

Profesyonel Haber Medyasında Yurttaş Katılımı: CNN Türk - Haberim Örneğinde Katılımcı Gazeteciliğin Sınırları

Ar. Gör. Dr. Tolga ÇEVİKEL

galatasaray üniversitesi, iletişim fakültesi
tcevikel@gsu.edu.tr

Abstract

Citizen Participation in the Professional News Media: The Limits of Participatory Journalism in the Case of CNN Turk - Haberim

The professional news organizations being increasingly influenced by the rise of user-generated content tend to show more interest in integrating user-generated content in the professional news making processes in a model defined as 'the participatory journalism'. The object of this study is the only institutional participatory journalism project in Turkey called "Haberim", launched by CNN Turk as an user-generated citizen news site. This article does not only analyze how CNN Turk as an institution and its journalists as professionals are reacting to the user-generated content and how they are making use of it, but also, on the other side, tries to figure out by which type of content and to what extent the citizens are participating in the news making processes. The data used in the article were gathered from in-depth interview conducted with the editor-in-chief of CNN Turk and from the content analysis of Haberim news. The findings suggest that despite some problems in the news, the citizen participation to the news making processes through the site of CNN Haberim seems to be an important public opportunity while it is still unlikely to imply a radical change in the relationship between journalists and users.

keywords: user-generated content, participatory journalism, citizen journalism, CNN Turk Haberim

Résumé

Participation des citoyens dans les médias d'information professionnels: Les limites du journalisme participatif dans le cas de CNN Turk - Haberim

Les organisations d'information professionnelles de plus en plus influencées par la montée du contenu généré par les utilisateurs, tendent à montrer plus d'intérêt à l'intégration du contenu par les utilisateurs dans le processus de production d'information dans un modèle défini comme «le journalisme participatif». L'objet de cette étude est "Haberim" qui est le seul projet institutionnel de journalisme participatif en Turquie, lancé par CNN Turk comme un site d'information généré par les utilisateurs/citoyens. Cet article ne vise pas à uniquement analyser la façon dont CNN Turk en tant qu'une institution et ses journalistes en tant que professionnels, réagissent au contenu généré par les utilisateurs et la façon dont ils en font usage, mais aussi, il essaie de comprendre par quel type de contenu et dans quelle mesure les citoyens participent au processus de production d'information. Les données utilisées dans l'article ont été recueillies à partir d'entretien en profondeur réalisée avec le rédacteur en chef de CNN Turk et de l'analyse du contenu des nouvelles de Haberim. Les résultats suggèrent que, malgré quelques problèmes dans les nouvelles, la participation des citoyens au processus de production d'information sur le site de CNN Haberim semble être une occasion importante alors qu'il est encore peu probable de causer un changement radical dans la relation entre les journalistes et les utilisateurs.

mot-clés: *contenu généré par les utilisateurs, journalisme participatif, journalisme citoyen, CNN Turk Haberim*

Özet

Profesyonel haber kuruluşları, kullanıcı tarafından üretilen içeriğin yükselişi eğiliminden giderek daha fazla etkilenmekte, katılımcı gazetecilik olarak tanımlanan model içinde bu içeriği elde etmek ve haber üretim süreçlerine dahil etmek için çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Bu çalışma, tamamen kullanıcılar tarafından üretilen haberlerle oluşturulan ve Türkiye'deki tek kurumsal katılımcı gazetecilik projesi olan CNN Türk - Haberim'i konu almaktadır. Çalışma, bir taraftan kurum olarak CNN Türk'ün ve CNN Türk çalışanı gazetecilerin kullanıcı tarafından üretilen içeriğe nasıl baktıklarını ve bu içeriği nasıl kullandıklarını, diğer taraftan da yurttaşların CNN Türk'ün haber üretim süreçlerine ne tür içeriklerle ve ne boyutta katıldıklarını araştırmaktadır. Araştırma kapsamında CNN Türk Haberim editörü ile yapılan derinlemesine mülakattan ve sitede yer alan haberlerin içerik analizinden elde edilen veriler, haberlerde tespit edilen bazı sorunlara rağmen internet kullanıcılarının bu site üzerinden haber üretim süreçlerine katılabilmelerinin önemli bir kamusal imkân olduğunu, ancak gazeteciler ve kullanıcılar arası ilişkilerde radikal bir dönüşümün yaşanmadığını ortaya koymaktadır.

anahtar kelimeler: kullanıcı tarafından üretilen içerik, katılımcı gazetecilik, yurttaş gazeteciliği, CNN Türk Haberim

Giriş

İnternetin kullanıcı katılımına giderek daha açık hale gelmesi, bu mecranın tarihsel gelişimini en iyi anlatan özelliklerinden birisidir. Geniş bant internet erişiminin ve düşük maliyetli ancak profesyonel kaliteye yakın mobil dijital kayıt cihazların yaygınlaşması, arama teknolojilerinin, bloglar başta olmak üzere yeni içerik yönetim sistemlerinin gelişimi, yeni ve popüler toplumsal ağ veya çoklumedyalı paylaşım platformlarının ortaya çıkması gibi bir dizi gelişme, internet kullanıcılarının içerik üretmelerini ve paylaşımlarını kolaylaştırmakta ve teşvik etmektedir. Bugün sayısı iki milyara ulaşan internet kullanıcısı, artan miktarda metin, fotoğraf, video vb. formatında içerik üretmekte ve bu içeriği küresel ölçekte tüm internet kullanıcılarının erişimine sunmaktadır (Iwaarden v.d. 2010).

İnternet kullanıcılarının çeşitli yollarla, aktif olarak içerik üretimine ve paylaşımına katılmaları, onların medya mesajlarının yalnızca pasif tüketicileri ya da müşterileri olma konumlarını hızla değiştirmektedir. Esas olarak medya profesyoneli olmayan yurttaşlar tarafından yaratılan çevrimiçi içeriğe gönderme yapan 'kullanıcı tarafından üretilen içerik' (user-generated content), enformasyon akışında belirgin bir değişiklik yaratmaktadır. Dolaşımdaki enformasyon artık yalnızca profesyonel medya kuruluşları tarafından değil, giderek artan oranda söyleyecek ve gösterecek bir şeyi olduğuna inanan sıradan insanlar tarafından da üretilmektedir. Bu insanlar, enformasyon üretimi ve paylaşımını profesyonel medyanın tekelinden çıkardıkları gibi, özellikle haber niteliği taşıyabilecek türde enformasyon ürettiklerinde profesyonel gazeteciliğin sahasına da müdahil olmakta ve profesyonel gazetecilerinkine benzer bir işlev yüklenmektedirler. Böylece 'gazeteci' ve 'okuyucu/izleyici' ayrımı bulanıklaşmakta, her internet kullanıcısı haber tüketicisi olduğu kadar, en azından potansiyel olarak haber üreticisi haline de gelmektedir. Tüketici ve üretici kavramlarının iç içe girdiği bu durumu betimlemek için Bruns 'üretüketici' kavramını önermekte (2005), Gillmor ise yurttaşların artık profesyonel medya mesajlarının pasif tüketicileri olmadıklarını vurgulamak için onları "eskiden izleyici/okuyucu olarak bilinen insanlar" şeklinde tanımlamaktadır (2006: xxiv).

Kullanıcı tarafından üretilen içeriğin yükselişi, pek çok yazar tarafından gücün ve kontrolün kurumlardan bireylere doğru kaymakta olduğu yeni bir dijital çağın müjdecisi olarak görülmektedir (Paulussen v.d. 2007:133). Bu yazarlara göre, medya kuruluşları ve profesyonel gazeteciler haber üretim süreçlerindeki güç ve kontrollerini kullanıcılarla giderek daha fazla paylaşmak zorunda kalacaklardır. Deuze'e göre kullanıcı tarafından üretilen içerik, "biz yazarız siz okursunuz" dogmasının altını kazarak geleneksel gazetecilikte bir paradigma kaymasının önünü açacaktır (2003:220). Yeni paradigmanın sihirli sözcüğü 'katılım'dır (Domingo 2008:680); günümüzün katılımcı medya kültüründe "haber üreticileri ve tüketicileri ayrı rollerle iştigal etmezler, onları bazı yeni kurallara uygun olarak birbirleriyle etkileşim içinde çalışan katılımcılar olarak düşünmek gerekir" (Jenkins 2006:3). Yeni paradigma, sadece kullanıcı tarafından üretilen

içeriğin gazeteciler ve medya kuruluşları tarafından daha fazla kullanılacağı anlamına gelmemektedir. Kullanıcılar haber üretim süreçlerine daha fazla katıldıkça, kullanıcılarla gazeteciler arasında daha fazla işbirliği gelişecektir (Paulussen ve Ugille 2008:24-25). Bir başka deyişle gazetecilik, yukarıdan aşağı bir 'okuma'dan, aşağıdan yukarı bir 'sohbet'e doğru evrilecektir. Profesyonel gazetecilerin yeni rol ve sorumlulukları ise söz konusu sohbeti yönetmek ve kolaylaştırmak olacaktır (Deuze 2006:275).

Medya profesyoneli olmayan internet kullanıcılarının haber üretim ve paylaşım süreçlerine katılmalarını konu alan çalışmalara yakından bakıldığında, yurttaş katılımının öncelikle ve ağırlıklı olarak bloglar (MacKinnon 2007; Reese v.d. 2007; Wall 2005) ve yurttaşların kolektif olarak hayata geçirdikleri Wikinews, Indymedia, Ohmynews gibi bazı haber siteleri (Platon ve Deuze 2003; Garcelon 2006; Kim ve Hamilton 2006) üzerinden tartışıldığı görülmektedir. Bahsi geçen çalışmalar, tamamen kullanıcı tarafından üretilen içerikle oluşturulan, aynı zamanda profesyonel haber medyasının dışında doğup gelişen blogları ve haber sitelerini, daha çok geleneksel gazeteciliğin alternatifi olup olmadığı sorusu etrafında ele almaktadırlar. Oysa günümüzde profesyonel medya kuruluşları da kullanıcı tarafından üretilen içeriğin yükselme eğiliminden giderek daha fazla etkilenmekte, bu içeriği elde edip kullanmak için çeşitli girişimlerde bulunmakta ve katılımcı gazetecilik olarak tanımlanan model içinde farklı yurttaş katılmalarını haber üretim süreçlerine dahil etmeye çalışmaktadır. Ancak katılımcı gazetecilik; yani profesyonel medya kuruluşlarının kullanıcı tarafından üretilen içerikle kurduğu ilişki ve bu içeriği nasıl kullandığı da çok önemli olmasına rağmen görece daha az ele alınmış bir konu olarak karşımızda durmaktadır.

Bu çalışma, görece daha az ele alınan bu konuya odaklanmakta ve CNN Türk tarafından hayata geçirilen Haberim adlı katılımcı gazetecilik projesini araştırmaktadır. CNN Türk Haberim, Türkiye'deki bir profesyonel medya kuruluşunun kullanıcı tarafından üretilen içeriği elde edip kullanmak üzere geliştirdiği ilk ve en uzun soluklu kurumsal projedir. Haberim aynı zamanda, bir ara Hürriyet gazetesi tarafından hayata geçirilen Sendeyolla adlı benzer proje şu anda sona ermiş bulunduğundan, Türkiye'deki tek kurumsal katılımcı gazetecilik projesi olması anlamında da araştırılmayı hak etmektedir.

Çalışmada, kullanıcı tarafından üretilen içerik ve katılımcı gazetecilik ile ilgili geliştirilen iyimser senaryolarla ve yüksek beklentilerle ilgili mesafeli bir tutum benimsenmekte; yeni dijital çağ ve yeni gazetecilik söyleminin vaat ettikleri, verili bir durum ya da bir gerçeklik olarak değil potansiyel bir imkân olarak değerlendirilmektedir. Çünkü internet kullanıcılarının içerik üretmelerini ve paylaşımlarını kolaylaştıran ve teşvik eden, bu arada Haberim gibi katılımcı gazetecilik uygulamalarının da ortaya çıkmasına vesile olan teknolojik gelişmeler, tek başlarına ve kendiliklerinden, gazetecilikteki değişimin itici gücü olamayacaklardır. Hiçbir teknoloji, mevcut toplumsal ilişkilerden bağımsız olarak gelişmemektedir; Dickson'ın da vurguladığı gibi teknoloji, "öncelikle bir toplum

içindeki iktidar ilişkilerinin ve dolayısıyla bu ilişkilerin dile getirildiği ekonomik etmenlerin tarihsel bir üründür” (1992:213). Bir başka deyişle yeni teknolojiler, toplumsal gelişim süreçlerini belirleyen denetim dışı, bağımsız ve tarih ötesi değişkenler değildir. Bu anlamda, kullanıcı tarafından üretilen içeriğin yükselişinin ve katılımcı gazetecilik modelinin vaat ettiği potansiyelin ne ölçüde gerçekleştirildiğinin, teknolojinin kendi içindeki çelişkilerini ve değişik zamanlara ve yerlere göre özgünlüğü ihmal etmeyen bir yaklaşımla (Öztürk 2010:128) araştırılması şart görünmektedir.

Bu çalışma, yurttaşların çeşitli konularla ilgili yaptıkları haberleri veya çektikleri fotoğraf ve videoları Haberim’de yayımlayabilmelerini oldukça önemli bir kamusal imkân olarak değerlendirmekle birlikte, böyle bir uygulamanın varlığının tek başına, yurttaşların lehine medya kuruluşlarının aleyhine bir güç kaymasını ve gazeteci ve izleyici/okuyucu arası ilişkilerde eşitlikçi bir radikal dönüşümü garanti etmediği varsayımından hareket etmektedir. Çalışma CNN Türk Haberim örneğinde, katılımcı gazetecilik modelinin vaat ettikleriyle gerçekte olanlar arasındaki farkı sorgulamaya çalışmakta; bu amaçla bir taraftan kurum olarak CNN Türk’ün ve CNN Türk çalışanı gazetecilerin kullanıcı tarafından üretilen içeriğe nasıl baktıklarını ve bu içeriği nasıl kullandıklarını, diğer taraftan da yurttaşların CNN Türk’ün haber üretim süreçlerine ne tür içeriklerle ve ne boyutta katıldıklarını araştırmaktadır.

Çalışmada öncelikle katılımcı gazetecilik modeli, yurttaşların haber üretimine dahil oldukları diğer katılımcı modellerle birlikte ele alınıp tanımlanmakta ve katılımcı gazeteciliğin gelişimi özetlenmektedir. Konuyla ilgili yapılmış bazı ampirik çalışmalar anıldıktan sonra ise CNN Türk Haberim’in editoryal işleyişi ve Haberim’de yer alan kullanıcı tarafından üretilen içeriğin nitelikleri incelenmektedir. Çalışmanın Haberim’in analiz edildiği bölümünde CNN Türk Yeni Nesil Hizmetler Müdürü Gözde Akgüngör Pamuk ile yapılmış derinlemesine mülakattan ve sitede yer alan son 50 haber üzerinde gerçekleştirilmiş içerik analizinden elde edilen verilerden yararlanılmaktadır.

Yurttaşların Gazetecilik Pratiğine Katılım Biçimleri

Konu, medya profesyoneli olmayan sıradan insanların haber üretimi ve paylaşımına katılması olunca akla ilk olarak ‘yurttaş gazeteciliği’ kavramı gelmektedir. Ancak bu kavramın yanı sıra kamusal gazetecilik, etkileşimli gazetecilik, katılımcı gazetecilik gibi kavramların da üzerlerinde pek fazla düşünülmeden birbirlerinin yerine kolaylıkla kullanılabilirdiği gözlemlenmektedir. Bu anlamda önce, her biri aslında farklı katılım düzeylerine işaret eden bu tanımlamaları yerli yerine oturtmakta fayda bulunmaktadır.

Bu noktada Nip’in (2006) yapmış olduğu kategorizasyon, elverişli bir çıkış noktası oluşturmaktadır. Nip, gazetecilik pratiği ile yurttaşlar arasında bağlantı kuran çeşitli uygulamaları incelerken, ‘geleneksel gazetecilik’ten (traditional

journalism) farklı olarak dört katılım modeli olduğunu öne sürmektedir. Bunlardan ilki, Türkçe’de sıklıkla ‘yurttaş gazeteciliği’ olarak kullanılsa da, doğru karşılığı ‘kamusal gazetecilik’ (public journalism) olması gereken modeldir.

Kamusal gazetecilik, 1990’lı yılların başında ABD’de, mevcut gazeteciliğin durumuna tepki olarak ortaya çıkan ve gelişen bir modeldir. Söz konusu model, ideal gazeteciliğin nasıl yapılması gerektiğini sorun edinmekte ve gazeteciliği “olması gerektiği çizgiye çekmeyi” hedeflemektedir (Cangöz 2003:103). Özellikle yerel medya kuruluşlarının lâyıkıyla uygulayabileceği düşünülen bu modelin temellerini Duran şöyle özetlemektedir: “haber toplamada daha fazla kaynağa, özellikle de yurttaşlara başvuruyor; habere onların gözüyle bakıyor; habere konu olan olayın/sorunun yurttaş lehine sonuçlanmasına kadar yayınına devam ediyor; yurttaş haberin yapım ve yazım sürecine dahil ediyor” (2003:99).

İkinci katılımcı model olan ‘etkileşimli gazetecilik’ (interactive journalism) ise çeşitli internet gazeteciliği uygulamalarına, özellikle profesyonel haber kuruluşlarının web sitelerine gönderme yapmaktadır. Bu sitelerde yer alan içerik, yayımlandığı andan itibaren yurttaşların (site kullanıcılarının) katılımlarına açık hale gelmektedir. Söz konusu katılım ise e-posta, sohbet odaları, tartışma listeleri, haber grupları, kişiselleştirme vs. gibi etkileşime dayanan çeşitli yollarla hayata geçirilmektedir.

Bahsedilen bu ilk iki katılım modelinde yurttaşların haber üretim süreçlerine dahil özendirilse de, gazetecinin ve yurttaşın (okuyucunun/izleyicinin) rollerinin hâlâ belirgin olarak ayrı olduğu vurgulanmalıdır. Bu katılım modellerinde içerik esas olarak gazeteci tarafından üretildiği gibi, hangi içeriğin yayınlanmaya değer olduğu da yine gazeteci tarafından belirlenmekte, yani profesyonel gazetecinin eşik bekliliği rolü de devam etmektedir (Platon ve Deuze 2003). Ancak diğer iki katılım modeli olan katılımcı gazetecilik (participatory journalism) ve yurttaş gazeteciliğinde (citizen journalism) durum daha farklı bir boyut almaktadır.

Katılımcı gazetecilik, “kullanıcı katılımının profesyoneller tarafından tasarlanan bir çerçeve veya yapı içinde sağlanması” olarak tanımlanmaktadır (Nip 2006:217) ve medya kuruluşlarının her türden kullanıcı katılımını haber üretim süreçlerine dahil etmeye çalıştığı çeşitli girişimleri kapsamaktadır. Bir başka deyişle katılımcı gazetecilik modelinde yurttaşlar medya kuruluşları tarafından haber üretimine aktif olarak katılmaya davet edilmekte ve bu katılım profesyonel gazetecilerle işbirliği ve etkileşim içinde gerçekleştirilmektedir. Model, kullanıcı tarafından üretilen içeriğin profesyonel medya kuruluşları tarafından elde edilmesi, işlenmesi ve yayınlanması fikrine dayanmaktadır; katılımcı gazetecilik kavramıyla esas olarak bu fikrin hayata geçirilmesine imkân veren teknik, editöryal ve yönetsel süreçler kastedilmektedir (Hermida 2008). Bu çalışmanın konusunu oluşturan CNN Türk - Haberim’in yanı sıra BBC - Video Nation, CNN - iReport, ABC - iCaught, Fox - uReport, MSNBC - FirstPerson vb. katılımcı gazetecilik modelinin çok tipik örnekleridir. Profesyonel gazetecilerin editöryal

denetiminde olmak kaydıyla tamamen kullanıcı tarafından üretilen içerik ile oluşturulan Güney Kore menşeiili Ohmynews adlı haber sitesi de bu model içinde değerlendirilmelidir.

Diğer bir model olan yurttaş gazeteciliğinde ise haber üretimi, profesyonel gazetecilerin herhangi bir katkısı veya müdahalesi olmaksızın tamamen yurttaşlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Yurttaşlar tarafından yurttaşlar için yapılan gazetecilik olarak tanımlanabilecek bu modelde yurttaşlar, haberin hem üreticisi hem de tüketicisi konumundadırlar. Bir veya bir grup yurttaşın, profesyonel gazetecilerin dahil olmadığı bir süreç sonunda ürettikleri haber blogları, haber siteleri, topluluk radyoları, gazeteler vb. yurttaş gazeteciliği tanımı içinde yer almaktadır. Gönüllü katılımcıların viki modeline dayalı olarak işbirliği içinde ürettikleri haberlerden oluşan Wikinews ve yine katkıda bulunmak isteyen herkesin haberlerine açık bir platform olan Indymedia (Bağımsız Medya Merkezi), yurttaş gazeteciliğinin en tipik örneklerindedir.¹

Bahsedilen bu modellerle ilgili literatür incelendiğinde, özellikle son iki tanımlama üzerinde tam bir oydasma olmadığı gözlemlenmektedir. Örneğin Wikipedia'da katılımcı gazetecilik ile yurttaş gazeteciliği aynı kavramlanmış gibi tanımlanırken; Lasica, yurttaş gazeteciliği olarak değerlendirilmesi gereken modeli katılımcı gazeteciliğin bir alt kategorisi olarak ele almakta (2003), Gillmor ise katılımcı gazetecilik yerine yurttaş gazeteciliği tanımını kullanmaktadır (2006). Bu çalışmada benimsenen tutum ise, yukarıda da özetlendiği gibi, bahsedilen iki kavramın, yurttaşların haber üretim süreçlerine katılımlarında medya kuruluşlarının ve profesyonel gazetecilerin dahil olup olmadığı noktasında birbirinden ayrılmasının doğru olacağı yönündedir.

Katılımcı Gazeteciliğin Gelişimi

Yukarıda tanımlandığı şekliyle katılımcı gazeteciliğin, gazetelerdeki editöre mektup, radyolardaki dinleyici telefonları vs. gibi bazı erken uygulamalar dışarıda bırakıldığında, esas olarak weble birlikte başladığı söylenebilir. Profesyonel medya kuruluşları, web sitelerini kurdukları andan itibaren kullanıcılarının (izleyici/okuyucularının) kendi içeriklerine katkıda bulunabilmelerini sağlamak amacıyla web tabanlı birçok uygulamayı hayata geçirmişlerdir. Site kullanıcılarının haber veya makalelere kendi yorumlarını yazabilmeleri, bu uygulamaların en sık kullanılanlarından bir tanesi olmuştur. Bu uygulama yoluyla kullanıcılar, kişisel görüşlerini ekleyerek haber ve makalelerin içeriklerine katkı veya müdahalelerde bulunabilmiş, ayrıca her haber ve makalenin altında kullanıcıların katılımlarıyla

¹ Bazı çalışmalarda yurttaş gazeteciliği kavramının, mutlaka kurumsal veya kolektif bir yapı içinden olması gerekmeksizin yurttaşların gazetecilik pratiğine dahil olduğu her tür etkinlik için kullanılabilirliği; bu kavramın kapsamının, yurttaşların güncel olaylarla ilgili tuttıkları bireysel blogların ya da çeşitli sitelerde paylaştıkları fotoğraf ve videoların yanı sıra, profesyonel haber medyalarında yer alan içerik üzerinde yaptıkları yeniden gönderme, bağlantı verme, etiketleme, oylama, yorumlama gibi etkinlikleri de içerecek şekilde geniş tutulabilirliği de gözlemlenmektedir (Goode 2009:1288).

mini tartışma forumları oluşmuştur. Bunun dışında kullanıcıların haber ve makaleleri puanladıkları oylamalar ve çeşitli güncel meselelerle ilgili görüş bildirdikleri anketler de kullanıcı katılımını sağlamanın kolay ve popüler yolları olarak kullanılmıştır. Medya kuruluşları ayrıca e-posta listeleri ve forumlar gibi tartışma grupları yaratarak da kullanıcılarının içerik üretmelerini teşvik etmişlerdir. Kullanıcı katılımını sağlamanın görece yeni bir yöntemi okuyucu/izleyici blogları olmuş, pek çok medya kuruluşu kullanıcılarının kendi bloglarını yaratarak farklı temalar etrafında bilgi, gözlem, deneyim, ilgi alanlarını paylaşmalarına olanak sağlamıştır. Bazı medya kuruluşları bu bloglarda yer alan içeriğin bir kısmını, web sitelerinin yanı sıra basılı ürünlerinde de kullanmışlardır.

Medya kuruluşlarının webi düzenli olarak takip ederek işlerine yarayacak (kullanıcı tarafından üretilen) içeriği tespit etmeleri ve kullanmaları da, kullanıcılarının haber üretim süreçlerine katılımlarının sağlanmasının bir başka çok önemli yolu olmuştur. Kullanıcı tarafından üretilen içeriğin entegrasyonu fikrine dayanan bu türden kullanıcı katılımının en azından başlangıçta, biraz kendiliğinden geliştiğini söylemek mümkündür. Yurttaşlar, özellikle 11 Eylül 2001 tarihinde ABD’de yaşanan saldırılardan itibaren, doğrudan deneyimledikleri bazı olaylarla ilgili yazılı ve görsel tanıklıklarını medya kuruluşlarıyla paylaşmaya başlamışlardır. 11 Eylül’ün hemen sonrasında pek çok medya kuruluşu, olayla ilgili yazılı tanıklıklar, fotoğraf veya videolar içeren binlerce e-posta almış ve bunları yayınlarında kullanmıştır. Benzer şekilde Temmuz 2005’te Londra’da yaşanan bombalamalarla ilgili ilk elden yazılı ve görsel tanıklıklar da, İngiltere’nin ve dünyanın büyük medya kuruluşları tarafından çokça kullanılmıştır. Örneğin BBC News Interactive’in editörü ve şefi Pete Clifton, olayları takip eden 24 saat içinde, kendilerine okuyucularından 20 bin civarında e-posta mesajının yanı sıra bine yakın fotoğraf ve 20 videonun ulaştığını belirtmiştir (Glaser 2005). Clifton’a göre, kullanıcıların ürettiği içeriğin kayda değer bir bölümü, özellikle fotoğraflar, haber ajanslardan elde ettikleri içerikten bile daha kaliteli ve çarpıcıdır. Nitekim BBC’nin yanı sıra Los Angeles Times, Wall Street Journal gibi pek çok büyük gazete de, sayfalarında bu amatör fotoğraflara yer vermişlerdir. Bu olayın ardından yine Büyük Britanya’da, 11 Aralık 2005’te, Buncefield petrol deposunda meydana gelen patlama sonrasında, profesyonel gazeteciler ertesi sabah Londra’dan 43 kilometre mesafedeki olay yerine gelmeden çok önce, olaya tanıklık eden yurttaşlar, medya kuruluşlarına binlerce e-posta, fotoğraf ve video göndermişlerdir. Yalnızca BBC’ye, olayın birkaç dakika sonrasında başlayarak, video ve fotoğraf da içeren 6 bin 500’ün üzerinde e-posta ulaştığıdır (Pecquerie ve Kilman 2007:9).

Bu türden gelişmelerin, kullanıcı tarafından üretilen içeriğin profesyonel medya kuruluşları için önemli ve göz ardı edilemez bir olgu olduğunu gösterdiği söylenebilir. Nitekim bu tarihlerden sonra, medya kuruluşlarının doğrudan kullanıcı tarafından üretilen içerikten yararlanarak haberleştirdiği irili ufaklı pek çok olay yaşanmıştır. Nisan 2007’de, ABD’de Virginia Tech Üniversitesi’nde silahlı bir öğrencinin gerçekleştirdiği ve 32 kişinin öldüğü saldırıyı, içlerinde CNN’in de bulunduğu büyük medya kuruluşları, öğrenci blogları ve ilk elden tanıklıklar içeren

diğer yurttaş medyalarından çokça faydalanarak ele almışlardır. 2009 yılında İran'da cumhurbaşkanlığı seçimini kaybeden reformcu aday Musavi'yi savunanların gösteri ve eylemlerinden bloglar ve diğer yurttaş medyaları yoluyla taşınan görüntüler de pek çok büyük medya kuruluşunda geniş yer bulmuştur. Benzer örnekleri çoğaltmak mümkündür.

Medya kuruluşları, haber üretim süreçlerinde kullanıcı tarafından üretilen içerikten bu şekilde faydalandıkları gibi, bu içeriğin düzenli bir şekilde akışını sağlamak için de uğraş vermeye başlamışlardır. Pek çok medya kuruluşu okuyucu/izleyicilerine, ürettikleri haberleri ya da fotoğraf, video gibi görsel materyalleri (e-posta ve çeşitli web tabanlı formlar yoluyla) kendilerine göndermeleri için çağrı/davet yapmış, hatta bunu kolaylaştırmak için birtakım özel web siteleri de geliştirmişlerdir. Bu sitelerden, amaç ve işleyiş olarak CNN Türk Haberim'e çok benzeyen bazıları şunlardır:

Britanya'nın kamu yayıncı kuruluşu BBC'nin Video Nation projesi, kullanıcı tarafından üretilen içeriğin profesyonel haber medyası tarafından düzenli olarak toplanıp kullanılmaya başlandığı ilk örnek olmuştur. Britanya'nın çeşitli bölgelerinde yaşayan sıradan yurttaşlara video kameralar dağıtarak onların kendi günlük hayatlarını kaydetmeleri fikrine dayanan ve tüm çeşitliliğiyle ülkedeki günlük hayatın geniş bir temsilini sunmayı amaçlayan proje, ilk olarak 1993 yılında televizyon için başlatılmıştır. Projenin ilk on yılında, bu yolla BBC'ye on binden fazla video kaset gönderilmiş, bunların 1300 kadarı televizyonda da yayınlanmıştır. Söz konusu proje 2001 yılında webe taşınmıştır. Bugün projenin web sitesi üzerinden, Britanya'nın 33 bölgesinden çok sayıda katılımcı BBC için içerik üretmekte ve birbirleriyle paylaşmaktadır. Bu siteye gönderilen videolardan bazıları, BBC çalışanlarınca editoryal bir denetime ve düzeltiye tabi tutulduktan sonra, BBC'nin televizyon ve radyo kanallarında yer alabilmektedir. Ayrıca yalnızca Video Nation içeriği kullanılarak oluşturulmuş 'Have a Good Death', 'Restoration Village' ve 'No Home' gibi özel televizyon programları da bulunmaktadır. BBC, televizyon ya da radyoda yayınlamadan önce video üreticisinden mutlaka onay almaktadır. Video Nation katılımcılarının, editoryal müdahaleye uğrayan videolarının son halinden memnun kalmadıkları takdirde değişiklik önerme ya da videosunun yayınlanmamasını talep etme hakkı bulunmaktadır.

Kullanıcı tarafından üretilen içerikle ilgili özel bir projesi bulunan büyük medya kuruluşlarından bir diğeri CNN'dir. CNN, Ağustos 2006'da başlattığı iReport adlı girişimle kullanıcılarına kendi haber, fotoğraf ve videolarını gönderip yayınlayabilecekleri bir mecra yaratmıştır. Bu mecraya dünyanın farklı yerlerindeki iReport katılımcıları tarafından Aralık 2010 itibarıyla 520 bin civarında yazılı veya görsel formatta farklı içerik gönderilmiştir. iReport'a gönderilen bu içerik içinden önemli, güncel ve ilginç bulunanlar kimi zaman televizyonda da yer alabilmektedir. Örneğin Aralık 2008 itibarıyla üretilen 225 bin civarındaki iReport haberinin veya

görselinin binden fazlası CNN’de yayınlanmıştır. iReport içeriği CNN’in çeşitli bültenlerinde kullanıldığı gibi, tamamen iReport içeriğiyle oluşturulmuş ‘iReport for CNN’ ve ‘News to Me’ adlı iki özel televizyon programı da bulunmaktadır. CNN, iReport projesinde neyin haber olup neyin olmayacağı kararını tamamıyla kullanıcılara bıraktığını beyan etmektedir ve bu anlamda iReport’ta yer alan içeriği filtrelememekte ve editoryal müdahaleye tabi tutmamaktadır. Benzer şekilde televizyonda yayınlamadığı sürece, söz konusu içeriğin doğruluğunu da sınamamaktadır. Ancak televizyon için kullanılan iReport içeriği, CNN editörlerince incelenip doğrulanmaktadır. Bu durum, iReport sitesinde kimi zaman yanlış bazı haberlerin de yer alabilmesine yol açmaktadır. 4 Ocak 2008 tarihinde sitede yayınlanan Apple genel müdürü Steve Jobs’un ciddi bir kalp krizi geçirdiği yönündeki yanlış haber, bunun en ses getiren örneklerinden birisi olmuştur.

CNN’in yanı sıra ABC, Fox ve MSNBC gibi başka büyük Amerikan medya kuruluşlarının da kullanıcı tarafından üretilen içerikle ilgili benzer projeleri bulunmaktadır. ABC, Ağustos 2007’de başlattığı i-Caught adlı proje ile, katılımcıların kendi amatör kameralarıyla çektikleri videoları, çeşitli programlarında (bu arada aynı ismi taşıyan özel programında) kullanmaktadır. Fox da, yine kullanıcı tarafından üretilen videolara dayanan uReport adlı bir projeye sahiptir. Görece daha yeni bir kullanıcı tarafından üretilen içerik projesi ise MSNBC’nin geliştirdiği FirstPerson’dır. Kullanıcıların FirstPerson için ürettikleri haber, fotoğraf ve video türündeki içerik, MSNBC’nin web sitesinin yanı sıra, NBC News’de ve MSNBC’nin çeşitli televizyon programlarında da yayınlanmaktadır. Ayrıca kullanıcı tarafından üretilen içerikten faydalanmak için benzer mekanizmalar geliştiren bazı yerel medya kuruluşları da bulunmaktadır. Örneğin ABD’li Minnesota Public Radio, kendisine haberleriyle yardımcı olmak isteyen dinleyicileri için, özgün bir e-veritabanı oluşturmuş durumdadır.

Türkiye’ye bakıldığında da, irili ufaklı pek çok medya kuruluşunun kullanıcı tarafından üretilen içeriğe ulaşmak için çeşitli yollar kullandıkları görülmektedir. Medya kuruluşlarının web sitelerinin hatırı sayılır bir bölümünde kullanıcılara, kendilerine e-posta yoluyla haber, yazı, fotoğraf, video vs. göndererek katkıda bulunabilecekleri yönünde hatırlatmalar yapılmaktadır. Ancak bunun dışında, aşağıda detaylarıyla anlatılacağı gibi CNN Türk ve bir ara Hürriyet gazetesi, kullanıcı tarafından üretilen içeriğe ulaşmanın daha kurumsal yöntemlerini geliştirmiştir. Hürriyet gazetesinin 2008 yılının başında hayata geçirdiği ‘Sen de Yolla’ web sitesi, kullanıcıların yeterince ilgi göstermemesi nedeniyle kapanana dek, Türkiye’de kullanıcı tarafından üretilen içeriğin bir medya kuruluşu tarafından toplanıp kullanıldığı önemli bir örnek olmuştur. ‘Gönüllü şehir muhabirleri’ olarak tanımlanan Sendeyolla üyeleri, hazırladıkları haber, fotoğraf ve videoları, e-posta yoluyla, cep telefonlarından MMS (mobil çokluortam mesajlaşma hizmeti) ile ya da doğrudan sitedeki arayüzü kullanarak gazeteye ulaştırabilmişlerdir. Siteye gönderilen kullanıcı tarafından üretilen içerik, sendeyolla.com’un yanı sıra, gazetenin ulusal ya da Ankara ve Ege baskılarında da yer alabilmiştir. Sendeyolla,

ilk yılında tüm Türkiye’den 18 binin üzerinde kayıtlı gönüllü muhabir sayısına ulaşmıştır ve sitede bu muhabirlerin ürettiği 12 binden fazla haber ve 27 binden fazla fotoğraf yayınlanmıştır (Sendeyolla 2009).

Medya Kuruluşları ve Kullanıcı Tarafından Üretilen İçerik

Katılımcı gazeteciliğin kısa tarihçesinin de gösterdiği üzere kullanıcı tarafından üretilen içerik, profesyonel haber medyası için artan bir öneme sahiptir. Her şeyden önce bu içerik, medya kuruluşları için haber üretim süreçlerinde kullanabilecekleri yeni ve alternatif bir kaynak anlamına gelmektedir. Britanya’daki Buncefield patlaması gibi pek çok örnekte de görüldüğü gibi, kullanıcılardan gelen veya toplanan içerik, medya kuruluşlarını mesafe, zaman ya da maliyet gibi nedenlerle normal şartlar altında ulaşamayacakları coğrafi bölgelere yakın hale getirmekte (Bowman ve Willis 2003:55), ayrıca gazetecileri resmi ve değişmez haber kaynaklarına bağımlılıktan kurtarmaktadır (Thurman 2008:154). Kullanıcıların kendi yakın çevreleriyle ilgili olarak ilk elden ürettikleri kişisel tanıklık ve izlenimler, medya kuruluşları için özellikle kriz, savaş, doğal afet, kaza, terör olayı vs. gibi son dakika gelişmelerinde vazgeçilmez bir önem kazanmaktadır. Medya kuruluşları, kullanıcıların bu tür olaylarla ilgili ürettikleri yazılı ve görsel içerikten hızlı ve doğrudan bir haber kaynağı olarak yararlandıkları gibi, otantik bir değer de taşıyan bu renkli içeriği sunumlarında tamamlayıcı ve zenginleştirici bir unsur olarak da kullanılmaktadırlar (Paulussen ve Ugille 2008). Bunun dışında kullanıcı tarafından üretilen içeriğin profesyonel medyada kullanılmasının, medya kuruluşlarına okuyucu/izleyicileriyle gerçek zamanlı bağlantı kurarak sürekli ve anında geribesleme elde etme ve okuyucu/izleyicilerinin kendilerine yönelik ilgi ve sadakatlerini artırma gibi bazı başka avantajlar sağladığı da düşünülmektedir (Hermida ve Thurman 2008).

Konuyla ilgili yapılmış olan bazı çalışmalar, profesyonel medya kuruluşlarında kullanıcı tarafından üretilen içeriğin potansiyel önemine ve yararlarına dair bir farkındalığın hızla geliştiğini ve kullanıcıya verilen katkı fırsatlarının artma eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır (Thurman 2008, Paulussen ve Ugille 2008, Hermida ve Thurman 2008). Ancak bu çalışmalar diğer taraftan, medya kuruluşlarının kullanıcı tarafından üretilen içeriğin editoryal ve ticari değeriyle ilgili bazı kuşkulara sahip olduklarını da tespit etmektedir. Söz konusu kuşklar, kullanıcı tarafından üretilen içeriğin düşük haber değeri taşıması, kişisel ve öznel bir tona sahip olması, hatalar içermesi, doğruluğunun garanti olmaması, moderasyon gerektirmesi vb. gibi nedenlerden kaynaklanabilmektedir. Bu anlamda medya kuruluşları, doğru, özgün ve kaliteli içeriğe ulaşarak rekabet güçlerini arttırmak arzusunda olsalar da, güvenilirlik ve itibarlarını kaybetmemek, standartlarını korumak, yeni hukuki sorunlarla karşılaşmamak vb. kaygılar ile kullanıcı tarafından üretilen içeriğe ölçülü ve mesafeli yaklaşabilmektedirler. Nitekim yapılan pek çok ampirik çalışma, profesyonel haber medyasında kullanıcı tarafından üretilen içeriğin kabulüyle ve miktarıyla ilgili sıkıntılar olduğunu, katılımcı gazeteciliğin beklenenden daha yavaş geliştiğini ortaya koymaktadır

(Paulussen v.d. 2007; Rebillard ve Touboul 2010; Domingo 2008; Wardle ve Williams 2010; Paulussen ve Ugille 2008).

Profesyonel medya kuruluşlarının söz konusu mesafeli tutumu, bu kuruluşlarda kullanılan/yer alan kullanıcı tarafından üretilen içeriğin niteliklerine bakarak da anlaşılabilir. Örneğin (2008), The Sun (Britanya) ve Aftonbladet (İsveç) adlı iki tabloid gazeteyle ilgili yaptığı çalışmada, bu medya kuruluşlarının kullanıcılarına esas olarak popüler kültür ve kişisel/gündelik hayat odaklı içerik üretme fırsatı sunduklarını bulgulamaktadır. Yazar, profesyonel haber medyasındaki yurttaş katılımının daha çok kişisel ve özel konuların belgelenmesi ve yorumlanmasıyla ilgili olduğunu; medya kuruluşlarının yurttaşları sert haberler² üretmek için teşvik etmediğini savunmaktadır. Pantti ve Bakker (2009) de, Hollanda haber medyasında profesyonel olmayan görsellerin kullanımını araştırdıkları çalışmada benzer bir çıkarımda bulunmakta ve kullanıcı tarafından üretilen görsellerin ağırlıklı olarak yumuşak haberlerle (ya da haber değeri taşımayan konularla) ilgili olduğunu tespit etmektedir. Aynı tespit, Hermida ve Thurman'ın (2008), Britanya'daki 12 gazete web sitesini inceledikleri araştırmada da ortaya konmaktadır.

CNN Türk - Haberim: Editoryal İşleyiş

Haberim, CNN Türk adlı medya kuruluşunun "CNNTurk.com'un gönüllü muhabiri olun!" çağrısıyla okuyucularını haber, fotoğraf ve video göndermeye davet ettiği bir katılımcı gazetecilik projesidir. Projenin web sitesi (cnnturk.com/haberim) tamamıyla kullanıcı tarafından üretilen içerik ile oluşturulmakta; CNN Türk kullanıcıları "yangın, kaza, patlama vb. gibi sıcak gelişmelerin yanı sıra çevre kirliliği, doğal güzellikler, hava durumu gibi sınırsız konuda" yaptıkları haberleri siteye göndererek projeye katılmaktadırlar.

CNN Türk Haberim, benzer bir katılımcı gazetecilik projesi olan ve yukarıda da bahsi geçen Hürriyet'in Sendeyolla projesi ile aşağı yukarı aynı tarihlerde hayata geçirilmiştir. CNN Türk Genel Yayın Yönetmeni Ferhat Boratav, kullanıcı tarafından üretilen içeriğin öneminin farkına nasıl vardığını ve Haberim'i hayata geçirme kararını nasıl verdiğini bir röportajında şöyle anlatmaktadır: "*CNN'in Atlanta'daki merkezi Türkiye'de gerçekleşen bir olayı doğrulamak için beni aradı. Türkiye'de bir geminin karaya oturduğunu duymuşlardı, doğru olup olmadığını sordular. Olayı doğrulattığımızda CNN'in internet sitesinde hemen görüntülü haber yayımlandı. CNN'in bunu nasıl öğrendiğini sorduğumda, Türkiye'den bir kişinin görüntüyü kanalın internet sitesine gönderdiğini öğrendim. O zaman 'Haberim'i hayata geçirmeye karar verdim'*" (Radikal 2008).

2 İlk olarak Tuchman (1972) tarafından yapılan kategorizasyona göre sert haberler, yüksek haber değeri taşıyan ve derhal yayınlanması gereken, genellikle politik, ekonomik ve toplumsal konularla ilişkili olan haberlerdir. Buna karşılık yumuşak haberler, yayınlanması aciliyet gerektirmeyen, düşük haber değeri taşıyan, genellikle insan hikayeleriyle ilgili olan haberlerdir (Tuchman'dan aktaran Lehman-Wilzig ve Seletzky 2010:37-38).

Haberim'in işleyişine yakından bakıldığında, siteye haber, fotoğraf ya da video gönderebilmek için öncelikle Cnnturk.com'a üye olma şartının bulunduğu görülmektedir. Bir ara MMS yoluyla mobil telefonlar da kullanılmış olsa da, site üyeleri ürettikleri içeriği Haberim'e esas olarak sitedeki form üzerinden ulaştırmaktadırlar. Kullanıcılar, bu forma haberlerinin başlığını, spotunu ve metnini girdikten sonra, çevre kirliliği, doğal güzellikler, eğitim, hava olayları, hayvanlar, küresel ısınma/kuraklık, spor, tarihi miras, trafik, yerel haberler, yeşil doğa vd. seçenekleri üzerinden haberlerinin konusunu (kategorisini) belirlemekte, varsa fotoğraf ve videolarını eklemektedirler.

Bu şekilde siteye gönderilen haberler, CNN Türk web sitesi editörleri tarafından incelenmekte, editörlerce uygun bulunan haberler Haberim'de yayınlanırken diğerleri elenmektedir. CNN Türk Yeni Nesil Hizmetler Müdürü Gözde Akgüngör Pamuk, bu seçme ve eleme işleminin öncelikle kendilerine ulaşan içeriğin haber değeri taşıyıp taşımadığına bakılarak gerçekleştirildiğini belirtmektedir (2010). Bu anlamda çok kişisel konuları ele alan haberler ya da özgün olmayan, örneğin sitede yer alan okuyucu yorumlarını andıran haberler, editörlerin filtresinden geçmemektedir. Bunun dışında editörlerin doğru olduğundan şüphe duydukları haberler de Haberim'de yer bulamamaktadır. Pamuk, bu durumu "*Mesela bir kişinin adı verilerek bir haber yapılmış. Biz o kişiyi tanımıyoruz, habere konu olan olayı da bilmiyoruz. Dolayısıyla bu haberi yayınlamıyoruz. Çünkü adı geçen kişi pekâlâ hedef gösteriliyor da olabilir. Burada tabii gazetecilik sezgilerimizle karar vermek durumundayız.*" diyerek açıklamaktadır.

Pamuk'un bu açıklamasından da anlaşıldığı gibi CNN Türk Haberim editörleri kendilerine ulaşan haberlerle ilgili herhangi bir sağlama yapmamaktadırlar. Pamuk'a göre Haberim'in işleyiş mantığı da bu değildir; "*Bizim haberlerin sağlamlasını yapacak bir mekanizmamız yok, buna zaman harcamıyoruz, yoksa Haberim'e gönderilen haberleri ihbar kabul edip ayrıca haber yapmamız gerekir.*"

Haberim editörleri, gelen haberlerin sağlamlasını yapmadıkları gibi, bu haberlere filtreleme dışında editoryal bir müdahalede de bulunmamaktadırlar. Pamuk, bu tutumun nedenini "*Haberin başlığı, spotu, formatı ya da 5N1K gibi nizami haber kurallarının hiçbirini burada uygulamıyoruz. Buraya haber gönderen insanlar bunları bilmek ve bunlara tabi olmak zorunda değiller. Esas mesele, yurttaşların haberlerini medyanın içine katabiliyor olmaları. Bu anlamda haberlerde bazen yanlışlar olmasına bile göz yumabiliyoruz. Tashih anlamında bile çok dokunmuyoruz, belki sadece başlıkta ve spotta küçük düzeltmeler yapıyoruz.*" şeklinde anlatmaktadır.

Editörlerin incelemesinden ve onayından geçen haberler, Haberim web sitesinin yanı sıra CNN Türk televizyonunda ya da diğer CNN Türk servislerinde de kullanılabilir. Pamuk, Haberim'e gönderilen haberlerden görece değerli bulduklarını Cnnturk.com'un ana sayfasında da kullanıp daha görünür

hale getirdiklerini belirtmektedir. Ayrıca özellikle videoları CNN Türk televizyonunda da yayınlamayı arzu ettiklerini, geçmiş dönemde bu yönde bazı denemeler yaptıklarını, ancak şu anda kendilerine televizyonda yayınlanabilecek kalitede bir içerik ulaşmadığını vurgulamaktadır.

Pamuk'un yaptığı bu son tespit, kurum olarak CNN Türk'ün, Haberim'e gelen içeriğin niteliğiyle ilgili bir hoşnutsuzluk içinde olduğu şeklinde yorumlanabilir. Oysa CNN Türk'ün Haberim projesini ve genel olarak kullanıcı tarafından üretilen içeriği bir hayli önemseydiği gözlemlenmektedir. Kullanıcı tarafından üretilen içerik, CNN Türk için her şeyden önce haber kaynaklarının çoğalmasında ve zenginleşmesinde anlamına gelmektedir. Pamuk'a göre Haberim katılımcıları "CNN Türk'ün gidemediği yerlerde onların gözü kulağı" olmaktadır. Haberim katılımcılarının gönderdikleri içerik, özellikle kaza, patlama vs. gibi son dakika gelişmeleriyle ilgili olduğu ve çarpıcı, kaliteli görseller barındırdığı oranda CNN Türk için daha da önem kazanmaktadır. Pamuk, kullanıcı tarafından üretilen içerikle ilgili nasıl bir beklenti içinde olduklarını gösteren bir olayı şöyle anlatmaktadır: *"Taksim'deki son patlamada [31 Ekim 2010'da meydana gelen intihar saldırısı] hemen Haberim sitesinden ve Twitter'dan bir duyuru yaptık, 'olay yerindeyseniz bize fotoğraf ve video gönderin' dedik. O gün maalesef bir dönüş olmadı. Ama ertesi gün Bağdat Caddesi'nde başka bir patlama oldu ve o olayla ilgili fotoğraflar gönderildi bize. Elimizde daha iyi görseller olduğu için bu fotoğrafları kullanmadık ama yine de bizim için çok önemli belgelerdi bunlar."*

CNN Türk - Haberim : Kullanıcı Tarafından Üretilen İçerik

CNN Yeni Nesil Hizmetler Müdürü Gözde Akgüngör Pamuk'un kendilerine televizyonda kullanılabilecek kalitede içerik ulaşmadığı yönündeki yanıtından, kurum olarak CNN Türk'ün, Haberim'de yer alan haberlerin niteliğinden yeterince hoşnut olmadığı çıkarımında bulunulmuştur. Benzer bir hoşnutsuzluğun Haberim'e gelen haberlerin niceliğiyle ilgili olarak da yaşandığı tahmin edilebilir. 28 Şubat 2011 tarihinden geriye doğru 50 haber tarandığında, en eski haberin 19 Ağustos 2010 tarihli olduğu görülmektedir. Bir başka deyişle, söz konusu 50 haber 194 günlük bir zaman dilimine yayılmaktadır ve neredeyse her dört güne sadece bir haber düşmektedir. Ayrıca sitedeki "Fotoğraflı haberler tercih sebebidir" şeklindeki hatırlatmaya rağmen Haberim kullanıcılarının gönderdikleri haberlere eşlik eden görsellerin de tatmin edici düzeyde olmadığı söylenebilir. Söz konusu 50 haberin yalnızca üç tanesinde (% 6) özgün video ve 24 tanesinde (% 48) özgün fotoğraf bulunmaktadır.

Haberim'de yer alan 50 habere biraz daha yakından bakıldığında, bu haberlerin ikisi dışında tamamının yurtçindeki, ağırlıklı olarak da İstanbul'daki kullanıcılar tarafından gönderildiği görülmektedir. Yurtiçinden gönderilen 48 haberin 21 tanesi İstanbul, kalan 27'si ise 19 ayrı ilin adresini taşımaktadır. Haberim'e gönderilen bu haberler, ele aldıkları konular açısından geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Haberim kullanıcıları, haberlerinde çevre kirliliği, yeşil

doğa, eğitim, tarihi miras ve trafik gibi konuları görece daha çok işlemekle birlikte, sitede yer alan diğer haber kategorilerine de rağbet göstermektedirler. Ancak Haberim’de ele alınan konularla ilgili yapılması gereken daha önemli tespit, birkaç istisna dışında tüm haberlerin esas olarak gönderildikleri coğrafi yerlere ilişkin ve o yerlerle sınırlı konuları işlemekte olduğudur. Bir başka deyişle Haberim’de yer alan haberler, ağırlıkla yerel bir nitelik taşımaktadır ve aşağıda daha detaylı olarak tartışılacağı gibi haberi gönderen kullanıcının kendi gündelik hayatında veya yakın çevresinde temas ettiği olayları konu almaktadır.

CNN Türk Haberim’de yer alan kullanıcı tarafından üretilen içerik, her ne kadar sitenin kendisinde ve bu çalışmada ‘haber’ olarak adlandırılrsa da, profesyonel haber medyasında alışlagelen türdeki haber metinlerinden oldukça farklıdır. Bu farklılık öncelikle biçimseldir; Pamuk’un da belirttiği gibi Haberim kullanıcılarının, profesyonel haber metinlerinde on yıllardır takip edilen 5N1K, ters piramit vs. gibi yapısal formülleri bilme ve uygulama zorunlulukları bulunmamaktadır. Benzer şekilde belli cümle kalıplarına, belli zaman kiplerine ya da belli uzunluk sınırlamalarına bağlı kalmak zorunda da değildirler. Nitekim Haberim’de yer alan haberlerin, kimi zaman onlarca kimi zaman ise sadece tek bir cümleden oluşabildiği görülmektedir. Bu haberlerde kullanılan dil ve üslup da, tamamen kullanıcıların tercihlerine göre belirlenmektedir, bu anlamda son derece kişisel ve özgürdür. Ayrıca Pamuk’un da vurguladığı gibi bu haberler editoryal bir düzeltiden geçmedikleri için sıklıkla cümle düşüklükleri ya da imla hataları da içerebilmektedir.

Haberim’de esas olarak üç farklı içerik türü bulunduğunu öne sürmek mümkündür (Bkz. Tablo). Bunlardan birincisi, kullanıcıların kendi hayatlarında doğrudan deneyimledikleri bazı olaylarla ilgili ürettikleri ilk elden tanıklıklar ve izlenimlerdir. Haberim kullanıcısının yolda tanık olduğu bir trafik kazası, turistik seyahatte rastladığı doğal bir güzellik, sokakta yaşadığı polisiye bir olay, karşı karşıya kaldığı ilginç bir durum ya da bir hava olayı vb. ile ilgili yaptığı haberler, bu ilk gruba örnek olarak gösterilebilir. Mustafa Bayraktar adlı Haberim kullanıcısının otomobiliyle giderken tanık olduğu ve kamerasıyla da görüntülediği yangınla ilgili yaptığı haber, bu türün tipik bir örneğidir: *“28 Şubat 2011 Pazartesi sabahı, Ankara - İstanbul istikametine gitmekte olan bir araç, TEM otoyolu Kurtköy mevkiinde yandı. Olaya itfaiye müdahale etti. TEM otoyolu Ankara - İstanbul istikameti geçici olarak trafiğe kapatıldı.”*

İncelenen 50 haberin 16 tanesinde (toplamın % 32’si) karşımıza çıkan bu türden Haberim içeriği, klasik haber formatına oldukça yakın olmakla birlikte, gerçek bir muhabirlik performansına dayanmamaktadır. Her şeyden önce Haberim kullanıcılarının haberini yaptıkları olaylarla ilgili tanıklıkları tamamen tesadüfidir. Ayrıca bu tanıklık, kısmi ve eksik bir nitelik arz etmektedir; Haberim kullanıcıları olayın yalnızca kendi gördükleri kadarını ve yalnızca kendilerini ilgilendiren yönleriyle ele almaktadırlar, dolayısıyla okuyucu için söz konusu olayın pek çok yönü karanlıkta kalabilmektedir. Tıpkı “İstanbul Seyrantepe’de

zincirleme kaza" başlıklı haberde olduğu gibi: "*Saat 09:10'da Seyrantepe'den Maslak istikametine giden bir servis aracı demir parmaklıkları kırarak yolun karşı tarafına geçti: 5-6 tane araç birbirine girdi. Ambulanslar hemen bölgeye ulaştı.*"

Bu tür haberlerde kullanılan dil, kimi zaman sohbet tonuna oldukça yaklaşabilmektedir. Örneğin "Hayır kavgası" başlıklı haberi gönderen Haberim kullanıcısı başından geçen olayı şöyle anlatmaktadır: "*Ümraniye merkezde açık öğretim sınavından çıktım ve eve gidiyorum. Yol üstünde bir kalabalık yeni yeni oluşmaya başlamış. İlgimi çekti ve baktım. Tuncay Özkan'ın resminin asıldığı bir araçta hayır propagandasını yapan kişilerden birine yoldan geçen bir vatandaş yumruk atmış ve kaçmış. Darp edilen kişi polise ifadesini verirken mobesa kameralarından bahsediyorlardı ve çevresine dönüp işte özgürlük bu diye bahırdı ancak ufak çaplı bir tepki gördü. Bende telefonu aldım ve çekim yapmaya başladım.*"

	Sayı	Yüzde
İlk elden tanıklık ve izlenimler	16	32
Etkinlik duyuruları ve haberleri	10	20
Sorunlar, şikayetler ve talepler	24	48

Tablo: Haberim'de Yer Alan İçerik (Haber) Türleri

Haberim'de yer alan ikinci içerik türü, kullanıcıların duyurmak ya da paylaşmak istedikleri çeşitli etkinlikleri kapsamaktadır. İncelenen 50 haberin 10 tanesinde (toplamın % 20'sinde) Haberim kullanıcıları, yakın çevrelerinden tanıdıkları, belki mensubu oldukları ya da sempati duydukları spor kulübü, üniversite, sivil toplum örgütü vb. gibi çeşitli kuruluşların düzenledikleri etkinlikleri (ya da gerçekleştirdikleri projeleri) haberleştirmektedirler. Bu tür haberler söz konusu etkinlikleri gerçekleşmeden önce duyurmak ve tanıtmak ya da gerçekleştikten sonra anlatmak amacıyla yazılmaktadır. "Yazar Hatice Meryem Nar Sanat'ta" başlıklı "*Nar Sanat Eğitim Ve Kültür Sanat Derneği, her hafta salı akşamı saat 19:00'da düzenlediği söyleşilerde unutulmaz sanatçılara ev sahipliği yapıyor.*" haberi ya da "WikiLeaks tartışılacak" başlıklı "*WikiLeaks Yeni Medya-Bilgi-Gazetecilik ekseninde tartışılacak. Daha önce WikiLeaks'e destek eylemi yapan Alternatif Bilişim Derneği 29 Ocak'ta İstanbul'da WikiLeaks paneli düzenliyor.*" diye devam eden haber, bu türün tipik örnekleridir. Bu türden Haberim haberlerinin metin formatı, kullanılan dil ve üslup açısından görece daha özenli ve ciddi olduğu, bu anlamda biçimsel olarak klasik haber metnine daha yakın olduğu görülmektedir. Zaten biraz daha yakından incelendiğinde bu haberlerin önemli bir bölümünün özgün olmadığı, yani ilk defa ve sadece CNN Türk'te yayınlanmadığı; daha önce basın bülteni ya da haber olarak başka medya kuruluşlarında (özellikle yerel medyada) da yer almış olduğu dikkat çekmektedir.

Haberim'de yer alan üçüncü içerik türü ise, kullanıcıların çeşitli sorunlarını ve bu sorunlarla ilgili şikayet ve taleplerini dile getirdikleri haberlerdir. İncelenen

50 haberin tam 24 tanesinde (toplamın % 48'inde) Haberim kullanıcıları, yaşadıkları yöreyi, mensup oldukları meslek grubunu ya da bireysel olarak kendilerini ilgilendiren sorunlarını ortaya koymakta, seslerini duyurmaya ve resmi görevlilerin, medyanın veya kamuoyunun dikkatini çekmeye çalışmaktadırlar. Örneğin bir Haberim kullanıcısı "Referandum oylamasında haksızlık" başlıklı haberinde "Bakırköydeki seçim sandıklarında, kendini gezici polis olarak tanıtan kişiler, sandık başlarına gidip biz istediğimiz yerde oy kullanırız diyerek birkaç sandıkta oy atıyorlar. Böyle bir hakları olduğunu düşünmüyorum." diye yazmaktadır. Benzer şekilde, çeşitli meslek gruplarına mensup Haberim kullanıcılarından örneğin sözleşmeli öğretmenler sınavlar ya da atamalarla, bilişim teknolojileri öğretmenleri ek ders ücretleriyle, eczacılar çalışma koşullarıyla ilgili sorunlarını ve taleplerini dile getirmektedirler. "Eczaneler Cumartesi günleri kapansın. Sizce?" başlıklı haberde olduğu gibi: "Bu çalışma süreleri hem zihinsel, hem de fiziksel olarak bizleri çok fazla zorlamaktadır, iş yerlerimizdeki verimimiz düşmektedir, a-sosyal canlılar olarak her türlü sosyal, kültürel aktiviteden uzak yaşamamıza sebep olmaktadır. Bu sebeple Eczanelerin Cumartesi günleri kapanmasını, yasal olarak bu mümkün değilse de yarım gün olarak mesai yapılmasını talep etmekteyiz." Bu türden Haberim içeriğinin çok önemli bir bölümünde ise çeşitli yörelerin sakinleri, başta doğa, çevre ve tarihi eserlerle ilgili olmak üzere yaşadıkları yerel sorunları paylaşmaktadırlar. "İzmir Özedere 5 evlerde (sevgi parkının altı) yetişmiş yaşlarının epeyce olduğunu düşündüğüm büyük çam ağaçları belediye tarafından kesiliyor." ("Belediye ağaç katliamı yapıyor" başlıklı haber); "Marmaris Selimiye Koyu Bir doğa harikasıdır. Fakat tekne turizm için bir liman yapıldı bu limanın yeri çok yanlış bir noktada bu sebeple koyumuz kirlenmeye başladı. Buna bir dur denmesi gerekiyor." ("Marmaris Selimiye Koyunu Koruyalım" başlıklı haber); "İskenderun'un Antakya yolu çıkışında bulunan ve çok tahrip görmüş Büyük İskender yerleşim (kale kalıntıları) yeri son kalıntılarında umursamazlık ve tahriplere teslim ediliyor." ("İskender Harabeleri Yok oluyor..." başlıklı haber) ya da "Gün içerisinde kasaba halkının aktif bir şekilde alışveriş amaçlı kullandığı dükkânın, bitmemiş bir inşaatın içerisinde bir şekilde kullanıma sunulması, inşaat çalışmalarından dolayı kaynaklanabilecek olası kazalara ve bu kazaların sonucunda sonu olası ölümlere kadar gidebilecek trajik kazalara maalesef adeta davetiye çıkarır bir vaziyettedir! Bu inşaatın İSKÂN RUHSATI var mı?" ("Bitmemiş inşaatın içerisine dükkân açma ruhsatını kim verdi?" başlıklı haber) gibi haberler bunun tipik örnekleridir. Görüldüğü üzere, Haberim'de yer alan bu kullanıcı tarafından üretilen içerik türünün ilk iki türün aksine klasik haber formatıyla neredeyse hiçbir yakınlığı bulunmamaktadır.

Sonuç

Haberim'de yer alan kullanıcı tarafından üretilen içeriğin, haber sayısı ve bu haberlere eşlik eden fotoğraf, video gibi görsel unsurlar anlamında nicelik olarak zayıf, ayrıca nitelik olarak da yer yer sorunlu ve tartışmalı olduğu görülmektedir. Ancak yine de, profesyonel gazetecilikle ilgili hiçbir formel eğitim, tecrübe ya da

bilgiye sahip olmayan 'sıradan' insanların ürettikleri içeriği profesyonel haber medyasına dahil edebiliyor olmaları, önemli bir kamusal imkân olarak değerlendirilmelidir. Normal şartlar altında Haberim kullanıcılarının genellikle kendi gündelik hayatlarında veya yakın çevrelerinde temas ettikleri olaylarla ilgili ürettikleri son derece kişisel nitelikteki bu içeriğin geleneksel haber medyasında yer alabilmesi pek de mümkün görünmemektedir.

Haberim'de yer alan içerik, benzer ampirik çalışmaların (Örnebring 2008; Pantti ve Bakker 2009; Thurman 2008) bulgularına paralel şekilde, ağırlıklı olarak yumuşak haber (yayınlanması aciliyet gerektirmeyen, düşük haber değeri taşıyan, genellikle insan hikâyeleriyle ilgili olan haber) niteliğindedir. Zaten sitedeki haber kategorilerinin çevre kirliliği, doğal güzellikler, eğitim, hava olayları, hayvanlar vb. şeklinde belirlenmiş olması da, CNN Türk'ün Haberim kullanıcılarını sert haber üretmek için teşvik etmediğini ortaya koymaktadır.

Haberim kullanıcıları, doğrudan deneyimledikleri olaylarla ilgili ürettikleri tanıklık ve izlenimlerin birkaç tanesi dışında, gerçek bir habercilik/muhabirlik performansında bulunmamaktadırlar. Haberim'e gönderilen kullanıcı tarafından üretilen içeriğin nitelikleri de, kullanıcıların habercilik/muhabirlik yapma isteğinden ziyade, kendi seslerini duyurma motivasyonu ile hareket ettiklerini göstermektedir. Haberim kullanıcıları, yaptıkları haberlerde ağırlıklı olarak yaşadıkları sorunları, bu sorunlara bağlı şikayet ve talepleri ya da düzenledikleri etkinlikleri duyurmayı hedeflemekte ve bu amaçla CNN Türk Haberim'i bir kürsü gibi kullanmaktadırlar.

Haberim kullanıcılarının yaptıkları özgün fotoğraf ve videolar da içeren haberleri, profesyonel haber medyasında yer alan içeriği zenginleştirici bir unsur olarak değerlendirmek gerekir. Kullanıcılarının kendi hayatlarında deneyimledikleri olaylarla ilgili tanıklıklarını ya da yaşadıkları sorunları aktardıkları haberler, birçok yönüyle okuyucular için oldukça ilginç ve cazip olabilir. Çünkü okuyucuların, konu aldıkları olayları ya da sorunları bizzat yaşamış insanlar tarafından ilk ağızdan ve sıcaklığı sıcaklığına aktarılan, bu nedenle renkli ve daha önemlisi son derece kişisel bir perspektifle sunulan bu türden haberleri, anaakım medyada bulabilmeleri pek de olası değildir.

Ancak yine aynı nedenden dolayı bu haberler, olayların ya da sorunların yaşandığı yerlerden hızlıca geçilmiş ham veriler olarak değerlendirilmelidir. Daha önce de vurgulandığı gibi, Haberim kullanıcıları yaşadıkları olayların ya da sorunların yalnızca kendi gördükleri kadarını, kendilerini ilgilendiren yönleriyle ele almakta, diğer pek çok yönünü dışarıda bırakabilmektedirler. Haberim okuyucuları, bu haberleri aracısız olarak, ilk ağızdan takip etseler de, gerçekte ne olduğu sorusuna her zaman net yanıtlar bulamayabilmektedirler. Bu anlamda Haberim'de yer alan haberlerin genellikle tamamlanmamış bir nitelik arz ettiği, yani profesyonel haber metinlerinde var olan (ya da olması beklenen) kuşbakışı bir perspektiften ve bütüncül bir yapıdan yoksun olduğu söylenebilir. Oysa, sağlanması yapılmadığı için doğruluğu bile şüpheli olan rastgele ve bölük pörçük tanıklıklar yerine resmin

bütününün gösterilmesi, olayın/sorunun arka planının araştırılması, gerekiyorsa yakın tarihin bağlamına oturtulması gerekmektedir. Bu ise Haberim kullanıcılarının değil, esas olarak profesyonel gazetecilerin sorumluluk alanında kalan bir iştir.

Haberim'in editoryal işleyişine bakıldığında, kullanıcı tarafından üretilen içeriğin, üzerine hiçbir ekleme yapılmadan basitçe yayınlandığı, gelen haberlerin yanlışları ve eksikleriyle olduğu gibi bırakıldığı görülmektedir. CNN Türk, Haberim'e gönderilen haberleri işleyip geliştirmeyi veya Pamuk'un belirttiği şekilde "ihbar kabul edip ayrıca haber yapmayı" tercih etmemektedir. Bu anlamda CNN Türk'ün web sitesinde kullanıcı tarafından üretilen içerik ile profesyonel içeriğin hiçbir şekilde karıştırılmadığı; Haberim'in çok açık bir şekilde profesyonel içerikten tecrit edildiği görülmektedir. Oysa Bowman ve Willis'in de başka bir bağlamda tespit ettikleri gibi, Haberim, profesyonel gazetecilerin dahil olmadığı "sadece okuyucuların konuştuğu ve tartıştığı kapalı devre bir ek" olarak kaldığı sürece, hiçbir zaman gerçek bir çevrimiçi topluluk olamayacaktır (2003:55).

Bu noktada esas belirleyici olan, kurum olarak CNN Türk'ün ve Haberim editörlerinin, Haberim kullanıcılarını nasıl algıladıkları, onlarda ürünlerinin değerini arttıracak bir yetenek görüp görmedikleridir (Wardle ve Williams 2010:795). CNN Türk, hiç kuşkusuz Haberim kullanıcılarını yalnızca ve basitçe 'müşteri' olarak görmemektedir. Bu medya kuruluşu, kullanıcılarına sunduğu katılım imkânlarını arttırmayı arzulamakta, ayrıca daha önce de belirtildiği gibi Haberim projesini ve genel olarak kullanıcı tarafından üretilen içeriği bir hayli önemsemekte, özellikle son dakika gelişmeleriyle ilgili kullanıcı kaynaklı görsellere profesyonel içeriğe benzer bir önem ve statü vermektedir. Ancak CNN Türk'ün Haberim kullanıcılarını 'ortak üretici' olarak da görmediği söylenmelidir. Örneğin kullanıcılarla gazeteciler arasında daha fazla diyalog kurulması, haber üretim süreçlerinde ortak çalışma ve işbirliği imkânlarının denenmesi, CNN Türk'ün hedefleri arasında yer almamaktadır. Pamuk, bu konuyla ilgili kurumunun bakışını "*Haberim'e haber gönderen kişi, en fazla haber kaynağı ya da ona yakın bir şey olabilir. Onu alıp işleyecek olan, habere dönüşürecek olan yine gazetecidir.*" diyerek özetlemektedir.

Toparlanacak olursa, farklı ulusal bağlamlarda yapılmış çalışmaların sonuçlarına benzer şekilde, bu çalışmanın da katılımcı gazetecilik senaryolarının devrimci vaatlerinden henüz oldukça uzakta olduğumuzu ortaya koyduğunu söylemek mümkündür. Ancak webin eşitlikçi yapısı gazetecilerle internet kullanıcılarını otomatik olarak aynı düzeye getirmese de (Rebillard 2010:331) ve medya kuruluşları şimdilik katılım mimarisi yerine yayınlama mimarisi geliştiriyor olsalar da (Hermida 2008), kullanıcı tarafından üretilen içeriğin önemini azımsamak son derece yanlış olacaktır. Gerek Haberim vb. katılımcı kurumsal yapıların, gerekse bloglar, kolektif haber siteleri vb. yurttaş medyalarının varlığı ve yükselişi, yurttaşların zengin ve çok yönlü olarak bilgilenebilmeleri ve daha da önemlisi istedikleri zaman kendilerinin de haber üretim süreçlerine katılabilmeleri anlamında hayati bir kamusal işlevi yerine getirmektedir.

Kaynakça

BOWMAN Shayne ve WILLIS, Chris (2003), **We Media (How audiences are shaping the future of news and information)**, ABD: The Media Center at The American Press Institute.

BRUNS Axel (2005), **Gatewatching: Collaborative Online News Production**, New York: Peter Lang.

CANGÖZ İncilay (2003), "Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın", Sevda Alankuş (der.), **Gazetecilik ve Habercilik** içinde, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, ss. 101-118.

DICKSON David (1992), **Alternatif Teknoloji**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

DEUZE Mark (2006), "Ethnic media, community media and participatory culture", **Journalism**, Cilt. 7, Sayı. 3, ss. 262-280.

DEUZE Mark (2003), "The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online", **New Media & Society**, Cilt.5, Sayı. 2, ss.203-230.

DOMINGO David (2008), "Interactivity in the daily routines of online newsrooms: dealing with an uncomfortable myth", **Journal of Computer-Mediated Communication**, Cilt. 13, Sayı. 3, ss. 680-704.

DURAN Ragıp (2003), "Yurttaş Gazeteciliği", Sevda Alankuş (der.), **Gazetecilik ve Habercilik** içinde, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, ss. 85-99.

GARCELON Marc (2006), "The 'Indymedia' Experiment: The Internet as Movement Facilitator Against Institutional Control", **Convergence**, Cilt. 12, Sayı. 1, ss. 55-82.

GILLMOR Dan (2006), **We The Media**, ABD: O'Reilly.

GLASER Mark (2005), "Did London bombings turn citizen journalists into citizen paparazzi?", **Online Journalism Review**, <http://www.ojr.org/ojr/stories/050712glaser> [2.11.2008].

GOODE Luke (2009), "Social news, citizen journalism and democracy", **New Media & Society**, Cilt. 11, Sayı. 8, ss. 1287-1305.

HERMIDA Alfred. "How the MSM is tackling participatory journalism", **Reportr.net**, 24 Mayıs 2008, <http://www.reportr.net/2008/05/24/how-the-msm-is-tackling-participatory-journalism> [19.11.2010].

HERMIDA Alfred ve THURMAN Neil (2008), "A Clash of Cultures: The integration of user-generated-content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites", **Journalism Practice**, Cilt. 2, Sayı. 3, ss. 343-356.

IWAARDEN Jos van v.d. (2010), "Web 2.0: The Era of User Generated Content on Web Sites", In Lee (ed.), **Encyclopedia of E-Business Development and Management in the Global Economy** içinde, ABD: Business Science Reference, ss. 1176-1182.

JENKINS Henry (2006), **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**, New York: New York University Press.

KIM Eun-Gyoo ve HAMILTON James W. (2006), "Capitulation to capital? OhmyNews as alternative media", **Media, Culture & Society**, Cilt. 28, Sayı. 4, ss. 541-560.

LASICA Joseph Daniel (2003) 'What is Participatory Journalism?', **Online Journalism Review**, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php> [10.12.2009].

LEHMAN-WILZIG Sam N. ve SELETZKY Michal (2010), "Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification", **Journalism**, Cilt. 11, Sayı. 1, ss. 37-56.

MACKINNON Rebecca (2007), "Blogging, Journalism and Credibility: The Future of Global Participatory Media" Yoshikuni Ono (Ed.), **On Global Communication** içinde, Kyoto: Seikai Shisosya.

NIP Joyce Y. M. (2006), "Exploring The Second Phase of Public Journalism", **Journalism Studies**, Cilt. 7, Sayı. 2, ss. 212-236.

PAMUK Gözde Akgüngör (2010), 11 Kasım tarihli mülakat, CNN Türk, Bağcılar - İstanbul.

PANTTI Mervi ve BAKKER Piet (2009), "Misfortunes, Memories and Sunsets: Non-Professional Images in Dutch News Media", **International Journal of Cultural Studies**, Cilt. 12, Sayı. 5, ss. 471-489.

PAULUSSEN Steve v.d. (2007), "Doing It Together: Citizen Participation In The Professional News Making Process", **Observatorio Journal**, Sayı. 3, ss. 131-154.

PAULUSSEN Steve ve UGILLE Pieter (2008), "User Generated Content in the Newsroom: Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism", **Westminster Papers in Communication and Culture**, Cilt. 5, Sayı. 2, ss. 24-41.

PECQUERIE Bernard ve KILMAN Larry (2007), "From Citizen Journalism to User-Generated Content", **Media Making Change** içinde, eJournal USA, Cilt. 12, Sayı. 12, ss. 9-11.

PLATON Sara ve DEUZE Mark (2003), "Indymedia Journalism: A radical way of making, selecting and sharing news?", **Journalism**, Cilt. 4, Sayı. 3, ss. 336-355.

Radikal, "Vatandaşın Gözü Her Yerde", <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=244324&tarih=13/01/2008> [20.04.2009].

REBILLARD Franck ve TOUBOUL Annelise. (2010), "Promises Unfulfilled? 'Journalism 2.0', User Participation and Editorial Policy on Newspaper Websites", **Media, Culture & Society**, Cilt. 32, Sayı. 2, ss. 323-334.

REESE Stephen v.d. (2007), "Mapping the blogosphere: Professional and citizen-based media in the global news area", **Journalism**, Cilt. 8, Sayı. 3, ss. 235-261.

ÖRNEBRING Henrik (2008), "The Consumer as Producer-of What? User generated tabloid content in The Sun (UK) and Aftonbladet (Sweden)", **Journalism Studies**, Cilt. 9, Sayı. 5, ss. 771-785.

ÖZTÜRK Serdar (2010), "En Eski ve En Yeni İletişim Medyası: İnsan", **Praksis**, Sayı. 24, ss. 115-132.

Sendeyolla, "Hürriyet'in Gönüllü Muhabirleri", <http://www.sendeyolla.com/haberdetay.aspx?&cid=70&fid=47573&id=47575&ccatID=32> [20.04.2009].

THURMAN Neil (2008), "Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media", **New Media & Society**, Cilt. 10, Sayı. 1, ss. 139-157.

WALL Melissa (2005), "Blogs of war: Weblogs as news", **Journalism**, Cilt. 2, Sayı. 2, ss. 153-172.

WARDLE Claire ve WILLIAMS Andrew (2010), "Beyond user-generated content: a production study examining the ways in which UGC is used at the BBC", **Media, Culture & Society**, Cilt. 32, Sayı. 5, ss. 781-799.