

Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği

The Look of Citizen Journalism Today: The Example of Twitter Journalism

Emel ARIK

Öğr. Gör., Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
E-posta: emelbayram.a@hotmail.com

Anahtar Kelimeler:

Yurttaş Gazeteciliği,
Twitter Gazeteciliği,
İnternet, Sosyal Medya,
Habercilik

Öz

Bu çalışmada son yılların güncel konularından biri olan Twitter gazeteciliğinin temel dinamikleri analiz edilmiş ve yurttaş gazeteciliği ile arasındaki ilişki ele alınmıştır. Gazeteciliği hızlandıran, kısaltan ve anında mesajın tüm dünyaya interaktif bir şekilde ulaşmasını sağlayan Twitter, kısa sürede tüm medya ortamının dahil olduğu bir platform haline gelmiştir. Resmi veya gayri resmi, tüm medya ve haber profesyonellerinin içinde yer aldığı, pek çok insanın gündemi takip ettiği Twitter haber medyasının büyük bir parçasına dönüşmüştür. Aynı anda hem ünlü, profesyonel gazetecilerin, hem de sıradan insanların benzer konuda attığı iletiler okurlar için okuma, yazma, paylaşmada hızlilik, yanı sıra çoğulculuk, muhalefet imkanı sağlamaktadır. 90'lı yıllarda Amerika'da ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği özellikle internetin devreye girmesiyle, yoğun bir şekilde sanal ortama taşınmış ve pek çok projenin dijital ortamda hayata geçirilmesiyle kamu gündeminde kendine yer bulmuştur. Yurttaş haberciliğinin yolunun Twitter gazeteciliği ile kesişmesi ise son derece işlevsel bir işbirliğinin de habercisi olmuştur. Twitter'da sıradan insanların da gazetecilik yapabilmeleri, seslerini duyurabilmeleri ve hak odaklı bir yayıncılık için işlevsel bir araç olma potansiyeli onu yurttaş gazeteciliğinin önemli zeminlerinden biri haline getirmiştir.

Keywords:

Citizen Journalism,
Twitter Journalism,
Internet, Social Media,
Journalism

Abstract

In this study, the basic dynamics of twitter journalism as a current subject of the last years is analyzed, and its relation to citizen journalism is taken into consideration. Twitter which speeded up, and shortened journalism, and made it possible for the message to reach the world has become, in a short while, a platform shared by all media. Officially or unofficially, Twitter has turned into a big part of news media followed by many people and full of all media and news professionals. The speed in reading, writing and sharing messages sent by both famous and professional journalists and regular people provides pluralism and opposition opportunity. In 1990s the citizen journalism that emerged in America with especially the advance of internet has been carried to the virtual environment, and, with many projects realized in digital space, has found a place in public agenda. The overlap between citizen journalism and Twitter journalism has also been the sign of a functional cooperation. The fact that ordinary people can do journalism, have their voices heard and the potential of being a functional vehicle for justice-based journalism have made Twitter one of the most important grounds of citizen journalism.

Giriş

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi, özellikle de sosyal medyanın hayatımızda kapladığı alanın genişlemesi bu yeniliklerin tartışılmasını da beraberinde getirmiştir. Gazeteciliğin yoğun bir şekilde yeni medya düzenine uyumlandığı günümüzde, gazeteciliğe dönük yeni tartışmalardan biri de Twitter gazeteciliğidir. Sıradan insanların Twitter aracılığıyla zaman zaman birer gazeteciye dönüşmesi ve gazetecilik ortamının bu sosyal medya platformuna taşınmasını ifade eden bu kavram, aynı zamanda günümüz medya ortamının bir gerçeği olarak kabul edilmektedir. Twitter'daki yoğun ve tartışılabilir gazetecilik ortamı, geleneksel medyayı beslemekte, etkilemekte ve giderek dönüştürmektedir. Gazeteciliğin geleneksel gereklerini ve editoryal aşamalarını devre dışı bırakan Twitter gazeteciliğinin ne derece “iletişim özgürlüğünün” bir ifadesi olduğu tartışılmalıdır. Geleneksel basın ortamlarına kıyasla çeşitli avantajlara sahip olan Twitter gazeteciliği, diğer taraftan önemli dezavantajları da bünyesinde taşımaktadır.

İfade ve basın özgürlüğüne katkı sağlayan bu yeni gazetecilik türünü 90'lı yıllarla birlikte iletişim ortamının önemli tartışmalarından biri olan yurttaş gazeteciliğine bağlayanların sayısı az değildir. Yurttaşlar tarafından, vatandaş ve hak odaklı yapılan yurttaş gazeteciliği yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle biçim değiştirmiş ve sosyal medyaya kadar uzanmıştır. Özellikle 2006 yılında kurulan Twitter, gazetecilik ortamını en çok temsil eden sosyal medya görünümündedir. Dolayısıyla yurttaş gazeteciliği ile Twitter'ın yolları kesişmiş ve Twitter gazeteciliğinin, günümüzde yurttaş haberciliğinin en dinamik işlediği alanlardan biri olduğu iletişim çevrelerinde sıkça dile getirilir olmuştur.

Bu çalışmada son yılların güncel konularından biri olan Twitter gazeteciliğinin temel dinamikleri analiz edilecek ve yurttaş gazeteciliği ile arasındaki ilişki ele alınacaktır. Dolayısıyla öncelikle 90'lı yıllarda ilk kez Amerika Birleşik Devletleri'nde konu edilmeye başlanan yurttaş gazeteciliği kavramı tartışılacak, ardından internet ve sosyal medyanın gazeteciliğe etkileri ele alınacaktır. Son olarak Twitter'ın ortaya çıkış koşulları ve gazeteciliğe etkisi analiz edilecektir. Çalışmamız niteliksel bir makaledir ve niteliksel tarihsel tasarım yöntemine göre yapılandırılmıştır.

Yurttaş Gazeteciliğine Kavramsal Bir Bakış

Yurttaş gazeteciliği 90'lı yılların başında Amerika'da ortaya çıkan basın özgürlüğü, egemen medya baskısı ve hak odaklı yayıncılık tartışmaları sonunda ortaya çıkmış bir gazetecilik türüdür. Temel felsefesi gazeteci kavramının genişlemesi ve profesyonel gazeteci olmayan sıradan “yurttaşların” da haberler üretmek, genel iletişim ortamına dahil olmaları ve vatandaşlık haklarının savunusu amacıyla gazetecilik yapmalarına dayanır. Burada vatandaşlar sadece haberin nesnesi olmayı reddetmekte, medyanın onları görmesini beklemeden bizzat kendileri haber üretmektedir. Dolayısıyla “yurttaş sadece haber kaynağı haline gelmiyor, kendi sorunlarıyla ilgili olarak harekete geçirilirken, haberin bizzat yapıcısı haline de geliyor. Bu arada haber farklı yurttaşların bakış açısından çerçeveleniyor, böylelikle haber sadece elit merkezli ve elitlerden yurttaşlara doğru akan bir nitelik taşımaktan çıkıyor ve yurttaş merkezli, aşağıdan yukarıya işleyen, bu arada da yurttaşlar arası bir diyalogun önünü de açan bir hale geliyor (Alankuş, 2009: 110).”

Yurttaş gazeteciliğinin gelişimine Amerika’da pek çok kurum ve vakıf katkıda bulunmuştur. Bunlardan biri de Washington DC merkezli bir kurum olan Pew Center’dir. Bu kurum yurttaşların fikir belirtmediği, gönüllü olmadığı, oy vermediği ve aktif olarak kamusa alana dâhil olmadıkları kaygısıyla 1990’larda yurttaş gazeteciliği uygulamalarına destek vermeye başlamıştır. PEW’in direktörü Jan Schaffer’in da belirttiği gibi “PEW, gazetecilikten ziyade sivil katılıma odaklanmıştır.” Pew Center’ın destekleriyle en çok uygulama alanını yerel medyada bulan yurttaş/kamu gazeteciliği, ana akım medyanın haber politikalarını eleştirerek, medya kullanıcılarını pasif birer izleyici olmaktan, aktif birer katılımcıya dönüştürme çabaları içindedir. Görüldüğü gibi yurttaş gazeteciliği, hem gazeteciliğe yeni bir tarif sunmuş hem de sivil katılımı ve kamusal alanın dönüşümünü teşvik etmiştir (Ongun, 2013).

Kimi kaynaklara göre yurttaş gazeteciliğini doğuran temel etken, halkın basına yönelik ilgisizliğini giderme çabasıdır. Medyada 90’lı yıllardan itibaren yoğunlaşan tekeleşme ve holdingleşme tartışmaları halkın basına yönelik güvensizliğini pekiştirmiştir. Basına egemen olan şirketler 90’lı yıllardan itibaren azalır ve medya ortamından orta ölçekli kuruluşlar teker teker çekilirken çok uluslu büyük medya holdingleri iletişim ortamının çoğunu 2000’li yılların başında ele geçirmiştir. Halkın yaşanan bu dönüşüm sürecinde habere yönelik ilgisi ve güveni erezyona uğramıştır. Bu süreçte “Gazeteciliğin aşınan mesleki temellerini onarmaya yönelik yeni arayışlar gündeme gelmiştir. Gazetecilik mesleğindeki aşınmanın onarılması için yurttaş gazeteciliği okuyucu/izleyici ile medya arasındaki ilişkileri yeniden kurmaya çalışmıştır. Bu bağlamda gazetelerin okurlarına karşı sorumlulukları olduğu vurgulanmaya başlanmıştır. Yapılan pek çok yoklamada, toplumdaki kurumlar arasındaki güvenilirlik sıralamasında gazetelerin en alt sıralarda yer aldığı görülmüştür. Okur ile gazete arasındaki güveni yeniden kurma çabalarını gündeme getirmiştir. Özlüce, bazı haber örgütleri, okurları/izleyicileriyle ekonomik bağlarını güçlendirme çabalarının bir parçası olarak, sorun çözmede ve hangi konuların haber değeri olduğuna karar vermede kamunun katılımını vurgulayan bir habercilik pratiği oluşturmaya çalışmışlardır. Bu da yoklamaların, odak grupların, topluluklarla yapılan toplantıların ve diğer halkı anlatma çabalarının birleşimini gerektirmiştir. Bu pratikte, topluluk neyle ilgilendiğini, karşılaştığı en önemli sorunları ve onları çözmede medyanın nasıl yardımcı olabileceğini gazetecilere anlatmaktadır. Bu tür bir vekillik ve ortaklık, medya ile halk arasındaki ilişkileri engelleyen güvensizliği en azından kısmen kırmak için tasarlanmıştır (Seib ve Fitzpatrick, 1997:196, akt. Uzun, 2006: :640).

Yurttaş gazeteciliğinde haber oluşturma sürecinde sadece resmi makamlarla değil, habere konu olan ya da haberle ilgili çok sayıda yurttaşla sık temasa geçilmektedir. Böylelikle yurttaş gazeteciliğinin önemli bir boyutu olarak bazı örneklerde, yurttaş bilgi ve görüş veren bir haber kaynağı olmaktan çıkıp, bizzat haberin oluşturulmasında çok daha aktif bir rol üstlenir duruma geçmiştir. Yurttaş gazeteciliği yurttaşları sadece bilgilendirmekle görevli görmemiş, yurttaşın haklı olduğu alan ve konularda, bu haklı isteğin somut olarak gerçekleşmesini de talep etmiştir. Bir başka deyişle, ‘yurttaş taleplerinin militanlığını’ üstlenmiştir. Yurttaş gazeteciliği, yurttaşlar ile iktidar arasında bir elçi görevi yapmaktadır. Kuşkusuz bu sağlanabildiğinde okuyucunun/yurttaşın gazeteciye olan inancı, güveni artmaktadır. Gazetecinin özel çıkar için değil kamu çıkarı için çalıştığını bizzat ve somut

olarak gören yurttaşlar, bu harekete destek olmuşlardır (Duran, 2005: 98- 99).

Yurttaş gazeteciliğinde sıradan halkın, sadece haberin nesnesi değil, aynı zamanda öznesi konumunda olması hedeflenir. Yurttaşlar haberlerle manüpile edilen, sessiz yığınlar değil, cüretkarca bu alanda egemen çevrelerden rol çalan, kendi haklarının savunusu konusunda kimseden medet ummayan özneler olarak hareket etmeye çalışır. Dolayısıyla haber aktarım sürecindeki tek yönlülük, geri bildirim kısıtlılığı gibi yurttaşların aleyhine kurulan dengelerin bu habercilik türünde yerini çift yönlülüğe ve etkin geribildirim bırakması için uğraş verilir. Yurttaş gazeteciliği, yönetici konumundaki egemen çevrelere bizatihi geribildirim çabasıdır denilebilir.

Yurttaş gazeteciliğinin kısa sürede tüm dünyada örneklerine rastlanmış ve sıradan insanlar tarafından, yapılan sorun ve hak odaklı yayıncılık pek çok başarılı örneği verilmiştir. 2000 yılında Güney Kore’de kurulan OhmyNews sitesi buna örnek olarak verilebilir. OhmyNews sitesi bilgisayarlı ağ teknolojilerinden yararlanarak, “OhmyNews her yurttaşı bir muhabir yapıyor” sloganıyla ortaya çıkmıştır. Siteye, her gün ev kadınları, öğrenciler, profesörler ve diğer yurttaş gazetecilerinden yüzlerce haber gönderilmektedir. 53 kadrolu muhabiri ve editörünün yanında 26.700 yurttaş muhabiri bulunan sitenin yaklaşık 1 milyon okuyucusu vardır. Haber ve yorumu bir arada sunan siteye yurttaşlardan gelen haber öyküleri editöryal bölüm tarafından değerlendirilerek sayfaya yerleştirilmektedir. Sitenin kurucusu ve başkanı Oh Yeon-Ho’ya göre, OhmyNews, geleneksel basına duyulan hoşnutsuzlukla vatandaşların birbirleriyle konuşma isteğini bir araya getirmekten doğan bir sitedir (Yu, 2003’den akt. Uzun, 2006: 643).

İnternet ve Gazeteciliğe Etkisi

Etkileşimlilik oranı ve yoğunluğu önceki araçlarla kıyaslanmayacak zenginlikte bir kitle iletişim aracı olma özelliğiyle öne çıkan internet, kişisel bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasıyla dev sanal ağları, sanal kitleleri, sanal cemaat örüntülerini ortaya çıkarmış; kendi kültürünü yaratmış ve tıpkı öncekiler gibi yeni bir yaşam biçimini dayatmıştır. İnternet artık, zaman ve mekânın sıkışması, sıkıştırılması olarak da algılanabilen küreselleşmenin en güçlü destekçisi olarak görünmektedir. Bundan böyle internetsiz olunmayacak bir dünyanın eşiğinde, bu kültürün ürünü haline gelen kullanıcı kitlesi tüm dünyada önemli bir sayıya ulaşmıştır. İnternet aynı zamanda geleneksel iletişim biçimlerinde önemli bir değişimi beraberinde getirmiş, iletişimin boyutlarını dönüştürmeyecek biçimde farklılaştırmıştır. “İnterneti geleneksel iletişim araçlarından ayıran en önemli özellik, iletişim sürecinde etkileşimin güçlü bir biçimde ortaya çıkmasıdır. Geleneksel iletişim ortamında iletişimde bulunan bireylerin alıcı konumunda bulunması ve iletişim sürecine müdahalesinin sınırlı olmasına karşılık, internet üzerinden etkileşimde kullanıcının iletişim sürecindeki egemenliği daha belirgin olmaktadır (Timisi, 2003: 132).

The Language of the New Media” adlı kitabında Lev Manovich yeni medya ile ilgili herşeyi ve tüm ürünleri yeni medya objeleri olarak isimlendirmektedir. Bu yeni medya objeleri aynı zamanda da kültürel objelerdir ve fiziksel olarak gerçek dünyada var olan nesnelere referans alarak, onları temsil ve inşa ederek oluşturulmaktadır. Manovich yeni medyanın özelliklerini şöyle sıralamaktadır :

“Dijital temsil (numerical representation): İçeriğin matematiksel bir fonksiyon olarak tanımlanabilmesi anlamına gelir ve yeni medyanın kodsız altyapısı tamamen matematik odaklıdır.

Modülerlik (modularity): Yeni medya dünyasındaki objeler modüler özelliğe sahiptir. Her öge hem kendi başına, hem de diğerleri ile birlikte anlamlı bir yapı oluşturur. World Wide Web modüler bir yapıdır. İnternet çeşitli web sayfalarından oluşmaktadır. Bu web sayfalarının her biri, bağımsız elementlerden oluşmaktadır. Web sitesine bir bütün olarak ulaşıldığı gibi, içindeki elementlerde ayrı ayrı ulaşılabilir.

Otomasyon (automation): İçerik oluşturulırken çoğu zaman şablonlardan ve algoritmalarından faydalanılmaktadır. Dolayısıyla insan emeğinin yaratıcılığı kısmen geri plana atılmıştır.

Değişkenlik (variability): Birinci ve ikinci özelliğin bir sonucu olarak ortaya çıkar.

Nesnelerden pek çok kopya çıkarılması ve farklı sürümlerin olması söz konusudur. Dolayısıyla içerik sürekli olarak değişime uğrar.

Kod çevrimi (transcoding): Metinlerin, görüntülerin ve seslerin bilgisayar ortamında

Kodlanmakta, dosya yapılarına, listelere, kayıtlara ve dizilere dönüşmektedir (Manovich, 2002: 49-65).”

Manuel Castells yeni medyanın kültürel etkisiyle dünyanın bir “ağ toplumu”na dönüştüğünü ifade etmiş ve yeni bir toplumsal dönüşümün başladığını eserlerinde dile getirmiştir (2004). Castells’e göre enformasyonu ön plana çıkararak ağ toplumu bilişim teknolojileri tarafından harekete geçirilen, bilişim ağlarında oluşan ve tüm küreye yayılmış yeni bir toplumsal organizasyon yapısıdır. Bu yapı insanlar arasında kültür aracılığıyla şekillenen bir etkileşim ortaya koyduğu gibi; üretim, tüketim ve güç ilişkilerini de etkilemiştir (2009: 125) Gane ve Beer ise yeni medyanın anlaşılmasında, enformasyon, arayüz, arşiv, etkileşim ve dönüşüm gibi kavramların önem kazandığını ve yeni medyanın teknolojik altyapısını oluşturduğunu vurgulamıştır (2008:1).

Haluk Geray da internetin kısa sürede gazetecilik için yeni olanaklar sunma sürecini şöyle değerlendirmiştir:

“İnternet kısa sürede medya ortamını ve iletişim pratiklerini etkilemiş ve geleneksel gazetecilik ortamı yavaş yavaş internet gazeteciliğine evrilmiştir. Geleneksel medya gazeteciliğine göre; daha hızlı ve pratik olması, kullanıcı yani okuyucuyu interaktif pozisyona getirmesi ve zaman ve mekândan sınırsız olması nitelikleriyle internet gazeteciliği tercih sebebi olmaktadır. İnternet gazeteciliği ile geleneksel gazetecilik; kurum yapıları, pazara giriş olanakları, haber üretim yapıları ve etkileşim alanlarında da birbirinden farklılık göstermektedir. Yeni medya, geleneksel medyadan farklı olarak enformasyonun geniş kitlesel paylaşımına fırsat tanımaktadır. Özellikle okurun, tepkisini aracı bir biçimde anında verebilme imkânına sahip olarak haber yapım sürecine de doğrudan etki etmesi internet gazeteciliğinin önemini artırmaktadır. Ayrıca yeni medyanın göreceli olmakla birlikte geleneksel medyaya nazaran daha masrafsız ve daha geniş bir hedef kitleye sahip olduğu görülmektedir (Geray, 2003: 17, 19).”

İnternette sonra “yeni medya” kavramı hayatımıza girmiş ve pek çok “yeni” gelişme, geçmişle şimdiki zaman arasındaki gazetecilik pratiklerinin değişmesine neden olmuştur. Geleneksel medyayla yeni medya arasındaki farklılıkların başında “etkileşim” gelmektedir. Yeni medyada alıcı ve verici, eş deyişe yazar ile okur arasındaki iletişim

geçmişe göre çok değişmiştir. Artık bir haber internete düşer düşmez ona bir tepki verebilmek olasıdır. Dolayısıyla karşılıklı etkileşim aynı zamanda okurların yazarlar üzerindeki etkisinin de artması anlamını taşımaktadır. Zaman birliği de bir diğer önemli yeniliktir. Artık günün her saati, dakikasında internet gazeteleri yenilenmekte, okurlar haberlere ertesi gün değil, yapıldığı anda ulaşabilme imkanına sahip olabilmektedir. Dolayısıyla anında haber iletme özelliği, gün boyu dinamik kalmayı gerektirmekte; artık geleneksel gazetelerin aksine internet gazetelerinde haberler ertesi güne kalırsa “bayatlamaktadır.” Ayrıca internet gazetesi okurları, daha kendisine yönelik haberleri, -“benim gazetem” uygulamaları gibi- okumakta, tüm kitleye yayın yapan bir habercilikten, kişiye özel bir sunuma geçilmektedir.

İnternetin medyada çeşitliliği desteklediğini ve çoğulculuğa katkıda bulunduğunu düşünenler, bu teknolojinin içerik üretimi ve paylaşımını, kitle iletişiminin geleneksel formlarıyla kıyaslanamayacak ölçüde kolaylaştırdığına ve dileyen herkes için olanaklı hale getirdiğine dikkat çekmektedirler. İnternetle birlikte, bloglar başta olmak üzere çeşitli çevrimiçi uygulamalar yoluyla aktif olarak içerik üretimine ve paylaşımına katılma olanağı bulan kullanıcılar, geleneksel medyanın pasif tüketicisi ya da müşterisi olma konumlarını terk etmektedirler. Böylece enformasyon akışında belirgin bir değişiklik yaşanmakta; çevrimiçi erişilebilir olan enformasyon artık yalnızca profesyonel medya kuruluşları tarafından değil, giderek artan oranda söyleyecek ve gösterecek bir şeyi olduğuna inanan, “eskiden izleyici/okuyucu olarak bilinen” sıradan insanlar tarafından da üretilmektedir. Bu durum, sıradan insanların profesyonel medyanın içerik üretimi ve paylaşımı işlevine ortak oldukları çevrimiçi bir yurttaş medyasının ortaya çıktığı şeklinde yorumlanmaktadır (Çelikel, 2013:68).

Yurttaş medyasının etkinliğinin arttırması iletişimin demokratikleşmesi için son derece önemlidir. Yurttaş haberciliğinin gelişimi, daha etkin geribildirimi ve özgür bir üretim biçimini zorunlu kılar. Bu noktada dijital medya teknolojileri, internet ve sosyal medyanın bireylerin kitle iletişim süreçlerine katılımını arttırdığını, ulusal ve uluslararası düzeyde kitle iletişiminin önündeki yapısal bariyerleri sarstığı söylenebilir. Artık birbirlerini hiç görmeden aynı amaç doğrultusunda yeni mecraları kullanan, egemen medya çevrelerine başkaldıran sanal web toplulukları söz konusudur. Bu topluluklar iletişimin modern dünyadaki manüpilatif ve tek yönlü doğasını bozuma uğratan, en önemli yurttaş hareketlerinin başında gelmektedir. İnternet üzerinden örgütlenebilme kolaylığı, aynı zamanda bu sanal toplulukları siyaseten güçlendirmekte ve iletişim yolu ile mevcut düzende ayakta ve muhalif kalmalarına imkan sağlamaktadır.

İnternetin kullanımı gazeteciliği zenginleştirerek, haber örgütlerinin yurttaşlara yardım etme kapasitesini arttırmaktadır. Haberin Web ile birleşmesi sonucu haber örgütleri yurttaşları ilgilendiren meseleler konusunda bir bilinçlendirme geliştirmeye yardımcı olmuştur. Diğer yandan, Web siteleri ve webloglarda yayınlanan haberler, büyük medya kuruluşları için bir kaynak oluşturmaktadır. Örneğin, 2004 baharında, bir yurttaşın ABD askerlerinin bayrağa sarılmış tabutlarını Irak'ta bir uçağa yüklenirken gösteren dijital fotoğraflarını çekmesinden birkaç gün sonra, fotoğraflardan biri *Seattle Times*'ın ön sayfasında yayınlanmıştır. Birkaç gün sonra, TheMemoryHole.org, Bilgi Edinme Özgürlüğü Yasası (Freedom of Information Act) hükümleri sayesinde edindiği

düzinelerce benzer fotoğrafı yayınlamıştır. Daha sonra, fotoğraflar tüm büyük gazetelerde yer almıştır. Ardından Irak'taki Ebu Garip cezaevinden taciz ve işkence fotoğrafları akmaya başlamıştır. ABD askerlerini üst üste binmiş çıplak Iraklı askerlerin önünde poz vermiş şekilde gösteren fotoğraflar, aslında karşı koyma hakkının ve demokrasi kurumunun zaferini göstermektedir. Iraklı esirlerin fotoğrafları, gerçeği saklamak yönünde gösterilen tüm çabalara karşın, demokratik değerlerin ve yurttaşlık haklarının yaşadığının ve korunduğunun bir kanıtı olarak değerlendirilmelidir (Uzun, 2006: 643).

Teknolojik gelişmelerin hedeflerine uygun olarak her yerde hazır ve nazır bulunan dijital kameralar, hangi yöne bakılsa elinde bir dijital kamera ile her an kayda hazır insanlar görülebilir: ABD'ye kalkacak bir uçağa yüklenen asker tabutlarını çeken kişinin bir gazeteci değil, eski bir kargo bölümü çalışanı olması, Bağdat yakınlarındaki Ebu Gireyb Cezaevi'nde sorgulama taktiklerini fotoğraflayanların da asker olmaları, gerçekleri ortaya çıkarabilecek olayların artık gazeteciler değil, olayı deneyimleyen ya da ona tanık olan sıradan insanlar tarafından gündeme getirilebileceğini göstermektedir. Gerçekte, haber konusu olayı meydana getiren, deneyimleyen ya da olaya tanık olanlar (gazetecilik terminolojisinde göre haber kaynakları) büyük medya kuruluşlarında yayınlanmayan hikayelerini, ağ teknolojileri sayesinde kitlelere ulaştıracak bir araca sahip olmuşlardır. Gazeteler de haberi doğrudan haber kaynağından almak yerine, ikincil bir haber kaynağı olarak interneti kullanmakta, sanal ortamda ilgi gören haberlere sayfalarında yer vermektedirler (Uzun, 2006: 643) Dolayısıyla vatandaşların haber üretim süreçlerinde etkin olma çabaları, onların güdüp yönetilecek "koyunlar" olmadığını ve her an yapabilecekleri haberlerle, haberleşmelerle egemen çevrelerin oyununu tersine çevirebilecek birer iletişim gerillası olma gücüne işaret etmektedir. Dolayısıyla, artık haber her yerdedir ve her an olup bitenlerin pek çok kişi tarafında bildirim, haberleştirimi, egemen çevrelerin iletişim süreçlerine hakim olmaları nedeniyle sahip oldukları avantajların sarsılabileceği anlamına gelmektedir. İletişim mecralarının, platformlarının bu tarz kullanımları aynı zamanda toplumların demokratikleşmesini ve yurttaşlık haklarının güvence altına alınmasını etkileyebilecek faktörlerin başında gelmektedir.

Sosyal Medya ve Gazeteciliğe Katkısı

İnternet başlangıçta hızlı veri alışverişi sağlayan bir ortam olarak tanımlanırken, günümüzde adeta sosyal medya olarak tanımlanır hale gelmiştir. Sosyal medya gazete, televizyon ve film gibi geleneksel medyadan farklılıklar göstermektedir. Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki farkları tanımlamaya yardımcı olacak özellikler kullanılan yöntemlere göre farklılıklar gösterebilir. Bu özelliklerden bazıları şunlardır: Geleneksel medya da, sosyal medya teknolojileri genel bir kitleye ya da farklı kitlelere erişime olanak verir. Geleneksel medya güçlü holdinglerin, hükümetlerin kontrolünde iş görürken, sosyal medya siteleri ve Web 2.0 teknolojileri insanlara etkileşimde bulunma, malumat, bilgi paylaşma için çok az bir maliyetle, çok çeşitli olanaklar sunmaktadır. Öte yandan dijital teknolojileri takip eden ve kullanma gücüne fazlasıyla sahip olan geleneksel medya şirketleri de sosyal medya sitelerini, web teknolojilerini yoğun bir biçimde kullanmaktadır. Geleneksel medya sabit yatırımlarını

(matbaa, gazete ofis binaları, tv stüdyoları, kadrolu, telifli medya profesyonelleri, vb. üretim güç ve araçlarını örgütlemeyi, işletmeciliği) sürdürürken, sosyal media platformlarını oluşturmak, kullanmak bu denli yatırım gerektirmemekte, kullanıcıların çokbecerili (multiskills) olması gerekmemektedir. Daha keyfiyete bağlı bir katılıma olanak veren ve söz söyleme alanı olarak herkese açık kamusal alanlar görünümündedir. Sosyal medya araçlarını kullanarak çok sayıda insana ulaşabilmek, anında cevap verebilmek, çok çabuk geri besleme almak, “çok sayıda insana anında ulaşarak acil durumlarda problem çözme teknolojisi olarak kullanma” (White, 2011: 13), ortaya çıkan meseleler üzerine değişik niteliklerde, farklı kalitede söz, haber, durum, veri paylaşımlarına girişme olanağı sunmaktadır. Sosyal medyada etkileşimin zamanına, aralığına, hızına kullanıcılar karar vermektedir. Geleneksel medyanın içerik hazırlama ve sunma hızı, sosyal medya araçlarıyla yapılan iletişimlerin hızına yetişecek şekilde artmaktadır. Matbaada basılan medya ürünleri üzerinde sonradan değişiklik yapılamazken sosyal medya teknolojileriyle hazırlanan içerikler üzerinde istenildiği anda kaldırmak, değiştirmek gibi çok sayıda değişiklikler yapılabilmektedir.

Sosyal medyada gerçek hayatta olduğu gibi gerçek zamanlı konuşmalar, ilişkiler, karşılıklı alıp vermeler, paylaşılmış düşünceler ve diğer iletişim pratikleri yerleşmiştir. Günümüzde sosyal medya, yöneticilerden danışmanlara, İnternet liderlerinden reklamcılara, blog yazarlarından gazetecilere kadar geniş bir kitlenin, fikir alışverişinde bulunduğu bir ortam sunmaktadır. Breakenridge’e göre sosyal medya basitçe interneti kullanarak kişiler arası konuşma ve iletişime olanak sağlayan bir ortamdır. Bu yeni medya insanlara kendi düşüncelerini, bilgilerini, tecrübelerini küresel ortamda yayınlamaları için fırsat sunmaktadır. Çoğu durumlarda bu kişilerin sesi, bilinen gazeteciler, ünlüler ve uzmanlar kadar etkili olabilmektedir (Breakenridge, 2008: 15).

Sosyal medya sayesinde medyada içerik oluşturmak sadece gazeteciler, programcılar için değil orta derecede bilgisayar bilgisi olan herkes için mümkün hale gelmiştir. Son yıllarda sosyal medya kullanıcılarının ürettikleri içerikler, geleneksel medya içeriklerini belirlemekte, bol malzeme sunmaktadır. Günümüzde bir çok gazete, televizyon ve radyo, sosyal medyadan devşirdikleri içerikleri yayınlamaktadır. Bu durum yeni medyaya odaklanan geleneksel medyayı sosyal medya aygıtlarını kullanan sıradan ya da popüler figürlerin sözlerini, paylaşımlarını, ürettikleri içerikleri izleme çabasına sürüklemekte, bu akışta pek çok yeni içerik ana akım medyada temsil imkânı bulmaktadır.

Geleneksel medyanın içerik üretme, dağıtma süreçlerindeki ağırlığı, egmen konumu bu süreçlerden etkilenirken, sosyal medya kullanıcıları yeni etkileyenler tabakası haline gelme potansiyelini hissettirmiştir. Profesyoneller ve geleneksel gazetecilerin yanı sıra sosyal medya kullanıcıları gazeteciler kadar, bazen onlardan daha fazla çok çeşitli nitelikte, çok miktarda ileti, içerik üretme pratiğine girişmişlerdir. Geleneksel medyada içeriği sunanlar profesyonelken, sosyal medyada bunu meslek edinmiş az insan vardır. Geleneksel medyada kurumlar reklam ve haber yoluyla var olma savaşı verirken, sosyal medyada bizzat temsil edilmektedirler. Geleneksel medya ile ayrıştıkları noktalardan biri sosyal medya içeriğinin bir monologdan ziyade diyaloga daha yaklaşmasıdır. Endüstriyel medya içeriklerini üretildikten ve yayımlandıktan sonra değiştirmek mümkün değil veya çok zordur ancak sosyal medyanın içeriklerini anında değiştirmek, yorumlar yardımı ile yön vermek, değiştirmek mümkündür (Sertbal: 2012).

Twitter Gazeteciliği ve Temel Özellikleri

2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilen Twitter dünya çapındaki popülaritesini gün geçtikçe arttırmış ve içerdiği uygulamaların programlama arayüzünün kısa mesaj gönderim ve alımı konusundaki olanaklarıyla internet dünyasının SMS'i (kısa mesaj) olarak anılmaya başlamıştır. Twitter'daki temel mantık kişinin, 140 karakter ile ne durumda olduğunu, ne düşündüğünü, ne hissettiğini takipçileri ile paylaşması üzerine kuruludur. Yazılanlar (tweetlerini gizlemediği takdirde) kullanıcının sayfasına gelen herkes tarafından görülebilir. Twitter'da mesajlarda geçen konu ya da kavramların, geçiş yoğunluğuna göre listelendiği Trend Topics isimli biri sistem bulunmaktadır. O zaman diliminde Twitter'da en çok ne konuşuluyor ise, bu konular liste halinde kullanıcıya sunulmaktadır. Twitter aynı zamanda fotoğraf ve video paylaşımına imkân sağlamaktadır. "Dünyada 225 milyon insan Twitter kullanmakta ve her gün 250 milyondan fazla tweet atılmaktadır. Türkiye'de ise bu sayı 5 milyon civarındadır (Sanal alem, 201)." Lady Gaga, toplam 18.3 milyon takipçiyle bu alanda lider konumdadır. Onu, 16.6 milyon takipçiyle Justin Bieber ve 14.1 milyon takipçiyle Katy Parry izlemektedir. Türkiye'de Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün 2 milyon 739 bin, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın 2 milyon 258 bin takipçisi bulunmaktadır. Cem Yılmaz'ın ise 3 milyon 400 bin takipçiyle Türkiye'de en çok takip edilen ünlü konumundadır.

Çok kısa sürede ünlü/ünsüz kişilerin, resmi ve özel kurumların kendilerine yer buldukları Twitter aynı zamanda son derece dinamik bir gazetecilik ortamına sahiptir. Tüm yayın kuruluşları Twitter'a link vermekte, resmi hesapları üzerinden ileti transferi yapmakta, okurlarıyla ilişki kurmakta ve iyi haberlerini sadece internet sayfasına koymakla yetinmeyerek, mutlaka Twitter üzerinden de servis etmektedir. Hemen hemen tüm gazeteciler, genellikle "kurumsal değil, kendi şahsi görüşlerimdir" ibaresiyle bu sosyal medyada yer almakta, 140 karakter ile yoğun bir gazetecilik yapmışlardır. Twitter'ın en etkin ve popüler kullanıcılarının başında ünlü gazeteciler gelmektedir. Nitekim Ahmet Hakan, Cüneyt Özdemir, Ece Temelkuran ve Mehmet Ali Birand gibi gazeteciler sadece diğer gazeteciler arasında değil, tüm kullanıcılar arasında da en popüler isimlerdir. Sözelimi Ahmet Hakan'ın 653 bin 639, Cüneyt Özdemir'in 1 milyon 167 bin 597, Ece Temelkuran'ın 492 bin takipçisi bulunmaktadır. Pek çok gazeteci artık Twitter'da birbirlerine haber atlatmakta, haberler, özellikle de yorumlar yoğun bir şekilde bu ortamı beslemektedir. Twitter'daki popüler tartışmalar, güncel topicler, hashtag'lerin (bir konuyu belirlemek ve ayırtırmak için kullanılan # işareti, Twitter bu işaretle birlikte yazılan sözcüklere link koyar, böylece bu sözcüğü içeren linklere erişilebilir), yanı sıra herhangi bir konu ile ilgili kelime arama özelliği sayesinde pek çok gazetecinin ilgili konuya ilişkin yazdıkları takip edilebilmektedir.

Gazetecilerin ve diğer insanların yoğun bir şekilde katkı sağladığı Twitter, bazı okurlar için internet ve basılı gazetelerden daha dinamik bir katkı sunmaktadır. Dünyada ve Türkiye'de bunun pek çok örneği bulunmaktadır. Geleneksel medyanın iletim süreçlerine takılmadan, sıradan ya da profesyonel gazeteciler tarafından atılan iletiler yoluyla Twitter gazeteciliği popülerleşmiştir. Özellikle sıradan insanların, bazı önemli olaylarda profesyonel gazetecilerden daha fazla gündemi belirleyebilmesi, yoğun bildirim, geri bildirim sunması, yurttaş gazeteciliğinin artık günümüzde bu sosyal medya sitesi

üzerinden de önemli bir açılım sağladığını göstermektedir. Sıradan yurttaşlar, artık Twitter sayesinde önemli haber kaynaklarına dönüşebilmekte ve vatandaşları ilgilendiren pek çok olay yurttaş gazeteciler tarafından Twitter aracılığıyla tüm dünyaya duyurulabilmektedir. Barack Obama'dan, sokaktaki sıradan bir insana kadar toplumun farklı katmanlarından pek çok insan bu dijital platformda söz söylemektedir. Herhangi bir haberin yakınında bulunmak, artık birer yurttaş gazeteci olmak için yeterli olmaktadır. Özellikle hemen hemen herkeste bulunan, kameralı ve internete her yerden girebilen akıllı telefonlar da yurttaş gazetecilerin imkanlarını arttırmıştır.

Bazı Twitter gazetecileri, 140 karakter üzerinden yaptıkları yorum ve tespitlerle önemli bir takipçi sayısına ulaşmakta ve buradan geleneksel medyaya sızarak profesyonel gazeteci ve yazar haline gelmektedir. Söz gelimi Pucca kod adıyla Twitter'da yer alan Selen Işık dönemin internet şöhretlerinden biri olmuştur. 310 bin 209 takipçiyeye sahip olan Pucca, sanal alemin en popüler yazarlarından biridir. Eski sevgilisini anlattığı günlüklerinin bir anda takipçi rekoru kırmasıyla şöhret olan Pucca, uzun bir süre kimliğini gizlemiş, ardından Selen Işık olarak kendini hayranlarına tanıtmıştır. Yoğun bir argoyla, kadın erkek ilişkilerini didikleyen Pucca, yazdığı kitabıyla da yoğun ilgi görmüştür. Bir diğer Twitter ünlüsü de Ceri Lewis kod ismini kullanan Ömür Özdemir'dir. Amerikalı Jerry Lewis'in hayranı olduğu için kendine bu ismi seçen Özdemir'in de takipçi sayısı 116 bin 523'dir. Bir ilaç firmasında çalışırken Twitter'da yorum yapmaya başlayan Özdemir, güncel meseleler üzerine yaptığı değerlendirmelerle popülerliğini arttırmaktadır. Twitter'daki ünü sayesinde radyo programı yapmaya, ünlülerle arkadaş olmaya başlayan Özdemir sanal ortamın tanınan figürlerinden biri olmuştur. Pucca ve Ceri Lewis kod isimleriyle internette şöhreti yakalayan Selen Işık Hürriyet Gazetesi'nde, Ömür Özdemir ise *Vatan Gazetesi*'nde köşe yazarı olmuş ve Twitter'dan geleneksel medyaya geçiş yapmıştır.

Etkileşimi ve katılımı artıran medya teknolojileri ve dijital araçlar yurttaş gazeteciliğinin etkisini de her geçen gün artırmaktadır. Asya'daki tsunami facialarının detaylarının duyurulması, Londra'daki terör faaliyetlerinin açıklığa kavuşturulmasında Twitter gazeteciliği önemli rol oynamıştır. Londra'daki saldırının ardından geçen ilk altı saatte BBC'ye olay mahallinde bulunan yurttaşlardan 1000'i aşkın fotoğraf, 4 bin kısa mesaj ve 20 bin e-posta gelmiştir. 2009 yılının Haziran ayında İran'da gerçekleştirilen seçim protestolarında ise İranlı yurttaşlar mobil telefonlar ve dijital kameralarla çektikleri fotoğraf ve videoları CNN ve BBC gibi kanallarla paylaşarak anlık muhabirlikler gerçekleştirmişlerdir. Twitter'da açılan *#iranelections49* etiketi İranlıların protestolar ve seçim süreçleriyle ilgili haber ve bilgi paylaşımında buldukları bir alan yaratmıştır. İran'da yaşananlara daha sonra abartılı bir ifade olarak tartışılabilir Twitter Devrimi de denmiştir. Twitter, yurttaş gazeteciliği adına önemli mecralardan biridir. Dünya çağında bilgi paylaşımına, ana akım medyada yer alan bir haberin doğrulanması, yalanlanması ya da detaylandırılmasına imkân sunan ve içeriğin kullanıcılar tarafından üretildiği dijital bir platformdur. 140 karakter limiti sunan Twitter'ın anlık paylaşımları hem Tahran'dan hem de dünyanın birçok yerinden haber ve güncellemelere ulaşma imkânı sunmuştur. Bu eylemlerin her birinde sosyal medya eyleme katılanların bilgi, haber, görüş ve yorum paylaştıkları araçlar olmuştur. Yurttaş gazeteciliği ve sosyal hareketler iç içe geçmiştir (Ongun, 2013).

Türkiye’de de Van Depremi’nden Afyon’daki cephanenin patlamasına, Reyhanlı Faciası’ndan Galatasaray Üniversitesi yangınına, en önemlisi de Gezi parkı protestoları olarak başlayıp çok çeşitli muhalif tavırları içeren gösteriler biçiminde dalga dalga tüm Türkiye’ye yayılan protestolara varıncaya değin pek çok olayda Twitter geleneksel medyadan çok daha hızlı ve detaylı bir haberleşme aracı haline dönüşmüş ve gazetecilik deneyimi olmayan pek çok kişi olayları, durumları bizzat yaşayan, gözlemleyen, haber unsurlarının kaynağı ve ileteni olarak görev yapmıştır. Örneği verilen, bu tarz kitlesel olaylarda, olay mahallinde bulunan kimseler hemen durum tespitleri yapmakta, 140 karakterde özetlenen iletiler sayesinde en yaşamsal sorular yanıtlanmaya çalışılmaktadır. En son Cüneyt Özdemir Amerika’daki Twitter gazetecileriyle kurduğu iletişim sayesinde Boston Bombacısı kardeşlerin bir kayığın içinde yakalanma anını an be an Twitter’dan paylaşmış ve geleneksel medyanın donduğu bir ortamda Amerikan filmlerini anımsatan bu kovalamacanın tüm detaylarını takipçileriyle paylaşmıştır.

Yine yakın dönemde Hopa, Oda TV, Şerzan Kurt gibi davaların takibinde de Twitter gazetecileri adliye habercisi olmuştur. Adliyeden ve mehkemeden davaları naklen yayınlayan gazeteciler ya da Twitter aktivistleri bu sayede iletişim yasaklarını delerek, takipçilerinin merak ettikleri davaları an be an izlemesini sağlamıştır. Burada da egemen çevrelerin baskılarına karşı Twitter aracılığıyla bir yurttaş direnişi sözkonusudur. Adliye’den haber aktaran Efkan 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. Aslında bu durum bir anlamda ana akım medya kanalında tehlikeli bir durum, iktidar yönlendirmesi dışında da bağımsız kaynaklarca aktarım yapılabileceğinin de ispatı olarak görülmelidir. An itibarıyla sosyal medya gelişimi açıkça haber alma anlamında çok büyük katkılar sağlamakta olup, sağlıklı gelişiminin devamı suni denge anlamında yapılmak istenen dezenformasyonları boşa çıkarabilecek kapasitededir. Dileğim; gelişmeye açık bu kanalın sağlıklı olarak gelişiminin devamını sağlayabilmek ve haber alma hakkı anlamında yeni bir mecranın var olduğunun gösterilebilmektir.”

Yine Twitter aracılığıyla gazetecilik yapan Elif Ilgaz Peri de, bu yeni aracın gücünü şu sözlerle dile getirmektedir:

“Türkiye’de son dönemde büyük bir korku imparatorluğu yaratıldı. Bunun ilk icraatlarından biri de gazetecileri susturmak oldu. Muhalif 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’dan yapmayı sürdüreceğiz. Yaşasın Twitter gazeteciliği! (Koçak, 2012)”

Twitter gazeteciliğinin bir yurttaş hareketi olarak gelişme potansiyeli pek çok kişinin bu amaç doğrultusunda örgütlenmesini beraberinde getirmiştir. Sosyal medya giderek yurttaş gazeteciliğinin önemli bir zemini olarak değerlendirilirken Facebook ve özellikle de Twitter bu aktivist hareketlerin örgütlenmesine önemli katkı yapmaktadır. “Ana akım medyanın filtreli habercilik anlayışına karşılık tarafsız haberciliği savunan bağımsız bir karşı medya hareketi olarak ortaya çıkan 140 Journos ise Facebook ve Twitter üzerinden yayın yapan bir yurttaş gazeteciliği örneğidir. 19 Ocak 2012 tarihinde Twitter merkezli yayın hayatına başlayan 140 Journos, ana akım medyanın bulunmadığı veya yeterince işlemediği olaylara dair takipçilerine haber içeriği sunmaktadır. Alandan röportajlar, fotoğraflar ve canlı yayınlarla olayların nabzını tutmaktadır. Bağımsız, filtresiz, hızlı haber sunmayı, tarafsız yaklaşım iddiasıyla toplumun her kesimini, olup bitenlerden haberdar ederek toplumsal farkındalığı arttırmayı ve medya atmosferini değiştirmeyi amaçlayan 140journos; tüm akıllı telefon ve tablet bilgisayarlara ücretsiz olarak indirilebilecek bir vatandaş haberciliği uygulaması (application) geliştirmek üzere çalışmalarını sürdürmektedir. Aynı şekilde Ötekilerin Postası da yine Facebook ve Twitter üzerinden yayın yapan bir yurttaş gazeteciliği girişimidir. Daha önce Facebook’ta Açlık Grevi Postası adıyla bir araya gelen grup, bugün Ötekilerin Postası adıyla tüm “ötekilerin sesi” olmayı hedeflemektedir (Ongun, 2013). “

Twitter gazeteciliğinin yurttaş gazeteciliğini geliştirdiği ve pekiştirdiği açıktır. Artık, herkesin belli anlarda haberin unsurlarını üretebildiği bir ortam, enformasyon iletimi konusunda bir çeşitlenmeyi ve görece özgür hissetmeyi de beraberinde getirmiştir. Öte yandan bütün olumlanan mevcut ve potansiyel nitelikleri yanında temel sorun, geleneksel medyanın süzgeçlerinden geçmeyen tweetlerin manüpilatif olmaları ve haber olma yeterliliği taşınamamasıdır. Herhangi bir editoryal süreçten geçmeden sunulan iletilerin yalan, yanlı ve yönlendirici olma ihtimali Twitter gazeteciliğinin güvenilirliğinin ve niteliğinin sorgulanmasını beraberinde getirmektedir. Buradan yayılan söylentilerin bazılarının doğru olmaması, buradan alınan enformasyonun ne derece “doğrulanmış ve editoryal aşamalardan geçmiş” bir haber olarak nitelendirilebileceği önemli bir sorun olarak karşımızda bulunmaktadır. Bu yüzden bazı iletişimciler Twitter’ı bir haber merkezi gibi değil, bir eğlence alanı olarak gördüklerini söylemekten kaçınmamaktadır. Sözelimi önemli medya profesyonellerinden biri olan Serdar Turgut, Twitter’daki yoğun ileti alışverişini bir gazetecilik olarak değil, eğlence olarak gördüğünü söylemektedir: “Twitter’ı bir haber mecrası olarak görmüyorum. Eğlence olarak görüyorum. Çok fazla etiksel tartışmaların üzerinde dönmesini çok doğal karşılamıyorum. Haberin pratik yerlerden alınmasından yanayım. Dedikodu ve söylentiler olduğu için de (Twitter) eğlence mecrasıdır.” (Bora, 2011) Akademisyen Aslı Tunç da Twitter’ın gazeteciler için adeta mayınlı bir tarla olduğunu, çünkü dedikodu, söylenti ve haber kırıntılarının bu ortamda birbirine karıştığını ileri sürmektedir. “ Twitter dedikoduyla gerçek haberin sınırının hızla flulaştığı bir alan. Gazeteciler doğruluğunu kontrol etmeden, anlık heyecanla gördükleri mesajları tekrar dolaşıma sokuveriyorlar. Re-tweet’le dedikodunun oradan oraya hızla gidip gelmesine engel olmak çok zor. Twitter gazeteciler için çok etkin bir araç olabilir kuşkusuz. Twitter’ı iyi kullanan bir gazeteci, anaakım medyanın es geçtiği, görmezden geldiği ayrıntıları, kişisel gözlemlerini de katarak paylaşmalı. Sosyal medya ne yazık ki gazetecinin kamusal sorumluluğu ve etik gibi kavramları daha kaygan bir zemine taşıyor.

Haber atlatma ve hız uğruna yine de bu kavramlar feda edilmemeli (Bora, 2011).” Dolayısıyla twiter bir yandan son derece hızlı ve dinamik bir habercilik sunarken, diğer taraftan son derece kişisel ve subjektif öğelerin de aktarım sürecine yansımaya imkan sağlamaktadır. Özellikle profesyonel gazetecilerin bu zeminde aktif olarak yer almaları, bir yandan haberlerin inandırıcılığını arttırmakta, ancak diğer yanda doğru olamayan enformasyonların yayılımını hızlandırmaktadır.

Sonuç

Yeni iletişim teknolojilerinin ve internetin gelişmesi gazetecilik pratiklerini önemli ölçüde değiştirmiştir. 2000’li yıllarla birlikte sosyal medyanın yaşamımızda kapladığı alanın genişlemesi de bu dönüşümün hızlanmasına neden olmuştur. Yoğun bir şekilde deneyimlediğimiz sosyal medya, özellikle Twitter gazetecilik ortamına ciddi katkı sağlamıştır. Gazeteciliği hızlandıran, kısaltan ve anında mesajın tüm dünyaya birden intraktif bir şekilde ulaşmasını sağlayan Twitter, tüm medya ortamının dahil olduğu bir platform haline gelmiştir. Resmi veya gayri resmi tüm gazete ve gazetecilerin dahil olduğu Twitter, pek çok insanın gündemi takip ettiği bir medya platformuna dönüşmüştür. Aynı anda hem ünlü, profesyonel gazetecilerin, hem de sıradan insanların benzer konularda attığı iletiler, okurlar için kimi zaman sürat, kimi zaman çoğulculuk, kimi zaman da muhalefet imkanı sağlamaktadır.

90’lı yıllarda Amerika’da ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği özellikle internetin devreye girmesiyle, yoğun bir şekilde sanal aleme taşınmış ve kamu gündeminde kendisine yer bulmuştur. Yurttaş haberciliğinin yolunun Twitter gazeteciliği ile kesişmesi ise son derece işlevsel bir işbirliğinin de habercisi olmuştur. Twitter’da sıradan insanların da gazetecilik yapabilmeleri, seslerini duyurabilmeleri ve hak odaklı bir yayıncılık için son derece işlevsel bir araç olması onu yurttaş gazeteciliğinin temel zeminlerinden biri haline getirmiştir. Dolayısıyla günümüzde yurttaş gazeteciliğinin en dinamik alanlarından birinin Twitter olduğunu söylemek yanlış olmaz. Twitter çok kısa sürede Kore’den Çin’e, İran’dan Suriye’ye varıncaya değin dünyanın pek çok ülkesinde haberin en sıcak olduğu dakikalarda herkesin takip ettiği bir paylaşım odağı olmuştur. Ülkemizde de, yaşanan felaket ve terör olaylarında, gündemin en hızlı takip edilebildiği alanların başında Twitter gelmektedir. Gazetecilik için böylesine önemli bir misyonu yerine getiren bu sosyal paylaşım sitesi, bundan önce olduğu gibi, bundan sonra da yurttaş gazeteciliği yapmak isteyenlerin birincil zemini olmaya devam edecek görünmektedir.

Özellikle Gezi Parkı olayları sosyal medyanın, özellikle de Twitter’ın gücünü göstermesi bakımından son derece önemli veriler içermektedir. İlerleyen yıllarda sosyal medyanın ve Twitter’ın gücünden bahsedildiği zaman mutlaka anılacak olan bu dönem, aynı zamanda yurttaş gazeteciliğinin en yoğun gerçekleştiği bir dönem olarak karşımızda durmaktadır. Bir taraftan hız, diğer yandan editoryal süzgeçlerin dışında doğru-yanlış yoğun bir haber aktarım trafiği, özellikle egemen medyanın “sustuğu” bu dönemde Twitter gazeteciliğinin önemini daha da arttırmış, pek çok insan gündemi anaakım haber kanallarından değil, Twitter’dan takip etmiştir.

Kaynakça

Alankuş, Sevda, (2009). “Yeni Habercilik Arayışları: Hak Odaklı Habercilik, Yurttaş Gazeteciliği, Barış Gazeteciliği”, Sevda Alankuş (der.), *Gazeteciliğe Başlarken*, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Bora, Nihan, (2011). “Gazeteci Twitter’da hür mü?”, <http://www.ntvmsnbc.com/id/25240668/>. Erişim Tarihi:12.8.2011.

Breakenridge, Deirdre, (2008). *Pr2.0 New Medis, New Tools, New Audiences*, New Jersey: FT Press.

Castells, Manuel, (2004). “An Introduction to the Information Age”, Frank Webster (Ed.), *The Information Society Reader*, London:Routledge.

Castells, Manuel, (2009). “The Rise of the Network Society : Volume I: The Information Age: Economy, Society, and Culture”, London: Blackwell Publishing.

Çelikel, Tolga, (2013). “Türkiye Spor Medyasında İçerik Çeşitliliği: Günlük Gazeteler ve Futbol Blogları Arası Bir Karşılaştırma”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 18, s. 110-122.

Duran, Ragıp, (2005). *Yurttaş Gazeteciliği*, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Gane, N. ve Beer, D., (2008). *New Media: The Key Concepts*, Oxford: Bergpublishers Publishing

Geray, Haluk, (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya*, Ankara: Ütopya Yayınları.

Koçak, Esra, (2012). “Yaşasın Twitter gazeteciliği!”, *Birgün Gazetesi*, 11 Ocak 2012.

Manovich, Lev, (2002). *The Language of New Media*, Cambridge: The MIT Press.

Milliyet, 23 Ocak 2012, “Sosyal medya coşturdu ‘sanal alem’ zıpladı”.

Ongun, Ömer (2013) “Gazeteciliğin Tarifi Değişiyor”, <http://bianet.org/biamag/ ifade-ozgurlugu/144054-gazeteciligini-tarifi-degisiyor>. Erişim Tarihi: 2.2.2013.

Seib, P. ve Kathy F., (1997). *Journalism Ethics*, USA: Harcourt Brace College Publishers.

Sertbal, Kerem, (2012). “Sosyal medya nedir?” http://blogenki.com/icerik_goster.php?id=134. Erişim Tarihi: 10.04.2013.

Timisi, Nilüfer, (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Ankara: Dost Yayınevi.

Uzun, Ruhdan, (2006). “Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 16, s. 633-656.

White, Connie M., (2012). *Social Media, Crisis Communication, and Emergency Management: Leveraging Web 2.0 Technologies*, CRC Press, Taylor and Francis.

Yu, Yeon-Jung, (2003). "OhmyNews Makes Every Citizen a Reporter", *Japan Media Review*, <http://www.japanmediareview.com/japan/internet/1063672919.php>. Erisim Tarihi: 10.04.2013.