

**Başvuru Tarihi:** 15.05.2017 **Received Date:** 15.05.2017

**Yayına Kabul Tarihi:** 18.07.2017 **Accepted Date:** 18.07.2017

**Yayınlanma Tarihi:** 31.07.2017 **Published Date:** 31.07.2017



*akademia*

ISSN:1308-3198

Erciyes İletişim Dergisi *akademia* 2017

Cilt (Volume): 5, Sayı (Number): 2, (164-180)

Murat KARAMAN

Yıldırım Beyazıt Üniversitesi SBE Dok. Öğ.

[muratkaraman44@gmail.com](mailto:muratkaraman44@gmail.com)

Murat ÖNDER (Doç. Dr.)

Yıldırım Beyazıt Üniversitesi İİBF

[muratondere@gmail.com](mailto:muratondere@gmail.com)

## YURTTAŞ GAZETECİLİĞİNİN ANA AKIM MEDYAYA ETKİSİ: WHATSAPP İHBAR HATLARI ÖRNEĞİ

### Öz

Yurttaş gazeteciliği, profesyonel mesleği gazetecilik olmayan bireylerin haber üretme ve yayma süreçlerinde aktif rol almasını ifade etmektedir. Ana akım medyanın sahip olduğu yapısal birtakım sorunlarla birlikte iletişim teknolojilerinde yaşanan dönüşümler neticesinde yaygınlık kazanan yurttaş gazeteciliği günümüzde farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Bunlardan bir tanesi de merkez medyanın ana haber bültenlerinde kullanılan WhatsApp ihbar hatlarıdır. Bir haberleşme aracı olarak ortaya çıkan WhatsApp uygulaması, kişilerin seslerini duyurabilme potansiyeli nedeniyle yurttaş gazeteciliğinin araçlarından birisi haline gelmiştir. Söz konusu uygulama ile bireyler şahit oldukları bir olaya ait görüntüleri haber merkezlerine ulaştırdıkları gibi yaşadıkları bir mağduriyeti de haber merkezlerine iletebilmektedirler. Böylelikle, haber profesyonellerinin dışındaki bireyler de haber süreçlerinde aktör olarak ortaya çıkmaktadırlar. Bu çalışma, 2016 yılının Ekim ayında en çok reyting alan üç ana haber bülteninin on (10) günlük zaman aralığındaki haberlerini analiz ederek WhatsApp ihbar hatlarının ana haber bültenlerine etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, WhatsApp ihbar hattına gelen haberlerinin içerik analizini yaparak söz konusu etkinin nicel boyutunun yanı sıra, nitel boyutunu da açıklamayı hedeflemektedir. Yapılan bu analiz yalnızca yurttaş gazeteciliğinin ana haber bültenlerine etkisini ortaya koymakla kalmayıp medya-toplum ilişkisi üzerine de saptamalar yapma imkânı vermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yurttaş Gazeteciliği, Ana Akım Medya, WhatsApp İhbar Hatları.

## THE IMPACT OF CITIZEN JOURNALISM ON THE MAINSTREAM MEDIA: THE CASE OF WHATSAPP NOTIFICATION LINES

### Abstract

Citizen journalism means that non-professional journalists are actively involved in news production and dissemination processes. Citizen journalism, which has become widespread due to the structural problems of the mainstream media and the transformations in communication technologies, can appear in various forms today. One of them is the WhatsApp notification lines used in the main news bulletins of the central media. The WhatsApp application, which emerged as means of communication, made it one of the instruments for citizen journalism because of the potential to have people hear their voices. As a result of this application, the images of the events individuals are witnessing can reach the news centers as well as they become crime victims. In this way, the individuals beside the news professionals also emerge as actors in the news processes. This study aims to measure the effect of WhatsApp notification lines on the main news bulletins by analyzing the ten day periodicals of the three main news bulletins selected through random sampling. In addition to this, WhatsApp aims to reveal the qualitative aspect as well as the quantitative dimension of the effect by analyzing the content of news reports on the notice line. This analysis not only reveals the impact of citizen journalism on the main news bulletins, but also allows the media to identify the relationship between the media and the society.

**Keywords:** Citizen Journalism, Mainstream Media, WhatsApp Notification Lines.

## Giriş

Yurttaş gazeteciliği olgusu çeşitli siyasal, sosyal ve ekonomik gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkmış olan bir gazetecilik uygulamasıdır. Gazetecilik alanında yaşanan dönüşümler, gazeteciliğin kamuoyu ve demokrasi ile olan ilişkisi söz konusu uygulamanın ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Yurttaş gazeteciliği birden fazla biçimde ortaya çıkmış ve dünyada birbirinden farklı uygulamalar ile gerçekleştirilmiş olsa da temel felsefesi haber profesyoneli olmayan sıradan insanların haber üretim süreçlerine dâhil edilmesi ve gündemi belirlemede sıradan vatandaşların etkili olmasıdır. Gelişen teknoloji ile birlikte sıradan vatandaşların haber üretim süreçlerine katılımı dijital ortamlara kaymış, özellikle sosyal medya bu alanda büyük dönüşüm meydana getirmiştir. Yine teknolojiye yaşanan gelişmeler neticesinde akıllı telefonlar yaygınlaşmış, akıllı telefonlar eliyle haberleşmek için çok çeşitli uygulamalar geliştirilmiştir. Bir haberleşme aracı olan WhatsApp da bunlardan birisidir. Akıllı telefon kullanan hemen herkesin faydalanmış olduğu bu uygulama, yaygınlığı ve yazılı mesajın yanı sıra görüntü, ses ve video kaydı iletilme gibi özellikleri nedeniyle zamanla medya kuruluşlarının ilgisini çekmiş ve yurttaş gazeteciliği uygulamalarının aracı haline dönüşmüştür. Medya kuruluşları WhatsApp İhbar Hatları oluşturarak, bu hatlar vasıtasıyla vatandaşlardan şahit oldukları haber değeri taşıyan görüntüleri ve olayları kendilerine iletmelerini kolaylaştırmıştır. Ana akım medya kuruluşlarının büyük çoğunluğu ana haber bültenlerinde söz konusu ihbar hatlarını kullanmaktadırlar.

Bu çalışma, Türkiye’de yurttaş gazeteciliği uygulamalarının ana akım medyaya olan etkisini WhatsApp ihbar hatları üzerinden değerlendirme amacını taşımaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde, yurttaş gazeteciliğine ilişkin yazın gözden geçirilerek, yurttaş gazeteciliğine ilişkin kavramsal bir çerçeve belirlenerek yurttaş gazeteciliğini ortaya çıkaran temel nedenler üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde ise, 2016 yılı Ekim ayında en çok reyting alan üç televizyon kanalının ana haber bültenlerinden rastgele örneklem yolu ile seçilen onar bülteni incelenecektir. Toplamda otuz ana haber bülteni incelenerek WhatsApp İhbar Hatlarının ana haber bültenlerinde nasıl kullanıldığını göstermek amaçlanmaktadır. WhatsApp İhbar Hatlarının oransal ağırlığı, hangi haber türlerinde ağırlık kazandığı, görüntü kullanım biçimleri gibi faktörler incelenerek söz konusu ihbar hatlarının ana akım medyanın habercilik anlayışına olan etkisi değerlendirilecektir. Özellikle, ihbar hatlarının hangi haber türlerinde ağırlık kazandığını görmek, özelde ihbar hatlarının genelde ise yurttaş gazeteciliğinin etkinliğini ölçme konusunda yardımcı olacaktır.

## 1. Yurttaş Gazeteciliğine İlişkin Kavramsal Çerçeve

Yurttaş gazeteciliği kavramı tanımlanması güç bir kavramdır. Vatandaş gazeteciliği (citizen journalism), katılımcı gazetecilik (participatory journalism), görgü tanıklığı gazeteciliği (eye witness journalism) ya da kullanıcının ürettiği içerik (user generated content) gibi kavramlarla ifade edilebilen yurttaş gazeteciliğine ilişkin, üzerinde konsensüs sağlanmış bir tanımlama bulunmamaktadır. Bir başka deyişle, yurttaş gazeteciliği konusundaki yazının Mutlu’ya göre (2005,243) dikkat çeken özelliği, ihtilafı olmasıdır. Yurttaş gazeteciliğinin bir tanımının yapılamamasının nedeni, yurttaş gazeteciliğinin hala oluşum sürecinde olan bir uygulama olmasıdır. Uzun (2006,646) yurttaş gazeteciliğinin tanımlanmasının önündeki engelin, yurttaş gazeteciliğinin birbirinden farklı uygulamaları içerisinde barındırmasına bağlar. Bunların yanı sıra sosyal bilimlerin doğasından kaynaklanan tekdüze tanımlama güçlüğü, yurttaş gazeteciliği konusunda da kendini gösterir.

Yurttaş gazeteciliğine ilişkin ilk tartışmalar 90’lı yılların başlarında Amerika’da başlamıştır. Kavramın ortaya çıkmasında o dönem Amerika’da basın özgürlüğü, egemen medya baskısı ve hak odaklı habercilik gibi tartışmaların etkisi bulunmaktadır. Arık’ın (2013, 74) da ifade ettiği gibi, bu gazetecilik uygulamasının dayandığı temel felsefe, gazeteci kavramının genişlemesi ve profesyonel gazeteci olmayan sıradan insanların da haber üretmek genel iletişim ortamına dâhil olmaları ve vatandaşlık haklarının savunusu amacıyla gazetecilik yapmalarıdır. Yurttaş gazeteciliğine ilişkin bir başka tanımlama ise “kurumsal bir yapıda veya serbest olarak gazetecilik yapmayan insanların, çevresinde olan biten olay/olgu hakkında yazdığı metnin, çektiği fotoğraf

ve videoların, web sitelerinde, ağ günlüklerinde (blogs), fotoğraf ve video paylaşım sitelerinde yayınlanması” şeklindedir (Turan, 2007,58). Her iki yaklaşımdan da anlaşılacağı üzere yurttaş gazeteciliğinin çıkış noktası, haber üretim süreçlerinde üreten ve izleyen taraflar arasındaki engellerin kalkmasıdır. Yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıktığı yıllarda ABD’de yapılan tartışmalarda, “gazeteciliğin eski altın günlerine dönülmesi” olarak görülmüştür (Alankuş, 2013,119). Yurttaş gazeteciliğinin tartışılıp gelişmeye başlamasında en önemli nedenlerden biri gazetecilik alanında yaşanan güven sorunudur. Bu tür kamusal hizmetlere yönelik olarak iletişim araçlarının giderek artmasıyla güvenin azaldığına dair çok sayıda araştırma görülür (Önder, 2011b,154). Haber okuyucusunu/izleyicisini haber üretim süreçlerine dâhil edilerek yaşanan güven bunalımına çözüm üretme gayretleri yurttaş gazeteciliği biçiminde yansımaları bulmuştur denilebilir.

Yurttaş gazeteciliğine ilişkin temel ilkelerin tespiti de, tıpkı kavramın tanımlanması gibi, çeşitli ihtilafları bünyesinde barındırır. Gerek yurttaş gazeteciliğinin etkinliğine dönük yaklaşımlar, gerekse de uygulamada görülen çeşitlilikler bu ihtilafın ana odağını oluşturur. Schaffer (aktaran Dağtaş, 2007,112) yurttaş gazeteciliğinin temel ilkelerini üç başlıkta toplar: (1) Yurttaş gazeteciliği, haber yapma çerçevesini yeniden tanımlayarak haber tanımını genişletir ve böylece okurların ilgisini arttırmayı amaçlar, (2) haberde dengelilik, okurlar lehine yeniden tanımlanarak yeni bir okuyucu profili oluşturulmaya çalışılır, (3) okurların gazeteleriyle etkileşim içine girebilecekleri yeni kanallar oluşturularak gazetecilerle yurttaşlar arasındaki mesafe kaldırılmaya çalışılır. Duran (2005,95-100) ise yurttaş gazeteciliğinin temel ilkeleri olarak, haber kaynaklarının çoğaltılması, haber kaynağı ile uzun vadeli bir ilişki kurgulayarak ve hedefe ulaşana kadar araştırma ve yayın yapma ilkelerini ortaya koyar. Her iki yaklaşımda da görüldüğü gibi yurttaş gazeteciliğinin en temel motivasyonu haberi, okuyucu/izleyici ekseninde yeniden tanımlamaktır. Arık (2013,75) da bu noktaya işaret ederek yurttaş gazeteciliğinin ana akım medyanın haber politikasını eleştirerek medya kullanıcılarını pasiflikten, aktif birer katılımcı olmaya doğru dönüştürdüğünü ifade eder.

Diğer tüm haber faaliyetlerinde olduğu gibi yurttaş gazeteciliğinde de temel amaç haber üretmektir. Ancak yurttaş gazeteciliğinin diğer haber faaliyetlerinden ayrılan yönü izleyici/okuyucu/tüketiciye olan bakış açısıdır. Habercilik anlayışındaki bu fark, okuyucu/izleyici/dinleyicileri, sorunlar ve güncel olaylar konusunda eğitime, onları kendileriyle ilgili kararların alınması süreçleri konusunda bilgilendirme ve bu süreçlere yurttaşlar olarak katılmalarını sağlayacak şekilde bilinçlendirme hedeflerinde kendini gösterir (Cangöz, 2005,109). Son tahlilde yurttaş gazeteciliğini diğer haber üretim faaliyetlerinden ayıran en belirgin noktanın, okuyucu/izleyici katılımı ve odaklılığı olduğu ifade edilebilir. Bu da aslında son çeyrek yüzyılda her alanda vatandaş katılımının öngörüldüğü ve önerildiği birlikte yapma ve yönetme, yani yönetişim felsefesiyle (Ayhan ve Önder, 2017,42) ilintilidir.

Yurttaş gazeteciliğini ortaya çıkaran etkenlerin başında, ana akım medya ile okuyucu/izleyici arasında yaşanan güven bunalımı gelmektedir. Yurttaş gazeteciliğinin önemli amaçları arasında söz konusu güven sorununu ortadan kaldırmak gelmektedir. Bunu yaparken kullanılan en önemli iddia ise okuyucunun habere aidiyet duygusu geliştirmesini sağlamaktır. Dağtaş (2007,114), yurttaş gazeteciliğinin iktidar ile vatandaş arasında ilk el haber olma özelliğiyle bir köprü işlevi görerek, okuyucu/izleyicinin gazeteciye olan güveni arttırdığını ifade eder. Gazetecinin kendi çıkarı için değil, kamu çıkarı için çalıştığı izlenimi ile de güven duygusunu pekiştirir. Bir başka ifadeyle yurttaş gazeteciliği anlayışı, yalnızca kamuyu bilgilendirme görevi ile kendisini sınırlamayıp yurttaşın haklı olduğu alan ve konularda, bu haklı isteğin somut olarak gerçekleşmesini de bekler. Yani yurttaş taleplerinin savunuculuğunu üstlenir (Arık, 2013,75). Buradan hareketle, yurttaş gazeteciliğinin objektif bir gazetecilikten ziyade, haber üretim sürecinin başından itibaren yurttaşın yana pozisyon aldığı söylenebilir (Özer, 2012,34). Tüm bunlar ise okuyucu/izleyicinin gazeteciye olan güveninin pekişmesine katkı sağlamaktadır.

Yurttaş gazeteciliği uygulamalarında bireyin haber süreçlerinde iki boyutlu bir öneme sahip olduğu söylenebilir. Bireyin haberin merkezinde yer alması ile bireyin bizzat kendisinin haber üretmesi, yani muhabir konumunda bulunması bu boyutları oluşturur. Yurttaş gazeteciliğinde

bireyin haberin merkezinde yer alması çeşitli şekillerde meydana gelebilir. Gazeteci haber toplamada yurttaşa başvurur, habere yurttaşın gözüyle bakar, habere konu olan olayın/sorunun yurttaş lehine sonuçlanmasını hedefler, yurttaş haber yapım ve yazım sürecine dâhil eder (Duran, 2005,105). Bu doğrultuda, yurttaşların yapılan haberleri kendi haberleri olarak hissetmelerini sağlamak amacıyla vatandaşlar haberin oluşum sürecine dâhil edilmekte, haberle ilgili vatandaşlarla sık sık temasa geçilmekte ve böylelikle vatandaşlar hem yapılan haberleri kendilerine ait olarak algılamakta hem de haberin oluşturulması sürecinde aktif bir rol oynamaktadır (Kutlu ve Bekiroğlu, 2010,256). Bunların yanı sıra, bireyin bizzat kendisinin muhabir rolüne bürünerek haber üretmesi de yurttaş gazeteciliği-birey ilişkisini ortaya koymaktadır.

Yurttaş gazeteciliği uygulamaları bireye haberde merkezi bir konum atfetmekle yetinmez. Ayrıca bireyleri değiştirmeyi, dönüştürmeyi amaçlar. Bu dönüşümün nihai amacı da haklarının farkında olan bilinçli bireyler meydana getirmektir. Yurttaş gazeteciliği uygulamaları, yurttaşlara sorunları kontrol altına almalarına olanak sağlayan, mobilize edici bilgiler içeren bir dil kullanılır (Kutlu ve Bekiroğlu, 2010,256). Dolayısıyla sorunlar karşısında aktif bireyler oluşmasına katkı sunar. Toplumda, aktif, düşünen ve sorgulayan bireyler yaratmayı amaç edinmiş bu uygulamalar, yurttaşların kendi hak ve sorumluluklarının bilincinde olmasını ve bunun bilincinde olan yurttaşların bunları sorgulama ve savunma sürecinde nesne olmaktan çıkıp bizzat özne olmalarını içeren önemli bir etkileşimsel gazetecilik türü olarak göze çarpar (Çambay, 2015,914). Söz konusu etkileşim neticesinde yurttaşlar sorunlarını ortaya koyma ve çözüm önerileri bulma konusunda harekete geçer ve toplumda, düşünen, sorgulayan bir birey modeli ortaya çıkar. Son tahlilde, bu amaçları güden bir gazetecilik anlayışında haber “olay-merkezli” olarak değil, “sorun-merkezli” olarak kurulmakta ve yurttaş sadece haber kaynağı haline gelmekle kalmayıp kendi sorunlarıyla ilgili olarak harekete geçerek haberin bizzat yapıcısı haline gelmektedir (Alankuş, 2013,120).

Yurttaş gazeteciliği kavramı yazında genellikle demokrasi ve kamusal alan kavramları etrafında tartışılmaktadır. Gazetecilik anlayışı ve pratikleri açısından kendine özgü birtakım iddialar ortaya koyması ile görece yeni bir gazetecilik formu olarak değerlendirilebilecek yurttaş gazeteciliğinin, özünde habercilik, medya ve demokrasi konularının kesiştiği bir denklemin içerisinde yer aldığı iddia edilebilir (Kutlu ve Bekiroğlu, 2010,267). Nitekim yurttaş gazeteciliği savunucuları da, yurttaş gazeteciliğinin kamusal alanı yeniden canlandırmanın ve geliştirmenin bir yolu olarak değerlendirmektedirler (Uzun, 2006, 638). Yurttaş gazeteciliğinin gerek demokrasi gerekse de kamusal alan tartışmalarıyla ilgisi, bireye atfettiği konum ile ilgilidir. Haberinin merkezinde yer alan birey anlayışı ile birlikte bilinci birey ortaya çıkarma ideali, yurttaş gazeteciliğini demokrasi ve kamusal alan gibi kavramlar etrafında temellendirmeye imkân sağlamaktadır (Uzun, 2006,646). Gazeteci ile kamuyu yan yana getiren bu tartışmada, bu ilişki, gazetecilere “nereden geldiğini hatırla” demenin bir yolu olarak yorumlanabilir (Mutlu, 2005,242). Gazetecilik mesleğinin doğası ve toplum içerisindeki rolü de kavramın kamusal alan-demokrasi etrafında tartışılmasının nedenleri arasındadır. Gazetecilik mesleği, içerisinde bulunan toplumun ve siyasal şartların etkisi ile şekillenir. Bu noktada gazeteciliğin, haberin odağı noktasında bulunacağı tercihleri gazetecilik faaliyetinin gideceği yönü belirlemede etkili olmaktadır. Yurttaş ve hak odaklı bir gazetecilik, demokrasi ve kamusal alan tartışmalarına olumlu katkılar önerir.

## 2. Yurttaş Gazeteciliğini Ortaya Çıkaran Etkenler

Hiçbir sosyal olay tek bir nedene bağlı olarak ortaya çıkmamakta, her sosyal olay birbirinden farklı dinamikler tarafından beslenmektedir. Gazetecilik alanında yeni söylemlerle ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği de, tek bir nedenle değil birbirinden farklı kaynaklar tarafından beslenen süreçler sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu noktada yurttaş gazeteciliğini ortaya çıkaran nedenlerin açıklanmasında iki farklı yaklaşım olduğu söylenebilir. Bunlardan ilki, geleneksel medyanın kitle okuyucu/izleyici kaybına çözüm arayışlarını ön plana çıkaran ekonomik yaklaşımdır. İkinci yaklaşım ise siyasal ve sosyal etkenleri ön plana çıkarır (Uzun, 2006,634).

Kutlu ve Bekiroğlu'na göre (2010,254) ise, yurttaş gazeteciliğini ortaya çıkaran etmenler medyadaki tekelleşme ve okuyucuların medyaya dönük güven kaybıdır. Uzun (2006,634) ise tekelleşmeye ek olarak ekonomik sorunlar ile teknolojik gelişmelere vurgu yapar. Yurttaş gazeteciliği uygulamaları çeşitli şekillerde kendini göstermiş olsa da, küresel anlamda yoğun şekilde tartışılmasına neden olan ve dahası yurttaş gazeteciliğini görünür hale getiren ve dönüm noktası oluşturan çeşitli olaylardan da söz etmek gerekir. Turan (2007, 61) bu ana olayları, Amerika Birleşik Devletleri'nde 11 Eylül 2001'de yaşanan terör saldırısı, 26 Aralık 2004'te Güneydoğu Asya'daki tsunami felaketi ve Londra'da 7 Temmuz 2005'te yaşanan terör saldırısı olarak sayar. Tüm bu olaylara ilişkin yapılan haberler incelendiğinde kullanılan görsellerin büyük çoğunluğunun profesyonel gazeteciler tarafından değil, olay esnasında olay yerinde bulunan sıradan insanlar tarafından üretildiği görülmektedir. Bu ve benzeri olaylar teknolojinin de katkısı ile yurttaş gazeteciliğini görünür hale getirmiş ve meşrulaşmasının önünü açmıştır.

Yurttaş gazeteciliğini ortaya çıkaran faktörlere ilişkin yazın incelendiğinde, bazı çalışmaların bir faktör üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Yurttaş gazeteciliğini ortaya çıkaran dinamikler noktasında yazında birbirinden farklı sınıflandırmalar olmakla birlikte, bu çalışma, bu temel dinamikleri, siyasal, ekonomik ve teknolojik etkenler başlıkları altında inceler. Yazındaki yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkmasında etkili olduğu belirtilen tüm faktörlere değinilerek kapsam çok boyutlu olarak genişletilmiştir.

### **2.1. Siyasal Etkenler**

Medya ve siyaset birbirinden ayrı düşünülemez iki olgudur. Söz konusu olan yurttaş gazeteciliği olduğunda ise bu siyaset ve medya ilişkisi daha da önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, yurttaş gazeteciliğini ortaya çıkaran siyasal etkenler ile ilgili tartışmalar demokrasi, katılımcılık ve etik başlıkları altında şekillenmektedir.

Yurttaş ve yurttaşlık hakları, ancak bir demokratik sistem içerisinde anlamlı kavramlardır. Bu durum medya için de geçerlidir. Medyanın salt propaganda aracı olmaktan çıkıp “dördüncü güç” olabilmesinin ilk şartı demokrasinin işler halde olduğu bir siyasal ortamdır. Demokrasinin gelişim süreci izlendiğinde de, medya ile demokrasinin birbirine paralel bir gelişim gösterdiği görülmektedir. Robert A. Dahl iyi işleyen demokrasinin temel kriterlerinden birinin de ifade özgürlüğü olduğunu (Ayhan ve Önder, 2016,26) belirtir. Bu özgürlüğü sağlayacak ve katılımcı sivil demokrasinin geliştirecek olan önemli faktörlerden biri de kitle iletişim araçlarıdır (Dağtaş, 2007,104). Kitle iletişim araçları ve medya ile demokrasi arasında birbirini tamamlayıcı bir ilişki bulunmaktadır. Biri olmadan diğeri eksik kalmaktadır. Alexis Tocqueville, “Demokrasi olmadan sizler gerçek bir gazete olamazsınız, gazeteler olmaksızın sizler de demokrasiye sahip olamazsınız.” ifadesiyle (Cangöz, 2005,107) kavramların güçlü ilintisine dikkat çekmiştir. Bu çift yönlü ilişki, yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkışındaki tartışmalar izlendiğinde, temsili demokrasiye yapılan eleştiriler ile yurttaş gazeteciliğinin gelişiminin paralel olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, yurttaş gazeteciliğinin demokrasiye farklı açılımlar getirme amacı taşıdığı da söylenebilir (Cangöz, 2005,109). Liberal demokrasilerin sorgulanmaya başlanması, bu demokrasilerde önemli işlevler atfedilen gazeteciliğin de sorgulanmasını gerektirmiştir. Demokrasinin iyi işlemediği yönündeki kaygılar arttıkça, demokratik süreçte yaşanan sorunlara çözüm olarak haber örgütleriyle medya arasında güvene dayanan ilişkilerin kurulmasıyla, bilinçli ve katılımcı yurttaşlar ortaya çıkarmanın bir yolu olarak yurttaş gazeteciliği giderek önem kazanmıştır (Uzun, 2006,635).

Günümüz demokrasilerinin en temel tartışma konusu katılımcılık konusudur. Temsili demokrasinin, değişen dünya koşullarına cevap vermekte yetersiz kaldığı iddiaları katılımcılık konusunu gündeme getirmektedir. Siyasal anlamda katılımcılık gibi medya alanında da katılımcılık tartışmalı bir alandır. Medyada tüm toplumsal kesimlerin temsil edilmesi ve seslerini duyurabilecek zemini bulabilmeleri medyadaki katılımcılığın göstergesi olarak kabul edilmektedir. Yurttaş gazeteciliği böyle bir ortamda ortaya çıkmış ve medyanın giderek tek tipleşmesine eleştirel bir yaklaşım sergilemiştir. Yurttaş gazeteciliği bu noktada

medyaya, mümkün olduğu kadar her kesimden insanın sesinin medyada yansımaları bulması sorumluluğunu yüklemektedir. Ancak bu noktada belirtilmesi gereken en önemli husus, sivil toplumun ve bireylerin medyada yer almalarının sadece doğal felaket, suç, şiddet gibi olumsuzluk içeren olağanüstü durumlarda ortalama insanın haber öznesi ya da kaynağı olması değildir (Cangöz, 2005, 112). Katılımcılıktan anlaşılması gereken siyasal olay ve taleplerin de medyada yer almasıdır.

Modern dünyada demokrasi-katılımcılık ilişkisi medyadan bağımsız olarak ele alınamaz. Temsili demokrasilerde katılımcılık şüphesiz en belirgin olarak seçimlerde görülür. Ancak bilindiği üzere demokrasi yalnızca seçimlere indirgenemez. Medyanın demokrasideki rolü, katılımcılık ve ifade özgürlüğünü gerçekleştirmede ortaya çıkar (Ayhan ve Önder, 2016,26). Demokrasi çoğunluk tahakkümü anlamına gelmediği gibi, azınlığın çoğunluk karşısında korunmasını öngören mekanizmalar içermektedir. Yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olarak görülen medya, demokrasilerin olmazsa olmazları arasında görülmektedir. Fakat medyanın dördüncü güç olarak işlevini yerine getirme noktasında çeşitli ilişkiler neticesinde zafiyet göstermesi yurttaş gazeteciliğini gündeme getirmiştir. Yurttaş gazeteciliğini savunanlar, profesyonel gazetecilikle birlikte; haber değeri olan konunun seçimi, haberin toplanması, yazılması, topluma sunulacak haberin seçimi ve dağıtılması işlevinde tek otorite olan haber merkezlerinin egemenliğinin, halkın katılımı ile birlikte kalkacağını böylelikle medyanın demokratikleşeceğini iddia etmektedirler (Doctorow, 2006).

Yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkışında etik tartışmaları ciddi bir yer kaplamaktadır. Etik tartışmalarının zeminini ise gazeteci ile siyasal ve ekonomik güç çevrelerinin ilişkisi belirlemektedir. Bu konuda gazetecilere yöneltilen en önemli eleştiri, kamu adına gazetecilik yapmak yerine birtakım güç odaklarının çıkarlarına hizmet edecek nitelikte gazetecilik yaptıkları şeklindedir. Duran'ın (2005, 92) ifadesiyle, medya kuruluşlarının güç odaklarına bağımlılıkları, bağımsız ve özgür olmamaları gazetecilere duyulan güveni azaltmıştır. Güngör ise (2013,344) daha sert ifadelerle: *“Başbakanların, bakanların, milletvekillerinin yemeklerinde, uçaklarında, yatlarında zaman geçirmeyi alışkanlık haline getiren gazetecilerden, sıradan halkın arasına katılmalarını, onların sorunlarına duyarlılık göstermelerini beklemek boş bir hayalden öteye gitmez”* diyerek eleştirir. Bu durum da, gazetecinin halkın gözünde ciddi bir etik kaybı krizi yaşamasına neden olur. Yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkışında bu etik krizine bir çözüm arayışı da etkili olmuştur. Yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıktığı ülke olan ABD’de medyanın *“egemenlerin propaganda aracı haline dönüşmesi”* diğer ülkelere oranla daha fazla görülüyor olması da yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkışı ile etik tartışmaları arasındaki ilişkiyi destekler niteliktedir (Duran, 2005,93). Yurttaş gazeteciliği böyle bir ortamda ortaya çıkmış ve bireyin merkeze konulduğu habercilik anlayışı ile insanları düşünmeye ve eyleme geçmeye motive etmiştir. Ancak burada belirtilmesi gereken bir başka nokta, yurttaş gazeteciliğinin kişileri düşünmeye ve eyleme geçmeye davet ederken bir endoktrinasyona ve toplum mühendisliğine soyunmadığıdır. Cangöz (2005,110) yurttaş gazeteciliğinin, bireylere “ne düşünmeleri” ya da “nasıl hareket etmelerini gerektiğini” söylemediğini ve böyle bir çaba içine de girmediklerini belirtir. Yapılan şey, haklarının farkında olan bir birey modeli inşa etmekle sınırlıdır.

## 2.2. Ekonomik Etkenler

Yurttaş gazeteciliğini ortaya çıkaran ekonomik etkenlere ilişkin tartışmalar tekelleşme, ticarileşme ve medyanın sahiplik yapısı gibi başlıklar etrafında gelişmektedir. Medya kuruluşları son tahlilde ticari kuruluşlar olduklarından kar elde etme motivasyonu ile kurulup işletilmektedir. Bunun yanında kamuya ilişkin sorumluluklara da sahip olan medyada, bu ikisi arasındaki dengenin nasıl olmasına gerektiğine ilişkin tartışmalar yapılmaktadır. Bir yazılı basın kuruluşu olan gazeteler, bir yandan ekonomik ve ticari diğer yandan da sosyal yönleri bulunan bir araç olarak dikkat çekmekte olup hem kar elde etmek amacı taşımakta hem de üretim konusu gereği kamusal bir faydaya sahip olması zorunluluk arz etmektedir (Çambay, 2015,912). Gazetecilik mesleğinin büyük medya gruplarının ekonomik gereklerine göre biçimlenmesinin yarattığı sorunlar, yeni bir gazetecilik anlayışının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Uzun, 2006,633). Bu

yeni anlayış ise farklı yapılarda ortaya çıksa da temelde yurttaş gazeteciliğidir. Çünkü kamu adına denetim, sadece ticarileşmiş ve tekelleşmiş bir medya ortamında pek mümkün görünmemektedir (Özer, 2012,24).

Medya alanında yaşanan tekelleşme birçok sonucu beraberinde getirmiştir. Bunlardan belki de en önemlisi, medyaya duyulan güvenin zedelenmesi olmuştur. Kamu nezdinde medya bazen, belirli ekonomik ve siyasi çevrelerin sesi olma gibi olumsuz algıyla anılır hale gelmiştir. “1980’lerden sonra medyada yaşanan tekelleşme olgusu ile birlikte gazeteler, belirli ekonomik gücü merkezinde toplayan kişilerin faaliyet merkezi olmuş, bu durum yazılı basın ürünlerinin hem gazete sahiplerinin hem de büyük sanayi işletmecilerinin sesi olmasını beraberinde getirmiştir.” (Çambay, 2015,911). Yaşanan bu tekelleşme durumuna bir tepki olarak ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği, gazeteciliğin kamunun sesi olması gerektiği iddiasını taşımaktadır. Medya sektöründe tekelleşmenin ve medyanın belirli gruplarla patronaj ilişkileri geliştirmesinin en yoğun yaşandığı ülkeler arasında ABD öne çıkmaktadır (Dağtaş, 2007,112). Bir başka ifadeyle, yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıktığı Amerika Birleşik Devletleri’nde, medya, nicel olarak diğer ülkelere göre daha geniş bir düzeyde olmasının yanında, tekelleşme ve ticarileşme de en üst seviyededir (Özer, 2012,24).

Yurttaş gazeteciliğini, medyadaki tekelleşme ve ticarileşmeye verilen bir tepki olarak okuyan yaklaşımlar olmakla birlikte, yurttaş gazeteciliğine bakış açısı her zaman bu kadar “naif” olmayabilmektedir. Birçok farklı nedene bağlı olarak medyaya duyulan güvenin azalması son yıllarda sürekli gündemde olan bir konudur. Bunun medya kuruluşları açısından ilk sonucu ise okuyucu/izleyici kaybı, bir başka deyişle reyting/tiraj kaybıdır. Bazı yaklaşımlara göre yurttaş gazeteciliği uygulamaları medyadaki söz konusu reyting/tiraj kayıplarını telafi etmek için ortaya çıkmıştır (Uzun, 2006,640). Bir başka ifadeyle yurttaş gazeteciliğini doğuran temel faktör, halkın basına yönelik ilgisizliğini giderme çabasıdır (Arık, 2013,75). Bu yaklaşımların temelinde, yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkışı gazetelerin kamusal sorumluluklarının farkına varması olarak değil, güttükleri ekonomik çıkarları olarak görülür. Dolayısıyla medyanın okuyucunun gereksinimlerine yanıt veren bir habercilik yapmasının nedeni etik kaygılarla değil, reyting/tiraj kaygılarıyla şekillenmektedir. Uzun (2006,651) “*Haber medyasının reklamcılık sektörüyle ilişkileri açısından bakıldığında, yurttaş gazeteciliğinin, gerçekte kamusal gazeteciliğin bir pazarlama stratejisi gibi tasarlandığı görülmektedir.*”sözleriyle yurttaş gazeteciliğini olumsuzlayan görüşü özetlemektedir. Bu nedenlerden ötürü eleştirel yaklaşımlar, yurttaş gazeteciliğinin medyayı dönüştürme kapasitesine şüpheyle bakmış, bir “devrim” yaratacağı beklentisine girmemek gerektiğine dikkat çekmişlerdir.

Yurttaş gazeteciliğini ortaya çıkaran ekonomik etkenler izlendiğinde, ortaya çıkan faktörlerden birisi de medya kuruluşlarının yurttaş gazeteciliği kaynaklı haberler sayesinde personel harcamalarından tasarruf ettikleridir. medya kuruluşları için daha az personel ile kamunun ilgisini çekecek haberler üretmek ve izleyici/okuyucu kazanmak fikri çekicidir. Yurttaş gazeteciliği uygulamaları ile toplumdaki herkesin haber üretim süreçlerine ortak edilmesi fikri ortaya çıkmış, bu durum da, yurttaş gazeteciliğinin yaygınlaşmasıyla birlikte, kurumların sürekli eleman istihdam etme zorunluluğunu değiştirmiştir. Turan’ın da belirttiği gibi, bu yolla medya kuruluşları, hem dünyanın her yerindeki amatör kişilerden gelen içerikler yayınlanarak personel giderlerinden, hem de sadece haber değeri olduğu düşünülen içeriklere ücret verilerek muhabire sürekli ödenen ücretlerden tasarruf yapılmaktadır (Turan, 2007,57-58). Personel istihdamı ile yurttaş gazeteciliği arasındaki ilişkiye dair bir başka boyut ise gazetelerin son yıllarda araştırmacı gazetecilik kadrolarını azaltmış olmalarıdır. Araştırmacı gazetecilik maliyeti yüksek bir faaliyet alanıdır. Son yıllarda gazetelerin, ekonomik nedenlerle bu kadrolarda azaltmaya gitmesi ise bilinen bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Uzun (2006,641) araştırmacı gazetecilik faaliyetlerinin yaygın medyada azalmasının, basının araştırmacı rolünün kamusal radyolar, bloggerlar ve kar amaçlı olmayan örgütler gibi diğer medya aktörleri tarafından üstlenilmesi eğilimini doğurduğuna vurgu yapar. Bu da, yurttaş gazeteciliğinin önünü açmıştır. Kısaca, medya kuruluşlarının personel istihdam politikalarının da yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkışına bir nevi katkı sağladığı söylenebilir.



### 2.3. Teknolojik Etkenler

Yurttaş gazeteciliğinin gerek ortaya çıkışında gerekse de yaygınlaşmasında teknolojik gelişmeler de önemli yer tutar. Yurttaş gazeteciliğinin temel felsefesi göz önüne alındığında, teknolojiye yaşanan gelişmelerin etkisi anlaşılır olmaktadır. Bilindiği gibi yurttaş gazeteciliği, en temelde bireylerin katılımcılığını esas almaktadır. Söz konusu katılımcılık ise özellikle iletişim teknolojilerinde ve internet alanında yaşanan gelişmeler neticesinde uygulama zeminini genişletebilmiştir. İnternet, günümüzde katılımcı demokrasi anlamındaki teknolojik alt yapıyı yaygın şekilde sunmaktadır (Dağtaş, 2007,105). Yeni teknolojilerin imkânlarına sahip tüm bireyler demokratik sürece, bilgiye daha kolay ulaşabilir biçimde entegre olabilmektedirler. Bir başka deyişle, internet ortamı bireylere büyük ölçüde kısıtlama ve kontrollerden arınmış bir platform sağlar. İnternetin gelişmesi ve yaygınlık kazanması ile birlikte medya alanına da yansımaları olmuş; internet, gazeteciliğin zeminlerinden birisi haline gelmiştir. İnternetin yaygınlık özelliği sayesinde ana akım medyada kendisine yer bulamayan kişiler ve gruplar, toplumsal, siyasal, iktisadi ve kültürel bağlamlarda seslerini duyurma imkânı elde etmişlerdir (Kutlu ve Bekiroğlu, 2010,255). Ana akım medya dışında yükselen bu seslerin toplumda karşılık bulmaya başlaması ile ana akım medya da bu duruma kayıtsız kalamamış, bir haber kaynağı olarak özellikle internet ortamında yer alan konulara ilgi göstermeye başlamıştır. Böylelikle de yurttaş gazeteciliği uygulamaları ciddi bir hız kazanmıştır.

İnternet teknolojisi yaşamın birçok alanı gibi medyayı da çeşitli dönüşümlere uğratmıştır. Medya alanına yansıyan en önemli dönüşüm ise medyanın dijital alana taşınması olmuştur. İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler neticesinde, yurttaş gazeteciliği de yoğun bir şekilde sanal ortama taşınmış ve pek çok projenin dijital ortamda hayata geçirilmesiyle kamu gündeminde kendine yer bulmuştur (Arık, 2013,73). Bu durum, yurttaş gazeteciliği uygulamalarına yaygınlık kazandırdığı gibi kamu ve kamusal alan kavramlarını da dönüşüme uğratmıştır. İnternet ile birlikte mesafelerin önemini yitirmesi, kamusal alan kavramını paylaşılan mekân anlamından soyutlamış ve paylaşılan sorunlar ve ortak çıkarlar zemininde yeniden tanımlanmasına yol açmıştır (Dağtaş, 2007,107). Böylece dünyanın farklı noktalarında yaşayan insanlar dijital ortamlarda aynı sorun çerçevesinde örgütlenebilmekte, seslerini yükseltebilmektedirler. Bu noktada belirtilmesi gereken önemli bir husus ise, internet teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin genelde medya, özelde ise yurttaş gazeteciliği anlamında sihirli bir dokunuş olmadığıdır. Yalnızca ağ teknolojilerindeki gelişmenin, bilgiye erişim noktasında yeterli olacağını ima etmek zayıf bir yaklaşım olarak kalmaktadır (Uzun, 2006,652). İnternetin tek başına demokrasi ve katılımcılık getirmeyeceği, ancak internetin demokratik idealleri yayma noktasında sadece bir araç olabileceği görmezden gelinmemelidir (Dağtaş, 2007,106). Bu konu üzerinde gerçekçi bir yaklaşıma sahip olmak ve internetin toplumu dönüştürme kapasitesinin sınırlılıklarının farkında olmak yararlı olacaktır.

Yurttaş gazeteciliği, sıradan bireylerin haber üretim süreçlerine dâhil edilmesini öngörür. Profesyonel gazeteci olmayan sıradan insanlar şahit oldukları herhangi bir olayın haber yapılmasını sağlayabilmektedirler. Bu noktada, teknolojik bazı donanımların kullanılması gerekmektedir. Fotoğraf makineleri, kameralar vb. tanık olunan olayların kayıt altına alınması için şarttır. Dizüstü bilgisayarlar, dijital fotoğraf makineleri ve kameraların yaygınlaşması ve fiyatlarının giderek düşmesiyle haber kaydetme araçları olarak kullanılmalrı, sıradan yurttaşlara kendi haberlerini yapmaları için giderek daha ucuz ve kolay olanaklar sunmaktadır (Uzun, 2006,644). Söz konusu donanımların fiyatlarının düşmesi ile birlikte toplumda kullanımı da yaygınlaşmış, hemen herkesin cebinde taşıdığı telefonlar dahi haber üretimde kullanılmaya başlanmıştır. Bu durum da, yurttaş gazeteciliği uygulamalarının yaygınlık kazanmasında etkili olmuştur. Bu yeni medya araçları yurttaş gazeteciliği için önemli ve dinamik birer platform olarak ön plana çıkmıştır (Çambay, 2015,916). Söz konusu teknolojik etki ile birlikte yurttaş gazeteciliğinin yanı sıra medyanın genelinde de gerçekleri ortaya çıkarabilecek olanın artık gazeteciler değil, olayı yaşayan ya da o ana tanıklık eden sıradan insanlar olacağına ilişkin bir yaklaşım gelişmiştir (Uzun, 2006,645). Bu yaklaşım da, yurttaş gazeteciliğini besleyen bir faktör olarak görünmektedir.

### 3. Ana Akım Medyada WhatsApp İhbar Hatları

Gelişen teknoloji ile birlikte iletişim araçları gelişmiş ve çeşitlenmiştir. Akıllı telefonların yaygınlaşması ile birlikte android tabanlı iletişim uygulamaları ortaya çıkmış ve yavaş yavaş klasik telefon iletişiminin yerini almaya başlamıştır. Bu uygulamalardan bir tanesi –ve belki de en yaygını- WhatsApp iletişim uygulamasıdır. Uygulama, 2010 yılında Jan Koum ve Brian Acton tarafından ABD'nin Kaliforniya eyaletinde kurulmuş, 2014 yılında Facebook tarafından satın alınmıştır. Söz konusu uygulama SMS'e bir alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde 180'den fazla ülkede, 1 milyardan fazla kullanıcıya sahip olan WhatsApp ile yazılı mesajın yanı sıra ses, fotoğraf, video kaydı ve yazılı belge iletimi gerçekleştirilmektedir.<sup>1</sup>

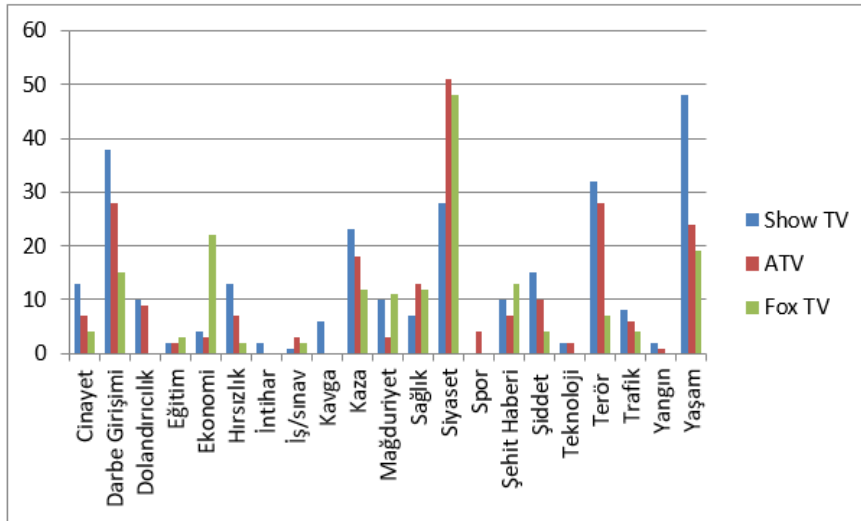
Her ne kadar bir iletişim uygulaması olarak ortaya çıkmış olsa da, taşınmış olduğu potansiyel nedeniyle, WhatsApp uygulaması günümüzde yurttaş gazeteciliğinin araçlarından bir tanesi haline gelmiştir. Bu kapsamda ana akım olarak nitelenen televizyon kanalları da haber bültenleri için WhatsApp ihbar hatları oluşturmuş ve izleyicilerinden kendilerine bu yollardan haber ve görüntü göndermelerini istemişlerdir. Söz konusu ihbar hatlarına ait telefon numaraları haber bültenleri esnasında sürekli olarak ekranın köşesinde izleyiciye hatırlatılmaktadır.

#### 3.1. Araştırma Tasarımı

Çalışmanın temel amacı, WhatsApp ihbar hatlarının yurttaş gazeteciliği bağlamında ana akım medyaya olan etkisini anlamaktır. Bunun için araştırmanın gerçekleştirildiği dönem olan 2016 yılı Ekim ayı içerisinde en çok reyting alan üç ana haber bülteni belirlenmiştir. Show TV, ATV ve Fox TV'ye ait olan haber bültenleri içerisinde rastgele örneklem yolu ile her kanal için onar (10) haber bülteni belirlenmiş ve söz konusu bültenler analiz edilmiştir. Her haber bülteni tek tek izlenerek haberin kaynağı (ihbar hattı olup olmadığı), içeriği, başlığı ve haber içerisinde kullanılan görüntülerin kaynağı saptanmıştır. Sonrasında ise ortaya çıkan veriler gruplandırılmış ve haberlere içerik analizi uygulanmıştır.

#### 3.2. Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları Dağılımı

Ana haber bültenleri yayınladıkları güne dair önemli gelişmelerin yer aldığı ve izlenme oranları yüksek olan programlardır. Türkiye toplumunun siyasete olan duyarlılığı da göz önüne alındığında, toplumun büyük kesimi siyasal pozisyonlarına göre tercih ettikleri kanallarda ana haber bültenlerini takip etmekte ve haber alma kaynağı olarak kullanmanın yanı sıra siyasal pekiştirme aracı olarak da kullanılmaktadır.



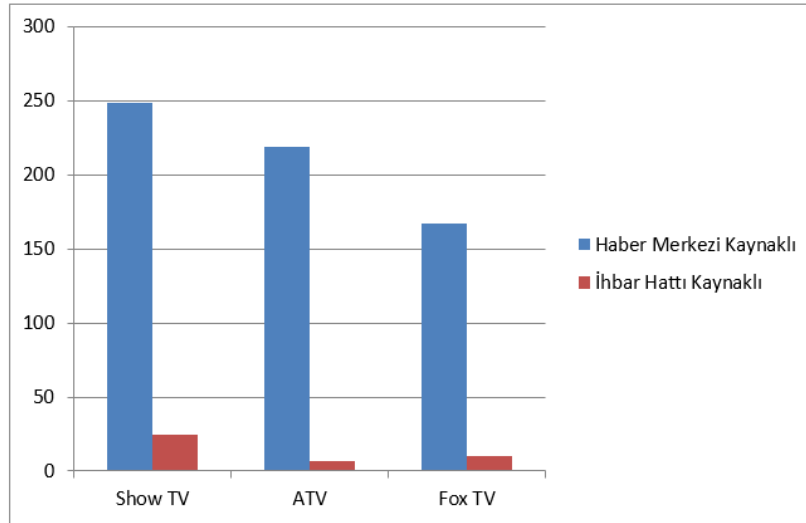
Şekil 1: Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları Dağılımı

<sup>1</sup> WhatsApp uygulamasına ilişkin bilgiler [www.whatsapp.com](http://www.whatsapp.com) adresinden temin edilmiştir. (Erişim tarihi:15.02.2017)

Yapılan incelemede ana haber bültenlerinin en önemli haber konusunun siyaset ile ilgili haberler olduğu görülmüştür. Yine siyaset kapsamında değerlendirilecek 15 Temmuz Darbe Girişimi'ne ait haberler ise ikinci sırada yer almıştır. İçerisinde günlük hayata dair birçok haberin yer aldığı yaşam haberleri üçüncü sırada yer alırken terör haberleri bunu takip etmektedir. Ana haber bültenlerine ait genel görünüm bu şekilde olsa da, yayın politikaları çerçevesinde bu durum kanaldan kanala da farklılık gösterebilmektedir. Örneğin Show TV'de, haberlerin %18'i yaşam haberlerinden meydana gelirken, bunu %12 ile terör ve %10 ile siyaset haberleri takip etmektedir. ATV'de ise haberlerin %23'ü siyaset haberleri iken terör ve darbe girişimi haberleri %12 oranında yer bulmaktadır. Fox TV'de ise ekonomi haberleri diğer kanalların çok daha önünde yer almakta olup %27 oranında siyaset, %12 ekonomi ve %11 yaşam haberleri yer bulmuştur. Ana haber bültenlerinde hangi haber türü hangi oranda yer buluyor sorusunun cevabı hem toplumun gündeminin belirlenmesi anlamında hem de ihbar hatlarının en çok kullanıldığı haber türleri ile karşılaştırma yapma imkânı vermesi bağlamında anlamlıdır.

### 3.3. Ana Haber Bültenlerinde WhatsApp İhbar Hatlarının Ağırlığı

WhatsApp İhbar Hattı kaynaklı haberlerin ana haber bültenlerinde yer alma ağırlığı kanallar arasında farklılık gösterse de genel itibari ile haberlerin büyük çoğunluğu kanalin haber merkezinde profesyonel gazeteciler tarafından hazırlanmaktadır. Haber bültenleri üzerine yapılan incelemede İhbar Hattı kaynaklı haberlerin Show TV'de %9, ATV'de %3 ve Fox TV'de %6 oranında yer tuttuğu görülmüştür. Burada belirtilmesi gereken bir diğer husus ise haberlerin, ihbar hattı kaynaklı olsa da, yine editöryal bir düzenlemeden geçirildiğidir. Editöryal kararlar ise profesyonellik yanında kültürel vb birçok faktörü (Önder, 2011b,71-72) bünyesinde barındırabilir. Bunun yanı sıra, ihbar hattı ile bir konu kanala ulaştırılmakta ve kanal söz konusu olayı haberleştirmek için bir muhabir görevlendirmektedir.



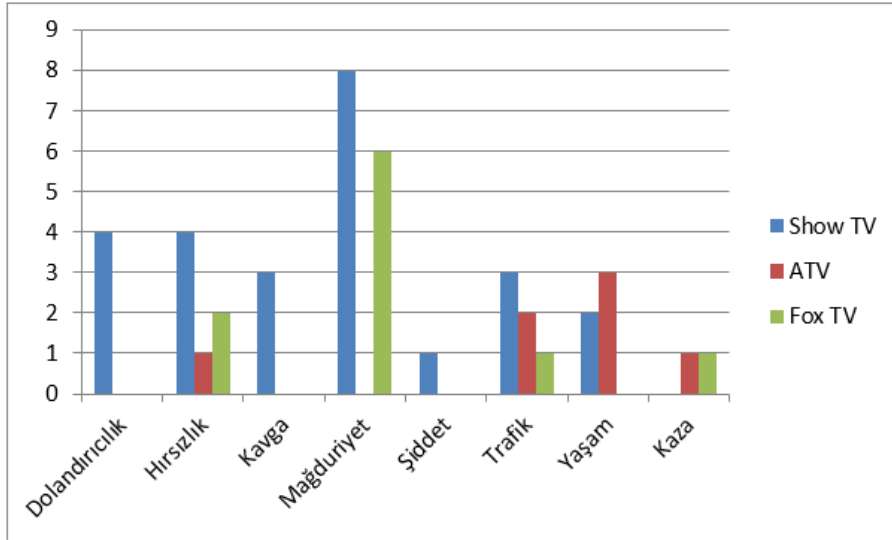
Şekil 2: WhatsApp İhbar Hatlarının Ana Haber Bültenlerinde Ağırlığı

### 3.4. WhatsApp İhbar Hatlarında Haber Konuları Dağılımı

Yurttaş gazeteciliğinin bir zemini olarak kullanılan ihbar hatlarının niteliğini belirleyen şey şüphesiz ihbar hatlarının oransal ağırlığı kadar, haber merkezlerinin ihbar hattı kaynaklı haberleri ekrana verirken tercih ettikleri içeriktir. Söz konusu içerikler ihbar hatlarının hangi amaçlarla kullanıldığına dair ipuçları içermektedir. Yapılan araştırmada ihbar hatlarının en çok kullanıldığı amacın kişisel mağduriyetler olduğu ortaya çıkmıştır. Show TV'de bu oran % 32 olurken Fox TV'de %60'a ulaşmaktadır. ATV' de ilk sırayı %43 ile yaşam haberleri almaktadır. Bunun yanı sıra ihbar hatlarına dolandırıcılık, çeşitli kazalara ait görüntüler, trafiği

tehlikeye sokan davranışlar, şiddet ve hırsızlık gibi olaylar ulaştırılmıştır. Bu verileri anlamlı şekilde yorumlayabilmek için bir hususun açıklığı kavuşturulması gerekmektedir. İfade edilen konu başlıkları televizyon kanallarının ekrana vermeyi tercih ettikleri konu başlıklarıdır. İhbar hatlarına hangi konularda haberlerin ulaştığının tespiti bu çalışmanın boyutlarını aşmaktadır. Yapılan analiz, ihbar hatları ile haber merkezine ulaşan haberler arasından, haber merkezinin ekrana vermeyi tercih ettiği konuları kapsamaktadır. Dolayısı ile haber konularının dağılımı üzerine yapılan bu analiz yalnızca var olan durumu betimler niteliktedir.

Ana haber bültenlerinin genelinde en çok ele alınan haber kategorileri yukarıda da belirtildiği gibi siyaset, 15 Temmuz Darbe Girişimi ve yaşam kategorileridir. WhatsApp İhbar Hattına gelen haberlerin konularına göre dağılımı ile birlikte incelendiğinde yalnızca yaşam kategorisinde bir çakışma görülmektedir. Gündemin ana eksenini belirleyen siyaset, ekonomi ve terör gibi haber kategorilerinde yurttaş gazeteciliğinin bir zemini olarak ihbar hatları belirleyici olmaktan uzaktır. İhbar hatları daha ziyade kişisel mağduriyetler, vatandaşların şahit oldukları kaza, ilginç görüntüler ve şiddet olayları gibi alanlarda devreye girmektedir. Örneğin bir vatandaşın şehre inen şahinin görüntüsünü çekmesi “Göklerin Kralı Şehir Merkezine İndi” başlığı ile verilirken, bir vatandaşın eczaneden aldığı bozuk mamaya ilişkin haber “Tarihi Geçmiş Mama Öldürüyordu” başlığı ile verilmiştir. Buradan hareketle, haber merkezlerinin siyaset dışı konularda ihbar hatlarına yöneldiği ifade edilebilir. Bunun nedenleri ise ayrıca araştırılmaya değer bir konu olarak karşımıza çıkar.

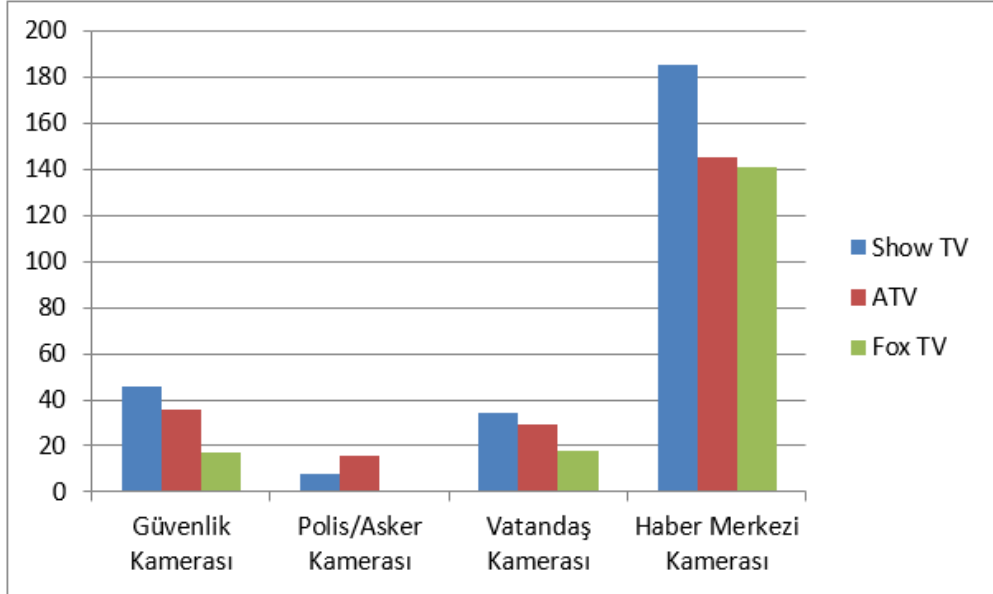


Şekil 3: WhatsApp İhbar Hattına Gelen Haberlerin Konulara Göre Dağılımı

### 3.5. Haber Bültenlerinde Kullanılan Görüntülerin Kaynakları

Yurttaş gazeteciliği anlayışı, haber değeri taşıyan olaylara ait görüntülerin o anda olaya tanıklık edenler tarafından kaydedileceğini öngörmektedir. Bu nedenle araştırmanın bu bölümünde araştırmaya konu edilen üç ana haber bülteninde kullanılan görüntüler değerlendirilmiş ve vatandaş kaynaklı görüntülerin ağırlığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda vatandaş kamerasının yanı sıra güvenlik kameraları ve polis/asker kameralarının da haber bültenlerinde yer tuttuğu saptanmıştır. Ancak kullanılan görüntülerde de ilk sırayı profesyonel gazetecilerin kaydetmiş olduğu görüntüler almıştır. Haberlerin içerdiği görüntüler incelendiğinde; Show TV’de yapılan haberlerin %12’sinde vatandaş kamerası, %17’sinde güvenlik kamerası görüntüleri saptanmıştır. ATV’de de bu oran benzer şekilde %13 vatandaş kamerası, %16 güvenlik kamerası şeklindedir. Fox TV’de ise bu oran eşit şekilde %10 güvenlik kamerası, %10 vatandaş kamerası şeklindedir. Bu noktada belirtilmesi gereken bir diğer husus ise söz konusu görüntülerin tamamının ihbar hatları aracılığı ile kanallara ulaşmadığıdır. Vatandaşların kaydettiği veya güvenlik kamerası

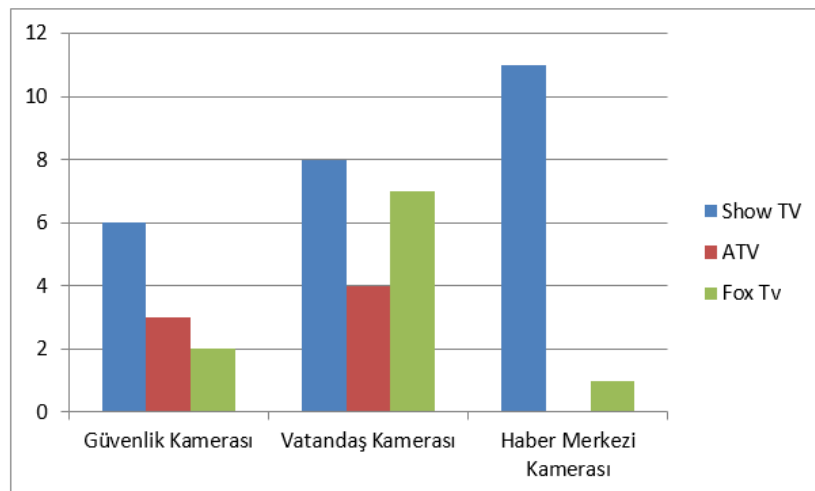
ile kaydedilen görüntüler, kanallar tarafından birçok farklı yolla elde edilebilmektedir. Bu noktada yurttaş gazeteciliği bağlamında anlamlı olan ana haber bültenlerinde vatandaş kaynaklı görüntülerin kullanılma oranıdır.



Şekil 4: Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Kaynakları

### 3.6. WhatsApp İhbar Hatlarına Gelen Görüntülerin Dağılımı

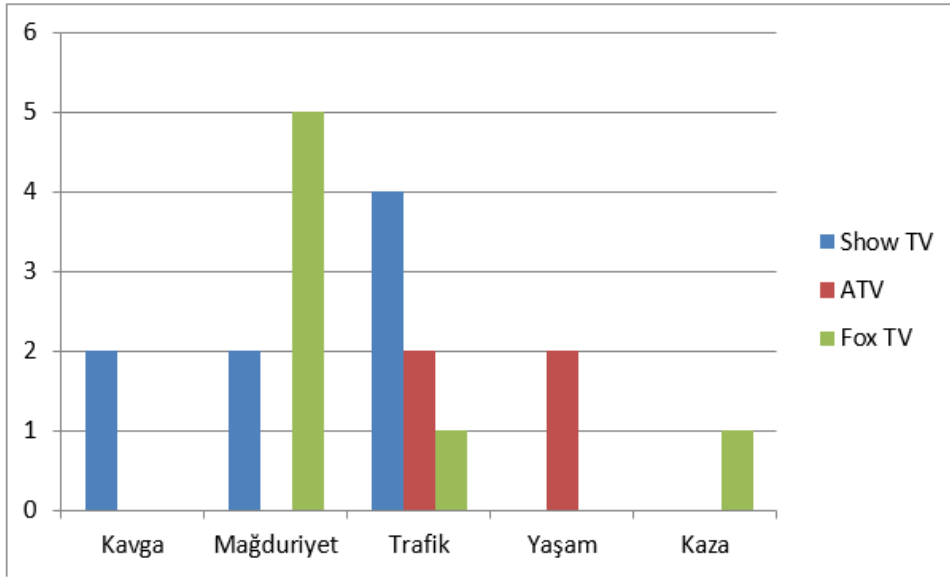
Haber merkezlerine ihbar hattı ile haber iletimi temelde iki şekilde gerçekleşmektedir. Bunlardan ilki, vatandaşın tanık olduğu bir olaya ait görüntüleri söz konusu hatlar üzerinden haber merkezine ulaştırması ve editöryal düzenleme neticesinde söz konusu görüntünün haberde kullanılması şeklindedir. İkinci biçim ise, vatandaşın ihbar hattı vasıtası ile bir haber konusunu haber merkezine ulaştırması ve ilgili konu üzerine haber merkezinin muhabir görevlendirerek konuyu haberleştirmesidir. İhbar hatlarının görüntü iletimi yoluyla kullanılması şeklinde ifade edilen ilk biçimde ise görüntüler vatandaşın cep telefonu kamerası ile kaydedilen görüntüler olduğu gibi güvenlik kamerası kayıtlarının iletilmesi şeklinde de gerçekleşebilmektedir. İlgili televizyon kanalları incelendiğinde Show TV ihbar hattı ile yapılan haberlerin %32'sinde vatandaş kamerası, %24'ünde güvenlik kamerası kullanmıştır. ATV ise haberlerin %57'sinde vatandaş kamerası, %43'ünde güvenlik kamerası kayıtlarına yer vermiştir. Söz konusu oran Fox TV'de ise %70 vatandaş kamerası, %20 güvenlik kamerası şeklinde gerçekleşmiştir.



Şekil 5: WhatsApp İhbar Hatlarına Gelen Görüntülerin Kaynakları

### 3.7. WhatsApp İhbar Hatlarında Vatandaş Kamerası Kullanımı

İhbar hatlarına gelen haberlerin ağırlığının yanı sıra, ihbar hatlarına gönderilen görüntülerin hangi konuları içerdiği de ihbar hatlarının yurttaş gazeteciliğinin bir zemini olması noktasında anlamlıdır. Yukarıda da ifade edildiği gibi, ihbar hatları sadece görüntü iletilmesi şeklinde çalışmamakta, vatandaşlar habere dair konuyu da haber merkezlerine iletebilmektedirler. Vatandaş tarafından gönderilen görüntüler arasından, haber bültenlerinin hangi konularda gelen görüntüleri ekrana vermeyi tercih ettikleri esasen ihbar hatlarının yurttaş gazeteciliği bağlamında kullanım biçimlerine dair ipuçları da içerecektir. Araştırma kapsamında incelenen ana haber bültenlerinde, tıpkı genel anlamda ihbar hatlarının kullanımı gibi ihbar hatları vasıtası ile gelen görüntüler arasından ekrana verilen konuların da siyasetten bağımsız konuların ağırlıkta olduğu görülmüştür. Mağduriyet, trafik kavga, kaza gibi olaylara ilişkin görüntüler ağırlıklı olarak haber merkezleri tarafından ekrana verilmiştir. Trafik kategorisi ise üç kanalın da üzerinde ortaklaştığı bir alandır. Bu alanda vatandaşlar, trafikte karşılaştıkları kural ihlalleri, trafiği tehlikeye düşürecek davranışlar gibi konularda haber merkezlerine görüntü iletmektedir. Bunun yanı sıra karşılaşılan ve ilginç bulunan olaylara ait görüntüler haber bültenlerinde yer almaktadır.



Şekil 6: WhatsApp İhbar Hatlarında Vatandaş Kamerası Kullanımı

#### Sonuç

Yurttaş gazeteciliği savunucuları, yurttaş gazeteciliğini demokrasi tezleri ile ilişkilendirerek ortaya koymaktadırlar. Bu anlayışa göre, yurttaş gazeteciliği uygulamaları doğrudan demokrasinin medya alanına yansımalarıdır. Medyanın gündem belirleme konusundaki önemi ve yasama, yürütme, yargı ile birlikte dördüncü güç olarak tanımlanması, bu sürece sıradan yurttaşların katılımını önemli hale getirmektedir. Ancak yapılan bu ön araştırma, söz konusu iddiayı destekleyecek veriler ortaya koymamaktadır. Ana akım medya kuruluşları, ihbar hatları ile haber merkezlerine ulaşan haberler arasından daha ziyade kişisel mağduriyetler ve tanık olan ilginç görüntüleri ekrana vermeyi tercih etmişlerdir. Kamuoyunu ilgilendiren siyasal gelişmeler söz konusu olduğunda yurttaşlar bu alanın kısmen dışında bırakılmakta, yurttaşlar ancak trafik kazaları gibi olaylarda haber süreçlerine dâhil olmaktadır. Haber merkezleri, yurttaşların yaşadıkları kişisel mağduriyetleri ekrana verme konusunda oldukça istekli görünmektedirler. Söz konusu haberlerin başlıkları incelendiğinde, “Ayakkabı İstediler Patik Geldi” “Eve Giren Hırsız Yürüme Umudunu Çaldı” “Ukraynalı Anne Çocuğu Kaçırıldı” “Temel Kazarken Apartmanın Altını Oydular” gibi başlıklarla karşılaşılmaktadır. Bu durum esasen iki anlam içermektedir. Bunlardan ilki ana akım medya kuruluşları, yurttaşları siyasal olayların dışında kalan konularda haber üretim süreçlerine daha çok dahil etmeyi tercih etmektedir. Bu bulgularımız, siyasal

nitelikli haberlerin neden daha az yer aldığına dair nitel ve nicel verilerin kullanıldığı daha ayrıntılı çalışmaların gereğine dikkat çekmektedir. İkinci anlam ise esasen kolluk kuvveti ve yargıya taşınması gereken olayların çözüm yeri olarak medyanın görülmesidir. Yurttaşlar, hukuk sisteminde çözülmesi gereken konularını medya yoluyla gündeme getirip çözüm aramaktadırlar. Medyaya yansıyan sorunların daha hızlı çözüleceğine dair inanç bu duruma yol açmaktadır. Medyanın dördüncü güç olma özelliği, kişisel sorunlar düzeyine indirgenmekte ve medya kuruluşları kişisel sorunlara çözüm arama mercii haline gelmektedir. Yargı sistemine olan yansımaları da ayrıca incelenmeye değer bir konudur.

Bu noktada, çalışma kapsamında üzerinde durulması gereken önemli bir husus, çalışmanın yalnızca ekrana verilen haberlerin üzerinde duran, betimleyici bir nitelik taşımasıdır. WhatsApp ihbar hatları ile haber merkezlerine hangi konularda ne kadar haber iletilindiğini tespit etmek bu çalışmanın boyutlarını aşmaktadır. Ekrana verilen haberlerin bir fotoğrafını çekerek, ana akım medya kuruluşlarının ihbar hatları üzerinden ekrana vermeyi tercih ettikleri haberler üzerinden bir değerlendirme yapmak amaçlanmaktadır. Nitekim, ihbar hatları kaynakları olarak ekrana verilen haberler salt olarak vatandaşın katılımını değil, editörlerin tercihlerini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla ortaya çıkan sonuç vatandaşın hangi konularda ne kadar ihbar hatlarını kullandıklarını değil, ana akım medya kuruluşlarının ihbar hatlarını nasıl kullandıklarını göstermektedir. Ortaya çıkan tablonun nedenleri, gelecekte yapılacak olan nicel ve nitel çalışmalarla ortaya konulabilecektir.

Ana akım medya kuruluşları tarafından, ihbar hatları kişisel mağduriyetlerin yanı sıra, nispeten daha kamusal sayılabilecek sorunları gündeme getirmede de kullanılmaktadır. Ancak belirtilmesi gerekir ki bu sorunlar da yine dar bir çevreyi ilgilendiren sorunlardır. Bu konuya ilişkin haberler incelendiğinde, “Devlet Okulunda Zorla Bağış Skandalı” “Devlet Okulunda Aidat Ödemeyene Dolap Yok” “Kan Tahlili İçin Saatlerce Sıra Bekliyorlar” gibi başlıklar göze çarpmaktadır. Burada vatandaş boyutunu ilgilendiren önemli bir nokta, vatandaşın bu olaylara ilişkin bilgi ve görüntüleri yetkili kamu kuruluşları yerine ihbar hatları aracılığıyla medya kuruluşlarına iletiliyor olmasıdır. Bu durum vatandaş-devlet ilişkilerine dair de sonuçlar içermektedir. Yukarıda da ifade edildiği gibi yurttaşlar sorunlarının çözüm mercii olarak artık medya kuruluşlarını ve medyada gündem oluşturmaya görmektedirler.

Ana akım medya kuruluşlarının, ihbar hatlarını yoğun şekilde kullandığı alanlardan bir diğeri ise trafik ile ilgilidir. Bu alanda iki türlü bir kullanım alışkanlığı söz konusu olmaktadır. Bunlardan ilki trafik kazalarına ilişkin görüntülerdir. Yurttaşlar tarafından cep telefonu kamerası ve güvenlik kameraları ile kaydedilen kaza görüntüleri ekrana verilmektedir. İkinci biçim ise yurttaşların şahit oldukları, trafiği tehlikeye sokacak nitelikte davranışları kaydederek haber merkezlerine iletmeleri ve bu görüntülerin ekrana verilmesidir. “Kamyonda Gemi Taşdı” “Tek Kelimeyle Pes” “2 Lira İçin Ölümü Göze Alıyorlar” gibi başlıklar bu tür haberlerde gözlenmektedir. Bunun yanında, trafik ile ilgili olarak yetkililerin alması gereken önemlerde yaşanan aksaklıklar da vatandaşlar tarafından haber merkezlerine iletilmektedir. Örneğin bir üst geçidin tehlike arz etmesi haberleştirilerek “Üst Geçidin Geçilecek Yeri Yok” başlığı ile verilmektedir.

Şiddet olayları günümüzde ciddi bir problem arz etmektedir. Çeşitli formlar altında görülmesi mümkün olan şiddet olayları kamusal alana taşmakta, sokaklarda hemen her gün kavga ve cinayet gibi olaylar yaşanmaktadır. Ana akım medya, İhbar Hatlarını bu bağlamda da yoğun şekilde kullanmaktadır. Şiddete ilişkin vatandaş kaynaklı görüntüler hemen her gün ekrana verilmektedir. Yurttaşlar şahit oldukları şiddet olaylarını gerek kendi kameralarıyla kaydederek gerekse güvenlik kameraları ile kaydederek haber merkezlerine iletmektedirler. Bu görüntülerin haber bültenlerinde yer alması konusu ise oldukça tartışmalıdır. Şiddetin olağanlaşması, örnek teşkil etme ve şiddete teşvik etme gibi sonuçlar barındırması muhtemel bu görüntülerin toplumun büyük kesimi tarafından izlenen ana haber bültenlerinde yer alması sorunlu bir alan olarak görülmektedir.

Medya kuruluşları kamusal boyutunun yanında temelde ticari kuruluşlardır. Kar elde etmelerinin yolu da reklam almaktan geçmektedir. Reklam ise medya kuruluşunun alacağı tiraj/reytingle doğrudan ilgilidir. Medya kuruluşları izlenirliğini arttırmak için, ana haber bültenlerinde “sokağı” yansıtmayı amaçlamaktadırlar. Böylece vatandaşın habere aidiyete arttırılmaktadır. WhatsApp İhbar Hatları da bu anlamda, medya kuruluşları için faydalı bir araç olarak görünmektedir. Söz konusu ihbar hatları ile kendi çektiği görüntünün ana akım medya kuruluşunun ekranında yer alması, vatandaşın aidiyet duygusunu arttırmakta, vatandaş kendisinin de hayatın bir parçası olduğunun farkına varmaktadır. Bu noktada vatandaşların İhbar Hatlarını ekonomik bir motivasyonla hareket etmedikleri de belirtilmelidir. Nitekim haber kanalları söz konusu görüntüler için herhangi bir ödeme yapmamaktadırlar. Fakat haber merkezlerine iletilen konular arasından, medya kuruluşlarının ekrana vermeyi tercih ettiği konuların kapsamının kişisel sorunlar bağlamını aşmaması ihbar hatlarının, ana akım medya tarafından siyasal amaçlarla kullanılıp kullanılmadığı sorusunu tartışmaya açmaktadır.

Yurttaş gazeteciliği çok büyük söylemlerle ortaya çıkmıştır. Medya yolu ile vatandaşların karar alma süreçlerine katılacağını iddia eden yurttaş gazeteciliğinin bu söylemi uygulamada yeterince karşılık bulamamaktadır. Medya kuruluşları daha fazla reyting için vatandaşın habere aidiyetini arttırma noktasında istekli görünmekte, ancak bunu siyasetin dışında kalan konularda gerçekleştirme eğilimi gözlenmektedir. Yurttaş gazeteciliği, en azından WhatsApp İhbar Hatları boyutunda, nispeten dar bir çerçeve içerisinde, lokal ve kişisel sorunlar düzeyinde kullanılmakta, büyük resme dahil olma noktasında yetersiz kalmaktadır. Bunun nedeni ana akım medya kuruluşlarının tercihleri olsa da, bu durum, Türkiye’de yurttaş gazeteciliğinin demokrasi tezleri ile olan ilişkisinin yönetim bağlamında, vatandaş ve medya kuruluşlarının yaklaşım ve etkilerinin yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.



**Kaynakça**

- Ayhan, Emrah ve Önder, Murat (2017). “Yeni Kamu Hizmeti Yaklaşımı: Yönetişime Açılan Bir Kapı”, Gazi İktisat ve İşletme Dergisi, C:3, S:2 (19-48).
- Ayhan, Emrah ve Önder, Murat (2016). “Democratic Rights of Turkish Immigrants in Germany; Enduring Discrepancy of Theory and Practice”, IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS), 21:12, Ver. 1, December 2016, (26-36).
- Alankuş, Sevda (2013). “Yeni Habercilik Arayışları: Hak Odaklı Habercilik, Yurttaş Gazeteciliği, Barış Gazeteciliği”, *Gazeteciliğe Başlarken Okuldan Haber Odasına içinde*, (Derleyen: Sevda Alankuş), İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Arık, Emel (2013). “Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği” . İletişim ve Kuram Araştırma Dergisi, Sayı: 36, (73-87).
- Cangöz, İncilay (2005). “Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın” , *Gazetecilik ve Habercilik İçinde*, Der. Sevda Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Çambay, Sinem Onar (2015). “Bilgi Çağında Sosyal Sorumluluk Odaklı Gazetecilik: Yurttaş Gazeteciliği”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 8, Sayı:38, (910-916).
- Dağtaş, Erdal (2007). “Yurttaşlık Haklarının İnşası Ekseninde Eskişehir Yerel Basınında Online (Çevrimiçi) Bir Örnek: Midas Gazetesi”, *Yeni Medya Çalışmaları içinde*, (Der. Mutlu Binark), Ankara: Dipnot Yayınları.
- Doctorow, Cory (2006). “Dan Gillmor Explains “Citizen Journalism” <http://www.boingboing.net/2006/05/02/dan-gillmor-explains.html>, Erişim Tarihi: 07.02.2017
- Duran, Ragıp (2005). “Yurttaş Gazeteciliği” , *Gazetecilik ve Habercilik İçinde*, (Der. Sevda Alankuş), İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Güngör, Nazife (2013). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kutlu, Tezcan Özkan ve Bekiroğlu, Onur (2010). “Türkiye’de Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında İnternet Haberciliği: Bianet Örneğinde Kentsel Dönüşüm Projesiyle İlgili Haberlerin Analizi”. *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt: 6, Sayı:2, (254-269).
- Mutlu, Erol (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Önder, Murat (2011a). “A Preliminary Cross National Test of Competing Theories of Nonprofits: Does Culture Matter?” *The International Review of Public Administration*. 16:1, (71-90).
- Önder, Murat (2011b). “What Accounts for Changing Public Trust in Government? A Causal Analysis with Structural Equation Model” *Journal of US-China Public Administration*, 8:2, (154-165).
- Özer, Ömer (2012). “Yurttaş Gazeteciliği: Eskişehir Örneğinde Bir Araştırma”, *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik içinde*, Der. Ömer Özer, Konya: Literatürk Yayınları.
- Özsever, Atilla (2004). *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Uzun, Ruhdan, (2006). “Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 16, (633-656).
- Turan, Nuray (2007). “Yeni Medya ve Gazetecilik” , Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı.

Yılmaz, Yasemin (2015). “Ana Akım Medyada Yer Alan Eğitim Haberlerinin Söylem Seçkinleri Açısından Analizi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.