

## **Habercilikte Hegemonya Mücadelesi: Yurttaş Gazeteciliği: Fırsat mı Tehdit mi?**

**Yusuf DEVRAN**

Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü  
İstanbul

**Ömer Faruk ÖZCAN**

Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü  
İstanbul

### **Özet**

Yetmişli yıllardan itibaren dijital teknolojilerin iletişim alanında hızla yaygınlaşması haber üretimini hiç olmadığı kadar kolaylaştırmıştır. Geline nokta sıradan vatandaşlar dahi sahip oldukları teknolojik aygıtlarla haber üretme ve dolaşıma sokma kabiliyeti kazanmıştır. Gazetecilik pratikleri de bu gelişmelere paralel olarak yeni meydan okumalarla karşı karşıyadır. Yurttaş gazeteciliği de bu bağlamda geleneksel haber kuruluşlarıyla yurttaşların yoğun bir etkileşim yaşadığı bir pratik olarak birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Bu çalışmada habercilik mesleğini profesyonel olarak yapan isimlerle görüşmeler yapılarak geleneksel gazetecilikle yurttaş gazeteciliği arasındaki etkileşim ve rekabet düzeyi tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca ortaya çıkan verilerden hareketle bu düzeyde ortaya çıkan sorunlara çözüm önerileri getirilmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Yurttaş gazeteciliği, yeni iletişim teknolojileri, haber kuruluşları, gazetecilik pratikleri.

### **Conflict of Hegemony in Newsmaking: Citizen Journalism: Opportunity or Threat?**

#### **Abstract**

The rapid spread of digital technologies in the field of communication since the 1970s has made news production easier than ever. We have arrived such a state that even the ordinary citizens have gained the ability to produce and circulate news with the technological devices they possess. Practices of journalism are also facing new challenges due to these developments. In this context, citizen journalism has brought many problems to the field as a practice where traditional news organizations and citizens are experiencing intense interaction. This study aims at investigating the level of interaction and competition between traditional and citizen journalism by making interviews with professionals of the field. Furthermore, being inspired from the relevant data gathered, the paper also provides suggestions for the solution of the problems that arise at this level.

**Keywords:** Citizen journalism, new communication technologies, news media, journalism practices.

## Giriş

Yeni iletişim teknolojileri alanındaki gelişmelerin geleneksel gazetecilik ve yayıncılık konusunda yeni fırsatlar ve imkânlar açabileceği gibi tehditler de oluşturabileceği tartışmaları hala güncelliğini koruyan bir tartışma alanı olmaya devam etmektedir. Gelişen teknolojilerle birlikte geleneksel medyanın, içerikleri daha kolay, hızlı ve ucuz elde etmesi ve dolayısıyla haber üretim maliyetlerini azaltması gibi avantajların yanı sıra bu imkânlar erişimleri ölçüsünde her bireyin potansiyel bir haber kaynağı olması gibi geleneksel medya kuruluşlarının haber üzerindeki hegemonyasını sarsan dezavantajlar da mevcuttur.

Bu süreçte gelişen yeni gazetecilik anlayışı yurttaş gazeteciliği olarak ifade edilmektedir. Bu kavram bir anlamda elinde akıllı telefonu olan herkesin birer gazeteci olarak işlev görebileceğine, kamerasına kaydettiği haberi kendisini takip eden herkesle paylaşabileceğine ya da geleneksel medya üzerinden kamuoyuna duyurabileceğine işaret etmektedir.

Medya sektöründeki otomasyon nedeniyle kimi meslekler tarihe karışırken, yeni mesleki alanlar ortaya çıkmakta, yeni kurumlar ve iş görme biçimleri gelişmektedir. Sözelimi internet haberciliği, elektronik gazete, internet televizyonculuğu ve yakınsanmış yayıncılık gibi yeni sektörel alanlar oluşmuştur. Ayrıca medyanın muhabir istihdam etme yöntemleri değişmiş sektörde düzenli istihdam modelinden her bir bölgede haber başı çalışan muhabir modeline doğru bir eğilim oluşmuştur.

Geleneksel basılı medyanın yakın bir gelecekte yerini dijital gazeteciliğe bırakacağı tartışmaları da gelişen yurttaş gazeteciliği pratikleriyle geleneksel kuruluşlar arasındaki bir başka çatışma noktasıdır. Dahası bugünün izleyicisinin ve okuyucusunun “*producer*”, yani tükettiği medya metninin aynı zamanda üreticisi de olabileceğine işaret etmektedir.

Bütün bu teknoloji merkezli düşünce ve argümanlara rağmen geleneksel medyanın mevcut habercilik ikliminde yurttaş gazetecilerinin ürettiği bilgi ve haberleri kendi söylemi, bağlamı ve anlatısı içerisinde kullanarak hegemonyasını devam ettirmesi de uzak olmayan bir ihtimaldir.

Bu çalışmada yurttaş gazeteciliği pratikleri ile geleneksel medya kuruluşları arasında gelişen etkileşim ve rekabet düzeyi üzerinde durulacak ve şu sorulara cevap aranacaktır:

1- Yurttaş gazetecileri ürettikleri haberleri nasıl paylaşmaktadır?

2- Geleneksel medya kendilerine yurttaş gazetecilerinden ulaşan bilgi ve haberleri nasıl değerlendirmektedir?

3- Geleneksel medya yurttaş gazetecilerinden gelen metinler için ayrı bir alan ve mecra oluşturmakta mıdır?

4- Geleneksel medya yurttaş gazetecileriyle özgün ve ilkelere dayalı işbirliği yöntemi geliştirmiş midir?

5- Geleneksel medya kendi yönetim şeması içerisinde yurttaş gazeteciliği için yeni bir birim oluşturmuş mudur?

6- İnternet medyası yurttaş gazetecilerinden gelen haber ve bilgileri nasıl değerlendirmektedir? Bu anlamda geleneksel medyaya kıyasla ne gibi farklılıklar söz konusudur?

7-Yurttaş gazetecilerinden gelen haber ve bilginin doğruluğu nasıl tespit edilmektedir?

8-Geleneksel veya internet medyası yurttaş gazeteciliğini teşvik etmek ve geliştirmek için ne gibi çalışmalar yapmaktadır, telif mekanizmaları yeterli midir?

9-Vatandaşların teknolojinin mümkün kıldığı yurttaş gazetecilik imkânını değerlendirmeleri konusunda süreç içerisinde gelişme söz konusu mudur?

10-Yurttaş gazeteciliği kamunun daha özgün, objektif ve hızlı haber alması bakımından gelecek adına umut verici olabilecek midir?

Bu soruların meslek profesyonellerinin gözünden yanıtlarını bulmak için sektörden gazete, haber televizyon kanalı ve internet haber sitesi çalışanlarıyla iletişime geçilmiş ve olumlu dönüş yapanlarla kişisel görüşmeler yapılmıştır. Çalışma için haberin yayınlanmasında karar verici pozisyonda olan çalışanların yanı sıra haber üretimi ve seçiminde görev alan çalışanlar da bulunmaktadır. Bu şekilde yurttaş gazeteciliğinin geleneksel haber üretim modelinde karşılaşacağı her aşamada görev alan çalışanların katkısı amaçlanmıştır. Örnekle evreninde Türkiye, Yeni Şafak, Sabah ve Yeni Akit gazeteleri, Kanal 24, CNN Türk ve Show TV kanalları, [www.dunyabulteni.com](http://www.dunyabulteni.com), [www.cnnturk.com.tr](http://www.cnnturk.com.tr) internet haber portalları ve Anadolu Ajansı yer alacaktır<sup>1</sup>. Her çalışanın görüşmenin yapıldığı tarihte hangi görevde bulunduğu dipnotlarda belirtilmiştir. Burada anılan sorulardan oluşan

---

<sup>1</sup> Anadolu Ajansı'ndan görüşme yaptığımız çalışan anonim kalmak istediğini belirttiği için çalışma boyunca *Görüşmeci A* olarak anılmıştır.

görüşmeci formunun yanı sıra görüşmenin gidişatına göre sorularda değişiklik yapılmıştır. Dolayısıyla görüşmeleri yarı yapılandırılmış olarak nitelendirmek mümkündür.

Çalışmada öncelikle yurttaş gazeteciliğinin yakın tarihsel izleği ve sektörle olan etkileşimde ortaya çıkan sorunlara değinilmiştir. Görüşmelerden elde edilen bilgilerle ikinci bölümde bu etkileşime dair ortak kategoriler belirlenmiş ve profesyonellerin bu başlıklarda yurttaş gazeteciliğine bakışları yanısırlanmıştır. Sonuç bölümünde ise bu verilerden hareketle anılan etkileşim ve rekabet düzeyine dair bir değerlendirme yapılmıştır. Çalışmanın özellikle yurttaş gazeteciliğinin geleneksel haberciliğe daha fazla nasıl katkı sunabileceği konusuna ışık tutması ve bu yöndeki yeni araştırmalar için bir kıvılcım oluşturması amaçlanmaktadır.

### **Yurttaş Gazeteciliği Pratikleri ve Sınırları**

Haber ve bilgi üretim odakları son yıllarda gelişen teknolojiye bağlı olarak farklı görünümlere bürünmektedir. Esasında kitlesel dolayımın özneliği göz ardı edilirse yurttaş gazeteciliği haber üretiminde yeni bir kavram değildir. 1963 yılında ABD Başkanı John F. Kennedy'ye suikast anını görüntüleyen A. Zapruder'in amatör filmi gibi örnekler gazeteciliğin kitabında amatör habercilik, kişisel gazetecilik gibi farklı kavramlar altında bir yurttaş gazeteciliği pratiği olarak anılmaktadır (Hajek & Stefanikova, 2015). Yurttaş gazeteciliği, katılımcı gazetecilik, halk gazeteciliği gibi farklı kavramsallaştırmalarla, anılan alanda bu görünümlerin etkin biçimlerinden birisi olarak özellikle ikibinli yılların ortasından itibaren iletişim ve ilgili disiplinlerin çalışmalarına daha fazla konu olmaktadır (Yanardağoğlu, 2015). Bu tarihlemeyi yapmayı mümkün kılan gelişme ise Web 2.0 olarak bilinen ve kullanıcı odaklı içeriklere alan açmak üzere tasarlanan yeni internet tabanlı ağların ortaya çıkmasıdır. Bu noktada dijital video ve görsel üretimini erişilebilir kılan akıllı telefonların da aynı dönemde ortaya çıkması internet kullanıcılarının video, görsel, metin biçimlerini kullanarak özgün içerik üretmesini kolaylaştırmıştır. 2004 yılında kurulan video paylaşım ağı Youtube, 2005 yılında kurulan sosyal paylaşım ağı Facebook ve 2007'de kurulan mikroblog sitesi Twitter gibi mecralar kullanıcı merkezli bu içeriklerin kitlesel dolayımının boyutunu geçmişteki blog, bülten ve e-posta grupları gibi kullanıcı merkezli örneklerle nispeten olağanüstü düzeyde arttırmıştır.

Yurttaş gazeteciliğini, basitçe gelişen teknolojilerle birlikte ortaya çıkan birtakım yeni gazetecilik pratiklerinden ibaret bir alan olarak tanımlamak bu pratiklerin toplumsal düzlemde demokrasi çabalarına katkı sunan kısmını gözden kaçırmak demektir. Keza yurttaş gazeteciliğini tanımları üzerinde yürüyen tartışmaların da kesiştiği nokta budur (Campbell, 2015, s. 704). Yurttaş gazeteciliğini de ele alan çalışmada Nip (2006, s. 216) gazeteciliğin

geleneksel gazetecilik, halk gazeteciliği, etkileşimli gazetecilik ve yurttaş gazeteciliği olmak üzere dört farklı zeminde icra edildiğini söylemektedir. Yurttaş gazeteciliği bu tasnifte profesyonel maaşlı çalışanların olmadığı ve haber toplama, görselleştirme, üretme ve yayınlama aşamalarında tamamen sıradan vatandaşların yer aldığı bir alan olan değerlendirilmektedir. Bir veya birden çok insanın sivil inisiyatif veya kar amacı gütmeyen bir organizasyon olarak yürüttüğü haber blogları, web siteleri, topluluk radyoları veya gazeteler bu kapsamda ele alınmıştır. Mezkûr Web 2.0 tasarımlarının henüz doğum aşamasında çizilen bu çerçeve o dönem için yeterli olsa da Kim ve Lowrey (2015, s. 298) günümüzde sosyal medya ağlarının yurttaş gazeteciliği faaliyetlerini giderek daha çok kapsayan ve dönüştüren mecralar olduğunu vurgulamaktadır.

Yurttaş gazeteciliğini geniş bir çerçevede haber toplama, üretme ve dolayına sokma safhalarında gazetecilikle profesyonel olarak uğraşmayan vatandaşların mevcut teknolojik imkânlar dâhilinde yer aldığı yeni bir gazetecilik pratiği olarak tanımlamak mümkün gözükmemektedir. Bununla birlikte bu pratikte gazeteciliğin tanımlandığı yurttaş/vatandaş kimliğiyle ilgili sorunlar bulunmaktadır. Campbell (2015, s. 706), Irak'ın 2003 yılında ABD tarafından işgali sırasında sıradan bir Iraklı'nın gözünden savaşın anlatıldığı Salam Pax'ın kişisel weblogunu yurttaş gazeteciliğinin başarılı erken örneklerinden birisi olduğunu söylemektedir. Zuckermann'ın (2008, s. 47) kavramsallaştırdığı ve küresel kamuoyuna, bulunduğu kültürün içinden seslenerek kültürler arası köprüler oluşturan “köprü bloggerlar”, Pax örneğinde olduğu gibi ana akım medyaya alternatif sesler olarak benimsenmekte ve hatta ana akım medyaya haber kaynağı olarak katkı sunmaktadırlar. Bununla birlikte 2011 yılında Suriye'de eşcinsel bir kadının Arap Baharı sırasında yaşanan toplumsal olaylara bakışını anlatan “A Gay Girl in Damascus” weblogunun sahibinin İngiltere'de yaşayan 40 yaşında Amerikalı bir erkek çıkması gibi örnekler de bu noktada ana akım medyanın bu tür yurttaş gazeteciliği pratiklerine güvenmek için yeterli teyit mekanizmaları geliştirmedeğini ortaya koymuştur (Bennett, 2011, s. 191).

Weblog ve V(ideo)logların ana akım medya için önemli bir haber kaynağı, olayların içinden “otantik bir ses” olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte yurttaş gazeteciliğinin faaliyet alanı olarak son yıllarda Twitter, Facebook gibi sosyal medya ağları daha çok önem kazanmıştır. Bunda erişim ve üretim kolaylığı, mobil cihazlarla uyumluluk, geniş kitlelere aracısız ulaşma gibi faktörler rol oynamaktadır. Örneğin 2016 Aralık ayında Suriye'nin Halep kentinde rejim güçlerinin ablukası altında kalan muhalifler ve sivil halk seslerini yoğun olarak Twitter üzerinden dünya kamuoyuna duyurmuşlar ve böylece belki de olası bir etnik

temizliğin önüne geçen ateşkes ve tahliye anlaşmasını oluşturan şartları sağlamışlardır (Waters, 2016).

Burada önemli olan nokta yurttaş gazeteciliğinin iki etkenle doğrudan bağlantılı olmasıdır: birincisi yabancı dil faktörüdür, ana dili İngilizce olanlar için bu faktör önem arz etmezken farklı coğrafyalarda yaşayanlar için dünya kamuoyuna seslenmenin öncül koşutu İngilizce veya farklı bir yaygın dile hâkim olmaktan geçmektedir. Bu faktör olmadan ancak yerel medya aracılı bir etkileşim söz konusu olabilir (Zuckermann, 2008, s. 48). İkinci olarak ise yurttaş gazeteciliğinin aktivizmle iç içe geçmiş olması durumudur. Zira sıra dışı bir olaya şahit olmak ve bu durumu kayıt altına almak yurttaş gazeteciliğinin bir pratiği iken yurttaş gazetecisi olmak bir tercih sonucudur. Olaylara şahit olarak bunları kayıt altına alan ve gerek sosyal medya hesaplarından duyurarak gerekse ana akım medya kuruluşlarına bunları ulaştırarak belirli bir olayla ve olay süresince sınırlı yurttaş gazeteciliği pratiği aynı zamanda *kazara gazetecilik* (accidental journalism) olarak adlandırılmaktadır (Harrison, 2010, s. 248). Bununla birlikte Suriye örneğinde olduğu gibi sahadan bildiren aktivistler bu faaliyeti olayları kendi zaviyelerinden dünya kamuoyuna yansıtmak için kullanmaktadırlar.

Her iki durumda da ana akım medya kuruluşlarının bu faaliyetleri değerlendirmesi, kullanması ve hatta rekabet etmesi durumlarında birçok sorunun doğması olasıdır. Campbell'a (2015, s. 715) göre bunlardan birisi yurttaş gazetecilerin coğrafi ve yasal sınırlamalardan beri olarak ürettikleri içeriklerin gazeteciliğin kitabına göre üretilmiş içeriklerle eşit düzeyde ilgi ve kabul görmesi beklentileridir. İkinci olarak da gazeteciliği kuramsallaştıran literatürün, yurttaş gazeteciliğinin, bir pratik olarak idealize edilen gözlemci yurttaş kavramının ötesinde gözleme ve bilgilendirmeden daha geniş işlevleri olduğunu gözden kaçırmasıdır.

### **Profesyonel Medya Mensuplarının Yurttaş Gazeteciliği Pratiklerine Bakışı**

Yurttaş gazeteciliği ve yurttaş gazeteci kavramları arasında bir ayrım yapma ihtiyacı üzerine tartışmalardan hareketle iki farklı pratiği tanımlamak mümkün gözükmektedir. Zira yurttaş gazeteciliği bir pratik olarak kriz anlarında orada bulunmanın verdiği avantajla bir gazeteci refleksi göstererek olayları kayıt altına alma ve ilk ağızdan aktarma eylemini ifade etmektedir. Geleneksel gazeteciliğin haber yapma aşamalarına meydan okuyan bu türden pratikler olay anına tanıklık, mobil cihazlar veya dijital kameralarla sesli ve görüntülü kayıt alma gibi yöntemlerle elde edilen bilgilerin çevrimiçi ortamlar yoluyla kitlesel dolaşıma sokulması olarak tanımlanabilir. Yurttaş gazeteci olmak ise benzer saiklerle olay anı tanıklığıyla başlayan ve olay süresince ve hatta daha sonrasında bulunulan bölge/şehirle veya

olayın kategorik konusuyla ilgili düzenli bir şekilde haber üretme eylemini tanımlamaktadır (Allan, 2013). Bu ayrımın belirginleşmesiyle bir mesleki iştiyak yahut gönüllülük temelinde yapılan yurttaş gazeteciliği de esasında kazara gazetecilik/tanık gazeteciliği olarak tanımlanan pratiklerle geleneksel medya kuruluşlarıyla benzer bir ilişki kurmaktadır. Politik aktivizmle içiçe geçen bu tür gazeteciliğin sıradan bireylerin ürettiği içeriklere karşı yaklaşımı da irdelenmeye değer bir mesele olsa da bu çalışmanın sınırlılığı içerisinde yalnızca kazara gazetecilik/tanık gazeteciliği olarak tanımladığımız yurttaş gazeteciliği pratiklerinin geleneksel medya ile etkileşimi bahse konu edilmiştir.

Araştırma kapsamında görüşülen meslek profesyonellerinin verdikleri bilgilerden yola çıkarak yurttaş gazeteciliğine yönelik düşüncelerini belirli kategoriler altında toplamak mümkündür. Haber üretimi, haberin niteliği, işbirliği imkânları, haber doğrulama süreçleri, telif sorunları, görsel ve içerik kalitesi ve gelecek projeksiyonu başlıkları altında incelediğimiz bu görüşler ana akım medyanın yurttaş gazeteciliğine bakışımı çok yönlü olarak ortaya çıkarmaktadır. Bu başlıkların oluşturduğu zeminde sonuç bölümünde iki farklı pratiğin etkileşimleri ve rekabeti üzerine değerlendirme yapılacaktır.

### **Haber Üretimi**

Yurttaş gazeteciliği üzerine yapılan çalışmalarda bu pratiklerin farklı düzeylerde yapıldığı anlaşılmaktadır. Düzenli olarak farklı mecralardan derledikleri haberleri kişisel bloglarından veya sosyal medya ağlarından paylaşmak, bir olaya bağlı olarak, örneğin kitlesel bir gösteride olayın içinden ve olay süresince haber aktarmak veya haber değeri olan özgün bir olaya şahitlik etmek olarak gerçekleşen bu pratikleri ana akım medya kurumlarına iletmenin birçok yolu bulunmaktadır. Yurttaşlar ürettikleri haberleri, çektikleri videoyu ya da fotoğrafı sosyal medyada paylaştığı gibi ilgili kişi ya da kurumlara e-posta veya mobil haberleşme uygulamaları ile gönderebilmektedir. Bu bağlamda Görüşmeci A<sup>2</sup> yurttaşların ana akım medyayla etkileşime geçme izleklerini şöyle anlatmıştır:

“Medya mantığına veya deneyimine sahip olanlar bu paylaşımlarında ilgi göstereceğini düşündüğü basın kuruluşlarından bahsederek yani onları mention’layarak ürettikleri içerikten haberdar ediyor. Ayrıca ihbar hattı bulunan haber ajansı, televizyon ve diğer medya kurumlarının Whatsapp ve Facebook gibi sosyal medya hesaplarıyla da elindeki bilgileri paylaşabiliyor” (Kişisel Görüşme, 2016).

<sup>2</sup> Görüşmeci A, görüşmenin yapıldığı tarihte Anadolu Ajansı’nda Sosyal Medya Editörü’dür. Yurttaş gazeteciliğinin yoğun olarak yaşandığı sosyal paylaşım ağlarında dolaşıma giren haberlere karşı gösterilen refleksleri ve bu haberlere yönelik uygulanan editöryal politikaları hakkında kurumunun anlayışını öğrenmek adına görüşlerinden ve deneyimlerinden faydalanılmıştır.

Sosyal medya ağlarında isim etiketlemesi (mention'lama) yöntemiyle vatandaşlar medya kurumlarının ilgisini görece kolay bir şekilde çekmektedir. Blog yazarları ise kendi bloglarında haberlerini yayınlamaya çalışmaktadırlar. Bütün bu işlemler dakikalar içerisinde yapılabilmektedir.

Haber üretimindeki ve değişik mecralar aracılığıyla hedef kitleye iletimindeki bu kısa süre “çok hızlı bayatlayan” haberin daha da hızlı bayatlamasına yol açmaktadır. Eğer aynı olaya birden fazla yurttaş tanık oluyor ve haber yapabiliyorsa bu süre daha da kısalabilmektedir. Yurttaşların bu anlamda düşündükleri ilk soru haberin maddi karşılığını alıp alamayacağıdır. Ersoy Dede<sup>3</sup>, medya kuruluşlarıyla bir olay üzerine iletişime geçen tanıkların elde ettikleri fotoğraf ya da video kaydı için bir gelir elde etme maksadı güttüklerini, bir gelir elde edemeyeceklerine kani olduklarında ise bilabedel sosyal paylaşım hesaplarında paylaştıklarını belirtmektedir. Buna rağmen ilgili görsellerin oldukça hızlı bir şekilde yayılarak rağbet gördüğü anlaşılmaktadır (Kişisel Görüşme, Aralık 2016)

Oysa İnternet yaygınlaşmadan ve sosyal paylaşım ağları gelişmeden önce habere ulaşma, haberi elde etme, hazırlama ve iletmeye imkânları oldukça kısıtlıydı. Okuyucuların yapabilecekleri tek şey ilgili bir medya kuruluşunu arayarak konuya ilişkin bilgi vermektir. Bunun için okuyucuların duyarlı olması ve takip ettikleri medya ile iyi ilişkiler içinde bulunması gerekiyordu. Sabah Gazetesi Haber Koordinatörü Şaban Arslan bu konuda ilginç bir detaya vurgu yapmaktadır:

“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 oradan fotoğraf çekiyor anında sosyal medyada yayılıyor. İnsanların artık televizyonu ya da gazeteyi aramalarına gerek kalmadan o olay yarım saat içinde tüm dünyaya yayılıyor” (Kişisel Görüşme, 2016)

Haberlerdeki bu hızlı yayılma bir anlamda gazetelerin ve televizyonların elindeki haber hâkimiyetine de meydan okumaktadır. Artık olayların ilk olarak ajanslardan, radyodan veya televizyon kanallarından yayıldığı miti ortadan kaybolmaktadır. Fatih Özkanoglu<sup>4</sup> gelişen teknoloji ve internetle birlikte bu araçlara erişimi olan herkesin potansiyel bir haberci veya haber kaynağı olduğunu söylemektedir (Kişisel Görüşme, 2016).

<sup>3</sup> Ersoy Dede, görüşmenin yapıldığı tarihte Kanal 24 Yayın Danışmanı'dır. Önceki görevlerinde de haber üretim süreçlerinde karar verici pozisyonlarda bulunan bir profesyonel olarak haberlerin editöryal aşamalarında karar verme süreçleri açısından görüşlerinden ve deneyimlerinden faydalanılmıştır.

<sup>4</sup> Fatih Özkanoglu, görüşmenin yapıldığı tarihte Yeni Şafak gazetesi İstihbarat Muhabiri'dir. Haber üretim süreçlerinde bulunan bir profesyonel olarak yurttaş gazeteciliği pratiklerine bakışını öğrenmek adına görüşlerinden ve deneyimlerinden faydalanılmıştır.



Bilginin bu denli hızlı yayılması özel haberciliği de ciddi anlamda sekteye uğratmıştır. Şaban Arslan<sup>5</sup> Whatsapp ihbar hatları bulunduğunu fakat bunun daha önceleri telefon ihbar hatlarından pek farkı olmadığını söylemektedir. Zira habere konu olay medya kurumuna ulaşmadan dedikodu mahiyetinde bile olsa sosyal medya ağlarında yayılmaktadır. Bu durum kurumların özel haber yapma yeteneğini de sınırlandırmıştır (Kişisel Görüşme, Aralık 2016).

Haberlerin yayılmasındaki bu hız paradoksal olarak bazı tehlikeleri de beraberinde getirmektedir. Televizyonlar ve internet haber portalları sürekli olarak haber akışlarını değiştirirken, her an yanlış yapma veya yanlış bilgi verme gibi bir tehlikeyle de karşı karşıyadır. Fatih Özkanoglu'na göre haber siteleri arasında yaşanan bu rekabetin sonucunda yanlış haberlerin sayısı artmakta ve internet haber sitelerinin güvenilirlikleri olumsuz yönde etkilenmektedir (Kişisel Görüşme, 2016)

### **Haberin Niteliği**

Yurttaşların hazırladığı metinlerin haber niteliği taşıyıp taşımadığı hususu profesyoneller tarafından hep tartışagelmiştir. Çoğu gazeteci kendilerine ulaşan bilgilerin haberin taşınması gereken ilkelere sahip olmadığını bu nedenle eğer bu bilgileri kullanmak durumunda kalırsalar haber niteliği kazandırmak zorunda olduklarını dile getirmektedirler.

Görüşmeci A bu nedenle yurttaşları gazeteci değil, ama gazeteciliğe katkı sunabilen bireyler olarak değerlendirmekte ve “yurttaş gazeteciliği” kavramını sorgulamaktadır:

“Bu hususu habercilik temelinde muhbir, muhabir ayrımıyla açıklayabiliriz. Muhabir olabilmek için bir ana bilim dalı olan gazetecilik formasyonunun edinilmesi gerekir. Ayrıca tedrisatın sahada usta-çırak ilişkisiyle pekiştirilmesi şarttır. Aksi halde son derece dikkatli olunmayı gerektiren bir meslek olan gazetecilikte yapılan küçük bir hata bile bazen korkunç sonuçlar doğurabilir. Dolayısıyla eline kamera geçiren herkesi gazeteci olarak değerlendirmek vahim bir hata olacaktır” (Kişisel Görüşme, 2016).

Görüşmeci A'nın yurttaşların ürettiği haber niteliği taşıyan verilere karşı profesyonellerin yaklaşımını açıklayan bu vurgusu önemlidir. Zira gazeteciliğin gerektirdiği sorumlulukları taşımayan kişilerce üretilen verilerin profesyoneller tarafından çoğu zaman işlenmemiş ham bilgi olarak görüldüğü anlaşılmaktadır.

---

<sup>5</sup> Şaban Arslan, görüşme yapıldığı tarihte Sabah Gazetesi Haber Koordinatörü'dür. Gazetenin tüm haberleştirme süreçlerinde karar verici pozisyonda olan bir profesyonel olarak görüşlerinden ve deneyimlerinden faydalanılmıştır.

Hamit Kardaş<sup>6</sup> benzer bir soruna vurgu yaparak haber değeri taşıyan bir olayın kayıt altına alınmasıyla profesyonel gazeteciliğin gereksinimleri konusunda ciddi farklar bulunduğunu ve yetersiz vatandaşların hazırladıkları haberlerin de yetersiz kaldığını ifade etmektedir (Kişisel Görüşme, 2016). Ömer Faruk Şahin<sup>7</sup> de aynı minvalde gazeteciliğin eğitim, bilgi ve tecrübe boyutuna dikkat çekmektedir. Yurttaş gazetecilerinin de haber üretmek, çoğaltmak ve analiz etmek için gerekli yetkinliğe sahip olmaları gerekmektedir (Kişisel Görüşme, 2016).

Görüşmeci A da benzer görüşlere işaret ederek yurttaşlardan gelen bilgilerin haber özelliklerinden mahrum içerikler olduğunu belirterek nitelikli haber olarak kabul edilemeyeceğini vurgulamaktadır. Buna göre bir haberin nitelik, biçim ve içerik anlamında sahip olması gereken vasıflar mevcuttur. Bu vasıflardan yoksun veriler ancak bir profesyonelin eliyle haber formuna uygun hale getirilip dolayına sokulabilmektedir (Kişisel Görüşme, 2016)

Bununla birlikte Süleyman Arıoğlu<sup>8</sup> üretilen içeriklerin yetersizliğinden ziyade yurttaş gazeteciliğinin habere ulaşmanın aracısız yolu olarak görülmesi gerektiğini, zira mevcut medya sahipliği ikliminde vatandaşların gerçek bilgiye en dolaysız şekilde yurttaş gazetecileri üzerinden ulaşabileceğini söylemektedir (Kişisel Görüşme, 2016).

Her ne kadar bir olayı haberleştiren yurttaşların yaptıkları iş profesyonel olmasa da medya profesyonelleri yurttaşlardan kendilerine bilgi gelmesini önemsemekte ve hatta Whatsapp veya farklı ihbar hatları vererek vatandaşları özendirmekte ve özellikle kendilerine ulaşmaya teşvik etmektedir. Aksi takdirde sosyal medyada olayların ana akım medyadan önce yer alması geleneksel medyaya bir meydan okuma olarak algılanmaktadır. Zira gerek bu tür ihbar hatlarından gerekse sosyal paylaşım ağlarından gelen haberler özel ve gündeme dair kimi zaman atlanmış haberleri içermektedir. Bu gibi durumlarda yurttaşlardan gelen haberler bültenlerin niteliğine önemli katkı sağlamaktadır (Aksoy, Kişisel Görüşme, 2016).

Vatandaşların gerek bilgi düzeylerinin yetersizliği ve gerekse ellerindeki teknik ekipmanların niteliklerinin kifayetsiz olması nedeniyle ürettikleri metinler mesleki standartların altında kalmaktadır. Oysa geleneksel medya sorumluları ellerine ulaşan metinlerin görüntü ve içerik kalitesinin kendi standartlarına uygun olmasına özen

---

<sup>6</sup> Hamit Kardaş, görüşmenin yapıldığı tarihte [www.dunyabulteni.com](http://www.dunyabulteni.com) internet haber portalında Yazı İşleri ve Haber Müdürü'dür. Portalın tüm haberleştirme süreçlerinde karar verici pozisyonda bulunan bir profesyonel olarak görüşlerinden ve deneyimlerinden faydalanılmıştır.

<sup>7</sup> Ömer Faruk Şahin, görüşmenin yapıldığı tarihte Yeni Akit Gazetesi Ankara Muhabiri'dir. Sahada haber yapma pratiğini uygulayan bir profesyonel olarak görüşlerinden ve deneyimlerinden faydalanılmıştır.

<sup>8</sup> Süleyman Arıoğlu, görüşmenin yapıldığı tarihte [www.cnnturk.com.tr](http://www.cnnturk.com.tr) portalında Haber Editörü'dür. Bir haber kanalı olan CNN Türk'ün İnternet mecrasının haber akışı süreçlerinde karar verici pozisyonda bulunan bir profesyonel olarak görüşlerinden ve deneyimlerinden faydalanılmıştır.

göstermektedir. Özellikle görüntü kalitesi düşük olan görselleri, haber çok önemli değilse, kullanmamayı tercih etmektedirler. Bununla birlikte ihbar hatlarından veya sosyal medyadan gelen bilgiler doğrultusunda eğer eldeki veriler yetersiz veya niteliksizse habercilerin gelen bilgiden yola çıkarak bizzat olay yerine gitmeleri de söz konusu olmaktadır (Dede, Kişisel görüşme, 2016).

Keza Fatih Selek<sup>9</sup> özellikle video paylaşımlarının görsel kalitelerinin gazeteler için çoğu zaman yetersiz kaldığını ve bunlardan ancak olayla ilgili hiçbir nitelikli fotoğrafa ulaşamadıysa istifade edildiğini belirtmektedir. Bu gibi teknik tereddütlerin yanı sıra yurttaş gazeteciliğinin büyük toplumsal olaylarda önemini vurgulayan Selek medya kurumlarının personel olarak yetersiz kaldıkları anlarda bu kaynaklardan yararlandığını ifade etmektedir:

“15 Temmuz’da darbenin püskürtülmesinde vatandaşın çektiği görüntüler, paylaştığı bilgiler çok etkili oldu. Hem geleneksel medya hem de internet medyası bunları haberleştirdi. Kışla önlerinde nöbet tutan insanlar, fotoğraflarını sosyal medyada paylaşarak hem baskı oluşturdu hem de gazete, televizyon ve internet sitesine ihbar anlamında haber akışı sağladı. Atatürk Havalimanı’ndaki terör saldırısına dair ilk görüntüler sosyal medya üzerinden yayıldı” (Kişisel Görüşme, 2016)

Hamit Kardaş internet haberciliğinde yurttaşlardan gelen bilgi, belge ve haberler konusunda daha duyarlı ve toleranslı davranıldığını söylemektedir. Haber sitelerinin hızlı haber verme amacıyla özellikle sosyal ağlardan yayılan bilgileri anında okuyucularına ulaştırmaya çalıştığını ve bu durumun çoğu zaman teyit mekanizması olmadan gerçekleştiğini söyleyen Kardaş son zamanlarda bu tür sitelerde haberlerin geri çekilmesinin olağanlaştığına dikkat çekmektedir. (Kişisel Görüşme, 2016).

Fatih Özkanoglu ise internet gazetecilerinin geleneksel medyadan farklı bir yerde konumlandığını kabul etmektedir. Zira ana akım kurumlara nazaran daha geniş kaynaklara sahip olan internet haber siteleri yazılı ve görsel medyanın yanı sıra sosyal medyada dolaşıma giren bilgileri de hızlı bir şekilde haberleştirme imkanına sahip olmaktadır. Keza internet haber sitelerini tercih eden kullanıcıların da beklentisi bu yönde olduğundan gelen bilgilerin hızlıca işlenmesi önem kazanmıştır (Kişisel Görüşme, 2016).

Geleneksel medya kurumlarıyla internet tabanlı kurumların yurttaş gazeteciliği pratikleriyle üretilen haberlere farklı yaklaşımlar geliştirdiği anlaşılmaktadır. Geleneksel kurumlar ulusal ölçekte çok geniş kitlelere hitap ettiği için bu tür bilgilerin doğrulama

<sup>9</sup> Fatih Selek, görüşmenin yapıldığı tarihte Türkiye Gazetesi Haber Müdürü’dür. Tüm haberleştirme süreçlerinde karar verici pozisyonda bulunan bir profesyonel olarak görüşlerinden ve deneyimlerinden faydalanılmıştır.

süreçlerine daha fazla önem vermektedir. İnternet gazetecileri ise bu süreçleri önemsemekle birlikte internetin doğası gereği en önce haber veren olma yarışını göz ardı etmekte zorlanmaktadır. Zira kullanıcıların bu yöndeki beklentilerini karşılamamak kurumun mevcudiyetinin sonlanması riskini doğurmaktadır.

Her ne kadar sosyal medyanın haberciliğe kattığı hız olgusu kimi zamanlarda ciddi yanlışlıklar yapılmasına, doğru olmayan bilgilerin iletilmesine yol açsa, toplumsal yaşam açısından olumlu boyutları da söz konusudur. Özellikle 15 Temmuz 2016'da gerçekleşen darbe girişimine karşı tepkilerin sosyal medya üzerinden hızla yayılmasının ve toplumun bu sayede darbecilerin bulunduğu bölgelere yönelmesinin darbenin akim kalmasında etkili olduğu görülmüştür. Bu gibi durumlarda bilgilerin hızlı yayılması toplumsal refleksin gösterilmesi için önem arz etmektedir (Özkanoglu, Kişisel Görüşme, 2016).

### **İşbirliği İmkanları**

Geleneksel medyanın yurttaş gazetecilerini teşvik etmek adına belli alanları onlara tahsis etmesinin gerekliliği zaman zaman vurgulanmaktadır. Ancak aynı görüşün geleneksel medya yöneticilerinde olup olmaması gerektiği konusunda çok da netleşmiş bir kanaatin oluştuğunu söylemek oldukça güçtür. Bu belirsizlik medya kurumlarında bu tür alanlar açmak konusunda kesin bir kanaat hâsıl oluşmadığı ve bu tür alanların geleneksel medya mecralarında yer bulması için henüz erken olduğu görüşüyle açıklanmaktadır (Dede, Kişisel Görüşme, 2016). Keza geleneksel medya kurumlarının her geçen gün küçülmeye gitmesi ve bu tür alanların oluşturulmasının getireceği muhtemel iş ve maliyet yükü de bu etkenler arasında sayılmaktadır (Şahin, Kişisel Görüşme, 2016).

Görüşmeci A, yurttaş gazeteciler için alan açma imkanının internet mecrasında göreceli olarak daha fazla olduğunu ve bazı internet haber portallarında yurttaş haberleri için ayrıca alanlar bulunduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte bu alanların yine bir profesyonelin süzgecinden geçmesi zorunludur:

“Bu mecralar son derece sorunlu olabilmektedir. O nedenle editör seviyesinde tecrübeli bir habercinin süzgecinden geçirilmeden bu tarz metinlerin yayınlanması hem metinde adı geçen kişi, kurum ya da kuruluşlar bakımından hem de yayıncı kuruluş bakımından hukuki yaptırımlara varabilecek çeşitli sakıncalar doğurabilmektedir” (Kişisel Görüşme, 2016).

Geleneksel medyada olduğu gibi ajanslarda da yurttaş gazetecilerinden gelen içerikler ya ilgili haber birimleri ya da görsel haberler/yeni medya gibi birimler tarafından ele alınarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla yurttaş gazetecileri veya vatandaştan gelen yazılı ve görsel içerikleri için oluşturulan ayrı bir mecra bulunmamaktadır (Selek; Görüşmeci A, Kişisel Görüşme 2016).

Hamit Kardeş medya kurumlarının yurttaş gazetecileri için ayrı bir alan açmasa da sosyal medya ve yeni medya kaynaklarını takip için özel birimler oluşturduğunu belirtmektedir (Kişisel Görüşme, 2016). Bununla birlikte meslek profesyonelleri internet sayesinde popüler olan yurttaş gazetecilerinin görüşlerine başvurmakta ve bu kişiler kimi zaman bu sayede profesyonel olarak mesleğe katılmaktadır (Arslan, Kişisel Görüşme, 2016).

Haber kaynakları arttığı ve çeşitlendiği gibi, kendilerine göre farklılık arz eden bu haber üreticileriyle hangi prensipler doğrultusunda işbirliği yapılabileceğinin de taraflarca belirgin olması gerekmektedir. Sözelimi ana akım medyanın ulaşan haberin doğruluğundan kuşku duymaması, haberi gönderen eserinin telifini alabilme konusunda tereddüt yaşamaması, metin üretirken ne gibi haber ilkelerine uyması gerektiği konusunu bilmesi, haberde üreticisinin imzasının yer alması gibi ilkelerin yaşamsallaşmasının bu işbirliği imkânlarını geliştireceği açıktır. Yurttaş gazeteciliğinin bir kurum olarak gelişebilmesi için bu tür ilkesel düzenlemeler hayati önem taşıırken görüşmelerden hareketle bu yönde henüz yeterli adımların atılmadığı görülmektedir. Bu konuda tatmin edici düzeyde gelişmenin olmadığını belirten Ersoy Dede bunun sebebini yurttaş gazeteciliğiyle yayılan bilginin takibinin ve sonuçlandırılmasının halen geleneksel medya tarafından yapılmasıyla 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...” (Kişisel Görüşme, 2016).

Fatih Selek kurumların Whatsapp ihbar hatlarıyla yurttaş gazeteciliği pratiklerine ulaşmaya gayret ettiğini, bu etkileşimin arkasında sektörde personel istihdamının daralmasının da önemli bir faktör olduğunu söylemektedir:

“Gazetelerin eskiden olduğu gibi geniş muhabir kadrosu yok. Basılı ve görsel medya daha çok ajans haberleri üzerinden yürüyor. Kuş uçmaz kervan geçmez yerlerde meydana gelen olaylar, vatandaşın çektiği görüntüler sayesinde okuyucu ve izleyiciyle buluşuyor. Bu sırada ilginç şeyler de olabiliyor. Ankara’da bir grup şehir eşkiyası toptancıları basmıştı. Vatandaş görüntüsünü çekip bir televizyon kanalına gönderdi, kanal yayınladı. Polis bu sayede adamları yakaladı. Bu işe meraklı vatandaşlar özgün çalışmalar da yapıp gönderiyor” (Kişisel Görüşme, 2016)

Şaban Arslan da internetle yaygınlaşan bilgi akışının muhabir istihdamını daralttığını belirtmektedir:

“Eskiden haber bulmak zor olduğu için medya kurumları daha çok muhabir buldurmak zorundaydılar. Belediye başkanları, bakanlar vb. herkesin programını

takip etmek için muhabir görevlendiriliyordu. Sizin oradan haberi alabilmeniz için muhabirinizin olması gerekiyordu. Hastanelerin acil servislerinde bile muhabirler vardı. Sabah gazetesinin sadece İstanbul’da iki yüz muhabiri vardı. Müthiş bir haber sirkülasyonu vardı ama şimdi o haber bize gelene kadar tükenmiş oluyor. O yüzden daha az muhabir çalıştırıyoruz” (Kişisel Görüşme, 2016).

Bu yeni süreçte kurumlar çok fazla muhabir istihdam etme yükünden kurtulmasına rağmen bu imkanı sunan kişi ve teknolojilere ilişkin ilkesel bir düzenlemenin olmadığı anlaşılmaktadır. Her ne kadar bu anlamda kurumsal bir işbirliği konsepti geliştirilmemiş olsa da TRT Haber’in 2012-13 yıllarında yayınladığı *Haber Sizziniz* programı veya 15 Temmuz sürecinde TRT’nin yurt genelinde darbe girişimi esnasında gelişen olayları haberleştirmek için yurttaşlarla geliştirdiği işbirliği süreçleri bulunmaktadır.

TRT Haber’de yayınlanan *Haber Sizziniz* programı tamamen yurttaşların ürettiği video ve fotoğrafla desteklenen haber metinlerinden oluşan özgün bir format olarak önemli bir girişimi temsil etmektedir. Bu programa kendi sitesi üzerinden haberlerini yükleyen vatandaşların sayısı program süresince beş bini aşkın bir sayıya ulaşmıştır. Vatandaşlar buldukları çevreden haberleri bu site aracılığıyla paylaşmışlar ve televizyonda yaptıkları haberleri izleme fırsatı bulmuşlardır. Hatta bazı haberlerin doğrudan TRT Haber’in haber bültenlerinde kullanılacak ölçüde nitelikli olduğu görülmüştür (Hamamcı, 2014, s. 32-33).

Öte yandan 15 Temmuz darbe girişiminde olduğu gibi vatandaşların kaydettiği fotoğraf ve görüntüleri bir araya toplama amacıyla TRT ve AA’nın yaptığı çağrı yurttaş gazeteciliği ile geleneksel kurumların kurduğu farklı bir işbirliği modeli olarak öne çıkmıştır:

“15 Temmuz başarısız darbe girişiminde vatandaşların kaydettiği videolar için özel hesaplar açıldı. Anadolu Ajansı ve TRT bu içerikleri açtıkları özel hesaplarla mail ve Whatsapp üzerinden aldılar. Hukuki olarak da gerekli süreç takip edilerek bunlar kurumların kullanabileceği şekilde arşivlendi. Bazıları sosyal medyada kullanıldı, TRT ekranlarında ve AA aboneli televizyon kanallarında ve internet sitelerinde yayınlandı. Bazıları da ileride kullanmak veya dava detayları belli olunca olaylar ve belgelerle ilişkilendirmek veya belgeselleştirmek için saklandı. Ama bu sadece proje bazlıydı ve görseller toplandıktan sonra bu hesaplar pasif oldu. Sadece 15 Temmuz videoları toplanıyordu ve kısıtlı bir süre içinde” (Görüşmeci A, Kişisel Görüşme, 2016)

Bu tür yeni örnekler yurttaş gazeteciliğini teşvik etse de süreli ve sınırlı bir alan oluşturmaktan öteye gidememiştir. Yurttaş gazeteciliğinin gelişebilmesi için sektörün bu yeni alanı tanınması ve bünyesinde bu pratiklere yönelik birimler oluşturması gerekmektedir. Ancak günümüzde bu anlamda umut verici yeniliklerin yapıldığı ve adımların atıldığı söylenemez:

“Henüz böyle bir çalışmanın başladığını görmedim. Ama gazeteciliğin tarihinden beri adı konmamış bir ilişkiyi yürüten mekanizmalar olmuştur. En açık örneği rahmetli Ahmet Vardar gibi (Sabah Gazetesi) ya da Yalçın Bayer gibi (Hürriyet Gazetesi)

kalemlerin onlarca yıldır vatandaş istihbaratını geleneksel medyaya taşıdığını söyleyebiliriz” (Dede, Kişisel Görüşme, 2016).

Görüşmeciler medya kurumlarında bu anlamda bir kurumsal planlama olmadığını dile getirerek sosyal medya editörleri dışında yurttaş gazeteciliğine yönelik yeni yapılanmaların oluşmadığını belirtmektedir. Kimi kuruluşlarda bu konuyla ilgili editörler görevlendirilmişse de bu çalışanların gelen haberleri tahsis ve tetkik ederek yeniden üretme dışında görevleri bulunmamaktadır (Görüşmeci A; Kardaş; Selek, Kişisel Görüşme, 2016). Ana akım medya kurumlarının yurttaş gazeteciliğini geliştirmek adına özel bir çaba içinde olmadığı anlaşılmaktadır. Bu pratikleri profesyonel haberciliğin bir parçası görmekten çok yaptıkları haberlere kaynak vazifesi gördüğünü düşünmektedirler.

### **Haber Doğrulama Süreçleri**

Haber etiğinin en önemli ilkelerinden birisi haberin doğru olmasıdır. Muhabir haberini hazırlarken doğruluğuna emin olmadığı, kuşkulu bulduğu hususlara yer vermemelidir. İzleyici veya okuyucunun, haberin doğruluğundan kuşku duymaması ve bilgilerin doğruluğunu teyit etmek için başka kaynaklarda doğrulamaya ihtiyaç duymaması gerekmektedir.

Yalan haber muhabirin itibarına zarar verebileceği gibi kurumun da itibarını zedeleyebilir. Bu nedenle büyük medya grupları bu konuda olabildiğince hassasiyet göstermektedir. Ancak bütün medya mecralarının haberi teyit imkânları farklılık gösterebilmektedir. Ersoy Dede “Geleneksel medyanın elindeki teyit olanakları yurttaşlara oranlara daha fazla. Yetkililerle temas kurarak haber için çalışılabilir.” diyerek ana akım medyanın haberi doğrulama imkânlarının daha gelişmiş olduğuna dikkat çekmektedir (Kişisel Görüşme, 2016). Muharrem Can<sup>10</sup>, birçok profesyonelin yurttaş gazetecilerinden gelen haberlere şüpheyle baktığını belirtmektedir. Gazeteciliğin kurumsallaşmış ilkeleri gözetilmeden yapılan haberlerin yanıltıcı olma ihtimalinin yanında yurttaş gazetecilerinin belirli bir politik ajandayla hareket etmesi de bu tereddütlerin etkenlerindedir (Kişisel Görüşme, 2016)

Bununla birlikte özellikle olayların hızla ve peşpeşe vuku bulduğu anlarda, haberin doğruluğunu tespit edebilmek için yeterli vakit olmayabilir. Fatih Selek bu bağlamda sosyal medya okur-yazarlığının önemini dile getirmektedir:

“Haber ve bilgilerinin doğruluğunu aslında geleneksel medyada daha doğru tespit edebiliriz. Bir Google araması veya fotoğrafın kaynağının tespit edilmesi çok şeyi değiştirir; ama olağanüstü durumlarda sosyal medyada bilgi akışı oldukça hızlıdır, bu durum bazen bilgi akışlarının kirliliğine neden olmaktadır. İnternet kullanıcıları kriz

<sup>10</sup> Muharrem Can görüşmenin yapıldığı tarihte CNN Türk kanalında Haber Editörü’dür. Haber seçme ve yayına hazırlama süreçlerinde bulunan bir profesyonel olarak görüşlerinden ve deneyimlerinden faydalanılmıştır.

anında her bilgiye inanmak isterler bu neden bunun önüne geçebilmek için bilinçli medya-okur yazarı olmak gerekmektedir” (Kişisel Görüşme, 2016).

Şaban Arslan da internet ve sosyal medyanının spekülasyona açık olduğuna işaret ederek bu anlamda habercilik açısından buralardan faydalanırken daha titiz davranılması gerektiğini vurgulamaktadır:

“Sosyal medya mesela iyi bir haber kaynağı ama elbette bir teyit mekanizması işletiyoruz. Çünkü sosyal medya spekülasyona ve provokasyona çok açık. Mesela bana Whatsapp’tan Almanya’da bir bilbordan fotoğrafı geldi. Mülteci yurdunun karşısında “Hristiyan olun Almanya’da kalın” mealinde bir şey yazıyormuş. Ben bunun iyi bir haber konusu olduğunu düşündüm, hemen Almanya büromuzu aradım çocuklara sordurttum. Gerçekten varmış böyle bir bilbord ama gerçekten mültecilere yönelik mi bilmiyoruz, onu araştırıyorlar şimdi. Tabi bu fotoğraf çoktan yayıldı gitti, internet siteleri haber yaptı ben hala emin değilim çünkü henüz doğrulamadım. O yüzden gazetecilerin bu tür konularda hassas olmaları gerekiyor” (Kişisel Görüşme, 2016).

Kuşkusuz gazetecilerin kullanabildikleri en sağlam teyit mekanizması kamu kurumlarıdır. Ayrıca habere konu olan olay yerindeki tanıklardan da bu anlamda yararlanılabilir. Dolayısıyla muhabirin mutlaka olay yerine giderek incelemelerde bulunması gerekmektedir (Arslan, Kişisel Görüşme, 2016). Bununla birlikte internet haber portallarının bu süreçleri dikkate almadığına ilişkin yaygın bir kanaat söz konusudur. Hamit Kardaş’ın da vurguladığı gibi “internet medyası günümüzde haber için emek harcamayı hala göze almamakta, haberi olduğu gibi, çoğu zaman teyit bile etmeden girmeyi göze almaktadır. Nasılsa geri çekmesi basılı ve görüntülü medyaya göre çok kolaydır” (Kişisel Görüşme, 2016).

Ajans haberciliğinde ise biraz daha farklı teyit mekanizmalarını devreye sokulmaktadır. Görüşmeci A, haberin öncelikle yerel kaynaklardan teyit edilmeye çalışıldığını, ikinci aşamada ise editörlerin üye olduğu Whatsapp grubu içinde paylaşıldığını ve içeriğin daha önce farklı bir yerde paylaşıldığı düşüncesi hâsıl olursa haber olarak kullanılmadığını söylemektedir. Bununla birlikte yurttaş gazetecilerden gelen verilerin doğrulanma sürecini şöyle açıklamaktadır:

“Aslında öncelikle yurttaş gazeteciye soruluyor, siz mi kaydettiniz diye. Görsel içerikler için, gönderen eğer başkasından aldığını söylese, görüntüyü kaydeden kişinin göndermesini istiyoruz. Kendisi kaydettiğini beyan ederse buna dair yazılı bir metni ve kullanım haklarını ilgili kuruma devrettiğine dair anlaşmayı imzalaması isteniyor. Yine AA’nın 15 Temmuz görselleri için açtığı Whatsapp hesabından örnek vermek gerekirse, Ankara’daki Cumhurbaşkanlığı Külliyesi önündeki yola helikopterden ateş açılan görüntü bu hesaba 10’dan fazla kişi tarafından bir açıklama yazılmadan gönderildi. Birkaç gün için birçok televizyon kanalında da bu görüntü yer



aldı. İlgi çeken bu tarz içerikler de halk arasındaki gruplarda yayılıyor. Gruptan alınan içerik de bu şekilde paylaşılıyor.”

Anadolu Ajansı’nda olduğu gibi teyit ve telif mekanizmalarının birlikte yürütülmesi ortaya çıkacak haberin güvenilirliği açısından en doğru yöntem olarak görülmektedir. İnternet sitelerinin doğrulama süreçlerini by-pass ederek haberi hemen paylaştığı, gazete ve televizyon gibi kurumlarınsa inşası yıllar almış güvenilirliklerini korumak adına teyit süreçlerinde daha hassas olduğu anlaşılmaktadır. Ahmet Can Aksoy bu hassasiyeti şöyle açıklamaktadır:

“Show Haber için şöyle söyleyebilirim. Davalık konularda tutanak ve mahkeme belgeleri ya da görsel bir şey var ise görüntü üzerinden ekip olarak tartışarak görüşerek bir süzgeçten geçiriyoruz ve böylece gerçeği ilk önce mantığımızda oturuyoruz. Tabi önümüze sunulan materyaller çok önemli” (Kişisel Görüşme, 2016).

Yurttaş gazeteciliğinin meslek ilkeleri ve yasalar kapsamında çizilen sınırlara göre düzenlenmemiş olması da sektör ve kamuoyu açısından sıkıntılar yaratmaktadır. Özellikle internet haber portallarının sosyal medyadan yayılan bilgiler doğrultusunda sansayonel haber paylaşma arzusu haber doğrulama süreçleri gözetilmediğinde telafisi mümkün olmayan sonuçlara yol açmaktadır. Bu tür bir haberin bir internet sitesinde yayınlanması yanlış habere meşruiyet kazandırmakta ve bu haber geri çekilse yahut hakkında düzeltme yayınlansa dahi telafisi mümkün olmamaktadır (Özkanoglu, Kişisel Görüşme, 2016).

Geleneksel medyanın doğası, işleyişi ve imkânları nedeniyle, yurttaş gazeteciliğinin internet medyası için daha elverişli bir alan olduğu söylenebilir. Ersoy Dede, geleneksel medyanın doğrulama süreçlerinde internet haber kaynaklarından daha hassas davrandığını ifade ederek “Örneğin bir sitede ‘bu görüntülerin tam olarak ne zaman çekildiği bilinmiyor’ ya da ‘görüntüdeki bu kişinin yakalanıp yakalanmadığı bilinmiyor.’ gibi ifadelerle bazı çarpıcı görüntüler paylaşılabilir. Ama bu ifadelerle bir gazete haberi çok sık görmüyoruz” demektedir (Kişisel Görüşme, 2016).

Yurttaş gazetecilerinden haberin internet portallarına ulaşması ve dakikalar içerisinde yayınlanması teknik olarak kolaylıkla mümkündür. Ancak bunun kimi zamanlarda çok riskli olduğu da bilinmektedir. Fatih Özkanoglu, “Bazı vatandaşlar, mail yoluyla elindeki ‘haberleri’ bize ulaştırıyor. Her zaman yeni kaynaklar peşinde olan gazeteciler için bu yadsınamaz bir nimet ama aynı zamanda da büyük bir risk. Çünkü gelen belgelerin sizi yanıltmak için gönderilmediğinden hiçbir zaman emin olamazsınız” diyerek bilgi paylaşım sürecinin art niyetli kişilerin istismarına da açık olduğuna işaret etmektedir (Kişisel Görüşme, 2016). Anadolu Ajansı ise bu konuda olabildiğince hassas davranarak haberin kaynağını doğrulamadan üretilen haberi servise koymayarak yanlış haberin internet portalından

yayınlanmamasının önüne geçmektedir (Görüşmeci A, Kişisel görüşme, 2016). Muharrem Can ise ancak İnternet okuryazarlığı gibi farkındalıkların artmasıyla yurttaş gazetecilerin ürettikleri içeriklerin niteliksel olarak belirli bir düzeye ulaşabileceğini düşünmektedir (Kişisel Görüşme, 2016).

Sektör ve yurttaş gazeteciler arasındaki haber akışında işleyişin bünyesinde taşıdığı sorunların giderilmesi sektörün geleceği açısından önemlidir. Her ne kadar sektör çalışanları bu sorunların yakın zamanda çözülmesi yönünde umutsuz olsalar da sektörün kendi meslek etik ilkelerine uyması bu konudaki en önemli çıkış yolu olarak gözükmektedir.

### **Telif Sorunları**

Yurttaş gazeteciliğinin bir uğraş ve gazetecilik mesleğinin bileşeni olması için belli bir tanımının olması, yasal sorumluluklarının, ilkelerinin tespit edilmesi ve yaptıkları işin telif boyutunun da sınırlarının ortaya konulması elzemdir. Tarafların bu anlamda üretilen işin maddi karşılığının ne olduğu konusunda açık bir uygulama gerekmektedir. Ersoy Dede'nin bu anlamda çizdiği çerçeve ideal olan ilişki biçimini tarif etmektedir:

“Yurttaş gazetecilerinin de bir anlamda bu yaptıkları işlerin bir telif değeri olduğunu kabul etmemiz gerekiyor. Nasıl ki televizyonlar ajanslara haber ve görüntü için bir bedel ödüyorsa, kişilere de işlerinin telifi ödenmeli ve muhakkak yayınlarda imzası kullanılmalı. İmkânlar ölçüsünde görüntüyü kaydeden kişinin tanıklığı haberde (mülakat ya da başka tekniklerle) değerlendirilmeli” (Kişisel Görüşme, 2016).

Her ne kadar medya çalışanları arasında böyle bir kanaat var olsa da uygulamada durumun pek de iç açıcı olmadığı görülmektedir. Türkiye şartlarında yurttaş gazetecilerden elde edilen içeriklere telif ödenmesi bir yana sektörün kendi arasında dahi telif yasaları gözetilmemektedir. Özellikle bahsi geçen tanıklıkların artması meselesi bu konuda da kendisini göstermekte ve medya kuruluşları bir haberi eğer başka bir yerden ücretsiz elde edemeyeceklerine kani oldularsa telif ödemeyi kabul etmektedir (Arslan, Kişisel Görüşme, 2016).

Bununla birlikte meselenin bu çıkmazını telif yasalarının yeterince sarıh bir şekilde düzenlememesi de ayrı bir sorun olarak görülmektedir. Çoğu zaman elde edilen bilgiler isimsiz veya haberini düzenleyen çalışanın ismiyle yayınlanmakta ve ancak eğer haber çok önemliyse hukuki sonuçları düşünülerek hareket edilmektedir. ABD merkezli *Storyful* benzeri amatör içerik satın alan ajansların Türkiye’de bulunmaması da telif hakları noktasında yurttaş gazeteciliği besleyen bir kaynak yaratılmasını zorlaştırmaktadır (Görüşmeci A, Kişisel Görüşme, 2016).

Kimi internet portalları büyük medya kuruluşlarının haberlerini alarak biçim olarak değiştirip, telif hakkına riayet etmeden yayımlayabilmekte ve haksız kazanç elde edebilmektedir. Şaban Arslan bu konudaki istismarı şu şekilde açıklamaktadır:

“Geleneksel medyanın gelirlerinin düşmesinde internet medyasının payı büyük. Bizim üç bin personelle yaptığımız haberleri, alıyor kendi özel haberiymiş gibi üç kişiyle bir ofisten yayımlıyorlar. Bu şekilde beş yıl önce başlayıp holdingleşen siteler var ve gidin bakın hala en fazla yirmi adamları var. Yasal olarak da bir denetim söz konusu değil. Avrupa’da böyle bir mekanizma var. Bizde de var ama işlemiyor. Çok özel haberlerde bu mekanizma belki işliyor ama çok sıkı bir fikri takip yok” (Kişisel Görüşme, 2016).

Meslek profesyonelleri yurttaş gazetecilerinin ürettikleri içerikler bir yana mesleğin kendi içinde dahi fikir haklarına riayet konusunda bir eksiklik olduğunu belirtmektedirler. Özellikle internet gibi bilginin hızla birçok kanaldan yayıldığı bir ortamda içeriğin telif hakkını korumak için etkin mekanizmaların olmadığı görülmektedir. Bu durum haber değeri taşıyan olayları kayıt altına alan yurttaşların bu pratiği daha profesyonel şartlarda yapabilmesi için gerekli zeminin oluşmasının önünde büyük bir engel teşkil etmektedir.

### **Görüntü ve İçerik Kalitesi**

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte artık vatandaşların ürettiği içerikler geleneksel ve sosyal medyada sıklıkla yer almaya başlamıştır. Hatta bazı uzmanlar yakın gelecekte geleneksel medyanın yerini internet medyasına bırakarak kapılarına kepenk kapatacağını ileri sürmeye başlamıştır (Bird, 2009, s. 293). İlk zamanlar geleneksel medya profesyonellerinin yurttaş gazetecilerinin ürettiği içeriklere ilişkin en yoğun eleştirileri görsellerin kalitesi üzerine yoğunlaşıyordu. Çünkü belli bir yayın ve görüntü kalitesinden ödün vermek istemiyorlardı. Ancak çok önemli olan ve kamuoyunun mutlaka görmesi gereken içeriklerin yayınlanması olağan karşılanıyordu (Arslan, Kişisel Görüşme, 2016). Ersoy Dede bu anlamda çarpıcı bir örnekle kalite standardından ödün verilebileceğini işaret etmektedir:

“Saddam Hüseyin’in idamı da çözünürlüğü çok kötü bir cep telefonu ile kaydedilmişti. Ama bugünlerde adeta HD kalitesinde amatör çekimler izliyoruz televizyonlarda” (Kişisel Görüşme, 2016).

Selek, Güney Kore’de 500 bin içerik katkı sağlayıcısı bulunan *Oh My News* örneğinden hareketle yurttaş gazeteciliğinden beslenen ve ticari olarak da başarılı olmuş örnekler bulunduğunu ve gelişen teknolojinin bu imkânları genişlettiğini söylemektedir (Kişisel Görüşme, 2016). Yurttaş gazetecilerinin ürettiği içeriklerin profesyonel habercilik ilkelerini karşılayabilmesi için zaman zaman eğitim faaliyetleri yapılmaktadır. Bu anlamda zaman zaman planlanan konferans, seminer, haber akademisi ve benzeri geliştirme çabaları görülmektedir. Her geçen gün daha fazla yurttaşın içerik üretimine katkıda bulunduğu

günümüzde, ancak bu yurttaşların teknik bilgi anlamında desteklenmesi durumunda ortaya başarılı modeller çıkacaktır (Görüşmeci A, Kişisel Görüşme, 2016).

Kuşkusuz bu tür sorunların bir anda çözülmesi mümkün değildir. Zira bu süreçte belli deneyimlerin yaşanması, çalışmaların yapılması gerekmektedir ve bunun için de yeterli zamana ihtiyaç bulunmaktadır. Bu süreçlerin bir sonucu olarak vatandaşların da zamanla sosyal medya ağları gibi internet mecralarından yayılan bilgilere karşı bir ihtiyat geliştirdiğini düşünenler çalışanlar da bulunmaktadır. Arslan, sosyal paylaşım ağlarının profesyonel habercileri dahi etkileyecek güce ulaştığını ve bu anlamda toplumsal reflekslerin bu etkilere açık kalarak kimi zaman yanlış yönlendirildiğini vurgulamaktadır. Bu durumun giderek daha iyi anlaşılmasıyla birlikte bu mecralara olan güveni azaltmakta ve ana akım haber kuruluşlarının yeniden öncelikli haber kaynağı olarak görülmesine katkı sunmaktadır (Kişisel Görüşme, 2016).

### **Gelecek Projeksiyonu**

Yurttaş gazeteciliği kavramı ilk olarak ortaya atıldığında gazetecilik paradigmasının değişeceği, basın mesleğinin daha da büyüebileceği, kamuoyunun daha hızlı, kapsamlı ve gerçek bilgilerle haberdar edilebileceği ileri sürülmeye başlanmıştı (Pavlik, 1999, s. 58). Bugün gelinen noktada meslek mensuplarının bu anlamdaki tecrübeleri ve kanaatleri bu öngörülerin hangi ölçüde değiştiğini anlam için önem arz etmektedir.

Fatih Özkanoglu, yurttaş gazeteciliği pratiklerinin artarak devam edeceğini, teknolojinin gelişmesiyle birlikte haberciliğin de boyut değiştirmesinin kaçınılmaz olduğunu vurgulamaktadır: “Şu an ‘yazılı basın biter mi’ diye tartışırken belki ileride, ‘internet haberciliği bitecek mi’ diye tartışıyor olacağız” (Kişisel Görüşme, 2016). Ersoy Dede ise bu pratiğin ancak bağımsız olarak internet üzerinden devam edebileceğini, mevcut medya kuruluşlarının sahiplik yapılarına dikkat çekerek bu kurumlarla işbirliğinin istenilen neticeyi vermeyeceğini söylemektedir (Kişisel Görüşme, 2016).

Fatih Selek de yeni teknolojilerin okuyucuya ve yayıncılara sunduğu imkânlarla ve olası risklere işaret ederek geleneksel ve yeni medya arasındaki farklılıkları dile getirmektedir:

“Eskiden medya haberini okuruna sunar, hangi haberin ne kadar ilgi uyandırdığını ise ancak okur tepkisine göre ölçerdi. O da kısmen. Şimdi hangi haberi kaç kişi okumuş, kaç dakika kalmış, nereden bağlantı kurmuş ölçmek mümkün. Bu durum okur alışkanlıklarını belirlemek ve ona göre yayın yapmak için önemli. Okur katkısı haber kaynaklarını çeşitlendirecek, gelişmenin doğruluğunu teyit imkanı sağlayacak daha özgün işlerin çıkmasına vesile olacaktır. Mesela bunu Gezi olayları sırasında yaşadık. O dönem olayları provoke etmek için yalanlar uyduruldu. Suriye’de yaralanmış bir kişinin görüntüsü verilip polis vurdu denildi. Halkın paylaşımlarıyla gerçek ortaya

çıktı. Müftü eşi olduğunu söyleyen bir kadın vardı. CHP üyesi olduğu ortaya çıkarıldı. Tabii onu tanıyan ve paylaşan insanlar sayesinde. PKK'nın çukur kazıp isyan başlattığı sırada devletin sivil katliamı yaptığı iddia edildi. Muhabirlerin giremediği yerler oldu. Vatandaş yanmış yakılmış okulları çukurları çekti gönderdi” (Kişisel Görüşme, 2016)

Hamit Kardeş sürece olumlu bakarak kalitenin artırılmasının önemine dikkati çekmektedir: “Özgün, farklı ve yaratıcı haberlerin ortaya çıktığı gerçek fakat bir yandan haberin kalitesini düşürdüğü de gerçek” (Kişisel Görüşme, 2016). Görüşmeci A da gelecek konusuna olumlu bakarak yurttaş gazeteciliğinin patronaj veya editör baskısı gibi süreçlerden beri olduğunu ve bu pratiğini yaygınlaşmasının kendi içinde de objektiflik unsurunu artıracığını ifade etmektedir:

“Haberin farklı kaynaklardan da edinilebilmesi ve geleneksel medyanın olmadığı yerlerde vatandaşların kayıt yapabilmesi haberlerin daha tarafsız olmasını sağlayacaktır. Bununla birlikte içerikler daha özgün olabilir mi diye sorarsak bu çok zor. Çünkü yönlendirme yine olacak. Hız açısından yurttaş gazetecilerinin nicelik olarak artmasıyla bir artış olacaktır ama bu kişileri de yönlendiren viral reklamları için finanse eden ve ideolojik olarak biçimlendirmeye çalışan yeni medya odakları olacaktır. Ayrıca aynı haberin çok sayıda farklı kaynaktan gelme imkânı içeriğin doğrulanmasını sağlamasının yanı sıra daha objektif olmasına da imkân tanıyacak, buna zorlayacaktır” (Kişisel Görüşme, 2016).

Bazı gazeteciler ise yurttaş gazeteciliğinin geleceği adına umutlu değildir. Şaban Arslan ana akım medya ile yurttaş gazeteciliği arasındaki imkanlar ve sınırlılıklar konusuna dikkat çekerek haksız bir rekabetin yaşandığına işaret etmektedir:

“O konuda çok umutlu değilim açıkçası. Mesela burada binlerce insan çalışıyor, kurumun bir güvenilirliği var, haber üretmek için çalışıyor, öbür tarafta ise üç kişiyle yönetilen internet siteleri var. Sosyal medyadan oradan buradan aldıkları haberleri flaş şok diye yazıyorlar. Bir onların ürettikleri içerikleri düşünün, ne kadar sağlıklı olabilir? Dolayısıyla ortada haksız bir rekabet var” (Kişisel Görüşme, 2016)

Keza Ömer Faruk Şahin de ana akım medyanın kurumsallaşan yapılarında barındırdıkları değerler sayesinde özgün ve objektif haber üretme konusunda her zaman yurttaş gazeteciliğinin bir adım önünde olacağını savunmaktadır (Kişisel Görüşme, 2016).

## Sonuç

Başlangıçta medyanın kullandığı teknolojideki gelişmelerin yurttaşlar arasında yaygınlaşmasıyla sektör adına zaman, maliyet ve içerik zenginliği gibi alanlarda önemli katkılar sağlayacağı konusunda beklentiler oluşmuştur. Ancak zaman içerisinde bu ümitvar beklentiler yerini en azından şimdilik umutsuzluğa, yeni sorulara, kimi zaman hayal kırıklıklarına bırakmıştır.

Yurttaş gazeteciliğinin özellikle geleneksel medya için çok zengin içerik sağlayacağı, geleneksel medya içerisinde kendine ait bir alan oluşturabileceği noktasındaki öngörülerin şimdilik gerçekleşmediği görülmektedir. Geleneksel medya yurttaş gazetecilerinin sağladığı içeriğe habercilik açısından kuşkuyla bakmakta ve bazı gazeteciler yurttaş muhabir yerine yurttaş muhbir ifadesini kullanmakta, kendi sayfalarında bağımsız bir haber olarak değil ama haberi metinlerle meczedip kendi söylemlerine uyarlayarak kullanmaktadır.

Yurttaş gazetecileri haberleri hızla sosyal medya mecralarında paylaştığı için geleneksel medyada belli sürede bayatlayan haberin, bayatlama süresi çok daha kısalmıştır. Bu kadar hızlı haber sirkülasyonu yeni habere olan ihtiyacı daha da arttırmaktadır. Haberlerin hızla yayılmasının olağanüstü gelişmelere karşı toplumsal reflekslerin hızla gösterilmesi konusunda olumlu katkı yaptığı söylenebilir. Bu ise sorunların daha büyük zararlara yol açmadan önlenmesi ve çözümlenmesi açısından fevkalade önemlidir.

Profesyonel gazetecilerin yurttaş gazetecilerinin ürettiği haberlere önyargılı bakmasının en önemli nedeni, bu kişilerin habercilik konusunda belli bir eğitime ve tecrübeye sahip olmamalarıdır. Bu yöndeki kanaatler yurttaşlara habercilik konusunda verilecek yaygın eğitimlerle belli ölçüde giderilebileceği değerlendirilmektedir.

Yurttaş gazeteciliğinin kurumsal olarak toplumda yer edinebilmesi ve belli bir mesleki alan olarak kendisini kabul ettirebilmesi için konuya ilişkin yasal düzenlemelerin yapılması, telif hakları sorununun giderilmesi, haberi yapanların maddi haklarının korunması ve sorumluluklarının belirlenmesi gerekmektedir. Haberi hazırlayan yurttaşların yasal sorumluluklarının olmaması içerikleri çıkarları doğrultusunda değiştirebileceği ve haberi toplumda belli manipülasyonlar için şekillendirmiş olabileceği konusunda kuşkuların oluşmasına neden olmaktadır.

Medya ortamının düzenlenmesi, geleneksel medya ve yurttaş gazetecileri arasındaki işbirliğinin verimli bir hale gelebilmesi için yeni işbirliği modelleri geliştirilmelidir. Hatta geleneksel medya kurumları bu konudaki prensiplerini yazılı metinler şeklinde kendi kurumsal sayfalarında ilan etmelidir. Dahası geleneksel medya kurumsal kimlik sayfalarında yurttaş gazetecileriyle ilgili ve sorumlu birimlere de yer vermelidir. Bu uygulama yurttaş gazeteciliğine gösterilen önemi ifade edecek ve haber üreten yurttaşların doğrudan kiminle muhatap olabileceği konusunda yönlendirici olacaktır.

Doğası gereği internet gazeteciliği yurttaş gazetecileri için daha uygun bir alan olarak kabul edilmektedir. Haberlerin doğruluğu ancak resmi kaynaklar yoluyla, görgü tanıklarıyla görüşmek, olay yerine muhabir göndermek gibi yollarla teyit edilebilmektedir. Rekabetin yoğun olduğu ve hızın talep gördüğü bir dönemde bu gibi doğrulama işlemlerinin ciddi zaman

ve efor gerektirmektedir. Oysa internet haber portalları yurttaş gazetecilerinden elde ettikleri bilgileri bu tür doğrulama süreçlerine riayet etmeden haberi hızlı vermek kaygısıyla yayınlamaktadır. Lakin kaynağa ve içeriğe ilişkin bir eksiklik veya yanlışlık olduğu ortaya çıkarsa haber hemen portaldan çekilebilmekte veya düzeltilebilmektedir. Oysa geleneksel medyanın ve özellikle gazetelerin böyle bir imkanı bulunmamaktadır. Bu noktada internet haber portalları için de gazete ve televizyon kanalları gibi yaptırımlar getirilmesi elzemdir.

Kamera teknolojisindeki gelişmeler profesyonel gazetecilerin, görüntü kalitesi konusunda getirdikleri eleştirileri epeyce gidermektedir. Artık günümüzde profesyonele yakın kalitede kayıt yapabilen amatör ekipmanlar mevcuttur. Hatta akıllı telefonlardan çekilen görüntülerin kalite standartlarının da olabildiğince tatmin edici olduğu söylenebilir.

Günümüze kadarki tecrübeler geleneksel medya çalışanlarının yurttaş gazeteciliği konusunda endişelerinin giderilmediğini ortaya koymaktadır. Kimileri haberlerde ve içeriklerde açık bir zenginleşme olmakla birlikte kalitenin aynı oranda artmadığına işaret etmektedir. Ayrıca internet ve medya teknolojisindeki gelişmelerin geleneksel medyadaki istihdam sayısını azaltmasına yol açması ve az sayıda kişiyle internet haber portallarının, telif haklarına riayet etmeden, başka kurumların haberlerini alıp yayınlamasını eleştirmektedirler. Diğer taraftan teknolojinin gelişmesinin geleneksel medyayı bitirip internet medyasının yerini alabileceğini gündeme getirirken artık internet haberciliğinin geleceğini tartışılmaktadır. Bazı sosyal medya platformlarının bu anlamda internet haber portallarını domine edebileceği görüşü ileri sürülmektedir.

Sonuç olarak medya profesyonellerinin, yurttaş gazeteciliğiyle rekabet etme anlamında yasal ve etik şartların her iki taraf için eşit olduğu bir zeminde endişe duymadığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte yurttaş gazeteciliği yoluyla üretilen ve ekseriyetle internet haber portallarının yoğun olarak kullandığı haberler için doğrulama mekanizmalarının geliştirilmesi gerekmektedir. Haber üretiminin toplumu belli bir konuda yönlendirme amacı taşıdığı durumlarda profesyonel habercilere uygulanan yaptırımlar yurttaş gazetecileri için de geçerli olmalıdır. Bu sorumluluk duygusunun oluşturulmasının ve yurttaş gazetecilerin sektörle bütünleşik bir yapıda kendilerine yer bulmasının da ancak fikri hakların telifi noktasında mevcut düzenlemelerin uygulanması ve denetlenmesi yoluyla mümkün olacağı değerlendirilmektedir.

## Kaynakça

- Allan, S. (2013). *Citizen witnessing revisioning journalism in times of crisis*. Cornwall: Polity Press.
- Bennett, D. (2011). A gay girl in Damascus, the Mirage of the 'Authentic Voice' and the Voice' - and the Future of Journalism . R. Keeble, & J. Mair içinde, *Mirage in the Desert? Reporting the "Arab Spring"* (s. 187-195). Bury St. Edmunds: Abramis.
- Bird, S. E. (2009). The future of journalism in the digital environment. *Journalism*, 293.
- Campbell, V. (2015). Theorizing citizenship in citizen journalism. *Digital Journalism*, 3(5), 704-719.
- Hajek, R., & Stefanikova, S. (2015, Nisan 2015). *Citizen journalist or citizen witness?* Ocak 21, 2017 tarihinde European Journalism Observatory - EJO: <http://en.ejo.ch/specialist-journalism/citizen-journalists-or-citizen-witnesses> adresinden alındı
- Hamamcı, E. (2014). *Televizyon ve sosyal medya ilişkisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Harrison, J. (2010). User-generated content and gatekeeping at BBC hub. *Journalism Studies*, 11(2), 243-256.
- Kim, Y., & Lowrey, W. (2015). Who are citizen journalists in the social media environment? *Digital Journalism*, 3(2), 298-314.
- Nip, J. N. (2006). Exploring the second phase of public journalism. *Journalism Studies*, 7(2), 212-236.
- Pavlik, J. V. (1999). New media and news: implications for the future of journalism. *New Media & Society*, 1(1), 54-59.
- Waters, N. (2016, Aralık 14). *Finding bana – proving the existence of a 7-Year-old girl in Eastern Aleppo*. aralık 23, 2016 tarihinde bellingcat: <https://www.bellingcat.com/news/mena/2016/12/14/bana-alabed-verification-using-open-source-information/> adresinden alındı
- Yanardağoğlu, E. (2015). Yeni medya ve kullanıcı türevli içerik: Dokuz8haber Sitesi Örneğinde Yurttaş Gazeteciliği Üzerine Etnografik Bir İnceleme. *folklor/edebiyat*, 21(83), 251-269.
- Zuckermann, E. (2008). Meet the Bridgebloggers. *Public Choice*(134), 47-65.
- Aksoy, A. C. (2016). Kişisel Görüşme, 12 Aralık
- Arıoğlu, S. (2016). Kişisel Görüşme, 27 Aralık
- Arslan, Ş. (2016). Kişisel Görüşme, 4 Aralık
- Can, M. (2016). Kişisel Görüşme, 14 Aralık
- Dede, E. (2016). Kişisel Görüşme, 21 Aralık
- Görüşmeci A, (2016), Kişisel Görüşme, 11 Aralık
- Kardaş, H. (2016). Kişisel Görüşme, 4 Aralık
- Selek, F. (2016). Kişisel Görüşme, 20 Aralık
- Özkanoglu, F. (2016). Kişisel Görüşme, 20 Aralık