

## ANA AKIM MEDYADA KULLANICI TÜREVLİ İÇERİĞİN İZİNİ SÜRMEK: NTV VE STAR TV WHATSAPP İHBAR HATLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

## THE RELATIONSHIP TRACING USER GENERATED CONTENT IN MAINSTREAM MEDIA: A RESEARCH ON NTV AND STAR TV WHATSAPP NOTICE LINES

### Özet

Anlık mesajlaşma uygulaması WhatsApp, hızlı, kolay ve ücretsiz oluşu nedeniyle gündelik hayatta farklı biçimlerde ve yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Sesli ve görüntülü görüşme, konum, metin, fotoğraf ve video paylaşım gibi özelliklere sahip olan WhatsApp, son yıllarda haber üretim ve tüketiminde de tercih edilen bir uygulama haline almıştır. Haber kuruluşları, kullanıcı türevli içeriğe ilk elden ulaşmak, izleyici ve okurların görgü tanıklıklarını ve haber önerilerini doğrudan elde etmek amacıyla WhatsApp üzerinden iletişim kanalları oluşturmaya başlamıştır. Bu çalışmada NTV ve Star TV WhatsApp hatları üzerinden kullanıcılarla oluşturulan haber üretim pratiğinin ne şekilde gerçekleştirildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. İnceleme sonucunda yurttaşlardan gelen WhatsApp mesajlarının sınırlı bir biçimde ekrana yansıdığı, özellikle ilgi çekici, sansasyonel görgü tanıklıklarının tercih edildiği görülmüştür. Bu nedenle bu tür platformlar, yurttaşların sesini ana akım medyaya taşıyacak bir köprü olmaktan ziyade ana akım medyanın daha çok izleneceğini varsaydığı içeriğe ulaşma yolu olarak değerlendirilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** WhatsApp ihbar hatları, yeni medya, habercilik

### Abstract

WhatsApp instant messaging application is fast, easy, and free and because of these features it is used widely in everyday life in different ways. WhatsApp has some characteristics as voice and video calls, location, text, photo and video sharing, and it has become a preferred application for news production and consumption in recent years. News organizations have started to create communication channels through WhatsApp in order to access first-hand user-derived content and obtain the eyewitness testimony and news recommendations of viewers and readers directly. In this study, it has been tried to put forward how news production practice is created in company with users via NTV and Star TV WhatsApp lines. As a result of the analysis, it is observed that WhatsApp messages coming from the citizens are reflected on the screen in a limited way and especially interesting, sensational eyewitnesses were preferred. Therefore, such platforms can be considered as a way of reaching the content that the mainstream media assumes to be watched instead of a bridge that will carry the voice of the citizens to the mainstream media.

**Key Words:** WhatsApp notice lines, new media, journalism

## 1. GİRİŞ

1990'lı yıllar itibarıyla medya ekolojisi ve haber üretim/dağıtım süreçlerini dönüştüren dijital teknolojiler, izleyici/okur ile haberciler arasındaki ilişkinin yapısı ve işleyişinde de değişime neden olmuştur. Deuze vd., (2007) “haberlerin bir kısmının profesyoneller, amatörler ve aynı zamanda üreticiler ve tüketiciler tarafından toplandığı, seçildiği, düzenlendiği ve iletildiği” katılımcı habercilik dönemine vurgu yapar. Kramp ve Loosen (2018) ise, geleneksel haber merkezi rutinlerinin yenilenmesi sürecinde internet ve sosyal medya üzerinden izleyici katılımının olanaklarının önceki dönemlere oranlara arttığının ancak bunun her zaman aynı şekilde ve aynı yoğunlukta gerçekleşmediğinin altını çizmektedir.

Hermida (2014:11), habercilik bağlamında kullanıcıların sosyal medya üzerinden fotoğraf, video ve fikirlerini paylaşmalarının yaygın bir hal aldığını, enformasyon akışının hızlandığını belirtmekte, ancak bununla birlikte bu durumun, “aynı zamanda daha fazla kafa karışıklığı, daha fazla hata ve daha fazla gürültü anlamına geldiğini” vurgulamaktadır.

Sosyal medya ağları dışında haber paylaşımının etkin bir şekilde yapıldığı uygulamalardan biri olan WhatsApp, kısa mesaj servislerine (SMS) alternatif bir mesajlaşma uygulaması olarak 2009 yılında kullanılmaya başlanmıştır. 2019 yılı itibarıyla 180'den fazla ülkeden 1 milyarı aşkın kullanıcının WhatsApp ile ücretsiz olarak mesajlaştığı, fotoğraf, video, konum ve belge paylaştığı, sesli ve görüntülü arama yapabildiği belirtilmektedir (<https://www.WhatsApp.com/about/>, 2019).

2014 yılında Facebook tarafından satın alınan WhatsApp'ın kişilerarası mesajlaşma uygulaması olması haricinde bir yayın ve habercilik platformu olarak da kısa zamanda haber kuruluşları tarafından ilgi gördüğünü belirten Reid (2016), önemli haberlerin okurlara iletilmesi, devam eden hikâyeler hakkında gelişmelerin aktarılması ve ulusal çapta kriz anlarında kamunun bilgilendirilmesi amacıyla WhatsApp'tan yararlanıldığını ifade etmektedir. Hızlı, kolay ve ücretsiz olmasının yanı sıra gazeteciler, haber üretim süreçlerinde WhatsApp uygulamasını başka bir şifreleme yöntemine ihtiyaç bırakmaması nedeniyle de tercih ettiklerini belirtmektedir (Posetti, 2017:109).

Haber kuruluşları, WhatsApp mesajlaşma uygulamasından haber iletmenin dışında

kullanıcı türevli içeriğe doğrudan ulaşma amacıyla da yararlanmaktadır (Azeema ve Nazuk, 2018). Bu süreç kimi zaman haber kaynaklarıyla çevrim içi röportaj ya da enformasyon elde etme şeklinde gerçekleşebilmektedir (Dodds, 2019). Kimi zamansa kullanıcı türevli içeriğin doğrudan elde edilebilmesi için WhatsApp iletişim hatları oluşturulmakta, izleyicilerin ya da okurların haber önerilerini, mobil telefonlarla kaydettikleri fotoğraf ve video gibi içeriklerini bu yolla haber merkezlerine iletmelerine olanak sağlanmaktadır.

Türkiye'de de çeşitli haber kuruluşları, kullanıcı türevli içeriği elde etme amacıyla çoğunlukla “WhatsApp ihbar hattı” olarak adlandırılan iletişim kanalları oluşturmuştur. Özellikle televizyon haber merkezlerinde görevli editörler WhatsApp ihbar hatlarını her yerde muhabir ve kameraman bulduramamaları nedeniyle görgü tanıklarına ulaşmanın kolay, hızlı ve ücretsiz bir yolu olarak değerlendirmektedir (Fındık, 2017).

WhatsApp yoluyla kullanıcıların görüş, öneri ve görsel içerikleri medya kuruluşları ile paylaşmaları her ne kadar haber üretimine demokratik bir katılım şeklinde görünse de pratikte bu süreç, yurttaşlardan çok televizyon habercilerinin isteği ve beklentisi doğrultusunda işlemektedir. Karaman ve Önder (2017), Türkiye'deki üç ana akım televizyon kanalını ele aldıkları çalışmalarında, “ana akım medya kuruluşlarının ihbar hatları ile haber merkezlerine ulaşan haberler arasında daha ziyade kişisel mağduriyetler ve tanık olunan ilginç görüntüleri” haber bültenlerine taşıdıkları sonucuna ulaşmıştır. Yapılan bir başka çalışmada da Show TV WhatsApp ihbar hattına gelen günlük ortalama 6000 ila 8000 mesajın büyük bölümünün güvenlik kamerası görüntülerinden oluştuğu belirtilmektedir (Şişman, 2017). Bu çalışmada ise Türkiye'nin ilk haber kanalı olan NTV ile Türkiye'nin ilk özel televizyon kanalı olan Star TV'nin WhatsApp ihbar hatları incelenmiştir.

## YÖNTEM

Araştırmanın amacı Türkiye'de ana akım medya kuruluşlarının WhatsApp ihbar hatları ile haber üretimine izleyicinin dahil edilme pratiğini, gönderilen içeriklerin hangi kategorilerde yoğunlaştığını ve söz konusu içeriğin ana haber bültenlerine yansımalarının ne şekilde gerçekleştirildiğini ortaya koyabilmektir. Çalışmada bu tür iletişim hatlarının yurttaşların

seslerini duyurabilmelerinin bir ortamı mı yoksa medya kuruluşlarının kendilerinin ulaşamadığı, daha çok izleneceği varsayılan içeriğe ilk elden ulaşmanın bir yolu olarak mı kullanıldığı incelenmektedir.

Bu amaç doğrultusunda nicel ve nitel araştırma yöntem ve teknikleri bir arada kullanılmıştır. Katılımcı gözlem yoluyla her iki kanalın haber merkezlerinde haber üretim sürecine WhatsApp hatlarından gelen içeriklerin ne şekilde dahil edildiği, kullanıcılarla etkileşimin nasıl sağlandığı incelenmiştir. Ayrıca süreç ile ilgili her iki kanalın haber müdürleri ve Star TV haber merkezi editörü ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

“WhatsApp ihbar hatları”na gönderilen

mesajlara ilişkin nicel verileri ortaya koymak amacıyla içerik çözümlemesi tekniğinden yararlanılmıştır. 21 Ocak-23 Ocak 2019 tarihleri arasında üç günlük veriler çeşitli kategori başlıkları altında incelenmiştir.

## BULGULAR

### Araştırmanın Nicel Bulguları

İnceleme yapılan tarih aralığında her iki televizyon kanalının “WhatsApp ihbar hatları”na gönderilen mesajların sayısal dağılımına bakıldığında Star TV’ye daha fazla mesaj iletildiği görülmektedir. 21 Ocak-23 Ocak 2019 tarih aralığında NTV’ye toplam 284, Star TV’ye ise toplam 530 mesaj gönderilmiştir.

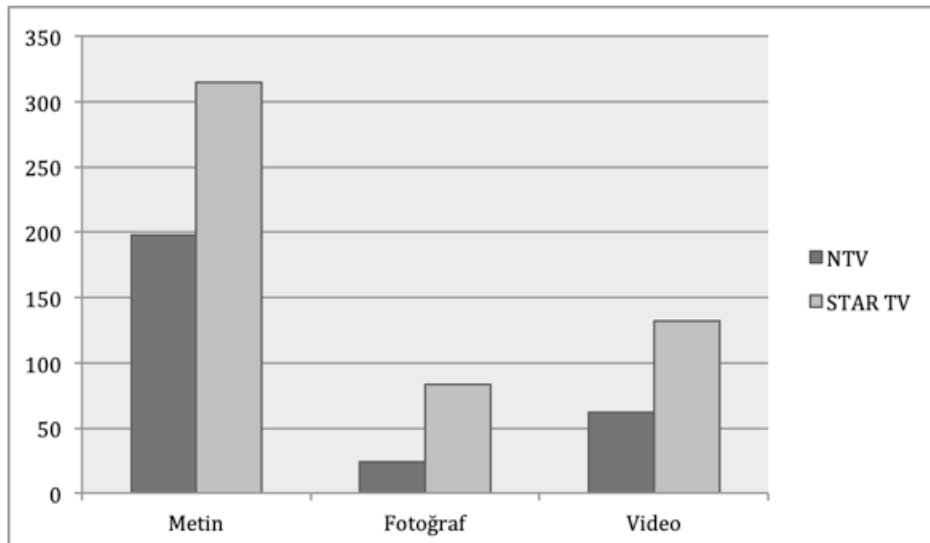
**Tablo 1. NTV ve Star TV’yi İletilen WhatsApp Mesajları.**

Tarih	Fotoğraf		Video		Sadece Metin		Toplam	
	NTV	STAR TV	NTV	STAR TV	NTV	STAR TV	NTV	STAR TV
21.01.2019	7	33	22	58	57	167	86	258
22.01.2019	8	24	9	50	74	88	91	162
23.01.2019	9	26	31	24	67	60	107	110

Gönderilen mesajların teknik bakımdan özellikleri incelendiğinde her iki WhatsApp hattı ile paylaşılan iletilerin büyük bölümünün sadece metinden oluştuğu, metinle birlikte video da içeren mesaj sayısının fotoğraf barındıran iletilerden fazla olduğu görülmektedir. Buna

göre NTV’ye iletilen toplam 284 mesajdan 24’ü fotoğraf, 62’si video, 198’i ise sadece metin içermektedir. Star TV WhatsApp hattına gelen toplam 530 mesajdan 83’ü fotoğraf, 132’si video, 315’i sadece metinden oluşmaktadır.

**Tablo 2. NTV ve STAR TV’ye İletilen WhatsApp Mesajlarının Medya Biçimlerine Göre Dağılımı.**



## Haber Üretimine Dahil Edilebilecek WhatsApp Mesajları

Her iki televizyon kanalına iletilen WhatsApp mesajları içerdikleri konulara göre

incelendiğinde gönderilerin iki ana kategoride ele alınabileceği görülmektedir. Bunlardan ilki haber üretimine dahil edilebilecek konu ve içeriklerden oluşan mesajlardır.



NTV'ye gelen toplam 284 mesajın 202'si, Star TV'ye gönderilen toplam 530 mesajın

249'u haber üretimine dahil edilebilecek türden içerik olarak değerlendirilmiştir.

**Tablo 3. Haber Üretimine Katkı Sağlayabilecek Mesajlar**

Tarih	Yazılı Bilgi İletimi/İhbar		Fotoğraf		Video		Haber Yapılması İstenilen Konu İletimi	
	NTV	STAR TV	NTV	STAR TV	NTV	STAR TV	NTV	STAR TV
21.01.2019	7	15	2	22	12	41	37	20
22.01.2019	5	10	5	18	8	32	56	26
23.01.2019	7	16	9	23	26	16	28	10

Her iki WhatsApp hattına gönderilen ve haber üretiminde kullanılacak türden mesajlar arasında bir olay ya da konu ile ilgili sadece metinden oluşan ihbar paylaşımlarının bulunduğu görülmektedir. “Deprem oldu”, “çığ düştü” gibi ifadelerle doğal afetleri yer ve zaman bilgisi ile haber merkezlerine ileten kullanıcılar, kimi zaman çeşitli konulara ilişkin mağduriyetlerini de (“çocuğumu göremiyorum”, “tehdit ediliyorum”, “doktorlar hastalara ilgi göstermiyor” vb.) paylaşmaktadır. Bunun dışında düzenlenecek olan toplantı, basın açıklaması gibi etkinliklere ilişkin davetler de haber merkezlerine WhatsApp aracılığıyla gönderilebilmektedir. Bu tür bilgilendirici mesajlar önemli bulunmaktadı, zira haber merkezlerinin gündeminde olmayan bir konu hakkında haberdar olması, sonrasında

iletilecek konunun televizyon haberi olarak yayınlanmasının yolunu açabilmektedir (Uslu, 2019).

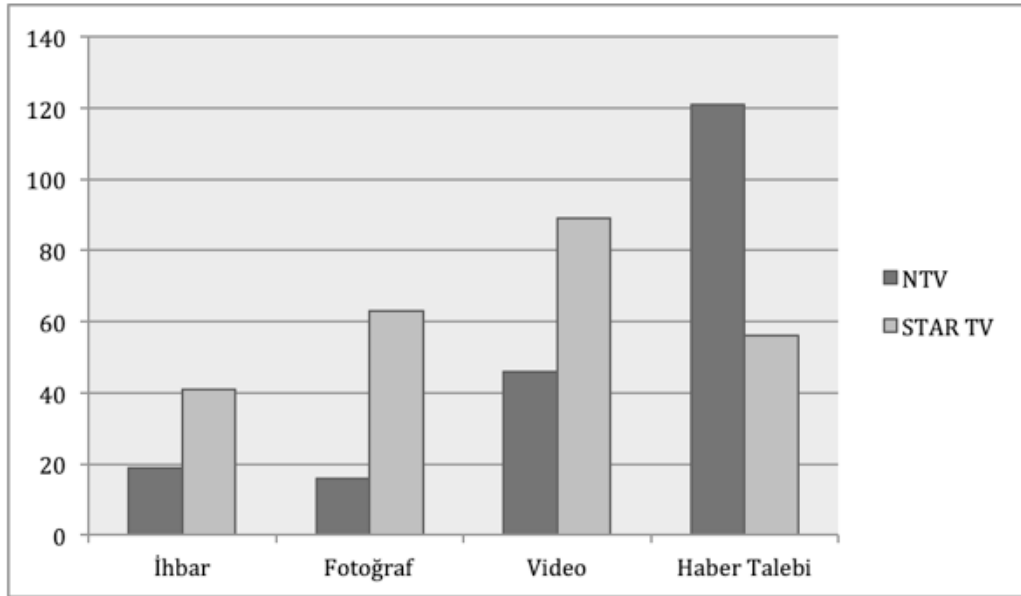
Oymak (2019), “WhatsApp ihbar hatları”nın oluşturulmasındaki en temel amacın yurttaşların her an yanlarında bulunan mobil telefonlarla çektikleri görüntüleri anında haber merkezlerine iletebilmeleri olduğunu belirtmektedir. Televizyon haberinde görüntünün ağırlığı düşünüldüğünde haber ekibi bulunmayan yerlerde “vatandaş kamerasının” kayıta olmasının öneminin kendileri açısından büyük olduğunu ifade eden Oymak (2019), “Ulaşamadığımız her yere ulaşabiliyoruz. Muhabir ve kameraman gönderemediğimiz her yerde artık muhabirimiz ve kameramanımız var. Üstelik bedava” ifadesini kullanmaktadır.

Bu bağlamda “WhatsApp ihbar hatları”na

haber bülteninde yer alabilecek görgü tanıklıkları gibi içeriklere ait fotoğraflar ve videoların sıklıkla gönderildiği görülmüştür. İncelenen dönemde NTV hattına 16 fotoğraf, 46 video iletilirken,

Star TV'ye gönderilen mesajlar arasında haber üretimine konu olabilecek 249 mesaj arasında 63 fotoğraf, 89 video bulunmaktadır.

**Tablo 4. Haber Üretimine Katkı Sağlayabilecek Mesajların İçeriklerine Göre Dağılımı**



Bunların dışında izleyicilerin haber yapılmasını istediklerini hayat pahalılığı, atama vb. konulara ilişkin talepleri de çalışmada haber üretimine dahil edilebilecek mesajlar olarak değerlendirilmiştir. Yurttaşların kamuoyuna seslerini duyurma platformu olarak “WhatsApp ihbar hatları”nı kullanmaları bağlamında aslında bu tür mesajların haber merkezleri tarafından en az görgü tanıklıkları içeren fotoğraflar ve videolar kadar dikkate alınması gereken iletiler olduğu açıktır.

İzleyicilerin WhatsApp mesajı yoluyla haber bültenlerinde yer almasını istedikleri konuların başında atama talepleri gelmektedir. Star TV'ye iletilen 56 haber talebinin 42'si (yüzde 75), NTV'ye iletilen 121 haber talebinin 93'ü (yüzde 77) atama bekleyen üniversite mezunlarının iletilerinden oluşmaktadır. Bedük (2019), özellikle devletten kadro talebinin WhatsApp yoluyla kendilerine bu

kadar yoğun bir şekilde iletiliyor olmasının aslında Türkiye'de işsizliğin geldiği boyutu da gösterdiğinin altını çizmektedir. Bunun dışındaki haber talepleri ise hayat pahalılığı ve zamlar gibi konularda şikayetlerini ve haber isteklerini ileten yurttaşların iletilerinden oluşmaktadır. Bu tür mesajlara zaman zaman alışveriş fişi, elektrik ve doğalgaz faturası, market ve pazar tezgahlarından fiyat etiketi gibi fotoğraflar da eklendiği görülmüştür.

#### **Haber Üretimine Doğrudan Katkısı Olmayan Mesajlar**

WhatsApp hatları -alıcı tarafından engellenmediği sürece- tüm kullanıcıların her türden mesajlarına açık yapısı nedeniyle haber üretim sürecine dahil edilemeyecek mesajların da gönderildiği bir platform olabilmektedir. Her iki kanalın WhatsApp hatlarında da incelenen süre içerisinde bu türden mesajlar olduğu görülmüştür.

**Tablo 5. Haber Üretimine Doğrudan Katkısı Olmayan Mesajlar**

Tarih	Öneri/Eleştiri/ Yorum		Küfür/Tehdit/ Hakaret		“Eğlenceli” İçerik		Diğer	
	NTV	STAR TV	NTV	STAR TV	NTV	STAR TV	NTV	STAR TV
21.01.2019	-	11	-	3	2	20	26	126
22.01.2019	1	29	-	-	-	16	16	31
23.01.2019	4	7	-	1	-	13	33	24

Çalışmada “haber üretimine doğrudan katkısı olmayan mesajlar” olarak adlandırılan bu mesajlar, “öneri-eleştiri-yorum”, “küfür-tehdit-hakaret”, “eğlenceli içerik” ve “diğer mesajlar” şeklinde kategoriler altında ele alınmıştır.

Örneğin, incelenen süre zarfında NTV’ye 5, Star TV’ye toplam 47 öneri, eleştiri ya da yorum mesajı gelmiştir. Bunların doğrudan haber üretimine dahil edilemeyecek mesajlar olarak değerlendirilmesinin nedeni yazılanların bir haberle ilgili ya da o haberi daha ileri boyuta taşıyacak ve geliştirecek öneri ya da eleştiri olmalarından ziyade sunucunun kıyafeti ya da kanalda yayınlanan başka bir dizi veya programla ilgili yorumlardan oluşmalarıdır. Örneğin Star TV’ye gönderilen mesajlar arasında dizi oyuncularıyla tanışma isteklerine, "selam şimdilik bir haber yok olduğunda söylerim grsrz kib bb" (görüşürüz kendine iyi bak bye bye) gibi mesajlara, NTV’de WhatsApp hattında da yayınlanan programlara ilişkin görüş ve yorumlara rastlanmıştır.

Star TV Haber Editörü Uslu (2019) haber değeri taşımayan çok sayıda mesajın haber merkezinin ihbar hattına gönderildiğini ancak bunları cevaplamadıklarını, bu hattın bir izleyici temsilciliği hattı olmadığını vurgulamaktadır.

Bunların dışında sosyal medya ağlarında ve video paylaşım sitelerinde sıklıkla görülen “eğlenceli” içerikler (fotoğraf ve videolar), WhatsApp ihbar hatlarının haber iletimi dışında kullanımı açısından bir diğer örneği oluşturmaktadır.

Özellikle bebeklerin ve yavru hayvanların videolarından oluşan bu içeriklerin, Star TV’ye daha fazla yollandığı görülmüştür (49 mesaj). Bir haber kanalına oranla daha fazla izlenmeye dayalı haber bülteni olarak değerlendirilebilecek

ana akım televizyon kanalı Star TV’ye bu tür içeriklerin yollanmasının en önemli nedeni kuşkusuz söz konusu kanalda zaman zaman bu tür “eğlenceli” ya da “komik” videolara bültende yer verilmesidir.

Öneri, küfür-hakaret ve “eğlenceli” içerikler dışında değerlendirilebilecek mesajların sayısı ise çok fazladır. İncelenen dönemde NTV’ye toplam 75, Star TV’ye 181 mesaj; reklam, tanıtım, boş mesaj, emoji, kullanıcıların kendi sosyal hesaplarını tanıttığı linkler gibi içeriklerden oluşmaktadır. Ayrıca söz konusu dönem 31 Mart 2019’da gerçekleştirilen yerel seçimler öncesine denk geldiği için siyasi partilerin yerel yönetici adaylarının tanıtım videoları da sıklıkla WhatsApp hatlarına gönderilmiştir.

Ayrıca WhatsApp uygulamasının gündelik kullanımına benzer şekilde ihbar hatlarında “selam”, “günaydın”, “iyi akşamlar” gibi mesajlar ile belirli gün ve hafta kutlamaları da görülmektedir. Oymak (2019) özellikle Cuma günleri bu tür mesajların sayısının arttığını belirtmekte, Bedük (2019) ise “Gerçekten cumamızı tebrik etmek için yazanlar var, onlara ben de cevap yazıyorum” demiştir.

#### Araştırmanın Nitel Bulguları

WhatsApp Hatlarına Gönderilen Mesajların Haber Türleri ve Haber Konuları Bağlamında İncelenmesi

NTV Haber Müdürü Göktan Bedük’e göre özellikle ani gelişen olaylarda ve doğal afetlerde kullanıcı türevli içerik paylaşımı daha da önem kazanmakta, WhatsApp aracılığıyla gönderilen bu tür içerikler haberler bültenlerde sıklıkla yer almaktadır.

Sıcak haberlerde çok etkili oluyor. Örneğin Anadolu kar altında. Daha buraya ajanslardan bilgi gelmeden vatandaşların yolda kaldığını,

mahsur kaldıklarını yardım istediklerini ekranda gösterebiliyoruz. Buldukları yerde telefon hattı çekiyorsa bize gönderiyorlar görüntüyü. Diyoruz ki “Şu bölgede vatandaşlar yolda kaldılar. Yardım bekliyorlar” diyoruz veriyoruz. Deprem olsun, orman yangını olsun bütün sıcak haberlerde vatandaş haberciliği bizim için çok önemli.

İncelenen dönemde de sel, çığ, deprem, yangın gibi afetlere ilişkin içeriklerin “WhatsApp ihbar hatları”na metin, fotoğraf ve video yoluyla iletildiği görülmüştür. Bedük (2019), bu noktada mobil telefonların her an her yerde olmasının ve WhatsApp hatlarıyla mobil telefonla kaydedilen görüntülerin kendilerine ulaştırılabilmesinin önemine şu sözlerle dikkat çekmektedir.

Kerç Boğazı’ndaki gemi yangını görüntüsü geldi. Karadeniz’in ortasında biz görüntüyü nereden bulacağız ama oradan geçen gemideki bir Türk denizci görüntüyü bize bunu attı.

Star TV Haber Müdürü Ünal Oymak (2019) ise kadına yönelik şiddet, hayvanlara işkence, sağlık skandalları, yaşam öyküleri, başarı hikayeleri, eğitimdeki eksiklikler, trafik kuralları ihlalleri ve kaza görüntülerinin “WhatsApp ihbar hatları”na en fazla gönderilen haber içerikleri olduğunu belirtmektedir. Uslu (2019) gönderilen video içeriklerinin genelde güvenlik kamerasıyla ev, işyeri ve araç hırsızlığına ilişkin anların görüntüsünden oluştuğunun altını çizmekte, hırsızlık dışında cinayet, kaza, yangın, kavga gibi polis-adliye haberlerinin en fazla iletilen haber konuları arasında yer aldığını belirtmektedir.

Yurttaşların “WhatsApp ihbar hatları”nı aynı zamanda bir hak arama, sesini duyurma platformu olarak kullandıklarına dikkat çeken Uslu (2019) velayeti kendisinde olmasına rağmen çocuğunu göremeyen annelerin, şiddete maruz kalan kadınların, yakınlarını kaybeden kişilerin sorunlarına bir çözüm aramak adına kendilerine ulaştığını kaydetmektedir.

“Siz insanların sorunlarına çare oluyormuşsunuz. O yüzden buraya yazdım diyenler” olduğunu belirten çok sayıda izleyici mesajı ile karşılaştıklarını belirten Bedük (2019) özellikle kırsal kesimde şiddete ya da haksızlığa uğrayan kadınların seslerini duyurmak noktasında “WhatsApp ihbar hatları”nı kullanıyor olmalarını şu sözlerle dile getirmektedir.

Bir dağ köyündeki kadın, sesini duyurabilmek için NTV’ye bir dakika içerisinde ulaşabiliyor. NTV’nin telefonunu bulmak zorunda değil, İstanbul’a gelmek zorunda değil, NTV’nin bölge temsilcisini bulmak zorunda değil. Eskiden böyleydi. Sadece yaptığı tek şey yediği dayanın ardından kendisini çekip olayı anlatıyor ve aynı

gün içerisinde bu haber olabiliyor. Vatandaşın gücü.

WhatsApp Hatlarına Gönderilen Mesajların Haber Üretim Sürecine Dahil Edilme Pratiği

NTV ve Star TV haber merkezlerinde 2016 yılından bu yana muhabirlerin haber önerileri, çeşitli kaynaklardan ulaşan basın bülteni ve davetiyeler, ajanslardan gelen haberler gibi sıralanan haber kaynaklarına bir yenisi eklenmiştir. Oluşturulan “WhatsApp ihbar hatları” ile kullanıcı türevli içeriğe ilk elden ulaşmaya başlanmış, sabah ve öğleden sonra olmak üzere günde iki kez yapılan gündem toplantılarına bu hatlara izleyiciler tarafından gönderilen haber konuları da dahil edilmeye başlanmıştır.

WhatsApp ihbar hattı öncelikle istihbarat şefi ve istihbarat şef yardımcısının takibinde. Sabah ilk toplantı olan 10.30 toplantısına kadar hatta gelen bütün görüntüler izleniyor, ihbarlar not alınıyor ve aralarından kayda değer olanlar, haber içeriği taşıyanlar seçilip, toplantı masasına “WhatsApp ihbar hattından gelenler” başlığı altında geliyor. Tıpkı dış haber, yurt haber, Ankara haberleri ve İstanbul masasından gelen haberler gibi. Sonrasında yöntem aynı aslında, gelen görüntüler toplantıda herkes tarafından izleniyor ve yapıp yapılmayacağına, ortak bir akılla karar veriliyor (Oymak, 2019).

WhatsApp’ın bilgisayar uygulaması “WhatsApp Web” ile her iki televizyon kuruluşunun haber merkezinde sorumlu kişinin bilgisayarında sürekli açık olan “WhatsApp ihbar hatlarına” gelen içerikler ilk olarak sorumlu kişi tarafından incelenmektedir. Gelen mesajlara, fotoğraf ve videolara tek tek bakılmakta, haberde kullanılabileceği düşünülen mesaj sahipleriyle WhatsApp üzerinden iletişime geçilmektedir (Uslu, 2019). Bu ilk etkileşimde içerikte eksik kalmış ancak habercilik bağlamında temel sorular sayılan 5n1k ile ilgili sorular yöneltilmekte, daha sonra haber üretim süreci başlatılmaktadır.

Yapılmasına karar verdiğimiz haberler, röportaj, görüntü miktarı ya da kalitesi açısından yetersiz olduğu için (hemen her zaman) ihbarcı ile tekrar kontağa geçilip hem içerik hem de görsel anlamda zenginleştirilme süreci başlıyor. Eğer ihbarcı İstanbul’daysa ya da ekiplerimizin bulunduğu illerden (İzmir, Antalya, Samsun, Gaziantep, Diyarbakır) birinde ya da bu illerin yakın çevresindeyse yöntemimiz kendi ekibimizi gönderip, röportaj ve çekimleri yaptırmak. Eğer değilse, yani ulaşamayacağımız bir yerde ise ihbarcıdan, sürekli bahsettiğimiz gibi elindeki cep telefonunu bir kamera gibi kullanmasını istiyor, ihtiyacımız olan biçimde

ve içerikte çekim ve röportaj yapmasını istiyoruz. Buna isim de koyduk “WhatsApp röportajı”. Gelen malzemeler bundan sonra diğer haberler gibi yazım ve montaj sürecine dahil ediliyor (Oymak, 2019).

Etik İhlaller, Sorunlar ve Tartışmalar Bağlamında WhatsApp İhbar Hatları

“WhatsApp ihbar hatları” ile medya kuruluşlarına iletilen kullanıcı türevli içerikler, profesyonel haberciler açısından giderek artan bir öneme sahip olmakta, adeta artık izleyicilerinin WhatsApp paylaşımlarıyla beslenmeyen bir haber merkezi düşülememektedir. Ancak bununla birlikte gönderilen mesajlar ile ilgili birtakım problemler ve etik ihlaller ile tartışmalar da ortaya çıkmaktadır.

WhatsApp üzerinden gönderilen içeriklerin ana haber bültenlerine dahil edilmelerinin niceliği ve niteliği değerlendirildiğinde bu tür platformların yurttaşın sesini kamuoyuna duyurma, taleplerini dile getirilme bağlamında ana akımla bir köprü olup olmadığı tartışmalı bir konu olarak dikkat çekmektedir. Zira ana akım televizyon kuruluşlarının WhatsApp hatlarını oluşturmalarındaki temel gaye, yurttaşın sesinin duyurulmasından çok, kullanıcı türevli içeriğe ilk elden ve hızlı biçimde ulaşmaktır. İncelenen dönemde WhatsApp hatlarından gelen içeriğin ana haber bültenlerinde yer alma ihtimalinin de oldukça düşük olduğu görülmüştür. 21 Ocak-23 Ocak 2019 tarihleri arasında NTV, WhatsApp hattından gelen herhangi bir içeriği bültenine taşımamış, Star TV ise gelen içerikleri sadece üç haberde kullanmıştır.

İçeriğin tam olarak doğrulanmadan paylaşılması ve yalan haberin hızla yayılması günümüzde yeni medya ortamlarında karşımıza çıkan en önemli sorun olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda ana akım medyada da kullanıcı türevli içeriğin doğruluğunun teyit edilmeden kullanılmasından kaynaklanan sorunlara da sıklıkla rastlanılmaktadır. Star TV Haber Editörü Murat Uslu’ya göre WhatsApp ile gönderilen içeriğin bültene taşınma süreci dikkat ve deneyim gerektirmektedir:

Benim şahsi görüşüm şu. Bu acemi birisinin eline bırakılacak bir şey değil. Haberinin ne olduğunu, gelen görüntülerin neye hizmet ettiğini bilmek gerekir. Kontrol yapılmadan buradan görüntü gelmiş deyip kullanmak can sıkıcı şeylere neden olabilir. Bunun yaptırımları da olur (Uslu, 2019).

NTV Haber Müdürü Gökten Bedük bu tür yanıltıcı içerikle özellikle doğal afet gibi ani gelişen olayların ardından kendilerinin de karşılaştıklarını,

içeriğin doğruluğunu sorgulamanın olası bir hata yapmaktan alıkoyduğunu belirtmektedir.

Çifte kontrolü yapmamız lazım. Bazen biz de heyecana kapılıyoruz. Bizi şöyle trollemeye çalıştılar. Rize’de sel ve heyelan vardı. Köprüler yıkılmıştı. Aynı gün Rize’den bize bir görüntü geldi. Rize’deki balıkçı barınağının üzerine tsunami gibi dalga geliyor, vuruyor. Darmadağın ediyor. O gün biz yayımlayacaktık bunu. Fakat içime şüphe düştü yine. YouTube’a girdim 5 yıl öncenin haberi. Adama öncesinde sordum: “Siz mi çektiniz?”, “Ben çektim. Kimseye vermedim sadece sizde yayınlanacak” dedi. Sonra adama YouTube linkini attım. “5 yıl önce de siz çekmişsiniz, teşekkür ederim.” dedim (Bedük, 2019).

Show TV Ana Haber bülteninde 12.01.2019 tarihinde yayınlanan “Önce dövdü, sonar bıçakladı” spotlu haber ise WhatsApp hatlarına gelen kullanıcı türevli içeriğin neden titizlikle incelenip sonra yayına verilmesi gerektiğini göstermesi bakımından çarpıcı bir örnektir.

Mobil telefonla çekilmiş görüntülerde Ordu’nun Ünye ilçesinde medyana geldiği iddia edilen bir kadına şiddet vakası yer almaktadır. Haberde bir erkek tarafından önce dövülen kadının daha sonra da bıçaklandığı bilgisi aktarılmıştır. Ancak daha sonra haberde yaşandığı iddia edilen olayın tamamen kurgu olduğu anlaşılmış, Ordu Ünye Başsavcılığı konu ile ilgili suç uydurmak gerekçesiyle soruşturma başlatmıştır. Emniyet Genel Müdürlüğü de konu ile ilgili bir basın açıklaması yayınlamıştır (<https://www.egm.gov.tr/Haberler/Sayfalar/13-01-2019-Tarihli-Bas%C4%B1n-A%C3%A7%C4%B1klamas%C4%B1.aspx>).

Bu konuda özellikle haber merkezleri tarafından sorun olarak nitelenen ve farklı kanallar arasındaki özel haber verme yarışına ilişkin bir diğer tartışma alanı daha bulunmaktadır. Bu tartışma, “kullanıcı türevli içeriğin aynı anda farklı medya kuruluşlarına gönderilmesi, ancak içerik sahipleri tarafından editörlere özel haber olarak iletilmesi” şeklinde tanımlanmaktadır (Oymak, 2019).

Başka bir kanalın ihbar hattına gönderdiniz mi , diye soruyorsunuz. Göndermemişse göndermemesini rica ediyorsunuz. Bir iki kere yanıldık. Sadece size gönderiyorum, deyip diğer kanallara da gönderen oldu, ama onun sağlamlasını genelde tutturuyoruz (Uslu, 2019).

Oymak (2019) WhatsApp ihbar hatlarının başladığı dönemlerde genellikle sadece tek bir kanalla iletişime geçen izleyicilerin zamanla haberin mutlaka yayımlanması arzusuyla aynı



görüntüyü ve ihbarı bütün kanallara göndermeye başladığını belirtmektedir. İzleyicilere gönderilen mesajın ardından “Kimlere gönderdiniz başka” diye sorduklarını ve “sadece size” cevabını aldıklarını ifade eden Oymak, söz konusu içeriği akşam farklı kanalların ana haber bültenlerinde de görmekten yakınmaktadır.

Kimi izleyiciler ise aynı içeriği aynı anda birden fazla medya kuruluşuna göndermekte bir sakınca görmediği gibi tüm medya kuruluşlarının WhatsApp hatlarından oluşan bir WhatsApp grubu dahi kurabilmektedir. Böylece tek seferde tüm kuruluşlara içeriği paylaşabilmektedir. İzleyiciler açısından elbette bu büyük bir kolaylık olarak düşünülebilir. Ancak haber merkezi çalışanları bu tür WhatsApp gruplarında yer almaktan hoşnut görünmemektedir. İncelemenin yapıldığı dönem içerisinde de NTV ve Star TV’nin çeşitli WhatsApp gruplarına dahil edildiği, editörlerin anında gruptan ayrıldıkları görülmüştür.

Grup oluşturup bizi dahil ediyorlar hemen çıkıyorum. Bazen tüm kanalları bir araya getirip grup kuruyorlar. Bazen Show TV’de (WhatsApp ihbar hattına) bakan Fırat’a (oluşturulan WhatsApp grubu içerisinde) “Fırat ne haber?” dediğim oldu (Bedük, 2019).

Bunun yanı sıra etkileşimin suistimal edildiği durumlar da olabilmekte, WhatsApp hatlarından televizyon kuruluşlarına müstehcen görüntüler, küfür ve hakaret içeren mesajlar da gönderilebilmektedir. Uslu (2019) gelen mesajların tamamına yakınına yakınına cevaplamaya çalıştıklarını ancak küfür ve hakaret eden kullanıcıları engelledikleri, engellenen kullanıcı listesinin hayli kabarık olduğunu ifade etmektedir.

## SONUÇ

Medya kuruluşlarının kullanıcı türevli içeriğe hızlı ve sadece kendilerine ait olacak bir şekilde ulaşma arzusu, klasik haber üretim süreçlerinde farklı yeni medya ortamlarının kullanılması sonucunu doğurmuştur. Yaygın biçimde kullanılan WhatsApp anlık mesajlaşma uygulaması, haber kuruluşları tarafından, diğer kullanım alanlarına ek olarak, yurttaşlardan enformasyon akışı sağlayabilecekleri bir platform olarak da değerlendirilmiştir.

Dünyada pek çok haber organizasyonunun yaptığı gibi Türkiye’de de medya kuruluşları çoğunlukla “WhatsApp ihbar hattı” olarak adlandırılan iletişim kanallarıyla yurttaşlardan görgü tanıklıklarını, haber isteklerini kendileriyle paylaşmalarını istemektedir.

Bu çalışmada 21 Ocak-23 Ocak 2019 tarihleri

arasında NTV WhatsApp hattına gönderilen 284, Star TV WhatsApp hattına gönderilen 530 mesaj incelenmiş, haber merkezi yetkilileriyle görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada nicel veri toplama tekniğiyle elde edilen nicel sonuçlara göre, her iki medya kuruluşuna da fotoğraf ve videodan daha çok sadece metinden oluşan iletilerin gönderildiği belirlenmiştir. Ayrıca mesajların tamamen haber üretimine dahil olabilecek içeriklerden oluşmadığı, kullanıcıların farklı amaçlarla WhatsApp mesajı yolladıkları görülmüştür.

Haber üretiminde kullanılacak mesajlara bakıldığında NTV’ye daha çok haber talebi iletildiği, Star TV’ye ise kullanıcı türevli içerik olarak video paylaşımının daha yoğun gerçekleştiği belirlenmiştir. Gelen haber taleplerinin ağırlıklı olarak atama beklentisi ve hayat pahalılığı gibi konulardan oluştuğu sonucu elde edilmiştir.

Haber yöneticileri ve editörleri ile yapılan görüşmelerde ise özellikle profesyonel kameraman bulunmadığı yerlerde, ani gelişen olaylar, doğal afetler, trafik kazası, kavga, hırsızlık gibi konularda çekilen videoların daha yoğun paylaşıldığı, yurttaşların mobil telefonlarla kaydettiği görüntüler kadar güvenlik kamerası görüntülerinin de sıklıkla kendilerine iletildiği belirtilmiştir. Gelen içeriğe ilişkin değerlendirme gündem toplantılarında yapılmakta, yayınlanmasına karar verilen haberler profesyonel ekiplerce yeniden üretilmekte, ekiplerin ulaşamayacağı bölgelerde ise yurttaşlardan ek çekim, röportaj ve bilgi istenmektedir.

WhatsApp hatlarının kullanıcılar tarafından kadına yönelik şiddet, hayvanlara işkence, yurttaşların uğradığı haksızlıklar vb. konuların kamuoyuna duyurulması için de kullanıldığı görülmüştür. Ancak iletilen mesajların sınırlı bir biçimde haber bültenlerinde yer alması, özellikle ilgi çekici, sansasyonel konuların tercih edilmesi gibi nedenlerle bu tür platformları yurttaşların sesini ana akım medyaya taşıyacak bir köprü olarak nitelendirmenin doğru olmadığı ifade edilebilir.

Bunun dışında medya kuruluşları tarafından oluşturulan WhatsApp hatları ile ilgili bir diğer önemli nokta ise sahte haber ve yeni medyadaki temel etik ihlallerden olan haberin doğrulanmadan yayınlanması sorunudur. Bu tür platformların kullanıcı türevli içerik kadar sahte haberin yeniden dolaşıma sokulmaya çalışıldığı alanlar olarak görülmesi ve editörlerin gelen içeriği dikkatle incelemesi gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Azeema, N. ve Nazuk, A. (2019). Whatsapp and journalism: News practices of Pakistani journalists. *Science, Technology and Development*, 36(4), 249-258, ISSN 0254-6418 / DOI: 10.3923/std.2017.249.258
- Deuze, M., Bruns, A & Neuberger, C. (2007). Preparing for an age of participatory news, *Journalism Practice*, 1(3), 322-338. DOI: 10.1080/17512780701504864
- Dodds, T. (2019) Reporting with Whatsapp: mobile chat applications' impact on journalistic practices, *Digital Journalism*, DOI: 10.1080/21670811.2019.1592693
- Fındık, H. K. (2017). Ülkemizde tv kanalları whatsapp'ı nasıl kullanıyor?, *Digital Age*, (<http://digitalage.com.tr/ulkemizde-tv-kanallari-whatsappi-nasil-kullaniyor/>) internet adresinden 6 Mayıs 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Göktan Bedük. NTV Haber Müdürü, İstanbul (Kişisel görüşme, 23 Ocak 2018).
- Hermida, A. (2014). *Tell everyone: Why we share and why it matters*. Toronto, Canada: Doubleday.
- Karaman, M. ve Önder, M. (2017) Yurttaş Gazeteciliğinin Ana Akım Medyaya Etkisi: Whatsapp İhbar Hatları Örneği, *Erciyes İletişim Dergisi academia*, (5, 2), 164-180.
- Kramp L. ve Loosen W. (2018). *The Transformation of Journalism: From Changing Newsroom Cultures to a New Communicative Orientation?*. In: Hepp A., Breiter A., Hasebrink U. (Eds.) *Communicative Figurations. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research*. Palgrave Macmillan, Cham.
- Murat Uslu. Star TV Haber Editörü, İstanbul (Kişisel görüşme, 22 Ocak 2018).
- Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources In The Digital Age*. UNESCO.
- Reid, A. (2016). *WhatsApp at 1 billion: How can journalists use the chat app for newsgathering?* (<https://firstdraftnews.org/WhatsApp-at-1-billion-how-can-journalists-use-the-chat-app-for-newsgathering/>) internet adresinden 12 Nisan 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Şişman, B. (2017). *Application areas of citizen journalism: a study on whatsapp ihbar hattı*, In Mim Sertaç Tümtaş ve Andreea Stoian Karadeli (Eds.), *New Trends In Liberal and Social Sciences*, Xlibris Publication.
- Ünal Oymak. Star TV Haber Koordinatörü, İstanbul (E posta yoluyla kişisel görüşme, 02 Kasım 2018).