

T.C.
BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KATILIMCI DEMOKRATİK MEDYA KURAMI BAĞLAMINDA
YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ: ONEDİO ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
GÖKSUN ÜNLÜ

TEZ DANIŞMANI
DR. ÖĞR. ÜYESİ DENİZ TANSEL İLİC

ANKARA - 2020

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS / DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

Tarih: 17 / 11/ 2020

Öğrencinin Adı, Soyadı: Göksun Ünlü

Öğrencinin Numarası: 21820253

Anabilim Dalı: Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı

Programı: Radyo, Televizyon ve Sinema

Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı: Dr. Öğretim Üyesi Deniz Tansel İlic

Tez Başlığı: Katılımcı Demokratik Medya Kuramı Bağlamında Yurttaş Gazeteciliği: Onedio Örneği

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans/Doktora tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 157 sayfalık kısmına ilişkin, 17/11/2020 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 7'dir. Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

“Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını” inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:

ONAY

Tarih: 11 / 12 / 2020

Öğrenci Danışmanı Unvan, Ad, Soyad, İmza:

Dr. Öğretim Üyesi Deniz Tansel İlic

TEŞEKKÜR

Yeni medya ve yurttaŐ gazeteciliği konularında iki yıllık dűŐünsel bir çabanın ürünü olan bu tezin oluşum ve gelişim sürecinde pek çok kiŐi katkı sağlamıŐtır.

Bu tezin fikri gelişim noktasında beni cesaretlendiren Dr. Öğr. Üyesi Fatma Senem Güngör hocama, akademik gelişim ve makale yazımı konusunda beni teşvik eden ve pozitif yaklaşımı ile bana her zaman örnek olmuş hocam Dr. Öğr. Üyesi Nesli Tuğban Yaban'a, tezin ortaya çıkışından son noktası koyulana kadar her türlü desteği sağlayan kısıtlı ve zor zamanlarda bile tüm vaktini ayıran danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Deniz Tansel İlic'e teşekkürlerimi borç bilirim.

Bu zorlu süreçte maddi ve manevi destekleri ile yanımda olan arkadaşlarıma da teşekkür etmeden geçemem. En sıkıntılı zamanlarda sosyal zamanlarından yaptıkları fedakârlık ve sahip oldukları hoşgörü bu çalışmanın ortaya çıkmasında çok etkilidir.

Her zaman olduğu gibi en büyük destekçim olan ailem bu tezin yazılmasında en büyük etkindir. Tüm hayatım boyunca beni koşulsuz olarak destekleyen annem, babam, ablam, eniştem ve küçük kalbi ile en büyük destekçim Lina... Sizler olmadan bu çalışma ortaya çıkamazdı.

İyi ki varsınız...

ÖZET

Dijital medyanın ve teknolojinin hayatımızdaki öneminin artmasıyla birlikte yurttaş gazeteciliği ve katılımcı gazeteciliğin medyadaki yeri sorgulanır hale gelmiştir. Özellikle yerel medyadaki haberlerin duyurulması, anlık ve ulaşılamayan haberlere ulaşabilmesinin önemi yurttaş gazeteciliğine olan ihtiyacın da artmasını sağlamıştır. Dijital medyanın sağlamış olduğu çok yönlü iletişim, yurttaş ve katılımcı gazeteciliğin gelişmesine destek vermiştir. Bu destekle birlikte dijital mecralara olan ilgi ve katılım olanağı da sağlanmıştır. Onedio haber sitesi 1 Ağustos 2012’de tüm kullanıcılardan haber ve veri akışını sağlamak üzere kurulmuş en büyük yurttaş gazeteciliği platformlarından biridir. Dünyada daha önceden örnekleri uygulanmış olan, ancak Türkiye’de bir ilk olan kullanıcı türevli içerik tabanlı bu site kısa zamanda aylık 60 milyon tıklanma rakamlarına ulaşmıştır. Dijital medyanın devleri arasında yer almayı başaran bu sitenin içeriklerinin büyük bölümü kullanıcıları tarafından üretilmekte ve yayınlanmaktadır. Bu tezin amacı yurttaş ve katılımcı gazeteciliğin içerik üretimi bağlamında ele alınması ve büyük bir haber mecrasına dönüşmesinin bu site üzerinden incelenmesidir. Bu sayede yeni medyanın da etkisiyle yurttaş gazeteciliğinin önemi ve sağlamış olduğu özgürleştirici alanın gösterilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yurttaş Gazeteciliği, Katılımcı Gazetecilik, Yeni Medya, Dijital Medya, Onedio*

ABSTRACT

With the increasing importance of digital media and technology in our lives, the place of citizen journalism and participatory journalism in the media has become questionable. In particular, announcing the news in the local media and the importance of accessing instant and inaccessible news has increased the need for citizen journalism. The versatile communication provided by digital media has supported the development of citizen and participatory journalism. With this support, interest in and participation in digital media was also provided. Onedio news site is one of the largest citizen journalism platforms established on August 1, 2012 to provide news and data flow from all users. which previously applied examples in the world, but a first user-derived content of this site based in Turkey has reached 60 million hits monthly figures in a short time. Most of the content of this site, which has managed to be among the giants of digital media, is produced and published by its users. The aim of this thesis is to examine citizen and participatory journalism in the context of content production and to examine its transformation into a major news media on this site. In this way, it is aimed to show the importance of citizen journalism and the liberating space it has provided with the effect of new media.

Keywords: *Citizen Journalism, Participatory Journalism, New Media, Digital Media, Onedio*

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	I
ÖZET	II
ABSTRACT	III
İÇİNDEKİLER.....	IV
TABLOLAR LİSTESİ	VI
KISALTMALAR LİSTESİ	VII
GİRİŞ	1
Araştırmanın Konusu, Amacı, Önemi	6
Araştırmanın Hipotezi.....	10
Araştırmanın Sınırlılıkları, Evreni ve Örneklemini	11
Araştırmanın Yöntemi	12
Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi	14

1. BÖLÜM: YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ YENİ MEDYA

1.1. YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ

1.1.1. Yurttaş Gazeteciliği Kavramı ve Tanımı	27
1.1.2. Yurttaş Gazeteciliği Tarihi	30
1.1.3. Yurttaş Gazeteciliğinde Haber Üretimi	33
1.1.4. Yurttaş Gazeteciliğinin Nitelikleri	36
1.1.5. Dünyada Yurttaş Gazeteciliği	42
1.1.6. Türkiye’de Yurttaş Gazeteciliği	52
1.1.7. Geleneksel Medyada Yurttaş Gazeteciliğinin İşleyişi	55

1.2. YENİ MEDYA

1.2.1. Yeni Medya Kavramı	60
1.2.2. Yeni Medyanın Tarihsel Gelişimi	62
1.2.3. Yeni Medyanın Özellikleri	65

1.3. YENİ MEDYA ORTAMI OLARAK İNTERNET

1.3.1. Dünyada İnternetin Tarihsel Gelişimi	74
1.3.2. Türkiye’de İnternetin Tarihsel Gelişimi	75

1.4. İNTERNET GAZETECİLİĞİ

1.4.1. Dünyada İnternet Gazeteciliğinin Tarihsel Gelişimi	81
---	----

1.4.2. Türkiye'de İnternet Gazeteciliğinin Tarihsel Gelişimi	82
1.4.3. İnternet Gazeteciliğinin Yapısal Gelişimi Ve Özellikleri	85
1.4.4. Yeni Medya Ortamı Olarak İnternet Gazeteciliği	89
1.4.5. Yeni Medyanın Ekonomi Politikası Bağlamında İnternet Gazeteciliği	101

2. BÖLÜM: KATILIMCI DEMOKRATİK MEDYA KURAMI BAĞLAMINDA YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ: ONEDİO ÖRNEĞİ

2.1. SİTE ANALİZİ	103
2.1.1. Teknik detaylar	103
2.1.2. Menü ve kategoriler	104
2.1.3. Kullanıcı Sözleşmesi ve Topluluk Kuralları	105
2.1.4. Kurumsal ve Etik	106
2.1.5. Üyelik Modelleri	107
2.2. HABER ANALİZLERİ	108
2.3. HABER ANALİZLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	140
2.4. ÜYE GÖRÜŞMELERİ	144
2.5. ÜYE GÖRÜŞMELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	153
SONUÇ	157
KAYNAKÇA	162

EKLER

Görüşme Detayları

Kurucu ile yapılan görüşme metni	173
Üyeler ile yapılan görüşme soruları	178

TABLolar LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. Görüşme yapılan Onedio üyeleri	144
---	-----

KISALTMALAR

MOM	Medya Sahipliği İzleme Projesi Araştırması
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
UGC	User Generated Content
PEW	Pew Research Center
CNNIC	Çin İnternet Ağı Bilgi Merkezi
RSF	Sınır Tanımayan Gazeteciler
BİA	Bağımsız İletişim Ağı
RAND	Amerikan Düşünce Kuruluşu
ARPA	Amerikan İleri Araştırma Proje Birimi
NSF	Amerikan Ulusal Bilim Vakfı
CERN	Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi
WWW	World Wide Web
NSFNet	Ulusal Bilim Vakfı
EARN	European Academic and Research Network
TÜVEKA	Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı
BITNET	Because It's Time Network
DOST	Directory of Scientists Turkey
CISN	Computing & Information Services Newsletter
ULAKBİM	Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi
FAA	Amerikan Havacılık İdaresi
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu

GİRİŞ

Bu çalışmanın hipotezi yeni medyanın haber okuyucusunu edilgen konumdan etkin konuma geçiren bir demokratik ortam yarattığıdır. Yaratılan bu ortamla birlikte geleneksel medyada ortaya çıkmış olan yurttaş gazeteciliği teknik ve içerik anlamında değişerek yeni medya mecralarında yeniden üretilmektedir.

Yurttaşlık kavramı, herhangi bir topluluğa dâhil olmak veya üye olmak ve bu üyeliğin kapsamında elde edilmiş haklar ve görevlere dayanarak, kendisinin ve grubunun çıkarları doğrultusunda hareket edip, özel ve kamusal alanda eylemde bulunabilme hakkı olarak tanımlanır (Sarıbay, 2000:88). Çağdaş demokrasilerde bir toplumun başarılı olabilmesinde en önemli kıstaslardan biri; o toplumdaki bütün yurttaşların siyasette aktif olmaları ve siyasete katılmaları, yurttaşlık faaliyetlerinin yaygın olması ve aktif olması olarak gösterilmektedir (Aydoğan, 2017:1).

Demokratik faaliyetlere katılımın sağlanabilmesi için yurttaş bireylerin aktif olabilmeleri ve kendi kapasitelerini geliştirme yönünde çaba harcamaları gerekir. Yurttaşlık kavramıyla oluşturulmuş yurttaş gazeteciliği ifadesi katılımlı medya mecralarında haber oluşturma sürecinde yurttaşları aktif bireyler olarak görmek ve bu doğrultuda onların harekete geçmesine imkân tanınmasıdır (Aydoğan, 2017:1). Yurttaş gazeteciliği bu özelliği ile demokrasinin oluşması için gerekli ortamı sağlayan güçlerden biri olarak kavramsallaşmıştır.

Yurttaş gazeteciliği kavramı ilk kez, 1999 yılında Amerika'da medya profesyoneli ve akademisyen Jay Rosen'in *What are Journalists for?* isimli kitabında kullanılmasıyla yaygınlaşmaya başlamıştır. Kavramın temelinde yatan fikir; gazetecilik alanının genişletilmesi ve asıl işi profesyonel gazetecilik olmayan sıradan vatandaşların haber üretmesi ve haberleşme sürecine dâhil olmasıdır (Alankuş'tan aktaran Arık, 2013:2). Asıl işi haber üretmek olmayan bu vatandaşlar sürece dâhil olduğunda, vatandaşlık görevlerini kısmende olsa yerine getirmiş olurlar. Burada vatandaşlar haberin nesnesi olmaktan çıkıp bir özne konumuna, haber üreticisi konumuna geçerler. Bununla beraber yurttaş yalnızca haberi üreten kaynak olarak kalmayıp kendi hayatı ve yaşadığı çevreyle ilgili sorunları bizzat yansıtan kişi olur.

Dijital platformların 2000'li yıllarda hayatımıza girmesiyle birlikte geleneksel gazetecilik, dijital platformlara doğru bir geçiş süreci yaşamıştır. Bu geçiş sürecinde yurttaş

gazeteciliği kavramı da kendi içinde bir değişim yaşımiş ve geleneksel medyadan kopup, yeni medya mecralarında yeniden üreilmeye başlamıştır. Bu yeniden üretim sürecinde özel bir araç-gereç gereksinimi duymadan amatör cihazlarla üretilen hipermetinler dijital medyada dolaşıma sokulabilmektedir. Bu sayede tüm dijital medya kullanıcıları aynı zamanda bir içerik üreticisi ve bir yurttaş gazeteci görevi görmektedir. Dolayısıyla yeni medyada üretilen yurttaş gazeteci haberleri ve yurttaş gazeteciliğinin önemi de artmaktadır.

Yeni medyanın ve teknolojinin öneminin artmasıyla birlikte yurttaş gazeteciliği ve katılımcı gazeteciliğın de medyadaki yeri sorgulanır hale gelmiştir. Özellikle yerel medyadaki haberlerin duyurulması, anlık ve ulaşılamayan haberlere ulaşabilmesinin önemi yurttaş gazeteciliğine olan ihtiyacın da artmasını sağlamıştır. Yeni medya platformlarının sağlamış olduğu çok yönlü iletişim, yurttaş ve katılımcı gazeteciliğın gelişmesine destek vermiştir. Bu destekle birlikte dijital mecralara olan ilgi ve katılım olanağı da sağlanmıştır.

Onedio son dönemde yurttaş gazeteciliği, katılımcı gazetecilik ve kullanıcı türevli içerik üretimi konusunda ziyaretçi sayısı ve kullanıcı etkileşimi bakımından en çok ziyaret edilen sitelerdendir. Onedio haber sitesi; dünyada daha önceden örnekleri uygulanmış olan, ancak Türkiye’de bir ilk olan, kısa zamanda aylık yaklaşık 60 milyon tıklanma rakamlarına ulaşmış kullanıcı türevli içerik tabanlı bir sitedir. Dijital medyanın en büyük platformları arasında yer almayı başaran bu sitenin içeriklerinin büyük bölümü kullanıcıları tarafından üretilmekte ve yayınlanmaktadır. Bu tezin amacı yurttaş ve katılımcı gazeteciliğın haber üretimi bağlamında ele alınması ve büyük bir haber mecrasına dönüşmesinin bu site üzerinden incelenmesidir. Bu sayede yeni medyanın da etkisiyle yurttaş gazeteciliğının önemi ve sağlamış olduğu özgürleştirici alanın gösterilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmada Onedio’da yurttaş gazeteciler tarafından üretilen haberlerin yeni medya kullanıcıları için demokratik bir ortam yarattığı savunulmaktadır. Bu bakımdan araştırmanın eksenini Denis McQuail tarafından geliştirilen katılımcı demokratik medya kuramı oluşturmaktadır. Katılımcı demokratik medya kuramı 1960’larda medyanın tabanında başlatılmış; liberal kuram, sosyal sorumluluk kuramı gibi diğeri modellerden doğan memnuniyetsizlik sonucu ortaya çıkmış ve liberal kuramın bir uzantısı şeklinde gelişmiştir.

Kitle iletişim araçlarının ticarileşmesi sonucu tekelleşme eğilimlerinin oluşması ve yayıncılık kuramlarının merkezileşmesi katılımcı demokratik medya kuramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur (McQuail, 1994). Katılımcı demokratik medya kuramı bir

bakıma özgürlükçü medya kuramının teknolojik versiyonudur. Kurama göre; insanlar görüşlerini özgürce ifade etmeli, korkmadan ve mutlak özgürlükle fikir alış verişinde bulunabilmeli, bunları yaparken teknolojinin sağladığı yeni imkânlardan yararlanabilmelidir. Katılımcı demokratik medya kuramı yeni medya araçlarına karşı yönelimi, kuramsal değişimleri ve alternatif yaklaşımları bünyesinde barındıran bir öneme sahiptir. Kuramda medya araçlarına tüm vatandaşların, yerel grupların, azınlık durumundaki bireylerin ve sivil toplumların katılımı amaçlanmaktadır (Budak, 1997: 84).

Demokratik katılımcı medya kuramı yukarıdan aşağıya ilerleyen bir iletişim şeklinin yerine yatay, eşit durumda ve aynı seviyede bir iletişim modeli sunmakta, toplumun en alt kesiminde bulunan kişilerin de yönetime katılabileceği bir anlayışa dayanmaktadır. Bu nedenle kitle iletişim araçları doğrudan toplumla iç içe olmalı ve onların eşit katılımı için fırsat yaratmalıdır. Bu şekilde halkın demokratik olarak yönetime katılması sağlanırken kitle iletişim araçlarının da bu süreçte aracı olması öngörülmektedir (Türk, 2016). Anaakım yaklaşıma göre kuram, demokratik hakların kullanımını anlamında vatandaşlara eşit fırsatları yarattığı kabul edilen bir kuramdır.

Yeni medyanın gelişme sürecine kaynaklık etmiş olan en önemli kuram olarak gösterilen katılımcı demokratik medya kuramının kapsamı incelendiğinde yeni medyanın sunduğu Etkileşim (*Interactivity*), Kitlesizleştirme (*Demassification*) ve Eşzamansızlık (*Asynchronosity*) özellikleriyle paralellik göstermektedir. Kuramın temel noktası iletişim araçlarını kaynak konumundan çıkarıp onların yerine okuyucuyu, izleyiciyi koymasdır. Bu kapsamda kuramın tüm vatandaşlara eşit erişim ve eşit fırsatlar sunduğu belirtilmektedir. Sağlanan bu fırsatlar ve haklarla birlikte tüm grupların haber üretimine ve etkileşimine katılacağı da öngörülmektedir. Yeni medyada merkeze yurttaş alan haberciliğin en önemli noktasını ise etkileşim ve katılım oluşturmaktadır. Yeni medya araçları yapıları itibarıyla okuyuculara görüş ve düşüncelerini açıklama fırsatı veren etkileşime imkân tanıyan araçlardır. Tüm bu özellikleri dikkate alındığında, yeni medyada yeniden üretilen yurttaş gazeteciliğinin özelliklerini, ideal demokratik ortamı sağlamaya, temel dinamiklerini açıklamaya en yakın olan kuram da katılımcı demokratik medya kuramı olarak görülmüş ve araştırmanın ekseni bu doğrultuda şekillendirilmiştir.

Araştırmanın birinci bölümünde yurttaş ve yurttaş gazeteciliği kavramları tanımlanmıştır. Bunun yanında yurttaş gazeteciliği tarihi, yurttaş gazeteciliğinde haber üretimi ve yurttaş gazeteciliğinin nitelikleri konuları detaylı olarak incelenmiştir. Yurttaş gazeteciliği pratiğinin geleneksel medya içinde ortaya çıkışı, yaratmış olduğu demokratik ortam ve alternatif

söylem konularında açıklamalar yapılmıştır. Bunun yanında yurttaş gazeteciliğinin küresel ve yerel tanımlamaları, uygulama pratikleri örnekler üzerinden incelenmiştir.

Araştırmanın yine birinci bölümünde yeni medya ve yurttaş gazeteciliği kavramları arasında bir bağ kurulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda ilk olarak ‘Yeni Medya’ kavramının açıklanması uygun görülmüştür. Yeni medya kavramına ilişkin çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Bu tanımlamalardan bazıları bilgisayar teknolojileri üzerinde dururken bazıları ise bilim, sanat, reklam, film ve bunlarla beraber internet olgusuna vurgu yapmaktadır (Alioğlu, 2011:16). Bu tanımlamalarda yeni medyanın birçok alanı ve teknolojiyi kapsadığı görülmektedir. Araştırmada yeni medyayı açıklarken Mutlu Binark (2007), Nurcan Törenli (2005) ve Lev Manovich’in (2001) yeni medya tanımlarından faydalanılmıştır. Ayrıca yeni medyanın tarihsel gelişimi, yeni medyanın özellikleri açıklanmış ve yeni medyanın merkezinde bulunan internet konusu açıklanmıştır. Dünyada ve Türkiye’de internetin tarihsel gelişimi açıklandıktan sonra ise internet gazeteciliği kavramının tanımlaması yapılmaya çalışılmıştır. Araştırmada internet gazeteciliği kavramına ve örneklerine yer verilmesi, bu gazetecilik şeklinin geleneksel medya mecraları karşısında birçok birey için alternatif söylem şansı ve demokrasi ortamı yaratmasıdır. Yeni medyada üretilen yurttaş ve katılımcı gazetecilik şansının oluşması internet gazeteciliği sayesinde başlamıştır. Dolayısıyla internet gazeteciliği, uygulama pratikleri ve internet gazeteciliğinin profesyonel gazetecilerden amatör vatandaşlara geçiş sürecinin anlatılması araştırmanın bu kısmı için önem arz etmektedir.

Araştırmanın ikinci bölümü saha kısmını oluşturmaktadır. Bu kısımda, haber analizlerine başlamadan etkileşim ve sayısallığın önemli noktalarından olan, sitenin teknik analizinin yapılması uygun görülmüştür. Çünkü yeni medya platformlarında etkileşimin en önemli iki yanı; özgün içerik ve teknik yapı olarak kusursuz bir platformun var olabilmesidir. Sitenin teknik analizlerinden kullanıcı dostu bir site olup olmadığına bakıldıktan sonra haber analizlerine geçilmiştir. Haber analiz kısmını Onedio web sitesinde son altı ayda yurttaş gazeteciler tarafından oluşturulmuş ve nicel olarak belirli bir etki yaratmış on beş haber oluşturmaktadır. Haberlerin seçiminde öncelikle yurttaş gazeteciler tarafından girilmiş olması koşulu göz önünde bulundurulmuş, etkileşim anlamında yüksek rakamlara ulaşmış haberlere öncelik verilmiştir. Bu haberlerin analizi yapılarak yurttaş gazeteciliğinin yeni medyada yeniden üretimi, Onedio haber sitesi örneği üzerinden incelenmiş ve çıkarımlar yapılmıştır. İkinci bölümde ayrıca Onedio web sitesi üzerinde yurttaş gazeteci olarak

nitelendirebileceğimiz Onedio üyeleri ile görüşmeler yer almaktadır. Site kurucularından Türkü Oktay ile yapılan derinlemesine görüşmeye ise araştırmanın birinci ve ikinci bölümlerinde, farklı kısımlarında çalışmanın hipotezini doğrulamak adına yer verilmiştir. Araştırma sitedeki Onedio üyeleri ve kurucu ile yapılan derinlemesine görüşme üzerinden yürütüleceği için yapılan haber analizlerinin detayı araştırma için yeterli olarak görülmüştür. Araştırmanın sınırlılığı ise; üyelere gönderilen görüşme talebinin -Onedio içerik editörlerinin kişisel nedenlerinden dolayı- üyelerin hepsine iletilmemiş olması ve sadece beş üyeden cevap geldiği için bu üyelerle çerçevelenmiş olmasıdır.

Araştırmanın bu kapsamda bazı alt hipotezleri de bulunmaktadır;

- Geleneksel medya araçlarından yeni medya araçlarına geçiş sürecinde yurttaş gazeteciliğinde bir değişim söz konusudur.
- Yeni medyada yurttaş gazeteciliği haber üretim, yayın ve değerlendirme süreçlerinde farklar bulunmaktadır.
- Yeni medyada yurttaş gazeteciliği yoluyla üretilen haberlerde editöryal değerlendirme süreci -farklı olsa da- işlemektedir.
- Yurttaş gazeteciliği yeni medya yoluyla yeni bir özgürlük ve demokrasi alanı sağlamaktadır.
- Yeni medyanın yurttaş gazetecileri haber üretmeye teşvik eden farklı duygu, düşünce veya motivasyon kaynakları vardır.
- Onedio web sitesinde üretilen haber ve içerikler yurttaş gazeteciliği ve katılımcı gazetecilik çabalarını karşılamaktadır.

Araştırmada belirlenen yöntem doğrultusunda seçilmiş olan haberler analiz edilmiş, kurucu ve üye görüşmeleri ile bu hipotezlerin doğruluğuna yönelik çıkarımlar yapılmaya çalışılmıştır. Bu bakımdan araştırma, yeni medyada giderek gelişen ve büyüyen bir uygulama pratiği olan yurttaş gazeteciliğinin anlaşılabilmesi ve gelişebilmesi adına önem arz etmektedir.

ARAŞTIRMA HAKKINDA

Araştırmanın Konusu

Bu çalışmanın konusu, geleneksel medyada doğmuş olan ve yeni medyada yeniden üretilen yurttaş gazeteciliğinin Onedio haber sitesi rneği üzerinden haber üretimi bağlamında incelenmesidir.

Araştırmanın Amacı

Yeni medyanın ve teknolojinin öneminin artmasıyla birlikte yurttaş gazeteciliği ve katılımcı gazeteciliğin de medyadaki yeri sorgulanır hale gelmiştir. Özellikle yerel medyadaki haberlerin duyurulması, anlık ve ulaşılamayan haberlere ulaşabilmesinin önemi yurttaş gazeteciliğine olan ihtiyacın da artmasını sağlamıştır. Yeni medya platformlarının sağlamış olduğu çok yönlü iletişim, yurttaş ve katılımcı gazeteciliğin gelişmesine destek vermiştir. Bu destekle birlikte dijital mecralara olan ilgi ve katılım olanağı da sağlanmıştır. Onedio haber sitesi; dünyada daha önceden örnekleri uygulanmış olan, ancak Türkiye’de bir ilk olan, kısa zamanda aylık yaklaşık 60 milyon tıklanma rakamlarına ulaşmış kullanıcı türevli içerik tabanlı bir sitedir. Dijital medyanın en büyük platformları arasında yer almayı başaran bu sitenin içeriklerinin büyük bölümü kullanıcıları tarafından üretilmekte ve yayınlanmaktadır. Bu tezin amacı yurttaş ve katılımcı gazeteciliğin haber üretimi bağlamında ele alınması ve büyük bir haber mecrasına dönüşmesinin bu site üzerinden incelenmesidir. Bu sayede yeni medyanın da etkisiyle yurttaş gazeteciliğinin önemi ve sağlamış olduğu özgürleştirici alanın gösterilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın nemi

1999 yılında Amerika’da medya profesyoneli ve akademisyen Jay Rosen’in *What are Journalists for?* adlı kitabında yurttaş gazeteciliği kavramını ilk kez, kullanmasıyla bu kavram yaygınlaşmaya başlamıştır. Dijital platformların 2000’li yıllarda hayatımıza girmesiyle birlikte geleneksel gazetecilik, dijital platformlara doğru bir geçiş süreci yaşamıştır. Bu geçiş sürecinde yurttaş gazeteciliği kavramı da kendi içinde bir değişim yaşamış ve geleneksel medyadan kopup, yeni medya mecralarında yeniden üretilmeye başlamıştır. Bu yeniden üretim sürecinde özel bir araç-gereç gereksinimi duymadan amatör cihazlarla üretilen hipermetinler dijital medyada dolaşıma sokulabilmektedir. Bu sayede tüm dijital medya kullanıcıları aynı zamanda bir içerik üreticisi ve bir yurttaş gazeteci görevi görmektedir. Dolayısıyla yeni medyada üretilen yurttaş gazeteci haberleri

ve yurttaş gazeteciliğinin önemi de artmaktadır. Yurttaş gazetecilerin üretmiş olduğu metinlerin toplandığı medya mecraları incelendiğinde bu mecraların sayıları çok fazla değildir. Onedio son dönemde yurttaş gazeteciliği, katılımcı gazetecilik ve kullanıcı türevli içerik üretimi konusunda ziyaretçi sayısı ve kullanıcı etkileşimi bakımından en çok ziyaret edilen sitelerdendir. Bu anlamda haber içerikleri yeni medya kullanıcıları tarafından yoğun olarak takip edilmektedir. Bununla beraber önemi giderek artan yurttaş gazeteciliği ile ilgili ve Onedio benzeri web siteleri ile ilgili akademik çalışmalar da yapılmaktadır.

Bunlardan ilki Dr. Öğr. Üyesi Duygu Kotan Türkten danışmanlığında, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı öğrencisi Celal Kaya tarafından, 2019 yılında hazırlanmış olan *Televizyon Haberciliğine Alternatif Bir Mecra: Etik Değerler, Yurttaş Gazeteciliği, Dijital Gazetecilik, Medya Ekonomisi Ekseninde Youtube Haberciliği* adlı yüksek lisans tezidir. Kaya çalışmasında geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş sürecine tarihsel boyutu ile detaylı bir şekilde yer vermiştir. Yurttaş gazeteciliği kavramını gerek etik boyutu gerekse haberciliğin değişimi kapsamında incelemiştir. Araştırmanın örneklem seçiminde katılımcıların geleneksel ve dijital basında çalışmış ve halen çalışmaya devam eden 9 katılımcı ile nitel veri analizi yöntemi ve derinlemesine görüşme tekniğiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın analiz kısmı daha çok Youtube haberciliği üzerinden ilerletilmiştir. Araştırma bu anlamda araştırmayla video haberciliği anlamında benzerlik taşımaktadır. Ancak çalışmamız yurttaş gazeteciliğinin birçok modeli üzerinden ilerlediğinden bu çalışma ile farklılık göstermektedir.

Yurttaş gazeteciliği merkezli yapılan ikinci çalışma Dr. Öğr. Üyesi Ebru Turanlı danışmanlığında, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı öğrencisi Ali Eldiven tarafından 2018 yılında hazırlanan *Bir Yurttaş Gazeteciliği Örneği Olarak Blog Haberciliği* adlı yüksek lisans tez çalışmasıdır. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılarak, Kantatif (Nicel) ve Kalitatif (Nitel) analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır. Eldiven, yapmış olduğu çalışmada yurttaş gazeteciliği ve yeni medya gibi kavramları tanımlamış, yeni medyada bir habercilik türü olarak blog haberciliği konusunu incelemiştir. Kavramların tanımlanması ve araştırmanın ilerleyişi anlamında bu çalışma araştırmayla benzerlik göstermektedir. Ancak blog haberciliğini genel olarak işleyişi ve özelde yerli ve yabancı 10 blog sitesi üzerinden ilerlememesi anlamında araştırmadan farklılaşmaktadır.

Yurttaş gazeteciliği merkezli yapılan üçüncü çalışma Prof. Dr. İdil Sayımer danışmanlığında Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı öğrencisi Onur Karakaş tarafından 2015 yılında hazırlanan *Sosyal Medya Ve Yurttaş Gazeteciliği: Gezi Parkı Eylemleri Üzerine Bir İnceleme* isimli yüksek lisans tez çalışmasıdır. Çalışma Gezi Parkı olayları sırasında ana akım medyada oluşan haber boşluğunun eleştirel bir yaklaşımla incelenmesi ve bu incelemenin bir yurttaş gazeteciliği pratiği kabul edilen Twitter üzerinden analiz edilmesine dayanmaktadır. Karakaş, çalışmasını daha çok sosyal medya mecraları üzerinden ilerletmiştir. Bu anlamda sosyal medya araçlarının detaylı tanımlarını yapmıştır. Yurttaş gazeteciliğini ise alternatif medya bağlamında değerlendirmiş ve tanımlaması yapılmıştır. Çalışmanın bulgular bölümünde ise yurttaş gazeteciliğini tweetler üzerinden analiz etmiştir. Bu kapsamda çalışma analiz kısmında sadece tweetler üzerinden ilerlemesiyle araştırmadan farklılaşmaktadır. Çalışmanın haber örnekleri analiz edilirken araştırma ile benzer şekilde İncilay Cangöz tarafından ifade edilmiş olan “yurttaş gazeteciliğinin temel nitelikleri” kapsamında örneklendirmeler yapılmıştır. Bununla beraber ilgili araştırmanın ‘Türkiye’de Yurttaş Gazeteciliği’ adlı bölümünde yurttaş gazeteciliği yapan dijital mecralardan örnekler vermesi literatür için önem arz etmektedir.

Yurttaş gazeteciliği merkezli yapılan dördüncü çalışma Prof. Dr. Murat Özgen danışmanlığında, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı öğrencisi Ceren Balel tarafından 2009 yılında hazırlanan *Günümüz Türk Basınında Yurttaş Gazeteciliğinin Durumu Ve Uygulamalarının Değerlendirilmesi* isimli yüksek lisans tez çalışmasıdır. Balel, çalışmasında Osmanlı’dan itibaren Türk basın tarihine detaylı olarak yer vermiş, yurttaş gazeteciliği ile ilgili gerekli kavramsal tanımları da yapmıştır. Çalışma bu açıdan bakıldığında yurttaş gazeteciliği kavramı için önem arz etmektedir. Ancak çalışmanın yapıldığı yıl itibariyle dünyada ve Türkiye’de yeni medya çok yaygınlaşmadığından çalışma yeni medyada gerçekleşen yurttaş gazeteciliğine değinememiştir. Ayrıca çalışmanın yapıldığı sırada yurttaş gazetecilik pratiklerinin yoğun olarak yer verildiği Youtube platformu Türkiye’de yasaklı olduğu için çalışma anaakım medyada yer alan yurttaş gazeteciliği uygulamalarını incelemek zorunda kalmış ve beslendiği eleştirel çerçeve için yeterince metin bulamamıştır. Balel’in çalışması yurttaş gazetecilik blogları ve yurttaş gazetecilik siteleri arasındaki farkın detaylı bir şekilde tanımlanabilmesi adına önem arz etmektedir. Bu araştırmanın ana merkezi yurttaş

gazeteciliğinin yeni medya üzerinde yeniden üretimi olduğundan çalışma ile bu anlamda farklılık göstermektedir.

Yurttaş gazeteciliği merkezli yapılan bir diğer çalışma ise Dr. Öğr. Üyesi Emel Arık danışmanlığında, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı öğrencisi Gönül İnamoğlu tarafından 2018 yılında hazırlanmış olan *Yeni Medyada Yurttaş Gazeteciliğinin Yeniden Üretimi: Çevre Gazeteciliği Bağlamında: Yeşil Gazete Örneği* isimli yüksek lisans tez çalışmasıdır. Araştırmada derinlemesine mülakat yöntemi, içerik analizi ve web içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. İnamoğlu'nun araştırması yurttaş gazeteciliği ve yeni medya kavramların tanımlanışı anlamında çalışmamız ile en çok benzerlik gösteren çalışmadır. Ancak çalışma örneklemini sadece tematik haberler yapan Yeşil Gazete üzerinden iletmiştir. Çalışma tematik haberler ve çevre konulu yurttaş haberleri yapması bakımından literatür için önem arz etmektedir. Ancak araştırma Türkiye'nin en çok ziyaret edilen ve yurttaş gazeteciliği merkezli kurulmuş olan Onedio haber sitesi üzerinden ilerleyeceği için bu kısımda farklılaşmaktadır. İnamoğlu'nun çalışması bu araştırmanın literatürde bir önem taşıdığına görülmesi adına bir referans niteliği de taşımaktadır.¹

Araştırmanın odağında bulunan Onedio haber sitesi ile ilgili Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cıngı danışmanlığında, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı öğrencisi Servet Ece Doğançaner tarafından 2020 yılında hazırlanmış olan "*Bir dijital reklamcılık türü olarak doğal (Native) reklam: Onedio.com üzerine bir araştırma*" ve Prof. Dr. Işıl Aktuğlu danışmanlığında, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık Anabilim Dalı öğrencisi Özde Çekal tarafından 2018 yılında hazırlanmış olan "*Doğal reklam uygulamaları ve sosyal ağ sitelerinde kullanımı: Onedio örneğinde bir inceleme*" isimli çalışmalar bulunmaktadır. Çekal'ın araştırmasında betimleyici araştırma yöntemi, Doğançaner'in araştırmasında ise yöntem olarak içerik analizi kullanılmıştır. Ancak bu iki çalışma da Onedio haber sitesi ile ilgili olmasına rağmen inceledikleri konu sitede bulunan reklamlardır. Araştırmanın merkezinde yurttaş gazeteciliği ve habercilik konuları bulunduğundan yapılmış olan iki çalışmanın da bu araştırma ile ortak noktası etkileşim ve

¹ Konu ile ilgili literatür taraması yapılırken yurttaş gazeteciliği ile ilgili çalışmalar incelenmiş ve diğer araştırmalar ile benzerlikleri ve farklılıklar ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bununla beraber literatürde Onedio haber sitesi ile ilgili daha önceden yapılmış çalışmalar da taranmıştır.

ziyaretçi sıklığı gibi kavramlardır. İki çalışmada da sitedeki reklam içeriklerinin analizi yapılırken bu araştırmanın analiz kısmı haber içerikleri üzerinden yürütülmüştür.

Yurttaş gazeteciliği ve Onedio haber sitesi özelinde literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde araştırma konusuyla benzerlik gösteren fakat kuramsal yaklaşım veya saha araştırması bağlamında bakıldığında farklılaşan çalışmalar bulunmaktadır. Dolayısıyla araştırma önceden yapılmış çalışmalarla benzerlik gösterirken kuramsal çerçevesi ve analiz kısmıyla da özgün bir nitelik taşımaktadır. Ayrıca yeni medya mecraları içerisinde yurttaş gazeteciliğinin yeniden üretimini gösterebilmek ve bunu dijital dünyanın kendi alanında en çok ziyaret edilen; Onedio sitesi üzerinden sunmak adına önem arz etmektedir.

Araştırmanın Hipotezi

Bu çalışmanın hipotezi yeni medyanın haber okuyucusunu edilgen konumdan etkin konuma geçiren bir demokratik ortam yarattığıdır. Yaratılan bu ortamla birlikte geleneksel medyada ortaya çıkmış olan yurttaş gazeteciliği teknik ve içerik anlamında değişerek yeni medya mecralarında yeniden üretilmektedir. Bu üretim süreci yeni medya araçlarının sahip olduğu özellikler ve internet ortamının sağladığı imkânlar nedeniyle yurttaş gazeteciliği gittikçe büyüyen ve sayısal olarak artan bir kavrama dönüşmektedir.

Araştırmanın Alt Hipotezleri

- Geleneksel medya araçlarından yeni medya araçlarına geçiş sürecinde yurttaş gazeteciliğinde bir değişim söz konusudur.
- Yeni medyada yurttaş gazeteciliği haber üretim, yayın ve değerlendirme süreçlerinde farklar bulunmaktadır.
- Yeni medyada yurttaş gazeteciliği yoluyla üretilen haberlerde editöryal değerlendirme süreci -farklı olsa da- işlemektedir.
- Yurttaş gazeteciliği mevcut dijital medya yoluyla yeni bir özgürlük alanı sağlamaktadır.
- Yeni medyanın yurttaş gazetecileri haber üretmeye teşvik eden farklı duygu, düşünce veya motivasyon kaynakları vardır.
- Onedio web sitesinde üretilen haber ve içerikleri yurttaş gazeteciliği ve katılımcı gazetecilik çabalarını karşılamaktadır.

Araştırmanın ilerleyen kısımlarında yurttaş gazeteciler tarafından yapılmış haberler incelenecek, Onedio web sitesi kurucusu Türkü Oktay ve sitede yurttaş gazeteci olarak ifade edilen Onedio üyeleri ile görüşmeler yapılarak bu hipotezlerin doğruluğu gösterilmeye çalışılacaktır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş sürecinde yurttaş gazeteciliğinde yaşanan biçimsel ve işleyişsel değişimler yansıtılmaya çalışılacaktır. Yeni medya zaman ve uzam olarak yeni bir ortam yaratmış ve data konusunda sınırları olmayan bir imkan oluşturmuştur. Bu bağlamda internet kullanıcılarının yurttaş gazeteciliği yapabilecekleri birçok platform bulunmaktadır. Ancak çalışma nicel olarak Türkiye'nin en büyük yurttaş gazeteciliği platformu olan Onedio web sitesi ile çerçevelenmiştir. Ayrıca sitenin bu anlayışla kurulan ilk ve en büyük web sitesi olması çalışmanın bu site ile çerçevelenmesinde etkilidir. Araştırma sitedeki Onedio üyeleri ve kurucu ile yapılan derinlemesine görüşme üzerinden yürütüleceği için yapılan haber analizleri araştırma için yeterli olarak görülmüştür. Araştırmanın sınırlılığı ise araştırmada üyelere gönderilen görüşme talebinin Onedio içerik editörlerinin kişisel nedenlerinden dolayı üyelerin hepsine iletilmemiş olması ve sadece beş üyeden cevap geldiği için bu üyelerle çerçevelenmiş olmasıdır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma Onedio web sitesinde son 6 ayda yurttaş gazeteciler tarafından oluşturulmuş ve nicel olarak belirli bir etki yaratmış 15 adet haber üzerinden incelenecektir. Haberlerin seçiminde öncelikle yurttaş gazeteciler tarafından girilmiş olması koşulu göz önünde bulundurulmuş, etkileşim anlamında yüksek rakamlara ulaşmış haberlere öncelik verilmiştir. Bununla birlikte sadece etkileşime bakılmamış, kategorik olarak yurttaş gazeteciliğini yansıtabilecek haberler olmasına özen gösterilmiştir. Bu haberler; alternatif ve dezavantajlı grupları merkez alan haberler, vatandaşları ilgilendiren ve vatandaşın sesini duyurmaya yönelik yapılmış haberler, ana sayfaya çıkabilmiş haberler ve geleneksel medyada yer bulamamış ancak yeni medya mecralarında yayımlandıktan sonra büyük kitlelere ulaşmış haberlerdir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu tezde öncelikle yurttaş gazeteciliği, katılımcı gazetecilik, yeni medya gibi kavramlar tanımlanmış ve bu kavramların bağlantıları açıklanmış, yapılmış akademik çalışmalar derinlemesine incelenerek kavramsal tanımlamalar yapılmıştır. Bunun yanında araştırma kapsamında yer alan kavramlarla ilgili, derinlemesine görüşme yöntemi ile Onedio web sitesi kurucu ortaklarından Türkü Oktay ile görüşülmüştür. Yapılan görüşmede Oktay'dan yeni medya ve yurttaş gazeteciliği arasındaki ilişkinin Onedio haber sitesi üzerindeki etkisine yönelik detaylı bilgiler alınmıştır. Görüşmelerin ikinci kısmı haber içeriklerini üreten, yurttaş gazeteci konumundaki Onedio üyeleri ile yapılmıştır, sitede haber yayınlamış beş Onedio üyesi ile görüşülerek haber üretimi ve yayın konuları araştırılmaya çalışılmıştır. Bunun yanında Onedio web sitesi üzerinde yayımlanmış olan haberler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş ve yeni medyada yurttaş gazeteciliği ve haber üretimi konusunda çıkarımlar yapılmıştır. İçerik analizi yönteminin farklı tanımlamaları yapılmıştır.

Stone ve arkadaşlarının ifadesine göre (1966), içerik analizi; metin içinde bulunan belirli karakterlerden tarafsız ve sistematik sonuçlar çıkarmak amacıyla kullanılmakta olan bir araştırma tekniğidir. Krippendorff'a göre (1980); içerik analizi verilerden çok onun sahip içeriğe ilişkin tekrarlanabilir ve somut sonuçlar çıkarmak üzere kullanılmakta olan bir tekniktir. Weber'e (1989) göre ise; içerik analizi, metinden çıkarılan yorumların bir dizi prosedür sonucunda ortaya çıkarıldığı bir araştırma tekniğidir. Bu yorumlar, mesajın göndereni, mesajın kendisi ve mesajın alıcısı hakkındadır. İfadeler farklı olsa da tanımlarda ortak nokta içerik analizinin tekrarlanabilir ve geçerli bir dizi söylemin incelendiği bir araştırma tekniği olmasıdır.

İçerik analizi yönteminin ana nesnesi iletişim sürecindeki metindir. İçerik analizinin amacı bir metnin detaylı olarak tasvirini yapmak değil, metin içerisindeki öğelerden sosyal gerçeğe yönelik çıkarımlarda bulunabilmektir (Gökçe, 1995). Web ve yeni medya ortamlarının, sürekli değişebilen ve güncellenebilen, aynı anda birden fazla fotoğraf, ses, video gibi içeriklere imkan tanıyan hipermetin özelliği, kişiselleştirilebilmeye fırsat sağlaması, tek merkezden bir yönetimin ve standart bir biçiminin olmayışı, okuyucuları tarafından ileti yapısı ve sınırlarına ilişkin algılanan net bir yapısının oluşmaması gibi nedenlerle, içerik analizi bakımından araştırmacılar için sorunlar yaratabilmektedir (Şahin, 2008).

İçerik analizi yönteminde sayılacak olan birimler, araştırmacının incelemek istediği her türlü konu, metin olabilmektedir. Bu aşamada en önemli ölçüt bu birimlerin kolayca tanınabilir olması ve çözümlene yöntemleri bakımından uygun olabilmeleri anlamında metinde yeterli sayıda tekrarlanmış olmalarıdır (Fiske, 1990). Araştırmada içerik analizi ile incelenen haberlerde ortak sayılabilecek noktalar etkileşim, hipermetinsellik, sayısallık ve sanallık gibi özelliklerdir. İncelenen site dijital bir mecra olduğundan haberlerde bakılacak başat özellikler etkileşim ve hipermetinsellik özellikleridir. Bununla beraber araştırmada asıl olan yurttaş gazeteciliğinin haber üretiminde işlerliğini gösterebilmek anlamında kurucu ve yurttaş gazetecilerle yapılan görüşmelerdir. Araştırmanın birinci ve ikinci kısmında tanımladığımız kavramlar üçüncü kısımda kurucu ve üye görüşmeleriyle desteklenmiştir. Haber içeriklerinin analizi ise sitede farklı kategorilerde yapılmış olan haberlerin yurttaş gazeteciler tarafından yapıldığı ve ciddi bir etkileşim sağladığını göstermek amacıyla analiz edilmektedir.

Araştırmada yararlanılan diğer bir teknik ise derinlemesine görüşmedir. Görüşme tekniği, nitel araştırma yöntemlerinde veri elde etmek için kullanılan temel tekniklerden biridir. Görüşme ya da diğer ifade şekli ile mülakat; araştırmayı yapan kişinin, önceden hazırladığı soruları karşısındaki kişiye sorduğu ve bu kişinin cevapladığı amaçlı bir söyleşi şeklindedir (Kuş, 2003). Yıldırım ve Şimşek'in ifadesine göre ise görüşme; önceden planlanmış ve ciddi bir amaca yönelik yapılan, karşısındaki kişiye soru sorma ve yanıt almaya dayalı bir iletişim sürecidir (Yıldırım ve Şimşek, 2005:119-120).

Görüşme tekniği kişilere analiz edilmek istenen konuyla ilgili ve kendi yaşamlarıyla ilgili sorular sorularak onların vermiş olduğu cevaplar kayda alınarak gerçekleştirilir. Bu yapısı itibarıyla görüşme tekniği özel bir sohbet şeklindedir. Yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmeler ve diğer tüm görüşme çeşitleri araştırmacı ve katılımcı arasında bir etkileşim oluşturmaktadır. Görüşme araştırmacının ve katılımcının birlikte olduğu bir anlam yaratma sürecini ifade etmektedir (Holstein ve Gubrium, 2004).

Görüşme tekniği etkileşim yaratan bir tekniktir. Ancak bu etkileşim sadece yüz yüze veya telefonla gerçekleşen bir etkileşim değildir. Özellikle internetin ve yeni medya araçlarının kullanılmaya başlamasıyla birlikte çevrimiçi görüşmeler gerçekleştirilmeye başlamıştır. Çevrimiçi görüşmeler senkronize görüşmeler ve senkronize olmayan görüşmeler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Senkronize görüşmeler Skype, Whatsapp, Messenger, Zoom gibi uygulamalar üzerinden gerçekleştirilen görüşmeleri, senkronize olmayan görüşmeler ise e-

posta ve benzeri uygulamalar üzerinden gerçekleştirilen görüşmeleri ifade eder. Senkronize olmayan görüşmelerde, senkronize görüşmede olduğu gibi araştırmacı ve katılımcı kişinin aynı zamanda ve aynı mekânda olma zorunluluğu yoktur. Araştırmacı görüşme ile ilgili soruları birden fazla seferde iletebilir ve katılımcı birden fazla zamanda cevaplayabilmektedir. Bunun yanında araştırmacı ek sorular gönderip katılımcının cevaplamasını talep edebilir. Bu süreç katılımcının ilgisine bağlı olarak birkaç gün birkaç hafta sürebilmektedir (James ve Busher, 2012).

Araştırmada ilk olarak senkron görüşme yöntemi tercih edilmiş ve site kurucularından Türkü Oktay ile Zoom programı üzerinden çevrimiçi bir görüşme yapılmıştır. Araştırmada ikincil görüşme türü olarak e-posta yolu ile görüşme tercih edilmiştir. Onedio üyelerinden 10 kişiye e-posta yoluyla ulaşılmış ve senkronize olmayan bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu üyelerden 5 kişiden geri dönüş alınmış ve araştırmanın analiz kısmında bu veriler değerlendirilmiştir. Üyelerin farklı şehirlerde yaşıyor olması ve üyelerin yüz yüze görüşme konusunda temkinli olması nedeniyle e-posta yolu ile görüşme tercih edilmiştir.

Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi

Gazeteciliğe yeni bir model ve alternatif bir uygulama şekli olarak ortaya çıkmış olan yurttaş gazeteciliği; haberciliğin, medya teknolojilerinin ve demokrasi kavramlarının bulunduğu bir gazetecilik pratiği olarak değerlendirilmektedir. Bu açıdan yurttaş gazeteciliği demokrasi sorunlarına ve demokratik hakların uygulanabilmesi konusunda çözüm sunan bir işleyiş modelidir. Bu modelde yurttaş temele alınarak bir habercilik modeli inşa edilmekte, egemen haber kaynaklarından ziyade yerelden ve yurttaş kaynaklarından beslenen bir formül sunulmaktadır.

Geleneksel kitle iletişim araçları ilk zamanlarından bu yana yayın yapılan devletin ekonomik, toplumsal ve siyasal yapılarının etkisi sonucunda şekillenmiştir. Yeni medya platformları ise geleneksel medyadan farklı bir şekilde sayısal olarak daha fazla ve geniş bir iletişim ortamının sağlandığı, eş zamanlı ve geniş kapasite ile gerçekleşen, yüksek hızda bir etkileşimin gerçekleştiği çoklu bir ortamı ifade etmektedir. İnternetin merkezinde olduğu bu ortam sayesinde her an, her yerden iletişime geçebilmek, içerik üretip tüketebilmek mümkündür. Dolayısıyla yeni medya bu özelliği ile bireyler açısından daha fazla demokratik ortamın oluşma şansını sağlarken, demokratik hakların korunabilmesi anlamında da güç kazandırmaktadır. Geleneksel medyanın yapılanışı ve yeni medyanın da

ortaya çıkışı ile birlikte farklı ülkelerde farklı iletişim yapıları oluşmuştur.² Oluşan bu yapılarını tanımlayabilmek için çeşitli kitle iletişim sistemlerinden/kuramlarından bahsedilmektedir.

Medya ile ilgili araştırmalarda literatürde en fazla yararlanılan Peterson, Schramm ve Siebert'in *Four Theories of the Press* (1963) adlı çalışmalarıdır. Normatif medya kuramları konusunda ana kaynaklardan biri olan bu eser sonrasında bazı yeni sınıflandırmaları ortaya çıkarmıştır. Çalışmada bahsedilen medya ile ilgili kuramlar; otoriter medya kuramı, liberal özgürlükçü medya kuramı, sovyet totaliter medya kuramı ve sosyal sorumluluk kuramı olarak ana dört başlık altında incelenmektedir. Daha sonra ise Williams'ın ifade ettiği; eleştirel ve Neo-Marksist bir yaklaşımdan beslenen otoriteci, himayeci, ticari ve demokratik medya kuramları ile birlikte Keplinger tarafından ifade edilen otoriteci ve demokratik medya kuramları, Siebert ve arkadaşlarının çalışmalarından ortaya çıkarılmış kuramlardır (Türk, 2016).

Medya, içinde yaşanılan çağın yönetim ve ekonomik özelliklerine uygun olarak kendi yapısını şekillendirmiş ve yayıncılık faaliyetlerinin özellikleri bu çerçevede çizilmiştir. Örneğin otoriter kuram 16. ve 17. yüzyıllarda İngiltere'de gelişmiştir. Kuramın iktisadi ve teknik temellerini Gutenberg tarafından bulunan baskı tekniği oluştururken; sosyal, düşünsel ve siyasi temellerini ise Eflatun, Machiavelli ve Hobbes gibi felsefeciler oluşturmuştur.

Otoriter medya kuramı, basın alanında yapılmış ilk düzenlemelere hâkim olan, tarihsel geçmişi en eski ve en çok uygulanmış olan kuramdır. Kuram; basında özel girişimciliğe fırsat tanımamış, sadece siyasi iktidara ve yönetenlere bağlı olunan monarşi ile yönetilen yapılarda geçerli olabilmiştir. Hükümet ve devletin baskısının karşısında basının tarafsız olmasının beklendiği düzenleme biçiminden, siyasi gücün otoristesinin doğrudan aracı olarak kabul edildiği biçimlere kadar geniş bir kesim bu kategoride düşünülmektedir (Kaya, 1985). Otoriter medya kuramına göre medya araçları siyasi erklerin destekçisi ve bu kesimlerin çıkarlarının korunabilmesi için iktidar yönünde bir güdümleyici görevi

² Dünya üzerindeki ülkelerde toplumsal, ekonomik ve siyasi yapılar da bazı benzer özellikler görülmele beraber bu ülkelerde liberal, otoriter ve totaliter olmak üzere üç tür yönetim sisteminden bahsetmek mümkündür. Ülkelerin yapısal farklılıklarının bir sonucu olarak iletişim sistemleri de farklılaşabilmektedir. Bu şartlarda ülkede hakim olan sosyo-ekonomik yapı ve siyasi sistem uygulanacak olan iletişim sisteminin de belirleyicisi olmaktadır (Weischenberg'dan aktaran Işık, 2002). Diğer bir ifadeyle ülkede mevcut olan siyasi anlayış o ülkedeki medya sisteminin de belirleyicisi olmaktadır. Ancak açıklanan bu üç genel sistemle beraber her ülkenin kendi içindeki dinamiklerle bazı farklılıklarında oluştuğunu belirtmek gerekmektedir.

görmektedir. Bu sistemde kitle iletişim araçları hükümetin söylemlerini ifade etmekte, toplumun ise sadece sesini duymaktadır (Vural, 1994: 12).

Nazi Almanya'sında 1933-1945 yılları arasında halkı aydınlatma ve propaganda bakanlığı yapan Joseph Goebells, bu yıllar arasında, Hitler hükümetinin propagandasını yapmak, kitlelere yön vermek ve siyasal çıkar sağlamak amacıyla ülkedeki bütün medya araçlarını ve sistemini otoriter kuram yönünde kullanmıştır. Liberal kuramın tam tersi olarak ifade edilen otoriter kuramın temel fikri; toplumsal yapının güç merkezi olan ve yukarıdan aşağıya ilerleyen bir iletişim şekli ile biçimlendirilmiş iletişim araçları, 17. ve 18. yüzyılda yerini gücü merkezden alıp halka götüren özgürlükçü bir iletişim biçimine bırakmıştır (Vural, 1994: 18).

Liberal özgürlükçü kuram 17.yüzyıl sonrasında oluşan liberal anlayışın sosyal, felsefi, siyasi ve iktisadi etkileri temele alınarak inşa edilmiştir. Kuram yapısı itibariyle otoriter kuramın aksine devletin yerine bireyi merkez almış ve devleti bireylerin mutluluğunun bir aracı olarak kabul etmiştir. Medyanın ekonomisi bağlamında liberal kuram incelendiğinde özünde serbest girişimcilik ve serbest dolaşım olmak üzere iki ana ilkedden bahsetmek mümkündür. Liberal kuram çok sesliliğe ve fikir özgürlüğüne önem veren bir yapıya sahiptir. Otoriter medya kuramında medya araçlarının denetimi devlete, sovyet sosyalist kuramda devlete ya da rejime, liberal medya kuramında ise halka ait olmaktadır.

Sovyet totaliter medya kuramı ise isminden de anlaşılacağı üzere Sovyetler Birliğindeki kitle iletişim sistemini tanımlayan bir kuramdır. Kurama göre ülkedeki tüm medya araçları hükümeti yöneten partinin himayesi altındadır. Yani bu araçlar partinin sesi olarak yayın yapmakta ve bu sistemde özel ya da alternatif yayıncılığa imkan verilmemektedir. Sovyet Totaliter Medya Kuramında, kitle iletişim araçları devletin amaçlarını gerçekleştirmeye yönelik olarak faaliyette bulunması düşüncesinde olan otoriter kuramın bir uzantısı olarak görülebilir. 1917 Rus devriminin ardından ülkenin her alanda Marks, Engels ve Lenin'in prensipleri doğrultusunda düzenlenmesi, iletişim alanında da bu yeni yapılanmayı ortaya çıkarmıştır. Sovyet medyası, 1920'li yılların başında Sovyetler Birliği iktidarıyla birlikte yeni bir yaklaşımla, yeniden biçimlenmiştir. Kurulan yeni iletişim sistemi zamanla gelişerek diğer sovyet ülkelerin iletişim sistemlerine de örnek oluşturmuştur (Kaya, 1985: 55). Fakat bu yeni sistem özel yayıncılığa ve alternatif yayıncılığa fırsat tanımaması, siyasi iktidarın ve sistemlerin propaganda aracı olması nedeniyle otoriter kurama benzer bir yapıya sahip olmuştur.

Sosyal sorumluluk kuramı, özgürlükçü kuram çerçevesinde ortaya çıkmış ve ona bir tepki olarak gelişen bir kuramdır. Bu kuramın gelişmemesinde bazı eksilikler ve yetersizlikler rol oynamıştır. Bunlar; kitle iletişim araçlarının toplumun değil; sahiplerinin, reklam verenlerin çıkarlarını düşünmesidir. Sosyal sorumluluk kuramı ülkelerin yapısal şartlarına bağlı olarak değişik biçim ve eğilimleri ön plana çıkarmıştır. Bu eğilimler sonucu medyanın denetlenmesi için; Basın Etik Kuralları, Ombudsmanlık veya Basın Konseyi gibi uygulamaları gündeme gelmiştir.

Denis McQuail, Siebert ve arkadaşları tarafından bahsedilen kuramları temele alarak yeni çalışmalar ortaya koymuştur. Toplumsal değişimlerle birlikte yaşanan siyasi, sosyal ve ekonomik dönüşümlerin de etkisiyle çalışmalarına Gelişme Aracı Kuramı ve Katılımcı Demokratik Medya Kuramı olarak adlandırılan iki daha eklemiştir. Gelişme Aracı Kuramı iletişim bilimci Denis Mc Quail'a göre, özellikle gelişmekte olan ülkelerin sahip olduğu kaynakları (ekonomik, teknik ve profesyonel) gelişmiş ülkelere farklılıklar göstermektedir. Bu sebeple söz konusu ülkelerdeki kitle iletişim araçlarının toplumsal gelişme ve kalkınma amacıyla kullanılabilirdiğinden bahsetmektedir.

Yeni medyanın gelişme sürecine kaynaklık etmiş olan en önemli kuram olarak gösterilen katılımcı demokratik medya kuramının kapsamı incelendiğinde yeni medyanın sunduğu Etkileşim (*Interactivity*), Kitesizleştirme (*Demassification*) ve Eşzamansızlık (*Asynchronosity*) özellikleriyle paralellik göstermektedir.

Kitle iletişim araçlarının ticarileşmesi sonucu tekelleşme eğilimlerinin oluşması ve yayıncılık kuramlarının merkezileşmesi katılımcı demokratik medya kuramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur (McQuail, 1994). Katılımcı demokratik medya kuramı, insanların bilgi edinme özgürlüğünü esas almaktadır. Bu bağlamda kuram, toplumsal sorumluluk amacıyla örgütlenen ve yayın yapan kamu yayıncılığını elit ve fazla merkezîyetçi olmakla suçlayarak, beklentileri karşılayamadığını ileri sürmektedir (Türk, 2016). Kuram merkezi denetimin yoğun olduğu, profesyonel, tarafsız olduğu ileri sürülen bir medyanın varlığını red etmektedir. Küçük çapta ve çoğulcu medya anlayışını savunan kuram; özgürlükçü, eşitçi, çevreci ve yerel anlayışlardan beslenmektedir. Bunun yanında medya araçlarının kullanıcılara katılım anlamında daha fazla fırsat sunması ve sosyal hayatla daha iç içe olması gerektiğini savunur. Katılımcı demokratik medya kuramı 1960'larda medyanın tabanında başlatılmış, liberal kuram, sosyal sorumluluk kuramı gibi

diğer modellerden doğan memnuniyetsizlik sonucu ortaya çıkmış ve liberal kuramın bir uzantısı şeklinde gelişmiştir.

Katılımcı demokratik medya kuramı, medya kuramları alanında en son olanıdır. Profesör Denis McQuail kuramın en bilinen savunucusudur. Kuramın fikir aşamasında; bilimsel, teknolojik ve finansal araçlara sahip olduğu zengin, gelişmiş ülkelerde yer alabileceği düşünülmüştür. Ancak kuramın kabul edilebilirliği sadece zengin ülkelerle sınırlı kalmamıştır. Çünkü bilim, teknolojinin evrensel olduğu kabul edilmektedir. Bununla birlikte internetin gündelik hayatta yaygınlaşmasıyla yeni medya araçlarının kullanımı daha ucuz ve kolay hale gelmiştir. Kuramı uygulayacak ülkede uygun irade ve demokrasi oluşmuşsa model tüm ülkelerde uygulanabilmektedir. Hindistan bunun için güzel bir örnek teşkil etmektedir. 1990'ların başından itibaren internet, Hindistan'ın medya ve iletişim sisteminin bir parçası olmuştur. Hindistan halkı ekonomik olarak sıkıntılar yaşasada, teknoloji ve yeni medya iletişim sistemlerinin bir parçası haline gelmiştir.

Katılımcı demokratik medya kuramı; liberal, demokratik ve gelişmiş durumda olan ülkelerde, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelere daha önemlidir. Çünkü az gelişmiş ve demokrasiden geçiş yapan ülkelerin özgür medya için gerekli altyapılardan ve mesleki becerilerden yoksun oldukları düşünülmektedir.³ Katılımcı demokratik medya kuramı bir bakıma özgürlükçü medya kuramının teknolojik versiyonudur. Kurama göre insanlar görüşlerini özgürce ifade etmeli, korkmadan ve mutlak özgürlükle fikir alış verişinde bulunabilmeli, bunları yaparken teknolojinin sağladığı yeni imkanlardan yararlanabilmelidir. Katılımcı demokratik medya kuramı yeni medya araçlarına karşı yönelimi, kuramsal değişimleri ve alternatif yaklaşımları bünyesinde barındıran bir öneme sahiptir. Kuramda iletişim araçlarının kullanımına tüm bireylerin ve grupların, sivil toplulukların katılımı amaçlanmaktadır (Budak, 1997: 84).

Kuram Mcquail'in (1987) belirttiği gibi; iletişim sistemlerinde özel sektöre ait medya gruplarının merkezileşmesine ve bürokratikleşmesine karşı çıkmaktadır. Toplumsal hareketler ve ilişkiler vatandaşların katılımını teşvik etmekte ve demokratik bir ortam sağlamaktadır. Özel sektör ya da kamu tekelinde bulunan medya sistemleri 1960 ve 1970'li yıllarda gizli ve belirsiz yayınların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Alternatif medyanın teknik olarak daha verimli hale gelmesi ise internetin ortaya çıkışıyla birlikte olmuştur. Kuramın ana düşüncesinde kitle iletişiminin; tekdüze, merkezi, yüksek maliyetli,

³ <https://www.businessstopia.net/mass-communication/democratic-participant-theory-mass-communication>

ticarileştirilmiş, profesyonelleştirilmiş, devlet tarafından kontrol edilen veya özel olarak kontrol edilen olması gerekmediği varsayımı yatmaktadır. Bunun yanında kitle iletişimi, kitle iletişim araçları olmadan da gerçekleştirilebilir. Arap Baharı olarak ifade edilen; Mısır, Tunus ve insanların otoriter rejimlere karşı protestolar ve halk hareketleri düzenlediği diğer Arap ülkelerinde yaşanan bunun somut yansımasıdır. Yeni medya, daha fazla siyasi ve sosyal özgürlük isteyen, vatandaşların refahı ve güvenliği için düşüncesini ifade etmesinde vatandaşların yardımına koşacak bir araç olabilmektedir.

Kuram temelinde eşitlik, özgürlükçülük, ütopyacılık, çevrecilik ve yerellik gibi kavramların bir karışımını içermektedir. Kamu faydası adına çalışmayı medyanın asli görevi olarak gören bu yaklaşım, medyanın varlık sebebi olarakta toplumu görmektedir. Yayıncıların bu asli göreve ulaşmasında en büyük engel olarak görülen tekelleşme küçük toplulukların da medya araçlarına ulaşmasını engellemektedir. Tüm bireylere, azınlıklara ve topluluklara kendini ifade etme şansı verilmesi gerektiğini ifade eden kuram, katılımcı demokrasinin özü gereği bu bireylerin kendi iletişim araçlarına da sahip olması gerektiğini belirtir (Vural, 1994: 31-32).

Kitle iletişimi, sadece profesyonel televizyonlar, gazeteler, radyolarla gerçekleştirilen süreci ifade etmemektedir. Küçük topluluklar, hatta bireyler tarafından yönetilen çoklu, küçük ölçekli, yerel, kurumsal olmayan bloglar, akıllı telefonlar ve sıradan vatandaşlar tarafından rahatça kullanılacak tüm cihazlar, bu katılımcı demokratik medya kuramını hükümetin müdahalesi olmadan etkili bir şekilde uygulama imkânı yaratabilmektedir. Teknoloji artık yoksul ülkelerde bile tüm bilgili gruplar ve kişiler için mevcut olduğundan, yeni medyanın tüm olanakları, duvar gazeteleri, büyük yazı tipleriyle basılmış dev boyutlu mesajlara sahip reklam sayfaları, benzer şekilde basılmış duvar posterleri, küçük magazinler dâhil olmak üzere tüm medya bu amaca hizmet edebilir. Özellikle nüfus bakımından en kalabalık ülkeler olan Çin ve Hindistan'daki yeni okuryazar milyonlarca insan bu geleneksel olmayan gazetecilikten yararlanabilmektedir.

Yerel konular alternatif medya tarafından zaman ve mekân sorunu olmadan, etkileşimli olarak daha verimli bir şekilde ele alınabilmektedir. Bu sayede özellikle yoksul ülkelerde sosyo-ekonomik, politik ve kültürel konularda iletişimde bir devrim yaşanabilmektedir. Burada önemli olan mevcut iktidarın ve güç gruplarının yeni medya ve yeni teknolojiler aracılığıyla sağlanan bu iletişime ve özgürlük ortamına ne kadar izin vereceğidir. İfade özgürlüğüne sahip olabilmek için vatandaşların mücadele etmesi kaçınılmazdır.

Geleneksel medya da olduğu gibi yeni medya üzerinde de iktidar ve sermaye grupları ile mücadele kaçınılmazdır. Ulusal güvenlik normlarının tehlikeye girmemesi koşuluyla, gözetim olmadan bireyler görüşlerini ifade etmekte özgür olmalıdır. ⁴

Katılımcı demokratik medya kuramı yukarıdan aşağıya ilerleyen bir iletişim şekli yerine yatay bir iletişim modeli sunmakta, toplumun en alt seviyesinde bulunan kişilerin de yönetime katılabileceği bir anlayışa dayanmaktadır. Bu nedenle kitle iletişim araçları doğrudan toplumla iç içe olmalı ve onların eşit katılımı için fırsat yaratmalıdır. Bu şekilde halkın demokratik olarak yönetime katılması sağlanırken kitle iletişim araçlarının da bu süreçte aracı olması öngörülmektedir (Türk, 2016). Kuram, demokratik hakların kullanımı anlamında vatandaşlara eşit fırsatları yaratan bir kuramdır. Kuramın yeni medya haberciliğinde uygulanabilirliği anlamında bazı ilkeleri bulunmaktadır.

Katılımcı demokratik medya kuramının ana ilkeleri şu şekilde özetlenebilir (McQuail, 1987):

‘Toplumdaki her birey kitle iletişim araçlarına erişme ve ihtiyaçlarını kendi belirlemenin yanı sıra medya tarafından hizmet edilme hakkına sahiptir’ (McQuail, 1987)

İletişim araçları bir taraftan bireyin toplumla kaynaşmasını sağlarken diğer taraftan toplum içinde fark yaratmasını ve ayrışmasını da sağlamalıdır. Her toplumu şekillendiren, toplumsal ilişkilerine yön veren ve düzenleyen bir iletişim ağı bulunur. Bu iletişim ağı içerisinde cinsiyet, yaş, ırk gibi doğuştan gelen farklılıklar olduğu gibi ilgi alanı, dünya görüşü, yaşam tarzı, bireysel tercihler gibi kişisel farklılıklar da olabilmektedir. Toplumun en önemli bağlayıcı gücü olan kitle iletişim araçlarının gerek doğuştan gelen gerekse sonradan oluşan tüm farklılıkları göz önünde bulundurarak tüm bireylere eşit şekilde ulaşması ve hizmet etmesi gerekir. Saint Simon’a göre, iletişim süreci sadece toplumlar arasındaki uzaklığı mesafe olarak azaltmakla kalmaz toplum arasındaki sınıfsal farklılıkları da birbirine yakınlaştırır. Bundan dolayı iletişimin gerçekleşmesini sağlamak eşitliğin ve demokrasinin sağlanması anlamına gelir (Mattelart, 2001:30). Sağlıklı bir toplum yapısı kitle iletişim araçlarına tüm bireylerin rahatça ulaşabildiği ve kullanabildiği bir ortamla mümkündür.

‘Kitle iletişim araçlarının içerik ve organizasyonu merkezi politika ya da hükümet kontrolü dışında olmalıdır’ (McQuail, 1987)

⁴ <https://www.newspages.in/democratic-participant-media-theory/>

Tarihi boyunca kitle iletişim araçları haber verme işlevinin yanında toplumu yönlendirme, ideolojilerin yayılması ve yeni imajlar yaratma gibi misyonlar üstlenmiştir. Bu misyonları gerçekleştirirken araçlar düzenlenişi ve işleyişi aşamasında birçok faktörden etkilenmektedir. Bir çok ülkede uygulanmakta olan siyasal sistem iletişim sisteminin de belirleyicisi olmaktadır. İletişim araçları içinde buldukları toplumun siyasal ve sosyal sistemine göre şekil almakta ve o sistemi yansıtmaktadır (Siebert ve ark. 1963:1).

Kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşamın bir parçası olmasıyla beraber gündelik yaşam üzerinde medyanın etkisi artmış, politik ve kültürel gündemde bu araçlar tarafından belirlenmeye başlamıştır.

Otoriter ve totaliter sistemlerde her alanda olduğu gibi devlete önemli roller yüklenmektedir. Bu sistemlerde iletişim araçları devletin ve iktidarın meşru araçları olarak görülmektedir. Liberal özgür sistemlerde ise devletin ve iktidarın rolü hep tartışılmıştır. Liberal özgür sistemlerde devletin medya araçlarına müdahale eden değil sadece destek olan bir konumda olması öngörülmektedir. Özgürlük ve serbestliğin esas olduğu bu sistemde kitle iletişim araçlarının içerikleri ve düzenlemeleri merkezi politika ve hükümet kontrolü dışında olmaktadır.

John Stuart Mill'e göre; tarafların tümü dinlenebilme özgürlüğüne kavuştuğunda demokrasi adına bir umut oluşmaktadır. Hakikatin ortadan kaldırılması refahın kurgulandığı manasına gelmektedir (Hollingsworth, 1986: 62). Kamusal ve özel medya yayıncıları tarafından düzenlenen bu kurgulanmış gerçeklik, gündem haline getirilmekte, belirli bir ideoloji doğrultusunda, istenilen miktarda ve şekilde medya araçları aracılığıyla kitlelere sunulmaktadır. Özgür ve demokratik bir toplum yapısında kitle iletişim araçları merkezi politikalar ve hükümetlerin otoritesinden bağımsız, kurgulanmış gündemlerden uzak olmalıdır.

'Kitle iletişim araçlarının varoluş nedeni profesyoneller veya şirketler değil, izleyiciler olmalıdır' (McQuail, 1987)

Çağdaş demokrasi anlayışı ile yönetilmekte olan toplumlarda kitle iletişim araçları, temel hak ve özgürlüklerin en önemlilerinden biri olarak gösterilen haberleşme ve bilgilenme hakkının güvencesi olarak görülmektedir. Medya araçları gerek siyasi iktidar üzerinde denetim gerekse eleştirel yaklaşımları sebebiyle topluma karşı önemli bir görev üstlenmişlerdir. Demokrasi ortamının devam edebilmesi ve toplumun doğru bilgiye ulaşabilmesi kitle iletişim araçlarının görevlerini özgür ve bağımsız bir şekilde

yapabilmesine bağlıdır. Ancak tarihsel süreç boyunca kitle iletişim araçlarının bu görevlerinin yanında belli grupların, iktidar ve sermaye sahiplerinin çıkarları doğrultusunda hareket ettikleri ve manüpilasyona neden oldukları da görülmektedir. İletişim araçlarının izlemekte olduğu politikayı anlayabilmek için öncelikle kim tarafından yönetildiğine, sahibinin kim olduğuna ve mali kaynaklarının neler olduğuna bakılması gerekmektedir. Bu medya araçlarının ideolojisi ve yayın politikası ile ilgili fikir verebilmektedir.

Kitle iletişim araçlarının özgür ve objektif yayıncılık yapabilmesi için devlet kontrolü dışında ve belli sermaye gruplarının sahipliğinde olmaması gerekir. Devletin yayın organları siyasetçiler ve devlet erkanı ile ilgili bilgilerde manipülasyon yapabilir. Bunun yanında özel yayıncılıkta da sermaye gruplarına ait olan yayın organları tarafsız yayıncılık kurallarını göz ardı edip kişilerin ve toplulukların çıkarlarına hizmet eden yayınlar yapabilmektedir. Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü ve Bianet'in birlikte hazırlamış olduğu Medya Sahipliği İzleme Projesi Araştırmasına (MOM) göre; Mayıs 2019 tarihi itibarıyla, Türkiye'de medya sektöründe yayın yapan toplamda 108 televizyon kanalı, 899 radyo istasyonu, 2474 gazete, 3650 dergi yayın yapmaktadır. Ülkenin en büyük 40 yayın kuruluşunun, yayıncılık dışında sanayi ve ticaret alanlarında faaliyetlerde bulunan şirketler tarafından kontrol edildiği görülmektedir. Raporda dikkat çeken bir başka nokta ise 40 yayın kuruluşunun 30'a yakınının, enerji, inşaat, turizm ve madencilik gibi sektörlerde faaliyet gösteren şirketlere ait olduğu ve bu şirketlerin hükümetle ilişki içinde olmalarıdır.⁵ Araştırmada da belirtildiği üzere bu gibi şirketlerin medya dışı işlerde faaliyet gösteriyor olması, devletin açmış olduğu ihalelerde yer alması, farklı kişi ve grupların çıkarlarına yönelik yayınlar yapması, kitle iletişim araçlarının bağımsızlığını ve özgürlüğünü zedelemektedir. Bundan dolayı kitle iletişim araçlarının var oluş nedeni devlet, şirketler veya sermaye grupları değil izleyiciler olmalıdır.

'Toplumdaki gruplar, organizasyonlar ve yerel topluluklar kendi medyalarına sahip olabilmelidir' (McQuail, 1987)

İletişim bilimlerinde yaygın olarak açıklanan dört ana kuramdan biri olan liberal kuram, ekonomik sistemleri liberalizme dayanmakta olan ülkelerde kullanılan modeldir. Liberalizm, ana düşüncesi serbest piyasa ekonomisini savunan ve bireysel girişimciliği ön

⁵ <https://odatv4.com/-isim-isim-eredede>

plana çıkararak bir anlayıştır. Bu anlayış içerisinde, sermayesi ve becerileri yönünde iş kurup geliştiren ve başarılı olan kişilerin toplum geneli için de büyük fayda sağlayacağı kabul edilir. Bu bağlamda talep ve tercih edilen girişimcilerin yaratmış oldukları farklılıklar ve yenilikler sayesinde gelirlerini artırırken toplum içinde fayda ve refah sağlayacakları varsayılmaktadır. Liberal yaklaşımın ifade ettiği şekli ile demokrasiyi yaşatabilme ve geliştirebilmenin mühim araçlarından biri basındır. Toplum adına ve yararına yönetenleri denetlemesi, olumsuz durumlar ile ilgili haberler yapması ve içeriklerle halkı aydınlatması demokrasiyi geliştirebilecek bir sistem olarak belirtilmektedir (Uzun, 2007: 26-27).

Liberal kuram içerisinde açıklanan ve serbest pazar ekonomisinde gerçekleşen bu model uygulama anlamında zaman zaman sorunlarla karşılaşmaktadır. Böyle zamanlarda toplumda yer alan grupların ve azınlık olarak ifade edilen kesimlerin seslerini duyurabilecek kitle iletişim araçları alternatif medya olarak adlandırılmaktadır. Böyle bir ortam içinde doğan ve gelişmiş olan alternatif medyanın işlevi azınlıkların sesini duyurmak yerine sesini duyurduğu topluluk ile bütünleşip onların sorgulayıcı bir bakış açısı yakalamasına imkan vermektir. Ana akım medya araçlarına alternatif olma amacı taşıyan bu girişimler bağımsız medya, muhalif medya, karşı medya, topluluk medyası, yeni medya, yerel medya ve radikal medya ve başka medya gibi kavramlarla da tanımlanabilmektedir (Özer, 2012: 9-10). Liberal politikaların medyayı dönüştürmesi sonucu ana akım medyaya alternatif bir uygulama alanı olarak doğan bu uygulamalar gerek içerik gerekse teknik açıdan halkın kendi medyasını oluşturabilmesi ve kullanabilmesine olanak yaratmaktadır.

'Küçük çaplı etkileşimci ve katılımcı bir medya; geniş çaplı, tek yönlü ve profesyonelleşmiş bir medyadan daha iyidir' (McQuail, 1987)

Geleneksel medya; gazeteler, dergiler, televizyonlar tarafından haberlerin ve bilgilerin insanlara duyurulduğu ve tek yönlü iletişim kurulan bir ortamı ifade etmektedir. Dijital dönüşümün başlamasıyla birlikte iletişim teknolojilerindeki değişiklikler gündelik yaşam pratiklerine de yansımıştır. Özellikle 2000'li yılların başlarında dijital medyanın toplum hayatına etkisi sonrası tek merkezli ve otoriter medya yapılanmasından; çok kaynaklı ve etkileşimli, özgür, demokratik bir medya sistemine geçiş başlamıştır. Dijital medyanın bu imkanı sağlamasında en büyük özelliği etkileşimli ve hipermetinsel bir yapıya sahip olması olarak ifade edilmektedir (Akar, 2011: 9).

Web 2.0 süreci ile birlikte kullanıcılar iletişim sürecinin merkezine oturmuş, istedikleri içerikleri üretebilen, düzenleyebilen, saklayabilen ve bunları istedikleri yerlere ulaştırabilen kaynaklar konumuna gelmiştir. Yeni medyanın başat özellikleri olan etkileşim, eş zamansızlık ve kitlesizleştirme gibi özelliklerle fiziksel olarak aynı konumda olma zorunluluğu da ortadan kalkmış ve bireyler üretmiş oldukları içeriklerle kitle iletişiminin şekil değiştirmesine neden olmuşlardır (Sayımer ve Çetinkaya, 2015: 225-227). Bu sayede iletişimin etki gücünün geleneksel medya araçlarından kullanıcılara geçtiği bir süreç yaşanmıştır.

Henry Jenkins iletişimin sürecinin değişmesi ile ortaya çıkan aktif kullanıcı hareketlerini “katılımcı kültür” olarak tanımlamaktadır (Jenkins, 2006). Kavramın içeriğine bakıldığında geleneksel medyada profesyoneller tarafından kullanılan birçok kitle iletişim aracı tek merkezden, amatör bireyler tarafından kullanılabilen ve birçok işlevi yerine getiren, cep telefonu gibi teknolojik araçlarla gerçekleştirilebilen iletişim kültürünü anlatmaktadır. Yeni medyanın da desteğiyle artık kendi araçlarına sahip olan amatör kullanıcılar kendi istedikleri içerikleri üreterek ana akım medyaya karşı bir söylem oluşturabilmektedir. Kullanıcıların üretmiş olduğu içeriklerin kalitesi ve başarısı tartışılrsa da amatör ruhla ve özgür bir şekilde üretilen bu içerikler kamusal nitelik kazanmasından dolayı da büyük önem taşımaktadır. Jenkins katılımcı medya anlayışının ve kültürünün ortaya çıkmasıyla beraber 19. yüzyılda kitle iletişim araçlarının etkisi sonucu sona erdiğine inanılan halk kültürünün yeniden canlanacağını savunmaktadır (Çetin, 2019). Gerek sağlamış olduğu teknik imkanlar gerekse içerik anlamında alternatif bir söylem oluşturması adına, küçük kitlelerin kendi medya araçlarına sahip olması tek yönlü ve profesyonelleşmiş bir medyadan daha iyi bir seçenek sunmaktadır.

Denis McQuail’in açıklamış olduğu ikinci kuram olan katılımcı demokratik medya kuramının -yukarıda bahsedilen ana ilkeleri de göz önüne alındığında- temel anlayışı, yayıncılıktaki tekelliğe karşı alternatif bir çözüm ve uygulama pratiği oluşturabilmektir. Kuram, medyanın var oluş nedenini toplumun kendisi olarak görmekte ve medyanın asli görevinin kamu yararına hizmet etmek olduğunu ifade eder. Bunun yanında toplumda yer alan tüm vatandaşların, azınlıkların, etnik ve kültürel farklılıklara sahip kesimlerin kendini ifade etmesi gerektiğini savunur. Tüm bu kesimlerin kendi medya araçlarına sahip olmaları gerektiğini belirtirken medyanın denetlenmesi konusunda en mühim görevin de yine toplumun kendisinde olması gerektiğini ifade etmektedir. Toplumun kendi kendini

denetlemesinin ise; toplumun kendisinin sahip olduğu, müdahale edebildiği medya araçları ile olabileceğini belirtir.

Kuram temel düşüncesinde iletişim sürecinde pasif durumda bulunan alıcının aktif hale geçmesi için gerekli koşulların ve yapının sağlanması gerektiğini ifade etmekte ve küçük ölçekli medya araçlarının büyük ölçekli medyaya göre daha işlevsel ve verimli olduğunu belirtmektedir. Ortak paydalara ve ilgi alanlarına sahip bireylerin kullanmış oldukları kitle iletişim araçları, hem bu bireylerin bu ortak noktaları geliştirmesine hem de bu bireylerin birleşip kamuoyuna aracısız mesaj göndermesine imkân tanımaktadır. Bu sayede ilgi alanları farklı topluluklar ve sivil toplum hareketleri, toplum içinde çok sesli bir iletişim ortamının sağlanmasına yol açmaktadır. Çok sesliliğin hâkim olduğu bir iletişim sistemi, sıradanlıktan uzak demokratik bir bilgi toplumunun ortaya çıkması anlamında önem arz etmektedir (Budak, 1997: 90).

Katılımcı demokratik medya kuramının en zayıf yönünün, yayıncılık konusunda yaşanan tüm sorunlara çoğunlukla tekelleşme odaklı yaklaşması olduğunu söylemek mümkündür. Ancak kuramın iletişim araçları yerine izleyiciyi ön plana çıkaran, halkın iletişim sürecine katılımını ilke olarak gören küçük ölçekli amatör ama daha işlevsel, yerel ve etkileşim odaklı medya araçlarının katılımını artıracak savunulmaktadır (Işık, 2002: 42).

Sonuç olarak katılımcı demokratik medya kuramı yeni medyanın ve yeni medya haberciliğinin yapısına en uygun kuramlardan birisidir. Kuramın temel noktası iletişim araçlarını kaynak konumundan çıkarıp onların yerine okuyucuyu, izleyiciyi koymasdır. Bu kapsamda kuramın tüm vatandaşlara eşit erişim ve eşit fırsatlar sunduğu belirtilmektedir. Sağlanan bu fırsatlar ve haklarla birlikte tüm grupların haber üretimine ve etkileşimine katılacak da öngörülmektedir. Yeni medyada merkeze yurttaş alan haberciliğin en önemli noktasını ise etkileşim ve katılım oluşturmaktadır. Yeni medya araçları yapıları itibariyle okuyuculara görüş ve düşüncelerini açıklama fırsatı veren etkileşime imkân tanıyan araçlardır. Ana akım kurama göre bu etkileşim sayesinde bireysellik yerine karşılıklı iletişim, bilgiye ulaşma ve bilgiyi paylaşmada eşit imkânlar, kurumların hegemonyası yerine ise çoğulculuk gibi imkânların ortaya çıktığı iddia edilmektedir (Turk, 2016). Tüm bu özellikler düşünüldüğünde yeni medya araçlarıyla en çok benzeşen kuram katılımcı demokratik medya kuramıdır. Dolayısıyla yeni medyanın ve yeni medyada yeniden üretilen yurttaş gazeteciliğinin özelliklerini, ideal demokratik ortamı sağlamaya, temel

dinamiklerini açıklamaya en yakın olan kuram da katılımcı demokratik medya kuramı olarak görülmüştür.

1. BÖLÜM: YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ VE YENİ MEDYA

1.1. YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ

1.1.1. Yurttaş Gazeteciliği Kavramı ve Tanımı

Yurttaş kavramını tanımlamak yurttaş gazeteciliği kavramının anlaşılabilmesi anlamında önemlidir. Yurttaşlık kavramı, herhangi bir topluluğa dâhil olmak veya üye olmak ve bu üyeliğin kapsamında elde edilmiş haklar ve görevlere dayanarak, kendisinin ve grubunun çıkarları doğrultusunda hareket edip, özel ve kamusal alanda eylemde bulunabilme hakkı olarak tanımlanır (Sarıbay, 2000:88). Çağdaş demokrasilerde bir toplumun başarılı olabilmesinde en önemli kıstaslardan biri; o toplumdaki bütün yurttaşların siyasette aktif olmaları ve siyasete katılmaları, yurttaşlık faaliyetlerinin yaygın olması ve aktif olması olarak gösterilmektedir (Aydoğan, 2017:1).

Demokratik faaliyetlere katılımın sağlanabilmesi için yurttaş bireylerin aktif olabilmeleri ve kendi kapasitelerini geliştirme yönünde çaba harcamaları gerekir. Yurttaşlık kavramıyla oluşturulmuş yurttaş gazeteciliği ifadesi katılımlı medya mecralarında haber oluşturma sürecinde yurttaşları aktif bireyler olarak görmek ve bu doğrultuda onların harekete geçmesine imkân tanınmasıdır (Aydoğan, 2017:1). Yurttaş gazeteciliği bu özelliği ile demokrasinin oluşması için gerekli ortamı sağlayan güçlerden biri olarak kavramsallaşmıştır.

Yurttaş gazeteciliği 1990'lı yıllarda Amerika'da ortaya çıkmış olan; basın özgürlüğü, medyadaki egemenlik yarışı, hak odaklı habercilik gibi tartışmaların sonucunda oluşmuş bir gazetecilik çeşididir. Kavramın temelinde yatan fikir; gazetecilik alanının genişletilmesi ve asıl işi profesyonel gazetecilik olmayan sıradan vatandaşların haber üretmesi ve haberleşme sürecine dâhil olmasıdır (Arık, 2013:2). Asıl işi haber üretmek olmayan bu vatandaşlar sürece dâhil olduğunda, vatandaşlık görevlerini yerine getirmiş olurlar. Burada vatandaşlar haberin nesnesi olmaktan çıkıp bir özne konumuna, haber üreticisi konumuna geçerler. Bununla beraber yurttaş yalnızca haberi üreten kaynak olarak kalmayıp kendi hayatı ve yaşadığı çevreyle ilgili sorunları bizzat yansıtan kişi olur. Bunun gibi durumlarla haberler farklı birçok yurttaşın gözünden oluşturulmakta, böylelikle haber akışı elitlerden, yani yukarıdan aşağı işleyen bir iletişim olmaktan çıkıp aşağıdan yukarıya ilerleyen bir iletişim şekline dönüşmektedir. Bu iletişim şekli, farklı yurttaşların birbirleri hakkında haber almasını, diyalog kurmasını sağlayan bir ağa dönüşmektedir (Alankuş, 2008).

1990'lı yıllarda Amerika'da tecrübe edilmeye başlanan bu yeni gazetecilik pratiği demokrasiye katkı sağlayan ve onu geliştiren bir yenilikten çok haber sektöründeki ekonomik sıkıntılar ve diğer şartlarda iyileştirme yapabilmek adına atılmış bir adımdır. Medya sektöründe 1990'larda başlayan ekonomik sıkıntılarla birlikte siyasi ve toplumsal alanda yaşanan olayların demokrasileri zorlamasıyla birlikte sorunlar yaşanmaya başlamıştır. Bu sorunlar yeni bir gazetecilik şeklinin çıkmasına zemin oluşturmuştur. Yurttaş gazeteciliği (*civic journalism*), Kamusal gazetecilik (*public journalism*) ve topluluk bağlantılı gazetecilik (*community connected journalism*) gibi isimlerle ifade edilmiş bu yeni gazetecilik türü hem akademisyenler hem de gazeteciler tarafında çokça tartışılmıştır (Uzun, 2006:1).

ABD'de yurttaş gazeteciği ilk tanımlayan isimlerden biri olan Jay Rosen, yurttaş gazeteciliğini ‘*daha önceden izleyici konumunda bulunan insanlar, birbirlerini bilgilendirme amacıyla medya araçlarını kullanmaya başladığı zaman işte bu yurttaş gazeteciliktir*’ diye tanımlamaktadır (aktaran Allan, 2019). Jay Rosen'ın bu tanımı haberin üreticisini ve tüketicisini tekrar modellemektedir. Bununla beraber bu ikili (üretici-tüketici) arasındaki ilişkileri yeniden düzenlerken, toplumda var olan ‘profesyonel gazeteci toplumun aracıdır’ görüşünü zayıflatmaktadır. Kimlerin ‘gazeteci’ kimlerin ‘yurttaş’ sayılabileceğine ilişkin durumlar toplumların yapılarına göre farklılık gösterebilir. Toplumda fikirlerini yayma özgürlüğü olduğunu düşünen ve teknolojik araçları kullanabilme yetisine sahip olan herkes yurttaş gazeteci olduğunu söyleyebilir. Burada kavramı doğru tanımlayabilmek için yapılması gereken ilk kural yurttaşın ve gazetecinin aynı kimliği paylaşan bir kişi olduğu olgusunu kabul etmek olacaktır.

Yurttaş gazeteciliği ve demokrasi arasında bağ kuran tartışmalar 1920'li yıllarda Walter Lipmann ve John Dewey tarafından iki farklı perspektifte ele alınmıştır. Lipmann, 1922 yılında basılmış olan ‘*Public Opinion*’ ve 1927 yılında basılmış olan ‘*Phantom Public*’ adlı yayınlarında gazetecilik mesleğinin kamusal iradeyi nasıl etkileyebileceği veya etkilemesi gerektiği konusunda kuşkucu tavrını açıklamıştır (Uzun, 2006: 637-639). Lipmann'a göre modern dünyanın karmaşıklığından dolayı insanlar; gazeteler, televizyonlar, radyolar ve başkalarından duydukları bilgilere inanma durumundadır. Bu kaynaklar güvenilir olabilir ve yüzeysel bilgi sağlayabilir. Bu muğlak süreçte her kamuyu ilgilendiren durumda sıradan yurttaşın sağlam bir kanaate sahip olması beklenemez. Lipmann'a göre; yurttaşın başlıca demokratik hakkı oy kullanmaktır ve demokrasi iyi eğitilmiş seçkin kişilerin

yönetimiyle daha iyi çalışabilir. Dewey ise Lipmann'ın aksine kamusal meselelerle yurttaşların derin bir bilgelik taşıdığına inanır. Dewey'in düşüncesine göre kamu; bir toplulukta ortak olan sorunları anlayan ve paylaşan insanlar değildir. Demokrasi bu sorunların tartışılması gerektirir. Dewey'in görüşüne göre kamu potansiyel olarak vardır ancak eğitim, kültür, siyaset, gazetecilik kurumları işlerini doğru yaptığı takdirde ortaya çıkacaktır (aktaran Uzun, 2006: 637-639). Bu iki farklı demokrasi anlayışından birisi kamuya etken rol, diğeri ise edilgen rol yüklemekte ve yurttaş gazeteciliğinin temel tartışmalarını oluşturmaktadır. Yurttaş gazeteciliğini savunanlar Dewey'in bakış açısını doğru bulmakta ve Dewey'in 1920'li yıllarda bahsettiği bu demokrasi anlayışının 1990'lı yıllara yansıdığını belirtmektedir (Uzun, 2006: 639).

Merkezi ABD'de bulunan Ulusal Yurttaş Gazeteciler Birliği'nin (*National Association of Citizen Journalists*) 2010 yılında yayınlamış olduğu Yurttaş Gazeteciler El Kitabı'nda (*Handbook for Citizen Journalists*) Susan Casrsson ve Ron Ross yurttaş gazetecilik kavramını tanık gazeteciliği ve tesadüfi gazetecilikten ayırmış ve farklı bir perspektiften tanımlamıştır. Halkın, halk için haberler yaptığını ve geleneksel gazetecilik kodlarından bağımsız, editoryal bir baskıya veya kısıtlamaya maruz kalmadan üretim yapan gazeteciler olarak tanımlamışlardır (Erduran, 2018:11). Kimlerin veya neyin 'yurttaş gazetecilik' kabul edilmesi gerektiği konusundaki tartışmalar devam ederken bunun yanında kavramın temelleri ile ilgili de anlaşmazlıklar yoğunudur. Yurttaş gazeteciliği tarihine bakan bir araştırmacı birbirinden farklı birçok tarih ve başlangıç noktası ile karşılaşacaktır. Bunun nedeni kavramın; tarihinin bakış açılarına, tanımlı yapan kişinin çıkarlarına ve olaylar üzerinden tanımlama yapmaya çalışan kişinin düşüncesine göre değişmesidir (Allan, 2019:35).

Yurttaş gazeteciliği konusunda görüş bildirenlerin yaşamış olduğu tüm bu anlaşmazlıklara karşın 'yurttaş gazetecilik' kavramı asıl işi habercilik olmayan vatandaşın tanık olabilme ihtimalinin sistemde bir dengeleyici izlenimi yansıtmasını ve bu şekilde yorumcular tarafından yeni bir muhabirlik türünün tanımlanması için fırsat sağlamıştır. Kavram 'katılımcı gazetecilik', 'dağıtık gazetecilik', 'hiper yerel gazetecilik', 'ağ tabanlı gazetecilik' olarak tanımlanmış ve bu tanımların yanında birçok mecrada 'kullanıcının ürettiği içerik' olarak da açıklanmıştır. Tanımlar ve ifadeler ne şekilde olursa olsun 'yurttaş gazetecilik' kriz muhabirliği kavramının kurallarını ve önceliklerini ciddi şekilde değiştirmiştir (Allan, 2019).

Medya sektöründe görülmekte olan tekelleşme ve ticarileşme hareketleri sonucu, temele vatandaşları alan, hiçbir ticari beklentisi olmayan bu gazetecilik kavramı ortaya çıkmıştır. İlk olarak ABD’de kullanılmaya başlayan bu kavram, gelişen internet teknolojileri sayesinde geniş bir alana yayılmıştır. Dijital teknolojiler ve sosyal medya gibi teknolojilerin ortaya çıkmasıyla yurttaş gazeteciliği faaliyetlerinin gelişmesi sağlanmıştır (Aydoğan, 2017:1). İnternet teknolojileri ve dijital medya kullanımı ne kadar gelişse de medya mecralarında sorunların bittiği söylenemez. Kâr etme amacıyla kurulmuş, ana akım veya ‘havuz medya’ olarak adlandırılan bu medya organları ilk amaçları olan toplumu bilgilendirme, toplum adına siyasi erki denetleyici rollerini yerine getirememektedir. Bu gibi durumlarda ana akım medya, işletmenin çıkarlarını korumaya, sermaye sahibinin sözcüsü olmaya devam eder ve bu kaygılar nedeniyle belli kesimlerin ve olayların haberlerini aktarabilir. Sonuç olarak dezavantajlı gruplar olarak tanımlanan toplumun bazı kesimleri ana akım medyada kendilerine yer bulamaz ve seslerini duyuramazlar. Bu gibi sorunların aşılabilmesi için ana akım medya mecralarına alternatif olarak yurttaş gazeteciliğini içeren mecraların yaratılması gerekmektedir (Samet, 2017;12).

1.1.2. Yurttaş Gazeteciliği Tarihi

Yurttaş gazeteciliği tarihine ilişkin tartışmalar akademisyenler ve saha çalışanları arasında halen sürmektedir. “Yurttaş gazetecilik” veya “kamu gazeteciliği” olarak ifade edilmiş olan “yeni” gazetecilik pratiği 1990’lı yıllarda ABD’de ortaya çıkmış ve bir kamu kurumu olarak faaliyet gösteren Pew Center’ın destekleriyle uygulanmaya başlamıştır. Bu gazetecilik türü, en fazla uygulama imkanını ise yerel medya mecralarında gerçekleştirmiştir (Cangöz, 2003:102 – 103).

1990’larda başlayan bu gazetecilik pratiğinde hedef, gazeteciliğin altın günlerine dönebilme çabası olarak ifade edilmiştir. Bunun nedeni dünyanın birçok bölgesinde olduğu gibi ABD’de de gazeteciliğin güvenilirliğinin sarsılmış olmasıdır. Bu güvenilirliğin sarsılmasında başlıca neden Amerika Birleşik Devletleri’nde medya organı sayısının giderek artması ve buna bağlı olarak medyada tekelleşme ve ticarileşmenin üst seviyelere ulaşmasıdır. Bu artışla beraber haberlerde dezenformasyon, mizenformasyon ve manipülasyon da artmış ve okuyucuların bu mecralara güveni azalmıştır. Yurttaş gazeteciliği bu güvenin tekrar kazanılması anlamında bir çözüm yolu olarak görülmüştür. Bunun yanında medya kuruluşlarının bir başka amacı, kaybettikleri okur sayısına bir

çözüm üretmektir. Çözüm olarak ise gazetecilik adına kaybolduğu söylenen ‘gerçeklik, doğruluk, nesnellik’ gibi değerlere sahip çıkılmasıdır (Alankuş, 2013:119).

Amerika Birleşik Devletleri’nde yurttaş gazeteciliğin temelini oluşturan ‘‘demokrasi’’ kavramı 18. yüzyılda tartışılmaya başlandı. Yurttaş gazetecinin çıkışının çok öncesine uzanan bu dönemde gazete, yurttaşların birbirinden haberdar olmasını sağlayan bir araç görevi görmüştür. Fransız düşünür Alexis de Tocqueville de, gazeteyi demokratik ülkelerde birbirlerinden uzak durumda olan vatandaşları buluşturan mühim bir araç olarak gördüğünü söylemektedir:

‘‘Gazete insanları birbirlerine yaklaştırır ama onları birlikte tutmak amacıyla, onlar için zorunlu olmaya da devam eder. Demokratik bir halkta bir örgütlenmenin kudretli olabilmesi için, çok sayıda insanı içermesi gerekir. Bir örgütlenmeyi oluşturan kişiler geniş bir alan üzerine yayılmıştır ve her biri ikamet ettiği yerde, sınırlı geliriyle ve kendisi için gerekli çok sayıda ihtiyacıyla alıkonulmuş durumdadır. Onların birbirlerini görmeksizin her gün aralarında iletişim kurma ve toplanmaksızın birlikte ilerleme yöntemine ihtiyaçları vardır. Bu nedenle demokratik örgütler gazeteler olmaksızın hiçbir şey yapamazlar.’’ (Tocqueville, 2016: 550).

Californiya Üniversitesi İletişim Profesörü Daniel C. Hallin yurttaş gazeteciliği öncesi dönemi şu sözlerle ifade etmektedir:

‘‘...1820 ve 30'larda mülkiyet kısıtlamaları kaldırılıp, oy kullanma hakkı tüm erkek nüfusu kapsayacak kadar genişlediğinde gazete kitlelerin tümü için erişilebilir hale geldi. 1830 öncesi döneminin gazetelerinin tek nüshası altı sentti. Bu ücretli bir işçinin günlük gelirinin yaklaşık yüzde 10'unu oluşturuyordu. Gazeteler esas olarak tecimsel ve siyasal seçkinler tarafından okunuyordu. Gazetelerin kitlesel bir kamunun eline geçmesini sağlayan, bugünün tecimsel kitle iletişim araçlarının öncüsü olan 1830'ların metelik basınıdır. Amerikan basınının bu dönüşümü bir paradoksu yansıtıyordu: bir yanda bu dönüşüm gazetelerin piyasasını demokratikleştirdi, ama diğer yandan siyasal iletişim araçlarının büyük şirketlerin elinde toplanmasını ve daha önceleri gazetelerin gerçekleştirdiği seferberlik ve taraf olma rollerinin hüsrana uğramasına neden oldu.’’⁶

1830'lardan itibaren Amerikan medyası giderek tekelleşmeye başlamıştır. Büyük sermaye sahibi kişiler ya medya araçları kurmaya ya da olan medya araçlarını satın almaya başlamışlardır. Bu da gazetecilikte tamamen ‘kâr odaklı’ bir üretim sisteminin doğmasına neden olmuştur. Bu kâr odaklı üretim şekli öylesine artmıştır ki medya araçları rekabet anlayışını topluma fazlasıyla hissettirmiştir.⁷

Yurttaş gazeteciliği pratiklerinin ilk olarak ABD’de ortaya çıkmasının nedeni liberal anlayışlı politikaların yansımalarından en fazla etkilenen medyanın yine ABD’de

⁶ <http://bianet.org/biamag/ifade-ozgurlugu/144054-gazeteciligin-tarifi-degisiyor>

⁷ <http://bianet.org/biamag/ifade-ozgurlugu/144054-gazeteciligin-tarifi-degisiyor>

olmasıdır. Böyle bir çalışma ortamında gazeteciler mesleki etikten giderek uzaklaşmakta ve sermaye sahiplerinin, iktidarın medyadaki sesi konumuna gelmektedir. Siyasal iktidar sahipleri ve kitle iletişim araçları arasındaki bu ilişki medyanın etkin ve bağımsız olma kriterini kaybetmesine yani dördüncü kuvvet olma niteliğini yitirmesine yol açmıştır. Yurttaş gazeteciliğinin medyanın dördüncü kuvvet olma özelliğini yeniden oluşturmaya çalıştığını hatta beşinci kuvvet olarak ana akım medyayı denetleyici niteliği olduğunu önde süren görüşler vardır. ⁸

Siyasal ilişkiler ve medyanın özerkliğini yitirmesinden rahatsız olan güç sahipleri, 1950 ve 1960'lı yıllardaki gazetecilik mesleğinin ideal formunu tanımlayarak bu döneme dönülmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Kamusal gazetecilik, vatandaş gazeteciliği olarak da ifade edilen yurttaş gazeteciliği tarihsel olarak 1970'lerde gündeme girmiş olsa da tam anlamıyla çıkışı 90'ların başına denk gelmektedir (Samet, 2017:15).

Yurttaş gazeteciliğinin tarihi incelendiğinde kavramın uygulanabilirliğinin artması farklı kriz dönemlerine rastlamaktadır. 11 Eylül saldırıları esnasında olaya şahit olan tanıkların açıklamaları için insanların haber sitelerine girmesi, 2004 yılında yaşanan Asya tsunami felaketinde sıradan vatandaşlar tarafından fotoğraf ve videoların çekilmesi ve bu videoların uluslararası basın organları tarafından yayınlanması verilebilecek somut örneklerdendir (Aydoğan, 2017:1).

Yurttaş gazeteciliği 90'lı yıllarda ortaya çıkmış olmasından dolayı internet mecrası ve yeni medya platformları ile buluşması uzun sürmemiştir. 2000 yılında Güney Kore'de yayın hayatına başlayan OhmyNews⁹ sitesi ve benzeri siteler, yurttaş gazeteciliğinin geleneksel medya ve yeni medya mecralarında uygulanabildiğinin kanıtı olarak gösterilmektedir. OhMyNews websitesi temelinde bilgisayarlı ağ teknolojilerini kullanmış ve OhMyNews her yurttası muhabir yapıyor sloganıyla haber üretimine başlamıştır. Sitenin haber üretim sürecine her gün profesörler, öğrenciler, ev kadınları ve yurttaş gazeteciliği yapan diğer kişilerden yüzlerce haber yollanmıştır. Sitenin kadrolu olarak sadece 53 muhabiri ve

⁸ Le Monde gazetesinin yayın yönetmeni konumunda bulunan Ignacio Ramonet, yurttaş gazeteciliğiyle ilgili "dördüncü kuvvet medyayı denetleyen bir beşinci kuvvet vardır. O da yurttaş gazeteciliğidir" demiştir.

⁹ OhMyNews sitesinin önemi yurttaş gazeteciliğini yeni medyada üreten en geniş katılımlı site olmasıdır

editörü olmasına karşın, bunun yanında 26.700 yurttaş muhabiri 1 milyona yakında okuyucusu bulunmaktadır.

Sitenin bu başarıyı yakalamasında ve sürdürülebilir bir medya mecrası olmasında etkili olan faktörler vardır. OhMynews sitesi okuyucuların haberleri ve yorumları bir arada görebilecekleri şekilde tasarlanmıştır. Yurttaşlar tarafından gönderilen haberler ve öyküler editörler tarafından değerlendirilip sayfaya aktarılmaktadır. Siteyi kuran isim olan Oh-Yeon-Ho'nun ifadesine göre OhMyNews sitesi, geleneksel medyanın yapmış olduğu haberlere duyulan hoşnutsuzluk karşısında vatandaşların kendi aralarında haberleşme ve konuşma ihtiyacıyla doğan ve bu isteği karşılayan bir site konumundadır (Aydoğan, 2017:1). Bunun yanında günümüzde sosyal medya, haber üretiminde ve iletiminde birincil araç haline gelmeye başlamıştır. Medyadaki ana akım medyanın egemenliğini kırarak haber alma boyutuna yeni ve alternatif bir anlayış getiren yurttaş gazeteciliği de sosyal medyanın bu gücünü kullanarak yeni bir hâl kazanmıştır (Aydoğan, 2017:1).

2000'li yıllarda internet teknolojisinin sonrasında yeni medyanın ortaya çıkışı ile birlikte, yurttaş gazeteciliği pratik alanları artmaya başlamıştır. Dijital teknolojilerin vermiş olduğu kullanım kolaylığı ve pratiklik yurttaşların haber verme-fikir beyan etme konusunda daha fazla harekete geçmesine neden olmuştur. Bunun yanında Myspace (2003), Facebook (2004), Youtube (2005), Twitter (2006), Ustream (2007), Instagram (2010) ve Periscope (2015) gibi platformlarda yurttaş gazeteciliği için hem imkân sağlamış hem de gelişmesine katkıda bulunmuşlardır.

Yapısal ve işleyişsel farklılıklar olsa da bu sosyal medya mecraları ile yurttaş gazeteciliği iç içe geçmiş ve birbirinden beslenen kavramlar durumuna gelmiştir. 2006 yılında Şili'de eğitim yasası konusundaki eylemler, 2008'de Güney Kore'de gerçekleşen biftek eylemleri, 2009'da Moldova'daki protestolar, 2010 yılında Tunus'ta başlayan Arap Baharı Hareketi ve 2013 yılında Türkiye'deki Gezi parkı hareketlerinin birçoğunda bu mecralar öncü olmuş ve yurttaş gazeteciliğinin uygulama alanı bulmasını sağlamıştır.

1.1.3. Yurttaş Gazeteciliğinde Haber Üretimi

Kitle iletişim araçlarında üretilen haberin; içerik ve söylem yönünden tek tip hale gelmesi, iktidarın veya toplumda hâkim görüşün sözcüsü durumuna gelmesi, kâr etme amacının medya araçlarının temel işlevlerinin önüne geçmesinden dolayı alternatif habercilik

arayışları ortaya çıkmıştır. Burada haber üretiminin sağlıklı ve verimli bir şekilde işleyebilmesi için demokratik bir ortamın var olabilmesi gerekmektedir. İlk kez ABD’de tartışılmaya başlayan yurttaş gazeteciliğinin temel felsefesinde Fransız siyasi düşünür ve tarihçi Alexis de Tocqueville’in demokrasi olmadan gazeteciliğin, gazetecilik olmadan da demokrasinin olamayacağı fikri yatmaktadır (Cangöz, 2005: 107).

Yurttaş gazeteciliği başlangıcında demokrasi ve alternatif söylem mantığıyla üretilmiş bir fikirdir. Bu fikirlerle üretilen yurttaş gazeteciliği kavramı daha çok yerel medyada uygulama şansı bulabilmiştir. Yerel medyanın bazı özellikleri yurttaş gazeteciliği kavramı adına uygun bir alan oluşturmaktadır. Örneğin ana akım medyada görülmekte olan tekelleşmeye yönelik hareketler, yerel medyada yaşanmadığı için alternatif ve farklı haberlerin yerel medyada yer bulması daha kolay olmaktadır. Bunun gibi yerel medyada baskı ve çıkar gazeteciliği gibi durumlara pek rastlanmadığından dolayı eleştirel haberin yayına girebilmesi çoğunlukla mümkün olabilmektedir (Samet, 2017:18).

Yurttaş gazeteciliğinde haber üretimi konusunda birçok tartışma, enformasyonun sağlanması ve kamu hayatının yorumlanarak izlenmesi rolü üzerine yapılmaktadır. Aslında bu iki rol de diğer iki rol ile birleşerek harekete geçilmesini sağlar; ‘harekete geçmek ve paylaşmak’. Haber üretimi sırasında çoğu yurttaş gazeteci acısını, öfkesini ve sempatisini ifade eder. Çünkü duyguların, tepkilerin haberde paylaşılması vatandaşların bir araya gelmesi ve geri bildirimlerin toplanması için itici güç oluşturmaktadır. Yurttaş gazetecinin bu rollere ağırlık vererek haberi oluşturması profesyonel gazeteciliğin objektiflik tarafına zaman zaman zıtlık yaratmaktadır (Allan, 2019: 143).

Yurttaş gazeteciliği ile profesyonel gazetecilik arasındaki ayrıma haber üretimi sırasında dikkat edilmelidir. Bu hassasiyeti gerek yurttaş gazeteciye görevlendiren medya kuruluşu, gerek editörler göstermeli, gerekse de yurttaş gazeteci özdenetimini yaparak objektiflikten ve nitelikli habercilikten ayrılmamaya çalışmalıdır. Dünyada da bu tip örneklerin arttığı, buna yönelik tartışmaların zaman zaman alevlendiği gözlemlenmektedir. Dünyanın en büyük kamusal yayıncılık örneği olan BBC’de de yurttaş gazeteciliğe yer verilmiştir. Ancak Britanya’da da profesyonel habercilik ve yurttaş gazeteciliği arasındaki farklar bulanıklaşmaya başlamıştır. Bu bulanıklaşmanın çizgileri kamusal yayıncılık koşulları içinde değerlendirilmektedir. BBC tarafında yurttaş gazetecilik terimi yerine "Kullanıcının Ürettiği İçerik" (*User Generated Content-UGC*) teriminin kullanılması tercih edilmiş ve bu terim haberin toplanması sürecinde temel bir nitelik haline gelmiştir (Allan, 2019:19).

BBC kanalı haber direktörü Helen Boaden, 2008 yılında e-Demokrasi konferansında yurttaş gazeteciliği ve internet haberciliğinin temel meselelerine değinmiştir. Boaden, konferansta BBC'nin okurlarının tecrübelerine tam olarak yer verdiğini, bilgi ve hikâyelerini paylaştığını söylemiş ve farklı yurttaşlardan gelen farklı konular hakkında hiç olmadıkları kadar açık ve şeffaf olduklarını söylemiştir. Ayrıca 2005 yılında Londra'da gerçekleşen bombalı saldırının yurttaş gazeteciliği adına bir eşik olduğunu belirtmiştir. Saldırı sırasında sıradan vatandaşlardan birçok sıra dışı fotoğraf, video ve e-posta geldiğini belirten Boaden o zamandan beri BBC'nin yurttaş gazeteciliği konusunda çok daha proaktif olduğunu ifade etmiştir (Aktaran Allan, 2019:20).

Boaden yurttaş gazeteciliği haber üretim süreci ile ilgili şunları söylemiştir:

Bu sadece "olması hoş" olan bir şey değildir gerçekten gazeteciliğimizi zenginleştirebilir ve izler-kitleye başka türlü sunabileceğimizden çok daha fazla çeşitlilik sunmamızı sağlar. Başka türlü hiç duyamayacağımız seslere ve asla öğrenemeyeceğimiz hikâyelere yer verir... Okuyucularımız için çok özel bir anlamı daha var ki, o da hayatlarının, haber değeri *taşdığıdır. Böylece, haber kuruluşları hangi hikâyelerin yayınlanabileceği konusunda tekel oluşturamazlar. Hatta bu haber kuruluşları, kendi kendilerine ulaşamayacakları bu haberler için istek duyarak enformasyona ve toplumun görgü tanıklığına değer verirler' (Aktaran Allan, 2019:20).

Yurttaş gazeteciliği kavramının üretilmesinde asıl gaye yeni bir gazetecilik türü ortaya koymak bir yana, medya araçlarının toplumsal işlevini gerçekleştirmesini sağlamaya çalışmaktır (Özer, 2012: 24-25). Yurttaş gazeteciliği eski, klasik gazeteciliğin değerlerine dönüşü hedef olarak koymuştur. Uygulama alanı bulabildiğinde gazeteciliğin 'tarafsızlığı' anlamında haberciliğin özelliklerini taşıyan bir model olduğu kabul edilmektedir. Bununla beraber gelişmekte olan yerel medyanın haberin üretimi, haberin niteliklerinin belirlenmesi gibi konularda yol göstericisi olabilmıştır. Özellikle Türkiye gibi ülkelerde yerel medya için ana akım medyadan farklılaştıracak ve onlara güvenilirlik sağlayacak imkânlar sunmuştur (Alankuş, 2013: 121).

Yurttaş gazeteciliğinde haber üretimini liberal medya haber üretiminden ayıran belli başlı bazı özellikleri bulunmaktadır. Bunlardan ilki yurttaş haberciliğinde haber üretim sürecinde mümkün olabildiğince tüm haber kaynaklarına ulaşılmasıdır. Buradaki amaç geleneksel medya da olduğu gibi haberin tek ve kısıtlı kaynaktan değil mümkün olduğunca fazla kaynaktan alıp doğruluğunu artırmaktır. Bunun yanında resmi bir bakış açısıyla değil yurttaşın bakış açısıyla yazılması önemlidir (Duran, 2005: 95-96). Yurttaş gazeteciliği haber üretiminde bir diğer önemli nokta ise kaynakla olan ilişkidir. Yurttaş gazeteciliği

haber üretim süreci yapısı itibariyle araştırmacı-soruşturmacı gazeteciliğe benzer. Yani sadece olağan bir durumun vakanın aktarılmasından ziyade araştırma yapmak ve olumsuz bir durumun giderilmesi için çabalamak gerekir. Dolayısıyla bu haber üretim süreci ve haber kaynaklarıyla olan temas ve ilişki uzun süreli olmalıdır (Duran, 2005: 95-96). Haber üretiminde dikkat edilmesi gereken bir başka nokta ise habere konu olan olumsuz durum ortadan kalkıncaya kadar yurttaş gazetecinin haberi takip etmesi, araştırmaların sürdürülmesidir. Yurttaş gazeteciliği haberlerinde esas; geleneksel basında yer alan gözlem ve sadece haberi aktarmak gibi ilkelerden ziyade, yurttaş tarafında durmak olduğu için, yurttaşlar lehine olumlu bir durum oluşuncaya kadar haberin takip edilmesidir (Duran, 2005: 99). Çünkü yurttaş odaklı haber yaptığınızda yurttaşların görüşlerinin, durumlarının, beklentilerinin yöneticilere iletilmesi ve yöneticilerin sokaktaki insanın ne durumda olduğunu, ne düşündüğünü bilerek karar alması gerekir (Özbilgen, 2013: 317).

Yurttaş medyada haber üretiminin önemine ‘Zapatistalar’ örnek verilebilir. Meksika’da savaşan topraksız köylü grup Zapatistalar’ın yazmış olduğu bültenler, metinler, bilgisayar ağları üzerinden ve korsan radyo yayınları ile gerek ülke içinde gerekse dünya genelinde ses getirmiştir. Öyle ki Meksika hükümeti 1995 yılında Zapatistaların hareketlerini bastırmak için bir müdahaleye kalkışmış, ancak müdahale öncesi Zapatistaların medya üzerinden yaptıkları yayınlarla bu girişim başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Hükümet bu olaydan sonra Zapatistalarla anlaşma yoluna gitmek zorunda kalmıştır (Kejanlıoğlu, 2003: 88).

Yurttaş gazeteciliğinde haberin doğru araçlarla, doğru şekilde üretimi ve üretilen haberin uzun zamanlı takibi ana akım medyadan daha güçlü şekilde yaptırım sağlayabilir. Zapatistaların hareketlerinde olduğu gibi doğru kanallarla ulaştırılan bilgi ve görüntüler iktidar ve medya sahiplerini zora sokabilir, karar almaya zorlayabilir.

1.1.4. Yurttaş Gazeteciliğin Nitelikleri

Türkiye’ye basının girişi ve gelişimi Avrupa basınından çok sonra gerçektelemiştir. Bu durumun sebeplerinden biri sansürün o dönemde uygulanıyor olmasındandır. 11 Kasım 1831’de dönemin ilk gazetesi olan Takvim-i Vakayi yayın hayatına başladığında Avrupa’daki gazetelerdeki çeşitlilik, tiraj ve baskı kalitesi Türkiye’dekine göre çok ileri boyuttadır (Yıldırım, 2016:290). Televizyon gazeteciliği ise çok daha sonra geliştiğinden gazeteciliğin mesleki niteliklerinin oluşması daha çok baslı gazeteler üzerinden ilerlemiştir.

Gazeteciliğin geçmişine bakıldığında modern anlamda mesleğin yaklaşık 100 yıllık bir geçmişi olduğu görülür.

Gazetecilik ilk yıllarda usta-çırak ilişkisiyle sahada öğrenilmiş olsa da sonradan açılan gazetecilik okulları ile mesleğin akademik boyutu da geliştirilmeye çalışılmıştır. Gazetecilik mesleği ile ilgili en çok merak edilen durum ‘Gazeteci olmak için ne yapılmalı, hangi okula gidilmeli?’ sorusudur. Son yıllarda televizyonun magazinsel tarafı ve bu medya aracının insanlar üzerindeki etkisinin de ardından birçok kişi gazeteci olmaya merak sarmıştır. Gazetecilik birçok kişiye çekici gelse de aslında dışarıdan görüldüğü kadar cazip bir meslek olmadığı profesyonel gazeteciler tarafından ifade edilmektedir. Ünlü televizyoncu, gazeteci ve yazar Mete Çubukçu gazetecilik mesleğini şu sözlerle ifade etmektedir:

‘Birçok gazeteci adayı gazeteciliği popüler bir meslek olarak ele almaya başladı. Oysa bu dünya dışarıdan ya da ekranlardan görüldüğü kadar renkli değildir; gazeteciliğin rengi başkadır. Hele popüler olmak, ünlü olmak mesleği hiç değildir. Gazeteciliğin salt bir meslek olmadığı ve bir meslek edinmek için gazeteci olunmayacağı, gazeteciliğe bu gözle bakanların heyecanını çok kısa sürede yitireceğini de söylemek gerekiyor. Gazetecilik bir meslek olmaktan öte, olaylar karşısında gösterilen refleks, heyecan, özgürlük anlayışı, kamuya karşı duyarlılık ve demokrasinin asgari değil tüm kurallarını sindirmektir. Hayat tarzı, hayata bakış, Gazeteci adaylarının böylesi bir temel üzerine kurduğu ya da bu değerler temeli üzerinde yükselen yapının daha sağlam olabileceğini ama bunların da yetmeyeceğini bilmesi gerekir (Çubukçu, 2013:229).

Gazeteciliğin ekonomik boyutu; dönemlere, çalışılan ülkelere, meslek kuruluşlarının yapıları ve gazetecilerin sahip olduğu şartlara göre¹⁰ farklılık gösterebilmektedir. Ancak bu faktörlerin hangisi değişirse değişsin, hükümetlerin tutumları, çalışılan bölgenin teknolojik gelişmişliği ne düzeyde olursa olsun, değişmeyecek olan şartlar vardır. Bu şartlar; habere ulaşmanın yolları ve habercide olması gereken niteliklerdir. Haberleri bir medya kuruluşuna bağlı olmaksızın, her yerden yazabileceğiniz özgür bir duruma sahip olsanız bile sizi haberci olmayan insanlardan ayırabilecek bazı özelliklere sahip olmanız gerekmektedir.

Teknolojinin sağladığı kolaylıklar ve bilgi kaynaklarının artmasından dolayı gazeteciler her yerden çalışabilecek duruma gelmiştir. Ancak teknolojinin sağladığı bu büyük kolaylığın yanında, gazeteciler için getirmiş olduğu sorunlarda vardır. İnternette doğru bilgi kadar yanlış olan bilgi de mevcuttur. Bunun yanında internet, girilen her doğru ve

¹⁰ Gazeteciliğin sahip olduğu şartlarla ifade edilmek istenen şartlar ücret, kıdem, yıpranma, tazminat ve sosyal imkânlardır.

yanlış bilgiyi anında depolamaktadır. Gazeteci, girmiş olduğu yanlış bir bilgiyi bir sonraki gün basılı gazetesinde düzeltse bile internet arşivinde düzeltmesi mümkün olmayabilir. Bununla beraber gazeteci girmiş olduğu yanlış bir bilgi ile başka bir haber okuyucusunu yanlış yönlendirmiş olabilir. Dolayısıyla burada ‘haberi koklamak’, yorumlamak ve insanların ilgi duyacağı şekilde yayınlamak yine ‘habercilik kumaşı’ ile ilgili bir özelliktir (Akad, 2013:272). Haberi oluşturan profesyonel bir gazeteci yerine yurttaş gazeteci bile olsa bu hassasiyetlere sahip olması, mesleğin etik ve kültürel kodlarını iyi yorumlaması gerekmektedir.

ABD ve Avrupa’da birçok bölgede çağdaş medya sistemlerinde yurttaş gazeteciliği kavramı yayılmaktadır. Yurttaş gazeteciliği uygulamada klasik gazeteciliğin genel yanlışlarına ve özelliklerine meydan okuyan bir yapı olarak ortaya çıkmıştır. Bu yanlışları düzeltemese bile, alternatif söylem ve bakış açısı, bağımsız fikirlere yer vermesi gibi özellikleri bakımından önem arz etmektedir. Buna karşın yurttaş gazetecilerin birçoğu genelde eğitim almamış, ücretsiz çalışan ve bir siyasi fikirden beslenen ve bunu yansıtan kişilerden oluşmaktadır. Özellikle Batı medyasında yurttaş gazetecilik yapan kişilerde vatandaşlık ile gazetecilik arasında belirgin çizgiler çizmek giderek zorlaşmaktadır. Gazetecilik mesleğine yeni bir bakış açısı getiren, yeni bir soluk kazandıran bu yeni kavram beraberinde bazı sorunlarında gündeme getirmektedir (Allan, 2019:163).

Yurttaş gazeteciliği, gazetecilik mesleğinde ve kitle iletişimine yeni bir ifade şekli katmış olsa da yurttaş gazeteci mesleğin ihtiyacı olan bazı kurallara dikkat etmesi gerekir. Bu kurallara dikkat etmek yurttaş gazeteciye yasal yaptırım uygulamaktan ziyade mesleki niteliği artırmakta, içeriğini zenginleştirmektedir. Bu kuralların en önemlisi birden fazla kaynaktan haberin doğrulanmasıdır. Yurttaş gazeteciliğinde haber üretimi sırasında yalnızca resmi makamlar ile değil, habere konu olmuş ya da şahit olmuş birçok vatandaşla iletişime geçilmelidir. Bu yaklaşım vatandaşı sadece bilgi veren, görüş bildiren bir kaynak olmaktan çıkarıp yurttaş gazeteciliğinin merkezine alan aktif rol veren bir modele dönüşecektir. Ayrıca yurttaşı sadece bilgilendirmekle yeterli görmeyen, haklı olduğu konularda söz hakkı veren bir yaklaşım oluşturmuştur. Yurttaş gazeteciler bir nevi iktidar ile yurttaşlar arasında ‘’elçi’’ görevini görmektedirler. Yurttaşlara yeterince söz hakkı sağlanabildiğinde okuyucunun/vatandaşın yurttaş gazeteciye olan bağlılığı ve güveni artacak ve yurttaş gazeteciliği hareketine destek verecektir (Duran, 2005: 98- 99). Yurttaş gazeteciliği sayesinde sıradan vatandaş gazetecilerin mesleğini devralır. Yurttaş haberleri

üretimi sırasında vatandaş haberin sadece nesnesi değil, öznesi durumuna da gelmektedir. Bu sayede yurttaşlar manipüle edilmiş tepkisiz, sessiz yığınlar olmaktan çıkıp kendi haklarını savunabilen öznelere olurlar. Haber iletim sürecindeki tek tip iletişim, yurttaşların bu şekilde müdahil olmasıyla etkin, çift yönlü bir iletişime dönüşür. Böylelikle etkin geri bildirim de sağlanmış olur. Yurttaş gazeteciliği aslında egemen kesime karşı bir geri bildirim çabasıdır (Arık, 2013:4).

Profesyonel gazetecilikte gazetecinin uyması beklenen bir başka ilke tarafsızlıktır. Ancak Yurttaş gazetecilikte bu durum biraz farklılık göstermektedir. Yurttaş gazeteci yurttaş olma sorumluluğu ve bilincini harekete geçirmeye yönelik bir eylem olarak görülüyor ve tanımlanıyorsa yurttaş gazetecinin yurttaşlardan yana taraf olması beklenir. Çünkü yurttaşların sesini duyururken aslında bir nevi hak haberciliği yapmaktadır. Buna uygulamada ise ‘haberci sorumluluğun ve haber kaynaklarının genişletilmesi’ denilmektedir. Yurttaş gazetecilikle haberin niteliği de farklılaşmaktadır. Klasik gazetecilikte yerleşmiş bir fikir olan ‘belirli olayların veya olağan dışı anormal durumların haber olabilmesi’ kıstası değişerek, ‘yurttaş ve yurttaşlık haklarını ilgilendiren her şeyin haber olabilmesi’ anlayışı hâkim olmuştur. Ayrıca haberin sadece tek bir yurttaşın gözünden değil farklı yurttaş gazetecilerin gözünden yapılması haberde yurttaşlar arası diyalog kurulmasını sağlamaktadır. Böylece iletişim elit-merkezli, yukarıdan aşağı doğru değil yurttaş merkezli ve aşağıdan yukarı doğru ilerlemektedir (Alankuş, 2013:120).

Yurttaş gazeteciliğinin bir diğer önemli noktası, kavram her ne kadar ana akım gazeteciliğin tekeline bir çözüm olarak doğmuş olsa da ana akım medyanın desteğine de ihtiyaç duymasıdır. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde yurttaş gazeteciliği bu desteğe ihtiyaç duyar. Kamusal yaşamda yurttaş gazeteciliğinin tek başına büyük değişiklikler yapabileceği çok az sayıda örnek bulunmaktadır. Dolayısıyla yurttaş gazeteciliği ve anaakım medya birbirlerini destekleyen ve birbirinden beslenen alanlardır.

Düzenli ve sağlıklı işleyen bir kamusal alan, sürekli etkileşimde olan üç anahtar öğeye ihtiyaç duyar. Bunlar; gazetecilik, yurttaşlar ve toplumsal hareketler, uzmanlar ve siyasetçiler arasında sürdürülen tartışmalardır. Çoğu zaman ana akım medya bir olayı, durumu gündeme getirir, yurttaş tartışmaları ve geri bildirimleri konuya materyal desteği sağlar. Bu desteklerle ana akım konuyu tekrar gündeme yansıtır. Bazı durumlarda ise ana akımın yeterince önemsemediği ve yurttaşlar tarafından ortaya çıkarılan konular ana akım

tarafından gündeme alınır. Her durumda yurttaş gazetecilik profesyonel-ana akım gazeteciliğın desteğini ve etkisini yanına almalıdır (Allan, 2019: 213).

Avustralyalı medya ve iletişim uzmanı Terry Flew'ın ifadesine göre yurttaş gazeteciliğının üç temel unsuru vardır: Açık yayın, kolektif üretim ve içeriğın yaygınlaştırılması.

Yurttaş gazeteciliğı ABD'de Pew Research Center'ın (PEW) destekleriyle ciddi uygulama alanı bulmuştur. PEW'in buradaki amacı yurttaş gazeteciliğın artmasının yanında sivil katılımı sağlamak ve medya kullanıcılarını aktif birer katılımcıya dönüştürmektir. PEW'in yayın direktörü Jan Schaffer yurttaş gazeteciliğının niteliğı ile ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

“Yurttaş gazeteciliğı haber tanımını genişletir. Haber yapma çerçevesini yeniden tarif ederek, okuyucu ilgisini arttırmayla ilgilenir. “Haberde dengelilik” okuyucular lehine yeniden tarif edilir. Yeni bir okuyucu topluluğı oluşturulmaya çalışılır. Okuyucuların gazeteleriyle etkileşim içine girebilecekleri kanallar oluşturularak, gazetecilerle yurttaşları arasındaki mesafeyi kaldırmaya çalışır” (aktaran Cangöz, 2005: 110).

US Pew Research Center çeşitli yıllarda gazetecilik ile ilgili araştırma projeleri oluşturmuştur. 2005 yılında yapılan araştırma serisi gazetecilik ve medya için önemli sonuçlar vermiştir. Bu araştırmalara göre¹¹ insanlar geleneksel haber kaynaklarından uzaklaşmaktadır. Bununla beraber insanların geleneksel medya ile ilgili hoşnutsuzluğı artmakta, ana akım medyaya olan güveni ise azalmaktadır. Halk geleneksel medyanın niteliğine yönelik eleştiriler yapmakta yeni medya araçları ve yurttaş gazeteciliğine olan ilgi ise artmaktadır (Pew Research Center, 2005: 42).

Demokrasi yönünden dünyanın önde gelen ülkelerinde yapılan araştırmalar da aynı sonucu göstermektedir. Küresel bir halkla ilişkiler şirketi olan Edelman, 18 ülkede üniversite mezunu olan, orta sınıf olarak sayılan yetişkinler üzerinde yaptığı medya araştırmasında geleneksel kurumlara ve elit kesime olan güvenin azaldığını, buna karşın yurttaş gazetecilere ve yakın çevremizdeki insanlara olan güvenin arttığı sonucuna ulaşmıştır (Allan, 2019:336).

Yurttaş gazeteciliğı dünyanın birçok bölgesinde kâr amacı gütmeyen medya kuruluşları tarafından farklı şekillerle uygulanmaktadır. Yurttaş gazeteciliğı ile ilgili makalesinde Steve Outing bu gazeteciliğın niteliğinin farklı olduğunu şu cümlelerle açıklamıştır:

¹¹ <https://www.pewresearch.org/staff/pew-research-center-journalism-media-staff/>

"Yurttaş gazetecilik, tüm haber kuruluşları tarafından uygulanabilecek basit bir kavram değildir. Çok sayıda potansiyel değişkeni nedeniyle, yurttaş gazetecilik oldukça karmaşıktır... Katılımcı gazeteciliğin sularına dalmak için kuruluşunuzun bütünüyle yurttaş muhabirliğini kucaklaması gerekir." (aktaran Allan, 2019)

Yurttaş gazeteciliği habere yeni bir değer yeni bir anlayış getirmiştir. CNN tarafından 2008 yılında açılan iReport.com adlı haber sitesi üyeler tarafından yüklenen haberlerden oluşan bir yurttaş gazeteci sitesidir. iReport.com, haberlerinin niteliği ile ilgili şu açıklamada bulunmaktadır:

‘Birçok insan haberleri neyin oluşturduğu hakkında tartışıyor. Fakat gerçekte bunlar, bir yerlerde birilerinin başına gelen şeyler. Bunun haber değeri taşıyıp taşımadığı en çok kimi etkilediğine ve kimin buna karar verdiğine bağlıdır. iReport.com'da, buna karar veren sizsiniz! Bu siteyi kurduk ve paylaşımların, keşiflerin ve size göre hangisinin uygun olduğuna karar vermenin kullanışı ve uygun araçlarıyla donattık. Sizin dünyanızın haberlerini konuşmak ve paylaşmak için burada bulduğunuz araçları kullanın. İster sizin hayatınız ile ilgili videolar ve fotoğraflar olsun, ister uluslararası başlıkları neyin oluşturması gerektiği hakkında sizin görüşleriniz olsun, fark etmez. Hatta ikisinden de biraz olursa, daha iyi olur (Allan, 2019:15).

Neyin haber konusu olabileceği ve neyin haber niteliği taşıdığına dair tartışmalar ana akım medyada tartışıldığı gibi yurttaş gazetecilik çerçevesinde de tartışılmaktadır. 1980’lerden sonraki yıllarda yeni politikaların etkisinden dolayı “toplum üzerinde haz uyandıran ve eğlenmelerine imkân sunan, toplumsal gerilimin azalmasını sağlayan eğlence türü” olarak tanımlanan medyanın işlevlerinden biri, haber içerikleri üzerinde de etkili olmaya başlamıştır. ‘Magazinleşme’ adı verilen bu etki sadece magazin haberlerine değil medyada yer alan içeriğin tamamı üzerinde bir etki yaratmıştır (Dağtaş, 2006: 39). Özellikle yeni medya teknolojilerinin hayatımıza girişiyle birlikte Z kuşağı¹² olarak adlandırılan neslin politika ve siyaset haberlerinden çok magazinsel haberlere ilgi duyduğu görülmüştür. Gazeteci Nurcan Akad haberin niteliği ve haberin magazinleşmesi ilgili şunları söylemektedir:

Magazin çok keyifli bir olay. Ancak magazinden "mankenlerin bacakları" biçimindeki konuları anlamayın, magazin hayatın keyfi. Her şeyin magazini olur. Siyasetin de, sporun da, modanın da, ekonominin de magazini olur. Daha insani, daha hafif, insanları gülümseten konular yani... Her şeyin bayağısı, kötüsü, iyisi olduğu gibi, magazin de abartılmışı, çok kötüsü, sulusu, iyice şirazesinden çıkmış olanı var ama, magazin kendisi hafif bir şey... Ne bileyim ben, Genelkurmay Başkanı'nın karısıyla dans etmesi, o resepsiyon haberinin magazini. Başbakan'ın torunu için magazini. Sporun magazini vardır, ama bu sporun magazini illa ki "futbolcular gittiler, Reina'da eğlendiler" değil. Bir sporcu kalker hayatıyla ilgili bambaşka bir şey anlatır size, oturuyordur Nietzsche okuyordur. Sporun kendi alanı dışında, o alanla ilgili insanları farklı yönleriyle, farklı ilgi alanlarıyla gündeme getirdiğinizde o magazindir. Küçümsenecek

¹² https://tr.wikipedia.org/wiki/Z_Nesli

bir şey de değildir. Aksi takdirde, bunlardan mahrum kalırsak hayatımız çok sıkıcı olur.
(Akad'tan aktaran Dağtaş, 2013)

Sonuç olarak, yurttaş gazeteciliğinin temel niteliklerini şu şekilde sınıflandırılabiliriz:

- Haber anlatısını 5N+1K'nın ötesine taşımak.
- Akredite haber kaynaklarından bağımsız hareket edebilmek.
- Haber kaynaklarını nicel olarak genişletmek.
- Halkı habere dâhil etmek (demokratik açılım anlamında).
- Sadece kent (merkez) odaklı değil çevre kasaba - köy odaklı habercilik.
- Halkın gözü, kulağı ya da sesi olmak yerine, sesini bizzat duyurmasına olanak sağlamak.
- İnsani değerleri ön planda tutan habercilik anlayışını benimsemek: Bölgesel, etnik, dinsel, cinsel vs. ayrımcılığın önüne geçmek.
- Medya ortamlarını halkın sorunlarının tartışılabilirdiği kamusal alanlara dönüştürmek (Cangöz 2008: 137-143).

Yurttaş gazeteciliği gelişmekte olan ve denetimi zor olan bir gazetecilik pratiği olduğundan bazen bu niteliklerin birkaçı, bazen çok azı bazen ise hepsi haberin içerisinde bulunmaktadır. Burada haberin niteliğinin belirleyen aslında yurttaşın sahip olduğu niteliklerdir.

1.1.5. Dünyada Yurttaş Gazeteciliği

Dünyada yurttaş gazeteciliğinin ilk örneği John F. Kennedy'nin uğradığı suikasti amatör kamerasıyla çeken Abraham Zapruder olarak bilinse de¹³ yurttaş gazeteciliğinin çıkış noktası 1988'deki ABD Başkanlığı seçimi olarak kabul edilir. Geleneksel medyada 90'lı yıllardan itibaren birçok medya kuruluşunda yurttaş gazeteciliğinin farklı örneklerine yer verilmiştir. Yurttaş gazeteciliği günümüzde, geleneksel formundan çıkıp internet gazeteciliği şeklini almıştır. İnternet ağlarının gelişmesi, web 2.0 ve web 3.0 teknolojilerinin hayatımıza girmesiyle birlikte yurttaş gazeteciliği pratikleri de tüm dünyada daha fazla yayılma imkanı bulmuştur.

Yurttaş gazetecilerin, dünyanın birçok ülkesinde ana akım medyadan farklı olarak gerçekleri anlatmak ve göstermek amacıyla olduğu iddia edilmektedir. Küresel olarak etki oluşturmuş çoğu yurttaş gazetecilik medyasının dili İngilizcedir ve farklı yaklaşımlara sahiptirler. Alex Bruns'ün de ifade ettiği gibi bazı yurttaş gazeteciler kendi açmış oldukları

¹³ <https://www.birgun.net/haber/prof-dr-suleyman-irvan-tanik-haberciligi-tehdit-degil-firsat-218224>

bloglarda ve sosyal medya hesaplarında haberleri tek bir bakış açısıyla aktarırken bazıları ise büyük haber sitelerinde düzenli muhabir olarak görev almaktadırlar (Allan, 2019: 126).

Yurttaş gazeteciliğinin uygulama alanının oluşabilmesi için ülkedeki demokratik ortamın yapısı önem arz etmektedir. Bu nedenle yurttaş gazeteciliği farklı demokrasilerde farklı şekillerde uygulama imkanı bulabilmektedir. Yurttaş gazeteciliğinin çeşitlerini daha iyi anlayabilmek için dünyada uygulanmış farklı pratiklerine bakmak fayda sağlayacaktır. Amerika, Güney Kore, Hindistan, Irak, Çin, Antarktika yurttaş gazeteciliğinin farklı modellerinin uygulandığı ülkelerden bazılarıdır.

Barack Obama, Bittergate Skandalı Ve Unutulan Yurttaş Gazeteci

Yurttaş gazeteciliğinin ilk uygulamaları sahip olduğu sosyolojik, siyasi ve ekonomik yapısı, bunların yanında basın uğradığı değişim ve güven kaybından dolayı Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmıştır. 1988'de ABD başkanlık seçimlerindeki medya sunumları ve yurttaşların seçime katılım oranının fazlaca düşük olması sosyal bilim insanlarını düşünmeye yönlendirirken diğer taraftan gazetecilik anlamında yeni uygulama arayışlarına yöneltmiştir (Uzun, 2006:635). Amerikan medyası yurttaş gazeteciliğinin ilk pratiklerinin uygulanması sonrasında yıllar geçtikçe bu konuda deneyim kazanmış ve farklı alanlarda uygulamaya koymuştur.

Yurttaş gazeteciliğinin ana akım medya karşısında öne geçtiği ve haber atlattığı çok fazla olay örneği bulunmaktadır. Bunun yanında Amerikan medyası her seçim döneminde gazetecilik konusunda zor dönemler geçirmektedir. Bunlara bir örnek de 2008 yılında Barack Obama'nın yaşamış olduğu siyasi kriz durumudur. Demokratların başkanlık adayı için yarıştığı 2008 Nisan ayında Obama, basının kabul edilmediği sadece vatandaşların olduğu bir toplantıda kampanya destekçileriyle buluşmuştur. Obama bu toplantılarda kendisine sorulan sorular karşısında işçi sınıfını sakın ve dürüstçe tarif etmiştir. Çünkü toplantılarda gazeteciler bulunmamakta ve kalabalık sadece hayranlarından oluşmaktadır. Ancak toplantılarda gözden kaçırılan bir isim vardır. Bu isim aynı zamanda OffThe Bus.net¹⁴ blogcusu da olan Mayhill Fowler'dır (Allan, 2019: 276).

¹⁴ OffThe Bus.net sitesi, Huffington Post sitesinin kurucusu olan Arianna Huffington ve gazetecilik profesörü ve aynı zamanda yurttaş gazeteciliğinin ilk tanımlayıcılarından Jay Rosen tarafından, "yurttaş gazetecilik" üzerine deneysel bir çalışma olarak kurulmuştur.

Obama tarafından kullanılan kelimeler, sadece dört gündür bloğunda yurttaş gazetecilik yapan Fowler tarafından haber yapılmış ve Obama'nın kampanyasını ciddi olarak zorlaştıran siyasi bir gündem yaratmıştır. Fowler, The New York Times muhabiri Katharine Q. Seel ile yapmış olduğu röportajda bu tecrübesine ilişkin "61 yaşındayım ve medya dünyasını değiştiren kişilerden biri olduğuma inanmıyorum" demiştir (Seelye'den aktaran Allan, 2019). Obama, tüm olumsuz bu sürece rağmen, bu olumsuz kampanyada başarı sağlamış ve Amerika Birleşik Devletleri'nin ilk Afro-Amerikalı başkanı olmuştur. Fakat ismiyle anıldığı "Bittergate vakası"¹⁵, kampanyayı sıkıntılı bir hale getiren ve gazeteciliğin yeniden sorgulanmasına neden olan bir olay olarak tarihte yerini almıştır. (Allan, 2019: 276)

Güney Kore'nin En Başarılı Haber Platformu: OhMynews

Yurttaş gazeteciliğinin en güzel örneklerinden birisi Güney Kore'de uygulama pratiği bulmuştur. Bu hareket, ülkede son yıllarda artan sermaye odaklı gazeteciliğinin karşısında sivil katılımdan oluşan yeni bir gazetecilik deneyiminin oluşmasını sağlamıştır. Bu yeni yapılanmada geleneksel medyadan farklı olarak haber üretim süreçlerine katılımı sağlayan ve yurttaşları üretici haline getiren bir yenilikçi model ortaya çıkmıştır. OhMynews.com sitesi yurttaşların 'bilme hakkı' olan pasif özgürlüğünü ve 'ifade hakkı' olan aktif özgürlüğünü bir araya getiren güzel bir örnektir. Site, 2000 yılında 'halkın haber kaynağı' mottosu ile yayına başlamıştır. Çok zaman geçmeden 2002 yılında bu iddiasını seçimler yoluyla da kanıtlayabilmiş, ana akım medyanın desteklediği aday yerine OhmyNews'in desteklediği Roh Moo-hyun seçimi kazanmıştır. Bu yurttaş gazetecilik platformu sonraki yıllarda giderek büyümüş ve Güney Kore'de en çok okuyucusu olan internet gazetesi haline gelmiştir. Birçok araştırmada da OhMynews'in ülkenin en etkili haber mecrası olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Allan, 2019:191).

OhmyNews sitesi, yurttaş gazetecilik çerçevesinde yenilikçi bir model olarak kurulmuş ve bu gazetecilik türünün sosyo-politik etkisini göstermekte başarılı olmuştur. Teknolojinin ve internet kullanım alışkanlıklarının fazla olduğu Güney Kore'de, 2000 yılında 4 uzman muhabir, 727 yurttaş muhabir ile kurulan OhmyNews, bir yıllık zaman içerisinde günlük 160-200 makale yayınlayabilen 30.000 yurttaş muhabiri bulunan bir mecra haline gelmiştir. Sitenin haber muhabirliğine yaklaşımı da çok etkilidir. Örneğin bir yurttaş

¹⁵ https://www.huffpost.com/entry/bittergate-the-untold-sto_b_346342

gazeteci tarafından yapılan, 2002 Haziran ayında Kuzey Kore sınırına yakın bölgede ABD amblemleri bir aracın iki kız öğrenciyi çarpıp ölümlerine neden olmasına ilişkin haber tüm ülkede büyük ses getirmiş ve kaza ile ilgili yoğun tartışmalar yaşanmıştır. Haber, diğer ulusal basın organlarına ve web sitelerine yansımış, vatandaşların sistematik olarak organize olmasını ve günler süren Amerika karşıtı kampanyaların ve eylemlerin düzenlenmesini sağlamıştır (Allan, 2019: 195).

"Ben Bunu Asla İstemedim"

Hindistan, gazetecilik kültürünün en fazla değişim gösterdiği ülkelerden birisi olarak gösterilebilir. 80 ve 90'lı yıllara kadar Hindistan'da yabancı dilde yayın yapan özellikle İngilizce gazeteler yaygındır. Bu gazeteler çoğunlukla ulusal meseleleri haber yapmakta ve tiraj, teknoloji gibi kavramlar bakımından egemen durumdadır. Ancak zamanla Hintçe gazeteler gerek ulusal gerekse yerel basın anlamında büyük bir ivme kazanmıştır.¹⁶

Hindistan'da asıl sorun birçok konuda yaygın olan cinsiyetçi ayrımın gazeteciliğe de yansımaları olarak görülmektedir. Gazeteler hem haber üretimi aşamasında hem de üretilen içerik anlamında erkek egemen bir yapıya sahiptir. Bu, haberlerdeki söylemede yansımaktadır. Aslında Hint kültürü ve mitlerinde kadınların özel bir yeri vardır ve ayrıcalıklı bir statüye sahiptir. Ancak günlük hayat içerisinde kadınlar erkek egemen bu toplumda 'zevk ve eğlence aracı' olarak görülmeye başlamıştır. Bunun yanında kadınlar evde, aile içinde şiddet, sokakta ise tacizle karşı karşıya kalmaya başlamıştır. Yeni Delhi'de sokaklarda ve toplu taşıma araçlarında elle tacize varan cinsel saldırılara maruz kalan kadınlar 'Blank Noise' (Boş ses) isimli bir proje ile bu tacizleri ve tacizcileri kaydetmeye başlamıştır. Proje kapsamında şehrin en önemli kamusal alanlarında kayıtlar yapıldı ve blogculardan deneyimlerinin paylaşılması istenmiştir. Proje 2005 yılında başlamış ve ilk 10 gün içerisinde 300 blogcunun dâhil olduğu proje büyük ses getirmiştir. Projenin ana akım medyada yer almasından sonra ülkenin her yerinden birçok kadın Blank Noise projesine dâhil olmak istemiştir. Yerelde başlayan bu proje hem ulusal hem de uluslararası medyanın gündemine gelmiştir. Proje daha da büyüyerek 'Ben bunu asla istemedim' adlı bir kampanyaya dönüşmüştür. Sonuç olarak Hindistan'daki kadınlar ilk defa bir blog sayesinde düşüncelerini dile getirmeye başlamıştır. Toplanan kayıtlarda giyilen her kıyafet kampanya için bir referanstır ve kadınlar ister dupatta'lar ve sari'ler,

¹⁶ <https://m.bianet.org/biamag/medya/154904-hintli-gazeteciler-uzerine-antropolojik-bir-analiz>

isterse mini etek veya jean giysin tacize uğramaktadır. Kıyafetleri ve davranışları nasıl olursa olsun kadınlar, 'istemek' fikrini tamamen reddetmektedir. Bu blog sayesinde kadınlardan ve erkeklerden gelen yoğun geri dönüşler ve katılım sayesinde, ana akım medya mecralarının ilk başta gündeme getirmeyi başaramadığı "laf atma ve taciz" konusu yurttaş gazetecilerin yaptığı haberlerle gündem olmuştur.

Bir buçuk milyara yakın nüfusu olan ve demokratik seçimlerde 900 milyon kişinin oy kullandığı Hindistan'da, bu şekilde yetkiler vererek halkı motive etmek önemli bir girişim olarak görülmektedir. Hindistan Times editörü Prasun Sonwalkar bu yeni gazetecilik biçiminin halk için önem arz eden yoksulluk, acı, şiddet gibi sosyal sorunlarda siyasi bir görev üstlendiğini belirtmiştir. Ayrıca kadınların 'ikinci sınıf vatandaş' olarak görüldüğü aile içi şiddetin ve toplumsal baskının arttığı bu toplumda ana akım medyanın hiç yer veremediği toplumsal meselelere yer verebilmiştir. Yani yurttaş gazetecilik zamanla önemli bir güç halini almıştır (Allan, 2019: 25).

Irak'ta Yükselen Değer: Savaş Blogculuğu

Savaş ve operasyon bölgeleri açısından bakıldığında medyanın halk üzerindeki etkisi açıkça görülmektedir. Medya savaşın öncesinde ve sonrasında etkin ve belirleyici bir unsurdur. İnsanlar savaş bölgelerinden detaylı ve güncel haber almak, bilgi sahibi olmak ister. Bu durum medyanın savaş bölgelerinde aktif bir şekilde kullanımını önemli hale getirmiştir. Savaş muhabirliği, iliştilenmiş gazetecilik gibi isimlerle önceden beri yapılmış olsa da son yıllarda teknolojinin geçirdiği hızlı değişimle birlikte etkisini artırmıştır

Ortadoğu coğrafyası çağlar boyunca medeniyetlerin doğduğu bölge olduğu kadar çatışmaların, anlaşmazlıkların ve savaşların da eksik olmadığı bir alandır. Özellikle I. Dünya Savaşı sonrasında küresel güçlerin dikkatini çeken bu coğrafyanın günümüze kadar yaşadığı hemen hemen tüm olaylarda sadece bölgesel güçlerin değil, daha yoğun olarak küresel güçlerin de olayların başlangıcı, gelişimi ve sonuçlanması üzerinde etkin olduğunu söylemek zor olmayacaktır (Yılmaz, 2019:11). Bundan dolayı savaş muhabirliğinin en çok uygulandığı bölgelerden birisi Ortadoğu'dur. Son yıllarda bölgede gerçekleşen sınır ötesi operasyonlar ve bölgesel çatışmalar düşünüldüğünde en fazla haberi üreten ve ileten savaş muhabirleridir. Ancak savaş muhabirliğinin yanında bölgelerden haber ve içerik üreten yurttaş gazeteciler de vardır. Bunun en bilinen örneği Tami Silicio vakasıdır. 2004 yılında, Tami Silicio adlı bir kargo görevlisi çalışanın ABD askerlerine ait bayrağa sarılı

tabutların Irak'ta kargo uçağına yüklenirken çekilen fotoğraflarını bir arkadaşına göndermesiyle olay medyada gündem olmuştur. Çekilen fotoğraflardan bir tanesi Seattle Times'ın ilk sayfasında "Cephede düşenlerin onuruna son görev" başlığıyla yayına girmiştir. Ardından TheMemoryHole.org adlı kuruluş Bilgi Edinme Özgürlüğü Yasası (*Freedom of Information Act*) çerçevesinde elde ettiği benzer birçok fotoğrafı yayınlamış ve ardından Irak'ta bulunan Ebu Gireyb adlı cezaevinden taciz ve işkenceyi gösteren fotoğraflar gelmeye başlamıştır (Uzun, 2006:13). Politikacı Mike Dunleavy'ye göre, Amerikan askerlerinin çıplak Iraklı askerlerin önünde poz verirken çekilmiş fotoğrafları bir bakıma karşı koyma hakkını ve demokrasinin zaferini göstermektedir. Iraklı esirlerin fotoğraflarını saklamak yerine onları medya ile paylaşmak demokratik hakların ve yurttaşlık değerlerinin hala yaşadığının bir göstergesi olarak görülmektedir (Uzun, 2006:13).

Ortadoğu'da yaşanan ve Irak özelinde de devam eden bu küresel operasyonlar ve savaş durumu daha çok yurttaş muhabirin bu haberlere odaklanmasına ve bunun sonucunda daha fazla blog sitesinin açılmasına neden olmuştur. Önceden özgün savaş bloglarının birçoğu yurtdışından gelen uzmanlar tarafından yazılırken bu konuda bir değişim yaşanmış ve bu bloglar artık Iraklı vatandaşlar tarafından yazılmaya başlanmıştır. Bu blogların sayısı gün geçtikçe gözle görülür şekilde artmıştır. Bu bloglar içinde Celine Dion hayranı 24 yaşında bir diş hekimi olan; *Baghdad Dentist* (Bağdatın Diş doktoru), ülkede lezbiyen, gay biseksüel ve transseksüel bireyler için hazırlanmış olan; *LGBTQ Iraq* ve Ateizmi anlatmak için kurulmuş olan *Atheeri-raqi* gibi blog sayfaları bulunmaktadır. Bloglar temelde Iraklılar tarafından yazılsa da kullanılan dilin uluslararası olması hedef kitlenin genişlemesi anlamına gelmektedir. Irak'ta 2008 yılında kurulan blogların dillerine bakıldığında % 77 İngilizce, %13 Arapça kalanların ise hem İngilizce hem Arapça olduğu görülmektedir. Yani yurttaş gazeteciler olarak İngilizce bir blog yazarsanız küresel anlamda dikkat çekmeniz daha kolay ve hızlı olacaktır (Allan, 2019:54).

Amerikan Dışişleri Savaş Bakanlığı Farsça, Urduca ve Arapça dillerinde yazılmış blogları sıkı bir şekilde takip etmektedir. The Digital Outreach Team (Dijital Destek Ekibi) adı verilen bir ekip yaptıkları çalışmalarda ABD politikalarını destekleyen bloglara yardım etmekte, ABD karşıtı blogları eleştiren paylaşımlar yapmaktadır. ABD Dışişleri bakanlığı senatoda böyle zorlu bir çalışmayı yapan tek hükümet olduğunu açıklamıştır (Allan, 2019: 61). Bu şekilde geniş çaplı bir araştırma ve izleme yurttaş gazeteciliğın küresel anlamında

önemini bir kez daha ortaya koyarken bu kavramın üzerindeki baskıyı da bir kat daha artırmaktadır.

Çin’de Yurttaş Gazeteciliği

Gazetecilik yapmanın zor olduğu ülkelerden bir tanesi profesyonel medyanın devlet tarafından sıkı bir şekilde kontrol edildiği Çin’dir. Çin’de baskı ve sansür profesyonel meslek olarak gazeteciliği seçenler için normal bir durum haline gelmiştir. Çin’in resmi medya kurumlarından *Xinhua*’nın editörü konumunda bulunan Luo Jun, bir açıklamasında ülkedeki medya sansürünü şu sözlerle ifade etmiştir: “Neyi raporlaştırdığımız hakkında hepimizin bir sorumluluğu vardır. Eğer bu raporlama sansürcülük olarak kabul görmekteyse, bence bu iyi bir sansürdür.”¹⁷

Çin’de mevcut sansür sistemine rağmen yurttaş gazetecilik pratikleri de görülmektedir. Ancak bu pratikler daha çok web üzerinden bireysel blog sayfaları ya da forum siteleri yoluyla gerçekleştirilmektedir. Çin’de 2000’li yıllarda ilk yurttaş gazetecilik deneyimleri cep telefonlarındaki kısa mesajlar (SMS) ile başlamış, özellikle 2003 yılında SARS salgını sırasında geleneksel basının da ciddi dikkatini çekmiştir (Allan, 2019:135).

Çin İnternet Ağı Bilgi Merkezi’nin (CNNIC) 28 Şubat 2019’da açıkladığı ‘İnternetin Gelişim Raporu’na göre, Çin’de internet kullanan insan sayısının 829 milyonu aştığı, toplam ülke nüfusunda internet kullanım alışkanlığı oranının ise %60’a yaklaştığı belirtilmiştir. Aynı raporda, 2018 yılında en çok kullanılan uygulamaları anlık haberleşme uygulamaları olarak açıklanmıştır.¹⁸ İnternet kullanımının kapatılmadığı ancak sınırlandırıldığı ülkede yurttaş gazeteciliği pratikleri de yine internet mecraları üzerinden yürütülmektedir. ‘*Tianya Club*’ internet sitesi Çin’in en büyük ulusal internet topluluğudur.¹⁹ Çin’deki yaklaşık 900 milyon internet kullanıcısının yaklaşık 143 milyonu²⁰ bu site ve uygulamalarını kullanmaktadır. Sitenin bu kadar fazla kullanıcı tarafından kullanılması ve ziyaret edilmesinin nedeni haberler ve özgün içerik girişi konusunda liberal düşüncelere fırsat tanınması olarak gösterilmektedir. Tianya sitesi haricinde, 40.000 tarayıcısı bulunan Mop (mop.com), Cat898 (cat898.com) gibi ulusal

¹⁷ <https://medyascope.tv/2018/12/11/cinin-medya-plani-medya-kuruluslarini-satin-alip-cinin-hikayesini-anlatmalari-icin-gazetecileri-egitiyor/>

¹⁸ <http://turkish.cri.cn/1781/2019/03/04/1s196446.htm>

¹⁹ <https://www.alexa.com/>

²⁰ <http://www.tianya.cn/>

siteler bulunmaktadır. Ulusal sitelerin yanında, sayısız bölgesel ve yerel topluluk sitesi bulunmaktadır (Allan, 2019:135).

Bu forumlarda ve haber sitelerinde kayıtlı kullanıcılar, kendi blog sayfalarını oluşturabilmekte ya da sitelerin bülten sayfalarında paylaşım yapabilmektedir. Bu siteler ve forum sayfaları her ne kadar yurttaş haberciliği için gerekli platformu sağlasalar da tam olarak bu gazetecilik kavramına hizmet ettikleri söylenemez. Çünkü bu sitelerde yurttaşlar profesyonellerin koymuş olduğu kurallar ve çevrelere göre yayın yapmaktadırlar (Allan, 2019:135). Dolayısıyla Çin’de tam olarak özgür bir yurttaş gazeteciliğinde söz etmek çok mümkün değildir.

Bu çalışmanın yapıldığı sıralarda küresel bir sorun olarak dünyayı tehdit eden Korona (Covid-19) virüsü Çin’de medyanın nasıl bir kontrol ve sansüre uğradığını bir kez daha göstermiştir. Profesyonel habercilerin doğrudan, yurttaş gazetecilerin ise dolaylı olarak kontrol altında tutulduğu ülkede salgın haberleri ile ilgili çok sınırlı bir haber akışı sağlanabilmiştir. Çin Sosyal Bakanlığı tarafından koordine edilen “Altın Kalkan Projesi” ya da halk arasında Çin Seddi’nden esinlenerek “Çin Güvenlik Seddi” denilen uygulamada görev yapan “Sansür Polisleri”nin haber akışını engellediği belirtilmiştir.²¹

Ülkede ilk olarak salgını dünyaya duyurmaya çalışırken hayatını kaybeden isim olan Li Venliang’ın haberleşmesi engellenmiş, daha sonra Korona salgınının perde arkasında yaşananları dünyaya duyurmaya çalışan gazeteci Chen Qiushi’den haber alınamamıştır. Chen, virüsün yayılmaması amacıyla şehre tüm giriş ve çıkışların yasaklanması kararından bir gün sonra, Pekin’den Wuhan’a gitmiş, tren istasyonundan yaptığı video yayınında şunları söylemiştir:²²

"Bir yurttaş gazetecisi olduğumu söylemişim. Bir felaket yaşandığında ön cepheye gitmezsem nasıl bir gazeteci olurum? Burada olduğum süre boyunca söylenti yaymayacağıma söz veriyorum. Korkuya veya paniğe sebep olmayacağım ama gerçekleri de gizlemeyeceğim. Kameramı, Wuhan’da salgının yayılmasını engelleme çabalarında gerçekten ne yaşandığına tanık olmak ve bunu belgelemek için kullanacağım. Wuhan halkının sesini dış dünyaya duyurmak istiyorum"

Çin’de yaşanan sınırlı haber akışı, yurttaş gazetecilik için uygun bir zemin olsa da bu gazetecilik için uygulama alanının daraltılmış olduğunu göstermektedir.

²¹<https://journocom.tr/coronavirus-haberler>

²²<https://www.gazetedemokrat.com/arkamda-cin-polisi-var-diyen-isim-gunlerdir-kayip-ailesinden-olay-iddia/85993/>

Antartika'da Yurttaş Gazeteci Olmak

Fiziksel olarak çalışmanın en zor olduğu bölgelerden bir tanesi Antartika'dır. Antarktika, Güney Yarımküre'nin en güney kısmında bulunan ve içinde ülke bulunmayan tek kıtadır. Dünyanın en kurak yeri olarak bilinen kıtanın bazı kesimlerine iki milyon sene yağmur yağmamıştır. Bölgede ortalama sıcaklık yaz aylarında -20 °C'dir ve bu, fırtınalar estiği zamanlarda -70 °C'ye kadar düşebilmektedir.²³

İklimin ve doğa koşullarının bu kadar zor olduğu bir bölgede çalışmak tüm meslekler gibi gazetecilik içinde sorunludur. Gazetecilik yapabileceğiniz medya kuruluşlarının sayısı az olmakla birlikte, üretilen haberlerin tek tipleşmesinin önüne geçilemez. Yurttaş gazeteciliği kavramı burada uygulama alanı bulmuş ve harekete geçirilebilmiştir. Antartika'da yaşayan bilim insanları için bir blog sayfası açılarak onların yurttaş gazeteci olması sağlanmıştır. Bilim insanları özellikle ana akım medyada yer alan küresel ısınma, iklim değişikliği gibi konularda yanlış bilgi aktarımının önüne geçmiş ve ilk ağızdan bilgi vererek kamuoyunu bilgilendirmiştir. İnternetin de desteğiyle yurttaş gazeteciliğin bu şekilde üretimi Antartikalı bilim adamlarını gazeteci olarak yeniden tanımlamış ve tüm dünya ile bağlantıya geçmelerini sağlamıştır. Blogda yer alan sorulara cevaplar vermeleri yoluyla sağlanan diyalog, eğitilmiş insanlar tarafından bölgeden nitelikli veri sağlanmasına sebep olmuştur. Böylece hayatta kalmanın hatta ayakta durmanın bile zor olduğu bölgede buz üstünde gazetecilik yapma pratiği de sağlanmıştır (Allan, 2019:148). Antarktika yurttaş gazeteciliğinin sahadan örneklerinin verilebilmesi adına marjinal ama gerçekçi bir örnektir. Bu örnek haber alış verişinin ve iletişimin olduğu her yerde yurttaş gazeteciliğinin yapılabileceğini göstermektedir.

Arap Dünyasında Yurttaş Gazeteciliği

Arap dünyasında gazeteciliğin önem kazanması 2010 yılında başlayan ve Arap Baharı olarak adlandırılan olaylar sırasında olmuştur.²⁴ Merkez ofisi Paris'te bulunan Sınır Tanımayan Gazeteciler (RSF) örgütü²⁵, 2011 yılı içerisinde dünyada toplam 66 gazetecinin

²³ <https://tr.wikipedia.org/wiki/Antarktika>

²⁴ 2010 yılında Arap Dünyasında başlayan ve etkisi günümüzde de süren, halk hareketlerine Arap Baharı adı verilmiştir. Arap Baharı adlı halk hareketleri Arap halklarının özgürlük ve insan hakları, demokrasitaleplerinden ortaya çıkmış toplumsal ve siyasi hareketlerdir

²⁵ Sınır Tanımayan Gazeteciler, basın özgürlüğünü savunan, Paris kökenli uluslararası bir sivil toplum kuruluşudur.

öldürüldüğünü, aynı açıklamada bu gazetecilerin çoğunun Arap Baharı'nın yaşandığı ülkelerde, Pakistan'da ve Meksika'da öldürüldüğünü bildirmiştir.²⁶

Hermida, Lewis ve Zamith tarafından hazırlanan, Arap Baharı sırasında gerçekleştirilen sanal ortam gazeteciliğini haber kaynağı üzerinden sorgulamış oldukları çalışmalarında (2014), içeriklerin yayınında elit olmayan kaynakların elit kaynaklara göre daha büyük bir temsile sahip olduğu sonucuna varmışlardır. Yani olaylar sırasında insanlar ana akım ve geleneksel medya araçlarından çok, yurttaş gazetecilerden ve sosyal medya üzerinden yayın yapan yerel halktan bilgi almayı tercih etmiştir. Mısır, Ürdün, Tunus, Cezayir, Suriye, Libya, Yemen ve Bahreyn gibi ülkelerde yaşanan Arap Baharı olayları sırasında haberler tüm dünyaya geleneksel kitle iletişim araçları ve sosyal medya mecraları vasıtasıyla ulaştırılmıştır. Halkın göstermiş olduğu direnişler ve tepkiler televizyonlarda, gazetelerde yani geleneksel medya üzerinde gösterilememiş ve sansüre uğramıştır. Ancak internet yapısı itibarıyla daha özgür bir ortam sunabildiği için kullanıcılar sosyal platformlar sayesinde haberleri takip edebilmiş, haber üretebilmiş ve yorum yapabilmiştir (Kırık, 2012: 88).

Yurttaş gazeteciliği, Arap dünyasında halkın katılımını sağlama konusunda önemli bir görev üstlenmektedir. Bu ülkelerin birçoğunda ana akım gazetecilik devlet sansürüne maruz kalmakta, gazeteciler eleştirileri yüzünden hapis cezası almakta hatta çoğu zaman öldürülebilmektedir. Bunun yanında Filistin gibi çatışmaların rutin olarak yaşandığı ülkelerde ise sıradan insanlar gazetecilerin rolünü üstlenerek olayların akışına müdahale edebilmektedir. Bu bağlamda Filistin, yurttaş gazeteciliğinin Ortadoğu'daki mefhumunu değiştirmiştir (Allan, 2019: 130). Sosyal medya ve yurttaş gazeteciliği bu süreçlerde onlarca yıl hüküm süren ideolojilerin ve yönetimlerin karşısında durabilmiş ve yurttaşların sesinin duyurulmasında etkili olmuştur. Ancak bunun yanında doğruluğu ve kesinliği belli olmayan bilgi akışının da doğmasına zemin hazırlamıştır. Suriye'de yaşanan örnekte; cesaretiyle dikkat çeken genç bir kadın yazmış olduğu yazılarla Beşar Esad yönetimine muhalif söylemlerde bulunmuş ve bu meydan okumalarını internet üzerinden tüm dünyaya duyurmuştur. 25 yaşında olduğu bilinen Emine Abdullah Araf El Ömer, yaşamını devrime adanmış ve "Şam'da Eşcinsel Kız" isimli blogundaki yazıları büyük ilgiyle okunmuştur. Ancak çok vakit geçmeden olayın doğru olmadığı ve blog yazarının Amerika'lı 40 yaşında Tom McMaster isimli bir vatandaş olduğu ortaya çıkmıştır.

²⁶ <http://www.aljazeera.com.tr/haber/arap-baharinda-gazeteciler-vuruldu>

Amacının sadece dikkat çekmek olduğunu söyleyen McMaster yaptığı işi şu şekilde açıklamıştır:

“Blogla ilgili medyada yer alan ilk haberleri okuduğumda, bu çok hoşuma gitti ve kendimden çok etkilendim. Bir şeyler yazmıştım ve bunlar basında yer almıştı. Aslında kurgu olan şeyler, insanlar tarafından gerçekmiş gibi algılanıyordu.”²⁷

Tüm dünyada toplumun yurttaş haberciliği ve sosyal medya sayesinde duyduğu haberlerden bazıları şu şekildedir: Hudson nehrine düşen uçak (*Twitter*), Bahreyn’de protestocuların öldürülmesi (*YouTube*), Mısır’daki İsyân (*Facebook üzerinden*), Whitney Houston’un ölümü (*Twitter*), İngiliz Kraliyet düğününün ilanı (*Twitter*), Usame bin Ladin’in saklandığı eve baskın (*Twitter*) (Saka, 2012:4). Bu örnekler, yurttaş gazeteciliğinin geleneksel medya mecralarına desteği ile gündem oluşturmuş haberlerdir

Örnekler incelendiğinde tüm dünyada yurttaş gazeteciliğinin uygulanma amacı aynı, ancak uygulanma şekilleri farklılık göstermektedir. Bu, gazetecilik pratiğinin uygulandığı ülkenin sosyo-ekonomik ve kültürel durumuna göre değişiklik gösterebilmektedir. Bunun yanında ülkenin sahip olduğu demokratik yapı da uygulamada farklılıklara neden olabilmektedir.

1.1.6. Türkiye’de Yurttaş Gazeteciliği

Dünya’da sosyal medya kullanım istatistiklerini belirleyen *Wearesocial* adlı site Türkiye’nin 2020 yılı internet kullanım istatistiklerine ilişkin de detaylı bir rapor yayınlamıştır. Sosyal medya kullanıcılarının kullanım alışkanlıklarının detaylı olarak verildiği rapor teknoloji uzmanları ve yorumcular için büyük önem arz etmektedir. Raporun içeriğine göre Türkiye’de bulunan 16-64 yaş arasındaki kullanıcıların internet kullanım oranı günlük 7 saat 29 dakika olarak belirtilmiştir. 16-64 yaş arası kullanıcıların mobil internet kullanma süreleri ise günlük 4 saat olarak görülmektedir.²⁸ Rapordaki bilgilere göre, Türkiye internet kullanım süreleri anlamında dünya ortalamasının üzerinde bir süreye sahiptir. Yurttaş habercilik anlamında, Türkiye’de en çok kullanılan sosyal platformların başında Twitter gelmektedir.

Birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de yaşanan felaketlerde, sosyal sorumluk hareketlerinde, eylemlerde ve terör saldırılarında, haberlerin en hızlı takip edildiği mecraların başında Twitter platformu gelmektedir. Habercilik için büyük bir önem arz

²⁷ <https://www.dw.com/tr/sosyal-medyan%C4%B1n-arap-bahar%C4%B1ndaki-rol%C3%BC/a-15175703>

²⁸ <https://webrazzi.com/2020/02/03/we-are-social-digital-2020-raporunda-turkiye-ozelinde-one-cikanlar/>

eden bu sosyal paylaşım sitesi önceden olduğu gibi bundan sonra da yurttaş gazeteciliği için gerekli zemini oluşturmaya devam edecektir (Arık, 2013:285).

Son yıllarda Türkiye’de yaşanmış olan Van depremi, Gezi Parkı olayları, Reyhanlı Faciası, Zeytin Dalı Harekâtı, Galatasaray Üniversitesi yangını gibi pek çok haberi vatandaşlar Twitter üzerinden öğrenmiş ve bu olaylara ilişkin gelişmeleri bu sosyal medya ağı üzerinden anlık olarak takip etmiştir. Bu ve benzeri olaylarda Twitter geleneksel medyaya göre çok daha hızlı haberleri verebilmiş hatta gazetecilik tecrübesi bulunmayan yurttaşlar olaylar sırasında kaynak ve olayların ileteni olarak görev almıştır. 140 karakterle hızlıca özetlenen olaylar saniyeler içinde kullanıcılara ulaşmış ve halkın olaylar karşısındaki merakı yanıtlanmıştır (Arık, 2013: 283).

Twitter’ın 140 karakterlik bu hızlı haber anlayışını merkeze alarak kurulan *140 Journous* isimli topluluk da yurttaş gazeteciliğın en önemli örneklerindendir. İsmindeki 140 kelimesi Twitter’ın 140 karakterde mesaj iletme anlayışına, *journous* kelimesi ise İngilizce *journo*²⁹ ‘gazeteci-muhabir’ kelimesine karşılık gelmektedir. Ana akım medyanın kontrollü habercilik anlayışı karşısında tarafsız habercilik anlayışıyla kurulmuş olan 140 *journous* kendi web sitesi, Facebook, Twitter ve Whatsapp üzerinden takipçilerine hızlı ve tarafsız haber içeriği sunmaktadır. Olay yerlerinden röportajlar, videolar, fotoğraflar sunan haber ağı, içeriklerin büyük çoğunluğunu yine gönüllü çalışan yurttaş gazetecilerden sağlamaktadır.

Twitter ve 140 *journous* gibi yurttaş gazetecilik merkezli çalışan diğeri bir oluşum ise *BİANET*³⁰’tir. Oluşum, Bağımsız İletişim Ağı (BİA) adıyla düzenlemiş olduğu yerel medya ve dijital medya eğitim çalışmaları ile yurttaş gazetecilerin yetişmesine destek vermektedir. Bu sayede medyada oluşan tek sesliliğe karşı sivil toplumun sesini duyurabilmesi için yerel medyanın güçlenmesini hedeflemektedir.³⁰

2014 yılında yayına başlayan *Dokuz8haber* sitesi yurttaş haberciliğın özelliklerini sağlayarak kurulmuş bir başka haber sitesidir. Sitenin kuruluşunu hazırlayan nedenlerden bir tanesi ana akım medyaya tepki olarak kurulmuş olmasıdır. Site kuruluş misyonunu yurttaş haberciliğın dinamizmi ve gazeteciliğın birikimini buluşturan platform olarak

²⁹ <https://www.seslisozluk.net/journos-nedir-ne-demek/>

³⁰ <http://bianet.org/kadin/ifade-ozgurlugu/144054-gazeteciligini-tarifi-degisiyor>

tanımlamaktadır.³¹ Sitenin kurulmasında Gezi Parkı eylemleri boyunca oluşturulan ‘Park Forumları’nın ve burada gönüllü olarak çalışan ekibin etkisi büyüktür. İlk olarak parkgazetesi.com adlı portal üzerinden bir yayın başlatılmış daha sonra bu haber akışı Twitter üzerinden yoğun olarak devam etmiştir. Web sitesi fikir ve söylem olarak aynı doğrultuda ilerleyen birçok yurttaş gazetecilik platformun kuruluşuna destek sağlamış ve birçok kuruluşla ortak çalışmalar gerçekleştirmiştir (Yanardağoğlu, 2015:257).

Yurttaş gazeteciliğinin Türkiye’deki en iyi örneklerinden birisi de Onedio haber sitesidir. Site Kaan Kayabalı ve birkaç arkadaşı tarafından 2012 yılında sosyal ağ haberciliği yapmak üzere kurulmuştur. Kuruluşundan yaklaşık bir yıl sonra 120 binden fazla kayıtlı üyeye ulaşmıştır. Dünya çapında istatistikler sunan medya ölçümleme şirketi Comscore³² sitesinin sayısal verilerine göre Türkiye’nin en fazla ziyaret edilen 36. sitesi olabilmeyi başarmıştır. Onedio sitesi Amerika’da yayın yapmakta olan BuzzFeed sitesinin bir uyarlaması olarak kabul edilse de haberi oluşturma şekli bakımından okuyucu kitlenin taleplerini gözlemleyip bunu güncellemelerine yansıtabilmiştir. Siteyi farklı kılan taraf geleneksel haber metinlerinden uzak, metin fotoğraf ve yorumların farklı kullanıcılardan harmanlanarak yorumlara da açık şekilde sunulmasıdır. Bu haber sunumları kimi zaman politik bir gündemi içerirken kimi zamansa kullanıcılarla etkileşim yaratacak eğlenceli anketler şeklinde planlanmıştır (Kalsın, 2016; 79).³³

Bu bahsedilen örneklerin yanında Whatsapp ihbar hatları da yurttaş gazeteciliğindeki katılım oranını yukarı çeken uygulamalardandır. Bölgesel ve ulusal medya da yayın yapmakta, birçok medya kuruluşunun Whatsapp ihbar hattı bulunmakta ve haber içeriklerini yurttaş gazetecilerden gelen metin, fotoğraf ve videolarla desteklemektedir. Medya organları haberlerin izlenilirliliğini artırmak için bültenlerinde sokaktan sesleri ve görüntüleri yansıtmayı tercih ederler. Bu sayede hem yurttaşın haber ilgisi artacak hem de yurttaş gazetecinin aidiyeti artacaktır. Ekranda kendi ürettiği fotoğraf, video veya metni gören vatandaş kendisinin de hayatın bir parçası olduğunu tekrar anlayarak aidiyet duygusunu pekiştirir. Bu anlamda yurttaş gazetecinin ürettiği içerik için ekonomik bir beklentisi yoktur. Medya kuruluşları da yurttaş gazetecilere gönderdikleri haberler için herhangi bir ödeme yapmazlar. Özellikle yeni medyanın gelişmesiyle uygulanmaya

³¹ <https://dokuz8haber.net/hakkimizda/>

³² <https://en.wikipedia.org/wiki/Comscore>

³³ Onedio web sitesi çalışmanın merkezinde olduğu için site ile ilgili detaylı bilgileri ilerleyen kısımlarda inceleyeceğiz.

başlayan Whatsapp ihbar hatları yurttaş gazeteciliğinin Türkiye'deki gelişimini açısından faydalı araçlar olarak görülmektedir (Karaman ve Önder, 2017: 178).

Yurttaş gazeteciliğinin Türkiye'deki uygulama örneklerini bilmek araştırmanın odak noktasında bulunan Onedio haber sitesini diğer uygulama örneklerinden farklılaştırabilmek adına önem arz etmektedir.

1.1.7. Geleneksel Medyada Yurttaş Gazeteciliğinin İşleyişi

Medya, Latince dilinden gelen, halka ait anlamındaki *mediae* ve *medium* kelimelerinden oluşmuştur. Medya kelimesi yazılı basın (gazete-dergi), elektronik basın (televizyon, radyo, sinema ve film) internet, video, bilgisayar, uydu ve bunlara benzer kitle iletişim araçlarına verilen isimdir (Tozlu ve Solak, 2007:53). Daha geniş anlamıyla medya, bir toplumda herhangi bir mesajın, bilginin, haberin, mesafe gözetmeksizin iletilmesi, kaydedilmesi ve gündelik alışkanlıkların gözden geçirilmesi gibi üç işlevin tamamını ya da bir kısmını kapsayan iletişim sistemlerine denir (Barbier ve Lavenir, 2001: 7). Medya olarak ifade edilen yapı iki kısımda toplanabilir. Birincisi gazete, radyo, televizyon, dergi, kitap olarak adlandırılan geleneksel medya, ikincisi ise yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerini anlatan "yeni medya"dır (Uğur, 2002: 94-95).

İletişim bilimlerinde medya araçlarıyla ilgili olarak iki hâkim yaklaşımdan bahsedilir. Bunlardan ilki ana akım (egemen) olarak ifade edilen yaklaşımdır. Ana akım yaklaşımlar, sanayi devriminden sonra ortaya çıkmış olan işçi sınıfı ve bu sınıfın yarattığı kitle hareketlerini denetleme ve kontrol etmede medyanın büyük güce ve öneme sahip olduğunu ileri sürer. Diğer yaklaşım da ana akım yaklaşıma karşı eleştiri olarak çıkmış olan "Eleştirel yaklaşım"dır. Eleştirel yaklaşım, ana akım yaklaşımları egemen toplumun baskısını ve ideolojisini göz ardı ederek kitle iletişim araştırmaları yaptığı için eleştirir. Ayrıca bu araştırmalarda egemen sınıfın ideolojisini topluma yayan, bunu halkın genel rızası gibi gösteren, egemen sınıfın bu ideolojisini medya araçları üzerinde kullanan ve toplumda bununla ilgili bir rıza üretimi gerçekleştiren bir yaklaşım olduğu için eleştirir (Yaylagül, 2010:34-94). Buradan özetle geleneksel medyanın tek yönlü bir iletişim sürecine sahip olduğunu ve bu iletişim sürecini egemen ideolojileri ve sermaye sahiplerinin çıkarları doğrultusunda kullanıldığını söylemek mümkündür (Polat, 2018:50). Ancak küreselleşme ile birlikte yeni iletişim teknolojileri ve yeni medya araçlarının gelişmesi, özellikle geleneksel medyada büyük dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur (Karagöz,

2013: 132). Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan bu dönüşümde özellikle geleneksel gazeteler (basılı gazeteler) en çok etkilenen medya aracı olmuştur. Gazetelerin bu yeni teknolojilerle rekabet edememesinden dolayı tirajlarında ciddi kayıplar yaşanmıştır (Aktaş, C. 2013;119). İngiliz yayın kuruluşu Financial Times 124 yıllık yayın hayatında ilk kez dijital abone sayısının basılı abone sayısını geride bıraktığını duyurmuştur³⁴. Geleneksel medya araçları; özellikle gazeteler, bu dönemde yeni medya teknolojileri hayatımıza girene kadar, mesleğin eski itibarını yakalayabilmek için farklı yöntemler denemişlerdir.

Gazetecilik mesleğindeki güven ve itibarın tekrar kazanılması çabasıyla yurттаş gazeteciliği izleyicilerle medya araçları arasındaki ilişkileri yeniden düzenlemeye çalışmış, bu kapsamda medya araçlarının izleyici ve okurlarına karşı sorumlu oldukları vurgulanmaya çalışılmıştır. Medya kuruluşları okurları ile ekonomik ilişkilerini güçlendirebilmek için, hangi durumların haber değeri taşıdığı konusuna karar vermede vatandaşın katılımıyla oluşturulmuş bir habercilik pratiği oluşturmuştur. Bu gazetecilik pratiğinde topluluğun neyle ilgilenebileceği, karşılaşılan önemli sorunlar ve bu sorunları çözmeye medyanın rolünün ne olacağı gazetecilere anlatılmaya çalışılmıştır. Bu tür bir ortaklık ve karar verme şekli, medya kuruluşu ile halk arasındaki güvensizliği kısmende olsa kırmak için gerçekleştirilmiştir (Seib ve Fitzpatrick'ten aktaran Uzun, 2006:640).

Geleneksel gazeteciliğin yaşamış olduğu sorunlar insanları belirsiz arayışlara sokmuştur. Yaygın medyanın reyting uğruna habercilik yapmasından dolayı bir güven kaybı olduğu okuyucular ve izleyiciler tarafından belirtilmiştir. Bu arayışlar aynı zamanlarda, birisi Amerika'da birisi Avrupa'da olmak üzere iki farklı coğrafyadan ses getirmiştir. İkisi de farklı coğrafyadan olmasına rağmen, iki bölge de gazeteciliğin 'genel geçer' diye tabir edilen kodlarının ve ideolojisinin biçimlendiği yerlerdir. 90'larda ortaya çıkan bu anlayışların ikisi de aynı anlama gelmesine rağmen Türkiye'de; Avrupa'da çıkan ve "Barış Gazeteciliği" olarak adlandırılan tanım yerine ABD'de çıkan ve "Public Journalism" olarak adlandırılan "yurттаş gazeteciliği" tanımı kullanılmıştır (Alankuş, 2013: 100).

Profesyonel işi gazetecilik olmayan insanların haber üretim sürecine katılması eylemi farklı isimlerle ifade edilebilmektedir. Katılımcı gazetecilik, kamusal gazetecilik, etkileşimli gazetecilik gibi kavramlar genelde haber üretim sürecini ifade etse de aslında

³⁴ <http://www.aksam.com.tr/ftdendijital-rekor--129614h.html>

her biri farklı katılım şekillerini anlatmaktadır. Kamusal gazetecilik modeli, 1990'lı yıllarda Amerika'da, gazeteciliğin mevcut işleyişine bir tepki olarak ortaya çıkmış ve ideal gazeteciliğin nasıl olmasını gerektiğini sorgulayan modeldir (Cangöz 2003:103). Ragıp Duran (2005), bu gazetecilik modelinin temellerini şöyle özetlemektedir:

'haber toplamada daha fazla kaynağa, özellikle de yurttaşlara başvuruyor; habere onların gözüyle bakıyor; habere konu olan olayın/sorunun yurttaş lehine sonuçlanmasına kadar yayınına devam ediyor; yurttaşı haberin yapım ve yazım sürecine dâhil ediyor" (aktaran Çevikel, 2011:61).

Etkileşimli gazetecilik modelinde yurttaşlar, özellikle profesyonel yayın kuruluşlarının çeşitli internet sitelerine ve uygulamalarına haber gönderimi yapmaktadır. Bu sitelerde ve uygulamalarda yayınlanan içerik yurttaşların yani site ziyaretçilerinin kullanımına açık hale gelir. Bu modelde katılım ise haber grupları, e-postalar, sohbet grupları, tartışma listeleri gibi etkileşim içeren farklı yollarla devam eder (Çevikel, 2011:61). Bu işleyiş modellerinde içerik gazeteci tarafında üretildiği gibi, yayınlanacak olan içerik de yine gazeteci tarafından belirlenmektedir yani gazetecilerin eşik bekçiliği³⁵ görevi sürmektedir (Platon ve Deuze, 2003).

Katılımcı gazetecilik ise, "kullanıcıların katılımının profesyonel kişiler tarafından tasarlanmış olan bir çerçeveye ya da yapı içerisinde hazırlanması" olarak tanımlanır (Nip, 2006:217). Bu, medya araçlarının tüm kullanıcı katılım faaliyetlerini haberin üretim sürecine dâhil edilmesi girişimini ifade eder. Yani medya kuruluşları haber üretim sürecine yurttaşları aktif kişiler olarak katılmaya davet etmektedir. Bu katılım profesyonel olarak çalışan gazetecilerle etkileşim ve işbirliği içinde gerçekleşmektedir. Modelin çalışma prensibi kullanıcıların ürettiği içeriğin medya kuruluşlarına ulaştırılması ve yayına hazır hale getirilmesi şekline dayanır (aktaran Çevikel 2011:61). Geleneksel medya kuruluşlarının en çok kullanmış olduğu model katılımcı gazetecilik modelidir.

Bu modele yönelik geleneksel medya üzerinde birçok proje gerçekleştirilmiştir. Türkiye'den CNN Türk televizyonunda "*Haberim*" projesi, BBC *Video Nation*, Fox *uReport*, ABC *iCaught*, MSNBC *FirstPerson*, CNN *iReport* vb. katılımcı gazeteciliğin en önemli örnekleridir. Profesyonel gazetecilerin kontrolünde ve tamamı kullanıcılar

³⁵ Eşik bekçiliği; mesaj ya da mesaj elemanlarının kodlanması anında tüm enformasyon bilgilerinin seçimi, sunumu, gösterimi, planlaması, arşivlenmesi üzerindeki kontrol mekanizmasını anlatmaktadır (Donohue vd. aktaran Narmanlioğlu, 2016).

tarafından oluşturulan içerikler ile kurulmuş olan Güney Kore'den Ohmynews haber sitesi de bu modele örnektir (Çevikel, 2011:62).

Geleneksel medyanın veya yeni medyanın haber üretim sürecinde, yurttaş gazeteciler tarafından üretilen içerikler farklı yollarla medya kuruluşlarına iletilebilmektedir. Bir olaya ilişkin bilginin, haber değeri olan bir konunun, şahitlik edilen bir durumun ana akım medya kurumlarının e-postalarına veya oluşturdukları mobil uygulamalara gönderebilmektedir (Devran ve Özcan, 2017:156).

Haber üretim ve iletimindeki bu süreç internetin ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle hız kazanmıştır. Haberin üretimi ve iletimindeki bu hızın artışı dolayısıyla bu durum haberin daha hızlı yayılmasına neden olmaktadır. Bunun yanında yeni medya mecraları hayatımıza girmeden geleneksel medya kuruluşlarına ulaşmak, haberi iletmek ve yayınlatabilmek için imkânlar daha kısıtlı durumdadır.

Sabah Gazetesi Haber Koordinatörü Şaban Arslan bu konuyla ilgili görüşlerini şöyle anlatmaktadır:

“Eskiden okuyucu gazetesine sahip çıkardı, kendisini özdeşleştirmişti çünkü. O ihbarlardan çok önemli haberler çıkardı. Enteresan şeyler gelirdi. Mesela gündemde ne var, bi cinayet mi var? Polise gitmek yerine gazeteyi arardı adam. Şimdi de var, bu tür telefonlar geliyor ama haber mantalitesi çok değişti. Tabiri caizse üstümüze haber yağıyor artık. Bir patlama veya başka bir olay oluyor, birisi ordan fotoğraf çekiyor anında sosyal medyada yayılıyor. İnsanların artık televizyonu ya da gazeteyi aramalarına gerek kalmadan o olay yarım saat içinde tüm dünyaya yayılıyor” (Devran ve Özcan, 2017:157).

Haberin iletilmesi ve yayınlanmasındaki bu hızlılık geleneksel medya araçlarını da bazı geliştirmeler ve yenilikler yapmaya zorlamıştır. Geleneksel medya araçlarının bünyesinde bulunan, yurttaş gazeteciler için açılan web siteleri, oluşturulan mobil uygulamalar ve daha sonradan çıkan Whatsapp ihbar hatları gibi uygulamalar katılımcı gazeteciliği geleneksel medya içinde tutmak için yapılan bazı çabaları ifade etmektedir. Medya kuruluşları, kullanıcıların olaylarla ilgili üretmiş oldukları yazılı ve görsel içeriklerden hızlı ve doğrudan bir haber kaynağı olarak yararlanmaktadırlar. Ayrıca, otantik bir değer de taşıyan bu içeriklere sunumlarında zenginleştirici ve tamamlayıcı unsur olarak da yer vermektedirler (Paulussen ve Ugille 2008).

Yurttaş gazeteciliğinin bir kavram ve yapı olarak geliştirilebilmesi için geleneksel medya üzerinde bir takım ilkesel düzenlemeler yapılması gerekmektedir ancak yeni medya

çağının yaşandığı süreçte bu tarz düzenlemeler hala yapılmamıştır. Kanal 24 Yayın Danışmanı Ersoy Dede bunun nedenini yurttaş haberciliği modeliyle üretilen ve dağıtılan bilginin takibinin ve sonuçlandırılmasının hâlâ geleneksel medya araçları tarafından yapıldığıyla açıklamaktadır:

“Çok tartışılan ve netice de alınmış olan pek çok yurttaş gazeteciliği örneği bile son tahlilde onu ilk kez konvansiyonel medyada gösteren gazetecinin artı hanesine yazılır. Misal Eyüp sahilinde zabıtanın dayak yiyen tatlıcı haberi bir yurttaş gazetecilik örneğidir. Ama onun belediye başkanı tarafından aranarak özür dilenmesine kadar giden sürecin sahibi olarak geleneksel medya kendini görmüştür. O videoyu kimin çektiğini kimse bilmiyor hâlâ...” (Devran ve Özcan, 2017:157)

Yurttaş gazeteciliğinin Türkiye’de geleneksel medyada çıkmış örneklerine bakıldığında çok fazla örnekle karşılaşılmamaktadır. Bu örneklerden ‘*Haberim*’, CNN Türk televizyonunun başlattığı bir projedir. Cnnturk.com’un gönüllü muhabiri olun sloganıyla yurttaş gazetecilere çağrı yapan platform; vatandaşlardan haber, fotoğraf ve video talep etmiştir. Yurttaşlar kaza, doğal afet, patlama gibi sıcak olayların yanı sıra, çevre kirliliği ve doğal güzellikler temalı birçok konuda haber yollayarak projeye katılmıştır. Kanalın editörlerinin onayından geçen bu haberler, Haberim programının web sitesi ile birlikte CNN Türk televizyonunda ya da diğer CNN Türk platformlarında da kullanılabilmiştir (Çevikel, 2011:62).

Hürriyet gazetesi tarafından 2008 yılında hayata geçirilen ‘*Sen de Yolla*’ projesi belirli bir süre sonra kullanıcıların ilgi göstermemesi sonucu kapatılmıştır. Ancak bu proje yurttaşlar tarafından üretilmiş olan içeriğin bir geleneksel medya platformu tarafından yayımlandığı önemli bir proje olmuştur. ‘Gönüllü şehir muhabirleri’ ismi verilen üyeler üretmiş oldukları haber, fotoğraf ve videoları e-postalar ve MMS üzerinden gazeteye ulaştırmışlardır. Yurttaşlar tarafından gönderilen içerikler sendeyolla.com sitesinin yanı sıra matbu gazetenin Ankara ve Ege baskılarında yayınlanmıştır. Proje kapsamında ilk yılda tüm Türkiye’den 18 binden fazla yurttaş muhabir siteye üye olmuş, 12 binden fazla haber, 27 binin üzerinde fotoğraf yayınlanmıştır (Çevikel, 2011:66).

Katılımcı gazeteciliğe diğer bir örnek ise TRT Haber kanalında yayınlanan ‘‘Haber Siziniz’’ adlı programdır. Tamamen yurttaşların hazırladığı video ve fotoğraf içeriklerinden oluşan özgün format yurttaş gazetecilik için önem arz etmektedir. Platforma haber yükleyenlerin sayısı beş bin kişiyi geçmiştir. Yurttaşlar tarafından yüklenen birçok haber platformda yayınlanmış hatta bazılarının TRT haber yayınlarında

kullanılacak kadar nitelikli içerikler olduğu görülmüştür (Hamamcı, 2014:32). Örnekler incelendiğinde farklı zamanlarda farklı kurumlar çerçevesinde geleneksel medya ile yurttaş gazeteciler arasında işbirliği modelleri geliştirmeye çalışılmıştır. Ulusal anlamda gerçekleştirilmeye çalışılan işbirliği modelleri uluslararası anlamda da harekete geçirilmiştir. Geleneksel medya profesyonelleri çoğu zaman yurttaş haberleri ve platformlarından faydalanmıştır.

Yapısı gereği internet gazeteciliği ve yeni medya araçları yurttaş gazeteciliği için daha uygun bir alan oluşturmaktadır. Yurttaş gazeteciliğinin tarihi, internet teknolojilerinin çıkış tarihlerine bakıldığında yurttaş gazeteciliğinin geleneksel medyada uygulama bulabilmesi için çok fazla zaman kalmamıştır. Ancak buna rağmen hayata geçirilen ve başarı sağlanan birçok proje olmuştur. Burada göz ardı edilmemesi gereken şey geleneksel medya ve yurttaş gazeteciliğinin birbirlerine alternatif platformlar değil, birbirinden beslenen ve gelişen platformlar olduğudur.

1.2. YENİ MEDYA

1.2.1. Yeni Medya Kavramı

Günümüzde kullanılan yeni iletişim araçlarının hepsine genel bir tanımla "Yeni Medya" adı verilmektedir. Yeni medya olarak bilinen yeni ortamlar sözcük öbeği aslında açıklanması çok sığ olmayan ve derinlemesine incelenmesi gereken bir kavramdır

Yeni medya sözcüğü 1970'li yıllarda, bilgi ve iletişim merkezli çalışmalarda, psikolojik, sosyal, politik, ekonomik ve kültürel araştırmalar yapmakta olan kişiler tarafından kullanılmış bir kavramdır. 1970'lerde bahsedilen bu kavram 90'lı yıllarda ciddi bir ivme kazanarak bilgisayar ve internet teknolojisiyle birlikte çok farklı boyutlar kazanmıştır (Thompson, 1995).

Yeni medya kavramına ilişkin çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Bu tanımlamalardan bazıları bilgisayar teknolojileri üzerinde dururken bazıları ise bilim, sanat, reklam, film ve bunlarla beraber internet olgusuna vurgu yapmaktadır (Alioğlu, 2011: 16). Bu tanımlamalarda yeni medyanın birçok alanı ve teknolojiyi kapsadığı görülmektedir.

Binark (2007), yeni medya kavramını şöyle tanımlamaktadır:

Günümüzde giderek gündelik yaşamın her alanında yaygın kullanım pratikleri bulan, gündelik yaşam pratiklerini -farkında olmasak da- köklü bir şekilde dönüştüren, toplumsal

yaşamın birtakım gerekleri nedeniyle kullanım yoğunluğu giderek artan, beden bir uzantısı/parçası haline gelen bilgisayar, Internet ortamı, cep telefonları, oyun konsolları, İpod veya avuçiçi veri bankası kayıtlayıcıları ve iletişimcileri, diğer bir deyişle tüm bu dijital teknolojiler yeni medya başlığı altında toplanabilir (Binark, 2007:21).

Törenli (2005), ise yeni medya kavramıyla ilgili şu tanımlamayı yapmıştır:

“Yeni medya, araçla-ortamın en sıkı biçimde iç içe geçtiği, geleneksel iletişim kanallarının ağlarla yer değiştirdiği; geleneksel medyaya oranla bol çeşitlilik gösterdiği, araca özgü olduğu ileri sürülen iletişim yeteneklerinin–hizmetlerin onu üretenler kadar onu kullananlarca yaygın bir ölçekte yaşama geçirildiği kişiselleştirilebilir ağ tabanlı bilgi-iletişim aracının ortamının (kablolu-kablosuz) ortak adıdır” (Törenli 2005: 88) .

Bazı araştırmacılar yeni medya kavramını basit bir listeye indirgemişler ve bu liste içerisine akan ortam, sayısal video düzenleme, CD-ROM, HTML, DVD video, multimedya, ağ uygulamaları gibi araçları da ekleyerek yeni medya tanımı yapmışlardır. Bu tespit yanlış olmasa da eksik ve kısıtlı olarak görünmektedir. Örneğin dijital oyunlar da yeni medya platformlarından bir tanesidir. Konsol vasıtasıyla oynanan, çevrimiçi veya çevrimdışı oynanan ve dijital rol canlandırma oyunlarının tümü ve bu oyunların oyun kültürüne olan etkisi yeni medya çalışmalarının kapsamında incelenmektedir (Binark, 2007;23). Her yıl teknolojik gelişme gösteren bu araçlara farklı tanımlamalar yapılabilecektir. Ayrıca eski medya ile yeni medya arasındaki farkları da ortaya koymak önem taşımaktadır. Bu nedenle günümüzde kullanılan yeni medyayı gerçekten "yeni" yapan tüm olgular ve prensipler ile bunların detaylı özellikleri gözden geçirilmelidir.

Lev Manovich'in ifadesine (2001), göre yeni medyanın sahip olduğu beş temel nitelik vardır. Bu nitelikler *sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik, kod çevrimidir*. Sayısal temsil olarak belirlenen ilk nitelik ortamın kodlardan oluşmasıdır. Yani matematiksel simgeler ile algoritmalar kullanılır. Böylece yeni medya ortamındaki tüm datalar programlanabilir ve sayılabilir hale getirilecek ve daha tutarlı davranışlar ortaya çıkarılacaktır.

Modülerlik ise yeni medya öğelerinin ortaya konuluş formları ile direkt ilişkilidir. Örnek olarak bir web sitesi ele alınırsa, sesler, yazı ve görüntü gibi elemanların hepsi kendi içerisinde farklı özelliklere sahiptir. Bu özelliklerin bir araya getirilmesi ile oluşturulan web sayfasında bir değişim yapılmak istenirse, bu değişimler her bir eleman üzerinde ayrı ayrı yapılmak zorundadır. Bu durum da modüler olma özelliğini beraberinde getirir.

Otomasyon olarak açıklanabilecek bir diğer özellik ise yeni medyanın kullanıcılar olmadan üretilebildiği aktivitelere çağrışım yapar. Örnek vermek gerekirse, Photoshop benzeri bir

sayısal fotoğraf düzenleme yazılımı hazır algoritmalar kullanılır ve istenilen fotografik etkileri bu algoritmalar yardımı ile uygular.

Değişkenlik ise modülerlik ve sayısal temsilin bir uzantısını ifade eder. German'ın görüşüne göre yeni medya teknolojisi, birbirinden katı bir şekilde ayrılan türlerin bile aynı nesnenin uzantısı olarak sunulması biçimini tanımlar. Yani yeni oluşan ortam birçok şeklin karşımıza çıkmasına imkân verir (German'dan aktaran Dilmen, 2007). Kod çevrimi özelliği ise yeni medya evreninin iki temel katmanını temsil eder. Bunlar; bilgisayar katmanı ve sosyal katmanlardır. Alışılan genel ortamın bilgisayarlar aracılığıyla yeniden düzenlenmesi ve geçmişte oluşan tecrübelerin yenileriyle iç içe geçmesi sonucu yeni bir ortam oluşmaktadır. Bunun yanında sayısal halde bulunan verilerin bir başka sayısal veriye dönüştürülmesi de kod çevrimini kapsamaktadır (Dilmen, 2007:115). Yeni medyanın temel nitelikleri ifade edilmiş şekilleri farklı olabilmekle birlikte genel olarak bu şekilde ifade edilmektedir.

Yeni medya çoğu zaman yeni iletişim teknolojileri olarak da ifade edilmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ve yeni medya sıklıkla kullanılmakta olan terimler olup, sürekli değişen ve yenilenen teknolojiler olduğu için anlamları zaman zaman muğlaklaşabilmektedir. Birkaç yıl önce yeni iletişim teknolojileri ve medya kavramlarından televizyon yayınları, telekomünikasyon hizmetleri anlaşılırken şimdilerde bu terimlerden internet ve dijital televizyon gibi teknolojiler anlaşılmaktadır (Tuncel, 2005:91). Bu kapsamda bakıldığında yeni kavramıyla ifade edilen kalıplaşmış araçlardan ziyade devamlı değişen teknolojik gelişmelerdir. Yeni medya kavramının ortaya çıkışı 2000'li yıllar olsa da tarihsel gelişimini bilgisayar ve bilgisayar teknolojilerinden bağımsız düşünmemek yerinde olacaktır.

1.2.2. Yeni Medyanın Tarihsel Gelişimi

Ekonomik, kültürel ve sosyolojik olarak değişimlere yol açan internet, dijital medya ve sosyal ağlar gibi birçok medya kavramı yeni medya içerisinde sayılabilir. Bu iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişimlerin tarihine göz atılmak istenirse, yeni medya kavramının tarihsel gelişiminin de irdelenmesi gerekir.

Yeni medya teknolojisi iki farklı kolda ilerleyen medya ve bilgisayar teknolojilerinin tarihsel olarak bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır. Manovich (2001), yeni medya teknolojisinin ortaya çıkış tarihinin 1830'lara kadar gittiğinden bahsetmektedir. 20.

yüzyılın ortalarında modern bilgisayarın geliştirilmesine kadar Charles Babbage tarafından ‘analitik makine’ ve Louis Daguerre tarafından ‘dagerotip’ cihazları icat edilmiştir. ‘Analitik makine’ ile bilgisayar teknolojileri geliştirilmeye başlanırken diğer tarafta ise ‘Dagerotip’ cihazı ile medya teknolojilerinde hareketli görüntünün, metnin ve sesin farklı formlarda saklanması gözlemlenmiştir. Bu iki paralel olayın birleşmesi ve mevcut olan tüm datanın sayısal dataya çevrilmesiyle yeni medya oluşturulmuştur. İki gelişme çizgisi de modern toplumun çalışması doğrultusunda, aynı düşünceleri gerçekleştirmek üzere insanlara metin, görüntü, ses yayma işlemi ve onların; iş, doğum, sabıka gibi kayıtlarını tutmak için gerçekleştirilmiştir. Bu işlemlerden fotoğraf, ofset baskı, film, televizyon ve radyo birinci kısmı, bilgisayar ise ikinci kısmı yapabilmeyi sağlamıştır. Bu nedenle kitle iletişim teknolojileri ve bilgi işlem teknolojileri birbirine bağlı ve birbirini tamamlayan teknolojileri ifade eder. Bu teknolojiler beraber ortaya çıkmış ve geliştirilmiştir. Böylece modern kitle toplumunu oluşturmuştur (Manovich, 2001). Analitik makinenin bulunmasından sonra geliştirilmiş olan elektronik tabulatör ve hesap makineleri zamanla daha seri çalışmaya başlamış ve kullanım alanı artmıştır. 1890’da Amerika’da yapılan nüfus sayımında ‘Hollerith Tabulatörü’ ilk kez denenmiştir. Özel firmalar için üretilen bu tabulatörler daha sonra IBM firmasının kurulmasını sağlamıştır. IBM markasının kuruluşu bilgisayar teknolojilerinin ne kadar hızlı geliştiği ve yayıldığını göstermektedir. Şirket ilk kuruluş yıllarında hükümet ve büyük şirketler için işletmeye yönelik makineler sağlarken, 1952 yılında hesap makinesinin işlevlerine sahip bilgisayarların satışına başlamış, 1961 yılında ise yedi farklı bilgisayar montaj hattına sahip bir üretim merkezine dönüşmüştür (Briggs vd. 2004).

Bilgisayarlar ilk zamanlarda hesap makinesi olarak tasarlanırlarken, ilk fonksiyonel elektronik dijital cihazlar Soğuk Savaş döneminde askeri amaca yönelik kullanılmıştır. Sonraki yıllarda Silikon Vadisi’nde geliştirilmiş olan teknolojilerle bilgisayarların işlevleri ve kullanım alanları da genişleyerek tüm hizmet alanlarında yaygınlaşmıştır (Briggs vd. 2004). 1950’li yıllarda ABD genelinde var olan bilgisayar donanımının %75’i hükümet birimlerinin ve üniversitelerin kullanımı için tahsis edilmiştir. İzleyen on yılda donanım sayısı otuz beş bine ulaşmış, bankalar ve sigortacılar, imalatçılar ve diğer resmi olmayan şirketler, bilgisayar toplam sayısının yaklaşık %70’ine sahip olmuştur. Bununla birlikte bilgisayarların kullanım alanları satış, muhasebe, müşteri hizmetleri, kredi, üretim ve benzeri alanlara doğru yayılmıştır. 1960’ta telekomünikasyon bağlantıları kullanılarak ilk

online uygulamalar başlamış; ilerleyen birkaç yıl içinde bu uygulamaların sayısı Amerika genelinde 2300 civarını bulmuştur (Schiller, 1999).

Bilgisayarların gelişimi devam ederken diğer taraftan da bu cihazların iletişim kurabilmesini sağlayacak olan internetin oluşturulması konusunda gelişmeler sağlanmıştır. İnternetin geliştirildiği bu zaman diliminde, Amerika Birleşik Devletleri'nde bir taraftan telekomünikasyon konusunda liberalleşme çalışmaları yapılmakta diğer taraftan da Soğuk Savaş'ta galip gelme ve karşı karşıya kalınabilecek sorunlara çözüm arama çabaları hâkimdir. 20. yüzyıla gelindiğinde iletişim sisteminde yabancıların kontrolünü kısıtlamak için bu araçlarda hükümetin denetimi etkin hale getirilmiştir. Ancak alanda çalışan şirketler bu uygulamaların kısıtlayıcı olduğunu ifade ederek, 1950'li yılların ortalarında lobi faaliyetleriyle, ağ sistemlerinin şirketlerin hedefleri doğrultusunda serbest hale gelmesini sağlamıştır. Bunun sonucunda gelişim aşamasında olan ağ sistemleri liberal düzene ayak uydurarak bir telekomünikasyon sistemine dönüşmüştür. Farklı sektörlerden tüm şirketler işletme yapılarını ağlar etrafında yeniden şekillendirmiştir. Bu hem bu şirketler hem de ABD'nin ekonomik ve politik gücünü yeniden kazanması için bir fırsat doğurmuştur. İnternet ağı teknolojisi liberalizme bağlı bir iletişim düzeninde ortaya çıkmış olsa da; oluşumunda serbest piyasanın etkisi yoktur. İnternet fikrinin asıl ortaya çıkış şekli askeri amaçlar doğrultusundadır (Schiller, 1999).

1950'lerde Sovyetler ile Amerika arasında nükleer savaşa bile gidebilecek bir gerilim ortaya çıkmıştır. Dönemin koşullarından dolayı nükleer savaş riskini alamayan bu ülkeler teknolojide karşı tarafa meydan okumaya başlamış, herhangi birinin yapacağı bir nükleer saldırı diğerinin radyo frekanslarını ve dolayısıyla iletişimini engelleyeceğinden bu sorunun çözümüne yönelik fikirler üretilmeye başlanmıştır. Bu soruna yönelik Amerikan Düşünce Kuruluşu'nda (RAND) çalışan Paul Baran bir çözüm üretmiştir. Baran, nörolojik teorilerden etkilenerek nükleer saldırılardan etkilenmeyen bir iletişim modeli ortaya koymuştur. Geleneksel iletişimde ağların kontrolü merkez noktalarda bulunmakta ve bu merkez noktalar bir saldırıya uğrarsa iletişim çökmektedir. Baran'ın önermiş olduğu nörolojik model merkezle bağı olmayan birimlerden oluşmakta ve bu her birimin bilgiyi diğer birime iletebildiği bir ağ yapısına dayanmaktadır. Bunun içinde tüm iletişim altyapısının baştan düzenlenmesi gerekmektedir. Önerildiği dönem içinde bu sistemi gerçekleştirebilmek çok mümkün olmamış, ancak daha sonra Amerikan İleri Araştırma Proje Birimi (ARPA) bu çalışmayı hayata geçirmiş ve bilgisayarların birbirine bağlanmasını sağlayan ağ sistemi 'ARPANET'i geliştirmişlerdir. Baran'ın internet fikrinin

önemi, önceden birbirinden ayrı olarak ilerleyen iletişim teknolojileri ve bilgisayar teknolojilerini birleştirmeyi sağlaması ve merkezden merkeze iletişim yerine kullanıcıdan kullanıcıya bir iletişim şekli önererek bunu kavramsallaştırmasıdır (Ryan, 2010).

1969 yılında askeri amaçlar için geliştirilen ARPANET internetin atası sayılmaktadır. 1970'lerin ortalarına doğru ağın genişletilebilmesi için TCP/IP protokolleri üretilmiştir. 80'lerde ise Amerikan Ulusal Bilim Vakfı (NSF) çok büyük bir öneme sahip olan bu teknolojinin üniversiteleri de dâhil edecek şekilde kullanım alanının genişlemesini sağlamıştır. Bu veri trafiğinin artışı ağdaki askeri payın azalmasını ve ağın NSFNET adında sivil bir benzerinin geliştirilmesini sağlamıştır. Bu ağ hızlı bir şekilde üniversitelerin dışında hükümet birimlerine ve düşünce kuruluşlarına doğru genişlemiştir (Schiller, 1999). Bütün bunların ardından 1989 yılında Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi'nde (CERN) Tim BernersLee, '*world wide web*'i (www) geliştirilmiş ve bilgisayarlarda depolanan bilgilerin birbirlerine bağlanarak küreselleşmesi mümkün hale gelmiştir (Briggs vd. 2004). Tüm bu gelişmeler ışığında internet ticarî faaliyetler için kullanıma uygun hale gelmiştir. Bugün internet dünyanın her yerindeki insanların bağlanabildikleri, alışveriş yaptıkları, veri alıp gönderdikleri ve iletişim kurabildikleri bir ortam olarak yeni medya kavramı içerisinde çok önemli bir yere sahiptir.

Bütün bu gelişmeler internetin ilk çıkış dönemlerinde, anımsalılık, özgürlük ve sınırsız alışverişi içeren bir 'siberya' ütopyik fikrine neden olmuştur. Buna göre internet, insanları birbirine bağlayacak ve televizyonun kurmuş olduğu edilgen kitle yapısından kurtaracaktır. Ancak bu fikir tüm kitleyi bağlamak yerine önce askeri, sonra üniversite sonraki süreçlerde ise reklam ve finans mantığını içeren ticaret ve politik alana yayılmıştır (Maigret, 2011). İnternetin sahip olduğu bu siyasal ve ticarî potansiyel, onu tüketim ve kontrol mekanizmalarını küreselleştirildiği bir alan haline getirmiştir.

İnternetin ortaya çıkışı ile birlikte 'yeni medya' olarak adlandırılan ve mesajdan bağımsız olarak yeni bir ortamın oluşmasını sağlayan teknolojiler gelişmiştir. Yeni medya olarak adlandırılan bu teknolojiler geleneksel medyanın sahip olduğu özellikleri içerirken ondan farklı olarak kendine has özellikleri de barındırmaktadır.

1.2.3. Yeni Medyanın Özellikleri

Yeni medyanın ne olduğu ve yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özelliklerin neler olduğunun tanımlanması pek çok araştırmacının ilgi alanına girmiştir. Örneğin, Rogers

yeni medyanın üç temel özelliğinden şu şekilde bahseder: Etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık özellikleri. Etkileşim özelliği ile kastedilen yeni medyanın etkileşim içerisinde olabilmeye imkân sağlaması olarak tanımlanmaktadır. Yeni medyada etkileşimsellik, iletişim sürecinde karşılıklılık veya çok katmanlı bir iletişim olanağı anlamına gelir. Kitlesizleştirme özelliği, benzer mesajların geniş bir insan topluluğuna ulaştırılması yerine, belirli seçilmiş kullanıcılara gönderebilmesini ifade etmektedir (Tingöy ve Bostan'dan aktaran Yolcu, 2008). Eşzamansızlık özelliği ise yeni medyanın teknolojilerinin senkron bir yapıda olmaya gerek duymaması olarak söylenebilir. Böylece yeni medya kullanıcıları istedikleri dataya istedikleri an ulaşabilmekte ve istediği mesajları yine istedikleri zaman gönderebilmektedir.

Martin Lister (2009), ise yeni medyanın sahip olduğu özellikleri beş başlıkta toplamaktadır: *Etkileşim, Hipermetin, Sayısalılık, Yayılma ve Sanallık*. Etkileşim, kullanıcıların içeriğe müdahale edebildiği bir ortamı anlatmaktadır. Etkileşim kavramı yeni medya olarak tanımlanan olgunun ana unsuru olarak karşımıza çıkar. Kevin Kawamoto, etkileşim hakkında “bilginin aranması ve paylaşılması sürecinde aktif insan veya makinelerin katılımının birbirine geçtiği süreçtir” demiştir (Aktaran Yolcu, 2008:71).

Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde ise etkileşim kavramı ‘birbirini karşılıklı olarak etkileme işi’ olarak ifade edilmiştir. Yeni medya ‘kullanıcı’ kavramını üreterek etkileşime yeni bir boyut katmıştır. Kaynak ve kullanıcı öğeleri arasındaki etkileşim yeni medyanın temel konularından birisi olmuştur. Jonathan Steuer (1992), etkileşim hakkında “gerçek zamanda aracılanmış olan çevrenin şeklini ve içeriğini kullanıcıların değiştirebildiği kapsam” ifadelerini kullanmıştır (Steuer'dan aktaran Turan, 2013). Kullanıcılar aynı zamanda yeni medyanın aktif katılımcılarıdır. Etkileşim kavramını tanımlayan en önemli modellerden birisi Rafaeli'ye ait olan modeldir. Rafaeli, iletişim düzeylerini iki-yönlü ve tepkisel iletişim biçiminde adlandırmaktadır. Spiro Kioussis (2002) bu durumu kullanıcıların katılımcılığı, eş zamanlı ve eş zamansız olarak iletişim kurabilmesi olarak tanımlamaktadır. İki yönlü iletişim model olarak mesajların birbirine engel olmadığı platformda, mesaj alış verişi sistemi üzerine kurulmuştur. Tepkisel iletişim ise önceki mesajın sonrakini şekillendirdiği platformda tarafların farkındalık içinde olduğu modeli anlatır (Öğüt, 2004).

Yeni medya kavramı içinde etkileşimi açıklayan önemli bir teorisyen de Carrie Heeter'dır. Heeter'a göre bir araç kullanıcılara ne kadar çok farklı seçimler için izin verebiliyorsa

etkileşim düzeyi o derece yüksektir. Heeter'a göre etkileşimin çeşitli boyutları bulunmaktadır (MacMillan, Downs, Kenney ve Gorelik'ten aktaran Birsen, 2005);

-Seçim karmaşıklığı: Online gazetelerin tasarımları kullanıcıya site aracılığıyla gezinmeye daha fazla şans vermektedir.

-Kullanıcıların göstermeleri gereken çaba: Bu aşama kullanıcıların bilgiye ulaşmak için göstermiş olduğu çaba olarak tanımlanmaktadır..

- Kullanıcıya yanıt verilebilirlik

-Kişiler arası iletişimin kolaylaştırılması: İnternet teknolojileri kullanıcıya mesajlarını ilk elden gönderme ve alma imkânı sağlar.

-Ek bilginin kolaylaştırılması: İnternet gazetelerinin kullanıcılara bilgi ekleme iznini vermesini ifade eder.

-Sistem kullanımını izleme: İzleme aygıtları web sitesini kimlerin ziyaret ettiğini ve hangi kısımlarını incelediğini gösterebilir.

Mike Featherstone'a göre yeni medyanın en mühim özelliklerinden birisi doğrusal olmayan etkileşim şeklidir. Doğrusal olmayan biçimde gerçekleştirilen her bilgi yeni medya içerisinde etkileşim düzeyini artırmaktadır. Orkan ve Sütçü'ye (2005) göre, yazılan bir makale vasıtasıyla okurla iletişim kurmak doğrusal iletişimi, yüz yüze yapılan bir tartışma ise doğrusal olmayan iletişimi anlatmaktadır. Bunun yanında bilgisayar ve internet temelli teknolojiler; seçiciliği, doğrusal olmamayı ve değiştirebilme imkânını maksimuma çıkarmaktadır. Ayrıca bu yeni medya araçları insan ve makine arasındaki etkileşim kadar insandan insana doğru olan etkileşimi de boyutlarını üst düzeye çıkarmaktadır. Geleneksel, birden bire formata ek olarak, birden çoka veya çoktan çoka iletişimi de olanaklı kılınmaktadır (Orkan ve Sütçü'den aktaran Yolcu, 2008). Bir takım elektronik medya birimleri sanal dünyada isimsiz (anonim) olarak yer almaya devam etmektedir. Medya kuruluşları internetin etkileşim özelliğini birçok yerde kullanmaktadır. Online yayın yapmakta olan bir gazetenin geri bildirim olanakları şu şekilde sıralanabilir: e-posta, haber grupları, veri bankaları ve arşiv, sohbetler, form yanıtlama ve değerlendirme, forum, ziyaretçi defteri gibi (Halıcı, 2005).

Yeni medyada etkileşimsellik özelliği kullanıcılarda bireysellik duygusunu da ön plana çıkarmaktadır. İnternette yer alan sanal cemaatler ve forumlar bu bireyselleşmenin lokomotifleri olarak gösterilirler. Bireyselliğin bu şekilde ön planda olması hem kişiyi hem de toplumu etkilemekte; psikolojik, sosyal ve kamusal anlamda değişikliklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Sanal cemaat kavramı, siber uzayda bulunan yeterli sayıda kişinin yeterli uzunluktaki bir tartışmayı, yeterli insani duygularla gerçekleştirmesiyle ağda oluşan kabileler olarak ifade edilmektedir (Rheingold, 1994).

Yeni medya araçlarını geleneksel medya araçlarından (televizyon, gazete, radyo, sinema) ayırt eden temel özellik multimedya şeklinde ve etkileşimli bir yapıya sahip olmasıdır. Yeni medya araçları dijital kodlama sistemiyle oluşturuldukları için fazlaca enformasyonu anlık aktarabilme ve kullanıcının geri bildirim sağlayabilmesine olanak tanır. Bundan dolayı enformasyon düz çizgiselden hipermetinselliğe dönüşmüştür. Yeni medya etkileşim özelliği ile süreçte iletişim uzamında karşılıklılık ve çok katmanlı bir iletişim olanağı sağlar. Etkileşimin bir diğer etkisi ise eş anlı olması konusunda yaptığı açılmıdır. Yeni medyanın sahip olduğu bu özellik iletişim sürecinde kullanıcının rolünü ve sürece katılımını da etkiler. Yeni medya araçlarının sahip olduğu multimedya biçimselliği iletişim çeşitlerinin, simge sistemlerinin ve farklı biçimdeki verilerin tek araçta toplanmasını ifade eder (Binark, 2007:21).

Hipermetin kavramı, esnek yapı ve bilgiyi seçebilme, paylaşma ve bağlanmanın sınırsız olanaklarıyla, klasik metinden sayısal metne geçişi ifade eder. Mültimedya biçimselliği kavramı, telekomünikasyon veri gönderimi, kitle iletişimi gibi iletişimin çeşitli boyutları ile metin, ses, imge ve sayısal veriler gibi farklı türlerin bir arada olduğu ortamdır. Yeni medya araçlarının depolayabilme kapasitesinin fazla olması kullanıcının seçebilirliğini sağlamaktadır. Bu özellikler düşünöldüğünde geleneksel medya karşısında yeni medyanın iletişim pratiklerini, zaman ve uzamı ve iletişimin biçimini yeniden şekillendirdiğini söylemek olanaklıdır. Hipermetinsellik kavramı ise, ağ üzerinden geçerek diğer alternatif platformlara kolayca erişilebilmesini ifade etmektedir. Yeni medya araçlarının gündelik hayatın vazgeçilmez araçları haline gelmesinin bir sonucu olarak iletişim teknolojilerinde yöndeşme olgusu ortaya çıkmıştır (Binark, 2007;22).

Sayısal kavramı yeni medyanın sürekliliğinden çok kesikli olma halini anlatmaktadır. (Tingöy ve Boston, 2015). Yayılma ayırıcınsten olan kitleye farklı mesajları iletebilme ve bununla beraber merkezsizleşme kavramına vurgu yapar.

Sanallık ise yeni medyanın en önemli özelliklerinden birisidir. Sanallık, üç boyutlu bilgisayar teknolojileri ile yaratılmış etkileşim içeren bir dünya simölasyonunu, ‘sanal gerçeklik’ olarak ifade edilen bir kavramı hayatımıza sokmuştur (Yolcu, 2008).

Yeni medyanın sahip olduğu özellikler iletişim sürecine katılan taraflar arasında yatay bir iletişimin gerçekleşmesine izin verir. Yeni medya araçlarının merkezinde bulunan internet konusunda ‘çok yönlü’ (multi-face) tanımlamasını yapılmaktadır. İnternet yapısı gereği, geleneksel iletişim modelindeki kaynak-mesaj-alıcı' rolünü tek başına gerçekleştirme. Bu

kapsamda, bahsedilen işlevi bazen geleneksel yayıncılık şablonuyla gerçekleştirmektedir; bazen de bu kaynak-mesaj-alıcı öğeleriyle; yeni ve özgün iletişim modelleri ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, bir iletişim 'dönencesi' olarak da ifade edilmektedir. Mesaj; tekilden gruplara, gruplardan kitleye veya kitleden tekil bireye ulaşma gibi farklı şekillerde sunulabilmektedir (Dağtaş ve Derelioğlu'dan aktaran Binark, 2007). Yeni medyaya ilişkin üzerinde durulması gereken başka bir durum ise yeni medya araçlarının kullanıcıyı bireyselleştirirken diğer taraftan sanal uzamda da toplumsallaştırmasıdır. Mari Bakardjievva'nın (2012) görüşüne göre bu toplumsallaşma 'hareketsiz toplumsallaşma'dır. Yani bireyin sanal ortamdaki toplumsal iletişimini gerçek yaşamdaki bildiği, güvendiği toplumsal ağlar üzerinden tekrar kurması ve geliştirmesi durumudur (Bakardjievva'dan aktaran Binark, 2007:23). Bununla beraber yeni medya platformları birbirinden farklı iletişim şekillerinin aynı anda gerçekleşmesine imkân tanımaktadır.

Özetle bugün yeni medya mecraları farklı türdeki ortamları bir araya getirme yeteneğine sahip, üst düzey bir etkileşim görülen kitle iletişim araçlarının tümüdür. Çoklu ortam olarak da adlandırılan bu olgu, görüntü, metin ve ses gibi öğeler ile bir arada bulunabilmektedir. Yapısal olarak incelendiğinde aslında yeni medyanın başlangıç ve bitiş zamanları yoktur. İstenilen anda istenilen tarzda veriye ulaşılabilir. Öte yandan yeni medya ortamları, data kaybının olmadığı ortamlardır. Günümüzde sanal ortam olarak adlandırılan mekânda gerçekleştirilen edimler geleneksel medyanın sahip olduğu alanın yerine geçmekte ve gündelik yaşamın doğal bir parçası haline gelmektedir.³⁶ Yeni medyada tüm veri akışını sağlayan ve yeni medyaya bu sanal ortamı sağlayan kavram ise internettir.

1.3. YENİ MEDYA ORTAMI OLARAK İNTERNET

İnternet kelimesi İngilizcede yer alan iki kelimenin birleşmesinden oluşmaktadır. İnter (arası) net (ağ) –İnternet (ağlararası) şeklinde ifade edilmektedir. Yeni medyanın biçimlendirilmesini sağlayan en önemli unsur internettir. İnternet teknolojisinin gelişiminin altında da bazı dinamikler yer almaktadır. XX. yüzyılın sonunda, kapitalist sistemin genişleyen bir parçası olarak iletişim teknolojileri, ulus ötesileşme ve küreselleşme olarak nitelendirilen ekonomik ve kurumsal bir dönüşümden geçmekteydi. Yaşanan bu dönüşüm, uydu ve kablo gibi teknolojileri, ulus ötesi piyasaları ve ulus ötesi dağıtım teknolojilerini ortaya çıkarmıştır. Bu tecrübe en iyi; televizyon ve film, basın ve yayın, müzik ve video gibi farklı medya içeriklerinin küresel ve merkezleşmiş olan *Murdoch, Bertelsman,*

³⁶ <http://www.biakraporu.org/docs/rapor.kisim5.bolum01.pdf>

Time Warner, Berlusconi gibi iletişim imparatorluklarında bir araya gelmediği zaman görülebilmektedir. Küreselleşme kavramıyla birlikte duyduğumuz ‘enformasyon devrimi’ ve ‘postmodernizm’ gibi kavramlar, medyada yaşanan hem teknolojik hem de kurumsal değişiklikleri algılamak için birer ipucu olmaktadır (Ang, 1996).

Küresel çapta yeni iletişim imkânları sağlayan teknolojilerin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan enformasyon ağının bir sonucu olarak mekân kavramı da köklü değişime uğramış, hayata siberetik mekân denilen kavramlar entegre olmuştur. Bu tarz bir mekânda var olan insanları fiziksel veya zamansal uzaklıkların ayırmadığını ifade eden Paul Virilio (2000), görülenlerin "tarihin sonu olmadığını; iletişim teknolojilerinin hızı sebebiyle aslında coğrafyanın sonu" olduğunu iddia etmektedir. Bu da internetle birlikte mekân kavramının yeni bir boyut kazandığını göstermektedir.

İnternet ve toplum arasındaki ilişkiye dair en önemli kuramsal yaklaşım, internetin ulusal sınırlarını aşır tüm dünyada bilgi akışını sağlayan küresel bir mecra olduğudur. Başka bir deyişle internet, konumu bulunmayan tüm bilgilerin herkes tarafından ulaşılır duruma gelmesini sağlayan, büyük kitlelere ulaşmasını kolaylaştıran, konumlanmamış tarafsız bir kitlenin oluşmasını sağlamıştır (Dreyfus, 2002). Bunun yanında internet teknolojisi yerel medyayı küresel medya haline dönüştürebilen bir teknolojidir. Günümüzde yerellik ile uluslar-ötesilik arasındaki sınırlar ortadan kalkmış durumdadır. Bu internetin yerel medyayı küresel hale, küresel medyayı ise yerel hale getirebilme olanağıyla ilgilidir. İnternet küresel dayanışma olgusuna en uygun medya aracıdır. Yani hazır durumdaki içerik ve bu içeriği kullanan insan, örgütlenmiş bir dayanışmacı harekette etkin duruma geçebilir (Atabek, 2003).

Günümüzde en çok tartışılan konulardan birisi de kamusal alanın internet ortamında hayata geçirilip geçirilemeyeceği konusudur. İnternet teknolojisinin etkileşim özelliği, hiper metin olarak benzersizliği, internetin ‘kamusal alan biçimine uygun bir kamusal alan’ oluşturabileceği görüşünü üretmektedir. Öyle ki, bu bağlamda internet demokratikleşmenin yeni gücü olarak adlandırılmaktadır. Böylece internet ortamında tüm vatandaşların kamusal alana çıkarak ilişki kurmalarını artıran, üretici kılan ve ilgi alanlarına göre odaklaşmalarına imkân veren doğrudan bir toplumsallaşmanın sağlanabileceği belirtilmiştir (Hirschkop, 2003). Bu konuda iyimser yazarların tam tersi düşünen Robert W. McChesney, interneti tekelleri gücün yayılmasına imkân veren bir araç olarak değerlendirmiştir. David Holmes, interneti televizyon ve radyo gibi etkileşim olanağı

olmayan medya araçlarının yerini alan yeni bir araç olarak görürken, Mark Poster interneti karakteri olan, modern standartlardan farklı, yeni bir kamusal alan yaratan, 'İkinci Medya Çağı'nın bir meyvesi olarak değerlendirmiştir. James Slevin da interneti kamusal alan diyalogsal özelliğini yaratma potansiyeli olan bir araç olarak ifade eder. Oscar Gandy, Slevin'in ifadesinin tersine internet teknolojisinin ortaya çıkardığı sonuçların gerçek kamusal alanın ümidini tehdit eden, vatandaşlar ve tüketiciler arasında bir bölünme yaratacağını, bu bölünmenin de 'gerçek dijital bölünmeye' neden olduğunu iddia eder (Aydoğan, 2012).

Manuel Castells çağdaş küresel toplum için 'Ağ Toplumu' kavramını kullanmıştır. Castells küreselleşme süreci ile birlikte kamusal alanın olumlu olarak dönüştüğünü belirtmektedir. Castells bu anlamlı dönüşümün sonuçları arasında küresel sivil toplum kavramının oluşturulmasının da olduğunu düşünmektedir. İnternetin başında olduğu yeni iletişim teknolojileriyle oluşan yeni bağlam, bu söz konusu küresel sivil toplumun adlandırılabilmesi için önemli bir boyut sağlamaktadır. Yeni iletişim teknolojileri ile beraber 'özgür' küresel kamusal alanın şeklinin gelişebildiği gözlenmektedir. Bu bakımdan internet, küreselleşmeye ve ulus ötesi bir kamusal uzamın oluşmasına yol açtığı gibi, aynı zamanda "çeşitlendirilmiş" bir alanın oluşmasına da yol açmıştır. Başka deyişle, ulus ötesi bir kamusal alan içerisinden bakarak, küreselleşmenin aslında parçalanmış bir kamusal alan modeli yarattığı gözlenebilir. Ayrıca bu anlamda bir kamusal alan ulus devlet bağlamı içinde değil, aksine ulus aşırı bir bağlamda ortaklaşa bir kimliğin oluşabilmesi adına önem arz etmektedir. Hans Enzensberger alternatif medyayı üretici ve tüketicisinin birbirleriyle yatay bir iletişim kurarak kamusal alanı tekrar oluşturması bakımından demokratik bir platform olarak değerlendirmiştir (Waltz, 2005).

Erol Mutlu kamusal alanı; "liberal siyasal düzen feodal düzenin yerini alırken oluşmuş olan ve bireylerin toplulukla ilgili kamusal sorunları ve konuları tartışmak üzere bir araya geldikleri arena" olarak ifade etmektedir (Bayraktutan Sütçü, 2007). Zizi Papacharissi ise kamusal alan kavramını tanımlarken internet teknolojisini de konunun içine dâhil ederek kamusal alan ve kamusal mekân kavramlarının ayırımına dikkat çeker:

"Şu netleştirilmelidir ki, yeni kamusal mekân yeni kamusal alanla eşanlamlı değildir. Kamusal mekân olarak İnternet, siyasi müzakere için bir forum sağlar. Kamusal alan olarak ise, İnternet düşünce ve görüşlerin demokratik alışverişini destekleyen tartışma ortamını yaratır. Sanal mekân tartışmayı geliştirir, sanal alan ise demokrasiyi." (Papacharissi, 2002: 11).

Bir araç olan internetin iletişim anlamında sunduğu olanaklardan ziyade demokratik ortam sağlama konusunda yetkinliği önemlidir. Bu yetkinliği sağlamada en önemli sacayaklarından birisi kamusal alan kavramıdır. Kamusal alan kavramına bakıldığında kamusal alan-özel alan tartışması güncel bir tartışma olarak sürekli karşımıza çıkmaktadır. Özellikle medya ekseninde bakıldığında kamusal alan kavramı, medya-siyaset ilişkisinin önemli kilit kavramlarından biri olarak görülmektedir (Bayraktutan Sütçü, 2007;79). Kamusal alan kavramına yeni medya kapsamında fazlaca yer verilmesinin en büyük nedeni demokratik ortamı sağlama konusuyla olan güçlü ilişkisidir.

İnternet teknolojisinin geleneksel medya teknolojilerinin yerini alacağını söyleyenler bu teknolojinin aynı anda göze, kulağa seslenen yanı sıra beraber etkileşime izin veren yanını ön plana çıkarmaktadırlar. Geleneksel medyadaki okuyucu/dinleyici veya izleyiciyi sahip olduğu edilgen rolden çıkarıp kendi iletişim araçlarını yöneten etkin bir role davet ettiğini söylemektedirler. Bu sayede geleneksel medyada var olan gazeteci-okuyucu, yapımcı-izleyici, sunucu-dinleyici gibi hiyerarşi belirten yapıların dışına çıkılmaktadır. Ayrıca internetin merkeze ihtiyaç duymayan, hiyerarşiyi yok eden ve çoğalarak daha fazla alana yayılan özellikleri de yöndeşme kavramının bir sonucudur (Alankuş, 2005;49). Yöndeşme sonucunda video, grafik, metin, müzik, ses, fotoğraf gibi tüm iletişim öğelerinin önceden mümkün olmayan web siteleri gibi yeni platformda yayınlanmasıyla uluslararası lokasyonlara da yayımı mümkün hale gelmiştir. Daha önceden iletişim uyduları sayesinde uydu ve televizyon yayınları taşınır hale gelmiş ve telekomünikasyon verilerinin bir araya getirilmesiyle data şebekeleri yöndeşmenin ilk örnekleri olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde ise bu iletişim teknolojilerinin çerçevesi farklı türde kombinasyonları birleştirerek daha geniş hale gelmiştir. Bunun en geniş ve popüler halini internet oluştururken, dijital televizyon, dijital radyo ve internet erişimli mobil telefonlar yöndeşme merkezli ortaya çıkmış diğer iletişim teknolojilerini oluşturmaktadır (Tuncel, 2005;92).

Yöndeşmenin yanı sıra internetle birlikte görsellikte daha fazla önem kazanmıştır. Görsellik oranı her gün giderek artan internet, günümüzde egemen medya haline gelmiştir. "dot.com" olarak isimlendirilen yapının çökmesi ve Web 2.0'in³⁷ kendi için sağlam bir yer bulmasıyla birlikte, internette görselliğin kullanım şekilleri de değişime uğramıştır. Bazı kesimler tarafından 'devrim' olarak ifade edilen bu yapı bireysel kimlikleri ön plana

³⁷ Web 2.0 teknolojisi, internet kullanıcıları arasında çevrimiçi paylaşım ve işbirliği yapmayı sağlayan bir teknoloji servsidir. Servis dağınık halde bulunan kullanıcılarının web 2.0 uygulamaları sayesinde paylaşım alanları oluşturmalarına imkan vermektedir. Kavram ilk kez 2004 yılında ortaya çıkmıştır.

çıkarmaya ve geleneksel medyada yer alan mesajı üreten kişi ve mesajı alan kişi arasındaki alanı daraltmaya başlamıştır. Görsel malzemeyi sunmak üzere oluşturulmuş *YouTube*, *MySpace*, *Facebook*, *Flickr*, *YouAreTv*, *Daily Motion*, *Second Life*, *Blip.tv*, gibi birçok platform ve bunların yanında sayısız kişisel blog ve vlog sitesi ortaya çıkmış, bu siteler Web 2.0³⁸ sayesinde demokratik bir alan oluşmuştur (Nalçaoğlu, 2007:46).

Günümüz kültürüyle ilgili en özgül iddia içinde yaşanan toplumun enformasyon toplumu olduğu iddiasıdır. Bu iddia çerçevesinde kültürle enformasyonun yer değiştirdiği söylenmektedir. Manuel Castells'in (2004) düşüncesine göre, bir gerçek sanal kültür ortaya çıkmakta, bu kültürün temelindeki sanal metinleri ise sermaye ile yoğunlaşan küresel multimedya grupları belirlemektedir (Castells'ten aktaran Nalçaoğlu, 2007). Castells'in kapitalizm hareketiyle açıkladığı kültür metinlerinin tekdüzeleşmesinin nedeni farklı teknolojilerin yöndeşmesidir. Kültürün sayısallaşmasıyla birlikte enformasyonun adına 'erişim' denilmiş ve bu kültür devasa bir bit-pazarına dönüşmüştür (Nalçaoğlu, 2007:57). Çünkü medyanın dolaylı etkilerinin yanı sıra bir de doğrudan etkileri bulunmaktadır. Bunlar; medya teknolojilerinin gündelik yaşam pratikleri ve hayati tecrübeler üzerine olan etkileridir. Örneğin eskiden işe gitmeden gazete okunmaktaydı. Sonradan bu, uyanır uyanmaz televizyon açmaya dönüşmüştür. Şimdilerde ise televizyon izlenmekte, yetmez ise internete haberlere bakılmakta hatta işe gidince elektronik postalar kontrol edilmektedir. Gazetelerin okunması ve detayların alınması ise en sona saklanmaktadır. Gündelik hayat, iş planları, komşuluk ilişkileri ve tüm ritüeller internet ve bilgisayar teknolojileri ile düzenlenebilmekte hatta işe gitmeden, bankaya gitmeden, okula gitmeden tüm planlar ve programlar tamamlanabilmektedir (Alankuş, 2005:41).

Gerek teknolojik boyutu gerekse yaşam pratikleri adına 20. yüzyılın son çeyreğine damga vuran internet teknolojisi birçok alanda değişikliklere neden olmuştur. Bu değişikliklere neden olurken teknik ve içerik olarak kendisi de bazı değişikliklere uğramıştır. Bu değişiklikleri görebilmek için internet teknolojisinin tarihsel gelişimini incelemek faydalı olacaktır.

³⁸ Araştırmanın yapıldığı 2020 yılı itibarıyla web 3.0 ve 4.0 gibi uygulamalar da çıkmış bulunmaktadır. Ancak yeni medyada etkileşim, çevrim-içi paylaşım, ve kullanıcı işbirliği gibi kavramların açıklanabilmesi adına web 2.0 teknolojisi açıklanmış ve araştırma bu teknolojik kavram üzerinden yürütülmüştür.

1.3.1. Dünyada İnternetin Tarihsel Gelişimi

Dünyada radikal gelişmelere neden olan internet teknolojisi 2020 yılı itibariyle 50. yılını doldurmaktadır. İnternet, bu kadar kısa bir tarihsel süreci olmasına karşın iş hayatından sosyal hayata birçok alanda köklü değişikliklerin yaşanmasına neden olmuş bir teknolojidir.

İnternetin temelini soğuk savaş zamanında ülkeler arasında yaşanan öne geçme arzusu ve Amerika’da askeri amaçlı geliştirilen projeler oluştursa da bulunuşunda Vinton Cerf isimli matematik mühendisliği öğrencisinin, doğuştan işitme ve konuşma engelli Sigrid adlı kız arkadaşı ile olan iletişim arzusu etkili olmuştur. Cerf insanların iletişim kurabilmesi için çeşitli girişimlerde bulunmuş aynı zamanda da bilgisayarlar üzerinde de çalışmalar yapmıştır. Aynı tarihlerde ABD savunma merkezli projelere büyük yatırımlar yapmaktadır. Bu projelerden birisi de ARPANET isimli projedir. ARPANET projesinin çalışma sisteminden esinlenen ve bunu insanların iletişim kurması için yaymaya çalışan Cerf, sonrasında mail, web ve HTML gibi birçok kavramın gelişmesinde önemli rol oynamıştır. Bu çalışmalarından dolayı Vinton Cerf, ‘İnternetin Mucidi’ olarak görülmektedir.

İnternet teknolojilerinin dünyadaki kısa tarihine bakıldığında, yapılan ilk çalışmaların 1969 yılı içinde Amerikan Savunma Bakanlığı’nda ARPANET’in kurulumu ile başladığı görülür. Sonraki süreçlerde aynı ağ üzerinde geliştirilmiş olan TCP/IP protokolü, 90’lı yıllardan itibaren ARPANET üzerinde kullanılmaya başlamıştır. İlk internetin omurgası ise 1986’da NSFNet (National Science Foundation – Ulusal Bilim Vakfı) tarafından yapılmıştır. İnternetin halka açık hale gelebilmesi ise 1989’dan sonra olmuştur. 1990 yılının Haziran ayında TCP/IP türünden sistemlerinin ilk denendiği ağ olan ARPANET kullanımdan kalkmış bu ağın yerini ABD, Japonya, Pasifik ve Avrupa ülkelerinde ticari ve hükümetlerin işletmesindeki omurgalar (Backbone) almış, TCP/IP protokolleri ve internet 1990’lardan itibaren büyük ivme kazanmıştır. İnternetin ticari anlamdaki gelişimi ise 1991 yılından itibaren olmuştur.³⁹

PC fiyatlarında yaşanan düşüşler, PC, network ve modem bileşenlerinin hız ve performans konusundaki avantajları, network altyapılarında yaşanan gelişmeler, İnternete ulaşmanın kolay ve hızlı hale gelmesi, rakip mecralara kıyasla internet kullanımının artması gibi faktörler internetin gelişmesini etkilemiştir.⁴⁰

³⁹ <http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php>

⁴⁰ <http://www.hasanbalik.com/Projeler/Bitirme/39.Pdf>

Burada belirtilmesi gereken asıl önemli durum bir medya olarak internetin tarihinin yeni oluşudur. Bu durum önermelerin gelişmesini engellemektedir. Diğer iletişim teknolojilerine bakıldığında; gazeteler yaklaşık dört yüz yıldan fazladır çıkarılmakta, radyo yaklaşık yüz yıldır, televizyon ise yaklaşık elli yıldır yayın yapmaktadır. Dolayısıyla bu araçların tarihi bir geçmişi vardır. Ancak internet teknolojisine bakıldığında böyle bir tarihi geçmiş oluşmamış, sadece yaklaşık yirmi yıllık bir geçmiş bulunmaktadır. Bu nedenle internet teknolojisi ile ilgili önermelerde bu şekilde baştan bir kavrayışın olmayacağı kabul edilmelidir (Atabek, 2005;67). Bu teknolojilerin kabullenmesi kullanım anlamında yarattığı farklılık ve ihtiyaçlara göre değişebilmektedir. Yine bu araçlar üzerinden örneklemeye çalışırsak; radyonun 50 milyon kişiye ulaşması 38 yıl, televizyonun 50 milyon kişiye ulaşması 13 yıl, internetin 50 milyon kişiye ulaşması ise sadece 4 yıl sürmüştür (Karaduman, 2005;143). Bu teknolojinin bu kadar hızlı şekilde kabul edilmesi ve yaygınlaşması sonrası gerek dünyada gerekse Türkiye’de medya endüstrisinin dikkati bu aracın üzerine çevrilmiştir.

1.3.2. Türkiye’de İnternetin Tarihsel Gelişimi

Türkiye piyasasına ilk kişisel bilgisayarların girişi 1980 yılı ortalarında. Sinclair ZX Spectrum, Commodore 64, and Amiga gibi markalar ile Türkiye’de evlerde ilk defa dijital oyunlar oynanmaya başlamıştır. Televizyonda özel yayınlar başlamadan bilgisayar alt kültürü ortaya çıkmış ve interaktivite içermeyen görsel işitsel demo versiyonlar yayılmaya başlamıştır. Türkiye’deki ilk “demo scene” grubu Zombie Boys 1988’de kurulmuş daha sonra Bronx adıyla uluslararası bir grup haline gelmiştir.⁴¹

Türkiye’de internet ve internet teknolojilerinin gelişme sürecine bakıldığında; ilk geniş alan ağı 1986 yılında tesis edilmiş olan EARN (European Academic and Research Network)/BITNET bağlantısıyla TÜVEKA (Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı) olduğu görülür. İlerleyen zamanlarda bu ağ sisteminin kapasitesinin yetersiz kalması ve teknolojik ihtiyaçlara cevap verememesi üzerine, ODTÜ ve TÜBİTAK yeni bir ağın sağlanması yönünde çalışma başlatmışlardır. Bu kapsamda ilk bağlantı denemesi 1992 yılı Ekim ayında Hollanda’ya yapılmıştır. 1992 yılında PTT’ye yapılan başvurunun sonuçlanması üzerine, 12 Nisan 1993’te 64 KBPS kapasitesinde kiralık bir hat ile ODTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı sistem merkezindeki yönlendiriciler kullanılarak, ABD’de

⁴¹ <http://csdb.dk/group/?id=2406>

NSFNet (National Science Foundation Network)'e TCP/IP protokol sistemi üzerinden Türkiye'nin ilk Internet bağlantısı yapılmıştır.⁴² 1993'te HitNet⁴³ adlı ağ Türkiye'de bulunan BBS'leri birbirine bağlamış ve ulusal bir ağ kurmuştur. Türkiye'nin en çok kullanılan blog ağlarından olan Pilli Network ve Ekşi Sözlük sitelerinin kurucuları da BBS'lerde ağ iletişimi sayesinde tanışmış daha sonrasında internetin önde gelen sayfaları haline gelmişlerdir.⁴⁴

Wolcott ve Çağıltay (2001), resmi bir liberal hareket olmamasına karşın kamu kurumlarının öncülüğünde başlayan internet erişiminin ekonomisinin de etkisiyle hızlı bir şekilde özel sermayeye yayılımına vurgu yapmaktadır. Bugünkü şekillenişine bakıldığında ise kamu kurumları ve özel sektör girişimlerinin internet düzenlemeleri ve erişimi konularında benzer biçimde işlediği görülmektedir. Bu konuyla ilgili Wolcott (1999)'un çalışmasının teknik ayrıntılar ve altyapının anlatımı konusunda en derli toplu çalışma olduğu görülmektedir. Temel unsurlara bakıldığında, Türkiye'de internet erişimine dair altyapının öncüsü olarak 1986'da Ege Üniversitesi öncülüğünde kurulan TÜVEKA'dan (Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı) bahsedilmelidir. Bu ağ henüz internet olarak tanımlanmayıp geniş alan ağı olarak Avrupa'daki EARN (European Academic and Research Network)/BITNET (Because It's Time Network) ağlarına Türkiye'deki bazı üniversiteler ve akademik kuruluşları ilişkilendiren bir ağ olarak ortaya çıkmıştır.

Akgül (2014), bu ilk yıllarda TÜVEKA ağını açıklarken DOST (Directory Of Scientists of Turkey) adlı bir bilim insanları grubundan, 1990-91'de Bilkent Üniversitesi'nde kurulan Bilserv ve GNU arşivinden, 1992'de Linux gibi açık kaynak işletim sistemlerinden haberdar olunmasından bahseder. İlerleyen zamanlarda bu ağın kapasite olarak yetersiz kalmasından ve ihtiyaçlar karşılamamasından ötürü, 1991 yılının sonlarına doğru TÜBİTAK ve ODTÜ internet teknolojileri merkezli yeni bir ağ tesis edilmesi için proje başlatmışlardır.

Wolcott bu süreçleri şöyle anlatmaktadır:

⁴² <http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php>

⁴³ HiTNet, internet portalı Türkiye'nin ilk İnternet mesaj ağını ifade etmektedir. Açılımı "Hi! Türkiye Network". 1993 yılında mesajlaşma portalı olarak popülerleşmiş daha sonar internetin gelişimi ve e-posta sistemlerin devreye girmesiyle popülerliğini yitirmiştir.

⁴⁴ <http://www.culturalexchange-tr.nl/mapping-turkey/e-culture/short-history>

“1991’de Bilkent Üniversitesi’nden Mustafa Akgül, TÜVAKA üzerinden TCP/IP protokolleri üzerine bir tartışma listesi başlattı. Bu liste protokoller ve topolojiler üzerine birçok tartışma yapıldı. Aynı yıl NSFNET’e internet bağlantısı talebi iletildi. 1992’de Ege Üniversitesi, Bilkent, ODTÜ, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi arasında iletişimin sağlanabildiği TCP/IP bağlantısı vardı ama bu bağlantı henüz uluslararası ağlara bağlı değildi. İlk uluslararası bağlantı X.25’ten RIPE’a kısa süreli bir bağlantı şeklinde 1992 Ekim’inde yapılmıştır.”⁴⁵

Bu kapsamda ilk bağlantı denemesi 1992 yılı Ekim ayında Hollanda’ya yapılmıştır. 1992 yılında PTT’ye yapılan başvuru işleminin sonuçlanması üzerine, 12 Nisan 1993’te 64 Kbps kapasitesinde kiralanmış bir hat ile ODTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı sistem merkezindeki yönlendiriciler kullanılarak, ABD’de NSFNet’e TCP/IP protokol sistemi üzerinden Türkiye’nin ilk internet bağlantısı yapılmıştır. Bu ilk bağlantı tarihi Türkiye’de internetin doğum tarihi olarak kabul edilmiş, bu tarihte başlayan iki hafta boyunca ‘İnternet Haftası’ olarak kutlanmıştır. 64kbit/san hızda olan ilk hat uzun bir zaman Türkiye’nin tek internet çıkışı olmuştur. 1993-96 yılları arasında birçok üniversite de ODTÜ üzerinden çoğu X.25/leased line vb şeklindeki bağlantılarla internete bağlanmışlardır. Bu üniversitelerin başlıcaları, İstanbul’dan İTÜ ve Boğaziçi Üniversitesi, Ankara’dan Bilkent, Gazi ve Hacettepe Üniversiteleri olarak sayılabilir. TT, DİE, MTA, gibi kamu kuruluşları yine ODTÜ üzerinden bağlanarak internet erişimini sağlamışlardır. Bu bağlantıları bazı özel kuruluşların bağlantı girişimleri takip etmiş daha sonra bunlar özel internet servisleri haline gelmiştir. Bu sırada TÜBİTAK da TR-Net çatısında servis.net.tr ve servis2.net.tr hizmet sağlayıcılarında bir kullanıcı numarasından çevirmeli ağ bağlantı şekli ile internet hizmeti sağlamaya çalışmıştır (Sosyal Medya Türkiye, 2010).

Bu tarihlerde Türkiye’de ilk internet siteleri (ODTÜ ve Bilkent Üniversitesi’nin web siteleri olmak üzere) ortaya çıkmaya başlamıştır.

Bu gelişmelerin ardından 1994 yılında çıkarılan yasa ile internet alanındaki tek yetkili Türk Telekom olmuş ve özel hizmetlerin sağlanmasını da Türk Telekom gerçekleştirmiştir. Bu tarihten sonra internet hatları kurumsal olarak satışa sunulmuş ve ilk internet dergisi olan CISN (Computing & Information Services Newsletter) yayına başlamıştır. Yayına başlayan bu dergi ODTÜ tarafından düzenlenmekte ve 1994-1995 eğitim yılında ODTÜ internet merkezli öğrenci kayıt sistemini uygulamaya koymuş, 1998 yılında ise öğrenci bilgi sistemine dönüşmüştür.

⁴⁵ https://www.isoc.org/inet97/proceedings/E3/E3_3.HTM

Türkiye’de internetin ticari kuruluşlar ve halkın kullanımına açılması 1996 yılında gerçekleşmiştir. Türk Telekom’un ticari kuruluşların internetten yararlanmasını sağlayan Turnet projesi yine aynı yıl Ağustos ayında hayata geçirilmiştir. TURNET’in İstanbul’dan 2, Ankara’dan 3 hattından yararlanan ve bu hatlar üzerinden servis veren şirket sayısı 1997 Ekim ayına gelindiğinde 80’e ulaşmıştır. Bu dönemlerde ortaya çıkan Superonline ve benzeri firmalar internet hizmetini kendi belirledikleri fiyat üzerinden satışına başlamışlardır. Yine 1996’da ULAKBİM (Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi), TÜBİTAK tarafından oluşturulmuş, bu merkez kurduğu ULAKNET ağı üzerinden bilgi hizmeti vermiştir. 1998 yılında Ulaştırma Bakanlığı’na bağlı olarak ‘İnternet Üst Kurulu’ kurulmuştur. Sonraki yıllarda bu kurulun ismi değişmiş ve İnternet Kurulu olarak çalışmalarına devam etmiştir (Demirci, 2012). 1997 yılı sonlarına gelindiğinde Türkiye’de hizmet veren servis sağlayıcı, servis alan ve erişimi olan şirketler toplamı 10.000’e, internete bağlı olan kullanıcı sayısı ise 30.000’e ulaşmıştır. 1994 yılında yaşanan kriz ortamı sonucunda internetin gelişimi yavaşlamış, 1996’da yaşanan tıkanmayı protesto için “İnterneti öldürmeyin!” sanal mitingi yapılmıştır. Wolcott (1999), Türkiye’de internet hizmetinin kullanımının yayılmasında cep telefonu teknolojisinin oynadığı role vurgu yapmaktadır. Bu teknoloji piyasasının devamlı artan büyüklüğü ve halkın bu moda göstergesi olan cihazlara gösterdiği ilgi, daha ileri teknolojilerle bütünleşebileceğinin bir göstergesi sayılmaktadır. Bu gelişmelerin ardından kablosuz internet teknolojisine giden yolda büyük bir gelişme de sağlanmıştır.

1.4. İNTERNET GAZETECİLİĞİ

İnternet teknolojisi, ilk zamanlarda sadece bilgilerin hedeflenen kitleye sorunsuz bir şekilde ulaştırılması amacıyla ortaya çıkmış olsa da internet teknolojilerinin geniş kitlelere ulaşması, medya araçlarının bu yeni gelişen teknoloji karşısında kayıtsız kalmamasına neden olmuştur. Bunun sonucunda internet gazeteciliği denilen, teknolojinin yoğun kullanıldığı gazetecilik türünü ortaya çıkarmıştır. Gazetelerin “elektronik gazete”ye dönüştürülmesinin zemininde bazı nedenler yatmaktadır. Bunlar haberlerin depolanması ve arşivlenmesi, baskı konusuna göre sağladığı avantajlarla en son gelişmelere ilişkin haberleri okura anında yansıtabilmesi gibi sebeplerdir. İnternet gazeteleri veya çevrimiçi uygulamaları ise daha farklı ve konuyla ilgili çeşitli geliştirmelerin devam ettiği, oluşumun devam ettiği yeni bir ortamı işaret etmektedir. İnternet gazetesi baskının ve kağıdın merkezinde olmadığı, mobil bir iletişim ortamını oluşturmak amacıyla geliştirilmiştir. Bunun yanında eski sistemlerdeki, hiyerarşiye dayalı bir kişiden kitleye doğru ilerleyen

iletifim akififinif değiftirmekte, interneti ve internetin sunduğu olanaklarf birçok kiifiden birçok kiifeye ilerleyen bir iletifim Şekline dnftrmektedir (Kara, 2005).

İnternet gazeteciliği için kısaca ‘‘gazeteciliğin farklı yöntemlerinin kullanılması ve internet vasıtasıyla insanların bilgilendirilmesi’’ tanımı yapılabilir. Başka bir Şekilde ifade edilmek istenirse, internet mecrasında açılmış olan haber sayfaları ya da haber servisleri internet gazeteciliği, sanal gazetecilik ve online gazetecilik gibi kavramlarla ifade edilmektedir. İnternet gazeteciliği 1994’ten sonra internetin kullanılmasıyla gelişen ve tüm dünyada yaygınlaşan bir iletifim Şeklidir (Yüksel ve Gürcan, 2001:18). İnternet, geleneksel gazeteciliği yeni ve farklı bir boyuta taŐımıŐtır. Yani internet her türlü bilginin insanlara ulaŐtırılabileceęi yeni ve zgn bir alan yaratmıştır. Ayrıca internet sahip olduğu özelliklerden dolayı sadece bilginin ulaŐtırıldıęı bir alan olarak kalmamış aynı zamanda bilginin yeniden üretildiği ve sunulduğu bir mecra halini almıştır (Karaduman, 2005;143).

Özetle internet gazeteciliği olarak bilinen kavram, klasik gazete olgusunun internet vasıtası ile dijital ortama uyarlanmasıdır. İnternetin yaygınlaşması, ticarileŐtirilmesi ve web tarayıcılarının yaygınlaştırılması gibi olaylar da zamansal paralellik içerisinde kitle iletifim araçlarının yaygınlaŐmasını sağlamıştır. İnternet gazeteciliği de internet ortamında varlığını sürdürmeye çalışmakta olan bir medya ortamıdır. Haberlerin, toplumun ilgisini ve bilgisini geliŐtirecek, dönüŐtürecek ve kurgusal olarak gerçekliğin yayımlanabileceği internet gazetesi, medya organizasyonunun ideolojisine, teknolojisine ve yapısına sıkı sıkıya bağlıdır. İnternetin sınırsız ulaşım gücünü kullanan gazeteler topluma daha etkin ve kolayca ulaşabilmektedir.

İnternet gazeteciliğinin ortaya çıkışı ile birlikte hem medya sahibine, hem yazı iŐleri kadrosuna hem de okura karşı sorumlu olan yazı iŐleri biriminin bazı rolleri okurun eline geçmiştir. ‘‘EŞik Bekçileri’’ olarak da bilinen ve hangi haberin gazetede yer alıp almayacağına karar veren yazı iŐleri sorumlularının önemi azalmıştır. Okur artık internette istediği habere ulaşmakta zgr hale gelmiştir. İnternette sınırsız enformasyon veren yığın halinde medya organı olduğu dŐnldęnde okurun kendi gazetesini yapma seçeneği olduğu da söylenebilir. Bununla birlikte yazı iŐleri sorumluların çok önemli olarak nitelendirdiği haberleri internet okurları onun kadar önemli bulmamakta ve başka haberlere yönelebilmektedir (Karaduman, 2005;149). İnternet okuru geleneksel medya okurundan çok farklılık göstermektedir. İnternet okuru teknoloji konusunda bilgi sahibi ve onunla i içe olan kiifidir. Dolayısıyla bu bilgisi sayesinde internetteki olanaklarf da kullanarak

alternatif mecralara yönelebilmektedir (Özçağlayan, 1998:197). İnternetin sunduğu olanaklar; haberi farklı kaynaklardan bulabilme, en yeni haberlere en kısa sürede ulaşabilme, haberlere yorum ekleyebilme ve diğer yorumları okuyabilme, arşivlere ulaşabilme ve istediği haberleri arşivleyebilme gibi durumlardır. İnternetin sahip olduğu bu olanaklar ve özelliklerden dolayı eşik bekçilerinin gazetelerle okurlar arasına girebilmeleri artık pek mümkün olamamaktadır (Karaduman, 2005;149).

İnternet gazeteciliğinin ortaya çıkışı yerel medya araçları tarafında da bazı beklentileri ortaya çkarmıştır. Yerel medya demokratik, çok sesli bir toplumun var olabilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından vazgeçilmez bir olgudur. Medya endüstrisi açısından da tekelleşmeyi önlemede önemli bir işleve sahiptir. Yerel medyanın ana akım medyadan farklı olabilmesi için izleyicilerin veya okuyucuların bazı beklentileri oluşmaktadır. Bunlar; alternatif habercilik yapabilmesi, yereli ve sorunlarını kendi coğrafyalarının ötesine taşıyabilmesi, ana akım medyaları ve merkezi etkileyerek yerelin katılımını güçlendirmesi gibi işlevlerdir.

Medya araçları insanların düşüncelerini yeniden yapılandığı kurumlardır. Bu kurumlar vasıtasıyla toplumda egemen olan sınıf kendi düşünce biçimini topluma empoze etmeye çalışır. Böylece insanlar sorunlarla karşılaştığında egemen güçlerin öğrettiği yöntemlerle sorunlarını çözmeye çalışmaktadır. Bu durum Althusser'in düşüncesine göre ideolojik düzenin etkisiyle oluşmaktadır. Kapitalist devletler var olan yapının yeniden üretimi konusunda iki tip aygıt kullanmaktadır. Bunlardan ilki fiziksel gücü ifade eden asker, polis ve mahkeme gibi kurumlardan oluşan devletin baskı aygıtlarıdır. Diğer aygıtısa, egemen görüş ve fikirlerin toplumda yayılmasını sağlayan medya, eğitim öğretim kurumları, aile ve siyasi partiler gibi devletin ideolojik aygıtlarıdır. Bu kapsamda medyanın merkezinde ortaya çıkmış olan internet de devletin ideolojik aygıtlarından biri olarak görülmektedir (Althusser, 2016).

İnternet çoğu geleneksel medya aracının tamamlayıcısı rolündedir. Gazetede okunan, televizyonda izlenen, radyoda dinlenen bir haberle ilgili detaylı bilgilere internet sayesinde ulaşılabilir, haberin destekleyicisi olan arşivlere, video ve ses kayıtlarına, arşivlere de internet sayesinde ulaşılabilir. Bununla beraber bilgisayar teknolojisi ile üretilmiş, internet ile servis edilmiş ve var olmuş haber endüstrisi içeriklerine gerçek zamanlı erişmek mümkündür. İnternet ucuz bir iletişim aracıdır. Gazeteciliği profesyonel meslek olarak yapan biri işsiz kaldığı takdirde, mesleki deneyimlerini paylaşmaya devam etmek için

fazla bir maliyet yaratmadan kendi sesini duyurabilmek amacıyla yeni bir alan oluşturabilir ve mesleğini profesyonel olarak bu alan üzerinden sürdürebilir.

İnternet teknolojisi kendine has olanakları ve kitle iletişim araçları ile üretilen bilginin paylaşılmasına imkân tanıyan bir araç, anlık bilginin farklı ve yeni şekillerde sunulduğu bir ortam haline almıştır. Bu doğrultuda internet gazeteciliği için; internet mecrası içerisinde haber, makale, deneme ve bunun gibi içeriklerin bir standart kazandırıldığı periyodik bir yayım şeklidir denilebilmektedir (Karaduman, 2002). İnternet gazeteciliği biçim ve şekil olarak diğer habercilik türlerinden farklılık göstermektedir. Bununla beraber dünyada internet gazeteciliğinin ülkelere göre gelişimi zamansal ve niteliksel olarak farklılıklar gösterebilmektedir.

1.4.1. Dünyada İnternet Gazeteciliğinin Tarihsel Gelişimi

1994 yılından itibaren Dünyanın pek çok ülkesinde çoğu gazete teknolojik olarak bir değişim içine girmeye başlamıştır. Bu tarihe kadar gazete teknolojisinden bahsedildiğinde editoryal ve üretim aşamasındaki basılı üretime dair gelişmeler anlaşılırken, 1994'ten sonra internet teknolojisinde 'www' aracının geliştirilmesi ve geleneksel gazetelerin bu teknolojiyle tanışması sonrası gazete teknolojisi anlayışı internet ve elektronik yayın sistemlerini de içermeye başlamıştır (Gürcan'dan aktaran Dağtaş, 2007;115).

Gazetelerin tarihine bakıldığında ilk gazetelerin; savaş, kıskırtma ve çeşitli ülkelerdeki yaşayan azınlıkların kendi ülkeleri hakkında bilgi edinmeleri amacıyla haber mektupları şeklinde ortaya çıktığı görülmektedir. Ardından belli zaman aralıklarında çıkan ve son olarak günlük basımla çıkan gazeteler oluşmuştur. Gazeteden sonra bu görevi; sesle radyo, görüntü ve sesin birleşimi ile televizyon sürdürmüştür. Ancak internetin hızla yayılmaya başlaması gazetede de değişim ve dönüşüme sebep olmuştur. İnternet, iletişim araçları kapsamında bakıldığında tarihin en hızlı yayılan iletişim aracı olmuştur. Sadece ABD'de radyonun 60 milyon kişiye ulaşması 30 yıl sürmüştü, televizyonun bu seviyeye ulaşması ise 15 yılı almıştır. İnternet ise bilgisayar teknolojisinin gelişmesini izleyen 3 yıl içinde bu yayılma hızına ulaşmayı başarmıştır. İnternet medyası yazılı basında yer alan sayfaların internete aktarılmasıyla başlamıştır. 1995 yılında, New York Times, The Washington Times gibi büyük gazetelerin yayınlarını birebir internete aktarmaları bu süreci başlatmıştır. Aynı yıl Avrupa'da da International Herald Tribune ve Daily Mirror gibi gazeteler sayfalarını internete açmıştır (Aydoğan, 2013).

Dünya basınında geleneksel basın internetin gelişmesiyle değişmiş ve okuyucularında yorumlarıyla üretime katıldığı bir sisteme dönüşmüştür. Basılı gazetelerin internette de okurlara sunulmasına başlanmasıyla birlikte gazetenin hazırlanma ve tasarım aşamasına internet gazetesinin hazırlanması aşaması da eklenmiştir. Basılı gazete için hazırlanan haber metni, fotoğraf ve yazılar, sanal editörler ile internet gazetesi içinde hazırlanmaya başlamıştır. Bunun sonucunda günümüzde yayın yapmakta olan birçok basılı gazetenin sanal versiyonları da içeriği aynı ancak tasarımı farklı olarak yayın yapmaya başlamıştır (Dağtaş, 2007:118).

Dünyada internet gazeteciliği dönemselsel olarak incelendiğinde üç dönemden geçtiği görülmektedir. İlk dönem haber içeriğinin geleneksel gazete için üretildiği, bu içeriğin internet gazeteciliği için üretilmediği ancak geleneksel gazete için üretilen içeriğin internet sayfalarına da aktarıldığı dönemdir. İkinci dönem, gazetecilerin internet gazeteciliğine özel olarak haber içeriği üretmeye başladıkları dönemdir. Üçüncü dönem ise kullanıcıya haber yapma ve içeriği denetlemeye izin veren, tek yönlü iletişimden çıkılıp interaktif iletişime geçildiği dönemi ifade etmektedir (Tokgöz, 2000:69). İnternet teknik olarak gelişimini hızlı bir şekilde tamamlarken biçim ve içerik yönünden de hızlı bir gelişim süreci yaşamıştır. Bu gelişim Türkiye'deki internet gazeteciliğine de hızlı bir şekilde yansımıştır.

1.4.2. Türkiye'de İnternet Gazeteciliğinin Tarihsel Gelişimi

1994 yılında TÜBİTAK, ODTÜ, Boğaziçi Üniversitesi gibi bilim ve akademi kuruluşları, tüm bilgisayar kullanıcılarına internete ulaşma imkânı sunmaya başlamışlardır. 1994 yılı Türkiye'nin bu teknolojiyle tanışma ve Amerika'da web sitelerinin sayılarının artış yılıdır. Bu tarihten itibaren internetle birlikte gazeteler de mevcut içeriklerini web ortamına taşımaya başlamışlardır. İlk olarak geleneksel gazetenin kopyası olan çevrimiçi sayfalar oluşturulmuş, sonra kendine özgü bir yapıya dönüşerek, daha fazla haberi bünyesinde toplayarak basılı gazetenin kopyası olmaktan çıkmıştır. Bunun dışında sadece çevrimiçi olarak yayınlanan gazeteler de ortaya çıkmıştır. İnternet gazeteciliğinde en önemli konu salt metnin yerine video, ses, görsel, animasyon gibi farklı türden içerikleri barındıran hipermetin özelliği taşımasıdır (Aydoğan, 2013).

Türkiye'de basılı içeriği internet ortamına taşıyan ilk medya kuruluşu Aktüel Dergisi olmuştur (Temmuz 1995). Dergi, Boğaziçi Üniversitesi sunucuları üzerinden okulun öğrencileri tarafından güncellenmiş ve tüm dünyaya ulaşmıştır. Aktüel dergisinin ardından interneti keşfeden ilk gazete Zaman gazetesi olmuş, 1995 Aralık ayından itibaren haberler

ve köşe yazılarını internet üzerinden yayınlamaya başlamıştır. Ancak gazete haberlerin ve yazıların tamamını internet üzerinden yayınlamamıştır. Gazete içeriğinin tamamını internet üzerinden yayınlayan ilk gazete Milliyet gazetesidir (27 Kasım 1996). Hürriyet ve Sabah gazeteleri de yayınların açılması konusunda Milliyet Gazetesi'ni izlemiştir (1 Ocak 1997). Radikal gazetesi 1998 yılının Mart ayında, Cumhuriyet gazetesi ise aynı yılın Mayıs ayında içeriklerini internete açmıştır. Cumhuriyet gazetesi 2000 yılı Nisan ayında internetten gazeteyi okuyanlar için abonelik sistemini başlatmış, okurlar kendilerine verilen şifreyle gazetenin o günkü sayısına ulaşabilmişlerdir (Yüksel, 2014:102). Türkiye'de internetten yayın yapan ilk bağımsız site NetHaber'dir (2002). İnternetin yeni kullanılmaya başladığı zamanlarda en büyük servis sağlayıcılardan birisi olan Superonline şirketinin internet sitesi ile bağlantılı olarak kurulan NetHaber, Reuters ve Anadolu Ajansı'ndan aldığı haberleri takipçilerine ulaştırmıştır. Tamamen özgün içeriklerle bağımsız olarak yayıncılık yapan ilk site ise gazeteci Ahmet Tezcan tarafından kuruluş olan www.dorduncukuvvetmedya.com sitesidir (2003). 2000 yılının başlarında büyük sermaye gruplarına bağlı olmayan profesyonel gazetecilerin öncülüğünde birçok haber sitesi yayın hayatına başlamıştır. Bu konuda medyada yaşanan ekonomik krizin etkisi de büyüktür. Bu kriz döneminde işsiz kalan birçok gazeteci mesleklerine internet üzerinde açtıkları sitelerde devam etmeye çalışmıştır. Bu durum Türkiye'de internet gazeteciliğinin gelişmesinde ciddi bir fayda sağlamıştır.

We Are Social adlı şirketin 2015 yılının internet ve sosyal medya kullanım istatistikleri incelendiğinde Türkiye genelinde 37,7 milyon aktif internet kullanan kişi bulunmaktadır. Buna göre Türkiye nüfusunun aktif internet kullanıcı penetrasyonunun⁴⁶ %49 olduğu görülmektedir. Öte yandan 40 milyon aktif sosyal medya hesabının bulunduğu Türkiye'de sosyal medya hesaplarının penetrasyon oranının ise %52 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mobil cihazlar üzerinden kullanılan 32 milyon aktif sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Buna göre 40 milyon aktif sosyal medya hesabının %80'ine mobilden erişim yapıldığı görülmektedir. Ayrıca rapora göre Türkiye'de yaklaşık 69.6 milyon mobil kullanıcı bulunmaktadır. Türkiye'de en çok kullanılan sosyal ağlara bakıldığında Youtube, Instagram, WhatsApp, Facebook ve Twitter ilk beşi oluştururken, onları Facebook Messenger ve Pinterest takip etmektedir.⁴⁷

⁴⁶ 'İnternet Penetrasyonu' ifadesinde ise İnternet'i kullanan nüfusun genel nüfusa oranını ya da bir başka deyişle yaygınlığını anlatır.

⁴⁷ <https://wearesocial.com/digital-2020>

Türkiye'deki dijital haber medyasında yaşanan eğilimler incelendiğinde ise; yapılmış olan yeni bir araştırma Türkiye'nin kentsel kesiminde yaşayan çevrimiçi bireylerin istekli birer sosyal medya kullanıcı olduğunu ancak haber alma alışkanlığı konusunda halen televizyonu tercih ettiğini ortaya koymuştur. Oxford Üniversitesi Reuters Institute for the Study of Journalism tarafından 2015 yılında yayımlanan araştırma ise; Türkiye'nin kentsel kesimindeki 1076 dijital haber kullanıcısının alışkanlarına yeni bir bakış getirmiş ve Almanya ve İngiltere dâhil olmak üzere diğer 17 ülkedeki 27,000'dan fazla çevrimiçi haber kullanıcısı ile deneyimlerini karşılaştırmıştır.⁴⁸

Türkiye'de yapılan araştırmalarda kullanıcıların %32'sinin, ana haber kaynağının internet olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte televizyon başta olmak üzere bilindik platformlar da hala önemini korumaktadır. İnternet kullanıcılarının bile yaklaşık yarısı (%51), televizyonun ana haber kaynaklarını oluşturduğunu belirtmişlerdir. Türkiye'nin önemli ölçüde çevrim dışı dinleyici/izleyici kitlesi karmaya eklenince bu rakam artabilir. Televizyon, önemli bir haber kaynağı olarak yerini korumaktadır ve bir süre daha Türkiye'deki çoğu kişinin ana haber kaynağı olarak kalacaktır. Bununla birlikte Türkiye'de geleneksel medya organlarının online takip edilme oranı haftalık %76'lık gibi yüksek bir erişime sahiptir. Bu geleneksel medya organlarının saygınlıklarını çevrimiçi olarak güçlendirdiği anlamına gelmektedir.

Haber kaynağı olarak akıllı telefon kullanımı Türkiye'de ortalamanın üzerindedir. 2015 Digital News Report'da %45 olan 18 ülke ortalamasına karşın Türkiye'de akıllı telefon kullanım oranı %57 olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte haberler için tabletlerin kullanımı diğer ülkelere benzemektedir. 18 ülkede ortalama %68 olan bu oran Türkiye'de % 65'tir.⁴⁹

Bu rakamlar ülke nüfusunun tamamını temsil etmemektedir ancak sonuçlar Türkiye genelinde kentte yaşayan genç nüfusun teknolojiye düşkün olduğunu göstermektedir. Bu gruplar için akıllı telefonlar sosyal kanallara erişim için önemli bir araçtır. Bilindik Türk haber kuruluşları yerli dijital kaynaklı kuruluşların ilerisinde olmasına rağmen yerli dijital markalar, uluslararası rakiplerine göre Türkiye'de nicel anlamda daha başarılıdır. *Google News*, *Yahoo!* ve *MSN News* gibi servislerin çevrimiçi haber piyasasının büyük yüzdelere ulaştığı diğer çoğu ülkenin aksine Türkiye'de en popüler dijital haber markaları

⁴⁸ www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk, 2015

⁴⁹ (www.digitalcontentjournal.com).

Mynet, Haberler ve InternetHaber olmuştur. Bu durum yerel haber sağlayıcılarının güçlü potansiyelini göstermektedir çünkü bu organizasyonlar kendi kitlelerini ve çevrim içi gelirlerini artırma arayışındadırlar.⁵⁰

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de online yurttaş gazeteciliği merkezli oluşturulmuş haber siteleri vardır. Bu haber sitelerini sadece sisteme muhalif elektronik yayın organları olarak değerlendirmek yanlış bir yaklaşım olacaktır (Dağtaş, 2007;120). Bunun yanında Türkiye’de yayın yapan yurttaş gazeteciliğine dayalı online haber mecralarının birçoğunun herhangi bir mülkiyet sahipliğine ait olmaması, yerel ve ulusal ölçekte yapılan haberlerde vatandaşların yorum ve görüşlerinin yer alması, gazeteciliğin olması gereken ilkelerinin yayın politikalarına yansıtılma çabası bu sitelerin temel özelliklerini yansıtmaktadır. Sayıları az da olsa politikaları korumaları ile ilerleyen yıllarda çoğalacakları öngörülebilmektedir.

1.4.3. İnternet Gazeteciliğinin Yapısal Gelişimi ve Özellikleri

İnternet gazeteciliği günümüzdeki haline farklı gelişim süreçlerinden geçerek gelmiştir. İlk zamanlarda geleneksel basılı gazetenin haber içeriğini kopyalayarak, daha sonra ise basılı gazetede yer alan haberler dışındaki haberlere de yer verilerek farklı platformlarda paylaşılmaya başlanmıştır (Aydoğan, 2013:31).

Bugün gelinen noktada internet haberciliği uygulama anlamında ciddi boyutlara ulaşmıştır. İnternet haberciliği dünyanın birçok yerinde akademik ve sektörel tartışmalara konu olmuştur. İnternet haberciliği ile ilgili yaşanan gelişmeler, geleneksel medyada ifade şansı bulamayan kullanıcılar için büyük önem taşımaktadır. Bunun temelinde ise Web 2.0 ile birlikte gelen kullanıcının ürettiği içerik ve sosyal medya kavramları bulunmaktadır. Sosyal medya veya yeni medya olarak adlandırılan bu araçların öncelikle *Wikileaks* olayında sızdırılan belgelerin yayınlanması, ardından Ortadoğu’da; Mısır, Tunus ve Libya gibi ülkelerde yaşanan halk hareketlerinde, geleneksel medya tarafından ulaşılamayan bilgileri aktarması bu yaşananların bir internet devrimi olduğu konusunda fikir birliği yaşanmasını sağlamıştır (Aydoğan ve Başaran, 2012). Sosyal medyanın gazete, dergi, radyo ve televizyonlar gibi geleneksel olarak adlandırılan medya araçlarından en büyük farkı; üretim sürecinde toplumun da dâhil olmasıdır. Bugüne kadar bilginin ve haberin tüketicisi olan toplum, yaşanan internet devrimi ile üretici konumuna da geçmiştir (Yüksel, 2014).

⁵⁰ (www.digitalcontentjournal.com).

İnternet mecrası üzerinde haber içerikleri, üç farklı şekilde üretilmektedir. Birinci aşamada online olarak çalışan gazeteciler genellikle bağlı buldukları medya kuruluşundan çektikleri haber içeriklerini düzenleyerek ve tekrar yayınlayarak kendi amaçlarına uygun hale getirirler. İkinci aşamada gazeteciler, kendileri orijinal haber içeriğini oluştururlar. Son aşama ise; web için özel olarak tasarlanmış orijinal haber içeriğidir. Bu aşama, toplumun yapısını online kullanımı göz önüne alarak düşünmek ve ona göre haberleri karakterize etmekten oluşmaktadır. Yeni tip hikayeci anlatım formu, okuyucuların haberleri yalnızca okumasındansa o haberin içine girmesini ve bütünleşmesini sağlamaktır (Pavlik'ten çeviren Demir ve Kalsın, 2013).

2006 yılında içerik üretmek amacıyla New York'ta kurulan *Buzzfeed* isimli site işyerlerinde insanların okumaları amacıyla eğlenceli içerikler üretmektedir. BuzzFeed bu yayın politikası ile Alexa⁵¹ rakamlarına göre dünyada 135. Amerika'nın ise 41. popüler sitesi olabilmiştir. BuzzFeed sadece İngilizce yayın yaptığı halde yüz milyonlara ulaşmaktadır. BuzzFeed adlı sitenin bugün ulaştığı olduğu şirketin mali değeri ise 850 milyon dolardır. Geleneksel haber formatlarından farklılaşarak yayın yapan site günlük 150 milyon okuyucuya ulaşan yeni nesil bir internet gazetesi olmuştur. Buzzfeed'i geleneksel haber sitelerinden ayıran en önemli nokta, haber ayırımı olmaksızın derlediği tüm içerikleri, en etkin biçimiyle sunabilmesidir. Bu tip yayın mecralarının ana gelir kaynağı web siteleri üzerinden aldıkları reklamlardır. 'Native advertising' olarak adlandırılan bu reklamlar sitenin kendi ekibi tarafından üretilmekte ve çoğu zaman reklamlarla alakalı olan içeriğin yanına yerleştirilir. Yayınlanan bu özel reklamlar için diğer reklamlardan üç veya altı kat daha fazla ücret alınmaktadır.⁵²

Araştırmanın merkezindeki Onedio web sitesi de aslında Amerika'da içerik dünyasının önde gelen kuruluşlarından olan Buzzfeed'in Türkiye uyarlaması olarak gösterilmektedir. Kaan Kayabalı, Türkü Oktay ve arkadaşları tarafından Ağustos 2012'de sosyal medya için içerik üretme hedefi ile yola koyulan Onedio, aradan 1 buçuk yıl geçmeden 120 binden fazla kayıtlı üyeye ulaşmış, günde 600 binden fazla, ayda ise 8 milyondan fazla tekil ziyaretçiye ulaşmıştır. Site kısa bir sürede Comscore verilerine göre Türkiye'nin internette en çok ziyaret edilen 36. sitesi olmayı başarmıştır. Metin, resim ve video tabanlı içeriklerin sunulduğu bir web sitesi olan Onedio'nun farklılaşmasını sağlayan, geleneksel medyada

⁵¹ Alexa ölçüm sistemi ABD merkezli ve amazon.com tarafından yönetilmekte olan bir internet şirkettir.

Alexa diğer web sitelerinin internet ziyaretçi sayısı ve trafik kaynakları ile ilgili bilgi veren bir yazılımdır.

⁵² www.platform.org, 2015

kullanılan ciddi ve mesafeli dilden farklı bir şekilde; metin, video gibi içeriklerin kullanıcı deneyimleri ile harmanlanıp etkileşimi yüksek şekilde sunulmasıdır. Bu içerikler bazen sosyal medyadan derleme yapılmış önemli bir gündem maddesi olurken bazen de eğlenceli bir anket veya test olabilmektedir. Onedio'nun nicel anlamda başarılı olabilmesinin en önemli etkeni de merkezine kullanıcıyı alan bir üretim planlaması ve yurttaş gazeteciliği merkezli üretim şeklidir. Site Buzzfeed'in Türkiye uyarlaması olarak gösterilse de derinlemesine görüşme yapılan site kurucularından Türkü Oktay kuruluş aşamasında örnek alınan sitelerle ilgili şu ifadeleri kullanmıştır;

En başta örnek ve aldığımız sayfalarla, sitelerle ondan sonra örnek aldıklarımız farklılaştı. En başında bu işi yaparken yurtdışındaki böyle -Google News'i biliyorsunuz- onu çok beğeniyorduk. Belki bu bir haber sitesi değil ama... Başladığımız noktada Huffington Post ve Google News' i çok beğeniyorduk ve bu ikisini birleştirdiğimiz bir sistem düşünmüştük. Buzzfeed örneği var doğru ama başladıktan birkaç sene sonra örnek aldığımız bir sitedir. Süre içerisinde global aktörleri çok iyi incelediğimiz ama örnek aldığımız bir site olmadı. Çünkü her örnek aldığın yer 1 sene içerisinde kendini yeni bir dünyaya göre değiştirmek zorunda kalıyor. Türkiye'de örnek aldığımız bir örnek yok ama global örneklere çok baktık. Dediğim gibi başlangıçta Huffington post ve Google news sonrasında ise Buzzfeed ve Vice gibi işlerdi...[Görüşme Tarihi: 03/07/2020].

İnternet gazeteciliğinin ve internet gazetelerinin gitgide yükselen bir değer olduğu bilinse de okuyucunun geleneksel, basılı olan mecralara duyduğu güven de azalmamaktadır. *Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün 2020 Dijital Haber Raporu*'na⁵³ göre, dijital medya mecraları, geleneksel haber mecraları karşısında üstünlük sağlamaya başlamıştır. Sosyal medya platformlarından Instagram ve YouTube'un haber amaçlı kullanımı artmıştır. Ancak insanlar dijital mecralardaki yanıltıcı bilgiden rahatsız ve güvene ihtiyaç duymaktadır. Bunlara rağmen geleneksel gazete yayıncılığı da teknolojik gelişmelerden tamamen uzak kalmamış ve üretim aşamalarındaki süreçleri teknolojik olarak olabilecek en yakın şekilde takip etmektedir (Sırma, 2007:132). Örneğin New York Times Nisan 2014'te David Leonhardt'ın olduğu, *The Upshot* adında bir site yaratarak 'açıklayıcı gazetecilik' akımına katılmıştır. Sitenin niyeti, karışık mevzuları basit bir dille, infografiklerle anlatmaktır. *Guardian*'ın Data Blog'u, *Washington Post*'un Wonkblog'u, *Bloomberg*'in Wikipedi benzeri haber sitesi QuickTake ve *ESPN*'in fivethirtyeight.com sitesi de bu akımın örneklerindedir. Bununla birlikte birçok haber sitesi, sayfaya girilen gün, saat ve kullanıcıya göre farklı içerik sunacak sistemler üzerinde çalışmaktadır. Kanada'da bulunan *The Globe and Mail* gazetesinin dijital ürünlerden sorumlu direktörü Craig Salla, 'ana sayfa' modelinin öleceğini, siteye giren kullanıcılara daha önceden okudukları makalelere göre özel içerik sunulacağını belirtmiştir. Bunun yanından 2014 yılında *Washington Post*

⁵³ <https://bit.ly/3ny3usJ>

gazetesinin dijital editörü Cory Haik kişiselleştirilmiş içerikleri sunabilecek bir sistem üzerine çalışmak için bir ekip kurmuştur.⁵⁴

Diğer taraftan günümüzde tek bir konu üzerine eğilen haber siteleri de gittikçe yaygınlaşmaktadır. Uzmanlık isteyen belli başlı konulara gazetelerin eğilmemesi, gazetelerin çalışan sayılarının giderek azalması gibi nedenlerden dolayı bu siteler var olmuş ve çalışmalarını sürdürmektedir. 2003-2011 yıllarında New York Times gazetesinin yayın yönetmeni, Pulitzer ödülünü kazanmış gazeteci Bill Keller, içeriği yalnızca ABD'deki adalet sistemine odaklanmış olan *Marshall Project*'in başına geçmiştir. 20 çalışanı olan siteye farklı bağışçılar tarafından fon sağlanmaktadır. 2013'te Pulitzer ödülü alan *Inside Climate News* sitesi de 10 çalışanıyla çevre (özellikle iklim değişikliği, enerji vs.) odaklı haberler yapmaktadır⁵⁵

İnternet haber siteleri için bir sınıflandırılma yapılmak istendiğinde haber sitelerinin hiçbiri tüm özelliklerin hepsinin birden barındırmamaktadır. Ancak bu internet haber sitelerinin her biri bu özelliklerden birini veya birkaçını taşımaktadır. Bu kapsamda bakıldığında haber siteleri dört gruba ayrılmaktadır. Bunlar; ana akım haber siteleri, endeks ve kategori siteleri, meta- yorum siteleri ve paylaşım-tartışma siteleridir (Dağtaş, 2007:118).

Toplumda belirli bir kariyere sahip olan, çoğunlukla belirli bir kültürel sermayeye sahip, kendi bilgisayarını olan ve bilgiye ulaşmaya çalışan, bununla beraber kendini yenilemeye çalışan ve bilgi toplumu içerisinde var olmaya çalışan bireyler internetin olanaklarından ve hizmetlerinden daha fazla yararlanabilmektedir. Bunun gibi birçok internet kullanıcısı internette dolaşırken haber kuruluşlarının web sayfalarına da tıklamaktadır (Gürcan, 1998: 149). Kitle iletişimi sağlayan bu araçlar okuyuculardan gelen geri bildirimleri toplayarak içeriklerini düzenleyebilmektedir. İnternet ortamı sadece alıcı durumundaki pasif izleyiciler yerine aktif bireyleri oluşturmaktadır. Böylece okurlar sadece tüketici değil yüksek önemde, içerik üreticiler olmaktadır (Dağtaş, 2007:119).

İnternet ve bilgisayar teknolojilerinin geleneksel haberciliği ve gazetecilik üzerindeki etkisi düşünüldüğünde, bu yeni teknolojilerin haberciliği de gazeteciliği de değiştireceği öngörülmektedir (Kara'dan aktaran Alankuş, 2005). Gazeteler tamamen ortadan kalkmasa bile kâğıt sesi eklenmiş dijital gazetelerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bunun yanında okuyucu kendi gazetesini yapabilmekte, kendi ilgilendiği haberleri seçebilmekte ve

⁵⁴ www.platform24.org

⁵⁵ www.platform24.org

bunların her an gözünün önünde olmasını sağlayabilmektedir. Böylece geleceğin gazetelerinde hangi haberin okunacağı ve haberlerin sırasının nasıl olacağı editör kontrolünden çıkmış olacak ve editörün okurlar üzerindeki kontrolü ortadan kalkacaktır. Bu hiyerarşide gazetecinin görevi mevcut haberleri gruplandırarak okuyucuya sunmak, okuyucunun istemediği haberleri filtrelemek olacaktır (Alankuş, 2005:55).

İnternet haberciliğinin sağlamış olduğu olanaklar ve farklılıklar şu şekilde sıralanabilir:

- Haberleri çok hızlı bir biçimde verebilmesi ve hızlı bir şekilde güncelleyebilmesi
- Mültimedya özelliğinden dolayı görüntü, ses, grafik gibi içerikleri kullanabilmesi ve okuyucunun habere 24 saatin her anı ulaşabilmesi
- Arşivde bulunan ve istenilen haberlere anında ulaşabilmesi
- Okurun yorumlarını anında iletebilmesi yani interaktif iletişim sağlayabilmesi
- Herhangi bir haberle ilgili bilgiye ilişkin link verebilme özelliği sayesinde arka planda daha fazla bilgiye erişim olanağı
- Diğer medya mecralarında bulunmayan farklı haberlere ulaşabilme özelliği (Karaduman, 2005:147).

İnternet haberciliğinin en önemli avantajı haber içeriklerinin yani enformasyonun anlık olarak değiştirilebilmesidir. Basılı gazetecilikte güncellemeler günlük yapılırken online gazetecilikte anlık yapılabilmektedir. Online gazetecilik sisteminde güncellemeler üç şekilde yapılabilmektedir. Her yeni içerik, yazı girişinde yapılan güncelleme *düzensiz güncelleme* olarak ifade edilir. Sitenin içeriği belli bir saat, gün veya zamanda güncelleniyorsa bu *belirli periyotlarla güncelleme*, ajanslardan muhabirler ve yazarlardan gelen bilgiler bekletilmeden anında siteye yükleniyorsa bu da *sürekli güncelleme* olarak ifade edilmektedir (Karaduman, 2005:158). İnternet gazeteciliğinde farklılaşan bir diğer unsur da izlenme oranı-takip oranı kavramıdır. Geleneksel medyada reklam pastasının belirlenmesinde belirleyici unsur durumundaki reyting ve tiraj (izlenme-okunma oranı) kavramlarının yerini internet gazeteciliğinde ‘ziyaretçi sayısı’, ‘tıklanma sayısı’, ‘sayfa gösterimi’, ‘etkileşim’ gibi kavramlar almaktadır (Halıcı, 2005:168).

İnternetin ortaya çıkışı ile birlikte gazetecilik de form değiştirerek farklı bir boyut almıştır. Bununla beraber yeni medya platformları, özellikle sosyal medyanın gündelik hayata girişi ile internet gazeteciliği de farklı biçimlerde sunulmaya başlamıştır.

1.4.4. Yeni Medya Ortamı Olarak İnternet Gazeteciliği

Matbaanın 15. yüzyılda icadı ve bu devrimin ardından dijitalleşme ile başka bir döneme girilmiştir. Yazının bulunması ile toplumda güç sahiplerinin dışında olanların da katılabildiği bir iletişim süreci başlamış, matbaanın bulunması haberin kitlesel olarak tüketimini mümkün hale getirmiş, dijital teknolojilerin gelişmesi ise tüketimin yanında

Üretim olanaklarına da imkân vermiştir (Binatlı, 2011). Dijital teknolojiler birçok durum gibi gazeteciliğin şeklini de değişirmiştir. Geleneksel gazetecilikteki bozulma ve değişim, profesyonel çalışanların, deneyimli gazetecilerin ve başta yerel gazeteler olmak üzere büyük şehirlerdeki haber kuruluşlarının okur kaybına yol açmış fakat bununla birlikte sektörde, teknolojik yeniliklere yavaş yavaş uyum sağlanmıştır (Pavlik, 2013).

Yeni medya gazeteciliği sahip olduğu büyük potansiyel ile gelişmiş bir haber toplama ve yayınlama biçimidir. Ayrıca birden çok farklı katılımcının bağlanabildiği evrimii bir platformdur (Space ve Quinn'den aktaran Erdoğan, 2014). Yeni medya üzerinde haberler, içerikler, bilgiler, görüntüler farklı sosyal mecralar üzerinden bilgisayar, cep telefonu, tablet gibi teknolojilerle çok hızlı bir şekilde tüm dünyaya iletilebilmektedir (Erdoğan, 2014).

Son yıllarda medya takipçilerinin artan bir şekilde interneti haber kaynağı olarak esas aldığı gözlemlenmektedir. Özellikle genç kullanıcılar haberleri internet üzerinden takip etmektedir. Bu internet kullanıcıları, interneti kullanmayanlara oranla televizyon haberlerini daha az takip etmektedir. Buradan ıkarılacak bağlantı televizyon ile yeni medyada yer alan haberler arasında oluşmuş sinerjidir. Yani ift ekranlı izleyiciler bir yandan internette dolaşırken diğer taraftan radyo dinleyebilmekte, internetten haberler okuyabilmekte ve televizyon izleyebilmektedir (Bucy, 2003). İnternetin ve yeni medya araçlarının hızlı bir şekilde yayılmasının nedeni bu araçlar sayesinde farklı coğrafyalardaki farklı bilgilere en hızlı ve azami şekilde ulaşmaya izin vermesidir. Modern yaşama ayak uydurmak isteyen birey tüm bu bilgilere kolay ve zahmetsiz bir şekilde ulaşabilmek için interneti ve yeni medya araçlarını kullanacaktır. Bu da bu araçları cazip araçlar hale getirmektedir (Gürcan, 1998: 144).

İnternetin yapısından dolayı oluşturduğu hız, etkileşim, düşük maliyet, güncellenebilir oluşu gibi avantajlarının yanında, çoklu ortam özelliklerinin katmış olduğu rekabet üstünlüğü, 'yeni medya' olarak adlandırdığımız ve internetle paralel olarak işleyen teknolojilerin, geleneksel medya ve kitle iletişim araçları diye adlandırılan ve 'eski medya' olarak konumlanan sistemler karşısında oldukça güçlenmesini sağlamıştır. Çok kısa bir sürede genel alışkanlıklar ve klasik yöntemler olarak ifade edilen, bugün artık geleneksel medya olarak adlandırılan; televizyon, radyo, gazete ve dergi gibi araçlarına karşı bakış açısı oldukça değişmiştir (Bulunmaz, 2011). Yeni medya ortamlarında gerçekleştirilen online gazeteciliğin diğer bir özelliği ise ana metinle ilişkilendirilmiş olan 'hipermetinler'

veya linklerdir. Bu sayede okunan alanın dışında da sınırı olmayan bir üçüncü boyut kullanıcıya sunulmaktadır. Yani herhangi bir metine eklenmek istenilen metin, grafik, fotoğraf ve her türlü hipermetinle ana metin arasında bağlantı kurulabilmektedir (Halıcı, 2005;161). Bu da yeni medyanın sahip olduğu sınırsız mekân ve veri söylemini tekrar gündeme getirmektedir.

İzleyici katılımının da meydana gelmesiyle internet gazeteciliği sınırları genişlemeye başlamış ve internet gazeteciliği modellerine farklı isimler verilmeye başlanmıştır. Yeni medya kapsamında internet gazeteciliği altında video haberciliği, sosyal medya haberciliği, robot ve dron haberciliği, veri gazeteciliği ve yurttaş gazeteciliği gibi alanlarda da mevcuttur.

Sosyal Medya Haberciliği

Sosyal medya kavramı, son yıllarda özellikle teknolojinin gelişimi ile birlikte, temelde insanların interneti ve internetin olanaklarını kullanarak, daha çok iletişim kurma, vakit geçirme eylemini ifade etmektedir.

Günümüzde sosyal medya, tekelleşmeye karşı olan bireylerin kendi haber ve içeriklerini ürettiği bir ifade şekli ve aynı zamanda kitle iletişim aracı olarak kullanılmaktadır (Gündüz ve Pembecioğlu, 2013:318). Sosyal medyanın teknik altyapısı Web 2.0 sayesinde sağlanmıştır. Üyelerinin çeşitli içerik türlerini kolaylıkla yayınlamalarına izin veren sosyal medya siteleri bu süreçte ortaya çıkmış, sayıları her geçen gün artmış ve artık internet kullanıcılarının ürettikleri içerikle büyüme sağlamaktadır. Facebook, YouTube, Instagram ve Twitter gibi popüler sosyal medya ortamları kullanıcı sayılarıyla ülkelerin nüfuslarıyla yarışır hale gelmişlerdir (Bostancı, 2015:51).

Sosyal medya oluşturduğu yeni fırsatlarla birlikte geleneksel medyanın yerini almaya başlamıştır. Geleneksel medya araçlarında haberler profesyonel kişiler tarafından oluşturulmakta ve bu haberlerden sorumlu bir kişi tarafından kontrol edildikten sonra tek yönlü olarak gönderilmektedir. Sosyal medyada ise haberin oluşturulması ve oluşturulan haberin hedef kitle ile buluşturulması daha farklıdır (Altınbaş, 2014). Pew Araştırması Gazetecilik Projesi, Facebook ve Twitter kullanıcılarının çoğunun bu sosyal sitelerden haber aldığını/bilgi edindiğini açıklamıştır. Aynı zamanda Reddit, Google+, YouTube, LinkedIn ve Instagram gibi platformlarda haber kaynakları arasında yer almaktadır (Hansen, 2015).

Online yayıncıların Google da dahil olmak üzere en çok ziyaretçi aldıkları mecra Facebook'tur. Bu nedenle online yayıncılar, haber içeriklerinden görsel seçimlerine ve içeriği yayınladıkları saatlere ve reklam maliyetlerine kadar tüm konseptlerini Facebook'un değişken algoritmaları üzerinden oluşturmaya başlamışlardır. Türkiye'de onedio.com, nedyor.com, radikal.com.tr gibi online haber yayıncılığına odaklanmış içerik (haber sitesinin ötesinde bir kavram olarak) siteleri de yapılarını Facebook trafiği üzerine kurgulamış durumdadır. Facebook'un birçok haber sitesinin ana trafik kaynağı olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu durum daha da geniş ve sınırsız bir hal almaktadır. Pew Araştırma Merkezi tarafından Amerika'da yapılan bir araştırmaya göre; 2011 yılında internet kullanıcılarının %11'i haberleri okumak için Facebook veya Twitter araçlarını kullandığını belirtmiştir. 2014'teyse ana haber kaynağının sadece Facebook olduğunu belirtenlerin oranı %30'a çıkmıştır. Özellikle de onlarca haber sitesi gezmekle uğraşmak istemeyenler için Facebook artık önemli bir 'haber kaynağı' haline gelmiş durumdadır (Kalsın, 2016).

2012 yılında Facebook, yaklaşık 700 bin kullanıcısı üzerinde kimilerine olumlu kimilerine de olumsuz paylaşımlar göstererek akademik bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda olumsuz içeriklere maruz kalanların olumsuz, olumlu içeriklere maruz kalanların da olumlu paylaşım yapmaya daha meyilli olduğu ortaya çıkmıştır.⁵⁶ Burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta bu platformların hangi haber hikâyelerini desteklediğini ve hangilerini sansürlediklerini bilmektir. Haber akışlarını kontrol eden sosyal medya şirketleri ve diğer teknoloji şirketleri dünya çapında haber dağılımında baskın birer oyuncu haline gelmişlerdir. ABD'de bulunan Columbia Üniversitesi Gazetecilik Fakültesi'ne bağlı Tow Dijital Gazetecilik Merkezi yöneticilerinden Emily Bell, 2014 yılında Oxford'da yaptığı bir konuşmada bu konuyu eleştirmiştir. Bell, günümüzde hangi haberlerin okunacağına geleneksel medyanın değil, Facebook gibi bilgisayar ve yapay zekâ sistemlerinin karar vereceğini, bu nedenle önemli sayılabilecek bazı haberlerin gözden kaçabileceğine ve sansürlenebileceğine dikkat çekerek, '*Özgür basın hâlâ varsa, artık gazetecilerin kontrolünde değil*' ifadesini kullanmıştır.⁵⁷ ABD'de 18 yaşındaki Mike Brown'un bir polis tarafından vurulması üzerine Ferguson'da yaşanan protestolar hakkında Facebook'ta saatlerce hiçbir haber göremediğinden bahsetmiş, aynı saatlerde Facebook yayın akışının başlarından aşağı buzlu su döken eden insanların

⁵⁶ <https://bit.ly/2HddtnU>

⁵⁷ <https://bit.ly/35EVnEs>

videolarıyla (ALS hastalığına farkındalık yaratmak için başlatılan kampanya) dolduğunu hatırlatmıştır.⁵⁸

Facebook şirketi, kullanıcıların gündemdeki haberleri takip ederken mobil uygulamaları ciddi şekilde kullanmakta olduğunu, bu deneyimin daha hızlı ve başarılı olabilmesi için çalışıp *Instant Article* adlı özelliği ürettiğini açıklamıştır. Facebook mobil tecrübelerin giderek daha hızlanacağını, bununla beraber *Instant Article* özelliğinin ve burada içerik yayınlayan yayıncıların içeriklerinin kullanıcılara daha hızlı ulaşabileceğini belirtmiştir. *Instant Article* özelliğinin bir başka avantajı ise makale okumak isteyen kullanıcıları Facebook sitesinin veya uygulamasının dışına yönlendirmemesidir. Yayıncılar ise içeriklerini daha geniş bir kitleyle paylaşma şansı elde edebilmektedirler. Facebook'un bu çalışmalar çerçevesinde anlaşma yaptığı yayıncılar arasında *The New York Times*, *NBC*, *NatGeo*, *BBC*, *Spiegel*, *Bild*, *The Guardian*, *BuzzFeed*, *The Atlantic* gibi büyük yayıncılar bulunmaktadır. Bu yayıncıların bu yeni özellikle avantajı da, ilgili *Instant Articles* içinde reklam satmaya devam edebilmeleri ve gelirlerini koruyabilmeleri olacaktır.⁵⁹

Video Haberciliği

Video haberciliği geleneksel foto muhabirliğinin dışında gelişen yeni bir alandır ve bir anlamda belgesel film yapımı ve televizyonun haber özelliklerini, ses ve resimler ile en iyi şekilde birleştiren slayt gösterileridir. Video haberciliğinde uygulama; video ve fotoğraflar ile desteklenen özel haberlerin abonelere sunulması veya foto muhabirleri tarafından fotoğraflı, kısa yazılı ve arkada ortam seslerini içeren slâyt gösterilerinden oluşmaktadır. İnternet gazeteciliğinde son yıllarda yaygınlaşan bu durum bir bakıma multimedya çalışmalarıdır. Okuyuculara internet gazeteciliği üzerinden çoklu ortamda hikâye anlatımının sağlanmasıdır. Bu daha az yazı, daha bol fotoğraf ile daha kolay bir haber tüketiminin gerçekleşmesidir (Demir ve Kalsın, 2013).

Columbia Üniversitesi Gazetecilik Fakültesi bünyesindeki Tow Center'ın yapmış olduğu araştırmaya göre gazetelerin internet sitelerinde yer alan haber videoları ortalama 500-1000 arasında izlenmektedir. 1000 kez izlenen bir videonun gazeteğe sağladığı gelir maksimum 20 dolar civarındadır. Videolardan elde edilen gelir, gazetelerin toplam reklam gelirinin sadece %2'sine, internet gelirlerinin de yaklaşık %10'una denktir. Ancak 2010'dan beri bu gelir yaklaşık üç katına çıkmış, yani gazeteler videoyu ileriye dönük bir yatırım olarak

⁵⁸ www.digitalnewsreport.org

⁵⁹ www.webrazzi.com, 2015

görmektedir. Pew Araştırma Merkezi verilerine göre ise ABD’de yetişkinlerin üçte birinden fazlası internetten haber videosu izlemektedir. Bu, televizyondan düzenli haber izleyenlerin oranına denktir. Gençlerde ve orta yaşlılarda internetten haber izleme oranı daha da fazladır. Yine Pew Center verilerine göre 18-49 yaş arası kitlenin yarısına yakını internetten haber videosu izlemektedir. Genç kesim video izlemek için çoğunlukla bilgisayar yerine akıllı telefonlar kullanmaktadır (Kalsın, 2016).

Video haberciliğinin ve video grafik uygulamalarının dünyadaki en iyi örneklerini veren CNN, BBC gibi uluslararası haber kanalları görsel kaynak olarak internet sayfalarında hem ajans fotoğrafları hem de kendi videolarını kullanmaktadırlar. Washington Post ve New York Times gibi bilinen gazeteler de kendi sayfalarında yer alan haberleri muhabirleri veya foto muhabirleri tarafından çekilen videolar veya fotoğraflarla desteklemektedir. Reuters Haber Ajansı da uygulama kısmında hazırlanan haberlerin kısa video ve fotoğraflarla desteklenerek abonelere paket olarak hazırlamaları şeklinde karar almıştır (Demir ve Kalsın, 2013:13).

Video haberciliğinin öncüleri arasında sayılan ilk örnek New York Times’ın 2012’de yayınladığı, üç profesyonel kayakçıyı öldüren bir çığla ilgili ‘Kar Yağışı’ (Snow Fall) haberidir. Video; fotoğraf ve grafiklerle adeta bir interaktif bir belgeseldir ve video haberciliğinin öncüleri arasındadır. Haberin başlangıcında izleyiciyi tam ekran bir kar yağışı görseli karşılamaktadır. *Parallax scrolling* adı verilen teknikle, metinler arka fonun daha hızlı akarak üç boyut etkisi yaratılmaktadır. İlk hafta yayınında 3 milyon kişinin izlediği ‘‘Kar Yağışı’’ 2013 yılında Pulitzer ödülünü kazanarak en çok konuşulan örnek olmuştur. *Snow Fall* artık gazetecilik jargonunda bir terim haline gelmiştir. Guardian’dan (Tazmanya’da çıkan orman yangınlarının haberi) BBC’ye (Çin’in Filipinler tarafından engellenmeye çalışılan Güney Denizi’ndeki hâkimiyeti haberi) kadar tüm kanallar bu formatı kopyalamaya çalışmaktadır. Bu haberlerin çoğu, internette alışık olunandan çok daha uzun metinlerden oluşmaktadır. 2013’te yayınlanan, *Peabody* ve haber-belgesel dalında Emmy ödülü alan dikkat çekici bir diğer iş ise New York Times’ın Kanada Ulusal Film Kurulu’yla (National Film Board of Canada) ortaklaşa çıkarttığı ‘Gökdelenin Kısa Tarihi’ (A Short History of the Highrise) adlı interaktif internet belgeseli olmuştur (Kalsın, 2016).

Günlük 1 milyon video izlenme sayısına ulaşmaya başladığını açıklayan *NowThisNews*, Kasım 2014’teki toplam video izlenme sayısının ise 40 milyona ulaştığını belirtmiştir.

2015'in Ekim ayında ise 600 milyon tıklanma oranını yakalayan NowThis Haziran ayında *Tap For News* adlı uygulamasıyla adını duyurmuştur. Sadece bir butona tıklayarak farklı birçok kategoride kısa videoların izlenmesini sağlayan kuruluş günde 25 video yayınlarken Facebook sayfasından 1,765,207 beğeniye ulaşmıştır. Bu durum 45 saniye ile 1 dakika arasında süresi olan kısa ve öz, izlenilebilirliği de yüksek olan videoların daha çok tüketildiği göstermiştir. Şu anda takipçi kitlesini 18-34 yaş arasında, teknoloji meraklısı ve siyasete duyarlı kişilerden oluştuğunu belirten NowThis'in ciddi bir potansiyeli bulunmaktadır.⁶⁰

Birçok haber kanalı Facebook veya Snapchat gibi platformlarda yayınlanan kısa videolara odaklanmış durumdadır. Vice bu konuda öncü haber organizasyonlarından bir tanesidir. Açtığı Youtube kanalı ile lansmanından 18 ay sonra hızla büyüyen Vice, şu an 300 milyon video izlenme ve 1.6 milyon kayıtlı kullanıcı kullanıcısı olan büyük bir kanal haline gelmiştir. İstatistiklere ve reklam eşdeğerlerine bakıldığında Vice iki yönü ile dijital çağda mücadele etmek zorunda kalan eski yayıncılardan ve diğer haber kanallarından daha başarılıdır. Genç izleyicileri küresel haberlere çekmektedir ve bunu yaparken uzun soluklu video kullanmaktadır. Vice lansmanından önce bir ekip oluşturmuş ve izleyicilere ne tip bir haber kanalı izlemek istedikleri sorulmuştur. Gelen cevapların çoğu gençlerin çoğunun geleneksel medya tipi habercilik istemedikleri yönünde olmuştur. Daha çok farklı, global haber ve güncel meseleleri izlemek istediklerini belirten gençler bu haberlerin ilgi çekici formatlarda ve farklı platformlarda olması gerektiğini dile getirmişlerdir.

Dron Haberciliği

Dronlar haberlerde veri toplamak amacıyla bir süredir medya sektöründe kullanılmaktadır. Ancak en önemli sorun yasal düzenlemelerdir. Drone'ların bu amaçla kullanımına dair ciddi sınırlamalar bulunmaktadır. ABD Federal Havacılık Kurulu'nun yayınladığı Ağustos 2015 raporuna göre 2014 yılında pilotlar 650 adet tehlikeli dron uçuşu rapor etmiştir. Amerikan Ulusal Güvenlik Departmanı tarafından 31 Temmuz 2015'te yayınlanan bültene göre 2012 yılından itibaren kısa bir zamanda askeri bölge, nükleer santral gibi 500'e yakın kritik ve hassas noktada dron uçuşunun yapıldığı tespit edilmiştir. Bunun ardından Amerikan Havacılık İdaresi (FAA) havaalanlarına 8 km mesafede, 120 metreyi aşan yükseklikte, insanların yoğun olarak yer aldığı stadyum ve benzeri yerlerin üzerinde dron uçuşlarını yasaklamıştır. Türkiye'de de ilk sorun Mart 2015'te dron'ların havalimanları

⁶⁰ www.webrazzi.com

çevresinde uçurulması sebebiyle çıkmıştır. Atatürk Havalimanı çevresinde uçuş sahasını tehlikeye düşürecek nitelikte dron uçuşu yaptığı için hakkında trafik güvenliğini tehlikeye sokma suçundan bir dron operatörüne soruşturma başlatılmıştır. Şu an Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan 30.10.2013 tarihli talimat yürürlüktedir, bununla birlikte Haziran 2015'te yeni bir talimat taslağı da yayınlanmıştır.⁶¹

Dron'lar birçok profesyonel kameranın dışında, çekilmesi zor olan video görüntüleri ve fotoğrafları çekebildiğinden gazetecilik ve televizyon dünyasında sıkça tercih edilmekte ve kullanılmaktadır. Bu habercilik görüntülerinin ilk örneklerinden birisi Sochi Olimpiyatlarında ortaya çıkmıştır. Dron'lar sporcularla birlikte pistin üzerinde sporcuları kaydetmiş ve çekilen sıra dışı görüntüler izleyicilere sunulmuştur. Kalabalıkların fazlaca bulunduğu organizasyonlarda kuş bakışı görüntülerin yer almasını isteyen gazeteciler sıkça dron görüntülerine başvurmaktadır. Dron'ların kullanıldığı son örneklerden bir tanesi ise 2015 yılında Nepal'in başkenti Katmandu'da yaşanan 7.9'luk depremdir. Depremin hemen ardından yaşanan felaket Reuters tarafından Dron'larla görüntülenmiş ve bu görüntüler insanlara ulaştırılmıştır. Bunun yanında CNN televizyonu da 'drone gazeteciliği' alanında çalışmalar yürütmektedir. Bunun için Georgia Institute of Technology ile işbirliği yaptığını duyuran CNN, yeni yasal düzenlemelerle birlikte sürece tamamen hazır hale gelmek istediğini belirtmiştir.

Robot Haberciliği

Yeni medya üzerinde birçok haber sitesi özellikle son dakika haberlerini girerken, insanlara ihtiyaç duymadan robotlara haber yazdırmaktadır. Örneğin *Los Angeles Times* bu yöntemi kullanan haber kuruluşlarından birisidir. 18 Mart 2014'te Los Angeles'ta gerçekleşen 4,7 büyüklüğündeki depremden üç dakika sonra deprem haberini yayınlayan LA Times, bu haberinde robotlardan yardım almıştır. Deprem haberini ilk yayınlayan haber sitesi olduğunu söyleyen LA Times gibi birçok site haberi ilk duyuran kaynak olmak için adeta birbirleriyle yarışır vaziyettedir. Editörlerin ve yazarların bu kadar kısa sürede yayına hazırlayamayacağı haberlerde robot teknolojisine başvurmak son dönemlerde tercih edilen bir yöntemdir. Haber sitelerinin birçoğu *Narrative Science*⁶² isimli bir robot girişiminin geliştirdiği algoritmaları kullanmaktadırlar. Yazılıma haberin öne çıkan

⁶¹ www.webrazzi.com

⁶² <https://narrativescience.com/>

bilgileri girilmekte ve bilgiler yazılıma yüklendikten sonra program bu bilgileri haber diline çevirerek yayına hazır hale getirmektedir.

Özellikle mesai saatleri dışında gerçekleşen son dakika ve flaş gelişmeleri ilişkin haberlerde hızlı çözüm sunan bu sistemlere büyük haber kuruluşları da giderek sıcak bakmaya başlamışlardır. Bu yazılımların geliştiricilerine göre 2030 yılı itibariyle medyadaki haberlerin %90'ı robotlar tarafından yazılacağı öngörülmektedir.⁶³ Bu da bir anlamda internet haberciliğinin geleceğinde artık editörlere ihtiyaç kalmayacağı sorusunu gündeme getirmektedir (Kalsın, 2016).

Veri Gazeteciliği

Uluslararası literatürde kavramsal olarak veri gazeteciliği (*data-driven journalism*) olarak bilinen ve veri gazeteciliği olarak tanımlanan kavram gazetecilik türlerinden birisidir.⁶⁴ 2010'da Amsterdam Üniversitesi ve Avrupa Gazetecilik Merkezi tarafından bir günlük etkinlik olarak düzenlenen 'Veri Tabanlı Gazetecilik: Öğrenilmesi Gerekenler' isimli etkinlikte Lorenz, veri tabanlı gazetecilik ile ilgili şu tanımı yapmıştır; "Verinin temeli olduğu, görselleştirme ve en önemlisi hikâye anlatımının yer aldığı bir iş akışıdır." (Baack, 2011).

Veri gazeteciliği en basit anlamıyla veri ile gazetecilik yapmaktır. Daha geniş perspektifte ifade etmek istenirse; disiplin gerektiren, şeffaf gazetecilik, artırılmış gazetecilik gibi birçok tanımı içermekle birlikte dünya genelinde yer alan dijital haber odalarını ve veriyi daha etkin kullanmayı ifade eden aynı zamanda bilinç yaratan bir gazetecilik türüdür. Buna araştırmacı gazeteciliğin dijital çağ ile senkronize edilmiş hali de denilebilir. Ayrıca bilginin, verinin yeni teknikler ve yeni araçlarla etkili bir süreçten geçirerek bu süreçte filtreleme, toplama, görselleştirme, analiz etme ve hikâyeleştirme aşamalarıyla olgunlaşmasını ifade etmektedir. Veri gazeteciliğinin tarihi geçmiş gazeteciliğin tarihi kadar eskidir. İngiliz Guardian gazetesinin 18. yüzyılda basılmış arşiv yayınları incelendiğinde analiz edilmiş verilerle ve grafiklerle karşılaşmak mümkündür. Ayrıca Türkiye'de Cumhuriyet gazetesinin ilk sayılarında ise TÜİK verileri ile geliştirilmiş haberler sarı sayfalarda görülmektedir.

⁶³ www.sosyalmedya.co, 2016

⁶⁴ www.milliyet.com.tr, 2016

Günümüzde kelime gazeteciliğinden, sıfırlar ve birler gazeteciğine geçiş bu alanı farklı kılmaktadır. Gazeteciliğin alet çantasına yeni araçlar, yeni meslek disiplinleri eklenmiştir. Haber odalarında artık kod yazmayı ve okumayı bilen, veri setlerini analiz edebilecek programları kullanabilen, farklı araçlardan etkin şekilde yararlanabilecek, yazılımdan ve programlamadan ve veri bilimciliğinden⁶⁵ anlayan kişiler bunmakta ve bu kişiler haberin bir parçası olmaktadır. Çünkü artık metinden daha güçlü hikâye/haber anlatabilen teknikler gelişmektedir. İnteraktif haritalar, videolar, detaylı grafikler, infografikler, kodlama ve üç boyutlu tasarımlar gibi haberi ve bilgiyi destekleyen, daha güçlü kılan ve detaylıca sunabilen bir teknoloji bulunmaktadır. Gazeteler ve dijital platformlar bu işten anlayan tüm uzman kişileri istihdam edemeseler bile haber odaları artık gazetecilerin birçok konuda uzmanlanmış insanlar olacağı döneme girmektedir.

Wikileaks⁶⁶ adlı sivil toplum kuruluşu 26 Temmuz 2010 tarihinde Amerikan ordusu tarafından 2004-2009 yıllarında Afganistan Savaşında tutulmuş binlerce dokümanı New York Times, The Guardian ve Der Spiegel gazeteleriyle birlikte açıklamıştır. Belgeler bireysel olayları ve savaşta hayatını kaybedenlerin bilgilerini içermektedir. Sadece Irak savaşına dair 391 bin kayıt açıklanmıştır. Gazeteciler tüm bu veri yığınınından bir sonuç elde edebilmek için günlerce çalışmış ve tüm bilgisayar teknolojilerinden faydalanmıştır. Çünkü bu veri havuzunda binlerce rapor, metin, adres ve ham bilgi bulunmaktadır. Bu dönemde üç kuruluştan gelen gazeteciler bir arada çalışarak bu verileri ölçmeye, analiz etmeye hem de doğruluğunu tespit edilebilir hale getirmeye çalışmışlardır. Bu sırada veri gazeteciliği hiç olmadığı kadar görünürlük kazanmıştır. Guardian gazetesinin eski veri gazetecisi, Twitter'ın veri editörü olan Simon Roger tarafından hazırlanan Irak savaşında ölen siviller haritası veri gazeteciliği bakımından üretilmiş ilk örneklerdendir.⁶⁷

Yeni Medya ve Yurttaş Gazeteciliği

Yurttaş gazeteciliği, yeni iletişim teknolojilerinin insanların hayatına girişiyle birlikte farklı bir boyut kazanmıştır. Geleneksel medya araçlarında içerik oluşturma fırsatı bulamayan kullanıcılar, yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın hayatlarına girmesiyle birlikte

⁶⁵ Veri bilimi, verilerden değer elde etmek için istatistik, bilimsel yöntemler ve veri analizi dahil olmak üzere birçok alanı bir araya getirir. Veri bilimiyle uğraşan kişilere veri bilimci denir. Bu kişiler web, akıllı telefonlar, müşteriler, sensörler ve diğer kaynaklardan toplanan verileri analiz etmek üzere bir dizi beceriyi bir araya getirir.

⁶⁶ Wikileaks, anonim kaynaklara dayanarak hassas belgeler yayınlayan ve kâr amacı gütmeyen uluslararası bir sivil toplum kuruluşudur. 2006-2016 arasındaki 10 yıllık süreçte 10 milyon belge yayınladığı belirtilen organizasyonun kurucusu ve yöneticisi Avustralyalı internet aktivisti Jullian Assange'dır

⁶⁷ www.verigazeteciligi.com

bu içerikleri oluşturabilmekte, haber üretip yayabilmekte, üretilmiş olan haberlere yorum ve beğeni yaparak interaktif bir iletişim kurabilmektedir. Yeni medya, geleneksel medyadan farklı bir biçimde üretilen içeriklerin daha geniş kitlesel paylaşımına olanak tanımakta, özellikle okurların, aracı olmadan doğrudan geri bildirim yapabilmesine de imkân sağlamaktadır. Yeni medya bu imkânları sayesinde gazetecilik kavramına yeni bir boyut kazandırmaktadır. Ayrıca yeni medyanın ekonomi boyutu ile de geleneksel medyaya göre daha masrafsız ve geniş kitlelere ulaşma özelliği bulunmaktadır (Geray, 2003:17).

Yeni medyanın iletişim teknolojilerinde yarattığı etkinin olumlu sonuçlarından birisi de alternatif ve bağımsız medyanın gelişebilmesi için uygun olan zemindir. Ana akım medyanın gündemi belirlemedeki egemenliğine karşı, alternatif ve yerel medyanın çevrimiçi sistemlerle yurttaş gazeteciliği gibi gazetecilik pratikleri için sağladığı fayda bir açılım olarak sayılabilir. Bu açılım şekli yurttaşların haklarını destekleyen, barıştan yana olan, cinsiyetçi olmayan ve toplumda yer alan eşitsizliklerin çözülmesinde mücadele veren, iletişim özgürlüğü için uğraşan yeni medyanın rolü altında incelenebilir (Binark, 2007:22). Yeni medya araçlarının günümüzde demokrasiye katılım anlamındaki teknolojik imkânları problemsiz bir şekilde sunduğu iddia edilmektedir. Yeni teknolojilere hâkim olan tüm vatandaşlar demokratik imkânlara ve enformasyona kolayca ulaşabilmekte ve entegre olabilmektedir. İnternetin merkezinde olduğu bu platformlar bireyler için kısıtlama ve kontrolün minimize edilmiş halini sunmaktadır. Birçok ülkede bulunan bu tarz platformlar yurttaşlar için birey-politik alan ilişkilerini yeniden üretmekte ve demokrasinin daha verimli işlemesine yardımcı olmaktadır (Tunç, 2006: 139). Bu, yeni medya araçları sayesinde siyaset anlayışının yeniden şekillenmesini sağlamaktadır (Dağtaş, 2007:105). Yurttaş gazeteciliği yalnızca politik anlamda bir katılımı sağlamak ve siyasetin şekillenmesini sağlamakla kalmaz. Yurttaşlık kültürü veya bilgisi olarak tanımlanmış olan kavramdan yurttaşları (bireyleri) şekillendirmesi de beklenir. Peter Dahlgren'in düşüncesine göre; hükümet, medya ve eğitim gibi yurttaşların kullandığı teknolojiler ve yenilikler de yurttaş kültürünü güçlendirir veya güçsüzleştirir (Bayraktutan Sütçü, 2007). Bunun yanında Dahlgren, yurttaşlık kültürünün dört boyutu olduğunu ifade eder. Bunlar; *uygun bilgi ve yeterlilikler, demokratik değerler ve prosedürlere bağlı olma ile ilgili pratikler, rutinler ve bunların gündelik yaşama sinmesi ve yurttaş olarak kimliklerdir.* Dahlgren, bu boyutların birbirinden ayrılmaz olduğunu ifade eder (Bayraktutan Sütçü, 2007;79).

Farklı bir gazetecilik pratiği ile yeni medyanın merkezine yerleşmiş olan yurttaş gazeteciliği demokrasi bağlamında medyaya atfedilmiş olan dördüncü güç özeliğini daha da güçlendirerek ve yurttası da merkeze alarak beşinci bir güç olma özelliği kazanmaktadır (Kutlu ve Bekiroğlu, 2010). Bu gücün merkezinde yer alan ‘yurttaş gazeteci’ geleneksel medyada tek yönlü olarak sürdürülen iletişimden çıkıp aktif bir geri bildirim sürecinin olduğu yeni medya mecralarında yeni bir rol kazanmıştır.

Geleneksel medya ile ortaya çıkmış olan yurttaş gazeteciliği yeni medya ile farklı bir boyuta taşınmıştır. Vatandaşların şahit oldukları olayları amatör olarak kaydedip yayınlamalarıyla medya alanı yeni bir yapılanmanın içerisine girmektedir. Geleneksel medyada kontrol çoğunlukla medya profesyonellerinin elindeyken yeni medyada yurttaş gazeteciler söz sahibi olabilmektedir. Bu değişim süreci geleneksel medyada oldukça etkili olan profesyonelleri de yeni medya araçlarını kullanmaya zorlamaktadır (Yurdağül, 2013:120). Uzmanlar, ilerleyen yıllarda medya kuruluşlarının gerek maliyetler, gerekse teknolojik değişimlerden dolayı yurttaş gazetecilerden daha fazla faydalanılacağını belirtmektedirler. Bununla beraber gazetecilik mesleğinin zorlukları ve yurttaş gazeteciliğine duyulan ihtiyacın artmasıyla birlikte profesyonel gazeteciler ile yeni medya mecralarını kullanabilen yurttaş gazeteciler arasındaki paylaşımın artacağı öngörülmektedir.

Yeni medyanın en güçlü ağlarından ikisi olan Facebook ve Twitter platformları da yurttaş gazeteciliğinin gücünden haber üretim süreçlerinde faydalanmaktadır (Saka, 2013:85). Vatandaşın rahatlıkla kendini ifade edebildiği bu platformlarından geleneksel medya araçları da zaman zaman faydalanmaktadır. Dolayısıyla vatandaşların birçok konudaki talepleri yeni medya araçları üzerinden geleneksel medyada yer bulabilmektedir. Yeni medya araçları üzerinde çoğu zaman aynı dili konuşan ve fikir paylaşımı yapan yurttaşlar sahip oldukları bu araçlar sayesinde egemen medya araçlarına rakip olabilmektedir (Arık, 2013:278). Kendi araçlarına sahip olan, yurttaş gazetecilerin merkezinde bulunduğu bu yeni kitle interaktif iletişim gücüyle beraber haberleşme konusundaki yeni bir boyuta geçmektedir.

Yeni medyada yeniden üretilen ve yeni medyanın sahip olduğu özellikler dolayısıyla daha da güçlenerek hayat bulan yurttaş gazeteciliği yeni bir form kazanmıştır. Ayrıca kullanıcıların ürettiği haber ve içeriklerle yeni bir kamusal alanın ve demokratik ortamın

oluşması sağlanmıştır. Bu alanın Türkiye'deki en iyi örneklerinden birisi gerek sağladığı demokratik ortam gerekse nicel verilerinden dolayı Onedio.com sitesidir.

1.4.5. Yeni Medyanın Ekonomi ve Politikası Bağlamında İnternet Gazeteciliği

Yeni medya olarak adlandırılan yeni iletişim mecraları tüm bireylerin üretilen içerikleri rahatça takip edebilecekleri ve içeriklere katkı sağlayabilecekleri toplumun her kesiminden farklı görüş ve düşüncelerin yayılmasına imkan tanıyan platformlardır. Bu araçlarla birlikte kullanıcının verilere ulaşması ve verileri yayması da daha kolay ve mümkün hale gelmiştir.

Teknolojik determinizm⁶⁸ anlayışına göre toplumun daha demokratik bir hale gelmesinde teknolojinin ilerlemesinin ve yaygınlaşmasının büyük etkisi vardır (Fuchs, 2014: 99). Web 2.0, web 3.0, internet sayfaları ve sosyal medya uygulamalarının artmasıyla birlikte enformasyon hızı ve çeşitliliği de artmış, kullanıcılar istediği bilgiye daha rahat ulaşmaya başlamışlardır.

Geleneksel medya araçlarının aidiyet yapıları incelendiğinde birçoğunun sermaye gruplarının tekelinde olduğu görülmektedir. Geleneksel medya da görülen bu düşünce yapısı kapitalizmin etkisiyle yeni medya mecralarına da sıçramıştır. İnternetin merkezinde olduğu yeni medya mecraları veri madenciliği, kullanıcı bilgilerin de kullanılmasıyla hedefli reklamlarla istenilen tüketici kitlesine rahatça ulaşabilmektedir. Üretilen içeriklerin içerisine yerleştirilen gizli reklamlar, sponsorlu bağlantılar ile kullanıcılar iletişim ağında tüketim yapmaya zorlanmaktadır. Dolayısıyla enformasyon akışının hızlandığı bu ortamda reklam ve pazarlama faaliyetleri de hızlanmakta ve medya sahipleri bir reklam yarışına girmektedir.

Web 2.0, web 3.0 uygulamalarının sağladığı kolaylıklar ve hız geleneksel medyadaki dönüşümü hızlandırmış ve geleneksel medya okuyucularının yeni medyaya kaymasına neden olmuştur. Geleneksel medyada sermaye yarışının içinde sürdürülmekte olan gazetecilik yeni medyada internet gazeteciliğine dönüşmektedir. Bunun sonucunda geleneksel medyadaki haber içerikleri ve reklam pazarı da yeni medya reklam pazarına doğru geçiş yapmaktadır.

Tüm yeni medya platformlarında olduğu gibi Onedio web sitesi de etkileşim, ziyaretçi sıklığı gibi kavramlar doğrultusunda hareket eden ve sağlamış olduğu etkileşimi tüketici

⁶⁸ Teknolojik determinizm, teknolojinin ortaya çıkması ve ilerlemesiyle birlikte politik, kültürel ve sosyal alanlarda büyük bir değişimin yaşandığını ve yaşanan bu değişimin toplumu da değiştirdiği iddiasını içinde barındıran kavramdır.

alışkanlıklarını yönlendirme de kullanan ticari bir kuruluştur. Bu doğrultuda site, gelirlerini reklam verenlerden sağlamakta ve bu doğrultuda faaliyetlerini sürdürmektedir. Onedio 2014 yılından itibaren müşterilerine sunmaya başladığı doğal reklamlar ile 300'den fazla markaya 500'den fazla sponsorlu içerik çalışması yaptığını belirtmektedir.⁶⁹ Reklam gelirlerinin yanında Onedio destek yatırımlarla da sermayesini büyütmektedir. Onedio 2013 yılının Eylül ayında Revo Capital adlı şirketten 1,2 milyon lira tutarında ilk tur yatırımını almıştır.

Bu bağlamda değerlendirildiğinde Onedio sermaye sahipliği anlamında bir özgürlüğü yansıtmamaktadır. Site diğer sermaye gruplarının ve markaların reklamlarına dayalı gelir modeli ile işleyen bir platform olarak görünmektedir. Ancak ekonomik anlamda değerlendirildiğinde yurttaş gazetecilerin haber üretiminde reklam verenlerin bir etkisi bulunmamaktadır. Bu nedenle çalışmada site editörlerinin ve çalışanlarının üretmiş olduğu doğal reklamlar ve sponsorlu içerikler analizin dışında tutulmuştur. Sadece haber üretimi anlamında herhangi bir kısıtlamaya tabi tutulmayan yurttaş gazetecilerin haberleri incelenmiştir. Dolayısıyla ekonomi-politik bağlamda yurttaş gazetecilerin haberleri incelendiğinde haberler bir özgürlük modelini yansıtmaktadır.

⁶⁹ <https://onedio.com/haber/onedio-da-reklam-vermek-icin-farkli-ama-bir-o-kadar-anlamli-10-sebep-285207>

2. BÖLÜM: KATILIMCI DEMOKRATİK MEDYA KURAMI BAĞLAMINDA YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ: ONEDİO ÖRNEĞİ

2.1. ONEDİO HABER SİTESİ ANALİZİ

2.1.1. Teknik detaylar

Onedio web sitesi *onedio.com* sayfası üzerinden yayın yapmaktadır. 27 Kasım 2010 tarihinde domain kaydı yapılan sitenin 9 yıllık bir domain yaşı bulunmaktadır. Bu zaman dilimi yeni medya ortamında domain yaşı olarak güvenilir bir zamanı ifade etmektedir. Araştırmada sitenin domain yaşının vurgulanması, belli bir geçmişi olması ve kurumsal hafıza adına önem arz etmektedir. Sitenin başlığı “*Onedio - Sosyal İçerik Platformu*” şeklinde 32 karakterden oluşmaktadır.

Site 104.16.228.51 ip adresi üzerinde konumlandırılmış durumdadır. Ayrıca *cloudflare* isimli server’a bağlı olarak, merkezi ABD’de bulunan firmanın sunucuları üzerinden hizmet vermektedir. Site internette web sitelerinin trafikleri ve sıralamaları ile ilgili bilgi veren bir kuruluş olan Alexa’ya⁷⁰ göre dünyada 2038. Türkiye’de ise 56. sırada bulunmaktadır⁷¹ (Erişim tarihi, 02/07/2020). Sitenin dünya ve Türkiye sıralamasının ifade edilmesi sitedeki ziyaretçi ve etkileşim sayısının fazlalığının gösterilmesi adına önem arz etmektedir.

Site hızının arama motoru optimizasyonu (SEO) konusunda en önemli hususlardan biri olduğu ifade edilmektedir. Yavaş web siteleri kötü bir kullanıcı deneyimine neden olarak ziyaretçilerin bir daha web sitesine gelmemesine neden olabilmektedir. Web sitelerinin hızı konusunda dünya ortalaması yaklaşık 5 saniyedir. Onedio web sitesinin 0.23 saniye gibi ortalamanın üzerinde bir açılış hızı bulunmaktadır. Bu da kullanıcıların siteye daha hızlı ulaşmasını sağlamaktadır. Site, 8.23% yazı / HTML oranı ile yazıların daha az, HTML kodların ise çok daha fazla yer aldığı bir şekilde sunulmaktadır. Sitedeki toplam yazı boyutu 14317 byte’tan oluşurken HTML oranı ise 174064 byte olarak çıkmaktadır⁷² (Erişim tarihi, 02/07/2020). Bu veri ise sitenin sadece yazıdan değil diğer içeriklerden de yararlandığını göstermektedir. İçeriklerin yoğunluğu ve çeşitliliği hipermetinlerin varlığına ve yoğunluğuna bir işaret olarak kabul edilmektedir. Bu verilerin araştırmada sunulmasının amacı söz konusu sitenin içeriksel bir değerlendirmeye başlanmadan önce teknik olarak

⁷⁰<https://www.webtures.com/tr/blog/alexa-nedir/>

⁷¹<https://seohocasi.com/seo-analizi/domain/onedio.com#link-analysis>

⁷²<https://seohocasi.com/seo-analizi/domain/onedio.com#link-analysis>

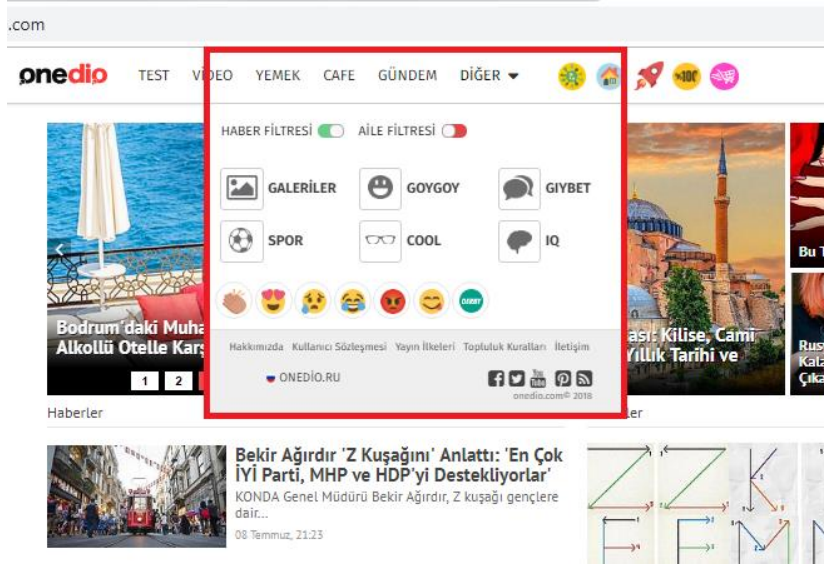
yeterli olup olmadığının gösterilme çabasıdır. Onedio web sitesi genel olarak teknik özellikleri sağlayan ve kullanıcı tarafında sorunsuz çalışan, kullanıcı dostu, etkileşimi yüksek ve ziyaretçi trafiğinin yüksek olduğu bir site olarak görülmektedir. Sitenin teknik anlamda yeterli olması ve kullanıcı dostu olarak ifade edilmesi analiz kısmı için önemlidir. Bunun yanında ziyaretçi trafiğinin fazla olması etkileşimin yüksek olmasında önemlidir. Teknik anlamda yeterli olan Onedio web sitesinde, araştırmanın odak noktasını haber içerikleri oluşturmaktadır.

2.1.2. Menü ve kategoriler

Sitenin ana sayfasına bakıldığında üst kısmın *Test, Video, Yemek, Cafe, Gündem, Diğer* gibi kategorilerden oluştuğu görülmektedir. Bu kısımlar incelendiğinde klasik haber sitelerinde bulunan gündem, ekonomi, dünya, spor, yemek gibi kategoriler yerini yeni medya diline daha uygun bir hal alarak *Goygoy, Gıybet, Cool, IQ* gibi isimlerle *Diğer* kategorisinin altına yerleştirilmiştir.

The screenshot shows the Onedio website homepage. At the top, there is a navigation bar with the Onedio logo and several category buttons: TEST, VIDEO, YEMEK, CAFE, GÜNDEM, and DİĞER. Below the navigation bar, there are three main content cards. The first card is a news article with a photo of a woman and the headline 'TBMM Komisyonu Rabia Naz Raporunu Tamamladı: 'Deliller Kaybolmuş Olabilir, Otopside Eksikler Var''. The second card is a gallery titled 'İnek Karni İçmekten İnsan Avlamaya: Medeniyetten Uzakta Yaşayan En Vahşi Kabileler'. The third card is a video titled '8 TEMMUZ BURCUN NELER SÖYLÜYÜR?' with a subtitle 'Günlük Burç Yorumuna Göre 8 Temmuz Çarşamba Günü Nasıl Geçecek?'. Below these cards, the main content area is divided into three columns: Haberler (News), Galeriler (Galleries), and Videolar (Videos). Each column contains several news items with images and headlines. The Haberler column includes 'Meclis Başkanlığı'na Yeniden Mustafa Şentop Seçildi', 'Son 24 Saatte 19 Can Kaybı, 1.053 Vaka: "Taburcu Ettiğimiz Hasta Kadar Yeni Hasta Yatırıyoruz"', 'Sosyal Medyada Canlı Yayın Yapmıştı: 3 Yaşındaki Çocuğa Zorla Sigara İçiren Kişi Gözaltına Alındı', and 'Artvin'de Orman Yangını: 70 Hanenin Bulunduğu Köv Alevlere Teslim Oldu'. The Galeriler column includes 'Cinsel Hayatınızı Canlandırıcak! Seks Sırasında En Çok Dinlenen Popüler Şarkılar'. The Videolar column includes 'Atak Helikopterinin Kokpitinden 360 Derece Olarak Gerçek Operasyon Görüntüleri' and 'Paris Trafikinin 2012 ve 2020 Yıllarından Karşılaştırmalı Görüntülerini İzlerken Hayran Kalacaksınız'.

Sitenin kategoriler kısmının sonunda yer alan *Diğer* sekmesinin altında ise *Galeriler, Goygoy, Gıybet, Spor, Cool, IQ* gibi kategoriler bulunmaktadır. Kullanıcıların haberleri filtrelemesi ve olumsuz içeriklerden etkilenmemesi için Haber Filtresi ve Aile Filtresi gibi filtre seçenekleri koyulmuştur.



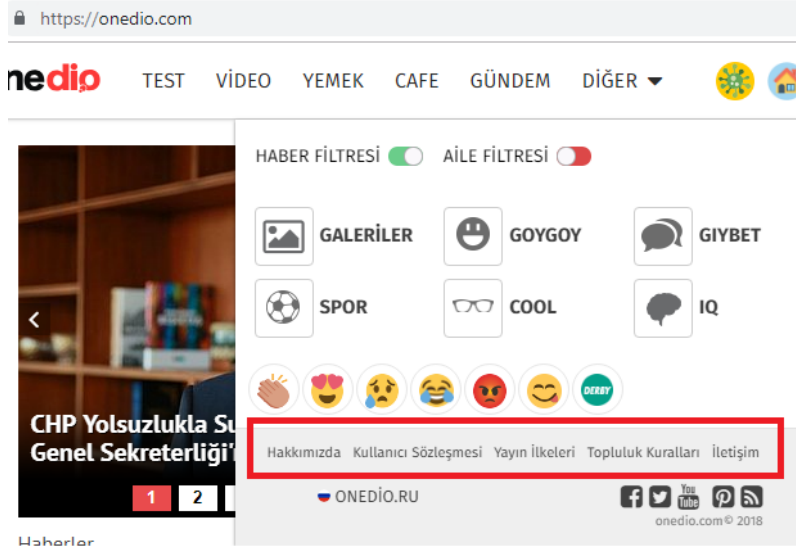
Ayrıca kullanıcıların istedikleri içeriklere daha hızlı ulaşabilmelerini sağlayan ana kategorilerin yanında *Korona*, *Evdekal*, *Roket*, *Yüzde Yüz Müzik* ve *Vitrin* gibi seçilmiş içeriklerden oluşan alanlar ikonlarla verilmiştir.



Bu ikonlar sayesinde kategorilerle ilgili sınıflandırılmış içeriklere kullanıcılar doğrudan ulaşabilmektedir. Sitede bu ikonların yanında site içinde arama kısmı ve üyeler için giriş kısmı bulunmaktadır. İkonların araştırma metninde gösterilmesi sitede etkileşimin, kullanıcı hareketlerinin, kategorizasyonun site için önem arz ettiğini göstermektedir. Çünkü bu ikonlar etkileşimin ve en çok okunan haberlerin kategorize edilmiş kısa yollarını ifade etmektedir.

2.1.3. Kullanıcı Sözleşmesi ve Topluluk Kuralları

Onedio web sitesi yurttaş gazeteciliği merkezinde kurulmuş, daha çok kullanıcılardan gelen içeriklerle yayın yapan bir haber sitesi olduğundan yayın ilkeleri ve topluluk kuralları anlamında kendini korumaya almış görünmektedir. Sitenin künye kısmında *Hakkımızda*, *Kullanıcı Sözleşmesi*, *Yayın İlkeleri*, *Topluluk Kuralları*, *İletişim* gibi menüler yer almaktadır. Özellikle kullanıcı sözleşmesi ve topluluk kuralları kısmında kullanıcıların içerik girişi ve yorum yaparken dikkat etmesi gereken kurallar açık açık belirtilmektedir. Bu sayede sitenin yayına uygun içerikler yayınlaması sağlanmakta ve üçüncü şahısların açabileceği davalara karşı Onedio kendini korumaya almaktadır.



Onedio kurucu ortağı Türkü Oktay sitenin sahte haber ve editöryal denetim mekanizmasında hassas olduklarını ve gerekli kontrolleri yaptıklarını belirtmiştir;

‘Bizde editörlerin yaptığı içerikler ayrı üyelerin yaptığı kontroller ayrı kontrollerden geçiyor. Çünkü üyeler internette içeriği kopyala yapıştır yapabiliyor. Bunu kontrol etmezsen bir telif süreci ortaya çıkıyor. Başkasının içeriğiyle Onedio üzerinde ün kazanmaya çalışan çok fazla kişi gördüm. Bununla ilgili şikâyetler de geliyor. Dolayısıyla yayınlanmadan üye içeriği muhakkak başlığı, görseli ile Google üzerinde araştırılır. Ama nihayetinde yayımlandıktan sonra kullanıcının sorumluluğunda olur içerik. Ancak biz en azından kendi adımıza birinci adımını gerçekleştirmiş oluyoruz. Şikâyet mekanizmamızda var dolayısıyla anında yayından kaldırılır. Kendi editörlerimiz içinse sosyal medya tepkimeleri bizim için önemli olduğundan diğer haber sitelerine göre bir tık geç girer haber. Ve kontak kanallarımız üzerinde de mutlaka tartışır ve öyle yayına alırız. Ve hala bir soru işareti varsa o haber takip edilir ve yayından kaldırılır.’ [Görüşme Tarihi: 03/07/2020]

Oktay’ın da ifade ettiği üzere sitede sahte haberler ve kopya içeriğe karşı bir denetim mekanizması bulunmaktadır. Bu denetim mekanizması sayesinde site telif yönünden kendini korumaya almakta bunun yanında siteye girilen özgün içerikler sayesinde haberin ilgi çekiciliği artırılmakta ve arama motorlarında benzersiz içerik olarak ön sayfalarda çıkmaktadır.

2.1.4. Kurumsal ve Etik

Sitenin hakkımızda kısmında sitenin kuruluşu ile ilgili bilgiler ‘Onedio, Türkiye'nin İlk ve Tek Sosyal İçerik Platformu’ başlığı altında verilmiştir. Ayrıca sitenin kuruluşu ile ilgili detaylı bilgilere yer verilmiştir:

Onedio 1 Ağustos 2012'de Türkiye'nin ilk içerik tabanlı sosyal ağı olarak yayın hayatına başladı. Yeni Medya Düzeni'ni yeni çağın sosyal ağ dinamiklerini göz önünde bulundurarak formülize eden Onedio'da kullanıcılar tüm internetin en popüler haber, fotoğraf, galeri ve

videolarına tek bir noktadan ulaşım eğlenceli testler çözerken aynı zamanda Onedio'nun içeriğine de katkıda bulunabiliyor.⁷³

Onedio haber sitesi sitesinin açıklama kısmında 'Sosyal İçerik Platformu' yazsa da site yurttaş gazeteciliği merkezinde bir web sitesi olarak kurulmuştur. Site kurucularından Türkü Oktay da sitenin başlangıçta sosyal içerik sitesi gibi bir kavram olmadığını ve yurttaş gazeteciliği merkezinde kurulduklarını belirtmiştir;

Onedio'nun kuruluşundaki amacımız vatandaş gazeteciliğine yaslanmaktı. Çünkü o zamanlar daha yeni çıkıyordu. Zaten ona başladığımız andan itibaren ben Onedio'nun Genel Yayın yönetmenliğine de başladım. Tabii o zamanlar biz çok daha haber sitesi idik. Zaten sosyal medya içerik sitesi gibi bir konsept yoktu dünyada. Fakat sonra tabii değişen zamana göre biz de kendimizi şekillendirip şimdi içinde bulunduğumuz hale geldik. Bundan sonra artık dünya bize ne gösterirse o tarafa doğru evrilmeye devam edeceğiz. Çünkü Onedio sürekli aynı noktada kalmıyor. Ama vatandaş gazeteciliği bizim gerçekten başlangıç noktamızdı. Özellikle o zamanlarda Arap Baharı ve işte dünyadaki çeşitli protestoların da vatandaş gazeteciliğiyle beraber büyümesi ile burada ışık var ve yapılması gerekir dedik. Herkesin de elinin altında internet var artık... O yüzden başlangıç noktamız O'dur. [Görüşme Tarihi: 03/07/2020]

Sitenin gizlilik politikası kısmında hangi bilgilerin kişisel bilgi olarak sayılmakta olduğu, hangi bilgilerin toplandığı, konum bilgileri, bilgilerin nasıl kullanıldığı ve korunduğu ve diğer ülkelere aktarımına ilişkin bilgiler verilmiştir. Sitede yayım ilkeleri kısmında ise *Doğruluk, Saygı, Kişi Hakları, Tarafsızlık ve Fikir Çeşitliliği, Editoryal Dürüstlük ve Bağımsızlık kavramları* ile markanın yayım ilkeleri açıklanmıştır. Özellikle Editoryal Dürüstlük ve Bağımsızlık kısmında gazetecilik meslek etiğine yakın bir etik yayıncılık açıklaması yapılmıştır.

2.1.5. Üyelik Modelleri

Onedio web sitesi yurttaş gazeteciliği merkezinde kurulan bir haber sitesi olarak ortaya çıkmıştır. Site kuruluşundan itibaren ürettiği içeriğin büyük bir kısmını üyeler aracılığıyla üretip okuyucularına iletmektedir. Sitede yurttaş gazeteciliği kavramını karşılayan üyelik tipi 'Onedio Üyesi' olarak tanımlanan kullanıcılarıdır. Bu kullanıcılar siteden herhangi bir maddi beklentisi olmayan ve karşılıksız olarak haber üreten kullanıcılarıdır. Bu üyelik modelinin yanı sıra Onedio Editörü, Misafir Editör gibi üyelik modelleri de bulunmaktadır. Yapılan görüşmede Türkü Oktay da sitede üretilen yurttaş gazeteciliği haberlerinin Onedio üyesi üyelik modeli tarafından üretildiğini belirtmiştir. Ancak editör ayrımı ve seçimi ile ilgili ikincil bir ayırım ve kontrol mekanizması olduğunu da belirtmiştir;

⁷³ <https://onedio.com/kurumsal/hakkimizda>

Biz bu Onedio'yu içerik yapma panelini açarken çok umutluyduk. Çünkü insanlara yazı yazabilecekleri bir alan veriyorsun çok iyi yazıları anasayfaya çekiyoruz. Ama hepsini paylaşmıyoruz. Fakat Türkiye'de Anasayfaya çekebileceğin kadar kaliteli yazı yazabilen çok az hatta yüzde 1'ler civarında. Biz Onedio'yu ilk kurduğumuz zaman çok iyi yazı yazarları Onedio bünyesine kattık. Onedio'ya yazarak üyelikten editörlüğe geçen çok fazla üyemiz var [Görüşme Tarihi: 03/07/2020].

Araştırmada üyelik modellerinin belirtilmesi yurttaş gazeteciliğinin anlaşılabilmesi adına önem arz etmektedir. Site kurucularından Türkü Oktay'ın da belirttiği üzere üyelik modelleri site üzerinde açıklanarak yurttaş gazeteciliğinin çerçevesi ve sınırları belirtilmiştir. Ayrıca Oktay'ın açıklamasından da anlaşılacağı üzere yurttaş gazeteciliği modeli ile başlayan ve editörlükle devam eden üyelik modelleri gazetecilik anlamında bir profesyonelleşme çabası taşımaktadır. Bu profesyonelleşme çabası içerisinde Onedio üyelerine yurttaş gazeteciliğinin nitelik ve sorumlulukları öğretilmekte ve onlar için demokratik bir alan oluşturulmaya çalışılmaktadır.

2.2. HABER ANALİZLERİ

Yurttaş gazeteciliği kavramı; gazetecilerin, yurttaşların sıkıntılarını, sorunlarını gündeme getirme ve çözüm önerileri bulma konusunda harekete geçirdiği ve yurttaşların haber üretme sürecinde aktif rol aldığı uygulamaları ifade etmektedir. Yurttaş gazeteciliği uygulaması, sorunlara çözüm geliştiren pratiklerin demokrasi fikirleriyle bağlantısını kuran bir deneyim olarak görülmektedir. Bunun yanında kavram, medyanın izleyici/okuyucu kaybetmesi ve sonrasında içinde bulunduğu ekonomik sorunların çözümü ile demokrasinin geliştirilmesi arasında da bağlantı kurmaktadır (Uzun, 2006). Bu bağlantıyı kurmaya çalışırken sahip olduğu temel niteliklerden destek almakta ve bu niteliklerle mevcut haber söylemlerinden farklılaşmaktadır.

Yurttaş gazeteciliğinin temel nitelikleri şu şekilde sınıflandırılabilir (Cangöz, 2008):⁷⁴

- Haber anlatısını 5N+1K'nın ötesine taşımak.
- Akredite haber kaynaklarından bağımsız hareket edebilmek.
- Haber kaynaklarını nicel olarak genişletmek.
- Halkı habere dahil etmek (demokratik açılım anlamında).
- Sadece kent (merkez) odaklı değil çevre kasaba - köy odaklı habercilik.
- Halkın gözü, kulağı ya da sesi olmak yerine, sesini bizzat duyurmasına olanak sağlamak.
- İnsani değerleri ön planda tutan habercilik anlayışını benimsemek: Bölgesel, etnik, dinsel, cinsel vs. ayrımcılığın önüne geçmek.

⁷⁴ Cangöz'ün yurttaş gazeteciliği nitelikleri olarak ifade ettiği maddeler çalışmanın bu kısmında özellikle detaylı olarak belirtilmiştir. Çünkü çalışmanın analiz kısmında seçilen haberlerin etkileşim özelliğinin yanında yukarıdaki niteliklere uygun haberler olmasına özen gösterilmiştir.

- Medya ortamlarını halkın sorunlarının tartışılabilirdiği kamusal alanlara dönüştürmek.

Cangöz'ün de belirttiği üzere yurttaş gazeteciliğinin sahip olduğu bu nitelikler yurttaş haberciliğinin nasıl olması ve nelere değinmesi gerektiğini açıklamaktadır. Dolayısıyla araştırmanın analiz kısmında haberler incelenirken mevcut yapılmış haberlerin bu nitelikleri karşılıyıp karşılamadığının sorgulanması gerekmektedir. Haberlerin seçiminde Cangöz'ün de belirttiği yurttaş gazeteciliğinin niteliklerinin karşılayabilen haberler olmasına özen gösterilmiştir. Onedio web sitesinde yer alan yurttaş gazeteciliği haberleri analiz edilirken ise araştırmanın kavramsal kısmında Martin Lister tarafından tanımlanmış olan yeni medyanın özellikleri; etkileşim, hipermetin, sayısallık, yayılma ve sanallık üzerinden değerlendirilecektir. Analiz edilen haberlerin bu özelliklere uyup uymadığının tespit edilmesi araştırmanın bulgular kısmı için fayda sağlayacaktır.

Etkileşim, kullanıcıların içeriğe müdahale edebildiği bir ortamı anlatmaktadır. Yeni medya da etkileşim okuyucunun haber ile en fazla ziyaret ettiği, okuduğu, izlediği, beğendiği, paylaştığı haberle okuyucu arasındaki dolaylı bağı da tanımlamaktadır. Hipermetin kavramı incelenen haberlerde haber içerisinde birden fazla öğenin bulunup bulunmadığını ifade etmektedir. Hipermetin kavramı araştırmada postmodern anlamda değil sadece teknolojik anlamda kullanılmıştır.⁷⁵ Hipermetinsellik araştırmada haberin birden fazla türden öğeyi içermesi ve başka metinlerle bağlantı kurarak aradaki zaman ve mekansal bağı kaldırması anlamında kullanılmıştır. Haberlerde sayısallık, yayılma ve sanallık gibi özelliklere de bakılmış ancak araştırmada önemli olan haberlerin etkileşimi ve hipermetinselliğidir. Araştırmada en çok etkileşim kavramı üzerinde durulmuş, içerik analizi yapılırken seçilen haberlerin etkileşimi yüksek haberler olmasına dikkat edilmiştir. Çünkü Lister'in düşüncesine göre etkileşim özelliği, yeni medya yayıncılığını geleneksel medya yayıncılığından ayıran en önemli özelliktir. Etkileşim özelliği metnin okuyucu ve izleyicileri tüketici konumundan çıkarıp aynı zamanda üretici konumuna getirmektedir

⁷⁵ Hipermetinsellik, arayüz veya ağlar üzerinden alternatif mecralara/metinlere etiketler ve linkler vasıtasıyla kolay bir şekilde erişimin gerçekleşmesi olarak tanımlanmaktadır. Hipermetinlerin bu özelliği sayesinde, arayüzü kullanırken bir metinden diğer bir metne kolaylıkla geçilebilmekte ve metinler arasında dolaşım sağlanabilmektedir (Binark ve Löker, 2011: 11).

Hipermetin kavramı, postyapısalcı düşünürlerin uzun zaman önce ifade ettiği varsayımların şekil bulmuş şeklidir. Hipermetin biçimindeki bir metin, Derrida (1981) Bakhtin'nın (1981) ifade ettiği gibi çok merkezli, çok fazla anlamlı ve çoklu seviyelerde okunabilmektedir. Hipermetin, ilk yapısından farklı olarak farklı şekillerde yeniden kurgulanabilir ve her yeniden kurgulanmada metne farklı anlamlar yüklenmiş olur (Derrida ve Bakhtin'den aktaran Narin, 2016).

Modernleşmenin söz konusu olduğu her alanda postmodernizmden de söz edilmeye başlanmıştır. Başlangıçta felsefe, edebiyat, güzel sanatlar ve mimari gibi alanlarda gündeme gelen postmodern kavramı hipermetin kavramında da anlamsal boyutuyla gündeme gelmiş ve tartişılmıştır. Ancak araştırmada hipermetin kavramı postmodern anlamda değil tamamen teknolojik anlamı ile kullanılmıştır.

(Lister'den aktaran Kürkçü, 2017). Yurttaş gazeteciliğinin temel fikri de haber üretiminde yurttaşlara aktif bir rol verebilmektir. Yeni medya sayesinde imkân tanınan bu aktif görevde haber etkileşimide en önemli öğelerden biridir.

Araştırmanın analiz kısmında haberler incelenirken belirli kriterler göz önünde bulundurulmuştur. Bunlar; haberlerde alternatif ve farklı görüşlere yer verebilme durumu, dezavantajlı bireylere ilişkin haberler, geleneksel medyada çok yer alamayacak marjinal olarak nitelendirilebilecek haberler, yerelde olan ve ulusal basında geleneksel medyanın çok fazla yer vermeyeceği türden haberler ve dünya gündeminde yer almış yabancı kaynaklı bir haberin çevrilerek Türkçeleştirilmiş örneklerinden oluşan haberlerdir. Bununla beraber akredite haber kaynaklarından bağımsız hareket edebilmek adına toplumu ilgilendiren, güvenlik kameraları tarafından kaydedilmiş ve Onedio üyeleri tarafından haberleştirilmiş durumlar da yurttaş gazeteciliği kapsamında değerlendirilecektir. Son altı ayda çıkmış olan bu haberler haber nitelikleri ve haberi üreticisinin Onedio üyesi olma koşulu göz önünde önünde bulundularak seçilmiştir. Bununla beraber haberlerin okunma ve paylaşım oranı, gündemle bağlantısı seçilmesinde etkili olmuştur.

HABER 1- Müdür, 'Maşallah Fıstık Gibisin' Diyerek Kadın Çalışanının Kalçasına Dokundu; Yargıtay 'Babacan Tavrı' Dedi

05 Temmuz 2020 tarihinde Onedio üyesi *Deniz Gök* takma isimli kullanıcı tarafından girilmiş olan haber⁷⁶ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. Bursa'da bir kamu kurumunda müdürün, emri altında çalışan kadın memurun kalçasına dokunması ve sonrasında mahkemenin verdiği kararın konu olduğu haber sitenin ana sayfasında daha sonra gündem kategorisinde yer almıştır.

⁷⁶ <https://bit.ly/3kBES0s>

onedio TEST VIDEO YEMEK CAFE GÜNDEM DİĞER

Müdür, 'Maşallah Fıstık Gibisin' Diyerek Kadın Çalışanının Kalçasına Dokundu; Yargıtay 'Babacan Tavır' Dedi

Ana Sayfa > Haberler > Gündem

Deniz Gök Onedio Üyesi 2.6b PAYLAŞIM 153b OKUNMA 05/07, 15:25

Google News Facebook'ta Paylaş Twitter'da Paylaş

Bursa'da bir kamu kurumunun müdürü, emri altında çalışan kadın memurun kalçasına dokundu. Olay sonrası travma yaşayan genç kadın, konuyu yargıya taşıdı. Ağır ceza mahkemesinin 'cinsel saldırı gerçekleşmiştir' kararının temyiz edilmesiyle devreye giren Yargıtay, 'Müdür babacan tavır sergilemiştir' diyerek oy çokluğu ile verdiği kararla mahkumiyet kararını bozdu.



2600 kişi tarafından paylaşılan ve 153 bin kişi tarafından okunan haber bir haber sitesi için yüksek bir etkileşim rakamını yakalamıştır. Haber içeriğinde hipermetinsellik anlamında farklı görsellere yazılara mahkemedeki kararlar farklı biçimlerde yer verilmiştir. Bununla beraber asıl kaynak olan Milliyet haber sitesinin haberle ilgili linki de koyularak haberin doğruluğu desteklenmiştir. Bununla beraber haberle ilgili sosyal medyada yapılan yorumlar ve tepkiler de haber içeriğinde verilerek haberin yayılması konusunda ulaştığı kitle sayısalılığı ve sanallığı konusunu ortaya koymaktadır.

Seda Çakır @sedoscakir

Yargı mensupları cinsel saldırı ve şiddetin hiçbir biçimini aklayamaz. Görevinizi yapın, kadınları koruyun. #babacantavir

Selin Nakipoğlu @selinnakipoglu

Yargıtay'ın "Babacan tavır" dan anladığı: Utanmıyorlar bile böyle bir kararı vermeye?!

Yargıtay'ın karar sosyal medyada tepki çekti

Prof. Dr Ersan Şen @PDRErsan_Sen

Yargıtay, kadın çalışanı taciz eden müdür hakkındaki cinsel saldırı kararını "babacan tavır sergilemiş" bahanesiyle bozdu

Yargı mensupları cinsel saldırı ve şiddetin hiçbir biçimini aklayamaz. Görevinizi yapın, kadınları koruyun.

melis alphan @melisalphan

"Konu yargıya intikal etti, susup hiç tepki vermeyip sonucunu bekleyelim" diyenlere aha da cevap. Cinsel tacizi "babacan tavır" diye niteleyen bir yargımız var. Toplumun zihniyeti neyse, yargıdaki zihniyet de aynen o. O yüzden susmayacağız!

Haberin içeriğinde farklı kesimlerden kişilerin yapmış olduğu yorumlar yurttaş gazetecinin haber ile ilgili objektif davrandığını ve vatandaşın görüşünü haber içerisinde yansıttığını göstermektedir. Kamu kurumunun vermiş olduğu kararlar ile ilgili de vatandaşların görüşlerini belirtilerek yurttaş gazeteciliğinin bir görevi olan vatandaşın haklarını savunma görevi de yerine getirilmiştir. Haberin son kısmında diğer üyelerin yorumlarına ve emojilerle geri bildirimlerine izin verilerek bir yorum platformu oluşturulmuş ve haberin etkisi güçlendirilmiştir.



Haberde önemli olan tacize uğrayan ve yargı makamlarından olumsuz dönüş almış bir vatandaşın haklarını savunmak, toplum tarafından çok fazla duyulmamış, üstü kapatılan bir haberi daha fazla kitleye ulaştırabilmektir.

HABER 2-Maske Takmanın Ne Kadar Büyük Bir Fark Yarattığını Yaptığı Deneyle Sosyal Medyada Paylaşan Bilim İnsanı

1 Temmuz 2020 tarihinde Onedio üyesi *Nergis* takma isimli kullanıcı tarafından siteye girilen haber⁷⁷ yurttaş gazeteciliği için bir örnek teşkil etmektedir. Haber Covid-19 gündeminde sıkça tartışılan maske takmak ve takmamak arasında yaşanan görüşlere ilişkin bir açıklama niteliği taşımaktadır. Haber ilk olarak gündem kategorisi ana sayfasında daha sonra ise Korona ile ilgili haberlerin yer aldığı özel kategoriye çekilmiştir.

⁷⁷ <https://bit.ly/3kF7Zjt>

onedio TEST VIDEO YEMEK CAFE GÜNDEM DİĞER

Nergis Onedio Üyesi 1.7b PAYLAĞIM 73b OKUNMA 01/07, 21:27 02/07, 13:54

Google News Facebook'ta Paylaş Twitter'da Paylaş

Maske takalım, sosyal mesafeyi koruyalım!

Kaynak: <https://www.boredpanda.com/no-mask-vs-ma...>

Rich Davis, maske takmanın ne kadar büyük bir fark yarattığını Twitter'daki paylaşımıyla herkese gösterdi.



twitter.com

"Maske ne işe yarar? Ağızınızdan ve boğazınızdan gelen solunum damlacıklarının aktarımını engeller. Yaptığım deneyde maskeli ve maskesiz bir şekilde hapşırdığınızda, şarkı söylediğinizde, konuştuğunuzda ve öksürdüğünüzde neler olduğunu göstermeye çalıştım."



Bored panda isimli yabancı haber-içerik sitesi kaynak gösterilerek yapılan haber 1700 kişi tarafından paylaşılmış ve 73 bin kişi tarafından okunmuştur. Yeni medya haber mecraları açısından yüksek etkileşime sahip olan haber İngilizce aslından çevrildiği için özgün içerik olarak önem taşımaktadır. Haber hipermetinsellik özellikleri bakımından incelendiğinde haberi anlatan fotoğraflar ve diğer bilgilerde haber metninde yer almaktadır. Bunun yanında haber içeriklerinin çok miktarda bulunduğu Twitter platformunda yer alan haberin asıl linki verilerek haberin doğruluğuna dikkat çekilmiştir.

"Maskenin önemi: Maske takan ve takmayan iki insanın öksürdükten ve konuştuktan sonraki hava akışı:"

People's Daily, China @PDChina

The role of mask: comparison of airflow when people wearing and not wearing mask talk and cough. (video: LaVision)



ÖS 5:20 · 6 Nis 2020

4,1 B 3 B kişi bu konu hakkında Tweetliyor

Ayrıca haberin içeriğini zenginleştirmek için farklı kaynaklarda bulunan güvenilir video görüntülere yer verilerek haberin doğruluğu desteklenmeye çalışılmıştır. Facebook, Twitter gibi platformlarla kurulan bu bağlantılarla hem haberin yayılması hem de etkileşimi artırılmaya çalışılmıştır. Haber sadece ana kaynaktan (*Boredpanda*) alınıp yayınlanmamış, Twitter gibi bir platformla da desteklenmiştir.



Haberin yorum kısmında diğer üyelerin konuyla ilgili düşüncelerine yer verilmiş ve farklı fikirlerin yer alması sağlanmıştır. Mersin’de yaşayan bir üye yaşadığı şehirle ilgili mevcut sıkıntıyı da belirtmiştir. Bu geri bildirimlerde bir anlamda eklenen içeriğin ülke gündemiyle alakalı olduğunu ve takip edildiğini göstermektedir.

HABER 3- Yüzlerce Kişinin Dans Ederek Hayatını Yitirdiği İnsanlık Tarihine Geçen En Gizemli Toplu Ölüm Vakalarından Biri: Dans Salgını

20 Temmuz 2020 tarihinde Onedio üyesi *Aleyna Gülbahar* takma isimli kullanıcı tarafından girilmiş olan haber⁷⁸ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. 1518’te Strazburg’ta insanlar sebebi olmaksızın günlerce hiç durmadan dans ederek öldüğü tarihi bir olayı anlatan haber, haber kategorisi ana sayfasında yer almıştır.



⁷⁸ <https://bit.ly/35DLORG>

*Allthatsinteresting*⁷⁹ ve *ThePublic Domain Rewiev*⁸⁰ gibi yabancı kaynaklar linkleri ile beraber kaynak olarak gösterilerek haberin tarihi gerçekliği gösterilmeye çalışılmıştır. 360 kişinin paylaştığı, 190 bin kişinin okuduğu haber etkileşim anlamında yüksek bir rakama ulaşmıştır. Somut kaynaklara dayandırılan haber içeriği tarihi karakalem ve çizimlerle desteklenmiştir.



Haber içeriğinin zenginleştirilmesi sağlanırken eklenen sosyal medya paylaşım butonları ile de yayılması sağlanabilmiştir.



Haberin alt kısmında ziyaretçi yorumlarına yer verilmiş ve eklenen haberle ilgili geri bildirimler alınmıştır. Ancak bu haberde okuyucular habere yorumla geri bildirim yapmak yerine daha çok emojilerle etkileşime geçmişlerdir.



⁷⁹<https://allthatsinteresting.com/dancing-plague>

⁸⁰<https://publicdomainreview.org/essay/the-dancing-plague-of-1518>

Haberi ekleyen üye “*Tabii ki bu düşüncelerin hepsi birer varsayımların öteye gidemediği için dans salgını, tarihin tozlu sayfalarında kalarak gizemini sürdürmeye devam edecek gibi gözüküyor...*” cümlesi ile olayın gerçekliği ve nedeni ile ilgili yorumu okuyucuya bırakmıştır. Ancak belgesel ve tarihi bir durumu anlatması nedeniyle bir haber içeriği niteliği taşımaktadır.

HABER 4 - Kızı ve Damadıyla Birlikte Balayına Gidip Üstüne Bir de Damadından Hamile Kalan Kaynana

21 Ocak 2020 tarihinde Onedio üyesi *bathsheba* takma isimli kullanıcı tarafından girilmiş olan haber⁸¹ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. İngiltere’de yaşanan, kızı ve damadıyla birlikte balayına gidip damadından hamile kalan bir kadının ilginç ve marjinal hikayesinin anlatıldığı haber, haber kategorisinde ve manşet kısmında yer almıştır.



Haber 21 Ocak 2020 tarihinde saat 16:42 de girilmiş ve 22/01/2020 saat 13:39 tarihinde güncellenmiştir. Yani yeni medya da yurttaş gazeteciliğinin bir özelliği olan düzenlenebilir oluşu haberde görülebilmektedir. Bu yeni medyanın kullanıcılara sağlamış olduğu özelliklerden birisidir.

⁸¹ <https://bit.ly/3f7YHex>



*Daily Mail*⁸² gazetesinin kaynak olarak gösterildiği olay 2005 yılında geçmiş ancak 15 yıllık bir süreçte yaşananlar da haber metninde yer bulmuştur. Haber okuyucularının nadiren karşılaşılabilecekleri haberi 5900 kişi paylaşmış ve 882 bin kişi okumuştur. Bu, sitenin okunma rakamları anlamında ciddi bir etkileşimi ifade etmektedir.

Ana kaynaktan çevrilerek hipermetin öğelerle (fotoğraf ve sosyal medya paylaşımları) desteklenen haber ana kaynağından çok daha yüksek bir etkileşim rakamına ulaşmıştır. Toplum yapısıyla çok uyuşmayacak bir ilişkinin konu olduğu haberle ilgili okuyucularda çok sayıda yorum yapılmıştır.



Geleneksel medyada çok yer bulamayacak, magazinsel yönü ağır bastığı için sosyal medya kullanıcıları tarafından ilgi gören haber etkileşim rakamlarına bakıldığında ortalama bir haber sitesinin bir günde alabileceği toplam tıklanma sayısına ulaşmayı başarabilmiştir.

⁸² <http://dailym.ai/35Aor03>



Sadece yapılan yorumlarla değil habere bırakılan ifadelerle (emoji) de habere okuyucu tarafından geri bildirim sağlanmıştır. Habere 3800 kişi şaşırma ifadesi bırakarak olay karşısındaki duygu durumlarını belirtmiştir.

HABER 5 – İnsan Sağlığıyla Oynayanlara Beklenen Yaptırım! Şeyma Subaşı, Seren Serengil Gibi Birçok İsim de Cezadan Nasibini Aldı

4 Ağustos 2020 tarihinde Onedio üyesi *Aleyna Gülbahar* takma isimli kullanıcı tarafından girilmiş olan haber⁸³ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. İnternette satışı yapılmakta olan birçok faydasız ürünün sosyal medyada ünlüler tarafından tanıtılması ve reklamın yapılmasının anlatıldığı haber, gündem kategorisinde ve manşet kısmında yer almıştır.



Toplum sağlığını ciddi anlamda tehdit eden kontrolsüz paylaşımların yapıldığı durumla ilgili haber 212 bin kişi tarafından okunmuş ve 1100 kişi tarafından paylaşılmıştır. Bu paylaşım ve okunma sayısı dijital bir mecra için oldukça yüksek bir rakamı ifade etmektedir. Haberin etkileşimi ve yayılımı da sağlanmıştır. Her ünlüye 104 bin 781 Türk lirası ceza kesildiğinin belirtildiği haber metninde farklı görsel ve metinlere yer verilerek

⁸³ <https://bit.ly/3IEDNpW>

habere hipermetin özelliği kazandırılmıştır. Ayrıca haberin içerisinde bu konuda daha önce yaşanmış olumsuz olaylara link ile yer verilerek haberin doğruluğu ve inandırıcılığı da artırılmıştır.

Bir de zayıflama çaylarının muhabbeti vardı tabii;



Bu Kadarına da Pes: Ünlülerin Reklamını Yaptığı Zayıflama Çayının İnsanların Sağlığını Tehlikeye Attığı Ortaya Çıktı!
İnsanların sağlığı bu kadar ucuz mu?
f 588 25 Temmuz, 15:57

Haberin altında yapılan fazla sayıda yorum olay karşısında insanların ne düşündüklerini anlamamızı sağlarken haberin geri bildirim ögesini de yerine getirdiğini ve iletişim sürecini tamamladığını göstermektedir.



Deli Halit.
Bu tipler olur olmadık yerde "Biz bu halkın sanatçısıyız" diye boylarından büyük laflar ediyorlardı. Ama Elleriine geçen ilk fırsatta halkı nasıl s.kebileceklerini göstermişler! Hiç birini de zerre kadar sevmem ve yapmacık bulurum!
6 Ağu 15:13 Yanıtla Beğen (3) Engelle Şikayet Et

Ahmet Sancaktar
Yetmez ama evet.bunlara verilecek en güzel ceza sosyal medya banı.kendilerini göstermezlerse kudurur bu zengin kezzabanlar
5 Ağu 17:22 Yanıtla Beğen (39) Engelle Şikayet Et

panik anne
İnternette ilaç,takviye,zayıflama zamazingosu alınmayacağını hala öğrenememiş olmamız ne fena yaa.
5 Ağu 12:35 Yanıtla Beğen (48) Engelle Şikayet Et

Ayrıca fikrini yorum olarak yazmak yerine emoji ile belirtmek isteyen kullanıcı sayısı da fazla görünmektedir. 552 kişi habere alkış emojiyi koyarak böyle bir olayın gündeme gelmesinden duyduğu memnuniyeti belirtmiştir.






HABER 6 – Başörtüsü Takmadıkları İçin 3 Genç Kadın, Karı-Kocanın Tacizine Uğradı: 'O Kadar Şehidimiz Öldü Siz Böyle Giyinesiniz Diye mi?'




28 Temmuz 2020 tarihinde Onedio üyesi *Emrah Şah* takma isimli kullanıcı tarafından girilmiş olan haber⁸⁴ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. İran'da yaşanan olayda, rejimin adamı üç genç kadını sırf başörtüsünü düzgün takmadıkları için taciz ettiği görüntülerin anlatıldığı haber videosu önce sitenin ana sayfasında sonrasında ise video kategorisinde yer almıştır.





İranlı gazeteci ve aktivist olan MasihAlenejad'ın Twitter hesabının (AlinejadMasih) kaynak olarak gösterildiği video haber 39 bin kişi tarafından izlenmiş ve 93 kişi tarafından paylaşılmıştır. Özgürlük ve inanç konularında yapılan bu taciz görüntülerine ilişkin kullanıcılar da yorumlar kısmında tepki göstermişlerdir.

 **corpse bride**
dayak manyağı yapmak lazım bolelerini boyle agzından burnundan kan gelmeli bayılmalı olduğu yere kalkamamalı . din hosgoru dindir Allah inanıp inanmama özgürlüğü vermiştir de sonra boyle olsun radikal dincilere asla yuz verilmemeli hakikaten herseyin b. cıkariyorlar. seriat isteyen mal kadınlar iyi okusun bunu bugun ortusu olmayana karısır yarın sokaga ne cıktın lan sen kadın basına otur evinde der seni eve kapamaya kalkar ne istediginize iyi dikkat edin
30 Tem 16:15  Yanıtla  Beğen (13) [Engelle](#) [Şikayet Et](#)

 **Arzu Semenderden Nefret Ediyom**
Dindar kesme (dini ne olursa olsun) imtiyaz ve hak tanırnsn olacağı bu olur. Çelişkili, içinde yazan şeylerin kesin ve netliği olmayan ve insanların kendi işine geldiği gibi yorumlayabildiği kitaplara göre adalet dağıtmaya çalışan her nüfusun sonu böyle olur.
30 Tem 02:49  Yanıtla  Beğen (20) [Engelle](#) [Şikayet Et](#)

 **morningstars**
şuanda türkiye de yaşayıp kocasının aldığı range binip bütün gün gezen kadın tayfası iyi bakın okumazsanız gözünüzü açmazsanız biat ederseniz yakında başınıza gelecek olan bu ve bir daha Atatürk gibi biriside gelmez bu millete
29 Tem 20:38  Yanıtla  Beğen (20) [Engelle](#) [Şikayet Et](#)

 **Şule Uyğur**
İran'daki kadınlar Türkiye'de doğan #womensupportingwomen tag'ine en az Türkler kadar destek veriyor. Onlar da hakları için bizim kadar uğraşiyor aslında. Bizim şansımız 100 yıl önce Atatürk gibi bir lider tarafından bazı resmi haklarımızın verilmiş olması, biz çoğunlukla kültürel bir savaş veriyoruz. Ama bizim savaştığımız kafa yapısı bizi resmi olarak da bu duruma düşürmeye çalışıyor.
29 Tem 14:08  Yanıtla  Beğen (44) [Engelle](#) [Şikayet Et](#)

⁸⁴ <https://bit.ly/3IHQU9N>

Habere yorum yapmayan kullanıcılar ise haberin alt kısmında emoji bırakarak haberle ilgili duygularını paylaşmışlardır. Bu emojilerden 645 tanesi ise kızgın yüz ifadesinden oluşmaktadır.

😊 BU İÇERİĞE EMOJİYLE TEPKİ VER!



Haber içeriğine bakıldığında yurtdışı kaynaklı bir haber olsa da benzerlerine daha önce Türkiye’de de rastlanan radikal bir olayın toplumdaki yansıması verilmeye çalışılmıştır. Haberin kaynağı resmi bir ajans olmasa da İran’ın bilinen bir gazeteci ve aktivisti olan *MasihAlenejad*’ın⁸⁵ onaylı hesabından alınmıştır. Bu da olayın doğruluğunu bir kat daha artırmaktadır. Haberde yer alan metin ve video gibi içerikler haberin hipermetin bir içerik olduğunu göstermektedir. Haberin izlenme sayısı, paylaşılan yorumlar ve bırakılan emojiler ise etkileşim ve yayılım anlamında haberin bir örnek teşkil edebileceğini göstermektedir.

HABER 7– Maske Takmadığı İçin Gittiği Markette Uyarılan Kadın: 'Bana Bak Lan Dört Göz, Benim Canımı Sıkma Kafanı Gözünü Patlatırım'

5 Ağustos 2020 tarihinde Onedio üyesi *EmreŞah* takma isimli kullanıcı tarafından girilmiş olan haber⁸⁶ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. Maskesiz bir şekilde markete giden kadın uyarının ardından tartışma çıkardığı video haberi Onedio sitesi anasayfasında ve video kategorisinde yayınlanmıştır.



Kaynak: TikTok /@mamican753

⁸⁵ <https://twitter.com/AlinejadMasih>

⁸⁶ <https://bit.ly/2IzEYJ3>

Görüntüler sosyal medyada video paylaşım platformu olan Tiktok sayfasında bir @mamican753 adlı kullanıcı tarafından paylaşılmış ve Onedio üyesi Emre Şah tarafından haber haline getirilmiştir. Kaynağı bilinen bir resmi ajans ve kuruluşa dayanmamakla birlikte Onedio sayfasında yer alan video 38 bin izlenme ve 104 paylaşım rakamlarına ulaşmıştır. Haberin kaynağı güvenilir bir kaynak olmasa da olayın geçtiği market ve video kaydı olayın gerçekliğini desteklemektedir. Ayrıca geleneksel medyanın habercilik kriterlerine uymasa da yeni medya ve sosyal medya artık bu tür kullanıcı videolarını ve içeriklerini güvenilir olarak kabul etmektedir. Haberin altına yapılan fazla sayıda yorum yerelde yaşanan bir durumun toplumun genelini nasıl ilgilendirebildiğine dair bir örnek teşkil etmektedir. Özellikle kadına şiddetin ve toplum baskısının çok konuşulduğu gündemde bu haber, şiddetin ve saldırganlığın cinsiyeti olmadığını gösteren bir yapıya sahiptir.

Çağatay Bayazıt
Nezaketten hiç nasibini almamış .Kural kaide nedir bil memiş biri diyelim.Meczup işte.Öğreticez.
6 Ağu 16:44 Yanıtla Beğen (4) Engelle Şikayet Et

Burcu Böke
Niye hanfendi beefendi baghar misiniz ben bu mevlanadaki a101 deyim demeyi biliyor ama.
6 Ağu 19:00 Yanıtla Beğen (3) Engelle Şikayet Et

Tolga
şimdi orada ki adam bu kadını dışarı çıkarmak istese ve itiş kalkış olsa... herkes kadına şiddet diye ayağa kalkardı. anlayıp dinlemeden hemen yargılarlardı.
6 Ağu 11:28 Yanıtla Beğen (13) Engelle Şikayet Et

özgür özgür
Ne alaka ? Böyle bir durumda -kadın belli ki normal değil ,şiddete meyilli - en fazla polis çağırabilirsin. İtip kalmak ne demek?
6 Ağu 12:07 Yanıtla Beğen (7) Engelle Şikayet Et

Sevgi
cinsiyetçi düşünmedim bunu. bedenimizde yer alan eril ve dişil enerjiden bahsettim. herkeste var ama kadında günlük hayatta dişil enerjinin yüksek olması önem arz eder.
6 Ağu 09:16 Yanıtla Beğen (12) Engelle Şikayet Et

engin demirdağ
Lütfen kıvrımayın arkadaş haklı eril enerji diyerek böyle hareketlerin sadece eril bireylerde olabileceğini söylemiş ve cinsiyetçi bir yaklaşım sergilemiş oluyorsunuz.
6 Ağu 17:23 Yanıtla Beğen (1) Engelle Şikayet Et

İsmail Ulaş
barzo.
6 Ağu 00:12 Yanıtla Beğen (29) Engelle Şikayet Et

İsmail Ulaş
İşin trajik tarafı, bu tartışma dışarıda olsa ve bu katek beni taciz etti dese, adamı oracıkta linç ederler.
6 Ağu 00:14 Yanıtla Beğen (39) Engelle Şikayet Et

mel son
al iste kadın
6 Ağu 23:50 Yanıtla Beğen (12) Engelle Şikayet Et

Haberin altına yapılan yorumlar nicel olarak fazladır. Ancak bunun yanında tepkisini emojiler ile gösteren kullanıcıların bu geri bildirimleri de haberin gündem oluşturması adına önem taşımaktadır. Habere ilgili 401 kişi kızgın yüz ifadesi bırakarak habere konu olan kadının davranışları hakkında bir görüş bildirmiştir.

BU İÇERİĞE EMOJİYLE TEPKİ VER!



HABER 8– Bilmemek Değil, Öğrenmemek Ayıp: Eşcinsellik Nedir? Ne Demek? Hastalık mıdır?

13 Temmuz 2020 tarihinde Onedio üyesi *Unicorn Sercan* takma isimli kullanıcı tarafından girilmiş olan haber⁸⁷ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. Eşcinsellikle alakalı hala yanlış görüşler ve önyargıların olduğuna dair bilgilendirmeye dayalı dosya haber Onedio sitesi ana sayfasında ve cafe kategorisinde yayınlanmıştır.



Yurttaş gazeteciliğinin en önemli özelliklerinden birisi toplumdaki alternatif fikirlere ve görüşlere yer verebilmesidir. Bu sesler geleneksel medya içinde kendilerini ifade etme şansı bulamamış kişilerin ve olayların aktarılmasından oluşur. Habere konu olan eşcinsellik konusu da yine geleneksel medyada çok fazla değinilmeyen ve bireylerin kendilerini özgürce anlatamadıkları durumlardan bir tanesidir. Bu nedenle bu haber yurttaş gazeteciliğinin bu özelliğini anlatmak adına bir örnek olarak Onedio web sitesinde yer almıştır.

Unicorn Sercan takma adlı kullanıcı tarafından oluşturulan haber 557 bin okunma ve 12 bin paylaşım rakamlarıyla dijital mecralar için ciddi bir etkileşim oranına ulaşmıştır. Bu anlamda yayılım kriterini de gerçekleştirmiştir.

Haber, içeriğinde yer alan metinler, GIF görseller ve dış kaynaklı linkler ile birlikte hipermetin özelliğini de karşılamaktadır. Ayrıca metne eklenen kaynaklarla⁸⁸ birlikte haberde anlatılmaya çalışılan durum ispatlanmaya çalışılmıştır.

⁸⁷ <https://bit.ly/2UBz7Fw>

⁸⁸ <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/gay-penguenler-55824>

"Ama yine de doğal bir şey değil! Doğada eşcinselliğin yeri yok, hayvanlarda hiç eşcinsellik yok!" mu diyorsunuz? Yanılıyorsunuz...



Günümüze kadar pek çok hayvanda homoseksüel yönelimler gözlemlenmiştir. Ördeklerden kedilere, maymunlardan penguenlere kadar... Hatta bir hayvanat bahçesinde iki eşcinsel penguenin bir buldukları bir yumurtayı sahiplenerek birlikte yetiştirmeleri, aile olarak yaşamaları dahi kayıt altına alınarak basında yer bulmuştur!

Kaynak

Haber altına yapılmış olan kullanıcı yorumlarının fazlalığı konu ile ilgili insanların ne kadar farklı ve zıt görüşlere sahip olduğunu göstermektedir. Bu yoğunluk ve etkileşim yeni medyada haber konusunu önemli kılan özelliklerdendir.

Feridun Musahan
YA EŞCİNSELLİK DOĞUŞTAN DEĞİL KANITLANDI VE SİZ HALA İNSANLARI FİTNEYE SOKMA PEŞİNDESİNİZ İNŞALLAH AHİRETTE GÖRÜŞÜRÜZ.
25 Tem 19:47 Yanıtla Beğen (1) Engelle Şikayet Et

Deniz Kara
Araf 80 Lût'u da (peygamber gönderdik). Kavmine dedi ki: "Sizden önce insanlardan hiçbirinin yapmadığı fuuşu mu yapıyorsunuz?" Araf 81 "Çünkü siz, kadınları bırakıp da cinsel tatmin için erkeklere yaşıyorsunuz. Doğrusu siz haddi aşan bir topluluksunuz." Nisa 15 Kadınlarınızdan çirkin fiilde bulunanlara karşı aranızdan dört şahit getirin. Eğer şahitlik ederlerse, o kadınları ölümlük götürüncüye yahut Allah onlara bir yol açincaya kadar evlerde tutun. Nisa 16 İçinizden bu çirkin fiili işleyen ikilinin canlarını yakın. Eğer tövbe eder, durumlarını düzeltirlerse artık onlara eziyet etmekten vazgeçin; çünkü Allah tövbeleri çok kabul eden, çok esirgeyendir. Sizin kitabın yazarı erkeklerden biraz tırsıyor gibi ne dersiniz?
14 Haz 11:57 Yanıtla Beğen (10) Engelle Şikayet Et

Ömer Çiftci
Hormonlarla cinsel yönelimin bir alakası yok cümlesi, cehalet dolu bir yazı olduğunu net bir şekilde gösteriyor. Bir şeyi savunmak için bu kadar yalan yanlış bilgiler vermenin ne anlamı var sayın çomar. Ben herkesin cinsel tercihi saygı duyarım ancak saçma bir yazı ile yok bilim bunu dedi şöyle oldu, hormonlarla alakası yok bunun gibi saçma argümanlarla da insanları manipüle etmeye çalışmak ne bileyim üst düzey bir çomartlık yani
29 Nis 16:53 Yanıtla Beğen (31) Engelle Şikayet Et

İlois Etoissu
Tabiki de eşcinsellik psikolojik bir hastalık değil. Genetik bir mutasyondur eşcinsellik. Aynı mavi gözlü insanlardaki gibi doğum öncesinde genler mutasyona uğrar. Erkek-erkek ilişi klinfertel sendromu(x mutasyonu) kadın-kadın ilişi sawyer senromu (y mutasyonu) olarak genetik bilimde bilinmektedir. Şuan herhangi bir tedavisi veya düzeltimesi bulunmuyor. Bu durumu psikolojik olarak ele almak yeterli değildir. Zira hem psikolojik hem dini hem genetik yöntemler birlikte uygulandığında belki bir sonuç elde edilebilir.
6 Ağu 2018 Yanıtla Beğen (34) Engelle Şikayet Et

Haber altında yorum sayısına paralel olarak bırakılan emojiler haberin yayılmadaki etkisini ve geri bildirim gücünü bir kez daha göstermektedir. Habere 4400 kişi alkış emojisiyle destek verirken 1700 kişinin de sevgi emojisi bıraktığı görülmektedir. Habere olumsuz bakan yaklaşık 1600 kişi sayısı da haberin farklı görüşleri buluşturan bir haber olduğunu göstermektedir.



HABER 9– Fazla Kiloları Nedeniyle Sevdiği Kızın Ailesi Evlenmelerine İzin Vermeyince 6 Ayda 212 Kilo Verdi

7 Temmuz 2020 tarihinde Onedio üyesi *Arya* takma isimli kullanıcı tarafından girilmiş olan haber yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. Zonguldak'ta yaşayan Akın Türkoğlu isimli 22 yaşındaki gencin 7 yaşından itibaren aşırı yemek yeme isteğinden dolayı 296 kiloya çıktığı ve sevdiği kızın ailesi evlenmelerini istemediği için 212 kilo vermesini konu edinen video haber Onedio sitesi Ana sayfasında ve video kategorisinde yayınlanmıştır.



Demirören Haber Ajansı tarafından kaydedilen görüntülerin haberleştirildiği ve kaynak olarak DHA'nın belirtildiği video haber 7700 kişi tarafından izlenmiş ve 4 kişi tarafından paylaşılmıştır. Haber etkileşim anlamında diğer haberlerle karşılaştırıldığında rakamsal olarak az görünse de yereldeki bir insan öyküsünü ulusala taşıması anlamında önem taşımaktadır. Haber video, metin, fotoğraf gibi birçok öğeyi barındırdığı için hipermetin özelliği taşımaktadır.



Haberin yorum kısmında bazı kullanıcılar habere konu olan gence destek verirken bazı kullanıcılar ise yaptığı işin çok yanlış olduğunu ifade etmeye çalışmıştır. Bu, haberle ilgili farklı görüşlerin ve demokrasi ortamının oluşmasını sağlarken geri bildirim sürecinin de tamamlanmasını sağlamıştır.



Haber sadece yorumlarla kalmamış emoji ile de Onedio üyeleri fikirlerini göstermeye çalışmışlardır.



HABER 10– Çorum'da Aslan Görüldüğü İddia Edilince Sosyal Medyadan Komik Tepkiler Gecikmedi

11 Haziran 2020 tarihinde Onedio üyesi Penny takma isimli kullanıcı tarafından girilmiş olan haber⁸⁹ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. Çorum'da aslan görüldüğü iddiasının konu edildiği haber Onedio sitesi Ana sayfasında ve video kategorisinde yayınlanmıştır.



⁸⁹ <https://bit.ly/2IHmIxa>

Bölgede insanların merak ettiği ve kolluk kuvvetlerinde üzerine yoğunlaştığı haber 49 bin kişi tarafından okunmuş ve 96 kişi tarafından paylaşılmıştır. Etkileşim anlamında dijital medya mecralar için 49 bin okunma sayısı önemli bir sayıdır. Yerelde meydana gelen bir olayın ulusala taşınması anlamında da önem arz etmektedir. Haber, metin, fotoğraf ve sosyal medya sitelerinden alınmış kullanıcı yorumlarının metnin içine yerleştirilmesiyle hipermetin haline getirilmiştir.



Haberle ilgili birçok kullanıcı da mizah içeren yorumlar yapmıştır. Bununla beraber Çorum'da yaşayan ve araştırma görevlisi-zoolog olduğunu söyleyen bir kullanıcı da konuyla ilgili görüşünü belirtmiştir. Bu bir anlamda haberin yayılma konusunda da etkili olduğunu göstermiştir.



Haberin alt kısmında kullanıcılar yorumlarla birlikte emojiyle haber hakkında görüşlerini de belirtmişlerdir.



HABER 11– Demet Akalın, Sınır Kapılarına Giden Mülteciler Hakkında Yaptığı Sert Çıkışla Tepkilerin Hedefi Oldu

29 Şubat 2020 tarihinde Onedio üyesi *addictedmovie* takma isimli kullanıcı tarafından girilmiş olan haber⁹⁰ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. Mültecilerin sınır dışına çıkarken yaşadıkları zorlukları belirten tweet'e istinaden şarkıcı Demet Akalın'ın "Dönüşleri olmasın" cevabı sosyal medya kullanıcıları tarafından tepkiye neden olmuştur. Toplum tarafından tanınan ünlü bir ismin bu şekilde sevimsiz bir tweet atması yurttaş gazetecilik mantığı ile hareket eden kullanıcıların olayı haberleştirmesini sağlamıştır.



Haber ana sayfada ve gıybet kategorisinde yer almış 3500 kişi tarafından paylaşılmış ve 498 bin kişi tarafından okunmuştur.



⁹⁰ <https://bit.ly/2IFwEqK>

2 gün önce, 36 eve bizlerin tahmin dahi edemeyeceği bir ateş, yürekleri kor eden bir acı düştü...



36 askerin şehit olmasından sonra gündeme gelmesinden dolayı haber mülteciler üzerinden politik söylemlerle yorumlanmıştır. Bundan dolayı birçok kullanıcı konu hakkındaki fikrini Twitter platformu üzerinden paylaşmıştır. Demet Akalın'ın yazmış olduğu tweet'e de birçok kişi yine ayrı mecra üzerinden cevap vermiştir. Haberin buradaki özelliği bu birçok görüşü ve içeriği bir arada toplamasından dolayı hipermetin özelliğini taşımasıdır.

<p>kivanc @dunyanin6dabiri</p> <p>bir tarafta ege denizinde boğulacak çocuklar diğer tarafta kızına yaş günü hediyesi olarak 270bin liralık minibüs alan demet. ama mültecilerden çok çekti tabii biliyorsunuz bağcılar'da oturur kendisi</p>	<p>Kutsal Bayraktar @mortifera</p> <p>@DemetAkalın ve @seydaca adlı kullanıcılara yanıt olarak</p> <p>Nerede göçmen gördün de bu kadar nefret ettin? Senin hayatını nasıl kötü etkilemiş olabilirler?</p> <p>Bu kadar şikayetçiysen direkt olarak beyefendiye anlat derdini. Her fırsatta görüşüyorsun nasılsa.</p>
<p>Yasemin Kılıç @can60532723</p> <p>@DemetAkalın ve @seydaca adlı kullanıcılara yanıt olarak</p> <p>"Dönüşleri olmasın!" dedikleri arasında onlarca bebek var. Kalbin de yüzün kadar çirkin. Tabi ikisi de sesin kadar çirkin olamaz o ayrı.</p>	<p>BELL'S @portovecchiaa</p> <p>@DemetAkalın ve @seydaca adlı kullanıcılara yanıt olarak</p> <p>Ablacım senin herhangi bir mekânda herhangi bir göçmenle karşılaşmış sorun yaşamış olma ihtimalin zaten sıfır. Neden bu kadar kinlenmişsin</p>
<p>zihinselorgazm @zihinselorgazm</p> <p>@DemetAkalın ve @seydaca adlı kullanıcılara yanıt olarak</p> <p>Demet Akalın sen bu ülkenin en cahil ve nefret dolu insanısın, ölen askerlerin hesabını sorumlu olanlardan sormak zor geliyor olabilir ama bari nefretini ülkeye sığınan mültecilerden çıkarma. Bu vasıfsızlıkla bu popüleriteye sahip olman çok üzücü.</p>	<p>Korkusuz korkak @AvjinB</p> <p>@OrtMarx adlı kişiye yanıt olarak</p> <p>Villasında oturup çocuklarıyla tik tok çeken bu kadın kucaklarında bebekleriyle ölüm botlarına binen fakir gariban tek suçu suriyeli doğmak olan insanlara söylüyor bu lafı. Bir sürü kişide amin yazıyor altına, bunlar nasıl insanlar nasıl bir cehennemdeyiz biz</p>

Habere bırakılan yorumlarda Demet Akalın'a destek veren yorumlarda eleştiren yorumlarda bulunmaktadır. Bu haberin demokratik bir tartışma ortamı yarattığını ve kullanıcıların fikirlerini belirttiğini göstermektedir.



Yorumlarda her görüşten insan fikrini belirtirken emoji kısmında yoğunluk olayla ilgili kullanıcıların aynı fikirde olduğunu alkış ile belirttiği emojiden oluşmaktadır. Bu da geri bildirim tarafında kullanıcıların aslında bu tepkiyle aynı yönde düşündüğünü göstermektedir.



Bununla beraber haberin yayınlanması, yurttaş gazeteciliğinin görevlerinden birisi olan 'azınlığın, ötekilerin haklarını savunmak ve nefret söylemlerine karşı hakları koruyabilme' niteliği adına önem arz etmektedir.

HABER 12– "Çocuklarım Aç" Diyerek Kendini Yakan Babanın Ölümünün Ardından Türkiye Gerçeklerini Yüzümüze Tokat Gibi Çarpan 29 Kişi

8 Şubat 2020 tarihinde yine aynı kullanıcı *addictedmovie* tarafından girilmiş olan haber⁹¹ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. 8 Şubat 2020 tarihinde 'çocuklarım aç' diyerek kendini yakan ve hayatını kaybeden vatandaşın ardından sosyal medya paylaşımlarından yapılan derleme haber önce site ana sayfasında sonrasında ise gündem kategorisinde yer almıştır.

⁹¹ <https://bit.ly/3lzk7DM>

Bugün, Hatay Valiliği önünde "Çocuklarım aç" diyerek kendini yakan çaresiz bir babanın ölüm haberini aldık.



Haber dijital mecralar için etkileşim olarak yüksek sayılabilecek rakamlara ulaşmıştır. 159 bin okunma sayısına ulaşan haberi 22 bin kişi paylaşmıştır. Haberin paylaşım rakamının yüksek oluşu bir nevi vatandaşların bu üzücü durumun gündemde daha fazla yer bulabilmesini istemesidir.

"Çocuklarım Aç" Diyerek Kendini Yakan Babanın Ölümünün Ardından Türkiye Gerçeklerini Yüzümüze Tokat Gibi Çarpan 29 Kişi

Ana Sayfa > Gündem

addictedmovie Onedio Üyesi 22b PAYLAŞIM 159b OKUNMA 08/02/2020, 00:44 | © 08/02/2020, 19:11

Google News Facebook'ta Paylaş Twitter'da Paylaş

Haberle ilgili sosyal medya platformlarında tepkiler yer almış, Onedio üyesi ve yurttaş gazeteci olarak değerlendirilen kişi tarafından bu tepkiler derlenmiştir.

<p>Soner Sönmez @sonmoican</p> <p>Çocuklarının aç olması acısına dayanamayan bir baba üstüne benzin döküp yanma acısına dayanarak intihar ediyor. Anlayın işte çocuklarını besleyememesinin verdiği o bunalımı. Umarım yaşattıklarınızı yaşamadan ölmezsiniz.</p>	<p>gök çe @paapiculo</p> <p>kendini yakıyorsun olay diyorlar, çocuklarım aç diyorsun yok ondan değil psikolojik diyorlar siz nesiniz ya nesiniz tanımlayamıyoruz benzetemiyoruz bile bir şeye sizi</p>
<p>Alp Altınörs @alpaltinors</p> <p>Bugün Hatay Valiliği önünde bir emekçi, "çocuklarımı geçindiremiyorum" diyerek kendisini yaktı. Bu bir intihar değil, kapitalist cinayettir. İşsizlik öldürüyor.</p>	<p>C. @CiovanniDrogo</p> <p>2001 krizinde sadece bir esnaf Başbakanlık önünde yazarkasa fırlattı diye yıllarca gündem olmuştu, şimdi insanlar çaresizlikten intihar ediyor, 10 dakika içinde unutuluyor</p>

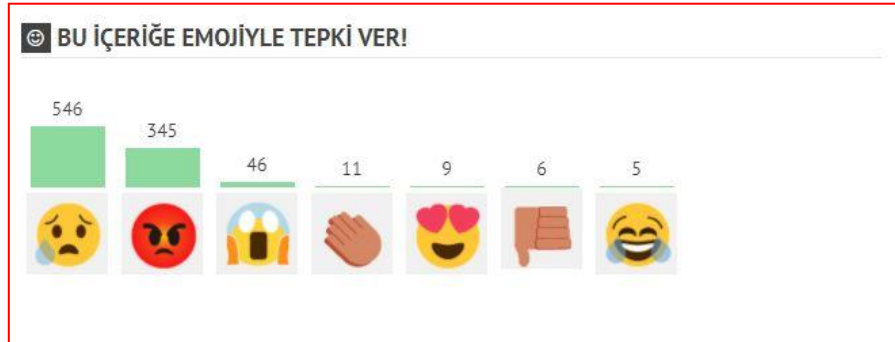
Haber metninde olay ile ilgili fotoğraf, yorumlar ve diğer haberlere yönlendirme yapan linkler de kullanılmıştır. Bu sayede haber hipermetin haline getirilmiştir.



Haberin alt kısmında kullanıcılar tarafından yaşanan olayla ilgili yorumlar yapılmış, görüşler belirtilmiştir. Bu yorumların bazıları politik olmakla beraber bazıları da trajik olayla ilgili duygusal yorumlardır.



Haberin alt kısmında yer alan emojilerle de habere geri bildirim sağlanmıştır. 546 kişi üzgün yüz ifadesi bırakarak olayın dramatikliği konusunda aynı fikirde olduğunu göstermiştir.



HABER 13– Kantarın Topuzu İyice Kaçtı! Meryem Uzerli'ye 'Türk Kaşarı' Diyerek Adeta Nefret Saçan Yeni Akit'e Tepkiler Çığ Gibi Büyüyor

4 Eylül 2020 tarihinde Onedio üyesi *mickeymouse* tarafından girilmiş olan haber⁹² yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. Akit gazetesi tarafından başlığında oyuncu Meryem Uzerli'den 'Türk Kaşarı' olarak bahsedilen haber nefret söylemi içermektedir. Haber önce site ana sayfasında sonrasında ise Gıybet kategorisinde yer almıştır.

Toplumun farklı kesimlerine yönelik nefret dolu ifadeler içeren haber yurttaş gazeteci tarafından haberleştirilmiş ve haberin gündeme gelmesi sağlanmıştır.



Haber etkileşim olarak yüksek sayılabilecek rakamlara ulaşmıştır. 134 bin okunma sayısına ulaşan haber 1600 kişi tarafından paylaşılmıştır. Haber etkileşim ve yayılım anlamında yüksek bir rakama ulaşmış durumdadır.

Annesi Alman babası Türk olmasına rağmen kendisini Alman olarak pazarlayan, Türkiye'de Muhteşem Yüzyıl adlı rezil dizi ile tanınmasının ardından Berlin'e yerleşen **Meryem Uzerli**, Batılı laikçi yaşam tarzının paramparça ettiği hayat hikayelerinden birini de veled-i zina olarak dünyaya getireceği günahsız bir çocuğa yaşatacak.

Haber içerisinde farklı nefret söylemleri ve hakaretlere yer verilmesi haber okuyucuları tarafından da tepki gösterilmesine neden olmuştur.

⁹² <https://bit.ly/2IKCGXf>



Yurttaş gazeteciliğinin nitelikleri değerlendirildiğinde haber, toplumda nefret söylemi yaratan olaylara yer ayırması bakımından bir örnek teşkil etmektedir. Konuyla ilgili Twitter kullanıcılarının yorumları haberin içerisine eklenerek haber hipermetin bir hale getirilmiştir. Haberin içerisine linkler vasıtasıyla eklenen diğer haberlerde kullanıcılara konu ile ilgili haberlere bakma fırsat vermektedir.



Bunun yanında haber altında yorum kısmında okuyucular tarafından çok sayıda yorum yazılmıştır. Yorumlar okuyuculara da kendi fikirlerini belirtme ve seslerini duyurma şansı vermektedir.

feyk
pedofili sebe 3 maymunu oynayanlar neden meryem uzerli'ye salyalarini sacarak saldiriyor? cunku bilinclli yada sezgisel olarak cok iyi biliyorlarki kendileri icin en buyuk tehdit meryem uzerli gibi onlari iplemeden icazet almadan hayatlarini ozgurce yasayan kadinlar ve onların yetistirdigi nesiller. hep diyorum bu yobaz cukurundan kurtulmanın anahtari kadınlarda. keza yeni nesillleri yetistirip buyuten egiten kadin. kadini egitip kendi ayaklari uzerinde durmasini sagladiginda bu yobaz surusude azalarak tukenecek.
8 Eyl 10:54 Yanıtla Beğen (2) Engelle Şikayet Et

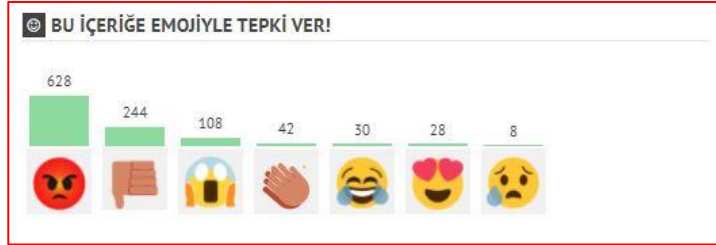
Kemal Demir
Bence bu haber değil, haber(!) süsü verilmiş saldırı resmen.
7 Eyl 17:46 Yanıtla Beğen (2) Engelle Şikayet Et

Mehmet Buğrahan Yıldız
Devam edin siz böyle ona sövün buna yazın daha da iğrençleşin hatta gerçek yüzünüzü gösterin , sonunda sizlerden de sizin inanışlarınızdan da tiksinen bir toplum oluşacak ve siz bu toplumun altında kalacaksınız ve bu ülkeden defolup gittiğiniz de bütün pislik gereksiz artıkları yanınızda götürdüğünüz de bu ülke gerçekten normal bir ülkede çalışıp korkmadan sokağa çıkabilip çocuğuma bir şey olur mu diye merak etmeden yaşayacak. Tek arzum o günü ölmeden görebilmek.
7 Eyl 15:36 Yanıtla Beğen (1) Engelle Şikayet Et

Sinsi Aykut
Açın maddi manevi tazminat davasını. Bu paçavrayı gazete diye okuyan var mı yahu? Nereden nasıl para kazanıp ayakta durabiliyo bu yavşaklar? Onlarca gazete, dergi vs kapanırken. Hayret edilecek bişey doğrusu.
5 Eyl 14:42 Yanıtla Beğen (19) Engelle Şikayet Et

Ördekkaç
Bunları konuşmaya bile değmez hadsizler.
5 Eyl 14:09 Yanıtla Beğen (13) Engelle Şikayet Et

Haberin alt kısmında kullanıcılar tepkilerini yalnızca yorumlarla değil emojiyle de belirtmişlerdir. Bu etkileşimlerin tümü birer geri bildirim ve fikir paylaşımını ifade etmektedir.



HABER 14– Kimi Koruyorsunuz? Rabia Naz'ın Öldüğü Gün Bütün Haber Siteleri Olayı Trafik Kazası Olarak Paylaşmış, Belediye Başkanı Kaza Demiş!

17 Kasım 2019 tarihinde Onedio üyesi *minnoş bir ev kedisi* tarafından girilmiş olan haber⁹³ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. Yaklaşık 2 yıl önce Giresun'un Eynesil ilçesinde bir sürücünün 11 yaşındaki Rabia Naz Vatan'a çarptıktan sonra kaçtığı ve çocuğun hayatını kaybettiği olay geleneksel basında yer almış ancak yeterli gündemi oluşturamamıştır.

⁹³ <https://bit.ly/3f7M6Z1>

Ancak Rabia Naz'ın cansız bedeni ağır yaralı olarak evinin önünde bulundu; intihar ettiği tutanaklara geçti.



İki yıl önce yaşanan olaya geleneksel basının sessiz kalması, olayın kazadan çok bir intihar vakası gibi yansıtılması ve Rabia Naz'a çarpan sürücünün kimliğinin belirlenememesi olayla ilgili insanlar üzerinde şüphe uyandırmıştır. Ailesinin tüm çabasına rağmen olay medya ve yargıda yeterli desteği görmediği ifade edilmektedir.

Tüm bunlardan şüphelenen ve kızının intihar etmiş olabileceğine inanamayan baba Şaban Vatan araştırmaya başladı ve cinayetin izlerini sürdü.



Ve sırf bu nedenle akıl hastanesine yatırılmak istendi, yaka paça gözaltına alındı, tehditler aldı, evini satışa çıkarmak zorunda kaldı. Tüm bunlara rağmen kızının ölümünün ardında olanları aydınlatmaya çalışan baba Şaban Vatan'a sosyal medyadan destek yağdı.

Yerel basından ve bürokrasiden de destek göremeyen ve sorumluların bulunamadığı olayı anlatan haber Onedio üyesi tarafından girilmiş önce ana sayfa sonra ise gündem kategorilerinde yer almıştır.



588 kişi tarafından paylaşılmış olan haber 74 bin kişi tarafından okunmuştur. Yerel gazetelerin bile haber yapmaya gerek görmediği üzücü olay dijital mecralar için yüksek bir etkileşim oranına ulaşmıştır. Haberle ilgili görseller Twitter'da yapılan yorumlar ile haber hipermetinsel bir özelliğe sahip olmuştur. Bunun yanında haberin devamlı güncellenebilir olması da yurttaş gazeteciliği için önemli bir özelliktir. İki sene önce yaşanan ve yetkililerin ilgi göstermediği bir olayın böyle bir mecrada tekrar duyurulması yurttaş gazeteciliği için somut bir örnek oluşturmaktadır.

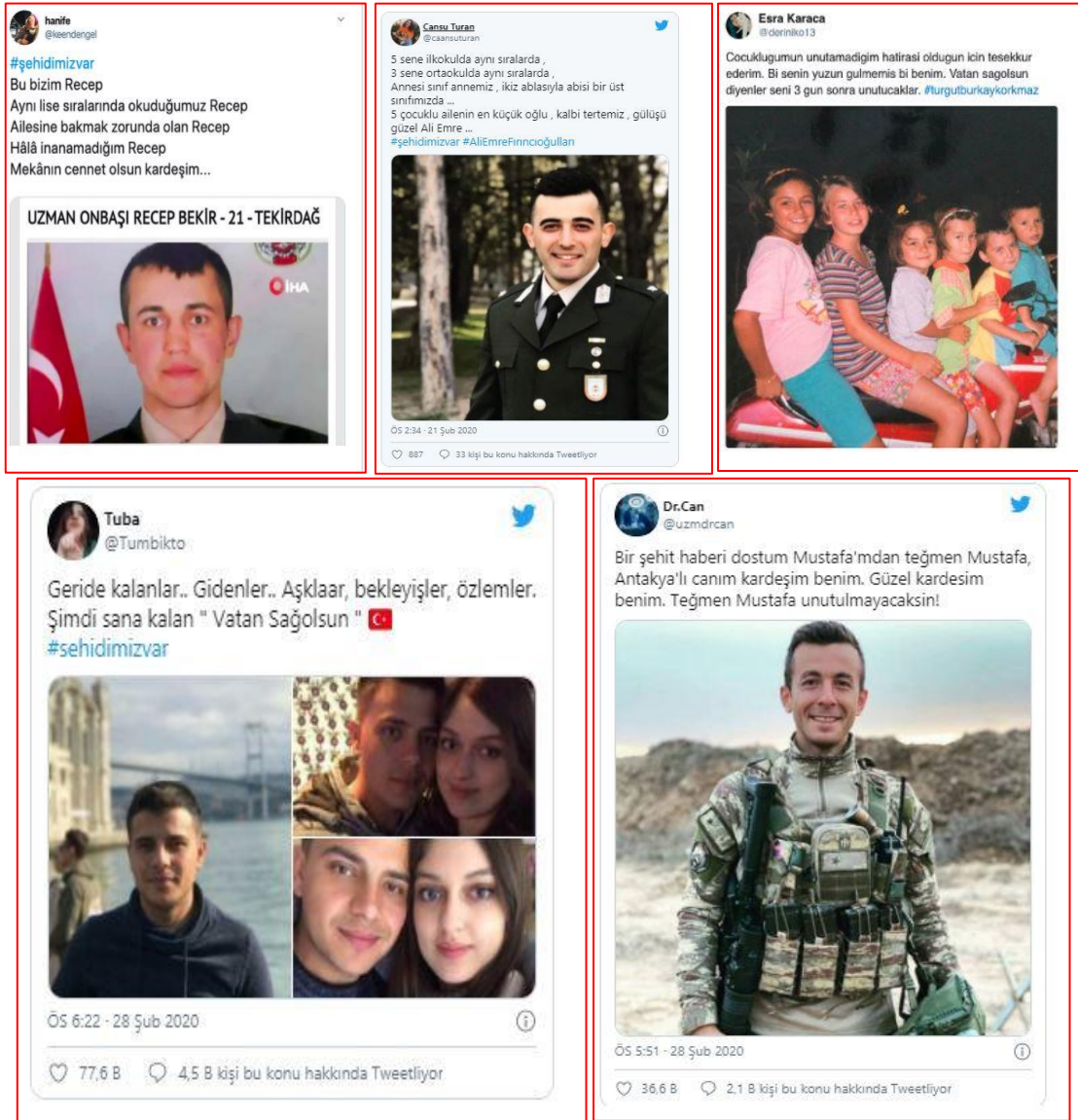


Yaşanan üzücü olayla ilgili haberin yorum kısmında okuyucular yorum yapmışlar, ifadelerle de tepkilerini belirtmişlerdir.



HABER 15– Acınız Acımızdır! İdlib'de Kaybettiğimiz Şehitlerimizin Yakınlarından Yürekleri Paramparça Eden Görüntü ve Paylaşımlar

28 Şubat 2020 tarihinde Onedio üyesi *addictedmovie* tarafından girilmiş olan haber⁹⁴ yurttaş gazeteciliği için bir örnek oluşturmaktadır. İdlib'de gerçekleşen hava saldırısında 33 askerin şehit olduğu saldırı Türkiye gündeminde yer bulmuş, habere geleneksel basında ve yeni medya mecralarında yer verilmiştir. Ancak şehit askerlerin ardından sosyal medyada yakınları tarafından yapılan paylaşımları anlatan haber Onedio üyesi tarafından derlenmiştir. Haberin yurttaş gazeteciliği bakımından önemi; vatandaşın sesini, duygularını bizzat duyurabilmesine olanak sağlamak ve bunu etkileşimli bir medya ortamına aktarabilmesidir.



⁹⁴ <https://bit.ly/3f4WRez>

Haber şehitlerin yakınları tarafından yapılan paylaşımlardan derlendiği için önem arz etmektedir. Derleme olarak girilen bu haber 24 bin paylaşım ve 306 bin okunma sayısı gibi ciddi bir etkileşim rakamına ulaşmıştır.



Haber Twitter'dan eklenen tweetler ve diğer görsellerle hipermetin özelliği taşmakta, güncellenebilir olma özelliği ile birlikte de yeni medyada gerçekleştirilen yurttaş gazeteciliğinin bir örneğini oluşturmaktadır.

Haberin alt kısmında şehitlerle ilgili yorum yapan kullanıcılar bulunmakta bu da haberin yayılımını ve etkileşimini göstermektedir. Bununla beraber haber alt yorum kısmı farklı siyasi görüş ve düşüncelere sahip kullanıcıların kendilerini ifade ettiği bir 'agora'ya dönüşmektedir.



Haber yorumları ile birlikte geri bildirim olarak bırakılan emojiler de etkileşim ve yayılma konularında yeni medya haberi özelliğini desteklemektedir.



2.3. HABER ANALİZLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Onedio web sitesinde yurttaş gazeteciler tarafından üretilmiş haberlerden on beş haber seçilmiş ve bu haberlerde yurttaş gazeteciliği pratiğinin nasıl uygulandığı incelenmeye çalışılmıştır.

Haberler seçilirken son altı ayda Onedio web sitesinde Onedio üyeleri tarafından oluşturulmuş ve yayınlanmış haberler seçilmiştir. Sitede birçok üyelik tipi olduğundan haberler Onedio üyelerinin haberleri ile daraltılmıştır. Bunun yanında haber seçiminde en önemli koşullardan birisi de etkileşim ve hipermetin kavramları olmuştur. Seçilen haberlerin hepsi yeni medya mecraları için oldukça yüksek okunma veya paylaşım sayısına, etkileşim oranına sahiptir. Etkileşim çalışma için önemlidir çünkü yeni medya sayısal verilerden oluşan bir mecraadır. Bu mecrada bir metnin, görüntünün, fotoğrafın başarısı nicel verilerle ifade edilebilmektedir. Haberler seçilirken sadece etkileşim ve hipermetin özelliklerine bakılmamıştır. Yurttaş gazeteciliği ile ilgili literatürle bir bağ kurabilmek ve haberlerin bu gazetecilik pratiğine uygun olup olmadığının incelenmesi için İncilay Cangöz'ün belirttiği “yurttaş gazeteciliğinin temel nitelikleri” üzerinden örneklendirmeler yapılmıştır.

Yapılan haberlere bakıldığında haberlerin hepsi anlatı olarak temel habercilik kuralı olan 5N+1K'nın öğelerini yansıtmaktadır. Bununla beraber yeni medyanın sahip olduğu hipermetin özelliği ile birlikte haberler 5N+1K anlatısının ötesine taşınmıştır. Geleneksel medya haberciliğinde haberlerle geri bildirimleri aynı anda görebilmek çok mümkün değildir. Yapılan haberlere bakıldığında her haberin alt kısmında okuyucu ve kullanıcı yorumları yer almıştır. Bu yeni medyayı geleneksel medyadan farklılaştıran bir özelliktir. Haber, kaynak-alıcı tekdüzeliğinden çıkarılmış, bu sisteme geri bildirimlerde haberin bir ögesi olarak dahil olmuştur. Yorumlar kısmında paylaşılan bilgilerden dahi bir haber çıkabilmektedir.

Haberler incelendiğinde akredite haber kaynaklarının ötesinde birçok kaynaktan haber derlemeleri ve bilgi sağlandığı görünmektedir. *Maske Takmanın Ne Kadar Büyük Bir Fark Yarattığını Yaptığı Deneyle Sosyal Medyada Paylaşan Bilim İnsanı* haberi Bored panda isimli yabancı haber-içerik sitesi kaynak gösterilerek yapılmış ve haber kaynakları çeşitlendirilmiştir. Yabancı dilde yapılan ve gündemde önemli bir yere sahip olan Korona ile ilgili bilgiler yurttaş gazeteci tarafından tercüme edilmiş ve alternatif bilgiye ulaşma imkanı sağlanmıştır. Ayrıca haber çeviri bir haber olduğundan özgün içerik anlamında da

önem arz etmektedir. *Yüzlerce Kişinin Dans Ederek Hayatını Yitirdiği İnsanlık Tarihine Geçen En Gizemli Toplu Ölüm Vakalarından Biri: Dans Salgını haberi* de yine haber kaynaklarının çeşitlendirilmesi durumuna örnek teşkil etmektedir. *Allthatsinteresting*⁹⁵ ve *ThePublic Domain Rewiev*⁹⁶ gibi yabancı kaynakların referans gösterildiği haber çeviri haber olarak derlenmiş ve akredite kaynaklardan bağımsız bir haber olmuştur. Belgesel ve tarihi içeriğe sahip olan haber geleneksel medyada çok yer bulamayacak veya profesyonel haberciliğin ilgi alanına çok girmeyen bir haber özelliği taşımaktadır. Yurttaş gazeteciliğinin haber kaynaklarından bağımsız hareket edebilme imkanı sayesinde bu tarz haberler de sitede yer bulabilmektedir.

Yurttaş gazeteciliği haber kaynaklarının alanını nicel olarak genişleten bir yapıya da sahiptir. *Kızı ve Damadıyla Birlikte Balayına Gidip Üstüne Bir de Damadından Hamile Kalan Kaynana* haberi Türkiye’de yaşanma ihtimali düşük, marjinal bir durumu konu edinmektedir. Bu nedenle geleneksel medyada ve yeni medya mecralarında örneğine pek rastlanmamaktadır. İngiltere’de yaşanan ve Daily Mail gazetesi tarafından haber olarak yer verilmiş durum Türkçeleştirilerek Onedio’da yer bulmuştur. Diğer yabancı kaynakların kullanıldığı haber örneklerinde olduğu gibi yabancı medya kuruluşlarından çeviri ve derleme haberler yapılarak haber kaynaklarının alanı genişletilmiştir. Bu yurttaş gazeteciliğinin Mc Luhan’ın “Küresel Köy”⁹⁷ düşüncesine destek verdiğini göstermektedir. Yeni medyanın ve yurttaş gazeteciliğinin gelişmesiyle bu sınırlar ve alanlar daralmış, insanlar özellikle yerel ve bölgesel haberlere alternatif kaynaklardan rahatça ulaşabilmektedir.

Onedio’da yurttaş gazetecilerin yapmış olduğu haberlerle sağlanan demokratik bir ortam bulunmaktadır. Özellikle haberlerin altına yapılan yorumlar, beğeniler, emojiler ve paylaşımlar bu demokratik ortamın somut bir göstergesidir. Bunun yanında hipermetin kavramının sağlamış olduğu imkan sayesinde farklı sosyal medya platformlarında vatandaşların olaylar ile ilgili yapmış olduğu yorumlar paylaşımlar haber metnine dahil edilebilmektedir. Bu halkın habere dahil olmasını sağlamaktadır. *Müdür, 'Maşallah Fıstık Gibisin' Diyerek Kadın Çalışanının Kalçasına Dokundu; Yargıtay 'Babacan Tavır' Dedi* başlıklı haber bu konuda güzel bir örnek teşkil etmektedir. Toplumun rahatsız eden taciz

⁹⁵ <https://allthatsinteresting.com/dancing-plague>

⁹⁶ <https://publicdomainreview.org/essay/the-dancing-plague-of-1518>

⁹⁷ Küresel köy, (Global Köy) kavramı, Kanadalı yazar Marshall McLuhan’la birlikte anılan bir kavramdır. McLuhan, özellikle elektronik iletişimin yaygınlaşmasıyla ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte, dünyanın küçük bir topluluk gibi olacağına inanmaktadır. Küresel köy kavramı dünyanın çok farklı yerlerinde farklı insanların aynı olayları izleyebilme ve aynı bilgilere ulaşabilme imkanını ifade etmektedir..

konusu ile ilgili kamu kurumunun vermiş olduğu yanlış karar hakkında vatandaşların görüşlerini belirtilerek yurttaş gazeteciliğinin bir görevi olan vatandaşın haklarını savunma görevi de yerine getirilmiştir.

Yurttaş haberciliğın temel niteliklerinden birisi de küresel köy anlayışı ile uluslararası kaynakları takip ederken, yerel haberleri de yeterince takip etmek ve toplumun haberdar olmasını sağlamaktır. Bu sayede sadece metropol ve kent merkezli haberler değil kasaba, köy odaklı haberlerinde gündeme gelmesi amaçlanmaktadır. *Çorum'da Aslan Görüldüğü İddia Edilince Sosyal Medyadan Komik Tepkiler Gecikmedi* başlıklı haber yerelde yaşanan bir olayın ulusal boyuta çıkmasına bir örnektir. Çorum'un Bayat ilçesine bağlı Aşağı Emirhalil köyünde meydana gelen olayın konu edildiği haber 49 bin kişi tarafından okunmuştur. Haber altı yorumların, paylaşımların ve emojilerinde var olduğu haber yereldeki bir durumun ulusala taşınması anlamında yurttaş gazeteciliğinin niteliğini yerine getirmiştir.

Yurttaş gazeteciliği vatandaşların haklarını savunmak ve onların sorunlarını dile getirmek için uğraşmalıdır. Bunu yaparken halkın gözü, kulağı ya da sesi olmak yerine, sesini bizzat duyurmasına olanak sağlamalıdır. Onedio web sitesi yurttaş gazeteciler tarafından yapılan haberlerde bu temel niteliği de sağlamaktadır. *"Çocuklarım Aç" Diyerek Kendini Yakan Babanın Ölümünün Ardından Türkiye Gerçeklerini Yüzümüze Tokat Gibi Çarpan 29 Kişi* başlıklı haber ekonomik sorunları yüzünden kendini yakan bir vatandaşın durumunu anlatmaktadır. Yaşadığı bunalım sonucu kendini yakan ve hayatını kaybeden vatandaşın trajik haberi diğer birçok vatandaşın yaşanan ekonomik krizle ilgili görüşlerini belirtmesini sağlamıştır. Haber içeriğinde birçok vatandaşın yorumu ve farklı sitelerden paylaşımları yer almıştır. Yapılan bu haberle yurttaş gazeteciliği halkın sesi olmasının yanında aynı krizi yaşayan birçok vatandaşın görüşüne yer vererek demokratik bir platform oluşmasını sağlamıştır. Bunun yanında *Kimi Koruyorsunuz? Rabia Naz'ın Öldüğü Gün Bütün Haber Siteleri Olayı Trafik Kazası Olarak Paylaşmış, Belediye Başkanı Kaza Demiş!* ve *Acınız Acımızdır! İdlib'de Kaybettiğimiz Şehitlerimizin Yakınlarından Yüreklere Paramparça Eden Görüntü ve Paylaşımlar* başlıklı haberlerde de direk haberi içeriğinde halkın sesini bizzat duyurmasına imkân vermiştir.

Yurttaş gazetecilerin temel görevlerinden birisi doğruları ve gerçekleri yansıtmaktır. Bu doğru ve gerçekleri yansıtırken yurttaş gazetecilerin insani değerleri ön planda tutan habercilik anlayışını benimsemesi, bölgesel, etnik, dinsel, cinsel tüm ayrımcılıkların önüne geçmesi gerekmektedir. Yapmış oldukları haberlerle de ötekileştirme ve ayrımcılığa dayalı

anlayışa karşı çıkmalıdır. Onedio web sitesinde yurttaş gazeteciler tarafından girilen *Bilmemek Değil, Öğrenmemek Ayıp: Eşcinsellik Nedir? Ne Demek? Hastalık mıdır?* başlıklı haber cinsel ayrımcılık ve ötekileştirme konusunda toplumu bilgilendirme amacı taşımaktadır. Geleneksel basında pek yer alamayacak bu sıra dışı haber Onedio web sitesinde 558 bin kişinin okuduğu büyük bir kitleye ulaşmaktadır. 12 bin kişinin paylaştığı bu haber toplumda yanlış bilinen doğruları ifade etmeyi amaçlamaktadır. Benzer şekilde oyuncu Meryem Uzerliye karşı yapılmış nefret söylemini eleştiren *Kantarın Topuzu İyice Kaçtı! Meryem Uzerli'ye 'Türk Kaşarı' Diyerek Adeta Nefret Saçan Yeni Akit'e Tepkiler Çığ Gibi Büyüyor* başlıklı haber ve dini ayrımcılığın ve ötekileştirmenin eleştirildiği *Başörtüsü Takmadıkları İçin 3 Genç Kadın, Karı-Kocanın Tacizine Uğradı: 'O Kadar Şehidimiz Öldü Siz Böyle Giyinesiniz Diye mi?'* haberi de yurttaş gazeteciliğinin temel niteliklerine uygun olarak oluşturulmuştur.

Yurttaş gazeteciliğinin yeni medya üzerinde bir diğer görevi ise medya ortamlarını halkın sorunlarının tartışılabildiği kamusal alanlara dönüştürmektir. Yeni medyanın teknik yapısı ve özgürlük ortamı buna imkân tanımaktadır. Suriyeli mültecilere yönelik yapılan nefret söylemini eleştiren, *Demet Akalın, Sınır Kapılarına Giden Mülteciler Hakkında Yaptığı Sert Çıkışla Tepkilerin Hedefi Oldu* başlıklı haber bunun bir örneğini yansıtmaktadır. Onedio üyesi tarafından girilen haber içeriğinde ve yorum kısmında farklı görüşlere sahip birçok kişi gündemdeki önemli bir mesele ile ilgili şahsi görüşlerini belirtmiştir. Bu da farklı fikirlerin özgürce tartışılabildiği bir kamusal alanın oluşmasını sağlamıştır.

Özet olarak Onedio web sitesinde yurttaş gazeteciler tarafından girilmiş olan haberler içinden on beş haber seçilmiş ve bu haberlerin yurttaş gazeteciliğinin özelliklerini ne kadar taşıdıkları analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışma Onedio üyesi olarak tanımlanmış yurttaş gazetecilerin girdiği haberler üzerinden ilerlemiş bu haberler arasında etkileşimi yüksek ve hipermetin özelliği taşıyan haberler olmasına özen gösterilmiştir. Etkileşim ve hipermetin kavramları yeni medyayı geleneksel medyadan ayırt eden en önemli özelliklerdir. Buna rağmen sadece bu kavramlara dayanarak seçilen haberlerin yurttaş gazeteciliğini tam olarak yansıttığı söylenemez. Bu noktada haberlerin içeriğinin yurttaş gazeteciliğinin temel niteliklerini taşıyıp taşımadıklarına bakılmıştır. Cangöz'ün (2008) ifade ettiği yurttaş gazeteciliğinin temel nitelikleri dikkate alınarak haberler incelenmiştir. Yurttaş gazetecilerin girmiş olduğu on beş haberin tümü temel niteliklerin biri veya birkaçı ile doğrudan ilişkilidir. Bu noktada Onedio web sitesinde yurttaş gazeteciler tarafından

üretilen haberlerde etkileşim, hipermetinsel özellikler ve yurttaş gazeteciliğinin temel ilkeleri gibi konuların dikkate alındığını söylemek mümkündür.

2.4. ÜYE GÖRÜŞMELERİ

Bu kısımda yurttaş gazeteciliği ile ilgili Onedio haber sitesinde görev yapmakta olan beş Onedio üyesi ile yapılmış görüşmelere yer verilmiştir. Onedio içerik yetkililerinin desteği ile on üyeye görüşme soruları yollanmış ancak bu üyelere sadece beşinden sağlıklı geri dönüş alınabilmiştir. Dolayısıyla araştırmanın bu kısmı sadece bu beş üyenin verdiği cevaplar üzerinden sürdürülecektir. Görüşmelerin e-posta yoluyla yapılmasının nedeni haber girişi yapan üyelerin hepsinin farklı şehirlerde bulunması ve farklı işlerle uğraşmasıdır. Bunun yanında üyelerin kimliklerinin belli olmaması, takma bir adla içerik girişi yapmaları görüşmelerin e-posta yoluyla gerçekleştirilmesi seçeneğini ortaya çıkarmıştır. Araştırmada bilgiler üyelerin gerçek isimleri yerine site üzerinde kullandıkları kullanıcı adları üzerinden değerlendirilecektir. Üyelerin seçimi konusunda site yetkililerinden destek alınmıştır. Çünkü Onedio üyesi olarak ifade edilen bazı üyeler zamanla Onedio editörlüğüne geçebilmekte ve sitedeki görev tanımları değişebilmektedir. Araştırmanın merkezinde yurttaş gazeteci olarak ifade edilen Onedio üyeleri yer aldığından herhangi bir hata yapılmaması adına üyeler yetkililerce teyit edilmiştir.

TAKMA ADI	YAŞ	CİNSİYET	EĞİTİM	ŞEHİR	MESLEK
gorkemkızıldag	35	Erkek	Doktora	Ankara	Öğretmen
ranasen	23	Kadın	Lisans	İstanbul	Editör
denizgok	31	Erkek	Lisans	Gaziantep	Tasarımcı
Efelerinefesi	28	Erkek	Yüksek Lisans	İstanbul	Kamu Personeli
gencnesil	29	Erkek	Lisans	Ankara	Yazılımcı

Tablo 1. Görüşme yapılan Onedio üyeleri

Onedio haber sitesi üzerinde haber girişi yapmakta olan üyeler öğretmen, editör, tasarımcı, kamu personeli ve yazılımcı olarak profesyonel meslek hayatlarını sürdürmekte ve hiçbir gazeteciliği profesyonel bir meslek olarak yapmamaktadır. Ancak *ranasen*, *denizgok*, *gencnesil* gibi kullanıcıların yapmış oldukları meslekler medya ile bağlantılı olduğundan

siteye haber girişinde diğer üyelere göre daha hızlı haber girebilmelerine imkân sağlayabilmektedir.

Araştırmada ilk olarak yurttaş gazeteciliği yapan üyelere internet üzerinde geçirilen zaman sorulmuştur. Türkiye internet kullanım istatistiklerine ⁹⁸ bakıldığında internet kullanıcıları günde ortalama olarak 7,5 saat İnternette vakit geçirmektedir. Görüşme yapılan üyelere *gorkemkızıldag* 1-2 saat, *ranasen* 2-3 saat, *denizgok* en az 6 saat, *efelerinefesi* 7-8 saat, *gencnesil* ise 4-6 saat internette zaman geçirdiğini belirtmiştir. Bu üyelerin yurttaş haberciliği de yaptığı göz önünde bulundurulduğunda birçoğunun ortalamaya yakın bir kullanım pratiği olduğunu söylenebilir. Üyelerin internet kullanım sürelerine araştırmada yer verilmesi bu üyelerin gündelik yaşam pratikleri içinde internetin kullanımının ne kadar yer aldığını gösterebilmek adına önem arz etmektedir.

Yurttaş gazeteciliğinde haber oluştururken mevcut platformun dilinin, ideolojisinin, kurallarının ve sisteminin bilinmesi üyeler adına önemli ve gereklidir. Bundan dolayı görüşmelerde haber girişi yapan üyelere ‘Ne kadar zamandır Onedio’yu takip ediyorsunuz?’ sorusu sorulmuştur. Üyelerden *gorkemkızıldag* 2017’den beri, *ranasen* 2016’dan beri, *denizgok* 2015’ten beri, *efelerinefesi* 2015’ten beri, *gencnesil* ise 2012’den beri takip ettiğini belirtmiştir. Bundan dolayı haber girişi yapan üyelerin tümünün sitenin haber dilini bildiği, kategorilere hâkim olduğu ve sistemi hakkında bilgi sahibi olduğu görülmüştür.

Haber girişi yapan üyelere ‘Gazeteciliğe/haberciliğe ilgi duyuyor musunuz’ şeklinde bir soru sorulmuştur. Üyelerden *gorkemkızıldag* ‘Evet, var’ derken *Ranasen* adlı üye yapmış olduğu haber girişlerine tezat olarak ‘Hayır, ilgim yok’ şeklinde cevap vermiştir. Aynı soruya *denizgok* adlı üye haberciliğe ilgisinin olduğunu belirtmiştir.

Habere ve haberciliğe karşı ilgim hep olmuştur. Türkiye ve dünya gündemini elimden geldiğince takip etmeye çalışıyorum.’ [Görüşme Tarihi: 23/07/2020]

Efelerinefesi adlı üye ise haberciliğe ilgisinin hep olduğunu belirtmiş, yurttaş gazetecilerin istedikleri haberleri oluşturabilmelerinin önemine dikkat çekmiştir. Bunun yanında okuyucu ve gazeteci olmak arasındaki ayrımı da değinmiştir.

Gazeteciliğe ve haberciliğe ilgim Onedio ile tanışana kadar okuyucu düzeyinde vardı. Şimdi ise istediğim haberi Onedio için kendim oluşturabiliyorum. [Görüşme Tarihi: 19/07/2020]

⁹⁸<https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>

Gencnesil adlı üye yapmış olduğu haberler ve asıl mesleği arasında bir bağ kurmuş ve bunun sonucunda gazeteciliğe ve haber içeriği oluşturmaya ilgisi olduğunu ifade etmiştir.

Müşterilerimizin içerik takibi ve PR çalışmaları adına ilgim var. [Görüşme Tarihi: 20/07/2020]

Yurttaş gazeteciler bilgi üretimi ve paylaşımını profesyonel medyanın tekeline çıkarmakla birlikte, özellikle haber niteliği taşıyabilecek şekilde içerik ürettiklerinde profesyonel gazeteciliğin sahasına da müdahil olabilmekte ve profesyonel gazetecilere benzer bir işlev yüklenmektedirler (Çevikel, 2011). Bu kapsamda araştırmada meslekleri başka olan yurttaş gazetecilere ‘Profesyonel anlamda gazetecilik yapmak ister miydiniz?’ sorusu sorulmuştur. Üyelerden *ranasen* yapmış olduğu yurttaş gazeteciliğin tersine profesyonel gazetecilik yapmak istemeyeceğini belirtmiştir [Görüşme Tarihi: 27/07/2020]. Gorkemkızıldag adlı üye geçmişte gazetecilik ile ilgili tecrübelerini ifade etmesine rağmen çizmiş olduğu kariyer doğrultusunda artık profesyonel gazetecilik yapmayacağını belirtmiştir;

Şu an profesyonel anlamda bu işi yapmıyorum ama geçmişte bir süre yerel bir gazetede çalışmışım. Hayatımın en heyecanlı günleri diyebilirim. Ancak tekrar yapar mıyım, sanmıyorum; artık öğretmenim [Görüşme Tarihi: 25/07/2020].

Denizgok adlı üye Onedio da yapmış olduğu haber girişini doğrular şekilde profesyonel olarak gazetecilik yapmak isteyeceğini belirtmiştir.

Profesyonel olarak gazetecilik yapmıyorum ancak yapmak isterim [Görüşme Tarihi: 23/07/2020].

Efelerinefesi adlı üye de seçmiş olduğu meslek farklı olması nedeniyle gazetecilik yapamadığını ancak tekrar seçim şansı olsa profesyonel gazeteci olabileceğini belirtmiştir.

Profesyonel olarak gazetecilik yapmıyorum, zaten kamu personeliyim. Ama farklı koşullarda tekrar bir meslek seçecek olsam gazeteci olmak isterdim [Görüşme Tarihi: 19/07/2020].

Gencnesil adlı üye de *Ranasen* adlı üyeye benzer şekilde; ‘*Profesyonel olarak yapmıyorum. Yapmak İstemiyorum.*’ cevabını vermiştir [Görüşme Tarihi: 20/07/2020]. Cevaplara göre yurttaş gazetecilerin bir kısmı bu işi profesyonel olarak yapmak istemekte bir kısmı ise yaptığı bu işi sadece hobi olarak devam ettirmeyi ve profesyonel olarak gazetecilik yapmayı düşünmemektedir.

Üyelere herhangi bir mecrada haber veya içerik yazıp yazmadıkları sorulduğunda Gorkemkızıldag, *ranasen* ve *denizgok* adlı üyeler sadece Onedio için yazdıkları belirtmişlerdir. Efelerinefesi adlı üye ise sosyal medya mecraları ile bir haber sitesine içerik girmek arasındaki farkı ifade etmiştir.

Farklı forum siteleri var. Ancak derli toplu yazılar değil. Birde Twitter gibi sosyal medya mecralarında arada sırada paylaşım yapıyorum. Ama oralar daha kısa yazılar paylaşabileceğimiz yerler. En çok okuduğum ve paylaşım yaptığım yer Onedio...[Görüşme Tarihi: 19/07/2020]

Gencnesil adlı üye ise Ekşi Sözlük, kişisel bloğu ve Onedio sitelerinde yazılar yazdığını belirtmiştir [Görüşme Tarihi: 20/07/2020].

Üyelerin haber yapma amaçlarını belirleyebilmek için ‘Sizi haber üretmeye teşvik eden şey nedir’ sorusu sorulmuştur. Üyelerden Ranasen haber sitesine içerik girmiş olmasına rağmen ürettiği şeylerin haberden çok içerik olarak değerlendirilebileceği düşündüğünü belirtmiştir. [Görüşme Tarihi: 27/07/2020]

Gorkemkızıldag adlı üye yapmış olduğu haberlerle insanları eleştirel düşünmeye teşvik etme çabası taşımaktadır.

İnsanlardaki genel olarak ön yargılara dayalı oluşmuş ve hatta kalıplaşmış düşünceleri yerinden oynatmak ve onları eleştirel düşünceye sevk etmek. [Görüşme Tarihi: 25/07/2020]

Denizgok adlı üye haber girişi bakımından site üzerinde en yoğun çalışan üyelere biridir. Üye haber yazma konusunda kendisini teşvik eden en önemli şeyin, haber üretimi konusunda ana akım medya tekelden duyduğu rahatsızlık olduğunu belirtmiştir.

Beni haber yapmaya iten nedenlerin başında ana akım medyadan duyduğum memnuniyetsizlik geliyor. Ana akımda çok seslilik her geçen gün azalıyor ve bazı kesimler seslerini duyuramıyor. Bu da beni rahatsız ediyor. İkinci neden ise haber verme işinin artık büyük medya gruplarının tekelden çıkarak vatandaşların da dâhil olduğu bir zemine kaymasından ileri geliyor. Daha özgür ve çok sesli olduğunu düşündüğüm bu yeni ortamın bir parçası olmak beni memnun ediyor [Görüşme Tarihi: 23/07/2020].

Efelerinefesi adlı üyenin soruya vermiş olduğu cevap yazınsal anlamda yetenekli olmanın gazetecilik üzerindeki etkisini göstermekte ve içerik üretmenin ve bunları yayınlamanın gündemi takip etme konusunda sağladığı yararı göstermektedir.

Aslında habercilik anlamında başlamadım. Sadece aklıma benimde yazınsal bir şeyler üretebileceğim fikri geldi ve birkaç derleme haber yaptım. Yayına alındıktan ve okunduktan sonra keyif vermeye başladı. Ondan sonra daha ciddi haberleri daha özenerek girmeye başladım. Bu iş sizin gündemi takip etmenizi ve okunacak haberler girmenizi sağlıyor [Görüşme Tarihi: 19/07/2020].

Gencnesil adlı üye de efelerinefesi adlı üyeye benzer şekilde yayınlanan haberlerin kendilerini motive ettiğini ve güncel konuları takip etme konusunda teşvik ettiğini belirtmiştir.

Alanımla alakalı güncel haberler ve içerikler girmek. Kendimi güncel tutmak, bilgilerimden insanların faydalanmasını sağlamak. [Görüşme Tarihi: 20/07/2020]

Üyelerin cevaplarına bakıldığında; vatandaşları haber yapmaya iten, teşvik eden muhakkak bir rahatsızlıkları veya ihtiyaçları bulunmaktadır.

Yapılan görüşmelerde üyelere girilen haberlerde editör düzeltmelerinin bulunup bulunmadığı sorulmuştur. Üyelerden *Ranasen*, editöryal bir kontrol düzenleme mekanizmasının olduğunu bunun oranının toplam düzeltmelere göre yaklaşık yüzde 40 civarında olduğunu belirtmiştir [Görüşme Tarihi: 27/07/2020].

Görkemkızıldag adlı üye sitenin editöryal kontrol ve düzenleme mekanizmasını onaylarken bu düzenlemede sitenin kendine özgü bir tarzın olduğuna dikkat çekmiştir.

Onedio'nun kendine özgü bir tarzı var ve buna uymak gerekiyor tabii ki. Bu bağlamda yazılan her habere yayımlanmadan önce bazı basit düzenlemeler istenebiliyor. Yayımlandıktan sonra ise yazarın gözünden kaçmış olabilecek eksik ya da yanlış bir düşüncenin düzeltilmesi gerekebiliyor [Görüşme Tarihi: 25/07/2020].

Denizgök adlı üye haberlerin kontrol sürecinin yayınlanmadan önce olduğunu belirtirken bu müdahalelerin sıklığına ilişkin bilgiler vermiştir.

Haberler yayınlanmadan önce editör gözetiminden geçiriliyor, mevcutsa hatalar düzeltiliyor. Ancak bu müdahalelerin oldukça seyrek gerçekleştiğini belirtebilirim⁹⁹ [Görüşme Tarihi: 23/07/2020].

Efelerinefesi adlı üye editöryal anlamda geri bildirimlerin olduğunu ifade ederken diğer üyelerin cevaplarından farklı olarak kopya içerik ve sahte haber konusuna dikkat çekmiştir.

Haberlerde çok büyük bir sıkıntı yoksa yayına alıyorlar. Ancak bir düzeltme gerekiyorsa da geri bildirim gönderiyorlar. Haberle ilgili kopya içerik ve sahte bir bilgi gibi bir durum söz konusu ise yayına alınmaz alınsa bile sonradan kaldırılır [Görüşme Tarihi: 19/07/2020].

Efelerinefesi adlı üyenin dikkat çekmiş olduğu site kurucusu Türkü Oktay'ın da önemle üzerinde durduğu sahte içerik konusunda sitenin hassas olduğunu göstermektedir. Gencnesil adlı üye ise diğer tecrübeli yurttaş gazeteciler gibi kurallara uygun haber girişi yapıldığı takdirde düzeltmelerin nadir olduğunu belirtmiştir.

Genel olarak editöryal kuralları bildiğimiz için çok nadir düzenleme talebi gelmektedir [Görüşme Tarihi: 20/07/2020].

Bu soruya verilen cevaplara bakıldığında yurttaş gazetecilerin sitenin genel kurallarını bildiği ve bu kurallara uygun olarak haberlerini hazırladığını göstermektedir. Burada ortaya çıkan bir başka nokta eski üyelerin yeni üyelerden daha az düzeltme aldığıdır. Bu da bu kişilerin sitenin haber kurallarını daha iyi bildiklerini göstermektedir. Bunun yanında

⁹⁹ Denizgök adlı üyenin sayı olarak fazla haber girmesi ve sitenin haber dili ve yazım kuralları konusunda tecrübe kazanması da bu konuda etkili bir durumdur

üyelerin girmiş olduğu haberlere bakıldığında üyelerin genel habercilik kurallarını bildikleri görülmüştür. Haberlerin çoğu haberin 5N 1K olarak adlandırılan¹⁰⁰ "ne? ne zaman? nerede? nasıl? neden? kim?" sorularını cevaplamaktadır. Bunun yanında habere ait görseller ve içerikler haber içinde paylaşılmıştır. Ayrıca siteye onay için gönderilen haberler editörler tarafından da kontrol edilerek haber formatına uygun hale getirilmektedir. Haber kavramının içeriği ve niteliği tartışılarda sitenin doğru haber girişini gerçekleştirebilmek için bir panel ve yardım sistemi olduğu üyelerce de teyit edilmiştir. Böylece amatör olarak haber girişine başlayan kullanıcılar zamanla profesyonel haberciliğin temelini oluşturan haber kurallarını öğrenmektedir.

Görüşme yapılan üyelere 'Sitede yayınlanan haberleriniz karşılığında bir ücret alıyor musunuz veya maddi bir beklentiniz var mı?' sorusu yöneltmiştir. Profesyonel gazetecilikle yurttaş gazeteciliğin ayrıldığı en keskin nokta yurttaş gazetecilerin bu işi profesyonel meslek olarak yapmadıklarıdır. Bir işin profesyonel meslek olarak yapılmasında belirleyici unsur ücret konusundan yurttaş gazetecilerin ücret alıp almadıklarının bilinmesi araştırma için önem arz etmektedir. Görüşme yapılan üyelerin tümü siteden herhangi bir kazanç sağlamadıklarını ve yapılan haberler karşılığında maddi bir beklentilerinin olmadığını ifade etmiştir.

Yapılan yurttaş gazeteciliği karşısında maddi bir beklentileri bulunmayan üyelere 'yayınlanan haberlerin sizde yarattığı duygu nedir' sorusu yöneltmiştir. Üyelerden Ranasen geri bildirim yapan okuyucular zaman zaman zaman yıkıcı eleştiriler yapsada bu eleştirilerin kendileri için keyif verici olduğunu belirtmiştir.

Yıkıcı eleştiriler yapan (ki çoğu gereksiz oluyor) beni demotive ediyordu ilk başta. Ama artık onlardan da keyif alıyorum. Bir kere biri bana avam demişti, hala dalga geçiyoruz. Selam, ben avam! [Görüşme Tarihi: 27/07/2020].

Görkemkızıldag adlı üye hedef kitleye ulaşmanın ve onların düşünsel dünyasında farklılık yaratabilme ihtimalinin onlar için keyif verici olduğunu ifade etmiştir.

Birilerine ulaşmak ve onların düşün dünyasında ihtimal bazı değişikliklere yol açabileceğini öngörmek, lezzetli bir şey [Görüşme Tarihi: 25/07/2020].

Denizgök adlı üye yapılan yurttaş gazeteciliğin temel noktasına değinerek insanlara ulaşmanın ve haberlerinin okunmasının kendisini mutlu ettiğini belirtmiştir.

¹⁰⁰ 5N1K: Gazetecilik terimi, haberin öğelerini oluşturan "ne? ne zaman? nerede? nasıl? neden? kim?" sorularını içerir. Günümüzde iletişim fakültelerinde ve bazı habercilik kitaplarında kaynağı belirten "nereden" unsuru da eklenerek 6N 1K olarak kullanılmaktadır.

Haberlerin okunması, yorumlanması tabii ki beni mutlu ediyor. İnsanlara ulaşabildiğimi ve doğru bir iş yaptığımı hissediyorum [Görüşme Tarihi: 23/07/2020].

Efelerinefesi adlı üye bu soruya en detaylı cevabı veren üye olmuştur. Efelerinefesi, işin maddi tarafını bir yana bıraktığını sadece Onedio da yer alan büyük kitleye ulaşmanın ve haberlerinin bu kitle tarafından okunmasının önemine değinmiştir. Ayrıca Onedio'daki etkileşim rakamlarını örnek vererek yapılan işin kendileri için önemini belirtmiştir.

Üyeler olarak bizler bu işten maddi beklenti içinde değiliz. Sadece ilgili olduğumuz alanlarda yaptığımız haberlerin yayına alınması ve okunması bize keyif veriyor. Çünkü bu işin maddi olarak bir karşılığı yok. Çok iyi haberler yazıp görüntüler çekebilirsiniz. Ama bunu yayınlayacak bir mecranız olmadıktan sonra üretilen o metnin hiçbir anlamı yok. Oysa burada yayınladığımız haber 50 bin 100 bin hatta 1 milyon kişiye kadar okunabiliyor. Üyelerden arkadaşlarımız var. Adamın yaşadığı şehrin nüfusu 200 bin kişi. Burada yayınlanan haberi 800 bin kişi okumuş...Yaşadığı şehrin nüfusunun 4 katı... Bu ister istemez gururunu okşuyor insanın yani [Görüşme Tarihi: 19/07/2020].

Gencnesil adlı üye ise vermiş olduğu cevapta geri bildirimlerdeki eleştirileri çok dikkate aldığını, bunlar önemseydiğini hatta bunlara bağlı olarak çoğu zaman haber içeriklerinde düzenlemeler yaptığını ifade etmiştir. Bu da yeni medyanın ve yeni medya içeriklerinin düzenlenebilir ve zamansız olma özelliğini bir kez daha göstermektedir.

Paylaştığım bir bilgi veya reklam içerikli haberlerin kullanıcılar tarafından okunmasının önemi benim adıma haber içeriğine verilen tepkiler ile alakalı bir durum...Çok okunan bir haberde eleştiri seviyesi yüksek dönüşler aldığımızda içerik kontrolü yaparak eleştiri gelen noktaları kontrol ederek bir sonraki haber için gerekli düzenlemeleri planlıyorum. İçerik takibi ve okuyucu feedback tepkileri benim için önemli bir kıstas [Görüşme Tarihi: 20/07/2020].

Cevaplardan görüldüğü üzere yurttaş gazetecilik yapan üyeler maddi beklentiden çok oluşturulan haber içeriklerin görülmesini ve insanların bu haberlerle olumlu veya olumsuz etkileşime geçmesini istemektedir. Onedio'nun sahip olduğu okuyucu kitlesinin büyüklüğünden üyelerin bir görünürlük çabası içinde olduğu anlaşılmaktadır.

Yeni medya haberciliğinde en önemli noktalardan birisi etkileşim ve buna bağlı olarak oluşan kolay ve hızlı geri bildirim imkânıdır. Dolayısıyla okuyucuların haberler için yaptığı geri bildirimler önem arz etmektedir. Bu durum ile ilgili olarak yurttaş gazetecilere '*Yayınlanmış olduğunuz haberlerden sonra almış olduğunuz ciddi bir geri bildirim var mıdır?*' sorusu yöneltilmiştir. Üyelerden Ranasen; '*Ciddi bir geri bildirim olmadı*' şeklinde cevap vermiştir [Görüşme Tarihi: 27/07/2020].

Gorkemkızıldag sitede okuyuculardan gelen geri bildirim ile ilgili durumu şöyle açıklamıştır; '*Şu güne kadar çok ciddi bir geri bildirim almadım; ancak yazıların altındaki*

yorumlara dikkat etmeye çalışıyorum, gözümde bir şey kaçması ihtimaline karşı.’
[Görüşme Tarihi: 25/07/2020].

Bu da üyelerin okuyucu yorumlarını da düzenli olarak kontrol ettiklerini göstermektedir.

Denizgok, ‘Yayınlanan haberlerle ilgili aldığım geri bildirimler genel olarak onları sunduğum okuyuculardan geliyor. Okuyucular haberle ilgili katıldıkları ya da katılmadıkları hususları, eksikliğini gördükleri konuları iletiyorlar. Onun dışında bir geri bildirim almış değilim.’ demiştir [Görüşme Tarihi: 23/07/2020]. Okuyucuların katılmadıkları hususları veya eksik gördükleri konuları üyelere iletmesi onlarla iletişim kurma çabalarını ve bu iletişimde birey olarak var olduklarını gösterme çabasını ifade etmektedir.

Efelerinefesi adlı üye geri bildirimler konusunda politik haberler üzerinden bir cevap vermiştir. Bu, üyenin daha çok politik haberlere yer verdiğini göstermektedir. Yorum veya mesaj olarak geri bildirim sağlaması ve kendi politik görüşünü belirtmesi de yurttaş gazeteciliğin sağlamış olduğu demokratik ortamı göstermektedir.

Habere tepki olarak herhangi bir dönüş olmadı. Ama siyasi politik bir şey yazarsanız yorum kısmında size küfür edenler filan olabiliyor. Herkes aynı şeyi düşünmek zorunda değil sonuçta [Görüşme Tarihi: 19/07/2020].

Gencnesil vermiş olduğu cevaplarda okuyucu yorumlarına en çok dikkat eden üye olarak görünmektedir. Gencnesil yapmış olduğu haberlerden dolayı ciddi oranda eleştiri aldığını belirtmiş, bunun ise haberlerinin altında bir tartışma alanı yarattığını ve bunun kendisi için bir anlamda kılavuz olduğunu ifade etmiştir

Daha önce de değindiğim gibi okuyucu feedbackleri üzerine haber yapmayı seviyorum. Yayınladığım içeriklerin faydalı veya faydasız olması algısı beni bir sonraki haberimde nasıl bir dil veya içeriğe yönlenmem gerektiği konusunda faydalı oluyor. Okuyucuların haber eleştirileri, haberin altındaki yorumlarda birbirlerini eleştirmeleri, haberi sosyal medyada paylaşarak üstüne kendi yorumlarını eklemelerini devamlı takip ediyor ve bu yönde içerikler oluşturmaya çalışıyorum. Tam net cevabı vermek istersek eğer evet ciddi yorum ve dönüş alıyorum [Görüşme Tarihi: 20/07/2020].

Araştırma sorularına verilen cevaplardan yurttaş gazeteci olarak ifade edilen Onedio üyeleri zaman zaman Onedio okuyucularından geri bildirimler almakta ve bu geri bildirimleri önemsemektedirler. Burada yeni medyanın özellikleri olan etkileşim, sanallık, ve yayılma nitelikleri de tekrar gözlemlenme imkanı bulmaktadır.

Yurttaş gazeteciliğinin kamunun daha özgün, objektif ve hızlı haber alması açısından bir çözüm yolu olduğu kabul edilmektedir. Bu nedenle yurttaş gazetecilik yapan üyelere *‘Türkiye’de objektif gazetecilik yapıldığını düşünüyor musunuz? Yaptığınız haber*

yayınlamanın buna destek sağlayacağını düşünüyor musunuz? sorusu sorulmuştur. Üyelerden ranasen konuyla ilgili fikir belirtmek istemezken, gorkemkızıldag adlı üye Türkiye’de objektif gazetecilik yapıldığını düşünmediğini, kendisinin ‘asıl’ olanı iletmeye çalıştığını, bunu yaparken de sitenin tarzından dolayı zaman zaman yorum kattığını belirtmiştir.

İnsanın dâhil olduğu herhangi bir alanda objektiflik çok da makul görünmese de Türkiye’de gazeteciliği elinden geldiğince bu şekilde yapmaya çalışan insanlar vardı gerçekten. Şimdi ise onların anılarını yaşatmaya çalışan belki bir avuç insan var ve git gide azalıyorlar. Bir yazı ya da haber yazarken çok fazla kaynak araştırıyorum, birkaç yerden teyit etmeye çalışıyorum, böylece karşı tarafa elimden geldiğince “asıl”ı iletmişim düşünüyorum. Ancak burası biraz da eğlence sitesi, bu yüzden haberin kaldırdığı kadar da yorumlarımı işe dâhil ediyorum [Görüşme Tarihi: 25/07/2020].

Denizgok adlı üye objektiflik eleştirisini ana akım medya üzerinden yanıtlamıştır. Türkiye’de tarafsız habercilik yapıldığını düşünmeyen üye yeni nesil platformların sağladığı özgürlük ortamına ve yurttaş gazeteciliğin buradaki zorlayıcı gücüne de dikkat çekmiştir.

Ana akım medya özelinde konuşacak olursam Türkiye’de tarafsız habercilik yapıldığını düşünmüyorum. Büyük medya gruplarının ekonomik ve siyasi çıkarları önceleyen anlayışı terk etmedikleri sürece de tarafsız habercilikten söz edebileceğimizi sanmıyorum. O nedenle Onedio gibi platformları ve burada yapılan işi önemsiyorum. Şahsi fikrim yeni nesil platformların yarattığı özgürlük ortamı, bu platformlarda öne çıkan vatandaş gazeteciliği modeli, ana akım medyayı da bazı değişiklikler yapma konusunda zorlayacaktır [Görüşme Tarihi: 23/07/2020].

Efelerinefesi adlı üye ise objektif gazeteciliğin sadece Türkiye’de değil uluslararası alanda da mümkün olamayacağını ifade etmiştir. Efelerinefesi adlı üye de Denizgök adlı üye gibi Onedio da yapılan yurttaş gazeteciliği ve dijital medya mecralarının sağlamış olduğu özgürlük ortamını önemseydiğini belirtmiştir.

Türkiye’de kesinlikle objektif gazetecilik yapıldığını düşünmüyorum. Medyanın bağımsız olacağını da hiçbir zaman düşünmedim. Bu, Türkiye’de de dünyada da böyle kanımca. Ancak sosyal medya ve dijital platformların hayatımıza girişiyle birlikte bireysel olarak insanlar daha çok fikirlerini açıklama imkânı bulmaya başladılar. Onedio gibi platformlarda bunlara destek oldu ve zemin hazırladı. Bizler özgür gazeteciler değiliz tabii ki... Belki gazeteci bile sayılmayız. Ama en azından gördüğümüz duyduğumuz bir sorunu, olayı herhangi bir müdahale olmadan yayınlatabiliyoruz [Görüşme Tarihi: 19/07/2020].

Gencnesil adlı üye de diğer üyeler gibi Türkiye’de objektif gazeteciliğin yapılmadığını, üyelerin yapmış olduğu haberlerin ise objektifliği sağlama yönünde bir çaba olduğunu belirtmiştir.

Kesinlikle objektif haber yapıldığını düşünmüyorum. 1 ve 3 diye tamamen keskin çizgi ile ayrılan bir gazetecilik anlayışı var aradaki objektif olması gereken 2 numarayı Türkiye’de kimse karşılamıyor. Biz ise yapmış olduğumuz haberlerle 2 numaraya yaklaştırmaya çalışıyoruz sadece [Görüşme Tarihi: 20/07/2020].

Yurttaş gazetecilerin verdiği cevaplar değerlendirildiğinde üyeler Türkiye’de objektif bir gazetecilik yapıldığını düşünmemektedirler. Bununla birlikte gerek merak gerekse yarı amatör olarak uğraştıkları yurttaş gazeteciliği faaliyetinin -kısmen de olsa- objektif haberciliğe katkı sağlayacağına inanmaktadırlar. Üyelerden *denizgok*’ün de belirttiği gibi bu çeşit yeni nesil medya organları tümüyle objektif, demokratik bir basın ortamı yaratmasa da ana akım medyayı bir takım çözümler üretmeye zorlamaktadır.

2.5. ÜYE GÖRÜŞMELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yurttaş gazetecilik pratiğini Onedio sitesi üzerinde gerçekleştirmeye çalışan üyelerle görüşüldüğünde araştırmanın temel sorularına cevap olabilecek bazı bilgilere ulaşılabilmektedir. Görüşmelerin ilk kısmında üyelerin kişisel profilleri sorgulanmıştır. Özel bilgileri paylaşmanın isteğe bağlı olarak bırakıldığı üyeler 20-35 yaş aralığındadır. Bu veri teknolojiye ve yeni medya araçlarına gençlerin daha hâkim olduğu ve kullanma pratiklerinin daha fazla olduğunu göstermektedir.

Üyeler farklı mesleklere sahip ve İstanbul, Ankara ve Gaziantep gibi farklı şehirlerde yaşamaktadır. Farklı mesleklere sahip olmaları, yurttaş gazeteciliğin aslında profesyonel bir iş olmadığını göstermektedir. Profesyonellik kelimesinin anlam olarak karşılanabilmesi için kişinin yapmış olduğu işten bir gelir elde etmesi gerekir. Görüşme yapılan Onedio üyesi yurttaş gazeteciler hayatlarını idame ettirebilmek için başka işlerde çalışmakta, gazeteciliği ise yurttaş gazetecilik pratiği olarak sürdürmektedir. Üyelerin başka şehirlerde yaşayıp Onedio için haber üretmesi yeni medyanın özelliklerini bir kez daha hatırlatmaktadır. Üyelerin farklı yerlerden haber üretimi McLuhan’ın da (2001) “Küresel Köy” olarak ifade ettiği, iletişim teknolojileri sayesinde herkesin kısa sürede yer ve zaman sınırlaması olmadan herkese ve her yere ulaşabilmesinin mümkün olduğu bir ortamı işaret etmektedir.

Görüşme yapılan üyelerin eğitim durumuna bakıldığında lisans, yüksek lisans ve doktora seviyelerinde eğitilmiş oldukları görülmektedir. Gazetecilik her ne kadar sahada öğrenilen bir meslek olsa da yapılan haberlerin niteliği ve kalitesinde eğitim seviyesinin önemi bulunmaktadır. Onedio web sitesindeki üyelerin eğitim seviyeleri araştırma verilerinde bulunmasa da sitede haber üreten üyelerin hepsi en az lisans düzeyinde eğitim almıştır.

Bunun yanında haber üreten üyeler kendi uzmanlık alanları veya kendi seçmiş oldukları kategorilerde haber yaptıklarından bu durum haberlerin niteliğini artırmaktadır.

Üyelerin günlük internet kullanım pratiklerine bakıldığında bu süreler 2 saat ile 8 saat arasında farklılaşmaktadır. Ranasen ve Gorkem Kızıldağ adlı üyelerin cevapları ortalama 2 saatken diğer kullanıcılar 4 ila 8 saat arasında zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. Bu süreler üyelerin interneti ve yeni medya araçlarını yaşamlarının merkezinde tuttuklarını göstermektedir. Günün yaklaşık olarak üçte birini gerek sosyal medya mecralarında vakit geçirerek, gerek haber okuyarak gerekse haber içeriği hazırlayarak kullanmaktadırlar. Bu cevaplardan da anlaşıldığı üzere yeni medyada yeniden üretilen yurttaş gazeteciliği için internet ve yeni medya araçları önem arz etmektedir.

Üyelere sorulan ‘Gazeteciliğe/haberciliğe ilgi duyuyor musunuz’ sorusu karşısında Ranasen dışındaki tüm üyeler haberciliğe ilgilerinin olduğunu belirtmiştir. Ranasen isimli kullanıcı da ‘*hayır ilgim*’ yok cevabını verirken haber ve içerik üretme ayrımını ifade etmiştir. Görüşülen diğer tüm üyeler ise yapmış oldukları yurttaş gazeteciliğinin bir gereği olarak habere ve haberciliğe ilgi duymaktadırlar. Erol Mutlu (1998) gazetecilik için, “halk için ilginç olan, halkı ilgilendiren haberleri ve olayları toplama, yazma ve bildirmeyle ilgili olan bir meslek” ifadesini kullanmıştır (Mutlu’dan aktaran Yurdigül ve Yüksel, 2012). Mutlu’nun ifadesinde ki ‘ilginç olan’ konuları halka sunmak için insanları ilgilendiren olayları takip etmek ve onları haber haline getirebilmek gerekir. Sonuç olarak gerek geleneksel medya gerekse yeni medya haberciliği ilgi duymanın, merak etmenin sonucunda ortaya çıkan bir uğraştır.

Üyeler, “Profesyonel olarak gazetecilik yapıyor musunuz? Yapmak ister misiniz?” sorusuna farklı cevaplar vermişlerdir. Üyelerden bir kısmı bu mesleği şu an yapmak istemediğini belirtirken bir kısmı ise profesyonel anlamda gazetecilik yapmak istediğini belirtmiştir. Üyelerden profesyonel gazetecilik yapmak istemeyenler, gazetecilik pratiğini Onedio web sitesi üzerinde yurttaş gazeteci olarak gerçekleştirdiği için gazetecilik konusundaki doyumlarını bu site vasıtasıyla yaşamaktadır. Başka bir sitede bu yönde bir habercilik yapıp yapmadıklarını anlamak adına sorulan ‘Herhangi bir dijital mecra da yazı/haber yazıyor musunuz?’ sorusuna tüm üyeler haber anlamında sadece Onedio web sitesine haber girişi yaptıklarını belirtmiştir. Cevaplardan anlaşıldığı üzere üyeler haber girişi anlamında sadece Onedio web sitesini tercih etmekte ve bu mecra üyelerin

ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Üyeler daha kısa bilgi ve sosyal medya paylaşımı için ise Ekşi Sözlük ve Twitter gibi farklı mecraları tercih etmektedir.

Üyelerin haber yapma amaçlarını belirleyebilmek için ‘Sizi haber üretmeye teşvik eden şey nedir’ sorusu sorulmuştur. Ranasen adlı kullanıcı bu soruda yazmış olduğu metinleri içerik olarak değerlendirmiştir. Diğer kullanıcıların cevaplarına bakıldığında ise haber yapmaya iten sebeplerin başında bu bireylerin bir konudan rahatsızlıklarının veya bir amaçlarının olmasıdır. Yurttaş gazeteciliğinin amaçlarından biri de kişilerin rahatsız oldukları durumları, sessiz kaldıkları olayları alternatif medya sayesinde duyurabilmektir. Üyelerin kimisi ana akımdan duyduğu rahatsızlık karşısında haber üretmeye başlarken kimisi de sahip olduğu bilgiyi insanlarla paylaşma amacındadır.

Yurttaş gazeteciliğinin ayırt edici niteliklerinden birisi de amatör gazetecilere alternatif medya içinde seslerini duyurma imkanı sağlamasıdır. Amatörlükten profesyonelliğe geçişteki en önemli kriter ise gazetecilerin yapmış oldukları bu işte herhangi bir ücret almamaları, herhangi bir gelir sağlamamalarıdır. Üyelere bu bağlamda ‘Yayınlanan haberleriniz karşılığında herhangi bir maddi kazancınız var mı?’ sorusu sorulmuştur. Üyelerin tamamı bu işten herhangi bir maddi beklentisinin olmadığını ve kazanç sağlamadığını belirtmiştir.

Görüşmelerde üyelere haberler yayınlanmadan bir editör düzenlemesinin olup olmadığı sorulmuştur. Bu sorunun sorulmasının amacı yurttaş gazeteciliği merkezinde kurulan ve en çok ziyaretçi alan internet sitelerinden birisi olan Onedio’da editoryal bir kontrolün olup olmadığını teyit edilmesidir. Tüm üyeler Onedio web sitesinde haberlerin yayınlanmadan önce bir editoryal kontrolden geçtiğini belirtmiştir. Site kurucularından Türkü Oktay da yapılan görüşmede sitenin bir kontrol ve düzenleme mekanizmasının olduğunu belirtmiştir. Bu kontrol mekanizması üyelere sorulan soruyla da teyit edilmiştir.

Yurttaş gazeteciliğinin geleneksel ana akım medyaya karşı en güçlü olduğu konu objektif demokratik bir ortam yarattığı iddiasıdır. Bu bakımdan üyelere ‘Türkiye’de objektif gazetecilik yapıldığını düşünüyor musunuz? Yaptığımız haber yayınlanmasının buna destek sağlayacağını düşünüyor musunuz?’ sorusu sorulmuştur. Üyelerin neredeyse hepsi Türkiye’de objektif gazetecilik yapıldığını düşünmediğini, yapmış oldukları bu gazetecilik pratiğinin ise bu objektif ve demokratik ortama katkı sağlayacağını belirtmiştir. Üyelerin cevaplardan yurttaş gazeteciliğinin, toplumun daha özgün, objektif ve hızlı haber alması bakımından umut verici bir seçenek olduğu anlaşılmaktadır.

Görüşmelerin geneline bakıldığında Onedio web sitesinde yaratılan bu gazetecilik pratiği, yurttaşların kendi rahatsızlıklarını ve çevrelerinde olan olayları, kendi bilgi birikimleri ve dünya görüşleri doğrultusunda aktarmalarını sağlamaktadır. Bu iletişim sürecinde Onedio yurttaş gazetecilerin demokratik ve objektif gazetecilik yapabilmesi bakımından gerekli şartları sağlamış, üyeler de Onedio'nun bu çerçevede oluşturduğu kurumsal ve etik kuralları benimsemiştir. Bu habercilik pratiği sırasında üretici ve yayıncı iki tarafında herhangi bir ücret/telif beklentisine girmediği anlaşılmıştır. Bunun yanında üyeler profesyonel gazeteciler olmasalar da Onedio'nun yönlendirmeleri ile temel gazetecilik kurallarına hâkim olmuşlardır. Görüşmeler sonrasında Onedio web sitesinin yurttaş gazeteciliğinin temel niteliklerini taşıyan bir uygulama alanı olduğu fikrine ulaşılmıştır.

SONUÇ

Bu tezde yeni medyanın haber okuyucusunu edilgen konumdan etkin konuma geçiren bir demokratik ortam yarattığı ve yaratılan bu ortamla birlikte geleneksel medyada ortaya çıkmış olan yurttaş gazeteciliğinin yeni medyada yeniden üretimi gösterilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, yurttaş gazeteciliği temele alınarak kurulmuş olan Onedio web sitesi analiz edilmiş ve yurttaş gazeteciliğinin üretim pratikleri üzerinden tezin doğruluğunun gösterilmesi amaçlanmıştır. Tezde, yeni medya üzerinde yaratılan demokratik ortamın yurttaş gazeteciliği üzerinden vurgusu yapılmaya çalışılmıştır.

Yurttaş gazeteciliği gazetecilik alanının genişletilmesi ve asıl işi profesyonel gazetecilik olmayan sıradan vatandaşların haber üretmesi ve haberleşme sürecine dâhil olmasıdır (Arık, 2013:2) Yurttaş gazeteciliği yurttaşları haber üretiminde aktif hale getirmeyi amaçlayan bir uygulama şekli olarak ortaya çıkmıştır. Araştırmanın ilk bölümünde yurttaş gazeteciliğinin çeşitli tanımlamaları yapılmış, yurttaş gazeteciliğinin özellikleri ve nitelikleri belirtilmiştir. Bu doğrultuda dünyada ve Türkiye’de uygulamaya konulmuş yurttaş gazeteciliği örneklerine yer verilmiştir. Konunun örnekler üzerinden çeşitlendirilmesi bu gazetecilik türünün detaylarının anlaşılabilmesi ve farklı demokrasilerde nasıl uygulandığının anlaşılması amacıyla uygun görülmüştür. Yurttaş gazeteciliğinin dünyadaki örnekleri incelendiğinde ülkelerin sosyo-ekonomik yapılarına göre uygulamalar farklılık göstermektedir. Demokrasi ve özgür haber ortamının yaygın olduğu ülkelerde bu pratiğin uygulanabilirliği ve gelişmesi daha mümkün görünmektedir. Yurttaş gazeteciliği potansiyelinin dünyada arttığı dönemler incelendiğinde, bu dönemlerin; haber almanın, gazetecilik yapmanın zorlaştığı, genellikle kriz, afet, eylem ve çatışma durumları olduğunu görmek mümkündür.

Araştırmanın temel düşüncesini oluşturan hipotezler yapılan literatür taramasıyla, görüşmelerle ve haber analizleri ile doğrulanmaya çalışılmıştır. Çalışmada geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş sürecinde yurttaş gazeteciliğinde biçim ve işleyiş olarak bir değişim yaşandığı iddia edilmiştir. Çalışmanın birinci ve ikinci bölümünde de belirtildiği üzere geleneksel medyada ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği yeni medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte bir değişim yaşamıştır. Bu değişimin yaşanmasında en önemli etken teknolojinin gelişmesi ve iletişim sistemlerinin şekil değiştirmesidir. Geleneksel medyada habere ulaşım ve haber üretimi daha zorken yeni medyanın -özellikle internetin yaygınlaşmasıyla birlikte- yurttaş gazeteciliği uygulama pratikleri daha kolay ve fazladır.

Geleneksel medyada yurttaş gazeteciliği pratikleri daha kurallı ve çerçevesi çizilmiştir. Çünkü yurttaş gazeteciliği yapılabilecek mecra sayısı az ve biçimsel olarak çok daha katıdır. Ancak yeni medya da uygulanan yurttaş gazeteciliğinde özgürleşme fazla, dayatmalar daha azdır. Çevrimiçi araçlar, akıllı telefonlar, bilgisayarlar, tabletler kullanılarak daha az bir kısıtlama yoluyla istenilen haberler kitlelere rahatça ulaştırılabilmektedir. Yeni medyada yurttaş gazeteciliği üzerindeki biçimsel kontrol daha az, haber ulaştırılabilecek mecra sayısı fazladır.

Yeni medyanın gündelik hayatın merkezine yerleşmesiyle birlikte insanların gerçek dünya ile olan teması da azalmıştır. Sokaklarda oynayan çocuklar bilgisayar oyunlarına, kafelerde yapılan sohbetler mesajlaşma programlarına, geleneksel basının iletişim şekli ise yeni medya haberciliğine doğru evrilmiştir. Bunun bir yansıması olarak sokakta vakit geçiren, olayları gözlemleyen, hatta içinde yer alan gazeteciler yerini bilgisayar başında çalışan, haberi tekrar düzenleyen, kendi haberini üreten bireylere bırakmıştır. Bu değişim yurttaş gazeteciliğini de etkilemiş ve geleneksel gazetecilikteki yurttaş haberciliğinin kodları değişerek yeni medyada yeniden şekillenmiştir.

Bununla birlikte yeni medyada en önemli özelliklerden birisi etkileşimdir. Etkileşim geleneksel medyanın yeni medya teknolojilerine doğru evrilmesinde etkili olmuştur. Etkileşimi ortaya çıkaran en belirgin öge ise geri bildirimdir. Geleneksel medyada yurttaş haberlerinde geri bildirim olmadığını söylemek yanlış olur. Ancak geleneksel medyanın yapısı itibarıyla alıcıya ulaşması ve alıcıdan gelen geri bildirim arasındaki zaman yeni medyadakinden çok daha uzundur. Bu nedenle yeni medya araçları sayesinde yurttaşlar tarafından üretilen haberler alıcılara çok hızlı ulaşmakta, alıcılar tarafından çok daha hızlı geri bildirim alınabilmektedir. Bu da yeni medyada üretilen yurttaş haberlerinin akış hızını artırmakta, iletişim sürecine hız katmaktadır. Yapılan kurucu ve üye görüşmelerinde etkileşimin ve geri bildirim yurttaş gazeteciler ve yayıncı için önemi birçok kez ifade edilmiştir. Bunun yanında haberlere yapılan yorumlar, haber altlarına bırakılan emojiler ve yurttaş gazetecilere mesaj yollayabilme imkânı haberin ne kadar hızlı etkileşime geçebildiğini ve geri bildirim alabildiğini göstermektedir.

Geleneksel medyada yurttaş gazeteciliğinde üretebileceğiniz içeriğin türü sınırlıdır. Gazetecilik yaptığınız medya aracının türüne göre bu değişiklik gösterir. Televizyonda çalışan bir gazeteci sadece video ile, gazetede çalışan bir yurttaş gazeteci metin ve fotoğraf ile, radyoda çalışan bir yurttaş gazeteci ise sadece ses ile haber üretebilmektedir.

Dolayısıyla geleneksel medyadan yeni medyaya geçişte üretilen haberin içeriği de biçimsel olarak değişim geçirmiştir. Yeni medyanın sağlamış olduğu hipermetin özelliği sayesinde yurttaş gazeteci haber ile ilgili video, metin, fotoğraf, ses, link gibi tüm öğeleri aynı haber içerisinde kullanabilmektedir. Bu, gazetecinin haberle ilgili daha çok detay verebilmesine olanak tanırken ilgili diğer haberlerle de bağlantı kurmasına yardımcı olur. Araştırmada analizi yapılan haberlerin tümü hipermetinlerden oluşmaktadır. Bu da geleneksel medya da yer almayan bu imkânın yeni medya haberciliğinde kullanılmakta olduğunu göstermektedir.

Yeni medyada yurttaş gazeteciliği haber üretim sürecinde farklılar olduğu gibi, yayın ve değerlendirme süreçlerinde de farklar bulunmaktadır. Geleneksel medyada editöryal denetim oldukça fazla ve katıdır. Kitle iletişim aracının yapısına ve söylemine uygun olmayan haberlerin yayınlanma şansı daha az iken yeni medyada bu şans daha fazladır. Yapılan kurucu ve yurttaş gazeteci görüşmelerinde de görüldüğü üzere bir yeni medya mecrası olan Onedio web sitesinin kendine özgü bir haber değerlendirme süreci vardır. Bu süreç diğer tüm mecralarda farklı olabilmekle birlikte Onedio ile bazı ortak özellikleri vardır. Yeni medya merkezi ve zamanı olmayan bir yapı olduğundan değerlendirme sürecinde de zamansal olarak daha hızlıdır. Bunun yanında editör sayısı olarak geleneksel medyaya göre daha fazla imkâna sahip olan bu mecralarda haberi değerlendirme ve haberi yayına alma süreci daha hızlı işlemektedir. Ayrıca yeni medyanın sahip olduğu özgür ortam, kullanmış olduğu dil, haber üreticisinin anonimliği, biçimsel özellikleri nedeniyle haberin yayınlanması geleneksel medyada olduğundan daha olasıdır. Üyelerin de görüşmelerde belirttiği üzere sitede Onedio haber sitesinde editöryal bir düzenleme bulunmaktadır ancak bu düzenleme -gerek üyelerin sitenin haber tarzını öğrenmesinden, gerekse yeni medyanın sağlamış olduğu daha özgür ortam dolayısıyla- seyrek gerçekleşmektedir.

Yeni medyada üretilen haberlerin geleneksel medya haberlerine göre daha özgür olması sadece biçimsel ve kontrol anlamında değildir. Araştırmanın alt hipotezlerinden birisi de yurttaş gazeteciliğinin yeni medya yoluyla yeni bir özgürlük ve demokrasi alanı sağladığıdır. Araştırmada analizi yapılan haberlere bakıldığında yurttaş gazeteciliğinin temel niteliklerini taşıyan tüm haberler bulunmaktadır. Haber anlatısını 5N+1K'nın ötesine taşıyan, akredite haber kaynaklarından bağımsız olan, haber kaynaklarını nicel olarak genişleten, halkı habere dahil eden, sadece kent (merkez) odaklı değil çevre kasaba - köy odaklı olan, halkın gözü, kulağı ya da sesi olmak yerine sesini bizzat duyurmasına olanak

sağlayan, insani değerleri ön planda tutan; bölgesel, etnik, dinsel, cinsel vs. ayrımcılığın önüne geçen ve medya ortamlarını halkın sorunlarının tartışılabildiği kamusal alanlara dönüştüren tüm haberlerden örnekler bulunmaktadır. Haberlerin bu çeşitliliği sitede haber anlamında özgür ve demokratik bir anlayışın olduğunu göstermektedir. Yasal olarak suç unsuru teşkil edecek bir haber girilmedikçe, sitenin denetim mekanizması yurttaş gazeteciliğini engelleyecek herhangi bir yaptırım uygulamamaktadır. Bu anlamda yurttaş gazeteciler her türlü haberi okuyuculara ulaştırmakta özgür görünmektedir. Sadece yurttaş gazetecilerin haberleri değil yapılan yorumlar da demokratikleşme adına önem arz etmektedir.

Araştırmanın merkezinde bulunan bir diğer önemli nokta yurttaş gazetecileri haber yapmaya iten farklı motivasyon kaynaklarının olmasıdır. Yurttaş gazeteciliğini profesyonel gazetecilikten ayıran en önemli nokta araştırmada da belirtildiği üzere yapılan haberler karşılığında herhangi bir ücret beklentisinin olmaması ve yayıncı kuruluştan ücret almamalarıdır. Bu noktada araştırmada site kurucusuna ve yurttaş gazetecilere haberler karşılığında bir ücret alıp almadıkları sorulmuştur. Site kurucusu ve Onedio üyeleri yapılan görüşmelerde yurttaş gazetecilere herhangi bir ücret ödenmediğini belirtmişlerdir. Site kurucularından Türkü Oktay, profesyonel gazeteciliğe geçmek isteyen başarılı üyelerin ise editör veya yarı zamanlı çalışan olarak istihdam edildiğini ifade etmiştir. Bununla beraber siteden herhangi bir ücret beklentisi olmayan yurttaş gazetecilerin farklı yaşam doyumları bulunmaktadır. Üyelerden bazıları Onedio sayesinde insanların fikir dünyasında değişiklikler yapmanın önemli olduğunu belirtirken, bazıları ise geniş bir kitleye ulaşmanın sağladığı etkileşimin önemini vurgulamaktadır. Üyelerin tümü site üzerinden gerçekleşen etkileşimin ve görünürlüğün maddi kazançtan daha önemli olduğunu ifade etmektedir. Üye görüşmelerinin sonucunda Onedio'nun yurttaş gazetecileri haber üretmeye teşvik eden farklı duygu, düşünce veya motivasyon kaynakları olduğu sonucuna varılmıştır.

Özetle bu tezde; gazetecilikte alternatif bir uygulama alanı olarak gelişen yurttaş gazeteciliğinin, yeni medya araçlarını ve platformlarını kullanarak daha geniş kitlelere ulaştığı, toplumda bir demokrasi ortamı oluşturma adına çaba sarf ettiği sonucuna varılmıştır. Büyük sermayelerle ve yatırımlarla profesyonel olarak ilerleyen medya mecraları yerine, Onedio gibi yurttaş gazeteciliği uygulamalarına izin veren ve imkân sağlayan platformlar bu özgürleşme ve demokratik ortamların gelişmesi adına önem arz etmektedir. Bunun yanında geleneksel medyada yeterince uygulama imkânı bulamayan yurttaş gazeteciliği, yeni medya araçlarının sağladığı imkânlarla daha geniş kitlelere

ulaşabilmekte ve kamuoyu yaratabilmektedir. Sonuç olarak katılımcı demokratik medya kuramından hareketle, araştırmanın merkezinde bulunan Onedio web sitesinde üretilen haber ve içerikler yurttaş gazeteciliği ve katılımcı gazetecilik çabalarını karşılamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akar, E. (2011). *Sosyal Medya Pazarlaması* (2. Baskı). Ankara: Efil Yayınevi, 9.
- Akgül, M. (2014). *Türkiye'de İnternet - İlk Yıllar ve Mevcut Durum*. Bir kişisel değerlendirme.
- Alankuş, S. (2008). *Okuldan Haber Odasına: Hak Haberciliğine Doğru*
- Alioğlu, N. (2011). *Yeni Medya ve Sanat Estetiği*. (Birinci Baskı). İstanbul: Papatya Yayınları.
- Althusser, L. (2016). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. 5. Baskı, Çev. Alp Tümertekin, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Altınbaş, F. (2014). *Sosyal Medyaya Genel Bir Bakış', Yeni Medya Üzerine 2*. Editör: Müge Demir, Konya: Literatürk Yayınevi.
- Ang, I. (1996). *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. Taylor & Francis Group
- Arık, E. (2013). Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36).
- Atabek, Ü. (2003). "İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya için Olanaklar", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*." Sevda Alankuş (der.). İstanbul: IPS İletişim Vakfı: 61–90
- Aull Davies, C. (1999). "Reflexive Ethnography A Guide to Researching Selves and Others." London, New York: Routledge.

- Aydoğan, A. ve Başaran, F. (2012). '*Yeni Medyayı Alternatif Medya Bağlamında Anlamak*', *Alternatif Medya-Alternatif Gazetecilik*' Editör: Ömer Özer, Konya: Literatürk Yayınevi
- Aydoğan, D. (2013). "'Türkiye'de Dijital Gazetecilik: Habertürk ve Hürriyet Gazeteleri Örneği'", *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC* July, Volume 3, Issue 3.
- Baack, S. (2013). *A new Style of News Reporting: Wikileaks and Data-driven Journalism*, Edited by: Bonni Rambatan, Published in: *Cyborg Subjects: Discourses on Digital Culture*.
- Binark, Mutlu ve Löker, Koray (2011). *Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi*, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, Ankara.
- Binatlı, C. (2010). '*Yeni Teknolojiler ve Kitabın Geleceği Üzerine Birkaç Söz*', İletişim ve teknoloji, Editör: Zeliha Hepkon, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.
- Birsen, H. (2005). İnternet Haberciliği ve Aktif İzler Kitle İlişkisi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 03.04.2005, ss.69-80
- Bostan, B., & Tingöy, Ö. (2015). Digital Games Design Requirements And Player Psychology. *AJIT-e Online Academic Journal of Information Technology* , vol.6, 7-21.
- Briggs, A. ve Burke, P. (2004). *Medyanın Toplumsal Tarihi: Gutenberg'den İnternet'e*, çev. İbrahim şener, İzdüşüm Yay.: İstanbul,

- Bulunmaz, B. (2011). ‘Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı ya da Kim Kazanacak?’, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 4 Sayı:7.
- Çetin, İ. Yeni Medyada Yükselen Ses “Katılımcı Kültür”: Survivor Örneği. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 2(2), 119-142.
- Çevikel, A. G. D. T. (2011). Profesyonel haber medyasında yurttaş katılımı: Cnn türk-haberim örneğinde katılımcı gazeteciliğin sınırları. *İletişim Dergisi*, 14(14).
- Dahlgren, Peter; Olsson, Tobias (2007). “From Public Sphere to Civic Culture: Young Citizen’s Internet Use”, *Media and Public Spheres Palgrave*. Richard Butsch (ed.). New York: MacMillan.
- Dreyfus, R. (2002). ”Bilgi otobanında Nihilizm: Günümüz Çağında Anonimlik Karşısında Bağlılık.” *Cogito*: 100-118
- Erdoğan, İ. (2014), Yeni medya gazeteciliğinde etik bir paradigma belirlemenin kapsamı ve sınırları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 254-272.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media A Critical Introduction*. Londra: Sage Publications
- Gökçe , O. (1995). *İçerik Çözümlemesi*, Selçuk Üniversitesi Yayınları, Konya.
- Gündüz, U. ve Pembecioğlu, N. (2013). *Bilgi Kaynağı Olarak Sosyal Ağlar Ve Sosyal Medya’*, *Yeni Medya Üzerine*, Editör: Müge Demir, Konya: Literatürk Yayınevi.
- Halıcı, N. (2005). *Online Gazetecilik. Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, IPS İletişim Vakfı, İstanbul.
- Hansen, S. S. (2015). *Convergent Journalism*, Edited by: Vincent F. Filak, England: Focal Press, Taylor&Francis Group.

- Hirschkop, K. (2003). “Demokrasi ve Yeni Teknolojiler”, *Kapitalizm ve Enformasyon Çağı*. Robert W. McChesney-Ellen MeikinsWood- John Bellamy Foster (der.). Ankara: Epos: 241- 251.
- Holstein, A. J. ve Gubrium, F. J. (2004). “The active interview.” *Qualitative Research Theory, Method and Practice* (ed. David Silverman). Los Angeles, London, New Delhi: Sage Publications. <http://dx.doi.org/10.4135/9781412973588.n3> Erişim Tarihi: 20.12.2018.
- Işık, M. (2002). İletişim sistemleri-siyasal sistem ilişkileri bağlamında iletişim alanının düzenlenmesi ve medya-devlet ilişkilerinin değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2(2), 23-34.
- James, N. ve Busher, H. (2006). “Credibility, authenticity, advice: dilemmas in online interviewing.” *Qualitative Research*, Vol. 6, No: 3, ss. 403-420. Doi:10.1177/1468794106065010. Erişim Tarihi: 05.01.2019.
- Jenkins H. (2016). *Cesur Yeni Medya, Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. İstanbul: İletişim, 19, 206
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. New York, NYU Press, 2006.
- Kalaman, S. (2017). Alternatif bir katılım örneği olarak radyo yayıncılığının önemi: bozok üniversitesi radyo yayıncılığı modeli/önerisi. *Journal of International Social Research*, 10(51).
- Kalsın, B. (2016). *Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği*. İstanbul: IPS Vakfı Yayınları.

- Kara, H. (2005). *Bilgisayar/İnternet Teknolojisi ve Değişen Gazetecilik, Yeni İletişim Teknojileri ve Medya*, İstanbul: IPS Vakfı Yayınları.
- Karaduman, M. (2002). *Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya ve İnternet Gazeteciliği*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Karaman, M., & önder, M. (2017). Yurttaş Gazeteciliğinin Ana Akım Medyaya Etkisi: Whatsapp İhbar Hatları Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(2), 164-180.
- Krippendorff K (1980) *Content Analysis: An Introduction to is Methodology*, Sage, Beverly Hills.
- Kuş, E.(2003). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri Nitel mi, Nicel mi?*.Ankara:Anı Yayıncılık
- Kutlu, T. Ö., Bekiroğlu, O. (2010). *Türkiye’de Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında İnternet Haberciliği: Bianet Örneğinde Kentsel Dönüşüm Projesiyle İlgili Haberlerin Analizi*. Eskişehir.
- Kürkçü, D. D. (2017). Haber Tweetleri Üzerinden Kullanıcı Etkileşiminin Analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 314-324.
- Laughley, D. (2010). *Medya Çalışmaları*. Ali Toprak (çev:). İstanbul: Kalkedon.
- Lister, Martin, Dovey, Jon, Giddings, Setgh, GRANT, Iain, ve KELLY, Kieran (2009). *New Media: A Critical Introduction*, New York: Routledge.
- Linabary, R. J. ve Hamel, A. S. (2017). “Feminist online interviewing: ongoing issues of power, resistance and reflexivity in practice.” *Feminist Review* No:115, ss. 97-113. Erişim Tarihi: 08.01.2019.

- Maigret, E., *Medya ve İletişim Sosyolojisi*, çev. Halime Yücel, İletişim Yayınları: İstanbul, (2011).
- Manovich, L.(2001). *The Language of New Media*, Massachusetts Institute of Technology.
- Mattelart, A., & Yücel, H. (2001). *İletişimin dünyasallaşması*. İletişim.
- McQuail, D. (1987). *Mass communication theory: An introduction*. Sage Publications, Inc.
- McQuail, Denis. *Mass communication theory*. London ; Newbury Park : Sage Publications, 1987
- Mora, N. (2008). Medya, toplum ve haber kaynağı olarak sembolik seçkinler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-25
- Mutlu, Erol (2004). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat
- Narin, F. B. (2016). İnternet gazeteciliğinde hipermetin üretimi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (43).
- Narmanlıoğlu, H. (2016). İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği. *Journal of Graduate School of Social Sciences*, 20(1).
- Orkan, A., & Sütçü, C. Nonlinearity and Interactivity in Communication and ve New Media Approach. In *3rd International Symposium of Interactive Media Design-2005* (pp. 5-7).
- Öğüt, S. (2004), *Interactivity in New Media*, Yeditepe Üniversitesi S.B.E., Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Özer, Ö. (2012). “Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik ve Joseph Pulitzer”. *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik* (ss. 9-22). Konya: Literatürk.

- Pavlik, J. V. (2013). *Dijital Teknoloji ve Gazetecilik-Demokrasiye Etkileri*, Çeviren: Berrin Kalsın, Yeni Medya Üzerine... Editör: Müge Demir, Konya: Literatürk Yayınevi
- Pavlik, J. V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*, Çeviren: Müge Demir ve Berrin Kalsın, Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Rheingold, H. (1994). *Virtual Reality. Virtual Community*, Harper Perennial, New York.
- Ryan, J. A. (2010). *History of The Internet and The Digital Future*, Rreaktion Books: London.
- Saka, E. (2013). Boston Maratonu Patlamaları Sonrasında Yeni Medya, Gazetecilik ve Kredibilite Meseleleri. *İletişim ve Diplomasi*.
- Saymer, İ., & Çetinkaya, A. (2015). Alternatif medyanın twitter'da gündem oluşturma süreci: Berkin Elvan olayı üzerine bir inceleme. *SE Karakulakoğlu, & Ö. Uğurlu (edt.) İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Ankara: Heretik, 225-227*.
- Schiller, D., *Digital Capitalism: Networking The Global Market System*, The MIT Press: Cambridge, (1999).
- Sırma, N. S. (2007). *Türk Basın İşletmelerinde Teknoloji Kullanımının Gelişmesi ve Teknoloji Kullanımında Hürriyet ve Zaman Gazetelerinin Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1963). *The social responsibility theory of the press. Four Theories of the Press*, eds. Fred S. Siebert, Theodore Peterson and Wilbur Schramm, Schramm (Chicago, IL: University of Illinois Press: 1963), 41.

- Stone P J, Dunphy D C, Marshall S S, DM Ogilvie (1966) *The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis*, The M.I.T. Press, Massachusetts.
- Thompson, J.B,(1995). *The Media and Modernity: a Social Theory of The Media*, Cambridge:Polity Press.
- Törenli, N. (2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim Sanat Yayınları.
- Turan, E. A. (2013). *Yeni medya ortamlarında üre-tüketecilik ve katılım olgusu: Ekşi sözlük ve Okan Bayülgen'in talk show'unda etkileşim* (Master's thesis, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Uzun, R. (2007). *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.
- Virilio, P. (2000). *The Information Bomb*. London and New York: Verso.
- Waltz, M. (2005). *Alternative and Activist Media*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Weber R P (1989) *Basic Content Analysis*, Sage, London.
- Wolcott, P., & Cagiltay, K. (2001). Telecommunications, Liberalization, and the Growth of the Internet in Turkey. *Information Society*, 17(2), 133-142 Yıldırım,A. ve Şimşek, H.(2005).*Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yolcu, (2008). *Küreselleşme Bağlamında İnternet Yayıncılığı Ve Küresel Kuruluşlarının İnternetteki Türkçe Yayınları*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi: İstanbul

Yolcu, Ö. I. (2009). ‘‘Gazetelere ait internet sitelerinde değişim süreci: www.milliyet.com.

Tr örneği.’’ *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (35), 137-150.

Yurdigül, Y. (2013). *Habercinin Kimliği*. İstanbul: Arı Sanat Yayınları.

Yurdigül, Y., & Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğın Dönüşümü: Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Habercilik Pratikleri. *Akdeniz İletisim*, (18).

Yüksel, O. (2014). *İnternet Gazeteciliği ve Blog Yazarlığı*, Ankara: Sinemis Yayınları

İnternet Kaynakları

<http://bianet.org/biamag/ifade-ozgurlugu/144054-gazetecilig-in-tarifi-degisiyor>

<http://bianet.org/kadin/ifade-ozgurlugu/144054-gazetecilig-in-tarifi-degisiyor>

<http://csdb.dk/group/?id=2406>

<http://turkish.cri.cn/1781/2019/03/04/1s196446.htm>

<http://www.aksam.com.tr/ftdendijital-rekor--129614h.html>

<http://www.aljazeera.com.tr/haber/arap-baharinda-gazeteciler-vuruldu>

<http://www.biakraporu.org/docs/rapor.kisim5.bolum01.pdf>

<http://www.culturalexchange-tr.nl/mapping-turkey/e-culture/short-history>

<http://www.hasanbalik.com/Projeler/Bitirme/39.Pdf>

<http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php>

<http://www.tianya.cn/>

<https://allthatsinteresting.com/dancing-plague>

<https://bit.ly/2HddtnU>

<https://bit.ly/35EVnEs>

<https://bit.ly/3ny3usJ>

<https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>

<https://dokuz8haber.net/hakkimizda/>

<https://en.wikipedia.org/wiki/Comscore>

<https://journo.com.tr/coronavirus-haberler>

<https://m.bianet.org/biamag/medya/154904-hintli-gazeteciler-uzerine-antropolojik-bir-analiz>

<https://medyascope.tv/2018/12/11/cinin-medya-plani-medya-kuruluslarini-satin-alip-cinin-hikayesini-anlatmalari-icin-gazetecileri-egitiyor/>

<https://narrativescience.com/>

<https://odatv4.com/-isim-isim-erece>

<https://onedio.com/kurumsal/hakkimizda>

<https://publicdomainreview.org/essay/the-dancing-plague-of-1518>

<https://seohocasi.com/seo-analizi/domain/onedio.com#link-analysis>

<https://t24.com.tr/yazarlar/erkan-saka/yurttas-gazeteciligi-uzerine-birkac-not,5329>

https://tr.wikipedia.org/wiki/Z_Nesli

<https://twitter.com/AlinejadMasih>

<https://wearesocial.com/digital-2020>

<https://webrazzi.com/2020/02/03/we-are-social-digital-2020-raporunda-turkiye-ozelinde-one-cikanlar/>

<https://www.alexa.com/>

<https://www.birgun.net/haber/prof-dr-suleyman-irvan-tanik-haberciligi-tehdit-degil-firsat-218224>

<https://www.businessstopia.net/mass-communication/democratic-participant-theory-mass-communication>

<https://www.dw.com/tr/sosyal-medyan%C4%B1n-arap-bahar%C4%B1ndaki-rol%C3%BC/a-15175703>

<https://www.gazetedemokrat.com/arkamda-cin-polisi-var-diyen-isim-gunlerdir-kayip-ailesinden-olay-iddia/85993/>

https://www.huffpost.com/entry/bittergate-the-untold-sto_b_346342

<https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/gay-penguenler-55824>

https://www.isoc.org/inet97/proceedings/E3/E3_3.HTM

https://www.isoc.org/inet97/proceedings/E3/E3_3.HTM

<https://www.newspages.in/democratic-participant-media-theory/>

<https://www.pewresearch.org/staff/pew-research-center-journalism-media-staff/>

<https://www.seslisozluk.net/journos-nedir-ne-demek/>

<https://www.webtures.com/tr/blog/alexa-nedir/>

www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk, 2015

www.digitalcontentjournal.com

www.digitalnewsreport.org

www.milliyet.com.tr, 2016

www.platform.org, 2015

www.platform.org, 2015

www.platform24.org

www.sosyalmedya.co, 2016

www.verigazeteciligi.com

www.webrazzi.com

www.webrazzi.com, 2015

ONEDİO WEB SİTESİ KURUCULARINDAN TÜRKÜ OKTAY İLE YAPILAN GÖRÜŞME METNİ

[Görüşme Tarihi: 03/07/2020]

SORU: Onedio'nun kuruluş hikayesi nasıl başladı? Kuruluşunda yurttaş gazeteciliği var mıydı?

CEVAP: Onedio'nun kuruluşundaki amacımız vatandaş gazeteciliğine yaslamaktı. Çünkü o zamanlar daha yeni çıkıyordu. Zaten ona başladığımız andan itibaren Ben Onedio nun Genel Yayın yönetmenliğine de başladım Tabii o zamanlar biz çok daha haber sitesi idik. Zaten sosyal medya içerik sitesi gibi bir konsept yoktu dünyada. Fakat sonra tabii değişen zamanına göre biz de kendimizi şekillendirip şimdi İçinde bulunduğumuz hale geldik. Bundan sonra artık Dünya bize ne gösterirse o tarafa doğru evrilmeye devam edeceğiz. Çünkü Onedio sürekli aynı noktada kalmıyor. Ama vatandaş gazeteciliği bizim gerçekten başlangıç noktamızdı. Özellikle o zamanlarda Arap Baharı ve işte dünyadaki çeşitli protestoların da vatandaş gazeteciliğiyle beraber büyümesi ile burada ışık var ve yapılması gerekir. Herkesin de elinin altında internet var artık o yüzden başlangıç noktamız O'dur.

SORU: Neden yurttaş gazeteciliği merkezli bir site kurma ihtiyacı hissettiniz?

CEVAP: Bizim jenerasyon birazda haberden kaçınmaya başladı. Dolayısıyla biraz sosyal içerik ihtiyacı doğdu. Yurttaş gazeteciliği olarak başladık ama Kafamızda başka bir fikir daha vardı o da tam Türkiye'de O zaman böyle iki sınıfa ayrılmanın Havuz medyası yeni başlangıcı daha henüz ortada Hürriyet vesaire falan filan var Bizden bu kadar karşı karşıya gelmemişiz... Dolayısıyla haberler hala bir tarafım görüşüyle ya da karşı tarafın görüşüyle çıka biliyordu ortada da aynı haberin Birden farklı versiyonları vardı. Dolayısıyla Biz de o zaman şöyle düşünmüştük yani vatandaş haberi alırken de bir sürü farklı kaynaktan aynı haber alt alta görürse o zaman gerçekten kendi fikrini bu konuda geliştirmeye Belki daha Yetkin olur tek taraflı bakmaktansa. Amaçlarımızdan biri buydu sitenin ilk hallerinde...Mesela Sakarya'da bir patlama oldu. Bu gerçi siyasi bir haber değil ama bunu Hürriyet nasıl vermiş, Sabah nasıl vermiş, Zaman nasıl vermiş, en son haber nasıl vermiş alt alta topladığımız bir sistemdi. Bununla Vatandaşında Sakaryadaki patlamayı haberleştirebildiği ve tarafsız, haberlerin toplanabildiği bir sistem olur ve bu gerçekten bu kadar kutuplaşmanın olduğu bir dönemde Türkiye'nin ihtiyacı olan bir sistem olur diye düşündük.

SORU: Kuruluş aşamasında global olarak örnek aldığımız bir haber sitesi var mı?

CEVAP: Var... Ancak şöyle diyebilirim en başta örnek ve aldığımız sayfalarla sitelerle ondan sonra örnek aldıklarımız farklılaştı. En başında bu işi yaparken yurtdışındaki böyle Google News'i biliyorduk onu çok beğeniyorduk. Belki bu bir haber sitesi değil ama... Başladığımız noktada huffington post ve google news i çok beğeniyorduk ve bu ikisini birleştirdiğimiz bir sistem düşünmüştük. Buzzfeed örneği var doğru ama başladıktan

birkaç sene sonra örnek aldığımız bir sitedir. Süre içerisinde global aktörleri çok iyi incelediğimiz ama örnek aldığımız bir site olmadı. Çünkü her örnek aldığın yer 1 sene içerisinde kendini yeni bir dünyaya göre değiştirmek zorunda kalıyor. Türkiye’de örnek aldığımız bir örnek yok ama global örneklere çok baktık. Dediğim gibi başlangıçta Huffington post ve Google news sonrasında ise Buzzfeed ve Vice gibi işlerdi...

SORU: Haber sitesi olarak kurulduunuz ancak içerik üretiyorsunuz. Aslında yeni medya ile birlikte haberin tanımı da değişiyor. Siz bu değişimi hissettiniz mi?

CEVAP: Muhakkak hissettik. Bu konuda elimizde datalarda var ve bunlarla çalışmayı severiz. Sonuç olarak millennial bir sayfayız ve New avoidance diye bir şey var. İnsanların haberden kaçışı... Vatandaşın yeter artık ya ne haber okuyacağım dediği bir kavram. Bütün dünyada araştırıldığı zaman en yüksek bu Hırvatistan da çıkıyor. İkinci sırada ise % 44 ile Türkiye’de var. İnsanların bunu geliştirmiş olması inanılmaz. Biz tüm bu verileri alabiliyoruz. Bu verilere bakarak söyleyebilirim ki bizim kuşakta Onedio’nun en fazla okuyucu kuşağında 25-34 yaş aralığında haberden kaçış çok fazla olabiliyor. Dolayısıyla böyle bir talep karşısında bu kararları alabilmek hem datalara göre hem sosyolojik olarak doğru olabiliyor. Haberde de bunu yapabilmek Türkiye şartlarında çok zor. Ama burada asıl önemli olan talebe göre şekillenmesi.

SORU: Onedio okuyucularının özellikleri nasıl

CEVAP: Bizim okuyucu kitlemiz çoğunlukla ‘millennial’. Millennial kelimesini nasıl dolduruyorsan tam karşılığı gerçekten. Bu insanlar kendilerini ifade etmekten hoşlanıyorlar, evde vakit geçirmekten hoşlanıyorlar, 15 kelimedenden uzun okumaktan hiç hoşlanmıyorlar, fotoğraf bakmayı seviyorlar, video izlemeyi seviyorlar, ama videoyu her zaman izlemek sevmiyorlar sadece akşam izlemeyi seviyorlar... Bizim 35-45 yaş aralığı %19, 18-25 yaş aralığı %20...Yani okuyucu kitlesi homojen dağılmış durumda. Ama arkadan gelen jenerasyonu tutmak lazım bir taraftan onlar bambaşka geliyorlar. Ama üst yaş grubu da kaliteli içerik istiyor. Kaliteli içerik konusu da birazcık sıkıntı çünkü halkımız 15 kelimedenden uzun bir metin okumak istemiyor. Kendi içinde çelişkileri var.

SORU: Sitede haber üreten yurtttaş gazetecilerin nitelikleri nasıl?

CEVAP: Biz bu Onedio’yu içerik yapma panelini açarken çok umutluyduk. Çünkü insanlara yazı yazabilecekleri bir alan veriyorsun çok iyi yazıları anasayfaya çekiyoruz. Ama hepsini paylaşmıyoruz. Fakat Türkiye’de Anaysayfaya çekebileceğin kadar kaliteli yazı yazabilen çok az hatta yüzde 1’ler civarında. Biz Onedio’yu ilk kurduğumuz zaman çok iyi yazı yazarları Onedio bünyesine kattık. Onedio’ya yazarak üyelikten editörlüğe geçen çok fazla üyemiz var.

SORU: Yurtttaş gazeteciler başka işler yapıyorlar mı?

CEVAP: Aslında bu kişilerin asıl işi gazetecilik değil...Memur olan var öğretmen var. Yada özel şirkette çalışanlar var... Sadece istediği zaman istediği konuda yazıyor. Bu anlamda free lance editörlerde belki yurtttaş gazeteci sayılabilir. Bizim yaptığımız iş

Türkiye’de cv ile başvurulabilecek bir iş olmadığı için gazeteci oluyorsun filan. Çok iyi olanlar zaten bizimle bizimle devam etsin istiyoruz.

SORU: Üyeler ne tarz haberler yapmayı seviyorlar?

CEVAP: Üyeler yerel ve kendi dünyalarıyla ilgili, şehirleriyle-mahalleriyle ilgili haberler yapmayı seviyorlar. Etrafında gördüğü veya şikâyetle ilgili bir şey olabilir. Çok fazla siyasi eleştiri yapmıyorlar açıkçası ben bunun korkutucu olduğunu düşünüyorum. Özellikle de kendi ismiyle yapıyorsa... Türkiye şartlarında medya eko-sistemi kullanıcıyı içerik yapma konusunda çok zorluyor. Nasıl biz havuz medyası değiliz ve bir vakıftan para almıyorsak ve bizi zorluyorsa vatandaşı daha fazla zorluyor. Çünkü o içerik yüzünden başına ne geleceğini bilemezsin. Ayrıca bu kullanıcılar yeni nesil ve youtube gibi platformlarda takip ettikleri ünlüler var. Onlarla ilgili içerik üretmeyi seviyorlar. Bunun yanda üyeler belki çok fazla siyasi ve güncel içerik yapmıyorlar ama bunlarla ilgili çok fazla yorum yapıyorlar. Goygoy kısmında çok fazla yorum yazılmazken siyasi ve güncel içeriklerde paragraf paragraf yorumlar yazılıyor. Bunun teknik yapıyla da alakası var. Sırf bunun için DİO dediğimiz kısmı açtık..

SORU: Sitede üretilen haberlerin kontrol mekanizması nasıl?

CEVAP: Bizde editörlerin yaptığı içerikler ayrı üyelerin yaptığı kontroller ayrı kontrollerden geçiyor. Çünkü üyeler internette içeriği kopyala yapıştır yapabiliyor. Bunu kontrol etmezsen bir telif süreci ortaya çıkıyor. Başaksının içeriğiyle Onedio üzerinde ün kazanmaya çalışan çok fazla kişi gördüm. Bununla ilgili şikâyetler de geliyor. Dolayısıyla yayınlanmadan üye içeriği muhakkak başlığı görseli ile google üzerinde araştırılır. Ama nihayetinde yayımlandıktan sonra kullanıcının sorumluluğunda olur içerik. Ancak biz en azından kendi adımıza 1. adımını gerçekleştirmiş oluyoruz. Şikâyet mekanizmamızda var dolayısıyla anında yayından kaldırılır. Kendi editörlerimiz içinse sosyal medya tepkimeleri bizim için önemli olduğundan diğer haber sitelerine göre bir tık geç girer haber. Ve kontakt kanallarımız üzerinde de mutlaka tartışır ve öyle yayına alırız. Ve hala bir soru işareti varsa o haber takip edilir ve yayından kaldırılır.

SORU: Sizce haberlerinizin çok okunma sebebi nedir?

CEVAP: Bu bizim haberi işlememiz ile ilgili bir durum. Haberin içerisine sosyal medya tepkisi koyuyorsun, twitter’da yazılanları koyuyorsun, karşıt görüş koyuyorsun, bu haberi biraz daha dergi haberine yaklaştırdığından kullanıcı Twitter’a gidip haberi okuyacağıma karşımda hazırlanmış okuyucunun da yorum yaptığı bir haber sayfası var. Neden buraya bakmayayım ki diye değerlendiriyor.

SORU: Haberlerin hipermetinsel özellikler taşıması önemli midir? Size avantaj sağlıyor mu?

CEVAP: Bizim çok iyi bir teknik altyapımız var. Vatandaş belki bizim sitemizde yazmıyor ama ekşi sözlük veya Twitter da yazıyor. Biz onları alıp embed olarak haberin altına koyabiliyoruz. Bunu haberin altına vatandaşın yorumları ve bilgileri ile koyabildiğin zaman vatandaş gazeteciliği ile yakınsamış oluyorsun. İlla vatandaşın gelip sana

yazmasını bekleyemezsin. Elinde Twitter Facebook gibi pek çok araç var. Vatandaş oraya yazıyorsa gidip onları toplayıp birleştirmelisin. Çünkü vatandaşın görünürlüğe ihtiyacı var. Dolayısıyla onu yaparsan başka okuyucularda içeriğin altına yazıyor, yazılanları da birleştirebiliyorsun. Bunu deneyen çok kuruluş oldu ancak her seferinde gerek alt yapı gerekse haberin hızı dolayısıyla başarılı olamadılar. Çünkü haberi acil girmek çok önemlidir. Bizde haber hep geç girer çünkü önemli olan vatandaşın ona tepki vermesidir. Haber bizde hep geç girer ama daha zengin girer.

SORU: Sizce vatandaş yurttaş gazeteci olmaya iten sebep nedir?

CEVAP: İnsanlar için etkileşim önemli. Bunun yanında içinde bulunduğumuz dünya bazen insanları sıkıştırıyor. O sıkışmayı da bazen twitter'da gösteriyor bazen ise daha uzun yazma ihtiyacı hissediyor. İnsanların bu anlamda bir mecraya ihtiyacı var ve neden yapmasınlar? Bununla ilgili bir donanıma sahipse yapmak istiyorlar. Çünkü bir yerde artık 140 karakter yetmiyor. Bu içerikler artık pod-castlere ve videolara kaydı. Video üzerinden inanılmaz bu tarz gazetecilik yapılıyor. Ama herkes video üretecek sistemlere sahip değil. Medium da yazı yazıyorlar, Onedio'da yazı yazıyorlar. O mecra ellerinde varsa bir nokta da insanlar değiştiriyor. Arz edildikçe insanlarda talep ediyorlar. Eskiden böyle mecralar yoktu. Mesele Hürriyete bir okuyucu köşesi vardı birde ombudsman birde okuyucu köşesi vardı.

SORU: Site olarak haberlere belirli bir bakış açınız veya bir duruşunuz var mı?

CEVAP: Vuslat Doğan Sabancı bir şey söyledi. O zamanlar Hürriyet'in yöneticisiydi. Bizimle toplantıya gelmişler ve inanılmaz bir kar yağışı vardı. Ben o zaman bi içerik yapmıştım. Ankaralılar kar yağışında ne yapar diye. İçinde GIF'ler kalpler filan bulunan... Vuslat Hanım 'bizimkiler girmiş trafik kitlendi, orada kaza burada kaza, Onedio'ya giriyorum kar topu, şudur budur nefes alıp çıkıyorum... Biz niye bunu yapamıyoruz diyor' Bizim biraz daha hayata bakış açımız pozitif olduğu için sanırım bu. Pozitif bakıyoruz hayata. Tamam eleştirel haberler de yapıyoruz çokta okunuyor çıktığımız zaman. Ama biraz daha farklı açıdan baktığımız için gazeteciliğe, insanı merkeze aldığımız için ve insan bunun hakkında ne düşünüyor dediğimiz için farklılık yaratmış olabiliriz.

SORU: Yurttaş gazeteciliğini desteklemek adına planlarınız var mı?

CEVAP: Şöyle bir şey yaptık. Tam bir yurttaş gazeteciliği olmasa da Onedio Akademi diye bir program düzenledik. İnternet üzerinden yeni medya okuyanlardan, gazetecilik öğrencilerinden veya gazeteciliğe meraklı olan 100 kişi seçtik. Bu 100 kişi onedio editörleri, ünlü gazeteciler, reklamcılar derneği başkanı gibi çeşitli eğitmenler tarafından 3 boyunca eğitilecekler. Daha sonra bu 100 kişi bizim vermiş olduğumuz konu ve kendi seçmiş oldukları bir konu ile ilgili haber hazırlıyorlar. Bizde bu arkadaşlar arasından başarılı olanları seçip değerlendiriyoruz. Hatta 7 tanesi ile çalışmaya da başladık. Şu an bu arkadaşlar free-lance olarak çalışmaya başlayacaklar ancak hayatlarının bir döneminde gazetecilik yapmayı düşünürlerse güzel bir başlangıç noktası olabilir. Bu tarz farklı farklı konularda çeşitli eğitim programları yapmayı planlıyoruz.

SORU: Kullanıcıya içerik üretirmeye dair yeni projeleriniz var mı?

CEVAP: Onedio Contributors diye bir projemiz var. Kendi alanlarında iyi ancak gazeteci olmayan, twitter da yada instagram üzerinde fenomen olmuş, çeşitli kişileri düşün. Bu bir şirket sahibi veya ekonomist olabilir..Bu insanlarla iletişime geçip onedio da köşe yazarlığı gibi bir şey düşünüyoruz. Bu insanların yazılarına bir bedel belirleyip çeşitli vakıflara bağışlanacak. Çünkü bu insanların yazacakları şeyin bedelini belirleyemiyoruz.Çok değişik insanlar var. Dünyanın en uzmanı olmayabilir ama Mesela Kore sinemasında inanılmaz bilgi sahibi bir çocuk ve böyle bir insan bulmak zor. Twitter'da orada burada yazıyor. Derli toplu yazıyor olsa yazdıkları çok kıymetli şeyler. Ya da lokal ama çok güzel yemekler yapan bir şef. Asıl meslekleri yazarlık olmayan bu insanları Onedio contributors da toplamak hem onlara hem bize katkı sağlayacaktır. Bu bir tık daha kaliteli içerik üretmemizi sağlayacak.

**ONEDİO WEB SİTESİNDE YURTTAŞ GAZETECİLİK YAPAN ÜYELERE
SORULAN SORULAR**

1. Adınız Soyadınız (İsteğe bağlı)
2. Yaşınız
3. Mesleğiniz
4. Yaşadığınız şehir
5. Eğitim durumunuz
6. Günde yaklaşık kaç saatinizi internet/sosyal medyada geçiriyorsunuz?
7. Gazeteciliğe/Haberciliğe bir ilginiz var mı?
8. Profesyonel olarak gazetecilik yapıyor musunuz? Yapmak ister misiniz?
9. Herhangi bir dijital mecrada yazı/haber yazıyor musunuz?
10. Sizi haber yapmaya iten sebepler nelerdir?
11. Onedio 'yu ne zamandan beri takip ediyorsunuz?
12. Yayınlanan haberleriniz karşılığında herhangi bir maddi kazancınız var mı?
13. Haberleriniz yayınlanmadan editöryal düzenlemeler geliyor mu? Geliyorsa sıklığı nedir?
14. Haberinizin Onedio'da yayınlanması ziyaretçiler tarafından okunması sizde nasıl bir duygu yaratıyor?
15. Türkiye'de objektif gazetecilik yapıldığını düşünüyor musunuz? Yaptığımız haber yayınlamanın buna destek sağlayacağını düşünüyor musunuz?
16. Yayınlamış olduğunuz haberlerden sonra almış olduğunuz ciddi bir geri bildirim var mıdır?