

Yavaş Gazetecilik

Slow Journalism

DOI: 10.5281/zenodo.7334009

Selahattin ÇAVUŞ¹

Yavaş hareketinden ilham alan yavaş gazetecilik, haberde hız yerine niteliği, araştırmayı ve görünenin ötesine ulaşmayı önceleyen alternatif gazetecilik türüdür. Akademisyen ve gazeteci Susan Greenberg (2007) tarafından literatüre kazandırılan yavaş gazetecilik terimi; makale, söyleşi, röportaj gibi yazı türlerinde göz ardı edilen veya haberde değinilmeyen ayrıntıların ortaya çıkarılmasını hedefleyen, haberin üretim aşamalarında yoğun emek ve zaman gerektiren yeni bir meslek pratiği şeklinde tanımlanmıştır. Bilişim teknolojilerinin sağladığı yoğun enformasyon akışının sebep olduğu hızlı haber ve içerik tüketiminin aksine yavaş gazetecilikte olaylar ve olgular üzerine derinlemesine araştırma yaparak habere konu olayları ayrıntılarıyla ele almak amaçlanmaktadır. Yavaş gazetecilik, geleneksel gazeteciliğin önemli türlerinden biri olan araştırmacı gazeteciliğe olan benzerliği nedeniyle tartışmalıdır.

Yavaş gazeteciliğin doğuşunda yavaş hareketinin izleri bulunmaktadır. Toplumsal bir hareket olarak yavaşlık, modern günlük hayatta hızın egemenliğinin bilinçli olarak ortadan kaldırılmasına yönelik bir alt kültür olarak nitelendirilmektedir. Yavaş hareketinin çıkış noktasını oluşturan yavaş yemek kültürü, 1989 yılında Roma'da bir grup insan tarafından ayaküstü atıştırmalık (Fast Food) yemeklerin protesto edilmesiyle başlamıştır (Masurier, 2015, s. 140). Carlo Petrini'nin öncülüğünde sistemleşen yavaş yemek hareketinin temel argümanı, atıştırmalık kültürünün yerel yemek kültürlerini yok ettiği ve tek tipleştiği düşüncesine dayanmaktadır. Yavaş yemek hareketine göre küreselleşme çağında hız, yemek kültürünü ve sahip olunan lezzet anlayışını damaklardan sökülmüştür (Bulunmaz ve Çetin, 2018). Bu sebeple yavaş yemek hareketi iyi, temiz ve adil olma felsefesini düstur edinmektedir. Yavaş yemekte 'iyi' ile kaliteli, lezzetli ve sağlıklı yiyecekler kastedilmektedir. 'Temiz' ile çevreye duyarlı, 'adil' ile ifade edilen ise tüketiciler için erişilebilir fiyatlardır (Çavuş ve Değirmenci, 2021, s. 203). Böylece Ritzer'in (2021) kavramsallaştırdığı Mcdonaldlaşma ve kültürel tektipleşmeye karşı, geleneksel ve yerel lezzetler yeniden öne çıkarılmaya çalışılmıştır. Zamanla bu karşı duruş; yavaş şehir (citta slow), yavaş blog, yavaş medya ve hatta yavaş hayat gibi aynı kaynaktan beslenen yeni kavramların doğmasına sebep olmuştur.

Yavaş medyanın çıkış noktası, benzer hareketlerde olduğu gibi hızlı üretim ve tüketime yönelik tepkidir. 2010 yılında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve bazı Avrupa ülkelerinden dünyaya yayılan yavaş medya manifestosu ise Alman yazarlar Benedikt Köhler, Sabria David ve Jörg Blumtritt'in tarafından

¹ Aksaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi, selahattincavus@aksaray.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0774-9594.

yayımlanmıştır. Yavaş medya manifestosunda en başta sürdürülebilirliğe vurgu yapılmaktadır. Yavaş medyada tek bir işe odaklanmanın ve yoğunlaşmanın önemine dikkat çekilmekte ve mükemmelin hedeflendiği ifade edilmektedir. Yavaş medyada neyin, nasıl üretileceğine ve tüketileceğine kendisi karar verebilen, yani üreten tüketiciler bulunmaktadır. Pasif tüketicinin yerini bilinçli tüketiciler almıştır. Bunların yanında yavaş medyada zamansızlık, aura ve ilericilik iddiaları dile getirilmektedir (Köhler, David ve Blumtritt, 2010).

Yavaş medya, internet ve yeni medya eko-sisteminde kesintisiz yayılan enformasyonun niteliğine ve akış halindeki içeriklerin doğruluğuna kuşkuyla yaklaşmaktadır. Hız baskısı altında habercilik yapan haber merkezleri de buna dahildir. Bu nedenle yavaş gazeteciliğin amacı; dijital bilginin kalitesinin artırılması ve analizlerin titizlikle yorumlanarak gerçeklerin ortaya çıkarılması biçiminde ifade edilmektedir (Pedriza, 2017, s. 143). Yavaş gazeteciliğin ilk özelliği rekabet etmek veya galip gelmek üzerine odaklanmamasıdır. Bu sebeple yavaş gazetecilik, hızlı ve ilk olmaktan ziyade nitelikli ve bağlamsal değeri olan haberleri tercih etmektedir. Yavaş gazeteciliğin hızlı olmak gibi bir iddiası olmadığı gibi ün, şöhret veya sansasyonel içeriklerle de mesafelidir. Haberin üretim sürecine geniş zamanlı ve ayrıntı odaklı bir inşa anlayışı hakimdir. Bu açıdan yavaş gazetecilik, özgün ve daha önce üzerine fazla gidilmemiş konulara ve hikayelere odaklanır. Yavaş gazeteciliğin edebi açıdan da iddiası vardır. Habere konu olayların hikayeleştirilmelerinde güçlü bir dil ve üslup kullanımı söz konusudur. Hedef kitle ise sıradan tüketiciler olarak görülmez, aksine izler kitle iş ortağı ve haber üretiminin bir parçası gibi algılanma eğilimindedir (Berkey-Gerard, 2009).

Yavaş gazeteciliğin özelliklerini 4 maddede ele alan Neveu (2016), bu yeni türün hıza ve tempoya dayalı son dakika habercilik kültürüne getirdiği eleştiriye dikkat çekmiştir. Buna göre zaman, gazeteciliğin hakikatinin ortaya çıkarılması için önemli bir gerekliliktir. Dijital teknolojilerin getirdiği kolaylıkların ötesinde yavaşlık ise haber konusunun gerçek dünyada aranmasının başlıca yoludur. Böylece yavaş gazetecilikte, enformasyon bolluğuna ve 7/24 içerik akışına yönelik bir karşı duruş söz konusu olacaktır. Haberlerin rafine edilmesi, izleyici açısından daha az sayıda ve daha ayrıntılı haber konularına muhatap olmak anlamına gelecektir. Yavaş gazeteciliğin bir diğer ayırıcı özelliği ise haber metninin uzunluğudur. Daha fazla zaman ve emek gerektiren metinler, okuyucu açısından da zamana ve emeğe gereksinim duyar.

Dünyada yavaş gazetecilik yapan çok sayıda basın yayın kuruluşu bulunmaktadır. 2011 yılında İngiltere’de kurulan Delayed Gratification, dünyanın ilk yavaş gazetecilik dergisidir. 3 ayda bir yayımlanan derginin gelirleri arasında abonelik, bağış ve editörler tarafından verilen kurslar bulunmaktadır. Modern haber üretimi ve reklamcılığın sansasyonel niteliğine vurgu yapan dergi, yavaş gazeteciliğin bu durumun panzehiri olduğunu dile getirmektedir (Slow Journalism, 2021). ABD kökenli Propublica, bir diğer önemli yavaş gazetecilik haber kuruluşudur. 2007 yılında kurulmasına rağmen Propublica, yavaş gazetecilik yerine araştırmacı gazetecilik yaklaşımını benimsemektedir. Bağışlarla varlığını idame ettiren yayın kuruluşu, siyaset, ticaret, ceza yargısı, çevre, eğitim, sağlık hizmetleri, göçmen konuları ve teknoloji gibi alanlarda faaliyetlerini sürdürmektedir (Propublica, 2022). Alanda öne çıkan bir diğer kuruluş De Correspondent’tir. 2013 yılında Hollanda’da yayına başlayan De

Correspondent, haber sitesi kimliğinde Felemenkçe ve kısmen İngilizce yayın yapmaktadır. Haber sitesinin gelirleri abonelik ve kitle fonlaması (bağış) yoluyla sağlanmaktadır (The Correspondent, 2022). Bu kuruluşların dışında The Atavist Magazine (ABD), Tortoise (İngiltere), Jot Down (İspanya), Long Play (Finlandiya) ve Zetland (Danimarka) diğer yavaş gazetecilik haber kuruluşları olarak dikkat çekmektedir.

Yavaş gazeteciliğin fırsat ve riskleri bulunmaktadır. Bu türün en büyük avantajı mesleki açıdan muhabirlere zaman tanıyarak zaman baskısından kurtarmaktır. Bu modelde reklam gelirlerine bağlılık söz konusu değildir. Ayrıca enformasyon bombardımanı altında daha kaliteli haber vaadi, okuyucu bakımından önemli bir avantaj gibi görünmektedir (Berkey-Gerard, 2009). Bununla birlikte sürekli haber alma arzusu ve akışın dışında kalma korkusu, yavaş gazeteciliğin uygulanmasındaki temel zorluklardan biri olarak görülmektedir (Bilecen ve Bayraktutan, 2018). Basın yayın kuruluşlarının mülki yapısı da yavaş gazetecilik için zorluk olarak değerlendirilmektedir. Yavaş gazetecilikte gelirlerin tamamına yakını bağış ve abonelik sistemlerinden karşılanmaktadır. Ücretli içerikler, uygulama açısından zorluklara neden olmaktadır (Duman, 2020).

Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, Yavaş Hareketi, Yavaş Medya, Yavaş Gazetecilik.

Kaynakça

- Berkey-Gerard, M. (2009, 7 29). *Tracking Down the 'Slow Journalism' Movement*. Campfire Journalism: <http://markberkeygerard.com/> adresinden alındı
- Bilecen, N. S. ve Bayraktutan, G. (2018). İnternet Çağında Gazetecilik İçin Tartışmalı Bir Kavram: 'Yavaşlık'. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 341-355.
- Bulunmaz, B. ve Çetin, B. (2018). *Yavaş Gazetecilik*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Çavuş, S. ve Değirmenci, A. (2021). Hız ve Anındalık Çağında Gazeteciliği Yeniden Düşünmek: Yavaş Gazetecilik. O. Araslı, & S. Tiryaki (Dü) içinde, *Gazetecilik ve Haber* (s. 127-168). Konya: Palet Yayınları.
- Delayed Gratification. (2021, 3 15). *Slow Journalism*. Delayed Gratification: <https://www.slow-journalism.com/slow-journalism> adresinden alındı
- Duman, K. (2020). Yeni Medyada Alternatif Model Arayışları ve Yavaş Gazetecilik: L'ora Del Pellice Üzerine Vaka Çalışması. *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*.
- Greenberg, S. (2007, Şubat 25). *Slow journalism Why doesn't Britain have a culture of serious non-fiction journalism like the US?* 10 10, 2022 tarihinde Prospect: <https://www.prospectmagazine.co.uk/magazine/slowjournalism> adresinden alındı
- Köhler, B., David, S. ve Blumtritt, J. (2010, 2 2). *The Slow Media Manifesto*. Slow Media: <http://en.slow-media.net/manifesto> adresinden alındı
- Masurier, M. L. (2015). What is Slow Journalism? *Journalism Practice*, 138-152.
- Neveu, E. (2016). On not going too fast with slow journalism. *Journalism Practice*, 448-460.

Over ons. (2022, 10 15). De Correspondent: <https://decorrespondent.nl/over> adresinden alındı

Pedriza, S. B. (2017). Slow journalism in the “infoxication” era. *Doxa Comunicación*, 129-148.

ProPublica. (2022, 10 15). *About Us*. ProPublica: <https://www.propublica.org/about/> adresinden alındı

Ritzer, G. (2021). *Toplumun McDonaldlaştırılması*. (Ş. S. Kaya, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Slow Journalism. (2022, 10 10). Delayed Gratification: <https://www.slow-journalism.com/slow-journalism> adresinden alındı

Thurman, N. ve Walters, A. (2012). Live Blogging–Digital Journalism's Pivotal Platforms Pivotal Platforms? A case study of the production, consumption, and form of Live Blogs at Guardian.co.uk. *Digital Journalism*, 82-101.

Tortoise. (2021, 4 5). *About Us*. Tortoise: <https://www.tortoisemedia.com/about-us/our-story/> adresinden alındı