önceki dönemlere dayanan yurttaş gazeteciliğinin belirgin biçimde görünür olması, 1999'da ABD'de Seattle'da yapılan Dünya Ticaret Örgütü Bakanlar Konferansı'nı protesto eylemlerine ilişkin haberlerin ve görüntülerinin Indimedia alternatif yayıncılık sitesinde yayınlanmasıyla gerçekleşmiştir. ABD'de 11 Eylül 2001'de yaşanan terör olayları tanıklarının kaydettikleri görüntüleri, çektikleri fotoğrafları ve olaya ilişkin tanıklıklarını kendi ağzlarından kişisel bloglarında yayınlamaları sayesinde yaşanan olayın büyüklüğünün tüm dünyaya anında aktarılabilmesiyle kavram küresel çapta tanınırlık kazanmıştır.

İliştirilmiş gazetecilik uygulaması devreye geçirilen Irak Savaşı ise yurttaş gazeteciliği için bir dönüm noktasıdır. Savaşta illeştirilmiş gazetecilik uygulandığından saldırıların başladığı ilk günlerde, küresel medya kuruluşlarınca ortaya çıkan yıkımdan dünyanın haberi olmamıştır. Saldırıların nasıl bir yıkıma neden olduğu, bir Iraklı'nın Salam Pax adlı blogundan Bağdat'taki günlük yaşamı aktaran fotoğraf ve enformasyonu yayması sayesinde anlaşılabilmiştir. Kısa zaman içinde diğer Iraklılar da günlük olayları bloglarından yaymaya başlamışlardır. Adının gerçekten Arapça barış anlamına gelen Salam olduğu ortaya çıkan bu blogcu, savaştan sonra İngiltere'nin sayılı gazetelerinden The Guardian'ın eki G2'de yazı yazmaya başlamıştır (McCarthy, 2003). Aynı biçimde 2006'da Hizbullah'a misilleme olarak İsrail'in sivil bölgeleri de bombaladığı Beyrut saldırıları sırasında, Lübnan'ın dünya ile iletişimi büyük oranda kesildiğinde, Batılı medya kuruluşlarınca olayların ne kadar şiddetli olduğunun yansıtılmayacağını düşünen Beyrutlu Hanady Salman, Beirut Journal adlı blogundan yıkımın görüntülerini ve kentteki günlük yaşama ilişkin bilgileri dünyaya aktarmıştır (Al-Atraqchi, 2006).

Yurttaş gazeteciliği, felaketler sürecinde de etkin biçimde kullanılmıştır. Güney Asya'da 2004'te yaşanan Katrina Kasırgası sırasında, bölgeden ilk görüntüler felaketi yaşayan kişilerden gelmiştir. Bu kişiler yaşananları kişisel bloglarından yayımlayarak aktarmış, öte yandan küresel medya kuruluşları da

fırtına sırasında ve sonrasında bölgede yaşayanlardan gelen bilgi ile görüntüleri, tüm dünyaya ulaştırma olanağı bulmuştur. Olayın ardından, büyük medya kuruluşlarının üst düzey yöneticileri, yurttış gazetecilerden gelen bilgi ile görüntülerin katkısını kabul ederek, böylesi felaketslere özel muhabir yollamanın zaman ve maliyet açısından masraflı olacağını; ayrıca muhabirin can güvenliğı ve ekipmanı korumanın da gazetecilik açısından büyük risk olmasından dolayı, bu tür olaylarda bölgedeki kişilerden gelen bilgi ve görüntülerin büyük medya kuruluşlarının bu açığı kapattığı değerlendirmesine varmışlardır (NBCNews, 2005; Jarboe). New Orleans'ta 2005 yılında yaşanan Rita Kasırgası felaketinin ardından bölgeden birkaç gün haber alınmadığında da, olayı yaşayanların internette görüntü ve enformasyon yaymalarının ardından gönüllüler bölgeye yardım için organize olabilmış; aynı yıl Londra'ya yapılan saldırılara ait ilk görüntüleri, olay yerinde rastlantı sonucu bulunan görgü tanıklarının cep telefonları ile kaydettikleri görüntüleri yayınlamaları sayesinde ulaşılmıştır (Lemann, 2006).

Bu örneklerde de görüleceğı üzere, yurttış gazeteciliğinde internet kilit konumdadır. Önceleri yalnızca askerî ortamlarda ve kapalı sistemlerde haberleşme ağı olarak kullanılan internet, 1990'larla ticari kuruluşlar ile bireysel kullanıcıların kullanımına açılmış ve dünya çapında giderek genişleyen bir kullanıcı kitlesine erişmeye başlamıştır. İnternetin, özellikle de kullanıcılara forumlarda, bloglarda, sitelerin okur yorumu alanlarında ve ardından sosyal medya platformlarında içerik oluşturabilmesine olanak tanıyan Web 2.0 sisteminin kullanılmaya başlanması sonucu iletişim kültüründe büyük bir dönüşüm yaşanmıştır. BU doğrultuda birbirlerine mesafe olarak uzak kişilerin sanal ortamda bir araya gelip bilgi ve düşüncelerini birbirlerine aktarabilmesinin, beğendikleri içerikleri arkadaşlarıyla paylaşabilmesinin, olumlu veya olumsuz herhangi bir durumun internette yayılarak geniş kitlelere ulaşabilmesinin zemini sağlanmıştır (Latorre, 2021, s. 345-346).

Gömülü telefonların (embedded phone) ve özellikle akıllı telefonların geliştirilmesiyle telefon, cihazları, birer kameraya, ses kayıt cihazına da dönüşmüş, bu araçlarla etrafta olanları kolaylıkla kaydedip yine bu telefonların bağılı oldukları internet ortamı sayesinde anında kitlelerle ulaştırmak olası bir duruma gelmiştir. Gazeteci olmayan kişilerce oluşturulan içeriklerin bazıları profesyonel haber kuruluşlarından; bazıları ise bu içerikleri kaydeden kişilerin internetteki kişisel hesaplarından yayılması ile, iki ayrı tür gazetecilik ortaya çıkmıştır. Bunlar içerik üreticisi olarak yurttışlarca üretilmekle birlikte; dağıtım kanalları açısından farklılık gösterdiğinden birbirinden ayrılan yurttış eliyle gazetecilik (civic journalism) ve yurttış gazeteciliğidir.

Yurttış gazeteciliğı ile yurttış eliyle gazetecilik, birbirlerinden farklı boyutlarda gerçekleştirilen alternatif gazetecilik türlerindedir ve her ikisi de profesyonel haberciliğın hiyerarşik, belli bir tabakanın elinde bulunan haber aktarım faaliyetlerine karşı çıkarak, eşitlikçi bir gazetecilik anlayışı taşımaları açısından ortak noktada bir ölçüde buluşmaktadır (Atton, 2003, s. 268). Bu iki tür arasındaki ayrım, yurttış eliyle gazeteciliğın, gazeteci olmayan kişilerin katkıları ile profesyonel gazeteciler tarafından

yapılmasıdır. Yurttaş eliyle gazetecilikte, gazetecilik teknikleri kullanılarak, gazetecilik anlayışı ve değerleri doğrultusunda, gazeteci ile yurttaş arasında içerik çeşitliliği sağlamak adına yurttaşın sesine yer vererek, yurttaşın haber üretimine katkısını sağlayan profesyonel gazeteciler, editoryal denetimden geçirdikleri bu içerikleri gerekli gördükleri noktada gazetecilik diline dönüştürerek haber tüketicilerine aktarmaktadır (Platon & Deuze, 2003, s. 340; PewCenter). Yurttaş eliyle gazetecilik, önceki dönemlerde amatör kamera görüntüsü veya tanık beyanı olarak yer alabilecek bir görüntünün ve enformasyonun kullanımını üzerine kuruludur. Söz konusu iki tür gazetecilik uygulamasıyla, yaygın haber medyasında yer almayıp sıradan insanlarca yakalanan konular gündeme gelebilmekte, böylece kamuoyu ve bilinç oluşumunda etkili olabilmektedir.

Teknolojik tüm gelişmelerin kişileri ve toplumları dönüştürücü etkisi vardır. İnternet ve akıllı cep telefonlarına bağlı olarak gelişen yurttaş kaynaklı bu iki gazetecilik uygulamasıyla, sıradan insanların oluşturduğu içeriklerin yaygınlaşarak iletişim araçları üzerinden aktarılması, yorumlanması ve bu etkinliklerin gerçekleşebilmesi için haberciler ile haber tüketicilerinin ortaklaşa oluşturduğu yeni bir medya ekolojisi ortaya çıkmıştır (Özçağlayan, 1998, s. 13. 43.51). Bugün gelinen noktada, haber medyası kuruluşları gazeteci olmayan kişilerin oluşturdukları içerikleri haber ihbar hattı olarak tanımladıkları kanallar üzerinden edinmesi sonucu yurttaş eliyle gazetecilik bugün geniş çaplı katılıma kavuşmuş ve bu içerikleri sağlayan yurttaşlar bu kuruluşların gönüllü birer muhabirine dönüşmüştür. Yurttaş gazeteciliği sayesinde ise matbaa kültürünün getirisi olarak oluşan okur ile yazar arasındaki hiyerarşide önce bir kırılma yaşanmış ve ardından yurttaş gazeteciliği dördüncü güç olarak tanımlanan haber medyasının görmediği, yansıtmadığı, yetişemediği durumlarda enformasyon akışını sağladığındanx beşinci güç konumuna gelmiştir. Yurttaş gazeteciliği, literatürde halk tabanlı gazetecilik (grassroots journalism) (Gillmor, 2008), katılımcı gazetecilik (Lasica, 2003), örgütlenmiş gazetecilik (networked journalism), açık kaynak gazeteciliği (open source journalism), hiperyerel gazetecilik (hyperlocal journalism), aşağıdan yukarıya gazetecilik (bottom-up journalism), özerk gazetecilik (stand alone journalism), yayılmış gazetecilik (distributed journalism) olarak da (Glaser, 2006) tanımlanabilmektedir.

Yurttaş Gazeteciliğinin Özellikleri ve Yurttaş Eliyle Gazetecilik ile Arasındaki Farklar

Yurttaş gazeteciliği, geleneksel gazetecilik faaliyetlerinden biçim ve içerik yönlerinden ayrılmaktadır. Biçimsel açıdan ele alındığında, yurttaş gazeteciliğinde gazeteci olmayan bir kişi kendine ait bir ortam üzerinden hazırladığı içeriği kendi istediği biçimde, gazetecilik dili ve teknikleri kullanmadan, hiçbir denetim ve editoryal süreçten geçmeden aktarmaktadır. Geleneksel gazetecilikte, bir içeriğin haber tüketicisine ulaşip ulaşmaması kararı ilgili medya kuruluşunun eşikbekçiliği sürecindeki seçimine bağlıdır. Yurttaş gazeteciliğinde ise bir yurttaş gazeteci, oluşturduğu içeriği yayımladıktan sonra internette yayınlanan bir yazının okura ulaşması, söz konusu yazıyı okuyanların bunlarla herhangi bir

etkileşimde bulunması, kişisel bloglarında, veya sosyal medya alanlarında bu yazılara bağlantı vermesi, bu yazıları sık kullanılanlara eklemesi, kendilerine ait alanlarda tartışmaları veya bunlarla ilgili yorumlar yazmaları ile olasıdır (Rosen, 2008; Lasica, 2003). İnternetin eşitlerarası ortamında gerçekleşen bu filtreleme süreci, yatay eşikbekçiliğidir. Bir içeriğin yatay eşikbekçiliğinde yayılması ilk aşamada ulaşabildiği kitle tarafından beğenilme, kendi savını güçlendirme, güncel olma, ilginç bulunma, eleştirme gibi haber değerlendirme ölçütlerindeki benzer biçimde bir dizi nedene bağlı olarak paylaşılmasına bağlıdır. Editoryal bir değerlendirmenin olmadığı yurttaş gazeteciliğinde haber değeri kavramının yerini, enformasyonun veya içeriğin, bir internet kullanıcısı tarafından yatay eşikbekçiliğinde diğerleri ile paylaşımına değer bulunması anlamında gelen paylaşılabilirlik (shareability) almıştır (Collins, shareability). Her etkileşim, bu içeriğin yeniden paylaşılmasını sağlayabilmektedir.

Yurttaş gazeteciliğindeki haberler, geleneksel gazetecilik kuruluşlarından aktarılanlardan içerik açısından da farklıdır. Haber üretim sürecinde en altta ve ancak görgü tanığı olarak haber içeriğinde bilgisinden yararlanan sıradan insan, internet ve sosyal medya üzerinden kendi oluşturduğu her türlü enformasyonu veya düşüncelerini aktarabilmektedir. Böylelikle, yurttaş gazeteci, kendi yayın organın muhabiri, editörü, yazı işleri müdürü, genel yayın yönetmeni, sahibi ve en önemlisi de mutlak eşikbekçisidir. Dolayısıyla yurttaş gazeteciliğinde, geleneksel gazetecilikte önem verilmeyen her türlü içerik de yer alabilmektedir. Bu nokta, yurttaş gazeteciliğindeki içeriklerle ilgili temel bir görüş ayrılığının nedenidir.

Bir bakış açısına göre yurttaş gazeteciliği, yurttaşlığın politik temelleriyle ilişkilidir ve yurttaş gazeteciliğinde politik bir tavır sergilemelidir (Zengin, 2008). Başka bir bakışa göre ise, yurttaş kavramı açık politik bir tutum sergilemektense, toplumsal katılımı, birey olmanın getirdiği hal ve sorumlulukla, bireysel çabaların bir araya gelince toplumsal değişikliklere zemin sağlayabilmesi ve kişilerin edilgen değil, etken olmasıyla ilişkilendirmektedir (Dictionnaire Le Robert, 1970, ciyoten; Kışlalı, 2007, s. 65; Avcı, 2010, s. 22-23, 26). Literatürde yurttaş gazeteciliği ve yurttaş eliyle gazetecilik ayrımı bazen belirsizleşse de; yurttaş gazeteciliği kavramının kaynağın gazeteci olmayan, duyarlı yurttaşlar olması, işlenen konuların anaakımın görmediği, haber değeri taşıyan daha küçük olaylar olduğu, yurttaşlık bilincinin gelişmesi açısından önem taşıması ve çokseslilik açısından önemli olduğu konusunda birleşmektedir (Duran, 2003; Cangöz, 2003; Hürriyet, 2008). Genel çerçevede değerlendirildiğinde, haber niteliği taşıyan her türlü içerik, kamusal alan olan medyada profesyonel gazeteci olmayan bir kişinin iradesiyle yayımlandığında, içeriklerde politik tavır olması da yurttaş gazeteciliği kapsamındadır. Bu bağlamda kültürel yazılar, moda üzerine görüşler, sinema eleştirileri, hatta ünlülere ilişkin özgün magazin içerikleri gibi gazetelerin hafta sonu eklerinin içeriklerinde sıklıkla yer alan yumuşak (soft) içeriklerle de yurttaş gazeteciliği yapılması olasıdır.

İnternet, erişiminin kolaylığı, düşük maliyeti ve hızı sayesinde yurttaş gazetecilik için ideal ortamı sunmaktadır. İlk olarak 1990’larda Web 1.0 sistemi ile kullanılmaya başlanan internet, bu dönemde etkileşimli iletişim olanağının bulunmadığı, yalnızca profesyonel kişilerin oluşturduğu içeriklerin yayımlandığı, okurun mutlak tüketici konumunun sürdüğü, içeriklerde editoryal denetimin olduğu, küçük bir azınlıktan geniş kitlelere içerik aktaran, yazar ile okur arasındaki hiyerarşinin içerik üreticisinden internet kullanıcılarına doğru evrildiği, içeriklerin statik/az değişir nitelikte olduğu, eşikbekçiliğinin katı biçimde yaşandığı, içerik üreticisi ile internet kullanıcısı arasında hiyerarşinin var olduğu bir ortamdır. 2000’lere doğru Web 2.0’in devreye girmesiyle kullanıcıların kendi içeriklerini yayımlayabildikleri, sosyal medya platformlarının ortaya çıktığı, içerik üreticisi ile internet kullanıcısı arasındaki hiyerarşinin azaldığı, editoryal denetimin hafiflediği, enformasyonu geniş bir kitlenin herkese yayabildiği, içeriklerin çok çabuk değişebildiği (Eşitti & Mehmet, 2015, s. 14-15), eşitlerarası bir hiyerarşi olan yatay eşikbekçiliğinin (Rosen, 2008) oluştuğu bir alana dönüşmüştür. Ardından geliştirilen Web 3.0 sistemi ile kişiselleştirilmiş içerik ortaya çıkmış, internet ve sosyal medya platformlarına her yerden ulaşılabilir olmuş, içerikler eşzamanlı üretilip değiştirilebilir hale gelmiştir. Web 4.0 sisteminde ise, yalnızca yazar ve okur arasındaki değil, internet kullanıcıları arasındaki hiyerarşi artık kalkmıştır (Latorre, 2021) ve internet, özellikle de sosyal medya platformları artık dikkat çekici olanın, çok izlenin ve takip alanın hiyerarşide üstlere çıktığı bir alana dönüşmüştür.

Sonuç olarak, editoryal yapısının olmaması, gazetecilik mesleğinin en temel ilkelerinden fikri takibin eksikliği ve kaynak güvenilirliği açılarından yurttaş gazeteciliğine yönelik temel eleştiriler (Lemann, 2006; Gillmor, 2008; Çoban & Ataman, 2018, s. 13) haklı olmakla birlikte; sıradan bir kişinin gündeminin genelin gündemine dönüşebilmesi ve çokseslilik de yine yurttaş gazeteciliği uygulamalarının bu özgürlükçü yapısı sayesinde gerçekleşebilmektedir.

Türk Basın Tarihinde Yurttaş Gazeteciliğinin İrdelenmesi

Yurttaş gazeteciliğinin ilk adımları, okurun kamusal alanda varlığını gösterebildiği ilk alan sayılan gazetelerin okur mektubu köşelerine yolladıkları mektuplarla, bugünkü tanımlamayla yurttaş eliyle gazetecilik kapsamında ortaya çıkmıştır. Bu tür gazeteciliğin sonraki dönüm noktası ise dönemin ABD Başkanı John F. Kennedy’nin 1963’te uğradığı suikaste olmuştur. Kennedy’nin Dallas gezisi sırasında yaşamını yitirdiği suikastı bugünün akıllı telefon kameraları ile karşılaştırıldığında çok daha az özellik taşıyan bir kişisel el kamerasıyla görüntüleyen Abraham Zapruder adlı tüccar, bu görüntüleri o zaman 150 bin dolar karşılığında Life dergisine satmıştır. Olay ile ilgili tek görüntü kaydı budur ve tüm belgesellerde ve filmlerde bu görüntüler kullanılmaktadır (Organ). Gazetecilikle hiçbir ilgisi olmayan bu kişinin gazetecilerce önemsiz bulunan bir yerde, rastlantı eseri elindeki kamera ile yaptığı bu çekimin haber değeri çok yüksektir. İnternet öncesi dönemde özellikle televizyon haberlerinde amatör

kamera görüntüsü ibaresi kullanılarak aktarılan bu tür içerikler, bir olay olduğunda rastlantı eseri orada bulunan görgü tanıkları tarafından kaydedilenlerdir.

Yurttaş gazeteciliğinin tam anlamıyla ilk uygulaması ABD’de 18. yüzyılda kişilerin kendi çabalarıyla çıkarttıkları haber broşürlerine (pamphlet) dayandırılmaktadır. Fransız ve Amerikan devrimlerinin hemen hemen aynı yıllarda yaşanması, yurttaşlık bilincinin gelişiminde büyük önem taşımaktadır. Bu dönemde Amerika’da yayımlanan gazete ve haber broşürleri, haberlerden çok bu yayınları çıkaranların düşüncelerini yaymaları için ve partizanca amaçlarla üretilmiş; yüzyılın sonlarında bu yayınlardan ayakta kalabilenler daha da sert bir çizgide yayıncılık yapmaya başlamıştır. Yurttaş gazeteciliği kavramının ortaya çıktığı ülke olduğundan yurttaş gazeteciliği konusunda karşılaştırma için önem taşıyan ABD’de 1830’larda, yüksek hızlı baskı makinelerinin kullanılması sayesinde geniş bir haber okur kitle oluşmaya başlamıştır (Papandrea, 2007, s. 521; Gillmor, 2008, s. 35).

Aynı dönemde Türk basın tarihine bakıldığında ise, Osmanlı’da ilk gazetecilik faaliyetleri Batı’daki örneklerinden yaklaşık iki yüzyıl sonra ancak başladığı görülmektedir (Jeltyakov, 1979, s. 19). 1831’de Türkçe olarak basılmaya başlanan ve resmî nitelikte olan ilk Türk gazetesi Takvim-i Vekayi’yi, 1840’ta yayınlanmaya başlanan yarı resmî gazete Ceride-i Havadis izlemiştir. Türk basınında gazetede içerik günden oluşumu ve düşünce aktarma amacıyla kullanılması 1860’ların ortalarında Agâh Efendi ile Şinasi tarafından çıkarılmaya başlanan Tercüman-ı Ahval ve okur mektuplarına yer verilen ilk gazete olan Ali Suavi’nin çıkardığı Muhbir’in yayınlanmalarıyla ortaya çıkmıştır. Bu iki gazete ile Türk basınında fikir gazeteciliği ve yurttaş eliyle gazetecilik kavramları bağlamında ilk yayıncılık faaliyetleri görülmüştür. Birinci Meşrutiyet’in ardından İstibdat Dönemi’nde çıkarılan yeni gazetelerle Türk basınında ilk defa popülerleşme eğilimi ve vulgarizasyon ortaya çıkmış; yine bu dönemde rotatif makineler kullanılmaya başladığından görece geniş bir okur kitlesine ulaşılabilmektedir (Topuz, 2003, s. 24, 64, 68-69). İkinci Meşrutiyet’e doğru, gazeteciliği meslek olarak benimsemiş gazeteci profili oluşmasının ardından, Ulusal Mücadele Dönemi’nde gazeteciler, kendi inançları doğrultusunda mücadeleyi veya mutlakiyeti destekleyen; halkta da bu yönlerde bilinç uyandırmayı hedefleyen yazılar yazmıştır. Bu süreçte yeni Türkiye’nin ve rejimi olarak da cumhuriyet rejiminin halka tanıtılması, halkta bağımsızlık bilincinin geliştirilmesi açısından en etkin aracın gazete olduğu kanısıyla Mustafa Kemal ile Fethi Okyar da 1918’de yalnızca birkaç ay yayınlanabildikleri Minber adlı gazeteyi çıkartmışlardır (Tevetoğlu).

Genel hatlarıyla bakıldığında Osmanlı Dönemi’nde iktidarın iradesi ve denetimi ile başlayan gazetecilik faaliyetlerinin, eğitiminin ve mesleki duyarlılığın görece geç başlaması, Osmanlı’nın yıkılıp Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulduğunda geniş bir okur tabanının mevcut bulunmaması, tüm bunlara ek olarak basın her türlü hareketi geniş kitlelere yayma gücüne sahip olmasından kaynaklı Cumhuriyet’in ilk yıllarında çıkan Tahrir-i Sükûn Kanunu’nun, gazeteleri ve gazetecilik faaliyetlerini de kapsamaması

(Topuz, 2003, s. 146-148) nedeniyle ve içinde bulunulan ekonomik koşulların da etkisiyle Türkiye’de fikir gazeteciliği veya bireysel yayıncılık faaliyetleri Cumhuriyet’in ilk yıllarında belirgin bir gelişme gösterememiştir.

Türk basınında muhalif gazeteci profili çok partili döneme geçiş öncesi yer almaya başlamış; sonraki yıllarda bu gazetecilerin muhalefette olan Demokrat Parti’yi (DP) ideolojik olarak desteklemekten çok, Cumhuriyet Halk Partisi’nin (CHP) tek parti iktidarı döneminde basına uygulanan sansür nedeniyle karşıt düşüncelerin ifade edilememesinden tepkili oldukları ortaya çıkmıştır. DP’nin iktidara gelmesiyle basın üzerindeki baskıların daha da artmasına karşın, gazetecilik kuruluşları haberciliği iktidar ile ilişkilerin önünde tutmuş ve gazete patronları çalışanların haberi iktidar ilişkilerinin önünde tutmasına olanak tanımıştır. 1960 askeri müdahalesinin ardından gazetecilerin özlük haklarında yapılan iyileştirmeler sayesinde rahat bir sürece giren gazeteciler, ideolojik düşüncelerini basın üzerinden yaymaya başlamıştır. 1971 Muhtırası ise, ideolojik çatışmaların yanı sıra, bireysel ve politize basın faaliyetlerinin daha da artmasına yol açmıştır. 1980’de neoliberal sisteme geçildiğinin açıklanmasının ardından gelen darbe ve değişen ekonomik koşullar sonrasında politika haberleri veya yorumları yerine, asparagas ve magazin içerikli haberler yayımlanmaya başlamış ve de Türk basınında magazinleşme ortaya çıkmıştır (Özgen, 2004).

1990’larla birlikte büyük sermaye gruplarının bünyesine gazetelerin binalarının, kent merkezinden uzakta, sanayi ve gecekondu bölgelerinde inşa edilen yüksek plazalara taşınması, gazetecilik kuruluşlarının ve gazetecilerin toplumdan uzaklaşmasını da birlikte getirmiştir. Aynı zamanda bu dönemde internet Türkiye’de bireysel kullanıcıların hizmetine sunulurken, gazeteler 1990’ların ikinci yarısında, basılı gazetede içerikler bu gazetelerin internet siteleri üzerinden yayılmaya başlamıştır.

Türk basınında gazetecilik faaliyetlerine tarihsel bütünlükte bakıldığında, Batı’da yurttaş gazeteciliğinin ilk örneklerinin ortaya çıktığı dönemde, Türk basın faaliyetlerinin henüz ilk adımları atılmıştır. Dolayısıyla okurun, gazete okuma alışkanlığının ve kendi düşüncesini ortaya koyup yayma eyleminin daha geç ortaya çıkması beklenebilecek bir sonuçtur.

Yurttaş Gazeteciliğinin Durumu Üzerine Retrospektif Bir Bakış

27 Nisan - 25 Mayıs 2009 arasındaki 4 haftalık süreyi kapsayan bu çalışma, söz konusu süreçte Türk basınında yurttaş gazeteciliğinin mevcut durumunu ortaya koymak için yapılmıştır. Bu kapsamda bağımsız internet ziyaretçi ölçümü sitesi Alexa.com’da sıralanan ilk 100’e giren Türk sitelerinin listesi üzerinden, bunlar arasından yurttaş gazeteciliği ve/veya yurttaş eliyle gazetecilik yapılan siteler ele alınarak, çalışmanın yapıldığı süreçte Türkiye’de yurttaş gazeteciliğinin durumu irdelenmektedir.

Yöntem ve Teknik

Nitel yöntemlerin kullanıldığı çalışma kapsamında, betimsel alan araştırması üzerinden sorunsal kapsamında, ilişkiisel araştırma modeli üzerinden nitel içerik çözümlemesi tekniği uygulanarak Türkiye’de yurttaş gazeteciliğinin/yurttaş eliyle gazeteciliğin o günkü koşullarda durumu irdelenmiştir.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni olarak Türkiye’de yayım yapan yurttaş gazeteciliği siteleri/blogları ve yurttaş eliyle gazetecilik için alan ayıran yayım kuruluşları seçilerek, çalışma kapsamındaki sürede bu alanlardaki uygun içerikler örnekleme alınmıştır.

Amaç ve Önem

Türkiye örneği üzerinden yurttaş gazeteciliği kavramının irdelendiği bu çalışma, araştırma kapsamındaki dönemde bu konu üzerine Türk basınında yapılan tek çalışmadır. Araştırmanın ardından devreye alınan Web 3.0 sistemi ile internet üzerinden enformasyon üretim ve yayım süreçlerinde değişiklikler olduğundan bu dönemi yansıtmaktadır. Bugün gelinen noktada yurttaş gazeteciliği bir tür içerik üreticiliği olarak ele alınabileceğinden, 2016 yılında Oxford Sözlüğü’nce yılın sözcüğü seçilen post truth kavramının Türkiye özelinde gelişimi bağlamında retrospektif bir bakış sunması açısından da önem taşımaktadır. Bu çalışma, benzer çalışmalarla birlikte aradan geçen zamanda Türk haber medyasındaki dönüşüm ve internet kullanıcılarının tutumlarındaki değişikliklerin anlaşılması açısından da fayda sağlayacaktır.

Verilerin Toplanması ve İşlem

Alexa.com’da en çok trafik alan ilk 100 Türk sitesinin listesine ulaşarak, içerindeki haber siteleri/blogları saptanarak, çalışma kapsamındaki süredeki içerikler örneklem kapsamında değerlendirilmiştir.

Sınırlılıklar

Çalışma, 27 Nisan - 25 Mayıs 2009 tarihleri ile ve yurttaş gazeteciliği/yurttaş eliyle gazetecilik yapılan internet siteleri ve bloglarla sınırlıdır.

Veri ve Bulgular

Çalışma kapsamındaki 4 haftalık süreçte Alexa.com üzerinden 27 Nisan - 4 Mayıs -18 Mayıs - 25 Mayıs 2009 tarihlerinde Türkiye’de en çok internet ziyareti alan siteler sıralanmıştır. Alexa.com, internet ziyaret sayısı ile birlikte sitede geçirilen zamanı da hesaplayan bir sıralama ölçütü kullanmaktadır. Verilerin edinildiği 4 hafta içinde burada sıralanan habercilik sitelerinin adları aynı olsa da, sıralamada değişiklikler görülmekle birlikte, bu durum çalışmanın kapsamını etkileyici nitelikte değildir. Alexa.com’da bu tarih aralığında ilk 100 siteden o tarihte 13’ünde habercilik yapıldığı, bunlardan da yalnızca 3’ünde yurttaş gazeteciliği için alan sağlandığı görülmüştür. Habertürk, Hürriyet ve Milliyet olan bu 3 site üzerinden araştırmaya devam edilmiştir. Bu süreçte Türkiye’deki hiçbir blogun en çok

ziyaret alan ilk 100 site içinde yer almadığı anlaşılmıştır. Çalışmada yer alan 3 sitenin de, bağlı oldukları holdinglerin çatısı altında gazetesi, internet sitesi ve televizyon kanalları bulunmaktadır. Bu sitelerden Habertürk ve Milliyet'te yurttaşlara blog alanları oluşturulmuş iken, Hürriyet'te ise Sen de Yolla ve ayrı bir içerik alanı olarak YazarKafe adında özel bir yurttaş gazeteciliği sitesi oluşturulmuştur. Bu sitelerden 3'ü de okurlara blog ve okur yorumu için alanlar sunarken, Hürriyet ile Milliyet'te beğenilen içeriklerin okurlarca paylaşımına olanak tanındığı görülmüştür. Tablo 1'de bu sitelerdeki tüm alanlar okurların ürettikleri içerikleri yayınlama olanağı sunulması açısından değerlendirilmektedir.

Tablo 1 sitelerde konularına göre okurlara sağlanan blog alanları

	Habertürk	Hürriyet	Milliyet
alışveriş/ moda/güzellik		var	var
astroloji	var		
bebek/çocuk			var
bilim/teknoloji	var	var	var
doğal hayat/çevre/iklim	var		var
eğitim/öss	var	var	var
eğlence-hobi	var	var	var
ekonomi-finans-borsa	var		var
emlak	var		
felsefe/psikoloji/kişisel gelişim	var		
haber	var		var
ilişkiler/aşk/evlilik	var		var
iş yaşamı/kariyer/sektörler	var		var
kent yaşamı	var		var
kültür sanat/sinema	var	var	var
politika	var		
medya/tv/ magazin	var	var	
mizah		var	
otomobil			var
pazarlama/reklam	var		
sağlık	var	var	var
tatil/gezi	var	var	var
sivil toplum			
söyleşi			
spor	var		var
yaşam/insan		var	
yemek-mutfak	var	var	var

Gazetelerin okurlarına ayırdığı alanlar değerlendirildiğinde, Hürriyet'te (hurriyet.com.tr) haber kategorisi yer almamakta; üstelik hurriyet.com.tr'de YazarKafe'ye üye siteler birçok kategoride hazırlayabilecekleri içeriklerini siteye ekleyebilirken; ekonomi ve politika alanlarındaki içeriklerin siteye alınmadığı (Yazarkafe, tarih yok) belirtilmekte, dolayısıyla YazarKafe'de daha çok magazineller içerikler yer almaktadır. Okurun haber içeriği üretimi açısından Habertürk ile Milliyet gazetelerinin siteleri ve Hürriyet'e ait alanlar birbirinden ayrı biçimde değerlendirilerek Tablo 2'de yer almaktadır. Çalışma kapsamında Habertürk'te 99, Milliyet'te 111 içerik yer almıştır.

Tablo 2 27.04.2009 - 25.05.2009 Tarihleri Arasında Habertürk ve Milliyet İnternet Sitelerindeki Bloglarda Yayınlanan Haberlerin Türlerine Göre Dağılımı

	Habertürk	Milliyet
dış haber (kaynak belirtilmiş)	1	0
dış haber (kaynak belirtilmemiş)	20	3
yurt haber (kaynak belirtilmiş)	9	0
yurt haber (kaynak yok)	8	1
söyleşi	2	0
kendi haberi, kendi gündemi	5	2
güncel haberlerle ilgili yorum	5	90
diğer (yetkililere seslenme, kişisel ileti, e-posta iletisi paylaşımı vb.)	49	15
toplam	99	111

Tablo 2'de yer alan içeriklerde haber dili, sunumu ve gazetecilik tekniğine dair bir çözümleme yapılmamaktadır. Örnekleme yer alan içerik değerlendirildiğinde, Milliyet'te yer alan 111 haberden, 90'ının okurlara ayrılan alanların yurttaş gazeteciliği açısından kullanılması açısından dikkat çekicidir. Habertürk'te ise 99 içerikten 5'i yurttaş gazeteciliği doğrultusundadır. Her iki site karşılaştırıldığında, Milliyet okurlarının, kendilerine sunulan alanları çok yüksek oranda yurttaş eliyle gazetecilik doğrultusunda kullandığı görülmektedir.

Hürriyet'in okurlarına ayırdığı alanlardan www.sendeyolla.com adresinden yayınlanan Sen de Yolla'da belediye sorunları, çevre, sigaraya son, e-kürsü, sağlık, iş dünyası, kadın, kent fısıltıları, okul-üniversite, petkent, polis, şiirsel, taksiden kategorileri altında haberlere yer verilmektedir. E-kürsü site kullanıcılarının diğerleri ile paylaşmak istedikleri her türlü etkinlik, yorum ve duyuruyu aktarabilmesine olanak tanıyan; petkent hayvanlarla ilgili haberler, taksiden ise otomobil/yol haberleri için ayrılan alanlardır.

Sen de Yolla'da içeriklerin tarihsel olarak sıralanmaması, üstelik sayfalarda haberlerin girildiği tarihin yer almaması, sitedeki haberlerin arşivlenerek ayrıntılı olarak incelenmesi açısından zorluk

çıkartmaktadır. Haftanın en çok haber giren yurttaş gazetecilerinin sıralandığı sitede, yayımlanan içeriklerin puanlanma olanağı bulunmamaktadır. Haber yazımı için ipuçlarına yer verilen sitede, tüm Türkiye, Ege ve Akdeniz olmak üzere üç ayrı bölge kategorisi oluşturulmuştur. Hurriyet.com.tr üzerindeki menülerden de ulaşılması mümkün olan sitenin adı, bir yurttaş gazeteciliği alanındansa, daha çok eposta ortamında paylaşılan iletilerden beğenilenlerin gönderildiği bir site olduğu kanısı uyandıracak niteliktedir. Haber biçimi açısından değerlendirildiğinde, sitede yer alan metinlerin, görüntülerin ve fotoğrafların hepsinin birer başlığı vardır. Sen de Yolla sitesi, olay yerinde rastlantı eseri bulunan kişilerin kaydettiği görüntülerden oluşan, geniş bir görsel haber malzemesi kaynağı olarak çok geniş yurttaş katılımı sağlayan bir alandır. Bu bağlamda önceleri amatör kamera görüntüsü olarak tanımlanan olgunun, günün getirileri ile kolektif bir alana dönüşmesi olarak değerlendirilmesi de olasıdır.

Hürriyet'in blog yazarlarına internet dünyasının buluşma yeri olduğu savıyla sunduğu YazarKafe, politika ve ekonomi konuları dışında, tüm konulara ilişkin internette yayımlanan blogların içeriklerine yer veren, başka bir deyişle blogları bir araya getiren bir internet portalı olarak oluşturulmuştur. Bu alanda yer almak isteyen blog yazarları, kişisel bloglarını yine Hürriyet'in oluşturduğu Bumerang sistemine üye olmak suretiyle yayımlayabilmektedir.

Küreselleşen dünyada, anaakım medya ağında benzer içerikler aktarılmakta, dolayısıyla benzer gündem oluşmaktadır. Haber ve enformasyon akışının, aktarıcı araçların sahiplerine yüksek miktarda kâr getirdiği için sürekli haber aktarılmakta, bu içerikleri takip eden geniş bir haber tüketicisi kitle oluşmakta ve bu araçlardan hızla değişen gündem nedeniyle toplumsal bellek ise zayıflamaktadır. Üstelik sunulan haberler, haber tüketicilerinin konuları belli bir yönde algılamasının zeminini oluşturmakta; böyle bir ortamda dünyayı kendisine sunulan kadarı ile algılamaya başlayan tek tip bir haber tüketicisi kitleye dönüşen kişiler, özbeğenilerinden ve özdeğerlerinden yavaş yavaş uzaklaşmaktadır. (Vassaf, 2004, s. 92-93). Küresel medya haberciliğinin neden olduğu böylesi bir medya ekolojisinde, sıradan insanın düşüncelerinin, topladığı enformasyonun, kişisel gündeminin yayılması habercilik açısından insana özgü olanın, insana yeniden hatırlatılması açısından da önemlidir. Yurttaş gazeteciliği sayesinde matbaa kültürü ile mutlak edilgen konumdaki okur, böylelikle sıradan insan olmaktan sıyrılıp kendisini yurttaş olmasının getirdiği bilinçle ifade etmenin yolunu bulmuştur.

Sonuç

Türk basınında yurttaş gazeteciliğinin durumunu irdelemek için 2009 yılında yapılan bu araştırma o tarihte bu konudaki ilk çalışmalardan biridir. Çalışma kapsamında yapılan literatür taramasında, Türkiye'de yurttaş gazeteciliği kavramının, yine yurttaşlar tarafından sağlanan içeriğin profesyonel yayıncılık kuruluşları çatısı altında yapılmasını içeren yurttaş eliyle gazetecilik kavramı yerine kullanılabildiği görülmüştür. Bununla birlikte yapılan araştırmada, o günkü medya ekolojisinde

literatürde sıklıkla yer alan ABD'deki Indymedia veya Güney Kore'deki Ohmynews gibi yurttaşlarca oluşturulan bağımsız internet portallarına veya öne çıkan bireysel haber bloglarına rastlanmamıştır. Çalışma kapsamında söz konusu tarihte Türkiye'de yurttaş gazeteciliğinin yeterince gelişmeyişişinin nedeni ülkede gazetecilik faaliyetlerinin görece yakın tarihte başlaması, basın faaliyetlerinin ortaya çıkıp geliştiği süreçlerde siyasi koşulların da etkisiyle Türk basınında kişilerin düşüncelerini ifade etme ortamını yeterince bulamaması ve okurun yurttaşlık bilinciyle kamusal alanda varlık gösterme tercihi ile ilişkili olabileceği sonucuna varılmıştır.

Bugün gelinen noktada, profesyonel gazeteciler de kendilerine ait sosyal medya ortamlarında habercilik yapmakta, internet kullanıcıları ise kolaylıkla erişebildiği bu ortamlardan oluşturdukları içerikleri aktarabilmektedir. Oluşan bu koşulların anlaşılabilmesi için yurttaş gazetecilik kavramının yeniden irdelenmesi yararlı olacaktır.

Kaynakça

- Al-Atraqchi, F. (2006, 08 20). *Lebanese woman writes of war*. 05 15, 2024 tarihinde aljazeera.com: <https://www.aljazeera.com/news/2006/8/20/lebanese-woman-writes-of-war> adresinden alındı
- Aslan, K. (2004). *Ben de Yazarım*. İstanbul: Anahtar Yayınları.
- Aslan, K. (2003). *Haberim Var*. İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Atton, C. (2003). What is Alternative Journalism. *Journalism* , 4 (3), 267-272.
- Avcı, A. (2010). Medya ve Televizyon Araştırmalarında Kamusal Alan Tartışmalarına Giriş. *Marmara İletişim Dergisi* , 17 (17), 21-43.
- Cangöz, İ. (2003). Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın. S. Alankuş içinde, *Gazetecilik ve Habercilik* (s. 101-118). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Collins. (tarih yok). *Collins Dictionary*. 4 29, 2024 tarihinde <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/shareability> adresinden alındı
- Çoban, B., & Ataman, B. (2018). *Profesyonel Gazetecinin Yurttaş Gazetecilikle İmtihani*. İstanbul: Kafya Yayınevi.
- DictionnaireLeRobert. (1970). *ciyoten*. Paris: Soci  t   du Nouveau Littr  .
- Duran, R. (2003). Gazetecilik ve Habercilik. S. Alankuş içinde, *Gazetecilik ve Habercilik* (s. 85-100). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Eşitti, Ş., & Mehmet, I. (2015). Sosyal Medyanın Yabancı Turistlerin Türkiye'yi Tatil Destinasyonu Olarak Tercih Etmelerine Etkisi. *Karadeniz* , 27, 11-30.
- Fuchs, C. (2020). *Sosyal Medya*. (D. Saraçoğlu, & İ. Kalaycıoğlu, Çev.) İstanbul: Nota Bene Yayıncılık.
- Gillmor, D. (2008). *We The Media*. C.A.: O'Reilly Media.
- Girgin, A. (2002). *Haber Yazmak*. İstanbul: Der Yayınları.

- Glaser, M. (2006, 09 27). *Your Guide to Citizen Journalism*. 04 22, 2009 tarihinde Mediashift: <https://mediashift.org/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270/> adresinden alındı
- Hayford, N. G. (2015, 04 30). *Galtung and Ruge – News Values: an update by Prof. Galtung (2014)*. 12 20, 2023 tarihinde Galtung Institute: <https://www.galtung-institut.de/en/2015/galtung-and-ruge-news-values-an-update-by-prof-galtung-october-2014/> adresinden alındı
- Hürriyet. (2008, 03 01). *Kent Muhabirliğinin Diğer Adı Yurttaş Gazeteciliği*. 05 10, 2024 tarihinde Hürriyet: <https://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/ankara/kent-muhabirliginin-diger-adi-yurttas-gazeteciligi-8346930> adresinden alındı
- Jarboe, G. (tarih yok). *Hurricane Katrina Driving Traffic To Blogs And News Search Engines*. 06 16, 2009 tarihinde isedb: <http://www.isedb.com/db/articles/1252/1/Hurricane-Katrina-Driving-Traffic-To-Blogs-And-News-Search-Engines/Page1.html> adresinden alındı
- Jeltyakov, A. (1979). *Türkiye'nin Sosyo-Politik ve Kültürel Hayatında Basın*. Ankara: Basın Yayın Genel Müdürlüğü.
- Kışlalı, A. T. (2007). *Siyaset Bilimi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Lasica, J. (2003, 08 07). *What is participatory journalism?* 05 12, 2024 tarihinde jdlasica: <https://www.jdlasica.com/journalism/what-is-participatory-journalism/> adresinden alındı
- Latorre, M. (2021). WEB 1.0, 2.0, 3.0 ve 4.0'ın Tarihi. (Ö. Yılmaz, Dü.) *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 8 (2), 344-350.
- Lemann, N. (2006, 06 30). *Amateur Hour*. 05 12, 2024 tarihinde The Newyorker: <https://www.newyorker.com/magazine/2006/08/07/amateur-hour-4> adresinden alındı
- McCarthy, R. (2003, 05 30). *Salam's Story*. 04 29, 2009 tarihinde The Guardian: <http://www.guardian.co.uk/world/2003/may/30/iraq.digitalmedia> adresinden alındı
- McLuhan, M. (2001). *Gutenberg Galaksisi*. (G. Ç. Güven, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- NBCNews. (2005, 08 25). *CJ Experience: Hurricane Katrina*. 05 15, 2024 tarihinde <https://www.nbcnews.com/>: <https://www.nbcnews.com/id/wbna9076525> adresinden alındı
- Organ, J. (tarih yok). *The zapruder Film*. 09 01, 2023 tarihinde JFK Association: <https://www.jfk-assassination.net/organ2.htm> adresinden alındı
- Özçağlayan, M. (1998). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Özgen, M. (2004). 1980 Sonrası Türk Medyasında Gelişmeler ve Magazinleşme Olgusu. 2, 465-477.
- Papandrea, M.-R. (2007). Citizen Journalism and the Reporter's Privilege. *Minnesota Law Review*. , 91, 515-591.
- PewCenter. (tarih yok). *Doing Civic Journalism*. 05 20, 2024 tarihinde Pew Center For Civic Journalism: <https://web.archive.org/web/20000302062214/http://www.pewcenter.org/doingcj/index.html> adresinden alındı

- Platon, S., & Deuze, M. (2003). Indymedia Journalism. *Journalism* , 4, 336-355.
- Rosen, J. (2008, 09 18). *If Bloggers Had No Ethics Blogging Would Have Failed, But it Didn't. So Let's Get a Clue*. 08 01, 2023 tarihinde http://archive.pressthink.org/2008/09/18/because_we_have.html adresinden alındı
- Schneider, W., & Raue, P.-J. (2000). *Gazetecinin El Kitabı*. Ankara: Konrad Adenauer Vakfı.
- Tevetoğlu, F. (tarih yok). *Atatürk'le Okyar'ın Çıkardıkları Gazete: Minber*. 4 15, 2009 tarihinde Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi: <https://atamdergi.gov.tr/tam-metin-pdf/664/tur> adresinden alındı
- Tokgöz, O. (2008). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Topuz, H. (2003). *Türk Basın Tarihi* (Cilt 2. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Vassaf, G. (2004). *Cehemmene Övgü* (14. baskı b.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yazarkafe. (tarih yok). *Yazarkafe Nedir?* 06 01, 2009 tarihinde Yazarkafe: <http://www.yazarkafe.com/YazarKafeNedir.aspx> adresinden alındı
- Zengin, N. (2008). *CNN Türk'ün Yaptığı Yurttas Gazeteciliği Değil*. 4 22, 2009 tarihinde Bianet: <https://bianet.org/haber/cnn-turk-un-yaptigi-yurttas-gazeteciligi-degil-104841> adresinden alındı