

Dijital Gazeteciliğin Gelişen Bir Formu Olarak Mobil Gazetecilik¹

Burak Özyal²
Gülgün Erdoğan Tosun³

Öz

Mobil gazetecilik habere erişim yollarının, haber üretim biçimlerinin ve gazeteciliğin aktörlerinin yeniden tanımlandığı bir gazetecilik alanıdır. Mojo kavramı aracılığıyla kısaca tanımlanan mobil gazetecilik gündelik hayatın her anına yayılan gazetecilik eyleminin giderek öne çıkan bir biçimdir. Mobil cihazların sürekli olarak gelişen donanım ve yazılımları, ayrıca dünyanın bir ucundan diğer ucuna yüksek kalitede veri aktarılabilmesini mümkün hale getiren bağlantı hızları, mobil gazeteciliğin teknik gelişiminin temel faktörleridir. Gazeteciliğin geleneksel biçimleri yeni teknolojilerle birlikte dönüşüme uğrarken, yeniden okunması gereken bir dizi habercilik biçimi ortaya çıkmaktadır. Mobil gazetecilik gazeteciliğin değişim hızına uyumlu hale gelmek zorunda olan gazetecilik eğitimi açısından ve tecimsel bir alan olarak gazeteciliğin dönüşüm çabaları bağlamında okunmaya ve incelenmeye ihtiyaç duymaktadır. Mobil gazeteciliğin araçsal terminolojisi sürekli gelişmekte, gazeteciliğe ait iş modelleri bu terminolojik değişime adapte olmaya çalışmaktadır.

Bu çalışmanın başlıca amacı, mobil gazetecilik uygulamalarının haber üretim/tüketim süreçleri üzerindeki etkilerini ve gazetecilik mesleğine getirdiği boyutları ortaya koymaktır. Araştırmada mobil gazetecilik pratiklerinin gelişim süreci önemli örnekleri üzerinden incelenmiş, yöntem olarak geniş çaplı literatür taraması tercih edilmiştir. Mobil teknolojilerin haberciliğin aktörleri üzerinde yaratmış olduğu dönüşümü sistematik bir biçimde kavrayabilmek için çalışmada mobil gazeteciliğe ilişkin önemli gelişim aşamalarına değinilmiştir. Mobil gazetecilik, gazeteciliği etkilemiş olduğu üç temel olgunun üzerinden değerlendirilmiştir. Bu üç temel olgu bağlamında mobil gazetecilik sırasıyla haber üretimi ve dolaşımı açısından, haber tüketimi ve okur deneyimi açısından ve gazeteciliğin kavramsal değişimi açısından incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mobil Gazetecilik, Mojo, Mobil Cihazlar, Yurttaş Gazeteciliği

Mobile Journalism as a Developing Form of Digital Journalism

Abstract

Mobile journalism is an area of journalism that redefines ways of reaching news, news production patterns and the actors of journalism. Mobile journalism, which is briefly defined through the concept of mojo, is an increasingly prominent form of journalism that spreads to every moment of everyday life. Ever-evolving hardware and software

¹ Bu çalışma Ege Üniversitesi BAP Komisyonu tarafından desteklenen Gazetecilik Eğitimi Açısından Mobil Gazetecilik Araştırma Projesi kapsamında hazırlanmıştır.

² Arş. Gör., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

³ Prof. Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

of mobile devices, as well as connection speeds that make it possible to transfer data from one end of the world to another, are the key factors in the technical evolution of mobile journalism. As the traditional forms of journalism change with new technologies, a few forms of journalism, which shall be studied again, has emerged. Mobile journalism needs to be studied and examined in terms of journalism education, which has to adapt to the pace of change in journalism, and journalism as a commercial field in the context of transformation efforts. The instrumental terminology of mobile journalism is constantly evolving, and journalistic business models are trying to adapt this terminological change.

The main purpose of this study is to show the effects of mobile journalism practices on news production / consumption processes and the dimensions that they bring to the journalism profession. In this research, the development process of mobile journalism practices has been examined through important examples; extensive literature search was preferred as the method. Significant developmental stages of mobile journalism have been addressed in research to systematically understand the transformation that mobile technologies have created on the actors of journalism. Mobile journalism has been evaluated over three key facts that have influenced journalism. As per these three basic facts, mobile journalism has been examined in terms of news production and circulation, news consumption and reader experience and conceptual change of journalism.

Keywords: Mobile Journalism, Mojo, Mobile Devices, Citizen Journalism

Giriş

Martin Cooper'ın icat ettiği cep telefonu⁴ ile ilk görüşmeyi gerçekleştirdiği 1973 yılından bu yana mobil cihazlar geliştirilmeye devam edilmektedir (West, 2013: 1). Mobil teknolojilerin gelişimiyle birlikte kitleler için daha rahat erişilebilir hale gelen mobil cihazlar artan işlem yetenekleri ve giderek küçülen fiziki yapılarıyla medya işlevleri bakımından daha zengin hale gelmişlerdir. Mobil gazeteciliğin sistematik bir habercilik pratiği haline gelmesinde cep telefonlarının gelişimi önemlidir. Uzun süre önce yapmış olduğu çalışmada cep telefonlarını artık birer bilgisayar olarak düşünmenin zamanı geldiğini belirtmekte olan Prensky (2005), telefonların eğitim amacıyla değerlendirilebilecek işlevlerini ses, metin, görüntü/grafik, indirilebilir programlar, internet tarayıcıları, kamera ve video özellikleri, GPS sistemleri gibi özellikler üzerinden inceler. Mobil gazeteciliğin bir gazetecilik biçimi olarak işlev kazanması, bahsedilmiş olan temel teknik fonksiyonların giderek gelişmesiyle önemli ölçüde bağlantılıdır. Bu bağlamda mobil gazeteciliğin ortaya çıkışına öncülük eden gelişmeler temel yönüyle tekniktir. Bir diğer açıdan mobil teknolojilerin gelişimi beraberinde yeni bir kültürden bahsedilmesini mümkün hale getirmiştir. Mobil teknolojiler ile birlikte kullanıcı sayısı giderek artan sosyal platformlar yeni içerik üretim ve paylaşım pratiklerini ürettikleri gibi aynı zamanda bu biçimleri zaman-mekân bağlamından soyutlar ve yeni bir kültürün ortaya çıkmasını sağlar. Diğer yandan mobil gazetecilik yeni medya kültürünün biçimlerinden etkilenmektedir. Bu bağlamda mobil gazeteciliğe ait kuramsal arka planın izleği mobil teknolojiler ve yeni medya ilişkisine dair gerçekleşen tartışmalar üzerinden takip edilebilir.

Yeni Medya ve Mobil Gazetecilik

Mobil cihazların gelişimi, geleneksel medyanın iş pratiklerini doğrudan etkilerken, yeni medya kavramının katmanlarını oluşturan kültürel ve teknolojik etkileşim süreçlerinin dinamizmini arttırmış ve deneyim biçimlerini çoğaltmıştır. Yeni medyanın⁵ “dijital/sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod çevirimi” gibi temel ayırtıcı özellikleri (Manovich, 2001: 44), geleneksel medya çıktılarının yeni bir üretim zeminine yerleşmesini sağladığı gibi, yeni içerik üretim biçimlerini geliştirerek medya alanında türsel bir zenginleşmenin önünü açmıştır. İçerik üretimindeki zenginlik, geleneksel izleyicinin yerleşik rollerinin dönüşümüyle birlikte kültürel bir genişlemeyi mümkün hale getirir. Sayısallaşan teknolojilerin ağ tabanında işlerlik kazanması, yeni medya ve kültür etkileşimine dair yaklaşımların gelişmesini sağlamıştır. Yeni medya kuramları dahilindeki Katılımcı Kültür tartışmaları bu yaklaşımlar arasında yer almaktadır. Jenkins'e göre (2016: 20) katılımcı kültür, yayıncılar ve izleyiciler ayrımının ortadan kalktığı, katılım ve üretim açısından farklı düzeyde yetenekleri olan katılımcıların içerik üzerinde etkili olmaya başladığı bir durumu tanımlar. Örneğin ağ üzerinde oynanan çok oyunculu oyunlar, yine oyuncuların kendisi tarafından birer canlı yayın nesnesine dönüştürülmüş, oyuncular birer yayıncı olarak twitch.tv⁶ gibi platformlarda kendilerini

4 Cooper ilk cep telefonunu 1973'te geliştirmiş olmasına rağmen Amerika'da cep telefonunun piyasada satışa sunulması için on yıl daha gerekmiştir (Waldman, 2011: 134).

5 “Dijital, interaktif, hipermetinsel, sanal, ağ tabanlı ve simüle edilebilir olma” (Lister vd., 2009: 13) gibi temel nitelikler etrafında tanımlanabilecek olan yeni medya kavramı, bu kavramların etrafında gelişen bir dizi teknik ve kültürel deneyim biçimine karşılık gelmektedir.

6 Twitch'in kendi web sitesinde paylaştığı rakamlara göre günlük 15 milyon aktif kullanıcı ve aylık 2.2 milyondan fazla içerik üreticisi mevcuttur. Daha fazla bilgi için bkz. (<https://www.twitch.tv/p/about>).

göstermeye başlamışlardır. Kendi terminolojisini, anlatım biçimlerini ve etkileşim deneyimlerini geliştiren bu alan, katılımcıların dijital oyunlar aracılığıyla farklı kültürel biçimleri nasıl yarattığını göstermektedir. Bu örnek üzerinden üretim, dağıtım ve tüketim döngüsünün, katılımcılığın etkisiyle yaşadığı dönüşüm görünür hale gelmektedir. Katılımcı kültürün gelişimi diğer medyalar üzerinde de etkili olmakta, özellikle farklı medya türleri arasında kullanıcılar tarafından bağlantılar kurulmaktadır. Mobil cihazlar, haber üretim ve dağıtım kaynakları arasına çok yönlü bir format olarak eklenirken yurttaşların ve gazetelerin haberi farklı açılardan oluşturmalarını, değerlendirmelerini ve paylaşmalarını sağlamaktadır. Bir haber, ajansların olay yerinden aktardıklarının yanında, bölgede mobil cihazlarıyla video kayıt yapan yurttaşların ve konu hakkında aldıkları bilgileri sosyal medya aracılığıyla paylaşan gözlemcilerin farklı medya türlerindeki içerikleri yine farklı platformlar arasında paylaşmasıyla medyalararasılık kazanır. Bu sayede, bir haber tek bir zaman-öykü çizgisi üzerinden değil, farklı medyalar üzerinden izlenebilir hale gelir ve içerik farklı kanallar üzerinden izlendiğinde bütüncül bir anlama kavuşur.

Gelişmekte olan medya dağıtım araçlarının yeni tür içerikler ile kesiştiği bu mecra, farklı bağlamlarda tanımlanan yakınsama kavramını değerlendirmek için izleme alanları olarak görülebilir. Yakınsamanın sadece farklı medya işlevlerinin bir araya gelişini ifade etmek üzere kullanılması fikrine karşı çıkan Jenkins'e göre "medya yakınsaması basit bir teknolojik değişimden fazlasıdır. Yakınsama, mevcut teknolojilerin, izleyicilerin, türlerin, endüstri ve pazarların aralarındaki ilişkileri değiştirir" (2004: 33). Mobil teknolojilerin gelişimi incelendiğinde, mobil cihazlar teknolojik yakınsamanın iyi bir örneği olmalarının yanı sıra özellikle Jenkins'in vurguladığı bağlamda bir kültürel dolaşım alanıdır. Mobil teknolojiler, katılımcıların olası içerik üretim ve dağıtım tercihlerinin etkileşimli bir biçimde dolaşımını sağlayan, aynı zamanda sektör, içerik üreticisi ve medya kanalları arasındaki iletişim biçimlerini güçlü bir biçimde dönüştüren bir alan sunmaktadır. Gazetelerin yeni üretim ve dağıtım biçimlerine uyumlu hale gelmesini gerektiren mobil teknolojiler, geleneksel haber izleyicisini bir haber kaynağı, kimi durumlarda ise doğrudan bir haber üreticisi haline getirmiştir. Bu bağlamda mobil gazetecilik çalışmaları katılımcı kültür ve medya yakınsaması kavramlarıyla doğrudan ilişkilidir. Mobil cihazıyla önemli bir olayı kayıt altına alan yurttaş, bunu anında sosyal medya üzerinden paylaşabilir, ürettiği içerikle sanal toplulukların gündemlerini değiştirebileceği gibi, üretilen içeriğin etki gücü taşma/yayıma etkisi (spill-over effect⁷) yaratarak ana akım medyanın, kamunun ve politik aktörlerin gündemini değiştirebilir.

Shirky'nin (2010) Bilişsel Çokluk (cognitive surplus) teorisine göre insanların boş zamanı ve 21. Yüzyıl medya araçlarının üretimi ön plana çıkartan yapılarına bağlı olarak artan üretim motivasyonlarının birleşimi oldukça etkili bir kaynağı ortaya çıkartır. Shirky'nin (2010) Ted konuşmasında bu teoriye verdiği örneklerden birisi Kenya'daki iç savaşı kendi bloğunda anlatan bir avukatın serüvenidir. Yazdığı yazılara yapılan yorumlar web sayfasını Kenya'daki şiddet olaylarına ilişkin farklı yerlerden gelen bilgilerin derlenip sunulduğu bir platforma dönüştürür ancak gelmekte olan bilginin yoğunluğu içeriklerin düzenli bir şekilde aktarımını zorlaştırmaktadır. Bloğu takip edilen iki yazılımcı, bu sorunu geliştirdikleri içerik otomasyonu ile çözerek, cep telefonlarından ve diğer araçlardan gelen verileri harita üzerinde otomatik olarak işaretleyen ve site üzerinden erişime açan

7 Farklı disiplinlerde karşılık bulan spill-over teorisi, Pfetsch, Bennett ve Adam (2013) tarafından çevrimiçi medyanın çevrimdışı/geleneksel medya gündemi üzerindeki etki biçimlerine ve etki olasılıklarına bakmak için bir merceğe olarak kullanılır.

bir sistem oluştururlar (Shirky, 2010). Bu örnek Shirky'nin teorisini açıklamaya yardımcı olduğu kadar, mobil cihazların gazeteciliğe nasıl etki edebileceğine dair öngörüler sunar. Mobil gazetecilik yurttaşların haberler üzerinde yeni üretim/paylaşım yolları bulması için önemli bir alandır. Belirli konular etrafında toplanan sanal topluluklar içerik dağıtım kanalları üzerinden farklı iletim biçimleri geliştirebilir, mobil cihazların zaman ve mekân üzerindeki araçsal avantajını kullanarak ağ üzerinde hareket kazanan yaratıcı içerik servisleri oluşturabilirler. Mobil ağların ve cihazların ulaştığı her alan potansiyel bir olay yeri olmakta, haberin işlenmesi ve dağıtılması konusunda mobil uygulamalardan yararlanılırken ana akım gazeteciliğin haber sunum tekniklerine alternatif yöntemler kullanıcılar tarafından geliştirilebilmektedir.

Mobil gazetecilik sadece yurttaşlar ve gazeteler için değil aynı zamanda gazetecilik eğitimi veren akademik kurumlar için de fırsatlar yaratmaktadır. Mobil öğrenme (M-Learning) teorileri geleneksel gazetecilik eğitimi dönüştürmektedir. Keskin ve Metcalf'a göre (2011: 202) mobil cihazların öğrenme süreçlerindeki olumlu etkileri farklı disiplinlerden ilgi görmüş, mobil öğrenme çalışmalarının farklı alanlar içerisindeki uygulamaları gözlenmeye başlamıştır. Mobil cihazlara üzerinde çalışan gazetecilik uygulamalarının geliştirilmesi ve bunların gazetecilik bölümü öğrencilerinin öğrenme süreçlerine dahil edilmesi geleneksel yayıncılığın teknik dönüşümüne uygun gazetecilik eğitiminin verilmesi yönündeki zorlayıcı faktörlerdir. Böylece mobil cihazların sahadaki profesyonel kullanımı yaygınlaşacaktır. Yapılan birçok araştırma sektörde istihdam edilecek olan muhabirlerde temel mobil kullanım becerilerinin arandığını ortaya koymaktadır⁸. Bu anlamda mobil gazeteciliğin geleneksel yayıncılık anlayışına nüfuz etmeye başladığı izlenmektedir.

Yeni medyanın katılımcı kültürü geliştirdiğine ve çoğulculuğu sağladığını inanan görüşlere karşı çıkanlar yeni olanın coşkuyla karşılanmasına temkinli yaklaşmaktadır. Yeni medya teriminin “yeni” olana vurgusu, modern aklın yeni olanı daha iyi olana koşullaması bağlamında okunabilir (Lister vd., 2009: 11). Mobil gazeteciliğin getirdiği fırsatların daha çoğulcu ve katılımcı gazeteciliği mümkün kılıp kılmayacağı ise aracın kullanım biçimleriyle doğrudan ilgilidir. Bu bağlamda online gazetecilik çalışmalarına hâkim olmaya başlayan teknoloji odaklı bakış açısı (Steensen, 2011: 311-312), üzerinde dikkatle durulması gereken bir noktayı oluşturur. Örnebring (2010: 57) teknolojik determinizmin gazeteciler arasındaki popülerliğini sorgular ve bu durumu teknolojinin gazetecinin gündelik rutinlerini kuşatan kullanım yoğunluğu ve teknoloji-gazetecilik ilişkisinin tarihsel kökenleri ile ilişkilendirir. Örnebring'e (2010: 58) göre, gazeteciler teknolojiyi gazeteciliği yönlendiren, aynı zamanda mesleki değişimin temel belirleyici unsurlarından birisi olarak görebilmektedirler. Bu çalışma mobil gazeteciliği, gazeteciliğin dönüşen iş modelleri ve yeniden tanımlanan okur olgusu bağlamında bir fırsat olarak değerlendirmekte ancak aracın kullanımından kaynaklı etik problemler üzerinde durulmasının gerekliliğini savunmaktadır. Bu bağlamda, mobil gazeteciliğe ilişkin geliştirilecek bir yaklaşım, gelişen teknolojinin gazetecilik adına tüm yarattığı fırsatların ideal kullanım biçimlerine odaklanarak oluşturulmadır.

Leung ve Wei (2000) yaptıkları çalışmada mobil cihazların konuşmaktan daha fazla işleve sahip olduğunu ileri sürerek kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında

⁸ Bu konuda Wenger ve Owens ve Thompson'ın 2014 yılında yaptıkları çalışmaya ilişkin verilere “*Haber Üretimi ve Dolaşımı Açısından Mobil Gazetecilik*” başlığı altında yer verilmiştir.

iki temel faktör üzerinden telefon kullanımına ilişkin motivasyonları belirlerler. “Taşınabilirlik, yakınlık ve araçsallık faktörleri araçsal motivasyonlar olarak görülürken, sosyallik/eğilim-etkileme faktörleri içsel motivasyonları oluşturur” (Leung ve Wei, 2000: 308). Bu iki boyut, yani mobil cihazların gelişiminin teknoloji merkezli etkilerinin ve içsel/kültürel boyutlarının birbirleriyle olan bağlantılarını vurgulamak tek faktörün açıklayıcı olarak tercih edilmesinin eksik yanlarını ortaya çıkartır.

Gitelman’a göre (2006: 7) aracın beraberinde getirdiği teknolojik yenilik, aynı zamanda onun etrafında biçimlenecek olan bir dizi protokolü ortaya çıkartmaktadır. “Protokoller farklı düzeylerde gerçekleşen sosyal, kültürel ve maddi ilişkiler olarak ifade edilmektedir” (Gitelman, 2006: 7). Bu bakış, mobil cihazların beraberinde getirdiği sosyal, ekonomik ve teknik deneyim türlerini açıklamaya yardımcı olmaktadır. Mobil cihazlar etrafında gelişen bir dizi protokol hem gazetecilik pratiklerini hem de bireyin bilgi ile temas biçimlerini etkilemektedir. Bu bir dizi protokol, iletişim süreçleri içerisinde anlam kazanan hız olgusuna dair yeni deneyim biçimlerini, sanal hale gelen ödeme yöntemlerini, yeni iletişim kodlarını (emojiler, kısaltmalar), mekân ve bilgi arasındaki bağlantıların yeni formlarını ortaya çıkartan enformasyon üretim yöntemlerini, alternatif eğitim modellerini ve bilginin anlık olarak akışının tamamen mobilize olmuş sunumlarını içermektedir. Kültürel, ekonomik ve teknolojik boyutlarıyla mobil cihazlar gazetecilik açısından yeni deneyim biçimlerinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Twitter’ın 140 kelimeyi yeni bir ifade etme biçimi haline getirmesi gibi, mobil gazetecilik geleneksel gazeteciliği yeni haber üretim biçimleriyle etkilemektedir.

1. Mobil Gazetecilik

Mobil gazetecilikten bahsedilebilmesini mümkün hale getiren mobil cihazlar oldukça farklı terimlerle ifade edilmektedir. En popüler kullanım biçimlerinin başında gelen akıllı telefon kavramı sayıca ve işlevleri bakımından birbirinden oldukça farklı olan cihaz tiplerine karşılık gelmektedir. Akıllı telefon kavramının neyi referans ettiğini oldukça muğlak bulan Westlund (2013: 7) bunu ortadan kaldırmak için toparlayıcı bir terim olarak mobil cihaz kavramını çalışmasında kullanır ve mobil cihaz kavramıyla gönderme yaptığı cihazları telefonlar, akıllı telefonlar ve phabletler⁹ ile sınırlar. Bu çalışmada, yukarıda belirtilen araçları işaret etmek üzere ağırlıklı olarak mobil cihaz kelimesi tercih edilmiş, kullanımı giderek yaygınlaşan tabletler de zaman zaman bu kavramsal çatı altına eklenmiştir.

Mobil gazeteciliğin ortaya çıkışında, mobil cihazların giderek artan kullanımı, sürekli olarak gelişen bağlantı/veri iletim hızları ve gazetecinin sahip olması gereken temel araçlara ait fonksiyonların (ses kaydı, görüntü kaydı, konum bilgisi, metin hazırlama ve düzeltme, olay bölgesinden canlı bağlantıya geçebilme, olaya ilişkin hızlı veri toplayabilme, depolayabilme ve içeriği aktarabilme gibi) tek bir araçta toplanması gibi faktörler etkili olmuştur. Mobil gazeteciliğin ilk örneklerine bakıldığında tüm bu faktörlerin erken aşamaları ile karşılaşılmaktadır. Örneğin 1G teknolojisi ile yalnızca sınırlı kalitede ses iletimi sağlanabilirken, 4G aracılığıyla yüksek kalitede dijital veriler oldukça hızlı bir biçimde (mobil telefonlar için 100Mbps) aktarılabilir hale gelmiştir

9 “Phabletler boyutları 5 inç (12,7 cm) ile 7 inç (17,7 cm) arasında değişmekte olan dokunmatik ekranlı cihazlar olarak tanımlanabilir” (Westlund, 2013: 7). Phablet’ler isminden de anlaşılacağı üzere hem telefon hem de tablet işlevlerinin bir arada çalışmasına olanak tanımaktadır.

(Aslan, 2010: 26-33). Dahili kamera kullanılan ilk mobil cihazlar, 0.3 megapiksel görüntü çözünürlüğüne sahip sistemler kullanırken¹⁰ bugün 41 megapiksel görüntü çözünürlüğüne sahip kamera bulunduran mobil cihazlardan bahsedilmektedir. Üstelik yüksek çözünürlüğe sahip fotoğraflar ve videolar üzerinde yapılacak olan düzenleme işlemleri için aracı sistemlere duyulan ihtiyaç, mobil cihazların gelişen donanım ve yazılımları ile ortadan kalkmaktadır.

Mobil gazeteciliği kavramsal olarak karşılayan Mojo kelimesi “mobile ve journalism kelimelerinin birleşiminden” (Martyn, 2009: 209) meydana gelmektedir. “Gazetecilik bağlamında ilk kez 2005 yılında Amerika’da yayın yapan Gannett gazetesi ekibi tarafından kullanılan mojo kelimesi, habercilerin haberi bir araya getirme ve dağıtma biçimlerine yeni yollar sağlayan Florida Fort Myers’da yer alan The News-Press’e ait projenin kod adıdır. Projenin amacı, okurlardan sayfanın editörleri gibi içerik sağlanmasına imkân vermektir.” (Quinn, 2010: Arrival of Mojo Bölümü, 5.paragraf). Etkileşimin giderek arttığı dijital mecraya mobil pratiklerin bu şekilde eklenmesi, geleneksel habercilikte tek yönlü olan içerik akışının çift yönlü hale gelişine dair örnek teşkil etmektedir. Yurttaşlar tarafından icra edilen gazeteciliğin gelişmesinde önemli bir faktör olan içerik üretim araçlarının tabanda yaygınlaşması, mobil gazeteciliğin bir habercilik pratiği olarak ortaya çıkmasında önemlidir.

Mobil cihazların habercilik süreçlerinde kullanılması ile gerçekleştirilen bir gazetecilik biçimi olarak bakıldığında mobil gazetecilik ve mobil gazeteci daha geniş bir ölçekte tanımlanabilir. Westlund (2013: 16) mobil gazeteciyi “haber üretim süreçlerinde mobil cihazları kapsamlı bir biçimde kullanan kişi” olarak tanımlar. Cameron’a göre (2008: 1) mobil gazetecilik kavramı, genel olarak “gazetecilerin taşınabilir gazetecilik ekipmanları ile donanmış olduğu gazetecilik pratiğini” ifade etmek için kullanılmakta, teknolojik dönüşümle birlikte ise mobil gazetecilik, mobil telefonlar ve tabletler ile gerçekleştirilen, daha kompakt bir haber üretim döngüsüne karşılık gelmektedir. Kavrama televizyon haberciliği üzerinden bakan Blankenship’e göre (2016: 1055), mobil gazetecilik “habercinin kendi haber öyküsünü yazması, görüntüye alması ve düzenlemesini gerektiren hem Amerika’da hem de Dünyadaki yerel televizyon kurumları arasında hızla gelişmekte olan bir habercilik biçimidir”.

Quinn (2009: 10) mobil gazeteciyi “haber hazırlama ve dağıtım süreçlerinde sadece mobil telefonunu kullanan kişi” olarak tanımlar. Bu tanım mobil gazeteciliğin en pratik ifadesi olarak okunabilir. Mobil gazetecilik daha genel bir bakışla haberi oluşturma süreçlerinin ve haberi oluşturan bilgi biçimleriyle olan iletişimin yeniden biçimlendiği bir habercilik pratiği olarak görülebilir. Teknolojik gelişmeler, yapılmış ve yapılacak olan tanımlamaların sürekli olarak güncellenmesini gerektirecektir. Örneğin, “(...) gazetecinin bir adet taşınabilir bilgisayar, dijital kamera ve uydu bağlantısı aracılığıyla dünyanın her yerinden çeşitli medyalar üzerinden yayın yapmasını mümkün hale getiren” ve sırt çantası gazeteciliği (backpack journalism) olarak tanımlanan habercilik pratiği (Cameron, 2008: 1), mobil gazeteciliğin öncül bir formu olarak düşünülebilir.

2004 yılında Irak’ta kaydettiği görüntüler ile ünlünen ve sırt çantası gazeteciliğinin

10 2000 yılında Sharp tarafından üretilmiş ve Japonya’da piyasaya sürülmüş olan J-SH04 isimli telefon 0.11 megapiksel görüntü çözünürlüğüne sahip kamerasıyla ilk kameralı cep telefonlarından birisi olarak kabul edilmektedir. <https://www.digitaltrends.com/mobile/camera-phone-history/>

en önemli isimlerinden birisi olarak görülen Kevin Sites, aynı zamanda Yahoo, NBC gibi profesyonel kurumlarla yaptığı iş birlikleri ile tanınmaktadır (Martyn, 2009: 201-202). Bu bağlamda mobil gazetecilik yalnızca gazeteciliğin alternatif bir biçimi olarak değil, aynı zamanda profesyonelleşen gazeteciliğin bir parçasıdır. Mobil gazetecilik bir yandan sıradan yurttaşların birer gazeteci gibi haber içeriği sağlamasının önünü açarken, diğer yandan profesyonel gazetecilerin de anlık haber akışlarında (özellikle kriz, savaş ve benzeri durumlarda) sıkça başvurdukları bir yöntem haline gelmiştir. Savaş bölgesinden tek başına aktarmış olduğu haberler ile oldukça fazla takipçiye ulaşan Sites, hazırlamış olduğu haberleri kendi web sitesi aracılığıyla okurlar ile buluşturmuştur.

Mobil gazetecilik, Sites'in yapmış olduğu gazetecilik pratiğinin araçsal olarak daha mobilize olan biçimlerine karşılık gelmektedir. Usher'ın (2014: 45) vurguladığı üzere mobil gazetecilik, fiziksel mekânın geride bırakıldığı bir habercilik biçimidir. Bu yaklaşım gazetecilerin mekânsal ayrılıklarından daha fazlasını ifade etmektedir. Usher'a göre (2014: 45) dijital ve fiziki iş mekanları arasındaki ayrım "sadece gazetecinin olduğu yer ile ilgili değil, aynı zamanda gazetecilerin haber odalarına geri dönmelerine gerek duymadıkları iş alanlarında kendilerini nasıl konumlandıkları" ile ilgilidir.

2. Mobil Gazeteciliğin Gelişim Aşamaları

Tarihsel olarak mobil gazeteciliğe dair ipuçları arandığında, kavramın hangi tanım üzerinden okunacağı önem kazanmaktadır. Günümüzde mobil gazetecilik, akıllı telefon ve türevi mobil cihazların teknik olarak merkezde olduğu bir gazetecilik pratiği olarak ana hatlarıyla tanımlanmaktadır. Mobil gazeteciliğin gelişim süreci gözden geçirildiğinde hem okur deneyimi açısından hem kurumsal açıdan hem de teknik anlamda önemli dönüm noktaları mevcuttur. Westlund (2013: 8-9), 1990'ların sonlarındaki çağrı cihazları aracılığıyla haber aktarımlarını ve 2000'li yılların başlarındaki Sms aracılığıyla iletilen haber alarmlarını mobil gazeteciliğin ilk kullanım biçimlerine örnek olarak verir.

Bu örnek mobil cihazları haber üretim aracı olarak değil haber iletim aracı olarak konumlandırır. Mobilize olan gazeteciliğin ilk örneklerinden olan Sms haberciliği sınırlı veri iletimine olanak tanısa da okurun haber ile olan etkileşimini mekândan soyutlama bağlamında önemli bir dönüm noktasını teşkil eder (Aslan, 2010: 74-77). Önemli örnekler incelendiğinde Çin merkezli iki gazetenin 2002 yılında Sms aracılığıyla haber alarmlarını hizmete sunduğu ve 2005 yılında 290.000 kullanıcı sayısına ulaşmış olduğu görülmektedir (Westlund, 2013: 9). Mobil gazetecilik pratiklerinin ilk örneklerinden birisi olarak Sms haberciliği, özellikle okurun haber deneyimine dair bir değişimi temsil etmesi bakımından önem taşımaktadır.

Mobil gazeteciliğin kurumsal gelişimine bakıldığında zaman, Reuters ve Nokia iş birliğinde 2007 yılında Nokia n95 modeli için çıkartılan araç kitini önemli bir gelişim aşaması olarak görmek mümkündür (Cameron, 2008; Quinn, 2009; Westlund, 2013). Nokia ve Reuters'ın iş birliği ile tasarlanan araç setinde cihaza uyumlu bir adet tripod, kablosuz klavye, güneş enerjisi ile batarya şarjına imkân veren bir cihaz ve harici bir mikrofon yer almaktadır.



Şekil 1: Nokia ve Reuters'ın iş birliğinde geliştirilmiş olan mobil gazetecilik araç seti

Kaynak: <https://techcrunch.com/2007/10/23/reuters-n95-equipped-toolkit-for-on-the-go-reporters/>

Bu araç seti, gazetecilerin mobil ekipmanlar aracılığıyla haber üretmelerini kolaylaştırmış, aynı zamanda mobil pratiklerin haberciliğin önemli bir bileşeni olacağına dair öngörülerini beslemiştir. İsveç 'in önemli gazetelerinden Dagens Nyheter, 2007 yılının sonunda Nokia ile birlikte gazetenin dijital sürümüne hızlı ve kolay erişilmesini sağlayan bir butonu olan telefonu piyasaya sürmüşlerdir (Westlund, 2013: 10). Mobil cihaz alanındaki araçsal gelişim 2007 yılında Apple'ın çıkartmış olduğu Iphone serisi ile yeni bir aşamaya taşınmıştır (Westlund, 2013: 10). Geliştirilen uygulamalar aracılığıyla web üzerinden habere erişim deneyimi daha hızlı ve pratik bir hale gelmiş, birçok gazete kendi haber yazılımlarını platformun marketinden erişilebilir hale getirmiştir. Diğer yandan Android platformunun hızla gelişmesi ve önemli markaların cihazları aracılığıyla mobil markete yayılması, mobil gazeteciliğin gelişimine katkı sağlamıştır.

Mobil gazeteciliğin gelişiminde, geleneksel medyanın haber içeriklerinde mobil cihazlar aracılığıyla üretilmiş haber öykülerine ve materyallerine yer vermesi önemlidir. Habere ait materyallerin üretiminde mobil cihazların kullanılmasına örnek olarak The New York Times'ın 17 Şubat 2004 tarihinde bir cep telefonu ile çekilmiş olan bir fotoğrafı ilk sayfasında kullanması gösterilebilir (Quinn, 2009: 7). Bivens (2008: 116), Londra'daki bombalı saldırı (2005), Güney Asya'daki tsunami (2004) ve Buncefield petrol deposu yangını (2005) gibi olaylarda mobil cihazlar ile kaydedilen video-fotoğrafların ve metin mesajlarının haber kurumlarına gönderilmesini, mobil cihazların gelişimi ile birlikte yaygınlaşan kullanıcı kaynaklı içeriğin habercilik üzerindeki etkisi olarak değerlendirir. Örneğin, "Buncefield petrol deposunda çıkmış olan yangında BBC web sitesi interaktif bölüm editörü Vicky Taylor'a bölgedeki yurttaşlar tarafından 6500 adet fotoğraf gönderilmiştir" (Mills vd., 2012: 670).

Kurumsal anlamda mobil gazeteciliğin geçirdiği önemli değişimlerden bir diğerini gazetelerin web sayfalarını mobile uyumlu hale getirme süreçleri ve/veya mobil için haber

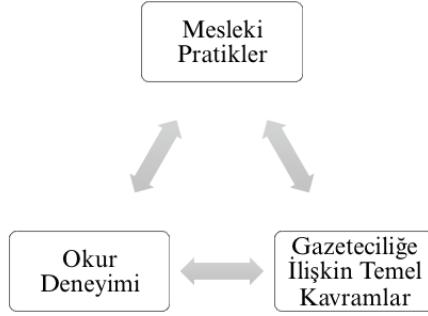
görüntüleme uygulamaları oluşturma çabaları oluşturur (Westlund, 2013). Diğer yandan mobile uyumlu yayıncılık çabaları okurun habere erişim alışkanlıklarında bir değişimi ifade etmektedir. Hem haber kurumlarının hem de okur deneyiminin dijitalleşmesinin önemli aşamalarından birisi olan online yayıncılığa geçiş mobilleşmeden önceki temel aşamadır. 1993 yılında çevrimiçi yayın hayatına başlayan Wired Magazine gazetecilik anlamındaki ilk online yayıncılık örneklerinden birisini oluştururken, web üzerinde 1994 yılı sonunda 78, 1995 yılında ise 855 gazete çevrimiçi olarak yayın yapar hale gelmiştir (Deuze, 1999: 375). 1990'lı yılların ilk yarısının son bölümlerine doğru web üzerinden yayınlanma başlayan gazeteler mobil teknolojilerin gelişimi ile birlikte yeni bir sunum biçimlerine entegre olmak durumunda kalmıştır. Kullanıcı sayısı giderek artan mobil cihazlar için web sayfalarını optimize eden gazeteler, aynı zamanda içeriklerini farklı işletim sistemleri ve farklı platformlar için geliştirilen uygulamalar ile okurlara sunmuşlardır. Gazetelerin yayıncılık pratiklerindeki bu değişim çabaları sürerken diğer yandan mobil cihaz üreten firmalar ve uygulama/yazılım geliştiricileri bahsi geçen dönüşüm sürecinin birer paydaşı olarak öne çıkmışlardır. Okur deneyimine ilişkin gelişmelerin değerlendirildiği bölümde de değinildiği üzere, uygulamalardan gelen bildirimler, üçüncü parti uygulamalar ile desteklenen kişiselleştirilmiş gazeteler, sosyal medya kanalları ile gazeteciliğin kesişme alanlarının çoğalması (Facebook'un Instant Articles örneğindeki gibi) benzeri gelişmeler mobil gazeteciliğin alansal gelişimini göstermektedir.

3. Dönüştürücü Bir Güç Olarak Mobil Pratikler

Haber üretim süreçleri açısından bakıldığında, herhangi birisi tüm dünyanın ilgisini çekecek bir olayı kaydeden tek kişi olabilir ve bunu herhangi bir ajansa bağlı kalmaksızın her yere servis edebilir. Savaş bölgesinden görüntüleri aktaran profesyonel bir savaş muhabiri değil, savaşın gerçekleştiği bölgede yaşayan insanlardan birisi olabilir. 2011'de Occupy Wall Street hareketinin gerçekleştiği New York'dan mobil yayınlarla tanınan ve ilk ünlü mobil gazeteci olan Tim Pool, mobil gazeteciliğin, haberin üretim süreçlerinin dönüşümü açısından tanımlanmasında önemli aktörlerden birisidir.

Ustream mobil uygulaması aracılığıyla New York'tan gerçekleştirdiği mobil yayınlar ile milyonlara ulaşan Pool (2016: 704) vermiş olduğu röportajda gazetecilik kimliğinin mobil mecra üzerinden yeniden tanımlanmasına dair ipuçları vermiştir: "Sonrasında insanlar birden bire benim ne kadar iyi bir gazeteci olduğumu söylemeye başladılar. Ben de kendime şu soruyu sordum: Yaptığım şey gerçekten bu mu? Bilmiyorum". Mobil gazeteciliğin haberin aktörlerinin yeniden tanımlanmasına yol açtığı süreç bu açıdan değerlendirildiğinde görüldüğünden daha karmaşıktır. Okurlar açısından da durum benzerdir. Haberin gündelik akıştaki tüketilme anlarının ve biçimlerinin değişmesi ve gündelik yaşamını içerik üreticisi olarak yaşayan insanların potansiyel gazeteci yeteneklerinin giderek keskin hale gelmesi, mobil gazeteciliğin okur üzerinde yarattığı önemli değişimlerdendir.

Gazetecilik bağlamında teknik bir dizi gelişmeden kaynaklanan ancak bir o kadar iletişim biçimlerinin değişimine ve yeni kültürel deneyimlere karşılık gelen mobil gazetecilik gazeteciliğe dair üç temel faktörü etkilemektedir. Şekil 2'de mobil gazeteciliğin birbirleriyle etkileşimli bir biçimde dönüştürdüğü temel unsurlar yer almaktadır.



Şekil 2: Mobil Gazeteciliğin Etki Alanı

Mesleki pratikler, haberin üretim ve dağıtım süreçlerini etkileyen bir dizi profesyonel gelişmeye karşılık gelmektedir. Gazeteler mobil uygulamalar geliştirmekte ve mobil departman için farklı alanlardan çalışan istihdam etmektedirler. Profesyonel gazeteciler ise mobil donanımları ve uygulamaları haber üretim süreçlerine farklı biçimlerde dahil etmektedirler. Diğer yandan gazeteler kurumsal yapılanmalarında mobil birimlerini güçlendirmektedir. Gazeteciliğin mobilize olma sürecinde okurların haber ile olan etkileşim biçimleri değişmiştir. Habere erişimin zamansal ve mekânsal sınırlayıcılıkları giderek zayıflamıştır. Aynı zamanda mobil dönüşümün en güçlü etkilerinden birisi okurun aynı zamanda bir haber üreticisi haline gelmesi sürecinde görülmektedir. Gazeteciliğe ilişkin temel kavramlar ve değerler ise mobil pratiklerle birlikte yeniden tanımlanmak zorunda kalmaktadır. Gazeteci, haber, haber değeri, haber etiği gibi kavramlar, değişen aktörler ve teknik pratikler bağlamında tekrardan üzerinde düşünülmesi gereken kavramlardan birkaçını oluşturmaktadır.

3.1. Haber Üretimi ve Dolaşımı Açısından Mobil Gazetecilik (Mesleki Pratikler)

Mobil gazetecilik pratikleri bağlamında haber üretimi hem profesyonel habercilerin hem yurttaş gazetecilerin içerik üretim süreçlerini kapsamaktadır. Hadland mobil gazeteciliğin üç farklı tipi olduğunu belirtmektedir (akt. Marrouch, 2014):

1. "Kullanıcı Tarafından İçerik Üretimi: Olay yerinde bulunan amatör tanıklar kurgulanmamış olan ham veriyi göndermektedirler.
2. Yurttaş Gazeteci Tarafından İçerik Üretimi: Kişi kendi materyalini toplamakta ve büyük yayıncılara aktarmaktadır.
3. Profesyonel Gazeteci Tarafından İçerik Üretimi: Gazeteci mobil telefon ile sesli/görüntülü haber öykülerini üretmekte, olay yerinden gerçek zamanlı olarak içeriğini kaydetmekte, düzenlemekte ve yüklemektedir".

Bu kategorik yaklaşım işlevsel olsa da haber üretimi profesyonellerin ve yurttaşların gerçekleştirdiği birbirinden tamamen ayrı süreçler olarak düşünülemez. Dünyaca ünlü birçok haber kanalı yurttaşlardan mobil cihazlar aracılığıyla geliştirdikleri uygulamalar ile kendi profesyonel muhabiri gibi yararlanmaktadır. Örneğin "BBC'nin 2011 yılında yurttaş gazetecilerin haber öykülerini doğrudan BBC içerik yönetim sistemine

gönderebilecekleri haber toplayıcı bir uygulama geliştirdiği duyurulmuştur. CNN, NBC, Associated Press, Birleşik Krallık'ta yayın yapan SKY News, Al Jazeera gibi haber kuruluşları da yurttaş gazetecilerin cihazlarını kendi haber odalarına bağlayan mobil uygulamalara sahiptirler” (Mills vd., 2012: 670). Diğer yandan, mobil cihazlar için geliştirilen canlı yayın uygulamaları herhangi bir kurumsal bağlılık olmadan yurttaşların yayın yapabilmelerini sağlamıştır. Mobil cihazlar aracılığıyla canlı yayın yapılmasına imkân veren platformların 2007 yılından sonra gelişmeye başladığı görülmektedir (Quinn, 2009: 24-26). Önemli toplumsal hareketler, savaşlar, protestolar ve doğa olayları gibi birçok haber, canlı yayına imkân veren servisler aracılığıyla aktarılarak dijital mecrada gündem oluşturmakta, bu yayınlar kimi zaman ana akım medyanın gündemini etkilemektedir. Youtube, facebook, periscope gibi önemli sosyal medya platformları bahsedilen örneklere benzer biçimde canlı yayınların yapılmasına imkân vererek haberin dağılım hızına katkı sağlamaktadır.

Mobil gazeteciliğin profesyonel örnekleri incelendiğinde oldukça çarpıcı öyküler ile karşılaşılmaktadır. Bild gazetesi muhabiri Paul Ronzheimer'ın 2015 yılında Yunanistan'ın Kos adasından Almanya'ya ulaşmak isteyen Suriyeli mülteciler ile birlikte gerçekleştirdiği yolculuğu mobil gazetecilik deneyimine ilişkin önemli veriler sunmaktadır. Scott'ın (2015) aktardığına göre yolculuğu sırasında Periscope aracılığıyla canlı yayınlar yapan Ronzheimer'ın mültecilerle birlikte ilerleyişini 33.000 kişi takip ederken canlı izlenme sayısı 6000'e kadar ulaşmıştır. Suriyeli mültecilerin yaşadıkları zorlu yolculuğa canlı olarak tanık olan izleyiciler yayın aracılığıyla sorularını iletirken, aynı zamanda göçmen krizi meselesini artık daha iyi anladıklarını kendisine e-mailler, tweetler ve yorumlar aracılığıyla iletmişlerdir (Scott, 2015). Yolculuğun teknik ayrıntıları mobil cihazların haberciliği nasıl değiştirebileceğini göstermektedir. Ronzheimer'ın mültecilerle birlikte devam ettiği yolculukta kamera ekibi bazı bölgelerde görevlerini yapamaz hale gelmiş, ancak kendisi mobil cihazı aracılığıyla olanları aktarmayı sürdürmüştür (Scott, 2015). Mültecilerin yaşadığı zorlu yolculuğu anı anına aktaran ve yaşananların izleyicilere yoğun bir özdeşleşme yaratacak şekilde ulaşmasını sağlayan bu habercilik deneyimi, sadece mobil gazeteciliğin araçsal avantajlarını değil, aynı zamanda habercinin, haberi oluşturan unsurların ve habere erişim sağlayanların mobiliteyle birlikte işlev kazanan etkileşim olanaklarını göstermektedir.

Mobil gazetecilik bağlamında haber kurumlarının örgütlenmeleri önem taşımaktadır. Polonya kanalı TVP'nin web sitesi olan “TVP.info, 2016 yılının başlarında, mobil gazetecilerle birlikte özellikle web sitesi için sesli ve görüntülü içerik üretilen bir projeye başlamıştır” (Sehl vd., 2016: 23). Bu girişim kişisel bloglar ve web siteleri aracılığıyla gerçekleşen mobil gazetecilik çalışmalarının kurum içi stratejilerdeki rolünü göstermesi adına değerlidir. Finlandiya'da yayın yapan Yle'den Mika Rahkonen ise “Yle'nin mobil gazetecilik öncelikli stratejilerine gazetecileri hazırlamak için haber odalarına mobil ekranda neyin nasıl gözüktüğünü gösteren büyük ekranlar yerleştirmeyi planladığını” söylemiştir (Sehl vd., 2016: 27). Bu bağlamda mobil gazetecilik haberciliğin alternatif bir üretim pratiği değil, haber kurumlarının örgütlenmesinde yeni bir biçim olarak ortaya çıkmaktadır. Haber kurumlarının yeni teknolojilere uyumlu bir biçimde yapılanması sürecinde mobil cihazlarla uyumlu çalışmak bir seçim değil, mesleki bir gereklilik olarak belirmektedir.

Dijital haber odalarının yeniden yapılanması sürecinde gazetecilerde aranan mesleki

yetenekler giderek değişmektedir. Wenger, Owens ve Thompson'ın (2014: 142) yaptıkları bir araştırmanın sonuçlarına göre, 15 Eylül 2012 ve 15 Aralık 2012 tarihleri arasında, Amerika'da gazetecilik ile ilgili açık olan 185 iş ilanının %42,1'i, adayların mobil içeriğin üretimi ve aktarımı gibi konularda bilgi sahibi olmasını beklemektedir. Yine bu araştırmaya göre, iş pozisyonun niteliklerine bağlı olarak bu oran yükselebilmektedir. Örneğin gazetenin online departmanında çalışacak olan adaylarda mobil beceriler daha fazla aranmaktadır (Wenger vd., 2014: 142). Bu anlamda mobil becerilerin profesyonelleşmesi gazetecilerin mesleki olarak sağlamaları gereken bir koşul olarak gözükmemektedir.

Haberin dolaşımı mobil gazeteciliğin mesleki pratiklere olan etkisinin bir diğer önemli boyutunu oluşturmaktadır. BBC (dijital) genel yayın yönetmeni Herrmann'a göre "ilgi giderek sosyal, canlı ve mobil olan habere doğru kaymaktadır" (Sehl vd., 2016: 20). Gazeteler mobil teknolojideki gelişime ayak uydurabilmek için kendi uygulamalarını geliştirmişlerdir. Aynı zamanda gazeteler web sayfalarını uyumlu (responsive) tasarım ile yeniden düzenlemiş ve sayfalarının farklı cihazlar tarafından uyumlu bir biçimde çalışır hale gelmesini sağlamışlardır (Westlund, 2013: 13). Bu sayede kurumun web sitesi, farklı tip cihazlardan web sitesine erişmek isteyen kullanıcıların cihazlarına göre işlevsel olarak optimize olmaktadır. Tek bir içerik giriş panelinden oluşturulan haber sayfasının farklı cihazlarda işlevsel olarak çalışması, dijital gazetelerin haber üretim süreçlerinde zamanı verimli olarak kullanmaları adına önemli bir örnektir.

Haber üretimi ve dağıtımında en önemli kanallardan olan sosyal medya kanallarını aktif bir biçimde kullanan gazetelerin takipçi sayıları kayda değerdir. Bu sayıların önemli olmasının en önemli nedeninin başında sosyal medya kanallarına erişim araçlarının başında mobil cihazların gelmesidir (Okur Deneyimi Açısından Mobil Gazetecilik bölümünde bu duruma ilişkin verilere yer verilmiştir). Örneğin 2 Ağustos 2017 itibarıyla en fazla takipçisi olan üç medya kurumundan olan NTV'nin Twitter'daki takipçi sayısı 6,95 milyon, CNN Türk'ün 4,67 milyon, Hürriyet'in 4,15 milyondur.

Haber üretiminde mobil cihazların kullanılması araçsal gelişim ile doğrudan ilgilidir. Mobil cihazlardaki mevcut donanıma ek olarak geliştirilen mikrofon, kamera, lens, tripod, harici klavye, ışık ünitesi, ekstra güç kaynağı, harici depolama üniteleri gibi araçlardan haber üretim süreçlerinde yararlanılmaktadır. Mobil cihazlara entegre olarak çalışan ekipmanlar giderek gelişmekte, bu araçlar hem sahada hem de eğitim amaçlı kullanılmaktadır¹¹. Farklı haber tipleri için geliştirilen mobil gazetecilik araç setlerine erişim oldukça kolay olduğu gibi bu setlerin maliyetleri gazetecilik alanında büyük yatırımları yapmakta zorlanan yerel haber kuruluşları için fırsat oluşturmaktadır.

Mobil cihazların donanımsal ve yazılımsal gelişimleri harici ekipmanlara duyulan ihtiyacı ortadan kaldırırsa da bu ihtiyacı önemli ölçüde azaltmaktadır. Örneğin bulut depolama servisleri depolama problemlerine alternatif bir çözüm oluşturmakta, dahili lenslerin gelişimi, fotoğraf ve video çekim opsiyonlarına ilişkin manuel seçeneklerin çoğalması ve fotoğraf düzenleme yazılımlarının gelişmesi harici desteğe bağlılığı azaltmaktadır.

11 Mobil gazetecilik ekipmanların satışının yapıldığı dijital marketlerin sayısı da giderek artmaktadır.

Mobil cihazlar aracılığıyla ne tür içeriklerin üretilebileceğine dair tartışmalar, teknolojinin gelişimiyle birlikte seyir değiştirmiştir. Jokela, Vaataja ve Koponen (2009: 51), mobil gazeteciliğin kullanım pratikleri üzerine gerçekleştirdikleri çalışmanın sonucunda, beklenmedik ve ani gelişen olayları hızlı bir biçimde haber haline getirip aktarabilmenin ve online medya için hızlı/gerçek zamanlı içerik üretiminin mobil gazeteciliğin en önemli niteliklerinden birisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu çalışmaya göre mobil gazetecilik, periyodik ve planlı olarak yayın yapan, büyük metinlere ihtiyaç duyan habercilik pratikleri için uygun değildir. Özellikle beklenmedik gelişmeler karşısındaki hareket kabiliyeti mobil gazeteciliğin en güçlü yanını oluşturmaktadır. İlgili tespit özellikle araçsal handikaplar göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Narin (2015: 84) mobil gazetecilikte araçsal handikapları ses ve görüntü kalitesindeki sorunlar, batarya ömrü ile ilgili sıkıntılar, telefon üzerinden haber metninin yazımının zorluğu gibi başlıklar etrafında inceler. Beklenmedik olaylara ilişkin her yerden anlık veri üretilebilmesi halen mobil gazeteciliğin en güçlü yanlarından birisini oluştursa da araçsal handikaplar giderek azalmakta ve türsel genişleme mümkün hale gelmektedir. Jokela, Vaataja ve Koponen'e göre mobil gazeteciliğin gelişmesi için gerekli olan beş temel unsur şunlardır (2009: 51-52):

- “Metin yazımı konusundaki gelişmeler
- Kamera konusundaki gelişmeler
- Daha geniş ekran
- Önizleme opsiyonu
- Lokasyon takibi”

Mevcut teknik koşullar göz önüne alındığında bu sorunların hepsinde ciddi ilerlemeler kaydedilmiştir. Metin yazımı konusunda mobil cihazların kendi sunmuş olduğu sınırlı özelliklere sahip uygulamalar yerlerini bağımsız uygulama geliştiricilerin geliştirdiği metin düzenleme programlarına bırakmaktadır. Aynı zamanda Office programları mobil cihazlara entegre bir biçimde verimli bir biçimde işlev görmektedir. Kameraların sağladığı görüntü çözünürlükleri yükselmiş ve cihazlara güçlü dahili flaş eklenmiştir. Gelişmiş ön kameralar ve çekim modlarının çokluğu ile mobil cihazlar profesyonel bir kameranın yapmış olduğu işlerin birçoğunu yapabilir hale gelmiştir. Mobil cihazların ekran büyüklükleri son on yılda ortalama 3,5 inch seviyesinden yaklaşık 5,5 inch seviyesine yükselmiştir. GPS ile konum bilgisini tespit etmek ve lokasyonu farklı uygulamalar aracılığıyla anlık olarak aktarmak standart bir işleve dönüşmüştür. Geliştirilmiş harita uygulamaları ve konum servisleri aracılığıyla yer bilgilerini multimedya içeriklerle birlikte aktarmak mümkün hale gelmiştir.

Mobil haber üretiminde donanım kadar önem taşıyan yazılımsal gelişmeyle birlikte mobil gazetecilerin yararlanabileceği binlerce uygulama ortaya çıkmıştır. Fotoğraf, ses ve video kayıt/düzenleme uygulamalarının yanı sıra metin düzenleme uygulamaları, canlı yayın uygulamaları, ajanda uygulamaları, anlık gündem takip araçları, sosyal ağlara dair uygulamalar ve daha birçok yararlı uygulama mobil gazeteciliğin haber üretim yeteneklerini arttırmaktadır. Birçoğu ücretsiz olan bu araçlar mobil gazeteciliğin yaygınlaşmasında önemli pay sahibidir¹².

12 Mobil uygulamalar ve gazetecilik ilişkisi ayrı bir çalışmanın konusunu oluşturabilecek kadar kapsamlıdır. Bu sebepten mobil uygulamalar özelinde ayrı bir başlığa bu çalışmada yer verilmemiştir.

3.2. Haber Tüketimi ve Okur Deneyimi Açısından Mobil Gazetecilik

Mobil cihazlar haber-okur ilişkisini yeniden biçimlendirmektedir. Bu dönüşüm birçok araştırma kapsamında nicel verilerle ortaya konmaktadır. Pew Araştırma Merkezi tarafından 2011 yılında yapılan bir araştırmaya göre “Amerikalı yetişkinlerin %47’si bazı yerel haberlere ve bilgilere erişmek için cep telefonlarını ve tablet bilgisayarlarını kullanmaktadır” (Purcell vd., 2011: 2). Reuters Institute’nin 2016 yılında yayımladığı rapora göre, 6 Avrupa ülkesi içerisinde mobil cihazları haber tüketiminde ana araç olarak kullanma oranında Birleşik Krallık %27 ile ilk sırada, Polonya %14 ile son sırada yer almaktadır (Sehl vd., 2016: 10). Mobil cihazlar haber üretim pratiklerinde olduğu gibi haber tüketimi açısından da ana araç konumuna yükselmektedir. Pew Araştırma Merkezi’nden Barthel ve Mitchell’in 2017 yılında yayınlamış olduğu rapora göre Amerikalı yetişkinlerin %85’i habere erişim için mobil cihazları kullanmaktadır. 2013 yılında ise bu oran %54 olarak izlenmiştir (Barthel ve Mitchell, 2017: 6, 16). Tüm bu veriler, haberin mobil cihazlar üzerinden dolaşımına dair gelişimi ortaya koymaktadır.

Aynı raporda yer alan habere erişimde cihaz kullanımına ilişkin karşılaştırmalı sonuçlar incelendiğinde, okurların habere erişim sürecinde mobil cihazları kullanım oranı, yaş aralığı düştükçe yükselmektedir (Lu, 2017). Buna rağmen 65 yaş üzeri kullanıcıların mobil cihazlar aracılığıyla habere erişim oranlarının giderek arttığı izlenmektedir (Lu, 2017). Bu veriler gençlerin mobil cihazları habere erişim süreçlerinde daha fazla kullandıklarını ancak mobil cihazların gündelik yaşama daha fazla dahil olmasıyla birlikte daha geniş kesimlerin giderek mobil haber erişimini tercih ettiklerini göstermektedir.

Aracın nitelikleri haberin tüketim deneyimini mekânsal anlamda değiştirmektedir. Pew Araştırma Merkezi’nin 2012 yılında yayınlamış olduğu “Mobil Haberciliğin Geleceği” isimli raporda, tabletler ve akıllı telefonlar habere erişim konumlarına göre karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Veriler, akıllı telefonların habere erişim amacıyla tablet bilgisayarlar ile kıyaslandığında daha fazla ev dışında (çalışma saatleri, seyahat) kullanıldığını gösterse de bu çalışmada ev dışında akıllı telefonlar aracılığıyla habere erişim oranı oldukça düşük izlenmiştir (The Future of Mobile News, 2012: 12). Bu örnek bir yandan haberin mekândan soyutlanmasının araçsal farklılaşma biçimlerini göstermekte, diğer yandan gelişen teknoloji ve bağlantı hızlarına eş zamanlı olarak kullanım alışkanlıklarının değişimine ilişkin kimi tahminlerin yapılabilmesini mümkün kılmaktadır. Bugün, ev dışında mobil cihazlar ile habere erişimin daha yaygın olduğunu söylemek mümkündür.

Mobil cihazlar ve sosyal medya platformlarının birlikte gelişimi haber dolaşımını etkilemektedir. Reuters Institute’nin 2016 yılında yayınlanmış olan ve yukarıda bahsedilen raporuna göre 6 Avrupa ülkesindeki online haber tüketicilerinin Polonya’da %56’sı (en yüksek) ve Almanya’da %23’ü (en düşük) haberleri Facebook üzerinden paylaşmakta, tüketmekte ve tartışmaktadır (Sehl vd., 2016: 10). Yapılmış olan bir diğer çalışma sosyal medya platformlarının uygulamalarının habere erişim amacıyla kullanımına ilişkin sonuçlar sunmaktadır. Bu çalışmaya göre Facebook kullanıcılarının %70’i, Twitter kullanıcılarının %34’ü, Google+ kullanıcılarının %26’sı, Instagram kullanıcılarının %20’si ve LinkedIn kullanıcılarının yüzde %13’ü haber arama süreçlerinde bu platformların uygulamalarından her gün yararlanmaktadır (Mobile First News, 2016: 9). Bu sonuçlar hali hazırda güçlü iletişim ağları olan sosyal platform

uygulamalarının önemli bir haber ağı haline geldiğini göstermektedir. Bu sayede haber kişinin öznel dijital alanının bir parçası haline gelmektedir.

Sosyo-ekonomik koşullar bilgiye ve araca erişim noktasında oldukça belirleyicidir. Pew Araştırma Merkezi'nden Poushter'in 2016 yılında yayımladığı rapora göre özellikle gelişen ekonomilerde akıllı telefonlara sahip olma oranı artsa da küresel olarak erişim anlamındaki eşitsizlikler sürmeye devam etmektedir. Güney Kore %88 ile akıllı telefona sahip olma oranı en yüksek olan ülke olurken Etiyopya ve Uganda'da akıllı telefon kullanım oranı %4'tür (Poushter, 2016: 16). Bu rapora göre gelişen ülkeler arasında en büyük ilerlemeyi 2013 yılında %17 akıllı telefon kullanım oranına sahip olup, 2015'te bu rakamı %59'a çıkaran Türkiye sağlamıştır (Poushter, 2016: 18). TÜİK verilerine göre (cep telefonu ve akıllı telefon ayrımı yok) gelişim oldukça çarpıcıdır. 2004 yılında %53,7 oranı olan cep telefonu/akıllı telefon kullanımı 2016 yılında %96,9'a yükselmiştir (TÜİK, 2016). Yine TÜİK'in verilerine göre 2013 yılında %6,2 olan tablet bilgisayar kullanım oranı 2016 yılında %29,6'ya yükselmiştir. Mobil cihaz kullanımında yaşanan bu gelişim bilgiye erişime ve bilginin dolaşımına ilişkin gelişmeyi göstermektedir.

Mobil uygulamalar haberin tüketim biçimlerinin değişiminde önem taşımaktadır. İlk dönemlerinde haberi etkili ve basit yollarla okur ile buluşturmayı amaçlayan mobil uygulamalar, geline noktada, gazetelerin kişiselleştirilmesine imkân veren arayüzlerden ve kişisel gazetelerden bahsedilmesini mümkün hale getirmiştir. 2016 yılında yapılan bir araştırmaya göre, uygulamalar aracılığıyla habere erişim sağlayan kullanıcılar tarayıcı üzerinden web sayfaları aracılığıyla habere erişenlere kıyasla içerik üzerinde daha fazla vakit harcamaktadırlar (Mobile First News, 2016: 6). Bu sonuç habere erişimin mekânsal sınırlılıklardan ayrılmasıyla ilgili olduğu kadar, haber uygulamalarının geliştirilmiş kullanıcı ara yüzlerinin verimliliği ile de doğrudan ilgilidir. Ayrıca giderek önem kazanan mobil haber uygulamaları için ara yüzler geliştirilmesine ilişkin çalışmalar farklı akademik disiplinlerin çalışma alanları arasına girmiştir¹³. Bu bağlamda mobil gazetecilik disiplinlerarası bir inceleme alanı haline gelmektedir.

3.3. Gazeteciliğin Kavramsal Değişimi Açısından Mobil Gazetecilik

Gazeteciliğin dijitalleşme süreci mesleki kavram setlerinin yeniden yorumlanmasını mecbur hale getirmiştir. Bu mecburiyet kavramsal bir yapboz anlamına gelmemektedir. Araçsal gelişimin dönüştürdüğü gazetecilik pratikleri, temel tanımlamaların üzerine eklenen yeni deneyimler ile gelişmektedir. En temel sorulardan olan gazetecinin kim olduğu, haberin hangi koşullarda haber değeri taşıdığı, haber ve etik ilişkisinin hangi değerler bağlamında zemin kazanacağı gibi meseleler mobil cihazlar ile birlikte ortaya çıkan haber deneyimlerinin tümü üzerinden sorgulanabilir niteliktedir. CNN'in başlattığı I-Report projesi, mobil cihazların ve internet bağlantısının yaygınlaşması ile birlikte haberciliğin içerisinde aktif birer katılımcı olan yurttaşları haber üretim süreçlerine aktif olarak dahil etmektedir. Kullanıcıların kendi haberlerini yayınlamalarına olanak veren I-Report aynı zamanda kullanıcılara haberleri oluşturmalarında kullanacakları temel araçları sunmaktadır (Quinn, 2009: 50). Otizm hastası 10 yaşındaki Sam'in hastalığı ile ilgili konuştuğu ve I-Report aracılığıyla yayınladığı videonun (2012, ireport.cnn.

13 Örnekle bir çalışma için bkz. (Constantinides, M. ve Dowell, J. (2016). User Interface Personalization in News Apps, *INRA 2016 Workshop, Canada*, http://ceur-ws.org/Vol-1618/INRA_paper2.pdf Erişim Tarihi 22 Haziran 2017).

com), CNN tarafından kişisel hikâye alanında ödül alması, haber üretiminin tabana yayılmasının teknik faktörlerin gelişimiyle açıklanabilir oluşuna dair önemli örneklerden birisini oluşturmaktadır. Daha da önemlisi bu örnek gazetecinin mesleki tanımının sınırlarının ne kadar genişlediğini göstermektedir.

Habere dair epistemolojik tartışmalar, her gün üretilen milyonlarca içerikten hangilerinin haber olarak kabul edilebileceğine dair taslaklar üretiyor olsa da sosyal mecralardan enformasyon parçalı olarak akmayı sürdürmekte, eylemini habercilik olarak tanımlamadan gerçekleştiren kitleler içerik üretimlerini sürdürmektedir. Mobil kültür, haberin nasıl üretileceğine ve tüketileceğine dair yeni yollar sunmaktadır. Bu kültür profesyonel gazeteciliğin mesleği icra ediş biçimlerini etkilediği gibi gazetecilik eğitime dahil olmanın yollarını aramaktadır¹⁴.

Quinn'e (2009: 10) göre gazetecilik mesleğini yapan herkesin bir telefon sahibi olduğu düşünüldüğünde, mobil gazetecilik pratikleri hemen her gazeteci için uygulanabilir olmakta, bu durum haber kurumlarının haber toplama potansiyellerini arttırmaktadır. Mobil cihazların yetkin bir biçimde haber amaçlı kullanımı, haberin olduğu yerde hazır olma halini sağlamaktadır. Habercilik amacıyla mobil cihazları kullanabilmek, ikincil bir araçsal gereksinimi doğurmadan haberin teknik olarak kusursuz bir biçimde aktarılmasını sağlamaktadır. Buna karşılık gazeteci olmayan kullanıcılar da mobil cihazlar aracılığıyla yoğun bir enformasyon akışı sağlamakta, bu enformasyon akışı haber kurumlarının daha fazla içeriğe ulaşmasını sağlamaktadır. Haberin niteliği ve gazetecinin kimliği bilginin üretimi, tüketimi ve bilgiye erişim sürecinde yeniden tartışmaya açılmaktadır.

4. Türkiye'den Mobil Gazetecilik Örnekleri

Türkiye üzerinden mobil gazetecilik örnekleri incelendiğinde haber üretimi, habere erişim ve haber dağıtımını anlamında dört temel kullanım türüyle karşılaşılmaktadır.

- 1- Yurttaşların ürettiği içerikleri sosyal medya aracılığıyla paylaşması ve kimi zaman bu içeriklerin geleneksel gazetecilik pratiklerinde kullanılması.
- 2- Profesyonel gazetecilerin mobil cihazlardan haber üretim süreçlerinde yararlanması.
- 3- Haber ajanslarının, gazetelerin ya da GSM operatörlerinin mobil cihazlar aracılığıyla sunmuş oldukları Sms haber servisleri.
- 4- Kişiselleştirilebilir mobil haber okuma uygulamaları ve haber ajansları/ gazetelerin resmi mobil uygulamaları.

Türkiye'de profesyonel haber kurumlarının mobil cihazları sistematik ve yerleşik bir gazetecilik biçimi olarak değil, ancak olay odaklı olarak haber üretim süreçlerine dahil ettiği gözlenmektedir. Vatandaşların kaydettiği görüntüler üzerine inşa edilen haber konularından oluşan içerikler ana haber bültenlerinde önemli yer tutmaktadır. Örneğin Show TV ana haber bülteninde bu tarz mobil gazetecilik örneklerine oldukça sık rastlanmaktadır. 25 Ekim 2017 akşamı yayınlanmış olan ana haber bülteninde

14 Örnek bir çalışma için bkz. (Garyantes, M. D. ve Gerard-Berkey, M. (2015). Mobile Journalism 101: Teaching Students to Use Mobile Devices to Produce News Content, *Teaching Journalism and Mass Communication*, Vol:5 No:1, ss.33-42)

yer alan haberde trafikte yaşanan olayı kaydeden bir kişi, kayıt anında olayı Show Ana haber bültenine göndereceğini söylemiş ve kanalın Whatsapp ihbar hattı bölümü aracılığıyla görüntüleri paylaşmıştır. Bu örnek, geleneksel gazeteciliğin tek yönlü içerik akışına örnek olan televizyon haberciliğinin mobil gazetecilik pratikleriyle nasıl etkileşimli hale geldiğini göstermektedir. Habere konu olacak olayın belirlenmesinde izleyiciler etki sahibi olabilmektedir. WhatsApp ihbar hatları ana haber bültenlerinde izleyicilerle paylaşmakta, muhtemel bir haber içeriğinin vatandaşlar tarafından olay yerinden sıcaklığına habercilerle paylaşılması sağlanmaktadır. Bu bağlamda mobil gazetecilik denemelerinin Türkiye'deki ana akım haber kurumlarına olan etkisi bir eklemleme olarak görülmektedir. Profesyonel mobil iletim/aktarım birim uygulamalarının kullanımı BBC örneğinde olduğu gibi sistematik olarak izlenmesi de özellikle zor coğrafyalardan yapılan haberlerde profesyonel muhabirlerin mobil cihazlardan haber üretim süreçlerinde yararlandıkları görülmektedir.

15 Temmuz 2016 Darbe Girişimi gecesini CNN Türk Ankara temsilcisi Hande Fırat'ın iPhone cihazında yer alan Facetime uygulaması aracılığıyla Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile gerçekleştirdiği canlı yayın halkın harekete geçirilmesini sağlarken, bu durum yeni iletişim teknolojilerin önemini göstermiştir (Devran ve Özcan, 2016: 82-83). Aynı gece halkın mobil cihazlar aracılığıyla kaydettiği görüntüler ve aktardığı bilgiler televizyon kanalları tarafından yayınlanmış, halk kendi içerisinde haber akışı sağlayarak meydanlara çıkmıştır. Bu bağlamda mobil gazeteciliğe dair yurttaş vurgusunun bir örneğine tanık olunmuştur.

Diğer bir mobil gazetecilik modeli olan Sms haberciliği Türkiye'de 2003 yılında başlamıştır (Aslan, 2010: 73). Gsm operatörlerinden Turkcell'in 2003 yılında haber kuruluşlarıyla yaptığı anlaşmalar dahilinde hizmete başlayan ve abonelik usulü çalışan servis, kullanıcılara haberleri kısa mesaj yoluyla anlık olarak iletmiştir. Mobil cihazların gelişimi ve internet erişim hızlarının yükselmesiyle birlikte Sms haberciliği Türkiye'de düşüşe geçmiş olsa da Sms haber paketleri kullanıcılara sunulmaya devam etmektedir. Mobil haber okuma uygulamaları dünyada olduğu gibi Türkiye'de de oldukça yaygın bir biçimde kullanılmaktadır. Yaklaşık 8000 farklı kaynaktan bir araya getirdiği haberleri, kullanıcıların kişiselleştirmesine müsaade eden bir arayüzle sunan Bundle uygulaması toplam 1,5 milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır (hürriyet.com.tr, 17 Ekim 2017). Sade bir arayüz ile binlerce haber kaynağına ve türüne erişim sağlayabilmek, mobil gazeteciliğin okur deneyimini geliştirmesine dair önemli bir örnek olarak gözükmektedir. Diğer yandan haber ajanslarının ve gazetelerin resmi mobil uygulamalarının sayısı giderek artmaktadır.

5. Mobil Gazeteciliğin Çözüm Bekleyen Sorun Alanları

Mobil gazeteciliğin ilk dönemlerinden bu yana çözüm bekleyen sorunlarının başındaki konulardan biri; araçsal dezavantajların giderek ortadan kalkmasına karşın, etik ve haber değeri konularındaki problematik doğasıdır. Kaynağı doğrulanmayan içerikler mobil platformlar aracılığıyla hızla yayılmakta ve bu içerikler zaman zaman ana akım haber kurumlarını dahi yanıltabilmektedir. Doğru olanı sahte veya yanıltıcı içerikten ayırmak ilgili alandaki doğrulama araçlarını kullanmayı ve kaynak seçimi konusuna dikkatli olunmasını gerektirmektedir. Örneğin bu soruna karşı işlevsel çözüm araçlarından olan çevrimiçi haber doğrulama kaynakları giderek yaygınlaşmakta,

ancak dezenformasyonun yoğunluğu karşısında doğrulama platformlarının tek başına çözüm üretmeleri mümkün gözükmemektedir.

Mobil gazeteciliğin diğer bir sorunu mahremiyet konusundadır (Narin, 2015). Mobil cihazlar aracılığıyla gerçekleştirilen kayıtların hızlı bir biçimde sosyal medyada dolaşımı veya gerçekleştirilen canlı yayınların kişisel hakları ihlali önemli bir sorun olmayı sürdürmektedir. Bir diğer sorun, yurttaşların haber üretim pratikleri sırasında mobil cihazlarla oluşturulan içeriklerin haber değeri açısından tartışmalı olmasıdır. Mobil gazeteciliği, gazeteciliğin temel değerlerinden bağımsız olarak konumlandırmanın mümkün olamayacağı göz önüne alındığında, haber değeri, haberin doğruluğu, haber etiği, kişisel hak ve özgürlükler konusundaki ihlaller karşısında mesleki sınırların nasıl korunacağı sorusu yanıt beklemektedir. Profesyonel gazetecilik amaçlı mobil cihazların kullanımında, mesleki etik ve değerlerin göz önünde bulundurulmasıyla etik sorunların ve ihlallerin azaldığı görülmektedir. Mobil cihazların habercilik tekniği açısından uygun kullanımlarına profesyonel mobil gazetecilik örneklerinde daha fazla rastlanmaktadır.

Sonuç

Mobil gazeteciliğin okurların, gazetecilerin ve sektörün diğer aktörlerinin haberi deneyimleme biçimlerini değiştiren teknoloji merkezli bir habercilik biçimi olarak okunması, mobil gazetecilik pratiğini sadece bir yönü üzerinden ele almak anlamına gelecektir. Mobil gazetecilik, haberin zaman ve mekân bağlamına dair geleneksel bağlılıklarını giderek azaltan gelişmelerin bir aracı olduğu gibi aynı zamanda habere dair enformasyonun yeniden tanımlanmasını mecbur kılan bir dizi yeni bilgi işleme mantığını beraberinde getirir. Bu mantık mesleki bir pratik olarak gazetecilik içerisinde ve -işlevsel olarak tartışmalı olsa da- kavramsal olarak yükselişte olan yurttaş gazeteciliği bağlamında işlemeye devam etmektedir. Yurttaş gazetecinin habere konu olacak olayın gerçekleşmiş olduğu bölgeden göndermiş olduğu bir konum bilgisi, başlı başına bir haber içeriğini oluşturabilir, aynı zamanda bunu yüksek hızlı bağlantı teknolojileri aracılığı ile sosyal platformlarda paylaşımı, tamamen profesyonel gazetecilik bağlarından uzak bir kişinin gündemi belirlemesini sağlayabilir. Değişen haber üretim/tüketim döngüsü bağlamında gazeteler, teknik yapılanmalarını, istihdam kriterlerini, haber üretim biçimlerini ve okur ile olan ilişkilerini yeniden düzenlemek zorunda kalmaktadır. Bu bağlamda mobil gazetecilik çok farklı perspektiflerden değerlendirilmeye ihtiyaç duyan bir çalışma alanı olarak izlenmektedir.

Mobil cihazların gelişimi ve mobil gazeteciliğin sistematik bir habercilik pratiği olarak ortaya çıkması, gazetecilik eğitimi açısından önemli bir fırsattır. Hemen her öğrencinin sahip olduğu mobil cihazların gazetecilik adına işlevsel bir biçimde kullanımının sağlanması geliştirilecek olan eğitim içerikleriyle mümkün hale gelebilir. Bu durum gazetecilik bölümü öğrencilerinin karşılaşması muhtemel olan teknik yoksunlukların aşılmasını sağlayacağı gibi, habere her zaman olduğundan daha yakın ve içeriği oluşturmanın farklı yollarını öğrenmiş öğrencilerin yetiştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Mobil gazeteciliğin gelişim serüveni değişen okur deneyimi ve gazeteci kimliği üzerinden okunabilir. Nitekim bu dönüşümün gazeteciliğin değişimindeki rolünü fark eden eğitim kurumları gazeteciliğin mobil dönüşümünü eğitim formasyonuna dönüştürürken, medya kuruluşları mobil alanda çalışacak yetişmiş eleman istihdam etmektedir. Bu

örnekler gazeteciliğin sadece geleneksel habercilik biçimleri üzerinden aktarılabilir bir bilgi bütünü olmadığını, gazetecinin habercilik yeteneklerinin sürekli olarak yenilenebilir halde olması gerektiğini göstermektedir. Sonuç olarak mobil gazetecilik teknik olarak ileri, tabanda daha yaygın bir gazeteciliği mümkün hale getirmekte ve dijital mecradaki gazetecilik serüveninin geniş sahasında yeni bir alan olarak karşımızda durmaktadır.

Kaynakça

- Aslan, K. (2010). Türkiye’de SMS Haberciliği. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Barthel, M. ve Mitchell, A. (2017). Americans’ Attitudes About The News Media Deeply Divided Along Partisan Lines, Pew Research Center Report,
http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2017/05/09144304/PJ_2017.05.10_Media-Attitudes_FINAL.pdf Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2017.
- Bivens, K. R. (2008). The Internet, Mobile Phones and Blogging, Journalism Practice, Vol:2 No:1, 113-129.
- Blankensip, C. J. (2016). Losing Their “MOJO”?, Journalism Practice, Vol:10 Issue:8, 1055-1071.
- Cameron, C. (2008). Mobile Journalism: A Snapshot Of Current Research And Practice, Technology, Education and Ethics Conference,
<http://theendofjournalism.wikidot.com/davidcameron>, Erişim Tarihi:24 Mart 2017.
- Deuze, M. (1999). Journalism and The Web, Gazette, Vol:61 No:5, 373-390.
- Devran, Y. ve Özcan, F. Ö. (2016). 15 Temmuz Darbe Girişimi: Gelenekselden Yeniye Medya Araçlarının Kullanımı. Online Academic Journal of Information Technology, Güz Cilt:7 Sayı:25, 71-92.
- Gitelman, L. (2006). Always Already New, Media History and the Data Of Culture, Cambridge: The MIT Press.
- Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence, International Journal of Cultural Studies, Vol:7 No:1, 33-43
- Jenkins, H. (2016). Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü, Çev. Nihan Yeğencil, İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Jokela, T., Vaataja, H., Koponen, T. (2009). Mobile Journalist Toolkit: A Field Study On Producing News Articles With A Mobile Device, 30 Eylül-2 Ekim 2009 tarihleri arasında Finlandiya – Tampere’de Gerçekleşmiş Olan MindTrek - Entertainment and Media In The Ubiquitous Era Konferansı’nda Sunulmuş ve Yayınlanmış Olan Bildiri, 45-52.
- Keskin, O. N., Metcalf, D. (2011). The Current Perspectives, Theories and Practices of Mobile Learning, The Turkish Online Journal of Educational Technology. Vol.10 Issue:2 202-208.
- Knight Foundation, (2016). Mobile-First News: How People Use Smartphones To Access Information,
<https://knightfoundation.org/reports/mobile-first-news-how-people-use-smartphones-access> Erişim Tarihi: 19 Nisan 2017.
- Leung, L. ve Wei, R. (2000). More Than Just Talk On The Move: Uses and Gratifications Of The Cellular Phone, Journalism&Mass Communication Quarterly, Vol:77 No:2, 308-320.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., Kelly, K. (2009). New Media: A Critical Introduction,

Second Edition, Routledge.

Lu, K. (12 Haziran 2017). Growth in Mobile News Use Driven By Older Adults, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/06/12/growth-in-mobile-news-use-driven-by-older-adults/> Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2017.

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

Marrouch, R. (2014). How Mobile Phones Are Changing Journalism Practice In The 21st Century, <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/how-mobile-phones-are-changing-journalism-practice-21st-century> Erişim Tarihi: 19 Mart 2017.

Martyn, H. P. (2009). The Mojo In The Third Millenium, *Journalism Practice*, Vol:3 No:2, 196-215.

Mills, J., Egglestone, P., Rashid, O. & Vaataja, H. (2012). Mojo In Action: The Use Of Mobiles In Conflict, Community and Cross-Platform Journalism, *Continuum: Journal Of Media & Cultural Studies*, Vol:26 No:5, 669-683.

Narin, B. (2015). Mobil Telefonlar ve Gazetecilik: Mobil Haber Üretimi ve Habere Mobilden Erişim, 1-3 Aralık Tarihleri Arasında İstanbul Üniversitesi'nde Gerçekleşmiş Olan XX. Türkiye'de İnternet Konferansı'nda Sunulmuş ve Yayınlanmış Olan Bildiri, 81-86. <http://inet-tr.org.tr/inetconf20/kitap/inet15-BNarin.pdf> Erişim Tarihi: 27 Temmuz 2017.

Örnebring, H. (2010). Technology and Journalism-as-Labour: Historical Perspectives, *Journalism*, Vol:11 No:1, 57-74.

Quinn, S. (2009). *Mojo – Mobile Journalism In Asia Region*, Singapore: Konrad Adenauer Stiftung.

Quinn, S. (2010). *Mobile Journalism (Mojo) and Journalism Education*, WJEC, South Africa.

Pew. (2012). The Future Of Mobile News, http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/legacy/Futureofmobilenews%20_final1.pdf Erişim Tarihi: 14 Nisan 2017.

Pfetsch, B., Adam, S., Bennett, L. W. (2013). The Critical Linkage Between Online and Offline Media, *Journal of the European Institute for Communication and Culture* Vol:20 No:3, 9-22.

Pool, T. (2016). Ben Hep Online Oldum, Röp. Çelik, H. K. Çev. Namal, E., TRT Akademi Dijital Medya Sayısı, Cilt:1 Sayı:2, 702-714.

Poushter, J. (2016). Smartphone Ownership and Internet Usage Continues to Climb Emerging Economies, Pew Research Center Report, http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/2/2016/02/pew_research_center_global_technology_report_final_february_22_2016.pdf Erişim Tarihi: 19 Haziran 2017.

Prensky, M. (2005). What Can You Learn From a Cell Phone? Almost Anything!, *Innovate: Journal Of Online Education*, Vol:1 Issue:5, Article:2.

Purcell, K., Rainie, L., Rosenstiel, T. ve Mitchell, A. (2011). How Mobile Devices Are Changing Community Information Environments, <http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2011/PIP-Local%20mobile%20survey.pdf> Erişim Tarihi 26 Mayıs 2017.

Scott, C. (22 Eylül 2015). Covering The Refugee Crisis On Snapchat And Periscope as 'Day-By-Day Documentary'. <https://www.journalism.co.uk/news/-a-day-by-day-digital-documentary-how-news-outlets-are-covering-the-refugee-crisis-on-snapchat-and-periscope-/s2/a567769/> Erişim Tarihi: 19 Mayıs 2017.

Sehl, A., Cornia, A. ve Nielsen, K. R. (2016). *Public Service News And Digital Media*,

Digital News Project 2016, Oxford: Reuters Institute For The Study Of Journalism. <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Public%20Service%20News%20and%20Digital%20Media.pdf> Erişim Tarihi: 24 Temmuz 2017.

Shirky, C. (2010). How Cognitive Surplus Will Change the World (Video). Ted@Cannes. https://www.ted.com/talks/clay_shirky_how_cognitive_surplus_will_change_the_world Erişim Tarihi: 22 Eylül 2017.

Steensen, S. (2011). Online Journalism and the Promises of New Technology, *Journalism Studies*, Vol:12 No:3, 311-327.

TÜİK, (2016). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028 Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2017.

Usher, N. (2014). "Mobile Journalism: Leaving Behind Physical Space", *Moving The Newsroom: Post-Industrial News Spaces And Places İçinde*, Tow Center For Digital Journalism A Tow/Knight Report

<https://academiccommons.columbia.edu/catalog/ac:d51c59zw5c> Erişim Tarihi: 16 Ağustos 2017.

Waldman, S. (2011). The Information Needs of Communities,

https://transition.fcc.gov/osp/inc-report/The_Information_Needs_of_Communities.pdf Erişim Tarihi: 27 Temmuz 2017.

Wenger, D., Owens, L., Thompson, P., (2014). Help Wanted: Mobile Journalism Skills Required by Top U.S. News Companies, *Electronic News*, Vol:8 No:2, 138-149.

West, D. (2013). Invention and the Mobile Economy, *Brooking Instutions Report Issues in Technology Innovation*, <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/05-invention-mobile-economy-west.pdf>, Erişim Tarihi: 26.06.2017.

Westlund, O. (2013). Mobile News, *Digital Journalism*, Vol:1 No:1, 6-26.

Diğer Kaynaklar

4Sam, (31 Mart 2012). "I Can Help Others With Autism Because I Have Autism" <http://ireport.cnn.com/docs/DOC-769273> Erişim Tarihi: 16 Mayıs 2017.

<https://www.digitaltrends.com/mobile/camera-phone-history/> Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2017.

Hürriyet.com.tr (17 Ekim 2017). "3 Yılda 1,5 milyon kullanıcıya ulaşan uygulama: Bundle" <http://www.hurriyet.com.tr/3-yilda-1-5-milyon-kullaniciya-ulasan-uygulama-bundle-40613039> Erişim Tarihi: 28 Ekim 2017

Show Ana Haber (Youtube Yayınlanma Tarihi: 26.10.2017) "Show Ana Haber 25 Ekim 2017". https://www.youtube.com/watch?v=_iGw6NGWsEA Erişim Tarihi: 28 Ekim 2017

<https://twitter.com/ntv> Erişim Tarihi: 2 Ağustos 2017.

<https://twitter.com/cnnturk> Erişim Tarihi: 2 Ağustos 2017.

<https://twitter.com/hurriyet> Erişim Tarihi: 2 Ağustos 2017.

<https://www.twitch.tv/p/about> Erişim Tarihi: 26 Ekim 2017.

Nokia ve Reuters'ın İş Birliğinde Geliştirilmiş Olan Mobil Gazetecilik Araç Seti. <https://techcrunch.com/2007/10/23/reuters-n95-equipped-toolkit-for-on-the-go-reporters/> Erişim Tarihi 19 Nisan 2017.