



JOURNAL OF SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES RESEARCH

Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi

Open Access Refereed e-Journal & Refereed & Indexed

Article Type	Research Article	Accepted / Makale Kabul	30.11.2019
Received / Makale Geliş	29.09.2019	Published / Yayınlanma	30.11.2019

YAVAŞ GAZETECİLİK: YENİ MEDYA GAZETECİLİĞİ, HIZININ KURBANI MI OLUYOR?

SLOW JOURNALISM: IS NEW MEDIA JOURNALISM A VICTIM OF ITS SPEED?

Öğr. Gör. Fırat ATA

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Antakya Meslek Yüksekokulu, Hatay / TÜRKİYE,
ORCID: 0000-0002-0905-0739.



Doi Number: <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.1603>

Reference: Ata, F. (2019). Yavaş Gazetecilik: Yeni Medya Gazeteciliği, Hızının Kurbanı mı Oluyor? *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(45), 3834-3839.

ÖZET

Yeni medya, “etkileşim ve eş zamansız olabilme” gibi özellikleri sayesinde geleneksel medya karşısında pek çok avantaja sahiptir. Bu avantajlar, “depolama ve arşivleme, cevap verebilme, maliyet ucuzluğu, erişim kolaylığı ve hız” gibi kavramlarla açıklanabilir. Bu avantajların bazı durumlarda dezavantaja dönüştüğü görülebilir. Örneğin, yeni medyanın en önemli avantajlarından biri olarak görülen hız, yeni medya haberciliğinde bazı sorunları beraberinde getirmektedir. Haber içeriğinde yer alan bilgilerin onaylatmadan/doğrulamadan anlık bir şekilde enformasyon sürecine sokulması, habercilik adına en önemli unsurlardan biri olan haberin güvenilirliğini ortadan kaldırmaktadır. Geleneksel habercilikte haberi derlemek, toplamak ve doğrulamak için yeterli zaman bulunmaktadır. Dolayısıyla haberi geç vermekle birlikte doğrularak verebilme imkânı da vardır. Bahsi geçen ilişkiler, bu çalışma kapsamında Susan Greenberg’in literatüre kazandırdığı “yavaş gazetecilik” kavramıyla ele alınmıştır. Yavaş gazetecilik kavramıyla haberin daha uzun sürede/daha etraflıca üretilmesi için gerekli olan zamanın ayrılması kastedilmektedir. Çalışmanın amacı, yeni medyanın “hız” avantajının kontrollü bir şekilde kullanılması gerektiğini aksi takdirde habercilik açısından önemli sorunların oluşabileceğini ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Yavaş gazetecilik, yeni medya, yeni medya gazeteciliği, geleneksel medya.

ABSTRACT

The new media has many advantages over traditional media due to its features such as “interaction and being asynchronous”. These advantages can be framed by concepts such as “storage and archiving, responsiveness, cost-effectiveness, ease of access and speed”. These advantages appear to turn into disadvantages in some cases. For example, the concept of speed, which is seen as one of the most important advantages of new media, brings some problems in new media journalism. The fact that the information contained in the news content is instantly entered into the information process without approval/ verification, eliminates the credibility of the news, which is one of the most important elements in the name of journalism. In traditional journalism, there is enough time to compile, gather and verify the news. Therefore, it is possible to give the news lately as well as verifying it. In the context of this study, Susan Greenberg's concept of “slow journalism” is discussed. By slow journalism, it is meant to allocate the time necessary to produce the news in a longer period of time. The aim of the study is to demonstrate that the “speed” advantage of the new media should be used in a controlled manner, otherwise serious problems may arise in terms of journalism.

Keywords: Slow journalism, new media, new media journalism, traditional media,

1. GİRİŞ

Günümüzde medyaya yönelik yapılan çalışmaların önemli bir kısmını “yeni medya ve geleneksel medya” arasındaki ilişki oluşturmaktadır. Konuyla ilgili yapılan pek çok çalışmada yeni medya, geleneksel medyanın bitiricisi mi yoksa tamamlayıcısı mı sorusu cevaplanmaya çalışılmaktadır. Araştırmaların ele aldıkları konuya ve bakış açılarına göre bahsi geçen soruya yönelik cevaplar üretilmektedir. Yeni medyanın geleneksel medyanın sonunu getirdiğini (en azından geleneksel medyanın gidecek bir yerinin kalmadığını) öne süren çalışmalarda, köklü bir geçmişe sahip olan ve radyo, televizyon ve gazete gibi temel araçları kapsayan geleneksel medyanın var olan mevcut durumunu koruyabilmesi dahi önemli görülmektedir. Yeni medyanın geleneksel medyanın

tamamlayıcısı olduğunu ortaya koyan çalışmalarda ise geleneksel medyanın yeni bir seviyeye dâhil olduğunun ve geleneksel kitle iletişimdeki eksikliklerin giderildiğinin altı çizilmektedir.

Geleneksel medyanın tamamlayıcısı da olsa geleneksel medyanın sonunu da getirse/güçlenmesini de durdursa, yeni medya bunu sahip olduğu teknolojik temeli ve özellikleriyle yapabilmektedir. Gündelik hayatın pek çok alanında kullanılabilen araç ve alanları kapsayan yeni medya, yöndeşebilen ve sayısallaşabilen bir teknolojik alt yapıya sahiptir. Kullanıcılarının etkileşimine izin verebilme, kullanıcılarının dilediği zamanda içerikleri tüketebilme ve kitlesizleştirebilme gibi temel özellikler taşımaktadır. Yeni medyanın başlıca özellikleri dışında, depolama ve arşivleme, hipermetinsellik, çoklu ortam (multi-medya), taze içerikler (haber vb.) sunabilme/anlık içerik sunabilme ve ucuz maliyetli olabilme ve kişiselleştirme gibi özellikleri de bulunmaktadır.

Yeni medyanın geleneksel medyaya göre önemli avantajlarından biri hızıyla ilgilidir. Geleneksel medyada bir haberin yayınlanması yapısal açıdan anlık olarak yapılamamaktadır. Örneğin televizyonda “son dakika yayını” şeklinde bir format dışında bir haberin yayınlanması, saat başı haber bültenlerinde veya akşam saatlerinde yayınlanan ana haber bülteniyle mümkün olabilmektedir. Gazete söz konusu olduğunda ise haberin en erken yayınlanacağı tarih sonraki gündür. Yeni medyada ise bu durum olduğu gibi değişmektedir. Gelenekselin tersine yeni medyada anlık olarak içerikler paylaşılabilen ve haberler okura hızlıca ulaştırılabilmektedir.

Yeni medyanın hızı, önemli bir avantaj olabilmekle birlikte bazı durumlarda dezavantaja da dönüşebilmektedir. Hız özelliğinin habercilik sektöründe dikkatsizce/özensizce kullanıldığını gören bazı teorisyenler konuyla ilgili bir takım çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalardan biri, Susan Greenberg’e aittir. Greenberg, yavaş gazetecilik kavramıyla yeni medyanın hız özelliğine yönelik çözümler yapmıştır. Küresel anlamda dikkat çeken “yavaş hareketine” bağlı olarak türetilen pek çok kavramdan biri olan yavaş gazetecilik, yeni medyaya yapılan bir atıf ve/veya yeni medyanın geleneksel medyaya bir göz kırpması olarak yorumlanabilir.

Yavaş gazetecilik, medyanın önemli ürünlerinden biri olan haber içerikleri için yeterince zaman ayrılmasını sorunlu bulan bir kavramdır. Geleneksel gazetecilikte haberi, olayın gerçekleşme süresinden daha geç olarak girebilme durumu aynı zamanda haberin gazetecilik kurallarına göre derlenip-toparlanmasına ve haber içeriğinde yer alan bilgi kaynağıyla doğrulanabilmesi için gerekli olan zamanın varlığına da işaret etmektedir. Özetlemek gerekirse yavaş gazetecilik, geleneksel gazeteciliğin yeni medya gazeteciliğinin önüne geçtiğini vurgulayan bir çalışma alanı oluşturmuştur.

Literatürde tartışılan güncel konulardan biri olan yavaş gazeteciliği konu alan bu çalışma kapsamında, söz konusu kavramla ilgili literatür taramasına yer verilmiştir. Çalışma, gazetecilik alanına kazandırılan güncel kavramlardan biri olan “yavaş gazetecilik” kavramını betimsel açıdan ele alması ve konuyla ilgili çalışmak isteyen araştırmacılar için teorik bir çerçeve çizilebilir adını veriler sağlaması açısından önem taşımaktadır.

2. YAVAŞ GAZETECİLİK KAVRAMI ÜZERİNE BİR LİTERATÜR TARAMASI

Yavaş gazetecilik küresel anlamda etkileri söz konusu olan “yavaşlık hareketleri” sonucu oluşan bir kavramdır. Yavaşlık hareketleri, yavaş yemekten yavaş medyaya kadar pek çok alanda etkili olmuş bir hareket zincirinin adı olmuştur. Dolayısıyla yavaş gazetecilik kavramına geçmeden önce yavaşlık hareketi, yavaş yemek ve yavaş medya kavramları hakkında bilgi vermek konunun anlaşılabilirliğini artıracaktır.

Küreselleşme insanları daha çok çalışmaya, daha hızlı yaşamaya, üretmeye ve tüketmeye zorlamaktadır. Bu hızlı akış, hem çevrenin bozulmasına neden olmakta hem de insanların geçmişten bugüne getirdiği toplumsallaşma ve yaşamsal birikimlerini renklendiren kültürel unsurların yerini sıradan unsurlara bırakmasına neden olmaktadır. Son yıllarda karşımıza çıkan “yavaş hareketi” hızlı ilerleyen modern hayatı eleştirip, yeme içme biçimi, ekonomik hayat, trafik, gazetecilik ve moda kadar hız ve modern tüketim kalıplarını dönüştürecek bir kültürel değişimi savunmaktadır (Özmen, Birsen ve Birsen, 2016: 38). Diğer bir ifadeyle, yavaşlık¹ hareketi, küreselleşmenin ve beraberinde getirdiği hızlı tüketim alışkanlıklarını yaşamın her alanında sorgulayan ve doğal sürecin dışında bireylerin içine düştüğü hızlı

¹ Yavaşlık hareketindeki yavaşlık kavramıyla, genel anlamda rahat/modern yaşam felsefesini savunan düşünce kastedilmektedir. Modernizm ve küreselleşmeyle beraber hayatın hızlı akışı, toplumsal düzenleri yeniden şekillendirmiştir. Hızlı yaşam hayatın her boyutundaki ana özellik olarak görmeye başlanmıştır (Bilecen ve Bayraktutan, 2018: 346).

yaşam tutkusuna karşı mücadele veren bir akım olarak ortaya çıkmıştır. Hareket, seyahatten ekonomiye, yeme-içme alışkanlıklarından kent yaşamına, cinsellikten genel yaşam tarzına kadar her konuda yerelliği, doğallığı ve insan doğasıyla uyum içerisindeki yavaşlığı destekleme iddiasındadır (Güven, 2011: 120). Yavaş yemek hareketi, 1980’lerde “fast food” olarak adlandırılan yeme alışkanlığına karşı geliştirilmiştir. Daha sonra yavaş şehir hareketi, yavaş yemeği takip etmiştir. 30 ülkede 225 şehrin üye olduğu yavaş şehir organizasyonu yerel yaşamı ve yerel kalkınmayı ifade etmektedir. Hareketin çıkış noktasını küreselleşmeye karşı yerel kültürel unsurlara sahip çıkılması ve desteklenmesi, çevrenin korunması ve sürdürülebilir çevre politikalarının uygulanması gibi çalışma alanları oluşturmaktadır (Özmen vd., 2016: 38).

Yavaş medya düşüncesi, hızlı ve bireyleri dört bir yandan kuşatan iletişim araçlarının insan sağlığı üzerinde yarattığı tahribata dikkat çekmiş ve bu araçlar vasıtasıyla edinildiği varsayılan enformasyonun aslında bilgi olmadığı gerçeğini bir kez daha vurgulamıştır. İnternet ortamına haber okumak için bağlanan bir kullanıcının, sürekli yanıp sönen bannerlar ve tıklanılan sekmeler arasında kaybolması, hızlı bir biçimde bambaşka yerlere sürüklenmesi olasıdır (Güven, 2011: 120-121). Yeni medya çağında dijital ortamda üretimi ve paylaşımı hızlanan habercilik anlayışı geleneksel haber içeriği ve pratiklerinin de değişimini zorunlu kılmıştır. Gazetecilik için harcanan zaman, üretilen haberin kalitesini etkiler mi? sorusu günümüzde dahi geçerliliğini koruyan bir sorudur. Hızın her şeyden önemli kılındığı, 7/24 haberciliğin tüm medya atmosferine hâkim olduğu bir çağda haber için biraz daha fazla zaman ayırmak, araştırma yapmak ve farklı görüş almak ne kadar anlamlı olabilir sorusu önemlidir (Bilecen ve Bayraktutan, 2018: 341). Bu sorular yavaş medya kavramının açıklanması ve pozitif yönlerinin vurgulanmasını gerektirmektedir.

Gazetecilik; pratikleri gelişen teknolojiyle giderek değişmeye başlamış ve haberlerin üretimi ve tüketimi bu hıza bağlı olarak geleneksel değerlerden de uzaklaşmaya başlamıştır. Bu durumda akademiye ve alandaki tartışmalara bakıldığında, alternatif olması bakımından yeni gazetecilik türlerinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu alternatif gazetecilik türlerinden biri de yavaş hareketinden beslenen ve yavaşlama felsefesini odağına alan yavaş medya ve yavaş gazetecilik örneğidir (Birsen, Oğur ve Özmen, 2018: 370).

Yavaş gazetecilik kavramını 2007 yılında literatüre kazandıran kişi, Susan Greenberg olmuştur (Le Masurier, 2015: 141). Greenberg, yavaş gazetecilik kavramını kullanarak “anlatı ve olgusal keşfe eşit değer veren hikâye anlatıcılığını” tanımladığını belirtmektedir. Greenberg’e göre yavaş gazetecilik, rekabeti farklılaşma yoluyla yenmenin bir yolu olarak anlaşılabilir. Yavaş gazetecilik kavramıyla piyasaların bilinci ortaya konulabilir. Yavaş gazetecilikle yaygın olarak metinsel üretimi yavaşlatan ekstra bir aşama olarak görülen düzenleme sürecinin gerekliliğine atıf yapılmaktadır (2015: 1).

Yavaş gazeteciliği, orijinal bir konu hakkında daha derin düşünmek ve/veya soruşturmak için zaman gerektirdiği şeklinde genel bir tanımla ele almak mümkündür. Yavaş gazetecilikle hem zor haber hikâyeleri hem de anlatı tekniklerini içeren hikâyelere yönelik çözümlenmelere yer verilmektedir. Yavaş hareketi, sadece gazeteciliğin gerçek anlamda doğru olması gerektiğini değil, aynı zamanda kaynakların tüketiciler tarafından şeffaflık yöntemleri çerçevesinde doğrulanabilmesini gerekli kılmaktadır (Le Masurier, 2015: 143). Diğer bir ifadeyle yavaş gazetecilik yapan gazeteciler, raporlama zamanını günler yerine aylar veya yıllar cinsinden ölçmüşlerdir. Dolayısıyla yavaş gazetecilik, açıklığı ve şeffaflığı vurgular, izleyicilere kaynağını ve yöntemlerini izah eder ve nihai ürüne katılmaya davet eder (Blanding, 2015).

Yavaş gazetecilik, sadece belirli bir kelime sayısına veya üretim süresine ulaşmakla ilgili değil, bir izleyici kitlesine ulaşmakla da ilgilidir. Ayrıca izleyiciye yalnızca teknik olarak değil, daha da önemlisi izleyiciyi entelektüel ve duygusal olarak bağlamakla da ilgilidir. “Yavaşlık” olgusu gazetecilik alanında süresi veya temposundan ziyade iletişimsel sürecin kapsamını ve ahlaki önemini açıklar (Ball, 2016: 1). Pedriza, yavaş gazetecilikle ilgili önerdiği tanımda çoğu doktrinin aksine yavaş gazeteciliği, bir tür değil, tüm gazetecilik türlerine uygulanabilir ve okurlarla alakalı bilgileri sağlamak için gazetecilik bilgilerinin üretim ve güncelleme zamanlarını etkin bir şekilde uyarılma eğilimi gösteren bir süreç olarak ele almaktadır (2017: 143).

Yavaş gazeteciliğin oldukça köklü bir geçmişe sahip olduğunu belirten Belt ve South’a (2015: 3) göre, matbaadan önce dahi yavaş gazeteciliğin örneklerine rastlamak mümkündür. Marco Polo’nun Asya’ya yaptığı seyahatleri ve Kubilay Han ile olan etkileşimlerini anlattığı “Livres des Merveilles du Monde”

adlı eser ve Faslı bilgin Ebu Abdullah Muhammed İbn Battuta'nın seyahatlerini anlattığı eserler, yavaş gazeteciliğin ilk örnekleri olarak değerlendirilebilir.

Yavaş gazeteciliğin günümüz için yeni olabileceğini belirten Le Masurier (2016), kavramın yüzyıllardır yavaş üretilen ve tüketilen gazetecilik türlerini yok saymaması gerektiğinin altını çizmektedir. Yavaş gazetecilik kavramını tanımlayan/değerlendiren bazı uygulamacılara göre, çözümlenmelerine “etik değerlerin tehlikeye atılması, kullanıcı dikkatinin ortadan kalkması, aşırı hızlanma ve aşırı gazetecilik üretimi” gibi kavramları da dâhil edilmelidir. Özellikle son on yılda gazetecilikte ortaya çıkan etik problemler, her zamankinden daha büyük önem ve aciliyet taşımaktadır. Yavaş gazetecilik de bir nevi bu aciliyete bir çözüm önerisi niteliğindedir. Yavaş gazetecilik, rekabeti yenmek için hız ve kapitalist haber etiğine duyulan ihtiyaca vurgu yapmaktadır (2016: 439). Yavaş gazetecilik, yeni operatörlerin (sosyal ağlar, haber toplayıcılar) ortaya çıkmasıyla işaretlenmiş dijital bir çağda, haber üretim döngüsünün hızlanmasından kaynaklanan aşırı bilgi yüklenmesine bir karşı cevap olarak düşünülmektedir (Pedriza, 2017: 129).

Neveu, gazetecilikteki “yavaşlık” niteliğini 4 aşamada özetlemektedir (2016: 453-455):

- Yavaşlamanın ilk anlamı, hız ve canlı raporlama kültürünün eleştirisi ile bağlantılıdır. Gazetecilik, gerçekleri kontrol etmek, veri toplamak ve işlemek için zamana ihtiyaç duymaktadır.
- Yavaşlamanın ikinci anlamı, ele alınan konunun izlerini bir bilgisayar/cep telefonunun sınırları içerisinde değil gerçek dünyada aramaya teşvik etmektir.
- Yavaşlamanın üçüncü anlamı, “daha azı” içermektedir. Yavaş gazetecilik, son dakika haber kanallarından, cep telefonu ekranlarından, radyolardan ve dergilerden gelen “haberlerin” aşırılığına tepki göstermektedir.
- Yavaşlamanın dördüncü anlamı ise, anlatıyı ve genellikle daha uzun formulu yazıyı önermektir. Yavaş gazetecilik, çeşitli raporlama stillerinde bulunabilirse anlatı gazeteciliğini ön plana çıkarabilir.

Yavaş gazetecilikte yavaşlamayı “akıllıca bir süreç” olarak ele alan Bathke, bu gazetecilik türünde hızdan ziyade bilgiye önem verildiğini belirtmektedir. Yavaş gazetecilik, haberi gürültü unsurlarından alıkoyar ve daha yönetilebilir-daha sindirilebilir haber formatına getirir (2019). Yavaş medya dolayısıyla yavaş gazetecilik hareketiyle hedeflenen şeyin, hızlı enformasyonun beraberinde getirdiği bellek yitimi ve manipülasyonla mücadele etmek olduğu anlaşılmaktadır (Güven, 2011: 120). Güvenilir, yeterli ve katma değer bilgisine sahip olması gereken yavaş gazetecilik, dijital alanlarında yayılan yanlış bilgilere karşı savaşmayı öngörmektedir (Pedriza, 2017: 143).

Geleneksel kalite değerlerine geri dönüşü savunan bu hareketler gibi, yavaş gazetecilik de zamanın uzun biçimli gazetecilik prensiplerini benimsemiştir. Yeni gazetecilik, yaratıcı kurgusal olmayan, açıklayıcı gazetecilik, sürükleyici gazetecilik, etnografik gazetecilik ve edebi/anlatı gazeteciliği gibi türler, yavaş gazeteciliğin farklı yönlerini sunmaktadır (Belt ve South, 2015: 2; Neveu, 2016: 452). Bilecen ve Bayraktutan'a (2018) göre, yavaş gazetecilik uygulamaları için geleneksel medyanın işaret edilmesi, kavramın ontolojik olarak dijital ortamdaki olanaklarını tartışmalı kılmaktadır. Okurlar açısından ise dikkat çeken unsur, mevcut yeni medya düzeni içerisinde özellikle ticari kaygılarla donatılmış haber medyası bağlamında yoğunlukla enformasyon bombardımanına maruz kalmalarıdır (2018: 352-353).

Yavaş gazetecilik ve sosyoloji arasındaki ilişkiye odaklanan Lyon (2017), yavaş gazeteciliğin, çeşitli tarihsel ve analitik ilişkilerle bağlantılı olduğunu belirtmektedir (109-110). Yavaş medyanın da yavaş yemek gibi hızlı tüketimden ziyade içerikleri dikkatlice seçmek ve konsantre bir şekilde hazırlamayı kapsadığını ifade eden Köhler, David ve Blumtritt (2010), “Yavaş Medya Manifestosu” adlı çalışmalarında, dikkate alınması gereken bazı noktaları aşağıda belirtmişlerdir:

- Yavaş medya, sürdürülebilirliğe bir katkıdır,
- Yavaş medya, mükemmelliği hedefler,
- Yavaş medya, kaliteyi elle tutulur hale getirir,
- Yavaş medya, söylemsel ve iletişimseldir,
- Yavaş medya, sosyal medyadır,

- Yavaş medya, kullanıcılarına saygı gösterir,
- Yavaş medya, reklam değil tavsiyeler yoluyla dağıtılır,
- Yavaş medya, zamansızdır,
- Yavaş medya, otomatiktir,
- Yavaş medya, gerici değil ilericidir,
- Yavaş medya, hem üretimde hem de medya içeriğinin alınmasında kaliteye odaklanır.

3. SONUÇ

Habere ve haberciliğe dayanan bir meslek olan gazetecilikte zaman kavramının önemli olduğu tartışma götürmez bir gerçektir. Haberin üretim süreci belirli bir zaman dilimine ihtiyaç duymaktadır. Muhabir/haberi yapan kişi, haber değeri taşıdığını düşündüğü olay/olgu ve bilgi gibi ham maddeleri habercilik kurallarına göre (etiksel değerlere uygunluğu, maddi hatalardan arındırma, yazım kuralları, giriş çeşitleri vb.) işler, haberde kullandığı cümleleri gerekirse birden fazla kaynağa sorgular ve bu sürecin sonrasında yayınlamak üzere ilgili birimlere iletir. Bu süreç, hem okur hem de haber üreticileri tarafından değerli görülme durumundadır. Okur, haberlerinde kasıtlı/kasıtsız yanlışlar bulduğu habercilik/gazetecilik kuruluşlarına güven duygusunu kaybedebilir ve buna paralel olarak haberi yapan gazeteyi satın alma davranışına girmek isteyebilir. Habercilik/gazete kuruluşu da bu süreçten maddi ve manevi boyutlarda zararlar görebilir.

Haberin “hızlı veya yavaş” olarak yayınlanması üzerine yapılan tartışmalar, yeni medya kavramının ivme kazanmasıyla artmıştır. Geleneksel medya, uzun bir süre yeni medyanın özelliklerine cevap verememiş ve yeni medyaya dâhil olmakla yetinmiştir. Yeni medyada hızlıca yayınlanan haberlerdeki hatalar, geleneksel medyanın olumlu yönde ele alınmasına imkân vermiştir. Çünkü geleneksel medya, haberleri daha yavaş ve daha etraflıca üretebilme zamanına sahiptir. Bu sebeple geleneksel medya haberciliğinde “hız ekseninden” kaynaklanan hatalara daha az rastlanılmaktadır.

Yavaş hareketleri kapsamında oluşan birçok kavramdan sadece biri olan yavaş gazetecilik, yeni medya haberciliğindeki hız özelliğini sorunlu bulan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Buradaki sorun, haberlerin hızlı yayınlanması veya üretim sürecine anlık olarak dâhil edilmesi değildir. Yavaş gazeteciliğin sorunlu bulunduğu konu, kısmen meslek etiği gereği içeriklerin, habercilik kurallarına göre özsel ve biçimsel olarak derlenip toparlanmadan yayınlamasıdır. Haberde yer alan içeriklerin birinci ve/veya ikinci dereceden kaynaklara doğrulatılmadan yayınlaması da yavaş gazeteciliğin kısmen sorunlu bulunduğu bir noktadır. Bu iki noktaya bağlı olarak pek çok sorun ortaya çıkmakta ve okurların veya kamuoyunun yanlış bilgilendirilmesi söz konusu olabilmektedir.

Birbirinden farklı alanlardaki teknolojik birikimler sonucu oluşan yeni medyanın geleneksel medya karşısındaki ilerleyişi, “yavaş gazetecilik” çözümlenmeleriyle birlikte bir adım gerilemiştir. Bu gerilemenin, yeni medyanın kendisinden öte, yeni medyanın haber üreticileriyle ilgili olduğunun altını çizmek gerekir. Diğer bir ifadeyle yeni medya anlık-taze haber paylaşabilme potansiyeline sahiptir. Bu potansiyel, haberin haberciliğe göre işlenip doğrulatılmadan yayınlamasını değil; haberin geleneksel medyadaki gibi işlenip doğrulatıldıktan sonra yayınlamasını kapsamaktadır. Yeni medyadaki bazı haber üreticilerinin bu konuda özensiz tutumları ve mesleki kuralları ihlal etmeleri sonucu yeni medya haberciliği, bir eleştiriye maruz kalmıştır. Dolayısıyla yeni medyadan ziyade yeni medyada habercilik yapan kurum ve kuruluşların “hız” özelliğini doğru kullanarak bu eleştirilere cevap vermeleri gerekmektedir. Aksi takdirde yeni medya, en önemli özelliklerinden biri olan “hızın” kurbanı olabilir.

Yavaş gazetecilik, haber üreticileri ve haber tüketicileri olmak üzere iki boyutta ele alınması gereken bir kavram iken bu çalışmanın ana sorunsalı yeni medyadaki haber üretim süreciyle ilgili olan kısım. Dolayısıyla konuyla ilgili yapılacak sonraki araştırmalarda yavaş gazetecilik kavramı okurlar nezdinde değerlendirilerek çalışmalar zenginleştirilebilir. Ayrıca konuya ilgili yapılacak çalışmalarda, uygulamadaki haber örnekleri de analiz edilerek yavaş gazetecilik farklı açılardan değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- BALL, B. (2016). Multimedia, Slow Journalism as Process, and The Possibility of Proper Time. *Digital Journalism*, 4(4), 432-444.
- BATHKE, B. (2019). Slow Down, Read Up: Why Slow Journalism and Finishable News is (Quickly) Growing A Following. <https://www.niemanlab.org/2019/03/slow-down-read-up-why-slow-journalism-and-finishable-news-is-quickly-growing-a-following/>, E.T: 02.09.2019.
- BELT, D. & SOUTH, J. (2015): Slow Journalism and the Out of Eden Walk. *Digital Journalism*, 4(4)547-562, DOI: 10.1080/21670811.2015.1111768
- BİLECEN, N. S. ve BAYRAKTUTAN, G. (2018) İnternet Çağında Gazetecilik İçin Tartışmalı Bir Kavram: ‘Yavaşlık’. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (30), 341-354
- BİRSEN, Ö., OĞUR, O. ve ÖZMEN, Y. Ş.(2018). Alternatif Gazetecilik Örneği Olarak Yavaş Medyanın Geleneksel Gazetecilik Değerleri Üzerinden İncelenmesi. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 26 (3), 370-384.
- BLANDING, M. (2015). <https://niemanreports.org/articles/the-value-of-slow-journalism-in-the-age-of-instant-information/>, E.T: 02.09.2019.
- GREENBERG, S. L. (2015). Editing, Fast and Slow. *Journalism Practice*, 10(4), 555-567.
- GÜVEN, E. (2011). Yavaş Güzeldir: “Yavaş Yemek”ten “Yavaş Medya”ya Hızlı Tüketime Dair Bir Çözüm Önerisi. *Selçuk İletişim*, 7(1),113-121.
- KOHLER, B., DAVID, S & BLUMTRITT, J. (2010). <http://en.slow-media.net/manifesto>, E.T: 02.09.2019.
- Le MASURIER, M. (2016). Slow Journalism. *Journalism Practice*, 10(4), 439-447.
- Le MASURIER, M. (2015). What is Slow Journalism? *Journalism Practice*, 9(2), 138-152.
- LYON, D. (2007). Sociological Perspectives and Surveillance Studies: “Slow Journalism” and the Critique of Social Sorting. *Contemporary Sociology*, 36(2),107-111.
- NEVEU, E. (2016). On not going too fast with slow journalism. *Journalism Practice*, 10(4), 448 460.
- ÖZMEN, Y. Ş., BİRSEN, H. ve BİRSEN, Ö. (2016). “Yavaş Hareketi”: Çevreden Kültüre Hayatın Her Alanında Küreselleşmeye Başkaldırı. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2), 38-49.
- PEDRIZA, S. B. (2017). Slow Journalism in the “infocication” era. *Doxa Comunicación*, (25), 129-148.