folklor/edebiyat, cilt:21, sayı:83, 2015/3

İnternet Gazetecilerinin Haber Medyasında Kullanıcı Katılımına İlişkin Görüş ve Tutumları[1]

Tolga Çevikel[2]

Giriş

İnternet'le, özellikle web 2.0 teknolojilerinin gelişip yaygınlaşmasıyla birlikte, içerik üretmek ve paylaşmak, dileyen herkes için olanaklı ve pratik hale gelmektedir. İnternet kullanıcıları, daha önce profesyonel medyanın tekelinde olan bir alana dâhil olmakta; haber ve enformasyonun toplanması, yazılması, dağıtılması ve yorumlanması süreçlerinde aktif rol üstlenmektedirler (Bowman ve Willis, 2003). Bu dönemde, bir taraftan profesyonel haber medyasının dışında, tabandan gelişen ve tamamen kullanıcının ürettiği içeriğe (*user-generated content*) dayanan çeşitli yurttaş gazeteciliği deneyimleri ortaya çıkmaktadır. Bir taraftan da profesyonel haber medyası, katılımcı gazetecilik olarak tanımlanan model içerisinde, kullanıcının ürettiği içeriği ve çeşitli düzeylerde kullanıcı katılımlarını, kendi haber üretim süreçlerine dâhil etmektedir.

Bu çalışmanın konusunu oluşturan katılımcı gazetecilik, kullanıcıların haber üretimine katılımlarını betimlemek için geliştirilmiş bir diğer kavram olan yurttaş gazeteciliğinden, kullanıcı katılımının "profesyoneller tarafından tasarlanan bir çerçeve veya yapı içinde sağlanması" noktasında ayrılmaktadır (Nip, 2006, s.217). Bu anlamda yurttaş gazeteciliği, tamamen yurttaşlar tarafından, kurumsallaşmış medyadan bağımsız olarak yürütülürken; katılımcı gazetecilik kavramı, kullanıcı katılımının medya kuruluşları tarafından haber üretim süreçlerine dâhil edilmeye çalışıldığı çeşitli uygulamalara işaret etmektedir. Söz konusu uygulamaların en eskileri ve en yaygın olarak kullanılanları, kullanıcıların kendilerine yöneltilen sorulara yanıt verdikleri "anketler", "forumlar" ve haberlerin altına kendi görüşlerini ekledikleri "okur yorumları" uygulamalarıdır. Medya kuruluşlarının, kendilerine yazılı veya görsel içerik göndermeleri için kullanıcılarına davet yaptıkları "içerik gönderme çağrısı",

1 Bu çalışmaya 2219 - Yurt Dışı Doktora Sonrası Araştırma Burs Programı kapsamında destek veren TÜBİTAK'a teşekkürlerimi sunarım.

2 Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğretim üyesidir.

kullanıcılarına kendi adlarına blog açıp yazma olanağı verdikleri "yurttaş blogları" ve kullanıcılarına haber yapıp yayınlama olanağı verdikleri "yurttaş haberleri", diğer katılımcı gazetecilik uygulamalarından bazılarıdır.

Medya kuruluşlarının söz konusu uygulamalar yoluyla kullanıcılarını haber üretim süreçlerine aktif olarak katıyor olmaları, pek çok yazar tarafından gazetecilikte "biz yazarız, siz okursunuz" dönemini sona erdirecek bir gelişme olarak yorumlanmaktadır. Katılımcı gazeteciliğin gelişimiyle birlikte, gazetecilerden kullanıcılara doğru bir güç kayması yaşanacağı, gazetecilerin haber üretim süreçleri üzerindeki kontrollerini kullanıcılarla daha fazla paylaşacakları (Paulussen, Heinonen, Domingo, Quandt, 2007) ve gazeteciliğin "yukarıdan aşağıya bir okumadan, açık bir sohbete" dönüşeceği (Paulussen ve Ugille, 2008, s.25) yönünde bazı varsayımlar öne sürülmektedir. Ayrıca katılımcı uygulamaların farklı ve karşıt görüşlerin bir araya gelmesini sağlayan bir kamusal müzakere alanı olarak işlev göreceği de söylenmektedir (Manosevitch ve Walker, 2009).

Ancak katılımcı gazetecilikle ilgili yapılmış pek çok ampirik çalışma, katılımcı uygulamalara atfedilen bu olumlu rolün ve potansiyelin, en azından şu ana kadar, beklenildiği şekliyle hayata geçirilemediğini ortaya koymaktadır (Domingo, Quandt, Heinonen, Paulussen, Singer, Vujnovic, 2008; Hermida, Domingo, Heinonen, Paulussen, Quandt, Reich, Singer, Vujnovic, 2011; Paulussen vd. 2007; Paulussen ve Ugille, 2008). Dünyanın pek çok ülkesinde katılımcı gazeteciliğin gelişimi, beklenenden daha yavaş ve sorunlu olarak devam etmektedir. Türkiye'deki İnternet gazeteleriyle ilgili olarak daha önce yapmış olduğum bir çalışma da (Çevikel, 2013), diğer uluslararası çalışmalarla benzer bulgular ortaya koymaktadır. Türkiye'de katılımcı gazetecilik uygulamaları, diğer ülkelerle özellikle Avrupa ve Kuzey Amerika ülkeleriyle karşılaştırıldığında daha sınırlı bir düzeyde hayata geçirilmekle birlikte, nitelik olarak diğer ülkelerle aşağı yukarı benzer sorunları paylaşmaktadır. Özetlenecek olursa, Türkiye'deki İnternet gazetelerinde, katılımcı gazetecilik uygulamalarından yalnızca "okur yorumları" oldukça yaygın bir şekilde (İnternet gazetelerinin % 80'inde) hayata geçirilmektedir. Onun dışında, "sosyal medyada paylaşma" ve "anketler" gibi basit uygulamalar hariç tutulduğunda, yalnızca "içerik gönderme çağrısı" uygulaması kayda değer bir yaygınlık düzeyine (% 12 oranına) ulaşabilmektedir (Çevikel, 2013, s. 11). Söz konusu görece yaygın uygulamalar yoluyla kullanıcılar, fotoğraf ve video gibi görsel içerik üreterek haber üretiminin başlangıcına; ayrıca yorum yazarak haber üretiminin sonuna katılmaya davet edilmektedirler. Bir başka deyişle, Hermida'nın (2011) ifadesiyle söylenecek olursa, kullanıcılar kısmen "gazetecilik başlarken" ama esas olarak "gazetecilik bittikten sonra" haber üretim süreçlerine dâhil olabilmektedirler. Ancak eşik bekçiliği başta olmak üzere, haber üretiminin daha kritik önemdeki aşamaları kullanıcı katılımına kapalı tutulmaktadır; yani neyin haber olacağına, haberin ne şekilde çerçeveleneceğine, nasıl sunulacağına karar verme anlamında kullanıcılar etkili katılım olanaklarından yoksun kalmaktadırlar. Ayrıca haber üretiminin kullanıcılara kısmen de olsa açık olduğu aşamalarda da, kullanıcı katılımı mutlaka önceden denetlenmekte, her durumda sıkı bir moderasyona tabi tutulmaktadır (Çevikel, 2013, ss.16-17).

Bu çalışma, Türkiye'de katılımcı gazetecilikle ilgili yapılmış bu durum tespitinin üzerine bina edilmektedir ve katılımcı gazeteciliğin mevcut durumunu, yani mevcut gelişmişlik düzeyini ve sınırlılıklarını etkileyen ve biçimlendiren nedenleri ortaya koymaya çalışmaktadır. Çalışma bu amaçla, İnternet gazetecilerinin görüşlerine başvurmakta; haber medyasında kullanıcı katılımını sağlayan ve yöneten İnternet gazetecilerinin kullanıcı katılımı ve kullanıcının ürettiği içerikle ilgili neler düşündüklerini ve nasıl bir tutum içerisinde olduklarını

araştırmaktadır. Söz konusu araştırma kapsamında dokuz ayrı İnternet gazetesinden toplam 12 İnternet gazetecisi ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmekte ve bu görüşmeler yoluyla şu iki soruya yanıt aranmaktadır: (1) İnternet gazetecileri, haber üretiminin kısmen de olsa bazı aşamalarını kullanıcı katılımına neden açmaktadırlar? (2) İnternet gazetecileri, haber üretiminin genelini, özellikle de kritik önemdeki aşamalarını kullanıcı katılımına neden kapalı tutmaktadırlar? İlk soru, İnternet gazetecilerinin kullanıcı katılımından elde ettikleri somut faydaların ve kullanıcı katılımıyla ilgili motivasyonlarının; ikinci soru ise İnternet gazetecilerinin kullanıcı katılımıyla ilgili çekincelerinin ve tehdit algılarının soruşturulmasını gerektirmektedir.

Bu çalışma, haber medyasını kullanıcı katılımına açma ya da kapalı tutma hususunda karar verici pozisyonda olan İnternet gazetecilerinin, kullanıcı katılımı ve kullanıcının ürettiği içerik ile ilgili görüş ve tutumlarını, özellikle de kullanıcı katılımından elde ettikleri faydaları ve kullanıcı katılımıyla ilgili çekincelerini ortaya koymaktadır. Ancak bunu yaparken, İnternet gazetecilerinin söz konusu bireysel görüş ve tutumlarının içinde oluştuğu daha geniş bazı bağlamsal etmenleri de gözden kaçırmamaya, özellikle de gazetecilerin yönettikleri veya çalıştıkları İnternet gazetelerinin ekonomik ve örgütsel yapılarının bu süreçte oynadığı rolü de tartışmaya dâhil etmeye çalışmaktadır.

Önceki Çalışmaların Bulguları

Haber medyasında kullanıcı katılımını konu alan önceki akademik çalışmaların önemli bir bölümü, katılımcı gazeteciliğin çeşitli ülkelerdeki gelişmişlik düzeyini tespit etmek amacıyla hayata geçirilmiştir. Genellikle İnternet gazetelerinin niceliksel analizine dayalı olan bu çalışmalar, kullanıcılara haber üretim süreçlerine katılmaları ve içerik üretmeleri için sunulan olanakların çeşitliliğini ve yaygınlığını ölçmektedir (Domingo vd.,2008; Hermida ve Thurman, 2008; Rebillard ve Touboul, 2010; Paulussen vd., 2007; Paulussen ve Ugille, 2008; Thurman, 2008; Thurman ve Hermida, 2010). Bu çalışmalar, geneli itibarıyla, İnternet gazetelerinde kullanıcıya sunulan katılım olanaklarının sınırlı olduğunu ve katılımcı gazeteciliğin beklenenden daha yavaş ve ağır aksak geliştiğini tespit eden bulgular ortaya koymaktadır. Ancak yine aynı çalışmalar, gazeteciler arasında kullanıcı katılımın önemine dair bir farkındalığın hızla geliştiğini (Thurman, 2008; Paulussen ve Ugille, 2008) ve kullanıcılara sunulan katılım olanaklarının zaman içerisinde kayda değer bir artış gösterdiğini de tespit etmektedir. Söz konusu artışı, örneğin Hermida ve Thurman'ın 2005-2008 yılları arasında Britanya'daki İnternet gazeteleri üzerinde yaptıkları bir dizi farklı araştırmadan takip edebilmek mümkündür (Hermida ve Thurman, 2008; Thurman, 2008; Thurman ve Hermida, 2010). Bu çalışmalar, kullanıcıların doğrudan haber üretmelerine olanak sağlayan "yurttaş medyası" ve "yurttaş haberleri" gibi uygulamaların sınırlı bir düzeyde kaldığını, ancak genel olarak katılımcı uygulamaların yıllar içerisinde çeşitlendiğini ve özellikle "okur yorumları" gibi uygulamaların giderek çok daha yaygın bir biçimde hayata geçirildiğini ortaya koymaktadır.

Domingo vd. (2008) ve Hermida vd. (2011) tarafından hayata geçirilen çalışmalar ise, bahsi geçen çalışmalardan farklı olarak, sadece kullanıcılara sunulan katılım olanaklarının çeşitliliğini ve yaygınlığını değil, aynı zamanda bu olanakların haber üretim süreçlerinin hangi aşamalarına yönelik olduğunu da araştırmaktadır. Bu çalışmaların vardığı sonuç, İnternet gazetelerinin kullanıcılara en fazla katılım olanağını, yorum ve tartışma ile ilgili uygulamalar şeklinde sunduğu, yani kullanıcılarını haber üretiminden ziyade profesyonellerce üretilmiş

haberlerin yorumlanmasına katmayı tercih ettiği yönündedir. Domingo vd. (2008)'e göre, haber üretiminin yorumlama dışındaki aşamaları kullanıcı katılımına ancak sınırlı olarak açıktır ve katılıma izin verildiği durumlarda da sıkı bir şekilde kontrol edilmektedir. Benzer bir husus, Hermida ve Thurman (2010) tarafından da dile getirilmekte, yazarlar İnternet gazetelerinde kullanıcılara sunulan katılım olanaklarının yalnızca profesyonel içeriğe verilen bir tür "yanıt hakkı" niteliğinde olduğunu öne sürmektedirler.

Kullanıcı katılımının düzeyi ile ilgili benzer bir sorgulamayı, İnternet gazetelerinde yer verilen kullanıcının ürettiği içeriğin niteliği üzerinden gerçekleştiren çalışmalar da bulunmaktadır. Örnebring (2008), İnternet gazetelerinde kullanıcılara daha çok popüler kültür ve kişisel/gündelik hayat ile ilgili içerik üretme olanağı sunulduğunu, kullanıcılar tarafından üretilmiş "sert haberlere" ise neredeyse hiç yer verilmediğini tespit etmektedir. Yazar çalışmasında bu durumu, medya kuruluşlarının kullanıcılara haber üretim süreçlerinde gerçek bir etkide bulunma şansı verme konusunda yeterince istekli olmadıkları şeklinde yorumlamaktadır. Örnebring ve Jönnson'un (2011) araştırmaları da buna çok benzer bulgular ortaya koymakta, bu çalışmada ayrıca gazeteciliğin "biz yazarız, siz okursunuz" şeklinde formüle edilebilecek işleyişinin radikal olarak değişmediği, yalnızca "biz yazarız, siz okursunuz ve belki yorumlarsınız"a dönüştüğü ifade edilmektedir (140). Pantti ve Bakker (2009) ise, İnternet gazetelerinde amatör görsellerin kullanımını araştırdıkları çalışmada, kullanıcılar tarafından üretilen görsellerin çok ağırlıklı bir bölümünün, "yumuşak haberlerle" ya da haber değeri taşımayan konularla ilgili olduğunu tespit etmektedirler.

Domingo vd. (2008) ve Hermida vd. (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda, İnternet gazetelerinde kullanıcılara giderek daha fazla katılım olanağı sunulsa da, gazetecilerin geleneksel gazetecilik kültürünü, özellikle eşik bekçiliği rollerini muhafaza etmeye çalıştıklarına dikkat çekilmektedir. İnternet gazetecilerinin kullanıcı katılımının beraberinde getirdiği yeni soru(n)lara oldukça muhafazakâr bir şekilde, geleneksel gazetecilik kültürüne ve değerlerine yaslanarak yanıt vermeye çalıştıkları hususu, daha eski tarihli başka araştırmalarda da dile getirilmektedir. Örneğin, Deuze, Bruns ve Neuberger (2007), gazetecilerin eşik bekçiliği rolleriyle ve profesyonel kimlikleriyle çeliştiği için etkileşim ve katılım mefhumuna karşı genellikle dirençli ve mesafeli davrandıklarını ortaya koymaktadırlar. Gazetecilerin söz konusu muhafazakâr tutumları, İnternet gazetelerinde kullanıcı katılımının nasıl yönetildiğini de belirlemektedir. Singer'a (2005) göre gazeteciler, katılımcı medya formatlarını geleneksel gazetecilik norm ve pratiklerine uygun hale gelecek şekilde kontrol altında tutmakta ve onları "normalleştirmeye" çalışmaktadırlar. Singer tarafından geliştirilen "normalleştirme" tespiti, daha sonra Thurman ve Hermida (2010) tarafından da tekrarlanmakta; yazarlar kullanıcının ürettiği içeriği medya kuruluşunun markasına, kurumsal değerlerine uyduracak şekilde normalleştirmeye çalışan editoryal ve moderasyonla ilgili uygulamalara dikkat çekmektedirler.

Paulussen vd. (2007), katılımcı gazeteciliğin beklenenden daha yavaş gelişmesinin, kullanıcı katılımına yönelik muhafazakâr tutum ve "anaakım gazeteciliğin yukarıdan aşağıya yaklaşımına dayanan profesyonel kültürü" dışında birkaç nedenden daha kaynaklanabileceğini düşünmektedirler. Yazarlara göre, İnternet gazetelerindeki kullanıcı katılımı; kaynak yetersizliği, yerleşmiş çalışma rutinleri gibi "örgütsel faktörler" ve kullanıcıların haber üretim süreçlerinde aktif bir rol oynama hususundaki isteksizlikleri gibi "kültürel faktörler" tarafından da sınırlanmaktadır. Wahl-Jorgensen (2007), editöre mektup uygulaması örneğinde, gazetecilerin katılımcı uygulamaları, aslında bir kamusal tartışma platformu olarak gördüklerini ve önemsediklerini, ancak özellikle zaman ve mekân ile ilgili profesyonel ve kurumsal

sınırlılıkların bu uygulamaların hayata geçirilmesini güçleştirdiğini ifade etmektedir. Paulussen ve Ugille (2008) ise katılımcı gazeteciliğin yavaş gelişiminin, gazetecilerin haber üretim süreçlerini kullanıcılara açma konusundaki isteksizliklerinden ziyade; haber merkezi örgütlenmeleri, çalışma rutinleri ve profesyonel inanışlar ile ilgili sorunlara bağlı olduğunu öne sürmektedirler.

Katılımcı gazeteciliği konu alan çalışmaların bir başka bölümü ise, gazetecilerin kullanıcı katılımının avantaj ve dezavantajları ile ilgili görüşlerini araştırmaktır. Bu çalışmalardan bazıları, gazetecilerin önemli bir bölümünün katılımcı uygulamaları yararlı bulmadığını ortaya koysa da (Nielsen, 2010), bu uygulamaların çeşitli faydalarına dikkat çeken çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda katılımcı uygulamaların, gazetecilere haberlerinde kullanabilecekleri materyal ve ipuçları sağlayabildiği (Reich, 2011; Robinson, 2010; Wardle ve Williams, 2010); gazetecileri haberlerindeki eksikler, yanlışlar ve çelişkiler konusunda uyarabildiği (Reich, 2011; Robinson, 2010); haberlere farklı ve alternatif bakış açıları ekleyerek çokseslilik sağlayabildiği (Domingo, 2008; McCluskey ve Hmielowski, 2011); gazetecilere kullanıcılar ve kullanıcı tercihleri hakkında geri besleme sunabildiği (Domingo, 2008; Reich, 2011) gibi bir dizi faydadan bahsedilmektedir. Bunun dışında katılımcı uygulamaların İnternet gazetelerine ekonomik açıdan da faydalı olabildiği; onlara marka değeri yaratmada, site trafiklerini arttırmada ve sektördeki rakiplerine üstünlük kurmada avantaj sağlayabildiği düşünülmektedir (Vujnovic, 2011, ss. 144-149). Ancak katılımcı uygulamaların gazeteciler ve medya kuruluşları için yeni bazı riskler ve tehditler doğurduğuna dikkat çeken bazı çalışmalar da mevcuttur. Örneğin Hermida ve Thurman (2008) katılımcı uygulamaların medya kuruluşlarının itibar, güvenirlik ve hukuki sorumluklarla ilgili kaygılarını arttırdığını tespit etmektedirler. Singer'a (2011) göre, kullanıcı katılımının artışıyla birlikte, İnternet gazeteleri anonimlik ve küfürlü içerik gibi "etik"; ayrıca hakaret, nefret söylemi, fikri mülkiyet gibi "hukuki" yeni bazı sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Reich ise, okur yorumları örneğinde katılımcı uygulamaları "faydalı dert" olarak tanımlamakta (2011, s.103); gazetecilerin okur yorumlarını kullanıcı çekmek ve para kazanmak için "faydalı", ancak hakaret, tahrik, küfür hatta ırkçılık ve nefret söylemi içerdiği için "dert" olarak gördüklerini ifade etmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

İnternet gazetecilerinin kullanıcı katılımı ve kullanıcının ürettiği içerik ile ilgili görüş ve tutumlarını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma kapsamında, dokuz ayrı İnternet gazetesinden toplam 12 İnternet gazetecisi ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Söz konusu İnternet gazeteleri, alfabetik sırayla, *Birgun.net, Cnnturk.com, Evrensel.net, Hurriyet.com.tr, Milliyet.com.tr, Ntvmsnbc.com, Radikal.com.tr, T24.com.tr* ve *Zaman.com.tr* olarak belirlenmiştir.

Bu örneklem oluşturulurken öncelikle İnternet gazetelerinin ait olduğu medya kuruluşlarının farklı türlerden olmasına çalışılmış; *Birgün, Evrensel, Hürriyet, Milliyet, Radikal, Zaman* gibi günlük gazetelerin yanı sıra *NTV, CNN Türk gibi* televizyon haber kanalları ve T24 gibi yalnızca İnternet ortamında faal olan haber siteleri örnekleme dâhil edilmiştir. Bunun dışında İnternet gazetelerinin birer kurum ve işletme olarak büyüklükleri de göz önüne alınmış; ekonomik güç, çalışan sayısı, marka bilinirliği vb. ekonomik ve örgütsel etmenlerin kullanıcı katılımını nasıl etkilediğini sorgulayabilmek için farklı büyüklüklerden İnternet gazeteleri seçilmesine gayret edilmiştir. Örneklemi oluşturan İnternet gazetelerinin politik/

ideolojik eğilimlerine bakıldığında ise, bu gazetelerin oldukça farklı eğilimleri barındırmakla birlikte, araştırma evreninin tam ve iyi bir temsilini sunamadığı görülmektedir. Ancak bu çalışma sorunsalı itibarıyla, farklı politik/ideolojik eğilimlere sahip İnternet gazetelerin kullanıcı katılımını nasıl hayata geçirdiğini ve yönettiğini tartışmadığı için, bu hususun bir sorun oluşturmadığı söylenebilir.

Araştırma kapsamında dokuz İnternet gazetesinden yedisi genel yayın yönetmeni, beşi editör olmak üzere toplam 12 gazeteci ile görüşülmüştür. Görüşmelerin öncelikle İnternet gazetelerinin genel yayın yönetmenleriyle yapılması hedeflenmiş, telefonla iletilen görüşme taleplerine yedi genel yayın yönetmeni olumlu yanıt vermiştir. Genel yayın yönetmenlerine ulaşılamadığı iki İnternet gazetesinde (*Cnnturk.com, Zaman.com.tr*), görüşmeler bu gazetelerin deneyimli haber editörleri ile gerçekleştirilmiştir. Üç İnternet gazetesinde ise (*Birgun.net, Evrensel.net, T24.com.tr*), genel yayın yönetmenlerinin yanı sıra haber editörleriyle de görüşme imkânı bulunmuştur.

2013 yılının Şubat sonu-Mart başı aralığında, İstanbul'da, tamamı yüz yüze olarak gerçekleştiren bu görüşmeler, ortalama yarım saat civarında sürmüştür. Bir tanesi (*Radikal.com.tr*) haricinde görüşmelerin tamamı, gazete binalarında, İnternet gazetelerinin haber merkezlerinde gerçekleştirilmiştir. Söz konusu görüşmeleri yarı yapılandırılmış olarak tanımlamak mümkündür; tamamı açık uçlu sorulardan oluşan görüşme formu önceden hazırlanmış olmakla birlikte, görüşmenin seyrine göre akışta bazı değişiklikler yapmaktan, ayrıca keşfe yönelik yeni ve anlık sorular sormaktan da kaçınılmamıştır.

Çalışmada kullanılan veriler, esas olarak söz konusu 12 derinlemesine görüşmeden elde edilmiş olmakla birlikte, ikincil bir kaynağa daha başvurulmuştur. Okur yorumlarını konu alan ve saha araştırmasını 2012 yılında gerçekleştirdiğimiz başka bir çalışmamız (Çatalbaş Ürper ve Çevikel, 2014) için başka İnternet gazetecileriyle yapmış olduğumuz bazı görüşmelerden de, bu araştırmada ortaya çıkan bulguları güçlendirmek ve zenginleştirmek amacıyla, birkaç alıntıyla sınırlı olmak kaydıyla yararlanılmıştır.

Araştırmanın Bulguları

İnternet gazetecileriyle gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular, iki başlık altında analiz edilmektedir. Bunlardan ilkinde, İnternet gazetecilerini haber üretim süreçlerini, kısmen de olsa kullanıcı katılımına açmaya iten nedenler, yani gazetecilerin kullanıcı katılımından elde ettikleri faydalar ve kullanıcı katılımıyla ilgili diğer motivasyonları tartışılmaktadır. İkinci başlıkta ise, İnternet gazetecilerinin haber üretim süreçlerini, özü itibarıyla kullanıcı katılımına kapalı tutmalarına yol açan nedenler, yani gazetecilerin kullanıcının ürettiği içerik ve kullanıcı katılımı ile ilgili çekinceleri ve tehdit algıları ortaya konmaktadır.

Kullanıcı Katılımının Faydaları ve Gerekliliği

Kendileriyle yapılan görüşmelerde İnternet gazetecileri, kullanıcı katılımının ve kullanıcının ürettiği içeriğin kendilerine sağladığı bir dizi somut faydadan bahsetmektedirler. Gazeteciler, katılımcı uygulamalar üzerinden öncelikle, okur ilgisini arttırma ve okur sadakati yaratma/güçlendirme imkânına sahip olduklarının altını çizmektedirler. Söz konusu okur ilgisi ve sadakati ise, İnternet gazetecileri için esas olarak site trafiklerinin ve buna bağlı

olarak reklam gelirlerinin artması anlamına gelmektedir. *T24.com.tr*'den Metin Yener (kişisel görüşme, Şubat 2013), "katılımcı uygulamaların bize faydası, okurun okumak dışında da bize gelmesi oluyor" derken, *Haberturk.com*'dan Özgür Uğur (kişisel görüşme, Mart 2012), okur yorumları örneği üzerinden okur ilgisinin ve site trafiğinin nasıl arttığını şu şekilde anlatmaktadır: "Adam bir yorum yazıyor, beş dakika sonra tekrar gelip yorumum acaba yayınlanmış mı diye bakıyor, bir beş dakika sonra tekrar gelip birisi benim yorumumla ilgili bir şey yazmış mı diye bakıyor. Sayfa görüntülenme anlamında bunun çok katkısı var bize."

Bazı İnternet gazetelerinin yaptığı gibi okur yorumlarını Facebook veya Twitter altyapısı üzerinden işletmek de, işlevsel olduğu kadar trafiği arttırıcı bir etkisi olduğu için de tercih edilmektedir. Bu konuda *Cnnturk.com*'dan Sercan Tezcanoğlu (kişisel görüşme, Mart 2013), "Bu bizim için de faydalı, çünkü okur habere yorum yaptığı zaman, Facebook'ta onun duvarında arkadaşları tarafından da görülebiliyor. Haberi kendi aralarında paylaşmaları da haberin görünürlüğünü arttırıyor." demekte, benzer şekilde *Zaman.com.tr*'den Salih Sarıkaya (kişisel görüşme, Mart 2013), "Sitenize yapılan yorum sadece sitede kalmıyor, okur yaptığı yorumu Twitter'da kendi takipçileriyle de paylaşmış oluyor. Böylece yorum yapılan haber, sadece bizim siteye girenlere değil, okurun takipçilerine de ulaşıyor." tespitini yapmaktadır. Başka bir katılımcı gazetecilik uygulaması olan "sosyal medyada paylaşma" uygulamasının da, tam olarak bu amaca, yani haberlerin görünürlüğünü arttırarak siteye trafik sağlama amacına yönelik olarak hayata geçirildiğini söylemek mümkündür.

İnternet gazetecileri katılımcı uygulamaları, okurların İnternet gazetesindeki içerikle ve gazetenin kendisiyle ilgili görüş ve tepkilerini dile getirebilecekleri etkili mecralar olarak da görmektedirler. Gazeteciler bu uygulamalar yoluyla, okurlarla gerçek zamanlı olarak bağlantı kurduklarını, böylece onlardan sürekli ve anında geribesleme elde ettiklerini belirtmektedirler. *Hurriyet.com.tr*'den Bülent Mumay (kişisel görüşme, Şubat 2013), bu konuyla ilgili şu tespiti dile getirmektedir: "Biz gazeteciler eskiden derdik ki, ey halkım, senin için önemli olduğunu düşündüğüm şeyler bunlar, al bunları oku. Şu anda bu snopluk ortadan kalktı, 'ben üretirim sen tüketirsen'e şu girdi, ben gün içinde okurun ne okumak istediğine dair çok iyi feedback'ler alıyorum artık." Buna benzer bir görüşü *Bugun.com.tr*'den Bekir Koç (kişisel görüşme, Mart 2012), okur yorumları örneği üzerinden şu şekilde ifade etmektedir: "Yaptığımız haberler, yayın politikamız okurlar tarafından nasıl bulunuyor, nasıl algılanıyor, hedef kitlemize ulaşıyor muyuz? Terzi diktiği elbiseyi insanların üzerinde görmek ister, bizde de okur yorumları bunu sağlıyor." İnternet gazetecileri, okur yorumları, anketler ve forumlar gibi pek çok katılımcı uygulamayı, okurlarının beğeni ve eğilimlerini ölçebildikleri bir tür reyting sistemi olarak değerlendirdiklerini ifade etmektedirler. Bu tür katılımcı uygulamalar, İnternet gazetecilerinin editoryal politika ve tercihlerini gözden geçirmelerine, yeni stratejiler geliştirmelerine, hatta kimi zaman geleneksel mecralardaki haber hiyerarşilerini belirlemelerine yardımcı olmaktadır. *Bugun.com.tr*'den Koç (kişisel görüşme, Mart 2012), okur yorumlarının kendilerine sağladığı bu türden pratik bir faydayı, "Bir haber o gün çok fazla yorum alıyorsa, bunu toplum bu konuyla ilgili diye yorumluyoruz ve sonrasında gazetede de o konuya daha fazla eğiliyoruz." diyerek açıklamaktadır. *Milliyet.com.tr*'den Kadir Sönmez (kişisel görüşme, Şubat 2012) de okur yorumlarının benzer bir faydasına dikkat çekmektedir: "Mesela bankalarla ilgili bir ekonomi haberine çok sayıda yorum geliyorsa, ekonomi editörleri orada bir problem olduğunu anlayıp bunun üzerine gidiyorlar. Ya da habere bambaşka bir açıdan yaklaşan bir yorum varsa, editörler habere bu açıyı da katabiliyorlar ya da bundan ayrı bir haber çıkarabiliyorlar." Bunun dışında bazı İnternet gazeteleri, doğrudan okurların yorum ve görüşlerini kullanarak bunları ayrı haber haline de getirebilmektedirler. *Ntvmsnbc.*

com'dan Ahmet Yeşiltepe (kişisel görüşme, Şubat 2013) bunu nasıl yaptıklarını şu şekilde izah etmektedir: "Zaman zaman önemli bir gündem maddesini ankete ya da foruma çevirerek, insanların görüşlerini bir araya getiriyoruz. Daha sonra onları haberleştiriyoruz; insanlar şöyle düşünüyorlar gibi, yorumlar ağırlıklı olarak şu yönde gibi haberler üretiyoruz."

İnternet gazetecileri, yorum ve tartışmaya yönelik katılımcı uygulamaların yanı sıra, haber üretiminin daha başındaki aşamalarına yönelik olan "içerik gönderme çağrısı" ve "yurttaş haberleri" gibi uygulamaları editoryal olarak da faydalı bulmaktadırlar. Örneğin, İnternet gazetelerinin kullanıcılarına yaptığı içerik gönderme çağrısı, esas olarak onlardan ipucu ya da ihbar niteliğinde ham enformasyon ya da fotoğraf ve video gibi görsel malzeme temin etme amacına yöneliktir. Gazeteciler, kullanıcılardan gelen bu türden içeriğin kendilerini, mesafe, zaman ya da maliyet gibi engeller yüzünden normal şartlar altında ulaşamayacakları yerlere ve olaylara yakın hale getirdiğini düşünmektedirler. Görüşülen İnternet gazetecileri, en geniş muhabir ve istihbarat ağına sahip olan medya kuruluşlarının bile her an, her yere ulaşmasının imkânsız olduğunun altını çizmektedirler. *Hurriyet.com.tr*'den Mumay (kişisel görüşme, Şubat 2013), "Sizin Türkiye'nin en büyük medya kuruluşu olarak bile sonuçta 300-400 muhabiriniz var, her yere muhabir gönderme şansınız yok" demektedir. Zaman.com.tr'den Sarıkaya (kişisel görüşme, Mart 2013) da "Siz neticede her yerde olamazsınız, ama her yerde elinde fotoğraf çekebilen, görüntü kaydedebilen bir cihaz taşıyan birileri vardır" tespitini yapmaktadır. Bu anlamda İnternet gazetelerinin kullanıcının ürettiği içeriği talep etme nedenlerinden birisi, *Cnnturk.com*'dan Tezcanoğlu'nun (kişisel görüşme, Mart 2013) "Bizim kollarımız ancak belli yerlere uzanabiliyor, biz uzanamadığımız yerlerde de kollarımız olsun istiyoruz" diyerek özetlediği gibi, daha fazla sayıda kaynaktan ve daha geniş bir coğrafyadan enformasyon akışı sağlayabilme isteğidir. Böylesi bir enformasyon akışını sağlayabilmek, özellikle muhabir sayısı sınırlı olan görece küçük İnternet gazeteleri için ise daha büyük bir önem taşımaktadır. *T24.com.tr*'den Ahmet Küçük (kişisel görüşme, Şubat 2013), "T24'ün dışarıda muhabiri yok. 'Haber Bildir' uygulaması sayesinde, herkes bizim için muhabir oluyor ve T24'ün haber alma imkânı gelişiyor. Bu sayede özel haber, özel içerik üretme olasılığımız da artıyor" demektedir.

Yapılan görüşmelerde İnternet gazetecilerinin (yönettikleri veya çalıştıkları gazetelerde "içerik gönderme çağrısı" uygulaması olsun ya da olmasın) işlerine yarayacak türden kullanıcının ürettiği içeriği elde etme konusunda oldukça istekli oldukları gözlemlenmektedir. Özellikle *Birgun.net*'ten Barış İnce'nin (kişisel görüşme, Şubat 2013) "olayların içinden fotoğraf ve videolar" olarak tanımladığı, kullanıcıların bizzat yaşadıkları olaylarla ilgili ilk elden ürettikleri anlık tanıklıklar, yani habere konu olan olay meydana geldiği esnada olay yerinde olan kullanıcıların yaptıkları görsel kayıtlar, İnternet gazetecileri için çok cazip bir nitelik taşımaktadır. Çünkü medya kuruluşlarının son derece otantik bir değere sahip olan bu içeriği kendi imkânlarıyla elde etmeleri ya da üretmeleri mümkün değildir. Söz konusu görsel tanıklıklar özellikle son dakika denilen doğal afet, kaza gibi olaylarla ilgili olduğu durumlarda daha da değer kazanmaktadır. *Milliyet.com.tr*'den Ercüment İşleyen (kişisel görüşme, Şubat 2013), bu türden içeriğe verdikleri değeri şu cümlelerle anlatmaktadır: "Gazetelerin, ajansların ulaşmasından önce olay yerinde çekilmiş görüntüler bizim için değerlidir. Çünkü bizim ve kullandığımız kanalların belli bir olaya ulaşması için, ne kadar yakında olursak olalım, en az bir beş on dakika süre geçiyor. Bu durumda da olay eğer süregelen bir şey değilse, olup bitmişse, olayın ancak sonrasını görüntüleyebiliyoruz. O sırada orada olup da cep telefonu vb. ile kaydetmiş olanlar, ellerinde çok değerli bir şey tutuyorlar bizler için, biz de onlara talip oluyoruz."

İnternet gazetecileri, tüm bu faydalarının yanı sıra kullanıcı katılımının kendileri için aslında bir tür zorunluluk olduğunun da altını çizmektedirler. İnternet gazetecilerine göre, katılımcı uygulamalar teknolojinin ve sektördeki ticari rekabetin doğal bir gereğidir. Bu anlamda gazeteciler, katılımcı uygulamalara yer vermedikleri takdirde rekabet güçlerinin zayıflayacağına, kullanıcılarının gözünde meşruiyet kaybı yaşayacaklarına inanmaktadırlar. *Milliyet.com.tr'*den İşleyen (kişisel görüşme, Şubat 2013) "İnternet üzerinde yayın yapma iddiasında olan herkes bu uygulamalara yer vermek zorunda. Kendi kurumsal kimliğinizin ve prensiplerinizin dışında, bu bir dayatma, teknolojinin dayatması, böyle yapmak zorundasınız." demekte ve okur yorumları uygulaması örneği üzerinden önemli bir tespit yapmaktadır: "Haber İnternetle birlikte şekil değiştirdi, 5N 1K kuralı değişti, 5N 1K + Y oldu. Yani artık yorum da haberin olmazsa olmaz bileşenlerinden birisi haline gelmiş durumda." Benzer bir vurguyu *Sabah.com.tr*'den Özgür Yici (kişisel görüşme, Şubat 2012) de yapmakta ve katılımcı uygulamaların rekabetle ilgili boyutuna da dikkat çekmektedir: "Okur siteye girip bir şey söylemek istediğinde, bunu her sitede ve tabii sosyal medyada söyleyebiliyor da, senin sitende niye söyleyemesin? Zaten İnternetin doğasına da aykırı, bir şey söylemek isteyip de söyleyememek."

Kullanıcı Katılımıyla İlgili Çekinceler

İnternet gazetecileri, kullanıcı katılımını faydalı ve gerekli buldukları kadar, çeşitli nedenlerden dolayı kullanıcı katılımına mesafeli de durmaktadırlar. Gazetecilerin bu konudaki çekinceleri öncelikle kullanıcının ürettiği içeriğin kalitesi ve güvenirliğinden duydukları şüpheden kaynaklanmaktadır. Gazeteciler ayrıca kullanıcı katılımının kendileri, meslekleri ve kurumları için yaratabileceği yeni bazı risk ve tehditlerden de endişe etmektedirler.

- ***Kullanıcının ürettiği içeriğin kalitesi ve güvenirliği***

İnternet gazetecileri kendileriyle yapılan görüşmelerde gazeteciliğin, bir dizi teknik bilgi ve beceri gerektiren bir meslek ve bir uzmanlık alanı olduğunun altını çizmektedirler. İnternet gazetecilerine göre, profesyonel gazeteci olmayan kullanıcıların bu meslek ve uzmanlık alanıyla ilgili teknik bilgi ve becerileri bulunmamaktadır ya da ancak çok sınırlı düzeyde bulunmaktadır. Gazeteciler öncelikle bu nedenden dolayı kullanıcının ürettiği içeriğin kalite olarak yetersiz, ayrıca hatalı ve eksik olabileceğini düşünmektedirler. Örneğin gazetecilere göre kullanıcılar, temel haber yazma kurallarından habersizdirler; dil ve kendini yazıyla ifade etme konusunda da çoğu zaman beceriksizdirler veya iyi ihtimalle vasattırlar. Bu konuyla ilgili tespitlerini *Ntvmsnbc.com*'dan Yeşiltepe (kişisel görüşme, Şubat 2013) şu şekilde ifade etmektedir: "Okur bir metin yazıyor, içi tamamen boş, yanlış kurgulanmış, Türkçe ifade biçimi sorunlu. Rize'den Rizece, Maraş'tan Maraşça yazıyor, ne yazdığı anlaşılmıyor." *Cnnturk.com'*dan Tezcanoğlu (kişisel görüşme, Mart 2013) da dil ve yazımla ilgili sıkıntılara dikkat çekmekte ve "okurlar konuşma diliyle yazıyorlar, neyi nasıl anlatacaklarını bilmiyorlar doğal olarak" demektedir. Tezcanoğlu ayrıca kullanıcıların iyi hikâye anlatma becerisinin de eksik olduğunu belirtmekte ve "bir konuya ne kadar meraklı olursanız olun, bazı şeyleri bilmediğiniz zaman onu insanların ilgisini çekecek, okunmasını sağlayacak bir habere çevirmeniz mümkün olmuyor" tespitini yapmaktadır. *Evrensel.net*'ten Muzaffer Özkurt (kişisel görüşme, Şubat 2013) ise, gazeteciliğin olayları analiz etme ve bağlama oturtma gibi başka beceriler de gerektirdiğine dikkat çekerek, kullanıcılardan gelen içeriğin ve haberlerin genellikle eksik ve yeterince derinleşmemiş olduğunu belirtmektedir.

İnternet gazetecileri, kullanıcıların editoryal yargıda bulunabilme becerilerinin de olmadığını, bu yüzden neyin önemli olup olmadığıyla, neyin haber değeri taşıyıp taşımadığıyla ilgili doğru kararlar veremediklerini ifade etmektedirler. *Birgun.net*'ten Murat İnceoğlu'ya (kişisel görüşme, Şubat 2013) göre bu, gazetecilerin işidir; "gazeteciliğin artı olarak yaptığı, neyin haber olduğuna, insanların neyi haber olarak görmek isteyeceğine karar verebilmektir, o süzgeci oluşturmaktır." İnternet gazetecilerine göre, kullanıcılar bu "süzgeci" oluşturamadıkları için, ürettikleri içerik de, hatasız ve eksiksiz olsa bile, düşük haber değeri taşımaktadır. Kullanıcılar, "içerik gönderme çağrısı" ya da "yurttaş haberleri" gibi uygulamalara genellikle kendi yakın çevrelerini konu alan içeriklerle katkıda bulunmakta, bu türden içerik ise gazeteciler tarafından yeterince değerli bulunmamaktadır. Tezcanoğlu (kişisel görüşme, Mart 2013), *Cnnturk.com*'un yurttaş haberleri uygulaması olan Haberim'e gönderilen içeriğin genellikle "çok yerel, hatta yerelin de ötesinde mahallesel haberler" olduğunu söylerken bu hususun altını çizmektedir. *Ntvmsnbc.com*'dan Yeşiltepe (kişisel görüşme, Şubat 2013) ise benzer bir tespiti "Herkes kafasına göre bir şey yazıp yolluyor. Mesela Tekirdağ'da Osman Ağa, kuyuya düşüp ölen 80 yaşındaki ninenin hikâyesini geçiyor. Bu da bir haber tabii ama çok yerel kalıyor" cümleleriyle ifade etmektedir. *Radikal.com.tr*'den Ezgi Başaran (kişisel görüşme, Şubat 2013) ise "Dünyanın en iyi haberini gönderdim zannediyor bize, sonra niye kullanılmadı diye çıldırıyor. Doktorsundur, bir ilaçla ilgili çok önemli bir yan etki bulmuşsundur mesela, ama o senin zannettiğin gibi önemli bir şey değildir ki gazeteci için" demekte ve "okur o filtreyi bize bırakmalı" diye de eklemektedir.

İnternet gazetecilerinin, kullanıcının ürettiği içerik ile ilgili bir başka çekinceleri ise, bu içeriğin doğruluğu ve güvenirliğinden duydukları şüpheden kaynaklanmaktadır. Bu hususa, yeni medya ve etik ilişkisini konu alan başka çalışmalarda da dikkat çekilmekte, örneğin Binark ve Bayraktutan bu olguyu "üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğunun teyit edilmeden yayılması sorunu" olarak tanımlamaktadırlar (2013, ss.70-73). Kendileriyle yapılan görüşmelerde pek çok İnternet gazetecisi, sosyal medyada özellikle Twitter'da dolaşıma giren çeşitli asılsız haberlerden örnekler vererek, kullanıcının ürettiği içeriğin doğası itibarıyla sübjektif ve güvenilmez, daha doğrusu teyit edilmeye muhtaç olduğunu öne sürmektedirler. Bu konuda *Hurriyet.com.tr*'den Mumay (kişisel görüşme, Şubat 2013): "Gelen metinlerde, bilgilerde ve fotoğraflarda çok ciddi bir güvenirlik sorunu var. Durdukları yerden, kendi meşreplerine, kendi bakış açılarına göre haberler gönderiyorlar." demektedir. *Milliyet.com.tr'den* İşleyen (kişisel görüşme, Şubat 2013), söz konusu güvenirlik sorununu şu örnekle açıklamaktadır: "Devlette ya da özel şirketlerde olsun, önemli kurumlarda çalışanlar şirketlerinde yaşanan bazı olumsuzlukları bize iletiyorlar. Bunlara çok kuşkuyla bakıyoruz. Çok sübjektif oluyorlar, doğruluğunu da kanıtlayamıyoruz. Bir akış var ama bunlara pek sıcak bakmıyoruz sonuçta."

İnternet gazetecileri, kullanıcının ürettiği içeriğin yaygın olarak negatif ve saldırgan bir üslup taşıdığına dair de güçlü bir izlenime sahiptirler. Örneğin *T24.com.tr*'den Yener (kişisel görüşme, Şubat 2013): "Biz derdimizi çok fazla kavga dövüş üslubuyla dile getiriyoruz zaten. İnternette bu daha da böyle; üslup daha agresif, daha tehditkar, daha argo kullanmak gerekiyormuş gibi." demektedir. Yapılan görüşmelerde gazeteciler, yeni medya ortamlarıyla ilgili yapılmış başka çalışmaların (Akın vd., 2010; Özçetin, Arslan, Binark, 2012; Şenol Cantek, 2007) tespitlerine paralel olarak, her türden kullanıcının ürettiği içerikte ama özellikle okur yorumlarında, küfür ve hakaret başta olmak üzere saldırgan, kimi zaman nefret söylemine varan ifadelere yaygın olarak rastlanabildiğine dikkat çekmektedirler. Bu durum, ülkenin içinde bulunduğu politik kamplaşma/kutuplaşma ortamıyla birlikte düşünüldüğünde, İnternet gazetecilerini kullanıcı katılımına biraz daha mesafeli hale getirmektedir. İnternet

gazetecilerinin bazıları, katılımcı gazetecilik uygulamalarının, ülkenin kamplaşma/kutuplaşmaya dayanan politik iklimine uygun olarak, kullanıcılar tarafından daha ziyade kendi politik angajmanlarına hizmet edecek şekilde kullanıldığını belirtmektedirler. Örneğin *Milliyet.com.tr*'den İşleyen (kişisel görüşme, Şubat 2013), okur yorumları uygulaması ile ilgili olarak kullanıcıların yorum yazmayı "kendi davalarına bir katkı olarak" gördüklerini söylemektedir. *Ntvmsnbc.com*'dan Yeşiltepe (kişisel görüşme, Şubat 2013) ise haber üretim süreçlerine daha aktif olarak katılan kullanıcılar ile ilgili olarak "bunu fiilen işin içine girerek yapan insanların önemli bir bölümü, karşılaştığım kadarıyla, genellikle daha politik, daha aktivist, daha militan ruhlu tipler" tespitini dile getirmektedir. Bu tespite bağlı olarak, İnternet gazetecileri arasında yaygın bir eğilim ve kanaat olmamakla birlikte, kullanıcılara daha fazla katılım imkânı verilmesinin, mevcut kamplaşma/kutuplaşmanın derinleşmesine yol açacak kışkırtıcı ve saldırgan ifadelerin daha fazla dolaşıma girmesi anlamına geleceği kaygısını taşıyan gazeteciler de bulunmaktadır. *Ntvmsnbc.com*'dan Yeşiltepe (kişisel görüşme, Şubat 2013), bu kaygısını "Birbirimize karşı tahammülümüzü iyice yok edecek, bizi birbirimize düşman edecek dille, söylemle, üslupla, yaklaşımla habercilik yapan kurumsal yapılar bile var bu ülkede. Düşünün, vatandaş neler yapar?" sözleriyle dile getirmektedir.

- ***Moderasyon zorunluluğu ve editoryal maliyet***

İnternet gazetecilerinin kullanıcının ürettiği içerik ve kullanıcı katılımı ile önemli bir çekinceleri de, bunun kendileri ve çalıştıkları veya yönettikleri kurumlar için fazladan editoryal mesai gerektirmesiyle ilgilidir. İnternet gazetecileri, kullanıcının ürettiği içeriğin kalitesi ve güvenirliğinden duydukları şüpheden dolayı, kullanıcı katılımının mutlaka kendileri tarafından denetlenmesi ve editoryal olarak yönetilmesi gerektiği düşüncesindedirler.

İnternet gazetecileri, gazeteciliğin toplumsal sorumlulukları olan bir meslek olduğunu ve bu mesleğin başta doğruluk ve hesap verebilirlik olmak üzere birtakım etik kodları, evrensel ilkeleri bulunduğunu düşünmektedirler. Gazetecilere göre, kullanıcılar, söz konusu ilkelerden habersizdirler ve daha önemlisi gazetecilerin aksine bu ilkelerin getirdiği sorumluluklardan azadedirler. *Radikal.com.tr*'den Başaran (kişisel görüşme, Şubat 2013), gazetecilerin doğruluk ve hesap verebilirlik ile ilgili sorumluluklarından bahsederken, ifade özgürlüğü ile basın özgürlüğünün birbirinden farklı kavramlar olduğunun altını çizmekte ve "sizin bir yurttaş olarak yalan söyleme özgürlüğünüz var, ama benim bir gazeteci olarak yok" demektedir. *Hurriyet.com.tr*'den Mumay (kişisel görüşme, Şubat 2013) da aynı tespiti bir örnek olay üzerinden şu şekilde dile getirmektedir: "Micheal Jackson'un öldüğünü ilk olarak bir hastabakıcının attığı twitle öğrendik. Fakat bizim bu ölümü resmi açıklama olmadan yayınlama şansımız yoktu. Hastabakıcı yalan söylemişse ona bir yaptırım yok, ama bana var, çünkü benim saygınlık sorunum var, benim yanlış bir şey yazarak riske girme şansım yok." Gazeteciler, bu ifadeleriyle, gazetecilik mesleğinin temel ilkelerini olduğu kadar, yönettikleri veya çalıştıkları kurumların saygınlığını da korumak zorunda olduklarının altını çizmektedirler. *Milliyet.com.tr*'den İşleyen (kişisel görüşme, Şubat 2013), "Bizler sonuçta çok köklü, geçmişi çok uzun yıllara dayanan markaları yönetiyoruz. Bu markaların zarar görmemesi de görevlerimizden, önceliklerimizden birisi" demekte ve bunun kendilerine yüklediği sorumluluğu dile getirmektedir: "Okurdan gelen içeriğin böyle bir tehdidi var bizim açımızdan; doğru çıkmazsa eğer, bunun arkasında duramayabiliriz. Ama durmak zorundayız, çünkü biz yayınladık." İşleyen'in dile getirdiği bu sorumluluk, İnternet gazetelerini kullanıcının ürettiği içeriğin doğruluğunun denetlenmesi zorunluluğuyla karşı karşıya bırakmaktadır.

İnternet gazetecileri için kullanıcının ürettiği içeriğin doğruluğu kadar yasalara uygunluğu da büyük önem taşımakta; İnternet gazetecileri, kullanıcının ürettiği içeriğin denetimini hukuki sorunlarla karşılaşmak istemedikleri için de zorunlu görmektedirler. Bu zorunluluk halini açıklarken *Milliyet.com.tr*'den Sönmez (kişisel görüşme, Şubat 2012), "Biz üretmemiş olsak da bu içeriği, biz yayınlıyoruz neticede. O yüzden içeriğimize hâkim olmak istiyoruz, kanunlara aykırı bir içerik olsun istemiyoruz doğal olarak." demektedir. Kullanıcının ürettiği içerikte yaygın olan negatif ve saldırgan üslup, örneğin okur yorumlarında sıklıkla karşılaşılan küfür ve hakaretler, özellikle politikacıları ve devlet yetkililerini hedef alma ihtimali söz konusu olduğunda, İnternet gazetecilerini bir hayli tedirgin etmektedir. İnternet gazetecileri özellikle okur yorumları yüzünden çeşitli soruşturmalara ve davalara muhatap olduklarını, savcılık makamlarının kendilerinden bazı yorum yazarlarının kimliğini ya da IP numarasını talep ettiğini anlatmaktadırlar. *T24.com.tr*'den Yener (kişisel görüşme, Şubat 2013), "okur yorumları çok dikkat gerektiriyor, savcılıklarda çok fazla savunma yaptım ben bu konuda" derken, *Milliyet.com.tr*'den İşleyen (kişisel görüşme, Şubat 2013) konuyla ilgili deneyimlerini "Özellikle okur yorumları savcılar tarafından didik didik inceleniyor. Savcılar haberleri değil, okur yorumlarını okuyorlar. Soruşturma açılabiliyor, devlet büyüklerine hakaret davaları açılabiliyor, okurun da bizim de başımız derde girebiliyor." cümleleriyle ifade etmektedir.

İnternet gazetecilerinin, kullanıcının ürettiği içeriğin doğruluğunun özellikle de hukuka uygunluğunun denetlenmesini bir zorunluluk olarak görmeleri, bu içeriğin mutlaka bir moderasyona tabi tutulması sonucunu doğurmaktadır. Türkiye'deki İnternet gazetelerinin tamamında, okur yorumları başta olmak üzere yurttaş haberleri, yurttaş blogları, forumlar vb. tüm katılımcı gazetecilik uygulamalarında, kullanıcının ürettiği içerik yayınlanmadan önce mutlaka denetime tabi tutulmaktadır. Söz konusu denetim ise İnternet gazeteleri için hiç kuşkusuz daha fazla editoryal mesai ve buna bağlı olarak daha fazla maliyet anlamına gelmektedir.

Kullanıcının ürettiği içeriğin İnternet gazetecilerine yüklediği editoryal mesai yükü, yalnızca bu içeriğin denetlenmesi ile de sınırlı kalmamaktadır. İnternet gazetecileri, özellikle "içerik gönderme çağrısı" ve "yurttaş haberleri" uygulamaları yoluyla kendilerine gelen kullanıcının ürettiği içeriğin, seçilip ayıklanması ve işe yarar olanların geliştirilmesi anlamında da editoryal mesaiye muhtaç olduğunu belirtmektedirler. *Ntvmsnbc.com*'dan Yeşiltepe (kişisel görüşme, Şubat 2013) "biz her önümüze geleni yayınlarsak, yani olduğu gibi küt diye koyarsak, karşımıza çıkacak tablo tamamıyla bir çöplük olur" tespitini yaptıktan sonra, "Herkes kafasına göre bir şey yazıp yollamış. Bunlar arasından seçerek ilerlemek gerekiyor ki, o da ayrı bir editoryal iş yani." demektedir. *Hurriyet.com.tr'*den Mumay'a (kişisel görüşme, Şubat 2013) göre de "Crowdsourcing çok iyi bir yöntemdir, dışarıdan size içerik gelmesi yani. Ama çok iyi bir editörlük, bir seçki olmadığı sürece olmaz." İnternet gazetecilerine göre, kullanıcının ürettiği içeriğin bir seçme işleminden geçirilmesi gerektiği kadar mutlaka işlenmesi ve geliştirilmesi de gerekmektedir. Çünkü İnternet gazetecileri, yaptıkları çağrı sonunda kendilerine ulaşan kullanıcının ürettiği içeriği, kendi yapacakları haberler için ipucu ya da ihbar olarak değerlendirme eğilimindedirler. *Hurriyet.com.tr*'den Mumay (kişisel görüşme, Şubat 2013) bu konudaki düşüncesini "Dışarıda cihaz taşıyan herkesin gazeteci değil, muhabir değil, muhbir olabildiği bir çağdayız şu anda." diyerek ifade etmektedir. Benzer bir görüşü Ntvmsnbc'den Yeşiltepe (kişisel görüşme, Şubat 2013) de dile getirmektedir: "Bize gelen haberleri muhabirimizi oraya göndererek, yani istihbarat düzeyinde kullanıyoruz." Dolayısıyla İnternet gazetecileri için, kullanıcının ürettiği içeriğin geliştirilip olgun bir habere dönüştürülmesi de editoryal bir yük anlamına gelmektedir. *T24.com.tr*'den Yener'in (kişisel

görüşme, Şubat 2013) söylediği gibi "sizin mahallenizde olan bir olaydan belki herkesi ilgilendirecek bir haber yapılabilir, ama bunun için sizin verdiğiniz bilgiden sonra ağır bir editoryal çalışma gerekir."

Kullanıcı katılımının İnternet gazetelerine yüklediği editoryal maliyet, bir taraftan İnternet gazetecilerinin kullanıcı katılımına bireysel olarak daha mesafeli bakmalarına neden olurken, bir taraftan da bu maliyeti karşılayamayacak olan İnternet gazeteleri için kullanıcı katılımını pratik olarak zorlaştırmakta, hatta imkânsızlaştırmaktadır. *Birgun.net*'ten İnce (kişisel görüşme, Şubat 2013), bu durumu "Mutlaka bir moderasyon gerektiriyor okur yorumları ya da forum gibi uygulamalar, bunun için üç beş kişi istihdam etmemiz lazım ki, bu şu anda bizim için lüks, yoksa biz de isteriz." diyerek açıklamaktadır. *T24.com.tr*'den Yener (kişisel görüşme, Şubat 2013) de "içerik gönderme çağrısı" uygulaması ile ilgili olarak "bize oradan çok bilgi gelse de biz acaba kaç tanesini araştırabiliriz? Günde yüz haber gelse bana ne fayda? Onların altından kalkacak kimsemiz yok ki." tespitini yapmaktadır.

Sonuç

Robinson (2010), İnternet gazetecilerinin kullanıcı katılımıyla ilgili bireysel görüş ve tutumlarına göre iki kampa ayrılabileceğini düşünmektedir: Gazetecilerle okurlar arasındaki hiyerarşik ilişkinin korunması ve sürdürülmesi gerektiğini düşünen "gelenekselciler" ile okurlara katılım anlamında daha fazla özgürlük ve inisiyatif verilmesi gerektiğini düşünen "yenilikçiler". Hermida vd. (2011) ise, benzer bir kategorizasyonu, gazetecilerin kullanıcı katılımının getirdiği değişime açık olup olmadıklarına göre "gelenekselciler" ve "evangelistler" isimleri altında yapmaktadır. Bu araştırmacılara göre gelenekselciler, kullanıcının ürettiği içeriği ve kullanıcı katılımını mutlaka denetim altında tutulması gereken, gazeteciliğe yönelik bir tehdit olarak görürlerken; evangelistler bunu, gazeteciliğe canlılık kazandırmanın, okurla ilişkiyi dönüştürmenin bir yolu olarak değerlendirmektedirler.

Bu çalışma kapsamında yapılan görüşmelerde İnternet gazetecileri, kullanıcı katılımı konusundaki görüşlerini ve tutumlarını, onları yenilikçiler ve gelenekselciler olarak ikiye tasnif edebilmeye yetecek bir açıklıkla dile getirmişlerdir. Görüşülen İnternet gazetecileri arasında kullanıcı katılımı ve kullanıcının ürettiği içeriğin entegrasyonu konusunda oldukça katı ve muhafazakâr olan, haber üretim süreçlerinin sadece kendileri gibi eğitimli ve deneyimli meslek erbabı kişilerin kontrolünde olması gerektiğine inanan bir grup olduğu kadar; daha fazla kullanıcı katılımına ve kullanıcının ürettiği içeriğin entegrasyonuna sempatiyle bakan, doğru şartlar oluşturulduğunda eğitimsiz ve deneyimsiz kullanıcıların da haber üretim süreçlerinde pekâlâ yer alabileceğine inanan bir başka grup daha bulunmaktadır. Ancak İnternet gazetecileri kullanıcı katılımıyla ilgili görüş ve tutumlarını açıklıkla ortaya koymuş olsalar da, onları gelenekselciler ve yenilikçiler olarak iki kampa ayırmak yine de çok sağlıklı görünmemektedir. Çünkü yapılan görüşmelerde, kullanıcı katılımı konusunda en gelenekselci görünen İnternet gazetecilerinin bile, katılımcı gazetecilik mefhumuna kayıtsız kal(a)madıkları; kullanıcı katılımının ve kullanıcının ürettiği içeriğin önemi ve faydalarıyla ilgili artan bir farkındalığa sahip oldukları gözlemlenmiştir. Benzer şekilde en yenilikçi görünen İnternet gazetecilerinin bile, onları haber üretim süreçlerini kullanıcılara açmaktan alıkoyan ciddi ve haklı çekinceleri bulunmaktadır. Ancak geneli itibarıyla düşünüldüğünde ve elbette katılımcı uygulamaların mevcut gelişmişlik düzeyi ve sınırlılıkları göz önüne alındığında, en azından bugün için, İnternet gazetecileri arasında gelenekselci bakış açısının daha baskın ve

belirleyici olduğu, gazetecilerin kullanıcı katılımı ile ilgili heves ve heyecandan ziyade şüphe ve kaygı duydukları görülmektedir.

Bu durum öncelikle, İnternet gazetecilerinin kullanıcının ürettiği içerik ile ilgili algılarının ve şu ana kadarki gözlem ve deneyimlerinin daha ziyade olumsuz yönde olması ile açıklanabilir. İnternet gazetecileri, katılımcı uygulamalar yoluyla kendilerine ulaşan kullanıcının ürettiği içeriği; dil ve ifade konusunda sorunlar içerdiği, eksik ve yüzeysel olduğu, düşük haber değeri taşıdığı gibi bir dizi nedenden dolayı kalite olarak yetersiz bulmaktadırlar. Kullanıcının ürettiği içeriğin kimi zaman nefret söylemine varan negatif ve saldırgan bir üslup içermesi, özellikle de hiçbir zaman doğruluğunun garanti olmaması, bu içeriği İnternet gazetecilerin gözünde ayrıca güvenilmez de kılmaktadır. Bu nedenlerden dolayı İnternet gazetecileri, kullanıcının ürettiği içeriği, mutlaka doğruluğunun ve hukuka uygunluğunun denetlenmesi gereken potansiyel bir tehdit olarak görme eğilimindedirler. Bu durum, kullanıcı katılımının moderasyonu gibi bir zorunluluk getirmekte, ayrıca kullanıcının ürettiği içeriğin çoğu zaman editoryal olarak işlenip geliştirilmeye muhtaç olması da, İnternet gazetecilerine ve kurumlarına fazladan bir editoryal maliyet yüklemektedir.

Ancak bir taraftan da İnternet gazetecileri, kullanıcı katılımını ve kullanıcının ürettiği içeriği özellikle ticari çıkarları açısından faydalı ve gerekli de bulmaktadırlar. Gazeteciler, katılımcı uygulamalar yoluyla kullanıcı ilgisini ve sadakatini, buna bağlı olarak da site trafiklerini arttırdıklarını, ayrıca kullanıcı tercihleri ile ilgili çok etkili geri besleme aldıklarını ifade etmektedirler. Kullanıcı katılımı İnternet gazetecileri için editoryal olarak da faydalı olmakta, bu sayede gazetecilerin daha fazla sayıda kaynaktan ve daha geniş bir coğrafyadan içerik ve istihbarat elde etmeleri mümkün olmaktadır. Katılımcı uygulamalar, İnternet gazetelerine, kullanıcıların bizzat yaşadıkları olaylarla ilgili ilk elden ürettikleri, anlık ve bu anlamda yüksek haber değeri taşıyan fotoğraf ve videolara ulaşma imkânı da sunmaktadır. Tüm bu bahsedilen faydalarının yanı sıra kullanıcı katılımı, İnternet gazetecileri için teknolojinin ve sektördeki ticari rekabetin doğal bir gerekliliğidir, bu anlamda en azından belli bir ölçüde hayata geçirilmesi gereken bir zorunluluk da arz etmektedir. Kullanıcı katılımının sağladığı faydalara pek az vurgu yapan İnternet gazetecileri bile, kullanıcı katılımını göz ardı edemeyecekleri bir gerçeklik ve mutlaka ayak uydurmaları gereken bir gelişme olarak değerlendirme eğilimindedirler.

İnternet gazetecilerinin kullanıcı katılımıyla ilgili karmaşık ve kimi zaman birbiriyle çelişir gibi görünen görüş ve tutumları, "açık katılım" ile "profesyonel denetim" arasında pratikte yaşadıkları çatışmalı durumdan kaynaklanmaktadır. Söz konusu çatışma, Hermida'nın (2011) da vurguladığı gibi, geleneksel olarak "kapalı" bir meslek olan gazeteciliğin, her zaman dışarıda tutulmuş insanlara nasıl ve ne ölçüde açılacağı hususunda yaşanmaktadır. Gazeteciler, bir taraftan haber üretim süreçlerini açarak kullanıcı katılımının avantajlarından faydalanmayı, ancak bir taraftan da kullanıcı katılımını kısıtlayarak ve denetleyerek mesleklerine ve kurumlarına zarar gelmesini engellemeyi istemektedirler. İnternet gazetelerindeki kullanıcı katılımının mevcut gelişmişlik düzeyini önemli ölçüde bu gerilim şekillendirmekte; bugün itibarıyla gazetecilerin çekinceleri daha ağır bastığı için kullanıcı katılımı sınırlı düzeyde tutulmakta, haber üretiminin özü gazetecilerin kontrolünde kalmaya devam etmektedir.

Katılımcı gazeteciliğin gelişimi, elbette yalnızca gazetecilerin bireysel düzeyde yaşadıkları bu çatışma ve gerilim üzerinden şekillenmemektedir. Katılımcı uygulamaların nasıl ve ne ölçüde hayata geçirileceği, gazetecilerin bireysel görüş ve tutumlarının yanı sıra daha geniş ekonomik ve örgütsel etmenler, özellikle de İnternet gazetecilerinin yönettikleri veya

çalıştıkları İnternet gazetelerinin kurumsal yapıları, ekonomik güçleri, çalışan sayıları vb. kriterler tarafından belirlenmektedir. Daha önce belirtildiği gibi kullanıcı katılımı, İnternet gazetelerine önemli bir editoryal ve finansal maliyet yüklemektedir. Bu açıdan bakıldığında, ekonomik olarak daha güçlü olan İnternet gazetelerinin, daha fazla katılımcı gazetecilik uygulamasını hayata geçirme ve yönetme şansına sahip oldukları görülmektedir. Ancak yapılan görüşmelerde, görece büyük ve köklü İnternet gazetelerinin, kullanıcı katılımına diğerlerinden daha mesafeli oldukları gözlemlenmiştir. İnternet gazetelerinin ekonomileri büyüdükçe ve marka bilinirlikleri arttıkça, bunları koruma istekleri de buna paralel güçlenmekte; kullanıcının ürettiği içeriğin olası risk ve tehditlerinden daha fazla kaygı duyar hale gelmektedirler. Buna karşılık ekonomik olarak daha zayıf olan İnternet gazeteleri, kullanıcı katılımı konusunda daha istekli ve heyecanlı görünseler de, görece düşük bütçelerle ve dar kadrolarla faaliyet gösterdikleri için, arzu ettikleri oranda katılımcı uygulamayı hayata geçirme ve yönetme şansına maddi olarak sahip olamamaktadırlar. Türkiye'de katılımcı gazeteciliğin mevcut durumunu değerlendirirken, İnternet gazetecilerinin bireysel düzeyde yaşadıkları çatışma ve gerilimin yanı sıra, kullanıcı katılımını sınırlayan önemli bir etmen olarak ekonomik ve örgütsel düzeyde yaşanan bu gerilimi de göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

Kaynaklar

Akın, A., Kaymak, A., Doğu, B., Aygül, E., Bayraktutan-Sütçü, G.B., Dirini, İ., Binark, M., Çomu, T. (2010). *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Bowman, S. ve Willis, C. (2003). *We Media (How audiences are shaping the future of news and information)*. ABD: The Media Center at the American Press Institute.

Çatalbaş Ürper, D. ve Çevikel, T. (2014). "Reader comments on mainstream online newspapers in Turkey: Perceptions of web editors and moderators". *Communications*, 39 (4), 483-503.

Çevikel, T. (2013). Türkiye'deki İnternet Gazetelerinde Kullanıcı Katılımının İşleyişi ve Sınırlılıkları. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 37, 1-21.

Deuze, M., Bruns, A., Neuberger, C. (2007). Preparing for an Age of Participatory News. *Journalism Practice*, 1 (3), 322-338.

Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J.B., Vujnovic, M. (2008). Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, 2 (3), 326-342.

Domingo, D. (2008). Interactivity in the daily routines of online newsrooms: dealing with an uncomfortable myth. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 680–704.

Hermida, A. (2011). Fluid Spaces, Fluid Journalism: The role of the 'active receipent' in participatory journalism. içinde J.B. Singer vd. (Der.), *Participatory Journalism: Guarding open gates at online newspapers*, (ss.177-191) UK: Wiley-Blackwell.

Hermida, A. ve Thurman, N. (2008). A Clash of Cultures: The integration of user-generated-content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice*, 2 (3), 343-356.

Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z., Singer, J.B., Vujnovic, M. (2011). The Active Recipient: Participatory Journalism Through the Lens of the Dewey-Lippmann Debate. *12th International Symposium on Online Journalism*, University of Texas, Austin.

Manosevitch, E. ve Walker, D. (2009). Reader Comments to Online Opinion Journalism: A Space of Public Deliberation. *10th International Symposium on Online Journalism*, University of Texas, Austin.

McCluskey, M. ve Hmielowski, J. (2011). Opinion expression during social conflict: Comparing online reader comments and letters to the editor. *Journalism*, 13 (3), 303–319.

Nielsen, C.E. (2010). Community conversation or 'the new bathroom wall'? Anonymous online comments and the journalist's role. *Annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication*, Denver, CO.

Nip, J.Y.M. (2006). Exploring The Second Phase of Public Journalism. *Journalism Studies*, 7 (2), 212-236.

Örnebring, H. (2008). The Consumer as Producer-of What? User generated tabloid content in *The Sun* (UK) and *Aftonbladet* (Sweden). *Journalism Studies*, 9 (5), 771-785.

Örnebring, H. ve Jönsson, A.M. (2004). Tabloid Journalism and the Public Sphere: A Historical Perspective on Tabloid Journalism. *Journalism Studies*, 5 (3), 283–295.

Pantti, M. ve Bakker, P. (2009). Misfortunes, Memories and Sunsets: Non-Professional Images in Dutch News Media. *International Journal of Cultural Studies*, 12 (5), 471-489.

Özçetin, B., Arslan, U.T., Binark, M. (2012). Türkiye'de İnternet, Kamusallık ve Demokratik Kanaat Oluşumu. *Folklor/Edebiyat*, 18 (72): 51-76.

Paulussen, S., Heinonen, A., Domingo, D., Quandt, T. (2007). Doing It Together: Citizen Participation In The Professional News Making Process. *Observatorio Journal*, 3, 131-154.

Paulussen, S. ve Ugille, P. (2008). User Generated Content in the Newsroom: Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5 (2), 24-41.

Rebillard, F. ve Touboul, A. (2010). Promises Unfulfilled? 'Journalism 2.0', User Participation and Editorial Policy on Newspaper Websites. *Media, Culture & Society*, 32 (2), 323-334.

Reich, Z. (2011). User Comments: The transformation of participatory space. içinde J.B. Singer vd. (Der.), *Participatory Journalism: Guarding open gates at online newspapers*. (ss. 96-117) UK: Wiley-Blackwell.

Robinson, S. (2010). Traditionalists vs. Convergers: Textual Privilege, Boundary Work, and the Journalist–Audience Relationship in the Commenting Policies of Online News Sites. *Convergence*, 16 (1), 125–143.

Singer, J. (2005). "The political J-blogger: 'Normalizing' a new media form tofit old norms and practices". *Journalism*, 6 (2), 173–198.

Singer, J.B. (2011). Taking responsibility: Legal and ethical issues in participatory journalism. içinde J.B. Singer vd. (Der.), *Participatory Journalism: Guarding open gates at online newspapers*, (ss.121-138) UK: Wiley-Blackwell.

Şenol Cantek, F. (2007). Okurunun gazetesi/Gazetesinin okuru: Hürriyet gazetesinin yorum sayfası üzerine. *Toplum ve Bilim*, 109: 66-96.

Thurman, N. (2008). Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media. *New Media & Society*, 10 (1), 139-157.

Thurman, N. ve Hermida, A. (2010). Gotcha: How newsroom norms are shaping participatory journalism online. içinde S. Tunney ve G. Monaghan (Der.), *Web Journalism: A New Form of Citizenship?*. (ss. 46-62) Eastbourne, UK: Sussex Academic Press.

Vujnovic, M. (2011). Participatory journalism in the marketplace: Economic motivations behind the practices. içinde J.B. Singer vd. (Der.), *Participatory Journalism: Guarding open gates at online newspapers*. (ss.139-154) UK: Wiley-Blackwell.

Wahl-Jorgensen, K. (2007). *Journalists and the public: Newsroom culture, letters to the editor, and democracy*. Creskill, NJ: Hampton Press.

Wardle, C. ve Williams, A. (2010). Beyond user-generated content: a production study examining the ways in which UGC is used at the BBC. *Media, Culture & Society*, 32 (5), 781-799.

Özet

İnternet Gazetecilerinin Haber Medyasında Kullanıcı Katılımına İlişkin Görüş ve Tutumları

Daha önce yapılan çalışmalar, Türkiye'de katılımcı gazeteciliğin oldukça yavaş ve ağır aksak bir gelişim gösterdiğini; İnternet gazetelerinde, haber üretiminin pek çok aşamasının kullanıcı katılımına kapalı tutulduğunu, kısmen açık olan aşamaların ise gazeteciler tarafından sıkı bir şekilde kontrol edildiğini ortaya koymaktadır. Bu çalışma, bahsedilen bu duruma yol açan ve katılımcı gazeteciliğin mevcut gelişmişlik düzeyini ve sınırlılıklarını belirleyen nedenleri anlamayı ve tartışmayı amaçlamaktadır. Çalışma bu amaçla, haber medyasında kullanıcı katılımını sağlayan ve yöneten aktörler olan İnternet gazetecilerinin, kullanıcı katılımı ve kullanıcının ürettiği içerikle ilgili görüş ve tutumlarını araştırmaktadır. Araştırmanın verileri, dokuz ayrı İnternet gazetesinden, yedisi genel yayın yönetmeni, beşi editör olmak üzere toplam 12 İnternet gazetecisi ile yapılan derinlemesine görüşmeler neticesinde elde edilmiştir. Bu görüşmelerde ağırlıklı olarak İnternet gazetecilerinin kullanıcı katılımından elde ettikleri faydalar ve kullanıcı katılımıyla ilgili çekinceleri üzerinde durulmuş ve gazetecilerin profesyonel denetim ile açık katılım arasında pratikte yaşadıkları çatışmalı durum tasvir edilmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte, gazetecilerin kullanıcı katılımına ilişkin görüş ve tutumlarını şekillendiren bağlamsal etmenler de gözden kaçırılmamaya çalışılmış, gazetecilerin yönettikleri veya çalıştıkları İnternet gazetelerinin ekonomik ve örgütsel yapılarının katılımcı gazeteciliğin gelişiminde oynadığı rol de tartışmaya dâhil edilmiştir.

Anahtar sözcükler: İnternet gazetecileri, kullanıcı katılımı, kullanıcının ürettiği içerik, katılımcı gazetecilik

Abstract

Online Journalists' Beliefs and Attitudes toward User Participation in News Media

Previous studies concluded that the online news media in Turkey are remarkably slow and sluggish to respond to participatory journalism. Most stages of the news production process are closed to user participation or, when allowed, the participation is strictly controlled by journalists. This paper sets out to explore the factors shaping this present state of participatory journalism and hindering the adoption of user participation. For this purpose, the paper examines the online journalists' beliefs and attitudes toward user participation and user-generated content, with the aid of in-depth interviews conducted with a total of 12 online journalists (7 executive editors and 5 editors) from nine different online newspapers. In these interviews, the main aim is to develop a better understanding of how online journalists consider the benefits and risks of user participation and how they react to the conflict situation between professional control and open participation. In addition to this, the wider contextual factors that shape journalists' beliefs and attitudes toward user participation, like

the economic and organizational structures of their online newspapers, are also considered and brought into the discussion.

Keywords: Online journalists, user-generated content, user participation, participatory journalism