

Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences

Vol:3, Issue:8
sssjournal.com

pp.668-679
ISSN:2587-1587

2017
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 19/10/2017 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 29/10/2017
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 31.10.2017

BİR YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ MECRASI OLARAK YENİ MEDYA: TWİTTER ÖRNEĞİ

NEW MEDIA AS A CITIZEN JOURNALISM MEMBER: TWITTER SAMPLE

Öğr. Gör. Anıl Kaan UÇAR

Ordu Üniversitesi Ulubey Meslek Yüksekokulu Gazetecilik ve Habercilik Bölümü Öğretim Elemanı,
anilkaanucar@gmail.com Ordu/Türkiye

ÖZ

Yurttaş gazeteciliği teorik açıdan ABD’de 1988 başkanlık seçimleri sürecine bağlı olarak etkisiz gazetecilik faaliyetleri ve liberal demokrasi açısından fikir ve bilgi paylaşımı noktasında eksik kalan medya organları nedeniyle ortaya atılmış bir gazetecilik türüdür. Pratik anlamda ise Yurttaş gazeteciliği, Yeni medya teknolojilerinin gelişmesi ile gündelik hayatın merkezine oturma imkânı elde etmiştir.

Bütün sosyal ağları kapsayan Yeni medya kavramı, bir yandan yurttaşların enformasyon paylaşımında bulunarak birer potansiyel gazeteci olmalarına olanak sağlarken, diğer yandan da Geleneksel medyanın haber kaynağı durumuna gelerek, toplumsal olaylarda başrolde yer almasına katkı sağlamaktadır.

Çalışmanın içeriğinde değinilen toplumsal olaylarda sosyal ağlar içinde en çok öne çıkan Twitter olmuştur. Twitter, hem bir kamusal tartışma mecrası olarak hem de enformasyon akışı noktasında, Geleneksel medyanın profesyonel gazetecileri ile toplumun buluşmasına katkı sağlamıştır.

Geleneksel medyanın dikkatini çekmeyen olayların aktarımında yurttaşların, potansiyel birer gazeteci olarak paylaşımında bulunabildiği Twitter, Yurttaş gazeteciliğinin ruh bulduğu bir ortam sunarak, Twitter gazeteciliği gibi bir gazetecilik anlayışının literatürümüze girmesine neden olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yurttaş Gazeteciliği, Twitter Gazeteciliği, Yeni Medya, Geleneksel Medya

ABSTRACT

Citizen journalism is the kind of journalism that is theoretically introduced by the media organs that are missing in terms of sharing ideas and information in terms of ineffective journalism activities and liberal democracy, depending on the 1988 presidential election process in the United States. In practical terms, Citizen journalism has become the center of everyday life with the development of new media technologies.

The new media concept, covering all social networks, allows citizens to share information and become a potential journalist while contributing to the fact that traditional media is a source of news and takes the lead in social events.

In the social events mentioned in the content of the study, Twitter is the most prominent social network. Twitter has contributed to the convergence of society with professional journalists of traditional media, both as a public debate and at the point of information flow.

Twitter, where citizens can share as potential journalists in the transmission of events that do not attract the attention of traditional media, has created an atmosphere in which Citizen journalism finds its way, leading to a journalism mentality such as Twitter journalism entering the literature.

Key Words: Citizen Journalism, Twitter Journalism, New Media, Traditional Media

*“ Ronald Reagan ve George Bush, Saddamı beslerken muhalif olan insanlar ona karşı mücadele ediyordu. Peki ya sesleri? Ulusal medyaya bir göz atın; bakalım, 1990 Ağustosundan 1991 Mart’ının sonuna kadar Irak demokrat muhalefetiyle ilgili ne kadar haber bulabilirsiniz? Tek bir kelime bile bulamazsınız”
(Chomsky, 2004 s. 31).*

1. GİRİŞ

Yaşasaydı, Adorno'nun pek tesadüf sayılmayacak bir biçimde "Kültür Endüstrisine" hizmet eden bir araç olarak yorumlayacağı Yeni Medya, Baudrillard'ın, benliğin ve toplumsalın ruhunun kaybolduğu ve teknoloji tarafından sürekli yeniden üretilen bir dünyanın varlığına işaret ettiği "Simülakrlar ve Simülasyon" teorisi, belki de Yeni medyanın gündelik hayatın merkezine konumlanmasıyla hız kazanmaktadır. Einstein'ın zaman ve mekânın birbirine bağlı olarak izafi olduğunu öne sürdüğü "İzafiyet" teorisi, zaman-mekân mefhumu önemsenmeksizin olay ve olguların aktarılması açısından bir nevi Yeni medyada da gerçekleşmektedir. Kuantum fiziğinde atom, proton ve nötronların dünyanın yoğun enerjisi altında görünmez kılındığına dair vurgu, Yeni medya teknolojilerinin hızlı enerjileri ile olayların hem gerçeklik bağıını hem de bir uzmanlaşma alanı olarak gazetecilik mesleğinin kaynağını Geleneksel medyadan kopararak, bir nevi görünmez kılmaktadır.

Bilginin enformasyona dönüştüğü, haberin anlık paylaşımlar ile çok hızlı yer ve zamanda yolculuk yaptığı bu yeni dönem, gazetecilik açısından önemli yenilikler getirmektedir. Haberin kaynağının sosyal ağlar aracılığıyla tespit edilebildiği, haberin çok hızlı yayıldığı ve "sıradan insanında" enformasyon aktarımı yaparak, gazetecilik yapmasına katkı sağlayan Yeni medya çağı, 80'li yılların sonunda ortaya atılan Yurttaş gazeteciliği kavramının pratik anlamda gerçekleşmesine ortam sunmaktadır.

Siyaset, ekonomi, işveren ve editoryal gibi baskı aygıtlarının etkisinde gazetecilikten yorulmuş bir toplumsal arenada ortaya çıkan Yurttaş gazeteciliği, demokrasinin daha sağlıklı işlemesi için hem fikir özgürlüğü hem de oligopol ve politik etki altında işleyen gazetecilik kuruluşlarının güdümünde olan habercilik anlayışının değiştirilmesi amacıyla ortaya atılmıştır. Facebook, YouTube ve Instagram gibi pek çok sosyal ağın Yurttaş gazeteciliği için imkân sunmasına karşın Twitter, gerek ilk Yurttaş gazeteciliği örneği olan blog gazeteciliğinin mantığına yakın olması gerekse de toplumsal olaylarda daha etkin kullanılması ve alternatif bir kamusal alan niteliği taşıması nedeniyle en etkili mecra olarak dikkat çekmektedir.

Bu çalışmanın amacı, hem Yurttaş gazeteciliğinin tarihsel gelişimini, dönüşümünü ve teknoloji ile güçlenmesini ortaya koymak hem de Yurttaş gazeteciliğinin pratik anlamda Twitter mikroblog ağında vücut bulduğunu, öne çıkan toplumsal olaylar ışığında vurgulamaktır. Ayrıca Chomsky'nin yukarıda bahsettiği olayların yaşandığı dönemde Twitter kullanılıyor olsaydı, durumun çok farklı gelişebileceğini düşündürmektedir.

2. BİR KAVRAM OLARAK YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ

Yurttaş gazeteciliği kavram olarak ilk kez doksanların başında ABD'de tartışılmıştır. ABD'de 1988 başkanlık seçimleri sırasındaki medya sunumlarının etkisiz kalması ve seçime katılım oranının çok düşük olması, bir yandan sosyal bilimcileri bu durum üzerine düşünmeye sevk etmiş ve diğer yandan da gazetecileri yeni arayışlara yöneltmiştir (Uzun, 2006: 634). Bu arayışlar ve ABD'deki liberal sistemin tartışılır hale gelmesi, Yurttaş gazeteciliği kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Amerikan demokrasisinin iyi işlemediği yönündeki sorunlara çözüm olarak, haber örgütleri ile medya arasında güvene dayanan ilişkilerin kurulması ve katılımcı yurttaşlar ortaya çıkarılması için bu gazetecilik türü önerilmiştir (Uzun, 2006: 634).

Yurttaş gazeteciliğinin kuramsal alt yapısını Denis Mcquail'in "Katılımcı Demokratik Medya Kuramı" oluşturmuştur. Doksanların başında, vatandaş gazeteciliği, kamu gazeteciliği, yurttaş gazeteciliği kavramına değinen Noam Chomsky, "Immediast" isimli bildirgesinde, yurttaşları medyayı denetlemeye davet etmiştir (Mora, 2008: 34).

Yurttaş gazeteciliğinin bir pratik olarak ortaya çıkışına ise, J.F. Kennedy suikastını amatör kamerayla çeken Abraham Zapruder örnek olarak sunulsa da (Saka, 2012: 10), insanların giderek daha az gazete okuması, daha az televizyon izlemesi sorununa ortak çare olarak, haberleri yeniden tanımlama, hedef kitlenin sürece dâhil edilerek harekete geçmesi ve farkındalık yaratılmasına yönelik bir gazetecilik anlayışının yaşama geçirilmesi üzerinde görüş birliğine varıldığı 1998 yılında gerçekleştirilen WEF (World Editors Forum/Dünya Editörler Forumu) toplantısı (Mora, 2008: 34) ve ardından İkinci Körfez Savaşı sırasında İnternet gazeteciliği ve haber bloglarının yaygınlaşması günümüze kadar gelen bir sürekliliği ifade etmesi açısından daha doğru bir tarihlendirme olacaktır. Geleneksel medya organları, ucuza mal etikleri bu web ortamlarından anlık haber geçerek, daha geniş kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Sanal ortamda yapılan bu gazetecilik uygulamaları, yeni bir olgu olarak Yurttaş gazeteciliğini de pratik anlamda gündeme getirmeye başlamıştır (Tokgöz, 2012: 78).

Kuramsal ve pratiksel olarak ortaya konulan bu gazetecilik türü, hızla gelişmiştir. Gazeteler ve gazeteciler, internet ortamında hızlı ve halktan geri dönüşüm olarak haber oluşturma şansı yakalarken, yurttaşlarda bireysel olarak haber yapabilme ya da gazete haberleri hakkında görüşlerini bildirebilme imkânı elde etmiştir. Bu imkânları sağlama arzusu ile yola çıkan Yurttaş gazeteciliğinin amacı; yurttaşların çözümsüzlük ve yabancılaşma duygularının üstesinden gelmelerini sağlayabilmek için onların haberin oluşum sürecine

katılmalarını teşvik edecek olanaklar yaratmaktır. Böylece, haberin oluşma sürecinde bireylere söz hakkı tanıyan yurttaş gazeteciliği ile Amerikan demokrasisi, bir kamusal tartışma ortamına kavuşmuştur (Uzun, 2006: 646).

Yurttaş gazeteciliği pratik bağlamda, haber toplama ve aktarma faaliyetlerinde yurttaşa başvuran, habere onların gözüyle bakan, habere konu olan olayın/sorunun yurttaş lehine sonuçlanmasına kadar yayınına devam eden, yurttaşı haberin yapım ve yazım sürecine dâhil eden bir gazetecilik uygulamasıdır. Bu nedenle, Yurttaş gazeteciliği, haber değerlerini yeniden tanımlayarak ve okurları etkin hale getirerek gazetecilik mesleğinin yeniden halkın güvenini kazanmasına imkân vermiştir (Mora, 2008: 34). Yurttaş gazeteciliği pratik bağlamda bazı özelliklere sahiptir (Lambeth, 1992: 17):

1. Medya, neyin haber yapılacağına karar verirken, yurttaşların hikâyelerini ve fikirlerini sistematik biçimde dinlemeli,
2. Önemli topluluk meseleleriyle ilgili hikâyeleri çerçevelemenin alternatif yollarını araştırmalı,
3. Yurttaşları tartışmaya ve meselelerin kamusal anlayışını oluşturmaya teşvik etmek için en çok şansa sahip olan çerçeveleri seçmek,
4. Önemli kamusal sorunları haberleştirmede, olası çözümlere ilişkin kamusal bilgiyi ve alternatif eylem yönlerinin hizmet ettiği değerleri geliştirecek bir biçimde inisiyatif almak,
5. Kamuyla nasıl daha iyi ve saygın bir iletişim kurulacağı konusuna sürekli ve sistematik olarak dikkat etmek

Bu özelliklere ek olarak, Yurttaş gazeteciliği, gazetecinin sosyal süreçlere katılımına izin vermekte, hatta bunu zorunlu kılmaktadır (Ryan, 2001: 14). Dolayısıyla, gazeteci toplum ile bağlantılı, kamuoyu ve onun oluşturduğu kamusal alan ile hassas ilişkilere sahip bir görev üstlenmektedir. Bu gazetecilik, hem kamusal yarar için düşünmeyi, konuşmayı ve yazmayı hem de kamu yararı odaklı bir gazetecilik faaliyeti gerçekleştirmeyi vurgulamaktadır (aktaran Uzun, 2006: 647). Rosen'e göre, yurttaş gazeteciliği, gazeteciliğin hangi yöne gitmesi gerektiği hakkında açık bir diyalogdur. Yurttaş gazeteciliğinin temel nitelikleri şu şekilde sınıflandırılabilir (Cangöz, 2008: 137-143):

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

Cangöz (2008)'ün belirttiği nitelikler, Yurttaş gazeteciliğinin teknoloji ile buluşması sonucunda ortaya çıkan olanaklarını da ifade etmektedir. Özellikle bloglar ile başlayan sosyal ağlara kadar durmadan gelişen etkileşimli Yeni medya ortamları, Cangöz (2008)'ün belirttiği sekiz niteliğin karşılık bulduğu mecralar olarak dikkat çekmektedir.

3. BİR PRATİK OLARAK YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ

Bir kavram olarak tartışılan Yurttaş gazeteciliği, Web 2.0 teknolojisinin ortaya çıkışıyla pratik anlamda etkinlik kazanmıştır. Bu teknolojik gelişme kullanıcıların egemenliğini ilan etmesine katkıda bulunmuştur. 1993 ve 2003 yılları arasında kullanılan Web 1.0 teknolojisi kullanıcıya sadece izleyici olarak edilgen bir rol biçerken, 2004 yılında Web 2.0 teknolojisinin uygulanmaya başlamasıyla kullanıcılar birer izleyiciden ziyade, içerik oluşturan ve paylaşımda bulunabilen (Değirmencioğlu, 2014: 151) üretici yazar durumuna gelmiştir. Mark Glaser, yurttaşların gelişen bu teknoloji sayesinde, tek başlarına ya da birlikte haber üretebilmelerinin önünün açıldığını tespit etmiştir (aktaran Saka, 2012: 9).

Bu çalışmanın konusunu oluşturan Twitter başta olmak üzere tüm sosyal ağların alt yapısı Web 2. 0 teknolojisiyle oluşturularak işlerlik kazanmıştır. Bunun nedeni bu teknolojik alt yapının etkileşime, herkesin veri girişi yaparak web sitesi oluşturma ve paylaşımda bulunmasına imkân sunmasıdır.

Zeynep Atikkan ve Aslı Tunç "Blogdan Al Haberi" isimli çalışmalarında, Yurttaş gazeteciliğinin 2004 yılında Güney Asya kıyılarına vuran tsunami felaketinden sonra gazetecilik literatürüne girdiğini belirtmiş (aktaran Değirmencioğlu, 2014: 152) olsalar da, Yurttaş gazeteciliğinin köklerinin İkinci Körfez savaşına kadar gittiğini

daha önce vurgulamıştım. Peki bir pratik olarak Yurttaş gazeteciliği örneklerini ortaya koyan olayların kökleri tam olarak nerede gizlidir?

1991 yılı hem Birinci Körfez Savaşı sırasında ABD, ana akım medya profesyonellerini lüks otellere yerleştirerek, onlara askeri uzmanlar aracılığıyla savaşın gidişatını objektifliği tartışılır bir biçimde aktarmıştır. Gazetecilerin çoğu savaşı Suudi Arabistan'daki Dahran International Hotel'den takip etmiş, yalnızca 180 gazetecinin dönüşümlü olarak cepheye gitmesine izin verilmiştir. Askeri yetkililer tarafından düzenli brifingler verilen gazetecilerin, Pentagon'un oluşturduğu yasaklar listesine de uyması zorunlu kılınmıştır. Geceleri ışık kullanımının sınırlandırılması gibi genel kurallar içeren bu listede, gazetecilerin yapacakları haberlere ilişkin getirilen bir takım yasakları yer almıştır (İlhan & Dirik, 2011: 70) .

Birinci Körfez Savaşı sürecinde yaşanan bu problemler, ABD'nin Irak'a yeniden savaş açması sonucunda ortaya çıkan İkinci Körfez Savaşı sırasında yoğun bir şekilde tartışılmıştır. Medya bir önceki savaşta yaşanan dışlanma ve yetersiz bilgi akışının bir kez daha olmaması için taleplerde bulunurken, ABD Savunma Bakanlığı 'embedded' isimli bir program oluşturmuştur. Bu program ile Irak'a gidecek askerlere eşlik etmek ve buradan haber, metin, ses ve görüntülerini kitlelere aktarabilmek için yaklaşık 500 gazeteciye izin verilmiştir (Vural, 2004: 40).

Konunun dışında bir kavram olarak gözüke de Türk gazetecilik literatürüne "İliştirilmiş Gazetecilik" olarak dâhil olan bu gazetecilik biçimi, devletlerin kamuoyunu yönlendirmesine zemin hazırlamıştır. Dolayısıyla etik ve objektiflik açısından tartışılmaktadır. İkinci Körfez Savaşı sürecinde İliştirilmiş gazetecilik uygulaması ile kısıtlanan gazeteciler, kendi görüşlerini ve duygusal durumlarını bloglar aracılığıyla aktarmaya çalışmıştır. Örneğin CNN muhabiri Kevin Sites'in www.kevinsites.net adlı blog sitesinde yazdıkları İliştirilmiş gazetecilik uygulamasının sınırlarının dışına çıkmıştır. İliştirilmiş gazetecilik anlaşması gereğince geçtiği haberlerden farklı olarak Sites, daha insani ve duygusal bir yaklaşım ortaya koyarak, kişisel görüşlerini paylaşmıştır (İlhan & Dirik, 2011: 80).

Web 2.0 teknolojisinin sunduğu olanaklar aracılığıyla yapılan bu paylaşımlar, Yurttaş gazeteciliğinin önünü açmıştır. Blog gazeteciliği olarak kavramlaşan bu gazetecilik anlayışı, blogların yaygınlaşmasını sağlarken, blog mantığı ile kurulan Twitter'ada ilham kaynağı olmuştur. Hep kavramsal düzeyde tartışılan Yurttaş gazeteciliği bu mecralar ile pratik bir anlam kazanmıştır. Zaman içinde Geleneksel medya organları ve gazetecileri kişisel blog ve Twitter hesapları ile Irak Savaşı sırasında CNN muhabiri Kevin Sites'in yaptığı gibi açık ve sansürlü bir gazetecilik performansı sergileme imkânı kazanmıştır. Gazetecilerin bu mecraları kullanmasının yanında birçok Geleneksel medya kuruluşu web sitelerinde blog kısımları oluşturarak, Yurttaş gazeteciliğinin ivme kazanmasına katkıda bulunmuştur. Hem dünyadan hem de Türkiye'den örnek vermek gerekirse, BuzzMachine.com'da Jeff Jarvis ulusal basının görmediği yerel haberler üzerinde yoğunlaşarak bir yurttaş gazeteciliği yaparken, sayfasında yer alan pek çok blogger ise ana akım medyanın yaptığı haberlerin objektifliğini denetlemiştir (Değirmencioğlu, 2014: 153). Türkiye'de ise, bianet.org Yurttaş gazeteciliği açısından ana akım medyanın yoğunlaşmadığı ya da yoğunlaşmaktan kaçındığı toplumsal olaylara, demokrasi açısından önem taşıyan alt kültürlerle, toplumun ötekisi olarak atfedilen pek çok birey ve topluluğa haberlerinde yer vermektedir. Radikal gazetesinin yurttaşların haber ve görüş beyan edebileceği bir mecraya doğru dönüşerek, basılı gazeteden dijital gazeteye geçmesi ve buna ek olarak Hürriyet'in "Hürriyet Benim" uygulaması ile blog yazarlarına fırsat sunması son zamanlarda gerçekleşen Yurttaş gazeteciliğinin önünü açan uygulamalar olmuştur.

Bu noktada Yeni medya ve Twitter ile ilgili Yurttaş gazeteciliği örneklerine geçmeden önce, Dünya'da ve Türkiye'de Yeni medya kullanımı ile ilgili rakamların aktarılmasının bu mecraların yarattığı etki açısından önemli olacağını düşünüyorum. We are Social tarafından hazırlanan Digital Statistics 2014 raporuna göre; Dünya üzerinde 2.5 milyar kişi internet kullanırken, bu kullanıcıların 1.8 milyarının sosyal medya ağlarında hesabı bulunmaktadır. Bu mecraların kullanım rakamlarına baktığımızda;

Tablo:1 “Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları” (www.dijitalajanslar.com).

Sosyal Ağlar	Kullanıcı Sayıları
Facebook	1,184 milyar
QQ(Tencent)	816 milyon
Qzone	632 milyon
Whatsapp	400 milyon
Google+	300 milyon
Wechat	272 milyon
LinkedIn	259 milyon
Twitter	232 milyon
Tumblr (230 milyon)	230 milyon
Tencent Weibo	220 milyon

Sosyal ağlar bu rakamlardan da anlaşıldığı gibi insanların alıştığı ve sevdiği mecralar olarak yoluna devam ediyor. Türkiye içinde bunun aksi söylenemez. Türkiye’de internet kullanım oranı, tüm nüfusa oranla %45 ve 35 milyonun üzerinde internet kullanıcı bulunmaktadır. 36 milyon aktif Facebook hesabına sahip olan Türkiye, 2 saat 32 dakikasını sosyal ağlarda geçirmektedir. Türkiye’de Facebook’u (%93), sırayla Twitter (%72), Google+ (%70) ve LinkedIn (%33) takip etmektedir. (www.dijitalajanslar.com).

4. YENİ MEDYA, GELENEKSEL MEDYAYA KARŞI MI?

Economist, “Who killed the newspaper? (Gazeteyi kim vurdu?) şeklindeki 2006 yılındaki bir manşetiyle ve yine aynı sene Time dergisi de “Do newspapers have a future? (Gazetelerin geleceği var mı?) başlıklı bir haberle (aktran Arsan, 2009 s.89) çıkış yaparak, Yeni medyanın Geleneksel medyaya karşı bir tehdit olarak algılandığını ortaya koymuştur. Ancak görülen fotoğraf çok farklıdır. Gerek Yeni medya gerekse de Geleneksel medya birbirlerine ihtiyaç duymakta ve birbirlerinden beslenmektedir.

Geleneksel gazeteciliğin ortadan kalkıp kalkmadığı tartışılırken, asıl dikkat çeken nokta, Geleneksel medya ile Yeni medyanın birbirinden beslenmesidir. Geleneksel medya, Yeni medya alanlarında yurttaşların ürettiği verilere ihtiyaç duymaktadır (Ayan, 2012). Haber içeriği noktasında Geleneksel medya, bu mecralardan faydalanmaktadır. Ekşi Sözlük, Twitter ve Instagram’dan alınan metin ve görseller, habere konu edilebilmektedir. Habere konu oluşturan olaylar ile ilgili kişilerin profil resimleri, Facebook sayfalarından alınarak kullanılabilir (Saka, 2013: 84).

İki alanın bu denli kaynaşması, sosyal ağlarda yer alan fenomenler üzerinde de görülmektedir. Felsefe alanında daha çok kullanılan fenomen kavramı, Yeni medya tarafından popüler olma durumuna indirgenerek, olgular dünyasından ziyade olaylar dünyasına taşınmıştır. “Söz gelimi Pucca kod adıyla Twitter’da yer alan Selen Işık dönemin internet şöhretlerinden biri olmuştur. 310 bin 209 takipçiye sahip olan Pucca nickini kullanan Selen Işık, sanal alemin en popüler yazarlarından biridir. Kadın erkek ilişkilerini ele alan Pucca, yazdığı kitabıyla da yoğun ilgi görmüştür. Bir diğer Twitter ünlüsü de Ceri Lewis nickini kullanan Ömür Özdemir’dir. Özdemir’in de takipçi sayısı 116 bin 523’dir. Pucca ve Ceri Lewis nickleriyle internette şöhreti yakalayan Selen Işık Hürriyet Gazetesi’nde, Ömür Özdemir ise Vatan Gazetesi’nde yazar olarak, Twitter’dan Geleneksel medyaya geçiş yapmıştır (Arık, 2013: 282).

Yeni medya, anlık haber aktarımı ve gündem belirleme gücü açısından Geleneksel medyanın etkinlik alanını sınırlandırmıştır. Geleneksel medyanın ertesi güne bıraktığı olay ve olguların haberleştirilmesi Yeni medyayla süreklilik kazanmıştır. Mc Luhan’ın “Küresel Köyü” nün sınırları daha da daralırken, Postman’a göre telgrafla başlayan iletişim ve haberleşme süreci, twitler aracılığıyla saliselere erişmektedir (aktaran Kuşay, 2013: 9).

Toplumsal olaylar açısından büyük bir güce erişen sosyal ağlar, Geleneksel gazetelerin ve gazetecilerinde bu alanlar ile yakın ilişki kurmasına zemin hazırlamıştır. Metcalfe ve Gascoigne göre; bu mecralar, geniş ve zengin bir enformasyon alanı yaratarak, haber konusu bulma, haber kaynaklarına ulaşma, haberi güncelleme gibi konularda gazetecilere önemli kolaylıklar getirmiştir (aktaran Kurt, 2014: 822).

The London School Of Economics And Political Science’ de Profesör Charlie Beckett, The Value Of Networked Journalism (Online Gazeteciliğin Değerleri) isimli çalışmasında, Twitter’ın Geleneksel medya açısından bir haber toplama aracı haline geldiğini belirtmiştir (Beckett, 2010 s.5). Ayrıca Twitter’ın Geleneksel medya için önemli bir haber aracına dönüştüğüne değinen Beckett, 2009 yılında Sky News’ün bir twitter muhabiri çalıştırdığını ifade etmiştir (Beckett, 2010 s.9). Sütçü, Yeni medya teknolojilerinin habercilik açısından bir takım yenilik ve kolaylık getirdiğini vurgulamıştır (Sütçü, 2014: 42):

1. Göreceli olarak haber kaynağına ulaşmada sağlanan kolaylık.

2. Haberin derlenmesinden yazılmasına ve okuyucusuna ulaştırılmasına kadar geçen sürecin hızlanması.
3. Haberin okuyucuya ulaşması sürecinde eşik beklisi ve kanaat önderlerinin sayısının artması.

Tüm bu imkânlar, kavramsal olarak Yurttaş gazeteciliğinin değindiği noktaları da hayata geçirmektedir. Guardian'ın 7 Ekim 2010 tarihli haberine göre; CNN haberlerinin %43'ü Facebook, Twitter, YouTube ve MySpace gibi sosyal ağlar üzerinden paylaşılmaktadır (aktaran Sözeri, 2012 s. 270). 2011 yılında yapılan Dijital Gazeteciler Araştırmasına göre de, gazetecilerin, Facebook'u %25; Twitter'ı ise %33 oranında kullandığı belirlenmiştir. Gazeteciler ajanslar ve haber kaynakları dışında haberlerini doğrulamak için Twitter'a üçüncü sırada, Facebook'a ise dördüncü sırada başvurmaktadır. Gazetecilerin yüzde 47'si Twitter'ı, yüzde 35'i Facebook'u haber kaynağı olarak kullanmaktadır (www.ahaber.com.tr).

Twitter'ın gazeteciler açısından önemli bir mecra haline geldiği bu rakamlardan açıkça anlaşılırken, Yurttaş gazeteciliğinin gelişeceği bir alan olarak hızla ilerlediği sonucuna da ulaşmak mümkündür. Artık haberin doğrulanması ve paylaşılması noktasında yurttaşlar öne çıkmaktadır. Haberin kaynağına, haberin kendisine hızlı bir şekilde ulaşma, haber kaynaklarının çoğalması ve içeriğin sürekli güncellenebilirliği açısından önemli kolaylıklar sağlayan Twitter bununla birlikte gazeteciye ürettiği haberle ilgili olarak okuyucu/izleyici tepkisini anlık olarak ölçebilme imkânını da vermektedir (Kurt, 2014: 822).

Başkan Gökçek, Twitter'dan yaptığı açıklamada, FETÖ'nün yeni planını deşifre etti



Resim:1 “Twitter Akşam Gazetesinde bir haberin kaynağı” (www.akşam.com.tr).

Twitter'ın profesyonel gazeteciler ve Ana akım medya tarafından haber kaynağı olarak kullanılması Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Melih Gökçek'in Twitter aracılığıyla açıklama yapması sonucunda da görülmüştür. Burada dikkat çeken nokta, eskiden basın yoluyla yapılacak bir açıklamanın Twitter ile anında milyonlara ulaşma gücü ve ana akım medyanın haberi, gazetecileri aracılığıyla keşfetmek yerine doğrudan kaynağından anlık bir biçimde alabilmesidir.

Twitter'ın bir haber kaynağı ve haber paylaşım merkezi gibi işlerlik kazandığını aşağıda yer alan tablolarda göstermektedir. Socialbakers web sitesinden alınan bu veriler Twitter'da insanların çoğunlukla haber kuruluşlarını takip ettiğini ortaya koymuştur. Genel takip edilen profiller sıralamasında sekizinci sırada olan NTV Spor en çok takip edilen haber profilyken, genel sıralamada onuncu sırada olan NTV ise, burada ikinci en çok takip edilen haber profilidir. Bu sıralamalar Twitter'ın habercilik açısından aktif olarak kullanıldığını ve bu takipçilerin rakamları da Türkiye'de potansiyel bir Yurttaş gazeteciliği varlığını göstermektedir.

Tablo:2 “Türkiye’de Twitter’da en çok takip edilen medya hesapları” (www.socialbakers.com)

Twitter’da Yer Alan Hesaplar	Takipçi Sayıları
NTV Spor	4 135 718
NTV	3 651 875
Penguen	2 443 202
CNN Türk	2 018 359
Hurriyet.com.tr	1 962 518
Zaytung	1 842 238
Haberturk	1 724 777
Milliyet.com.tr	1 188 138
BBC Türkçe	1 173 434
32. GÜN	1 155 525

5. BİR YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ MECRASI OLARAK TWİTTER

Twitter, Yurttaş gazeteciliğinin katkı sağlayacağı kamusal alan ve demokrasi gibi günümüz toplumsal sisteminin en tartışılır ve en önemli unsurları açısından fikirlerin ve haberlerin özgürce paylaşıldığı bir haber verme ve haber alma kaynağı olarak önem arz etmektedir. Facebook, Instagram, LinkedIn gibi pek çok sosyal ağdan toplumsal etki anlamında daha güçlü bir mecra olan Twitter, İngilizcede cıvıldaama anlamına gelen tweet kelimesinden ismini almış, 140 karakterden oluşan metinler yazma imkânı sunan bir sosyal ağıdır (Aytekin, 2012: 108). Logosunda yer alan adı Larry ve erkek olan kuş, eskiden daha sert bir tasarıma sahipken, artık daha yumuşak ve güzel bir hale getirilmiştir (Yüksel, 2014). Twitter’ın kuruluş hikâyesi de bir hayli ilginçtir:

14 arkadaşın çabalarıyla South Park, San Fransisco’da kurulmuştur. Twitter’ın kurucularından Jack’in arkadaşlarıyla yemek yerken, SMS yoluyla küçük gruplara o anda ne yaptıklarını anlatabilecekleri bir proje fikrini ortaya atması ile Twitter’ın macerası başlamıştır. 21 Mart 2006 tarihinde yayına başlayan Jack’in bu projesinin ilk mesajı “#38” olmuştur (Yüksel, 2014).

Yurttaş Twitter, kullanıcı sayısının artması ve gazeteciliğinin demokratik bir toplum yaratma amacına fikir alışverişi ve kamusal alan yaratma etkinliği açısından Twitter, en önemli katkıyı sağlayan sosyal ağ olarak dikkat çekmektedir. Twitter bir mikroblog sitesi olarak blog mantığından hareketle yola çıkarken, bireyselliğin önem kazandığı diğer mecraların aksine toplumsal olayların tartışabildiği ve #hashtag kullanımları ile herkesin bir gündem başlığı oluşturduğu ya da oluşturulmuş gündem etiketlerine #hashtag kullanarak fikir beyan edebildiği bir ortam sunmaktadır. bireysel kullanımının dışında, pek çok kurum ve kuruluş tarafından kullanılmaya başlanmasıyla “What are you doing?” (ne yapıyorsun?) sorusunun yerine, What’s happening?”(Neler oluyor?) sorusuyla kullanıcılarını karşılamaya başlamıştır (Aytekin, 2012: 110).

Bu noktada Twitter, diğer ağlara göre toplumsal anlamda daha önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle dünya genelinde yaşanan pek çok olayda ilk haber kaynağı ve haberin yayıldığı bir alan olmuştur. Hudson nehrine düşen uçak, İngiliz Kraliyet düğününün ilanı, Whitney Houston’ın ölümü, Usame bin Ladin’in saklandığı eve operasyon gibi pek çok olay ilk kez Twitter’dan duyulmuştur (Saka, 2012: 10).

Bu önemi 2009 yılında gerçekleşen İran Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde de görülmüştür. Mahmut Ahmedinejad’ın seçimi kazanmasının ardından en yakın rakibi Mir Hüseyin Musavi’nin destekçileri başta olmak üzere Ahmedinejad muhalifleri büyük protestolar başlatmıştır. Mobil telefonlar ve dijital kameralarla çektikleri fotoğraf ve videoları CNN ve BBC gibi kanallarla paylaşarak anlık muhabirlikler gerçekleştirmiştir. Twitter’da açılan #iranelections49 etiketi, İranlıların seçim ve protestolar ile ilgili haber aktarımında buldukları bir alan yaratarak (Arık, 2013: 282). Twitter devrimi şeklinde adlandırılan bu olay sırasında insanlar, hızlı ve anlık bir biçimde haber paylaşımında bulunarak, Geleneksel medyada profesyonel gazetecilerin yaptığı faaliyeti daha aktif ve daha hızlı bir biçimde gerçekleştirmiştir.

2013 yılında ABD’nin Boston eyaletinde düzenlenen maratonda yaşanan patlamalar, Geleneksel medyadan önce daha hızlı bir biçimde sosyal ağlarda kendisine yer bulurken, sanal ortamdan yağan pek çok enformasyonun doğruluk tespitini yapabilmek ve kamuoyuna daha çabuk bilgi aktarabilmek amacıyla Boston polisi Twitter hesabı açmıştır (aktaran Saka, 2013: 88). Normal şartlarda bir basın toplantısı düzenlemesi ya da bir basın bildirisi yayınlaması gereken Boston polisi Twitter sayesinde, Geleneksel medya yardımıyla gerçekleştireceği bu faaliyetlerden daha hızlı bir biçimde kamuoyuna ulaşabilmiştir.

Twitter’ın Yurttaş gazeteciliği açısından kullanıldığı çeşitli olaylar Türkiye’de de gerçekleşmiştir. Van depremi, Hopa, Oda TV, Şerzan Kurt, Gezi Parkı olayları sürecinde ve İbrahim Tatlıses’in uğradığı saldırı

sonrasında yaşanan Yurttaş gazeteciliği pratikleri hem toplumsal açıdan hem de Geleneksel medya açısından önemli etkilere yol açmıştır.

2011 yılında meydana gelen Van depremi bunun en önemli örneğini teşkil etmektedir. Açılım ve Kürt sorununun çok sıcak bir şekilde tartışıldığı bir süreçte yaşanan bu elim tabiat olayı birçok insanın hayatını kaybetmesine ve evsiz kalmasına neden olmuştur. Açılım sürecine ve Kürt meselesinin tartışılmasına sıcak bakmayan aşırı milliyetçi kitlelerin “ aşırı” tepkilerinin yanında kardeşlik söylemi altında Twitter’da bir kamusal üst akıl yaratılmıştır. Bu mecra etkin bir biçimde kullanılarak, enkaz altındaki birçok insana ulaşılabilmektedir. Twitter’da kişiler enkaz altında kalan yakınlarının adreslerini paylaşarak yardım istemiştir. Bu paylaşımlar bir anda kullanıcılar arasında yayılarak gerekli mecralara ulaşmış ve enkaz altındaki kişiler kurtarılmıştır. Bundan sonrada düzenlenen yardım kampanyaları Twitter üzerinden organize edilmiştir. Özellikle çeşitli kurum ve sanatçıların paylaşımları ile hızla yardım duyuruları milyonlara ulaşabilmektedir. Bu süreçte Twitter’da, Van depremi ile ilgili 500.000’den fazla paylaşım yapılmıştır (www.twitturk.com).

Bu paylaşımları sistematik bir haberleşme ve yardım faaliyetine dönüştüren Şişli Belediye Başkanı Mustafa Sarıgül olmuştur. Sarıgül’ün Facebook ile Twitter aracılığıyla başlattığı yardım kampanyası bir anda geniş kitlelere ulaşırken, İstanbul Büyükşehir Belediyesi de Twitter başta olmak üzere sosyal ağlar üzerinden yardım kampanyasına dâhil olmuştur. Bu arada, müzik prodüktörü Dr. Erol Köse Twitter’da hızlı ve etkin bir yardım paylaşımı seferberliğine girerken (www.bilgicagi.com) Okan Bayülgen ise, kendisine gelen acil durum mesajlarını Twitter vasıtasıyla AKUT arama kurtarma ekibine yönlendirmiş ve mesajlarda yer alan adreslere giden AKUT, çöken binanın enkazı altından 2 kişiyi kurtarmıştır (www.hurriyet.com.tr). Ünlülerin bu olay sürecinde etkin olarak kullandığı Twitter’dan yardım için dünya yıldızı olarak bilinen Rihanna’da dünyaya seslenmiştir. Twitter’da “We’re praying for all of you Turkey” yazarak dualarımız sizinle anlamı taşıyan bir tweet atmıştır (www.habertürk.com).

Birer yurttaş olan ve bu elim olay sonucunda haber aktaran bir muhabire ve kamusal alanın oluşmasını sağlayan kanaat önderine dönüşen ünlülerin yanında Geleneksel medya temsilcileri de, Twitter’ı bir yayın aracı olarak kullanmıştır. CNN Türk Genel Müdürü Barış Tünay, Ahmet Hakan, Cüneyt Özdemir, Rahşan Gülşan ve Tuğçe Tatari ise Van’dan anlık bilgi ve fotoğraf paylaşımında bulunmuştur (www.bilgicagi.com) Yine bir Geleneksel medya temsilcisi olan gazeteci Ahmet Tezcan’ın Twitter üzerinden Vanlı depremzedeler için başlattığı kampanya büyük ilgi görmüştür. Tezcan’ın “Çadırı en az deprem bu olsun! Van’ın komşu illeri ENSAR hassasiyeti gösterip evlerini Vanlılara açsın! İyilik için felaketi fırsata çevirin!” tweet’i kısa bir süre içinde milyonlara ulaşarak, “#EvimEvindirVan” Twitter’ın en çok konuşulan konusu haline gelmiştir (www.bilgicagi.com).

Sanatçıların, siyasilerin, sivil toplum kuruluşlarının ve pek çok ünlü ünsüz kişinin haber aktarımı yaptığı Twitter bu süreçte, hem yurttaşlık bilincinin demokrasi çatısı altında oluşturulmasına zemin hazırlamış hem de gazeteciliğin sadece Geleneksel medyaya ait bir görev olmadığını altını çizmiştir. Türkiye’de Twitter gazeteciliğinin ilk pratik uygulaması bu trajik olay ile yaşanmıştır.

Twitter’ın Yurttaş gazeteciliğini pratikleştiren gücü, yakın dönemde gerçekleşen Hopa ve Oda TV ve Şerzan Kurt davalarında görülmüştür. Geleneksel medyada Adliye haberciliği olarak bir uzmanlaşma alanı olan gazetecilik faaliyeti, Twitter’da da kendisine yer bulmaktadır. Adliye’den haber aktaran Efan Bolaç, konuyla ilgili şunları söylemiştir “Sosyal medya ve akıllı telefonların gelişmesi neredeyse herkesi yazar veya gazeteci yapmış, tanık olduğu olayları kendi gözüyle takipçilerine anlatmaya başlamıştır” (aktaran Koçak, 2012). Yine Twitter aracılığıyla gazetecilik yapan Elif Ilgaz Peri de, bu yeni aracın gücünü şu sözlerle dile getirmektedir (aktaran Koçak, 2012):

“Türkiye’de son dönemde büyük bir korku imparatorluğu yaratıldı. Bunun ilk icraatlarından biri de gazetecileri susturmak oldu. Muhafif gazeteciler birer birer tutuklandı, cezaevine atıldı. Aylar süren bekleyişin ardından çıkan iddianamelerde gazetecilik ve gazetecilik faaliyetleri yargılandı. Ama bu haberi ne gazeteler gördü, ne de televizyonlar. Tutuklanmayan gazeteciler ise, teker teker işten çıkarıldı. Onların da haberleri yapılamadı. Şu an ana akım medyada bir elin parmaklarını geçmeyecek sayıda gazeteci kaldı. İşte böylesi bir dönemde ‘Twitter gazeteciliği’ doğdu. İlk kez bir davayı canlı aktarmayı arkadaşımız Kumru Başer başlattı. O gün ‘Twitter camiası’ Hopa Davası’nı tüm detaylarıyla ondan takip etti. Sanırım bu dünyada da bir ilkti. İlk kez bir dava Twitterdan hem de 12 saat boyunca ‘canlı’ verildi. Yine aynı gün ben de Cihan Kırmızıgül’ün Puşi Davası’nı Beşiktaş Adliyesi’nden aktardım. O günden sonra gittiğimiz davalardan hepimiz haber geçmeye başladık. Son olarak ben ve arkadaşlarım Oda TV Davası’nı takip ettik. Giderek tecrübe kazandığımızdan sekiz duruşmalık bu seri davayı bir grup arkadaşımız da İngilizceye çevirerek tüm dünyaya duyurdu. Böylece Oda TV Davası, Türk basınında bulamadığı yeri, yabancı basında buldu. Görünen o ki, gazete patronları devlet

ihalelerine girdiği, başbakan düzlediği toplantılarla gazetecilere ‘mesleklerinin sınırlarını’ çizdiği yani basın özgürleşemediği sürece bizler haberlerimizi bu yeni mecradan, Twitter’den yapmayı sürdüreceğiz. Yaşasın Twitter gazeteciliği!”

2013 yılında gerçekleşen Gezi Parkı olayları sürecinde Twitter hem kapanan kamusal alanın yeniden inşasında hem de bu inşaya katkı sağlaması için oluşturulan Yurttaş gazeteciliğinin pratik anlamda gerçekleştiği bir süreç olmuştur. Gezi Parkı olayları sırasında, #direngeziparki hashtagi 1.6 milyon farklı tweette kullanılırken, toplamda ise 5.6 milyon kere kullanılmıştır. Bu tweetlerin 400 bine yakın kısmı fotoğraf veya video içeriğine sahiptir. #Occupygezi hashtag’i ise aynı süre içerisinde 465 bin farklı tweette toplamda 1.8 milyon adet kullanılmış ve bunların yaklaşık 125 bini fotoğraf veya video içermiştir (www.webrazzi.com)

Bu rakamlar, insanların Twitter aracılığıyla yoğun bir biçimde anlık haber ve enformasyon paylaşımında bulunduğunu göstermektedir. Geleneksel medyanın yaşanan olayları aktarmaması ya da tam anlamıyla kitlelere ulaştırması, bir Yeni medya aracı olan Twitter üzerinden yoğun bir biçimde eleştirilmiştir. Bu eleştirileri getirenlerin başında gelen Taylan bianet.org’da yayınladığı yazısında şunları ifade etmiştir:

“Eylemlerin evrensel gazetecilik standartları bakımından haber olma ölçütüne çoktan ulaştığı saatlerde penguenlerle ilgili belgeseller, izdivaç programları yayınlayan, haber bültenlerinde Türkçe Olimpiyatları’nı birinci gündem maddesi olarak sunan ana akım medya, günler ilerledikçe gösterileri önemini ve anlamını mümkün olduğunca dar tutacak şekilde haberleştirmeyi tercih etti. “Misenformasyon” ile yetinmeyip bizzat “dezenformasyon” yapma süreci sonunda ana akım medya halktan bugüne kadar hiç görmediği kadar tepki gördü. Kitleler ilk defa CNNTürk’ün, NTV’nin, HaberTürk’ün binaları önüne yığıldı ve medya ile siyaset arasındaki kirli ilişkiyi protesto ettiler. Kısacası ana akım medyanın adeta iflas ettiği noktada sıradan insanlar bizzat “yurttaş gazeteciliği” örneklerini hayata geçirmeyi başardılar.”

Twitter’ın toplumsal etki yaratan olay ve olgular açısından gücü, 2011 yılında İbrahim Tatlıses’in saldırıya uğraması konusunda da etkisini göstermiştir. Bir ulusal yayın yapan kanaldan programının ardından makam aracıyla yola çıkan Tatlıses, silahlı saldırıya uğraması sonucunda ağır bir biçimde yaralanmıştır. Olay haber bültenlerinde ve magazin programlarında derinlemesine ele alınırken, Twitter’da bir kişinin Tatlıses’in hastanedeki durumunu bir gazeteci gibi paylaşması, haber kaynağı olma açısından Yeni medyayı Geleneksel medyadan bir adım öteye taşıyarak, Yurttaş gazeteciliği pratiğiyle bizleri karşı karşıya bırakmıştır.



@alisanalisan

seda sayan, güçlü soydemir, gülben ergen ve alişan ilk gelenler. küçük iboda geldi.



@alisanalisan

ibrahim tatlıses yan odamda şuanda hastane çok kalabalık annemler bakıp haber vericek bende size yazıcam

Resim:2 “İbrahim Tatlıses’in kaldırıldığı hastanede olduğunu iddia eden Twitter hesabı” (www. gecce.com)

Magazin programları başta olmak üzere pek çok gündüz kuşağı programı bu kişinin Twitter’den yazdıklarını anlık seyircilerine aktarmıştır. Daha sonra Tatlıses’in yan odasının boş olmasının ortaya çıkması ve bu kişinin yine bir diğer sosyal mecra olan YouTube’da yayınladığı video ile herkesle bir oyun oynadığını ima eden konuşmalar yapması, olayın bir Yurttaş gazeteciliği pratiğinden çok Yurttaş gazeteciliğinin güvenilirlik açısından tartışılmasına zemin hazırlamıştır. Kuşkusuz Yurttaş gazeteciliği, sıradan insanın oligopol bir biçimde örgütlenmiş holding bazlı medya karşısında, sansürlü ve özgür bir şekilde haber aktarmasını sağlaması açısından büyük önem arz etmektedir. Bu pratiğin objektifliğini tartışmak farklı bir akademik çalışmanın konusu olacağı için bu alana fazla girmemekle beraber, Tatlıses olayında bir Twitter hesabının kamuoyunda yarattığı etki hem habercilik hem de değişen gazetecilik açısından dikkat çekmektedir. Çünkü bu süreçte bu kişinin Twitter’da yazdıkları, medyada tam 226 mecrada çıkmış ve takipçi sayısı bir günde üç bini aşmıştır (Eyüboğlu, 2011).

Bu örnekler bize Twitter’ın Yurttaşları habere dâhil etme ve habercilik faaliyeti gerçekleştirme gibi pratiklerde aktif olarak rol alabildiğini göstermektedir. Beckett (2013), Twitter’ın habercilikte merkezi bir rol oynadığını ve yurttaşların her zamankinden daha fazla ve daha iyi kaynaklara sahip olduğunu belirtirken, yanlış yönlendirilmeler ve oldukça fazla gürültü olduğunu da vurgulamaktadır (aktaran Saka, 2013: 88).

6. SONUÇ

Yeni medya, toplumsalın tüm derinliklerine işlerken, gazetecilik kurumunu da etkilemekte ve değiştirmektedir. Gazeteciliğe etki de bulunduğu ve değiştirdiği nokta ise, Yurttaş gazeteciliğinin pratikleşmesidir. Makalenin içeriğinde belirtilen Van depremi, Siyasi ve Toplumsal dava süreçleri ve Tatlıses'in uğradığı saldırı sonrası yaşanan gelişmeler bunun örneklerini oluşturmuştur.

Demokrasinin güçlenmesi ve tam anlamıyla işlemesi için ihtiyaç duyulan gazetecilik kurumunun daha yaygın, açık ve kendisini "iliştirilmiş" yapan tüm engellerden kurtulması amacıyla ortaya atılan Yurttaş gazeteciliği, bir hayli uzun süre teorik anlamda tartışılırken, gündelik hayatta kendisine yer bulması sosyal ağlar sayesinde olmuştur.

Web 1.0 sürecinde etkileşime izin vermeyen internet, Web 2.0 teknolojisinin ortaya çıkışı ile sosyal ağların yaygınlaşmasına katkı sağlamıştır. Facebook, Youtube, Foursquare, LinkedIn, Instagram ve Twitter gibi sosyal ağlar yaygınlaştıkça Mc Luhan'ın "Küresel Köyü"nü sınırlarını genişleterek saydamlaştırılmış, Baudrillard'ın "Hipergerçeklik" kavramı süreklilik kazanmış ve Einstein'ın fizik bilimi çerçevesinde ortaya koyduğu zaman ve mekân mefhumunun izafiliği, toplumsal anlamda gerçekleşmiştir.

Habermas'ın "Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü" isimli çalışmasında ortaya koyduğu dönüşen ve işlerliği azalan kamusal alan Yeni medya ile tekrar gündemimize oturmuştur. Kamusal alan, kamusal akıl yürütme ve bunlara bağlı olarak Yurttaş gazeteciliği, sosyal ağlar sayesinde derin uykusundan uyanmıştır.

Herkesin anlık enformasyon aktarımı yaptığı, fikir beyanında bulunabildiği ve yaşanan olayları Geleneksel medyadan önce Twitter'a yazabilme imkânı, Yurttaş gazeteciliğinin önünü açmış ve Twitter gazeteciliği ismi ile bir kavramın literatürümüze girerek tartışılmasına zemin hazırlamıştır. Teorik anlamda Yurttaş gazeteciliğinin etik ve objektif değerleri açısından; Twitter gazeteciliği tartışılabilir. Makalenin içeriğinde yer alan İbrahim Tatlıses'in uğradığı saldırı ve ardından yaşanan pratik, bunu bir nevi ispatlamaktadır.

Ancak Geleneksel medyanın objektifliğinin yüzyıllardır tartışıldığı bir gerçek olarak karşımızda dururken, enformasyon akışının takip edilmesinin çok zor olduğu yeni bir mecrada gerçekleşen ve profesyonel olmayan her insan tarafından yapılabilen bu gazetecilik türünün objektiflik açısından tartışılmasının günümüz bakımından bir çözümü olmayacağı gibi makalemizin konusu da bu değildir.

Toplumsal olaylarda, Geleneksel medyanın yapamadığı anlık ve hızlı enformasyon akışını sağlayan her gün yeni bir kamusal tartışma zemini sağlayan, Geleneksel medyanın haber kaynağı olarak yararlandığı ve profesyonel gazeteciler ile yurttaş gazetecilerini bir araya getiren Twitter; bloglar vasıtasıyla başlayan Yurttaş gazeteciliğinin yaygınlaşmasına ve her insanın potansiyel bir gazeteci olmasına imkân sunmaktadır. Modernizmin "uzmanlaşma" kavramı, yine modernizmin bir getirisi olan Yeni medyada esnemektedir. Kapitalizmin bir getirisi olan bu ağlar, hem onun hem de onun yarattığı tüm sistemin tartışılmasına olanak sağlarken, tartışma ve sorgulama zemininin en önemli kurumu olan gazetecilik, belki de Twitter'da ruhunu bulacaktır.

KAYNAKÇA

Arık, E. (2013). "Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği", Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Elektronik Dergisi, 36: 273-287.

Aydın, Şakı, O. (2011). "Teknoloji, Haber, Nesnellik –Yeni Medya Üzerine Tartışma Notları", (Ed. Zeliha Hepkon), İletişim ve Teknoloji . Kırmızı Kedi, İstanbul.

Aytekin, Ç. (2012). "Yeni Medyada Sosyal Ağ Uygulaması Olarak Twitter ve Fikir Madenciliği", (Ed. Deniz Yengin), Yeni Medya ve..., ss. 102-123, Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.

Baudrillard, J. (2003). Simulakrlar ve Simülasyon (Çev. Oğuz Adanır), Doğu Batı, İstanbul.

Beckett, Charlie (2010). The value of networked journalism, POLIS, London School of Economics and Political Science, London, UK.

Cangöz, İ. (2003). "Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın", (Ed. Sevda Alankuş), Gazetecilik ve Habercilik, ss. 107-125, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul

Chomsky, N. (2004). Medya Denetimi (Çev. Elif Baki), Everest Yayınları, İstanbul.

Çakır, M. (2014). Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar, Doğu Kitabevi, İstanbul.

Değirmencioğlu, G. (2014). “Yeni Medya Çağında Haberciliğin Dönüşümü: Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında Hiper Yerel Gazetecilik”, (Ed. Müge Demir), Yeni Medya Üzerine, ss. 147-163, Literatürk Academia Yayınları: Konya.

Erdoğan, İ. (2013). “Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Elektronik Dergisi, 36: 254-273.

Habermas, J. (2013). Kamusalın Yapısal Dönüşümü (Çev: Tanıl Bora & Mithat Sancar), İletişim Yayınları, İstanbul.

İlhan, E. & Dirik, N. (2011). “Savaş Haberleri Bağlamında Haber Politikaları: ABD Örneği”, Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi, 33: 61-87.

Kara, T. & Özgen, E. (2012). Sosyal Medya Akademi, Beta Basım, İstanbul.

Kırık, A. M. (2013). “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”, (Ed. Ali Büyükaslan & Ali Murat Kırık), Sosyal Medya, Çizgi Kitabevi, Konya.

Kuşay, Y. (2013). Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık, Beta Yayınevi, İstanbul.

Morley, D. & Robins K. (2011). Kimlik Mekânları, (Çev: Emrehabn Zeybekoğlu) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Kurt, H. (2014). “Gazetecilik Pratiği ve Sosyal Medya”, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(4): 821-835.

Kutlu, T. Ö. & Bekiroğlu, O. (2010). “Türkiye’de Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında İnternet Haberciliği: Bianet Örneğinde Kentsel Dönüşüm Projesiyle İlgili Haberlerin Analizi”, Selçuk İletişim Dergisi, 2(6): 254-269.

Sayımer, İ. (2014). Yeni Medya Araştırmaları, Literatürk Academia Yayınları, Konya.

Sütçü, C. & Bayrakçı, S. (2014). “ Sosyal Medya Gazeteleri Nasıl Etkiliyor? Haberlerin Twitter’da Yayılması Üzerine Bir Araştırma”, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication TOJDAC, 4(2):40-52.

Uzun, R. (2006). "Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16: 633-656.

Yengin, D. (2012). Yeni Medya ve... , Anahtar Kitaplar: İstanbul.

İnternet Kaynakları

Alankuş, S.(2009). “Yeni Habercilik Arayışları: Hak Odaklı Habercilik, Yurttaş Gazeteciliği, Barış Gazeteciliği”.

https://www.academia.edu/1141388/Yeni_habercilik_aray%C4%B1%C5%9Flar%C4%B1_Hak_odakl%C4%B1_habercilik_yurtta%C5%9F_gazetecili%C4%9Fi_bar%C4%B1%C5%9F_gazetecili%C4%9Fi_Seeking_for_New_Journalism_Right_Based_Journalism_Public_Journalism_and_Peace_Journalism (Erişim Tarihi: 22. 12. 2014).

Arsan, E. (2009) “Haber Elden Gidiyor mu?: Yurttaş Gazeteci Büyük Medyaya Karşı”. Türkiye 14. İnternet Konferansı Bildiri <http://inet-tr.org.tr/inetconf14/ozet/94.html> (Erişim Tarihi: 15.11.2014).

Behar, H. (2013). “Sosyal Medya Çağında Gazetecilik”. <http://blog.radikal.com.tr/medya-televizyon/sosyal-medya-caginda-gazetecilik-14284> (Erişim Tarihi: 10.12.2014)

Bozkurt, A. (2013). “Sosyal Medyanın “Gezide”ki Rolü...”. <http://www.bilisimdergisi.org/s156/> (Erişim Tarihi: 30.12.2014).

Eyüboğlu A. (2011). “Tetikçi’den Ne Farkı Var?”. http://cadde.milliyet.com.tr/2011/03/17/YazarDetay/1365312/_tetikci_den_ne_farki_var_ (Erişim Tarihi: 24.12.2014).

Koçak, E. (2012). “Yaşasın Twitter gazeteciliği!”. <http://www.gazeteciler.com/gundem/yasasin-twitter-gazeteciligi-46067h.html> (Erişim Tarihi: 12.12.2014).

Mora, N. (2008). Medya Çalışmaları, Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim. http://www.politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/medya_calismalari_medya_pedagojisi_ve_kuresel_iletisim.pdf#page=8 (Erişim Tarihi: Şubat 2013).

- Ongun, Ö. (2013). “Gazeteciliğin Tarifi Değişiyor”. <http://www.bianet.org/biamag/ifade-ozgurlugu/144054-gazeteciligin-tarifi-degisiyor> (Erişim Tarihi: 20.12.2014).
- Taylan, A. (2013) “Medyanın Geziyle İmtihani”. <http://www.bianet.org/bianet/biamag/147364-medyanin-geziyle-imtihani> (Erişim Tarihi:30.12.2014).
- Saka, E. (2012). “Siber Medya Sonrası Kamusal Alan ve Gazetecilik Pratikleri”. https://www.academia.edu/3111282/Siber_Medya_Sonras%C4%B1_Kamusal_Alan_ve_Gazetecilik_Pratikleri_Public_Sphere_and_Journalism_Practices_after_Cyber-Media (Erişim Tarihi: 15. 11. 2014).
- Saka, E. (2013). “Boston Patlamaları Sonrasında Yeni Medya, Gazetecilik ve Kredibilite Meseleleri”. İletişim ve Diplomasi Hakemli Dergi, 1 <http://www.iletisimvediplomasi.com/boston-maratonu-patlamlari-sonrasinda-yeni-medya-gazetecilik-ve-kredibilite-meseleleri/> (Erişim Tarihi. 19. 12. 2014).
- Vural, A. M. (2004). “Embedded-İliştirilmiş Gazeteciliğin Etik Çerçeve Değerlendirilmesi” <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130844554.pdf> (Erişim Tarihi: 30.12.2014).
- Yüksel, E., A. (2014). “Twitter’ın Kuruluş Öyküsü ve Kısa Tarihi” <http://www.medyakademi.org/2014/11/06/twitterin-kurulusu-ve-tarihi/> (Erişim Tarihi: 31.12.2014)
- <http://www.ahaber.com.tr/Teknoloji/2011/05/27/haberin-merkezi-twitter> (Erişim Tarihi: 27.12.2014).
- <http://twitturk.com/home/page/van-depremi-sonrasi-twitter-tepki> (Erişim Tarihi:12.12.2014).
- <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2014/> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).
- <http://sosyalmedya.co/sosyal-medya-bagimlisi-oldugunuzu-gosteren-5-belirti/> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).
- <http://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/turkey/media/> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).
- <http://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/media/> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).
- <http://www.aksam.com.tr/guncel/baskan-gokcek-twitterdan-yaptigi-aciklamada-fetonun-yeni-planini-desifre-etti/haber-600850> (Erişim Tarihi: 28. 02. 2017).