

İNTERNET'İN GAZETECİLİĞE GETİRDİĞİ YENİLİKLER

Celalettin Aktaş*

ÖZET

Birçok elektronik iletişim teknolojisi gibi İnternet de gazeteciliği birçok yönden etkilemiştir. İnternet, gazetecilerin haber kaynaklarına ulaşmalarından haberlerin okuyuculara sunulmasına, okuyucuların gazeteciler ile arasında olan iletişimine kadar pek çok şeyi değiştirmiştir. Hatta İnternet yeni bir gazetecilik türü olan, İnternet Gazeteciliği'nin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu çalışmada, İnternet'in temel nitelikleri olan yöneşme, etkileşim ve eşzamansızlık üzerinde durularak; İnternet'in, gazeteciliğe getirmiş olduğu yenilikler vurgulanacak ve çevrimiçi yayınlanan gazetelerin geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerden ayrıldığı noktalar belirtilecektir.

Anahtar sözcükler: İnternet, çevrimiçi gazetecilik, yöneşme, eşzamansızlık, etkileşim.

THE INTERNET BRINGS INNOVATION TO THE FIELD OF JOURNALISM

ABSTRACT

Like many other electronic communication technologies, the Internet has transformed the journalism profession in a number of ways. It has changed journalism in regards to the way journalists are able to gain access to news sources, how journalists present news content to readers, and the degree and ease of communication between readers and journalists. Furthermore, the advent and expansion of the Internet has led to the appearance of a new type of journalism called Online Journalism. This article focuses in particular on how and to what extent such Internet features as convergence, interactivity, and asynchronicity have expanded and bettered the field of journalism, and in what respects online journalism differs from traditional journalism.

Keywords: Internet, online journalism, convergence, asynchronicity, interactivity.

GİRİŞ

XIX. yüzyılın son çeyreğinden, yaklaşık olarak 1970'lerden itibaren bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler gazetecilik alanında da önemli değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Çevrimiçi gazetelerin hızlı bir şekilde birçok unsuru içerisinde barındıran içeriği çevrimiçi ortamda yayımlayabilmesinin mümkün olabilmesi, çok sayıda gazeteciye ve gazete sahibini bu alana çekmiştir. Dolayısıyla 1990'ların ortalarından itibaren, İnternet'i kullanan medya kuruluşlarının sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu süreç içerisinde geleneksel yöntemlerle yayın yapan gazete işletmeleri, yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla gazetelerinin çevrimiçi sürümlerini İnternet ortamına taşımaya başlamışlardır. 1997 yılında *News-Link*'in gerçekleştirdiği bir araştırma, dünyada 3.622 gazetenin çevrimiçi ortamda yayımlandığını gösterirken (Boczkowski 1999: 101-126); *Newspaper Association of America* 2002 yılında dünya çapında 5.000'den fazla günlük, haf-

talık ve diğer gazetelerin çevrimiçi ortamda yayımlandığını belirtmektedir.

Birçok elektronik iletişim teknolojisi gibi İnternet de sahip olduğu teknolojik özellikler sebebiyle gazeteciliğe birtakım yenilikler getirmiştir. İnternet, gazetecilerin haber kaynaklarına ulaşmalarından haberlerin okuyuculara sunulmasına, okuyucuların gazeteciler ile arasında olan iletişimine kadar pek çok şeyi değiştirmiştir. Hatta *İnternet Gazeteciliği* denilen, etkileşim (interactivity), çokluortam (multimedia) ve bağlantılı metin (hypertextuality) (Deuze ve Paulussen 2002: 237-245) nitelikleriyle diğer gazetecilik türlerinden ayrılan yepyeni bir gazetecilik türünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dolayısıyla çevrimiçi ortamda yayınlanan gazeteler, sahip oldukları nitelikleri ile geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerden birçok noktada farklılaşmaktadır. Bu çalışmada, ilk olarak İnternet'in tarihçesinden bahsedilerek bu teknolojinin ortaya çıkışından günümüze kadar geçen süre içerisinde geldiği nokta ortaya konulacaktır. Daha sonra İnter-

* Dr. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi

net'in temel nitelikleri olan yöneşme (convergence), etkileşim ve eşzamansızlık (asynchronicity) üzerinde durularak; İnternet'in, gazeteciliğe getirmiş olduğu yenilikler ve çevrimiçi yayınlanan gazetelerin geleneksel yöntemler ile yayınlanan gazetelerden (kağıt üzerine basılan ve fiziksel olarak dağıtılan) ayrıldığı noktalar belirtilecektir. Böylece çevrimiçi ortamda yayınlanan gazetelerin, ne tür bir temel üzerinde oturduğunun ortaya konulabilmesi mümkün olabilecektir.

1. İNTERNET'İN TARİHÇESİ

20. yüzyılın son otuz yılında İnternet'in ortaya çıkışı ve gelişimi, askeri strateji, bilimin büyük işbirliği, teknolojik girişimcilik ve kültürellik karşıtı yeniliğin benzersiz bir bileşiminin ürünüdür (Castells 2000: 45). İnternet'in kökleri dünyanın en yenilikçi araştırma kurumlarından birisi olan Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu (DARPA) çalışmalarında yatmaktadır. 1960'lı yıllarda ABD Savunma Bakanlığı, savunma kaynaklarını geliştirmek ve askeri verilere ulaşabilmek amacıyla gerekli teknolojinin oluşturulabilmesi için bir çalışma başlatmıştır. Bu projenin amacı, ABD ordusuna nükleer bir saldırıdan etkilenmeyecek savunma amaçlı çalışan bilgisayarlar arasında oldukça sıkı örülmüş bir iletişim sistemi tasarlamaktır. Eğer ağ üzerinde bir ya da birçok iletişim düğümü imha edilirse, mesajları yine de taşıyabilecek yeterli sayıda merkez kalmalıdır (Barbier ve Lavenir 2001: 373). Paket Anahtar İletişim Teknolojisi'ne dayanan bu sistem, ağın komuta ve kontrol merkezlerinden bağımsız olmasını sağlayarak mesaj birimlerinin, ağ içerisinde bir diziyi izlemeden kendi yollarını bularak hedefe varıp, ağın herhangi bir noktasında tutarlı anlamla yeniden toplanabilmesine imkân sağlamaktadır (Hafner ve Lyon 2000: 66). Birden fazla kullanıcının, birimlere ayrılmış verilere aynı bağlantı içinde erişmesine olanak sağlayan bu yöntem ile bilgisayarların, birbirlerine bağlanarak verilere aynı anda ulaşması mümkün olmuştur. Böylece bağlantıları, kontrol merkezlerini kullanmaksızın ses, görüntü ve veri dâhil her türlü mesajı iletebilen bir ağ, İnternet oluşturulmuştur.

Amerikan Savunma Bakanlığı Araştırma Projesi tarafından desteklenen bir araştırma ağı olarak ARPANET adını taşıyan ilk bilgisayar ağı

1 Eylül 1969'da ağın ilk dört bağlantısı Los Angeles'ta California Üniversitesi'nde, Stanford Araştırma Enstitüsü'nde, Utah Üniversitesi'nde ve Santa Barbara'da ise California Üniversitesi'nde kurulmasıyla devreye girmiştir (Castells 200: 45-46). ARPANET'in yaratılması bilim adamları ve araştırmacıların önemli verileri zamanında paylaşabilmeleri ihtiyacına dayanmaktadır. ABD'nin her bölgesine dağılmış birbirinden uzak mesafelerde bulunan askeri araştırma enstitülerinde ve üniversitelerde görev yapan araştırmacılar, ağa bağlanmış bilgisayarlar vasıtasıyla birbirleri ile veri alışverişi yapabileceklerini ummuşlardır (Engelman 1996: 3).

DARPA projesinin en önemli hedeflerinden diğer bir tanesi de farklı marka ve/veya model bilgisayarların birbiriyle konuşabilir hale getirilebilmesi için 1970'lerin başında her türlü ağda kullanılabilen bir iletişim protokolünün TCP/IP (*host'tan host'a protokol/ağlar arası protokol*) yaratılması olmuştur (Ayfer 1996: 16). Geliştirilen TCP/IP protokolü farklı iletişim sistemleriyle çalışan hatta farklı karakter kodlaması yapan bilgisayarların, birbirleri ile iletişim kurmasını sağlamaktadır. TCP/IP'nin yaratılmasının ağ için yaşamsal bir önemi vardır. TCP/IP olmaksızın ağlar arası iletişimin gerçekleşmesi mümkün değildir. TCP/IP yetkinleştirilerek herkes herhangi bir boyutta ya da biçimde bir ağ kurabilir, üstelik ağın paketleri yorumlayıp yönlendirecek bir giriş kapısı olması durumunda herhangi bir ağla iletişime geçebilmesi mümkündür (Hafner ve Lyon 1996: 250). TCP/IP protokolü İnternet'i tanımlar ve İnternet tabanlı olan her şey TCP/IP protokolünü kullanmak zorundadır (Atabek 2001: 118). Ortaya çıkan TCP/IP protokolü 1980 yılında ABD'de bilgisayar iletişiminde standart haline gelmiştir. TCP/IP'nin esnekliği, bilgisayar ağları arasında çok katmanlı bir bağlantılar yapısının benimsenmesini sağladı; böylece bu yapı çeşitli iletişim sistemlerine farklı şifrelere uyarlanabiliyordu. Geliştirilen bu teknoloji sayesinde bilgisayarlar, İnternet ağı üzerinde çok hızlı yol alan veri paketlerini birbirleri için şifreleyebilir ve bu paketlerin şifrelerini çözebilir hale geldi (Castells 2000: 47). TCP/IP'nin geliştirilmesi her yıl artan sayıda bilgisayarın ağa bağlanmasına ve sistemin hızla büyümesine neden oldu. Bu süreç içerisinde ARPANET, askeri bir ağ olmanın ötesine geçerek, akademisyenlerin ve araştırmacıların birbirleri ile

hızlı ve kolay bir şekilde enformasyon alışverişinde bulunmalarının başlıca ortamı haline geldi. Ancak İnternet, ağ katılımcıları arasında elektronik posta ile iletişimin mümkün kılması ile yaygınlaşmaya başladı.

1990'larda İnternet kullanımı, İnternet'i hâlâ kullanmaya hiç başlamamışlar için zordu. Grafik aktarım kapasitesi son derece sınırlı olmakla beraber, bilgi bulmak ve indirmek de hayli güçtü. Bu sebeple İnternet sitelerinin içeriklerini yerlerine göre değil de bilgiye göre düzenleyen, sonra da kullanıcılara istedikleri bilgiyi bulabilmeleri için kolay bir arama sistemi sunan *World Wide Web (Dünya Çapında Ağ/WWW)* İsviçre'nin Cenevre şehrinde bulunan Avrupa Nükleer Araştırmalar Merkezi'nde (CERN) tasarlandı (Castells 2000: 50). *World Wide Web* sayesinde her bilgi, bilgisayar ekranında görüntülenen bir belge olarak sunulmaya başladı. Böylece gerçekleştirilen bu teknolojik hamle ile İnternet'in toplumun genelinde yaygınlaşması sağlanmış oldu. *World Wide Web*'in, İnternet içinde kurumların, işletmelerin, derneklerin ve bireylerin kendi sitelerini yaratabildiği, erişimi olan herkesin muhtelif metinleri ve görüntüleri bir araya getirerek kendi sayfasını üretebilmesine dayanan esnek bir ağların ağı (Castells 2000: 383) olması; İnternet'i multimedya için uygun bir platforma dönüştürerek, ticari kullanıma hazır hale getirdi.

Yine CERN'de, *hypertext link (http)* teknolojisinin geliştirilmesi, sonsuz sayıdaki bilgisayar veri bankalarının birbirlerine elektronik olarak bağlanmasına ve böylece her bilgisayarda toplanan verinin diğer bilgisayarlar tarafından kullanılmasına imkân tanıdı (Graham 1999: 22). 1993 yılında kişisel bilgisayarlarda işlemek üzere *Mosaic* isimli bir Web tarayıcısı kullanılmaya başlandı. Daha sonra yeni tarayıcılar ve arama motorları hızla gelişti; bütün dünya, kelimenin tam anlamıyla dünya çapında bir ağ yaratarak İnternet'i kucakladı (Castells 2000: 51). İnternet, olağanüstü bir hızla yayılarak tarihin en hızlı yayılma gösteren iletişim aracı oldu (Slevin 2000: 2). ABD'de radyonun 60 milyon insana ulaşması 30 yıl alırken; televizyonun bu yayılma seviyesine ulaşması 15 yıl aldı. İnternet ise, dünya çapında bilgisayar ağının gelişmesini izleyen üç yıl içerisinde bunu başardı (Castells 2000: 382).

Dünya çapında bu kadar hızla yayılan İnternet'i çok sayıda bilim adamı farklı ölçütler kullanarak tanımlamaya çalışmışlar ise de sonuçta, İnternet'in bir iletişim ağı olduğu noktasında buluşmuşlardır. DiMaggio vd. (2001: 307–346), İnternet'in “bilgi erişimine ve kişiler arasında iletişime izin veren, bilgisayarlar ve diğer sayısal aygıtlar vasıtasıyla insanları ve bilgiyi birbirine bağlayan ağların, elektronik ağı” olduğunu vurgularken; Shields (1996: 9), ise İnternet'in “insanların rolü olmaksızın birbiri ile iletişim kuran bir grup bilgisayar veya bir ‘nesne’ olmadığını; yer ve zamanın ötesinde insanları birbirine bağlayan bir ağ olduğunu” belirtmiştir. Castells (2006: 26–27), ise İnternet'i “birçok insanı birçok insana bağlayan, gerçek zamanda gerçekleşen yeni bir elektronik iletişim teknolojisi, yeni bir örgütlenme biçimi, hatta yeni bir iletişim aracı” olarak tanımlamıştır.

2. İNTERNET'İN TEMEL NİTELİKLERİ

2. 1. Ses, Veri, ve Kitle İletişimini Tek Bir Ortamda Bütünleştiren Yöneşme Özelliği

İnternet, temelde medyanın yeni türlerinin ortaya çıktığı karmaşık bir iletişim platformudur. İnternet saklama, değiştirme, etkileşim, yeniden üretim ve iletişim kanallarının değiştirilebilmesi gibi iletişim süreçlerinin çok sayıda aşamasını bir araya getirerek bütünleştirmektedir. İnternet'in ana niteliklerinden bir tanesi, farklı medya biçimlerini ağlarla bütünleştirmesi ve farklı iletişim şekillerine imkân vermesidir (Oblak 2005: 87–106). İnternet, bunu yöneşme ilkesi sayesinde gerçekleştirir. İnternet'in en önemli özelliklerinden birisi olan yöneşme, ses iletişiminin, veri iletişiminin ve kitle iletişiminin bütünleşerek tek bir ortama dönüşmesi (van Dijk 1999: 9, Gorman ve McLean 2005: 11) olarak tanımlanmaktadır. Yöneşme, yazılı ve görsel medya, telekomünikasyon ve enformasyon hizmetleri arasındaki bu endüstrileri ayıran engellerin ortadan kalkmasında ve tüm iletişim ve enformasyon hizmetlerini kapsayan büyük bir elektronik hizmetler alanının oluşmasında rol oynamaktadır (Aydoğan 2005: 260). İnternet'in yöneşme özelliği, geleneksel olarak bir ortamı diğerinden ayıran sınırları ortadan kaldırarak geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetenin, radyonun ve televizyonun sahip olduğu birçok özelliğin tek bir ortamda bütünleştirile-

bilmesinin önünü açmıştır. Böylece İnternetin bu niteliği, çevrimiçi ortamda metin, grafik, resim, hareketli görüntüler (video ve animasyon) ve ses gibi birden çok iletişim biçiminin bir araya getirilebilmesini ve aynı anda aynı kanal üzerinden iletilebilmesini mümkün kılmıştır.

Yöneşme olgusunu mümkün kılan ilke ise sayısallaşma ilkesidir (Uğur 2003: 96). Sayısallaşma, enformasyonun içerisinde bulunduğu doğal, yani analog halinden bilgisayarlar tarafından okunabilir bir formata dönüştürülmesidir. Sayısallaşmış enformasyon, elektriksel değerler şeklinde ifade edildiğinden dolayı elektronik cihazlar tarafından kullanılabilir, birbirine dönüştürülebilir ve kolayca bir ortamdan diğer bir ortama aktarılabilir (Atabek 2001: 37). Sayısal formatta ses, görüntü veya metin şeklinde olan enformasyon, yöneşme sürecinde beraberce harmanlanır (Pavlik 1998: 134). Sayısal olarak kodlanmış veri, bilgisayar ve telekomünikasyon teknolojileri tarafından işlemde geçirilerek yöneşme süreci kolaylaştırılır ve aynı veri farklı medyalarda ve aygıtlarda işlenebilecek hale getirilir (Aydoğan 2005: 261). Sayısallaşma, aynı içeriğin farklı altyapılar aracılığı ile aktarılabilmesini ve aynı içerik üzerine temellenmiş farklı hizmetlerin verilebilmesini mümkün kılar. Örneğin; sayısal hale getirilmiş bir olan bir ses (seslendirilmiş bir haber veya bir müzik dosyası), bir metin veya hareketli bir görüntü (video veya animasyon), hem bilgisayarlar hem de bu sayısal veriyi okuyabilecek olan diğer aygıtlar tarafından işlenebilir; bir aygıttan diğer bir aygıtta ağlar vasıtasıyla iletilebilir. Böylece farklı iletişim biçimlerinin ortak platformları kullanabilmesi olanaklı bir hale gelir.

2. 2. Karşılıklı İletişime Olanak Sağlayan Etkileşim Özelliği

İnternet'in en önemli özelliklerinden diğer bir tanesi de iletişim süreçlerinde karşılıklı etkileşime olanak tanınmasıdır. *Columbia Journalism Review*'in Editörü Tucher (1997: 35-36) etkileşimin, İnternet Gazeteciliği'ne en belirgin katkıyı yaptığını belirtirken; Rogers da (1986: 5) benzer şekilde etkileşimin, yeni medyanın en temel özelliği olduğunu ifade etmiştir. Geçen 20 yıldır etkileşim kavramı, reklâmcılık, pazarlama, psikoloji, sosyoloji, bilgisayar bi-

limleri, eğitim ve kitle iletişimi gibi farklı alanlarda yaygın olarak tartışılmaktadır. Bilim adamları, etkileşim kavramının bu denli yaygın kullanımına rağmen ya tanımlanamadığını ya da yetersiz tanımlandığını fark etmişlerdir (Heter 2000, Shultz 1999). Etkileşim kavramının yapılan tanımları; yazarların birincil olarak odaklandıkları süreç, özellikler, algılama veya bu üç unsuru içeren alanlara göre değişkenlik göstermektedir (McMillan ve Hwang 2002).

Süreç üzerinde yoğunlaşan bilim adamları etkileşim kavramını, "kaynak ile alıcı arasındaki veya daha geniş anlamda herhangi bir sayıda kaynak ve alıcı arasındaki çok yönlü iletişim" (Pavlik 1998: 137); "gerçek zamanda kullanıcının çevrimiçi iletişim ortamında, iletişimin biçim ve içeriğini değiştirme ve etkilemedeki katılımı" (Steur 1992) ve "bir iletişim sürecinde herhangi bir üçüncü iletişim (veya mesajın) bir öncekileri etkileme kapasitesi" (Rafaeli 2005: 111) olarak tanımlamışlardır. Süreç bağlamında gerçekleştirilen etkileşim kavramının bu tanımları; yanıt verme, iki yönlü iletişim ve gerçek zamanlı katılım üzerinde odaklanmaktadır.

Diğer taraftan özellikler üzerinde duran bilim adamları ise etkileşim kavramını "bir telekomünikasyon kanalı aracılığı ile kişiden kişiye iletişim (örneğin; telefon) ve kişi ile makine arasındaki etkileşimi (örneğin; elektronik bankacılık işlemleri) sağlayan teknolojiler" (Carey 1989: 328) ve "bir ortamın özelliği olarak kullanıcının, dolaylanılmış bir sunumun veya tecrübenin biçimini ve/veya içeriğini etkileyebilmesi" (Lombard ve Synder-Duch 2001) olarak açıklamışlardır. Etkileşim kavramının özellikler bağlamında yapılan bu tanımları; kullanıcı kontrolü ve iki yönlü iletişim üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Etkileşim kavramını özellikler ve süreç bakış açılarından tanımlayan bilim adamlarının yanı sıra diğerleri etkileşim kavramı tanımının, etkileşimli medyayı kullanan kişilerin algılarında yattığına inanmaktadır. Algılama üzerine odaklanan bilim adamları etkileşim kavramını "cevap verme ve sörf yapma bileşenlerinin oluşturduğunu" (Wu 1999) ve etkileşim kavramının "psikolojik duyu iletisi gönderenlerin, kendilerinin ve alıcılarının etkileşimi üzerine temellendirildiğini" (Newha-gen vd. 1995) vurgulamışlardır. Algılama bağlamında etkileşim kavramının yapılan bu tanımları; İnternet'te sörf

yapma ve cevap verme algısını ön plana çıkarılmaktadır.

Etkileşim kavramının tanımlarının dayandırıldığı bu üç unsuru içeren tanımlar, İnternet ortamında yayımlanan gazetelerin etkileşim düzeylerinin tespit edilebilmesi bakımından önem taşımaktadır. Yapılan bu tanımlar içerisinde en önemlisi, İletişim Bilimci Carrie Heeter'in yapmış olduğu etkileşim kavramının tanımıdır. Heeter etkileşim kavramının tanımını, medyanın kaç tane ve ne tür özelliklerinin etkileşimli iletişime izin verdiği temeline dayandırarak yapmıştır. Heeter (1989) "etkileşimin, var olan seçeneklerin karmaşıklığı, kullanıcının enformasyona ulaşmak için gösterdiği çaba, kullanıcıya cevap verme, enformasyon kullanımının izlenmesi, kullanıcıya sağlanan enformasyon ekleme kolaylığı ve kullanıcılar arasında kişiler arası iletişim kurma kolaylığını içeren çok boyutlu bir kavram" olduğunu belirtmiştir. Heeter'in yapmış olduğu etkileşim kavramının bu tanımı, bir medyayı diğer bir medyadan daha fazla neyin etkileşimli yaptığını ölçen bir standart sağlamıştır. Heeter'in yapmış olduğu bu kavramsal tanıma çok sayıda araştırmacı (Massey ve Levy 1999, Kenny vd. 2000, Gerpott ve Wanke 2004) başvurarak bir ortamın etkileşim düzeyini tespit etmiştir.

2. 3. Zamanda Sınırlılıkları Ortadan Kaldırılan Eşzamansızlık Özelliği

İnternet'in sahip olduğu eşzamansızlık özelliği, iletişimde bulunan kişilerin zamana ve mekâna bağlı kalmaksızın birbirleri ile iletişim kurmalarına olanak sağlamaktadır. McLuhan'ın deyimiyle *küresel köy* haline dönüşen yerkürede İnternet, kullanıcılarına zaman ve mekân ile sınırlı olmayan küresel bir iletişim imkânı sağlar. İnternet, dünyanın herhangi bir bölgesinde vuku bulan bir olaya kullanıcılarının anında erişebilmesini, zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın sağlayarak dünyayı, olduğundan daha küçük bir yer haline dönüştürür (Williams 2003: 213). "Marx'ın *Grundrisse'de* (1973), *mekanın zaman tarafından yok edilmesi* ve David Harvey'in de (1989), *zaman-mekan sıkıştırılması* adını verdiği şeydir bu" (aktaran Tomlinson 2004: 14). Burada söz konusu olan, fiziksel olarak uzaklıkları aşmak için harcanan zamanın yerine; bilgi ve imgelerin elektronik araçlarla gönderilmesiyle uzaklıkların büyük

ölçüde kısaltıldığı duygusudur. Meyrowitz de (1985: 115-117) *No Sense of Place* isimli eserinde, "bilgisayar, telefon, radyo, televizyon vasıtasıyla iletişim kurduğumuzda, fiziksel olarak nerede bulunduğumuz, sosyal olarak kim ve nerede olduğumuzu artık belirlememektedir... Elektronik etkileşimin sonucu olarak durum ve davranışlar fiziksel mekânla artık belirlenmemektedir" diyerek; İnternet gibi yeni iletişim teknolojilerinin gelişiminin zaman ve mekânı ortadan kaldırdığını ve mekânın anlamını kaybederek sınırsız bir küresel köyde yaşamamıza olanak sağladığını söylemektedir. Küçük bir bilgisayar ağı olarak ortaya çıkan İnternet, bugün küresel etkileşimli bir ortam haline dönüşmüştür (Hamburger 2005: 1).

İletişimde eşzamansızlık, kaynak ve alıcı arasında gerçekleşen iletişimin belirli bir zaman diliminde aynı anda gerçekleşmemesi; diğer bir deyişle araya bir zaman aralığının girmesi olarak nitelendirilmektedir. Telefon, canlı radyo ve televizyon programlarında gerçekleşen iletişim, eş zamanlı iletişime örnek olarak verilebilirken; elektronik postayla gerçekleştirilen iletişim ise eşzamansız iletişime örnek olarak verilebilir (Timisi 2003: 125). Bu tür bir iletişimde kontrol, kaynaktan alıcıya doğru kaymaktadır. Kaynak tarafından alıcıya gönderilen mesajlar, alıcı tarafından istenilen bir zaman diliminde ve mekânda alınabilmektedir. Kaynak ile alıcının gerçek zamanda birbirleri ile iletişim içerisinde olmasına gerek yoktur. İnternet'in eşzamansızlık özelliği, İnternet kullanıcılarının istedikleri bir enformasyona diledikleri bir zaman aralığında ve mekânda ulaşabilmelerine olanak sağlamaktadır.

3. İNTERNET'İN GAZETECİLİĞE GETİRMİŞ OLDUĞU YENİLİKLER VE ÇEVİRİMİÇİ YAYINLANAN GAZETELERİN ÜSTÜNLÜKLERİ

İnternet'in sahip olduğu yöneşme özelliği, gazeteciliğe devrim niteliğinde yenilikler sunar. İnternet ortamında yayımlanan gazeteler yöneşme ilkesi sayesinde, geleneksel yöntemlerle yayımlanan gazetelerden farklı olarak aynı kanal üzerinde ses, grafikler, tablolar, sabit görüntüler, yazılı dokümanlar, hareketli görüntüler ve farklı Web sitelerine ya da aynı site içerisinde farklı sayfalara bağlantılar vererek çeşitlendirilmiş bir medya içeriğini, kullanıcıları-

na sunabilme imkânına sahiptir. İnternet'in bu özelliği, çevrimiçi ortamda yayınlanan gazetelerde içeriğin derinliğinin ve genişliğinin artmasına sebep olur. Geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerde içerik sadece resim ile zenginleştirilebilirken; çevrimiçi ortamda yayınlanan medya içeriği ise resim, ses ve hareketli görüntü ile zenginleştirilerek içeriğin sunum gücü önemli oranda arttırılabilir. Diğer taraftan geleneksel medya olarak kabul edilen televizyon, yazılı basın ve radyo ise kullanıcılarına sahip oldukları teknolojik özellikler ve organizasyon yapıları sebebiyle ancak sınırlı bir medya içeriğini iletebilir. Örneğin; televizyon izleyicisine hem ses hem de görüntüyü sınırlı bir zaman aralığında (Webster 1986: 77–91) sunabilme imkânına sahip iken; radyo ise sadece sesi (William 2003: 395–410) programlanan zaman aralığında dinleyicisine ulaştırabilir. Yazılı basın olarak kabul edilen gazeteler ve dergiler ise yalnızca basılabilir materyalleri, sayfa sınırlamaları içerisinde okuyucularına sunabilir. Bir gazetede, hiçbir zaman okuyucuların ilgilendiği tüm haberlerin basılabileceği bir alan yoktur (Carlson 2005: 68–71). Günümüzde yeni medyanın en önemli örneği olarak kabul edilen İnternet ise yöneşme ilkesi sayesinde, aynı kanal üzerinden ses, görüntü, metin ve diğer unsurlar ile çeşitlendirilmiş medya içeriğini kullanıcılarına, hiçbir sınırlama olmaksızın iletebilir. Örneğin; Hürriyet Gazetesi'nin İnternet deneyimini aktaran Karakaş (2002: 77–78), "İnternet'in haber sunumu açısından inanılmaz bir zenginlik ve esneklik sağladığını vurgulayarak gün içerisinde birbiri ile ilişkili olan haberleri, haberlerin arka planını, bir davanın, bir olayın geçmişini, bir önceki gün neler olduğunu arşivden başlıkları ile haberin içine link vererek okurun ikinci bir hamlesine gerek kalmaksızın enformasyona ulaşabilmesini sağladıklarını" söylemektedir. Böylece çevrimiçi ortamda yayınlanan gazetelerde haberin derinliği istenildiği kadar arttırılabilmektedir.

Farklı medya özelliklerinin tek bir ortamda yöneşme ilkesi sayesinde bütünleştirilmesi, çevrimiçi ortamda gazetecilerin haber yazma formatlarını değiştirmelerine neden olmuştur. Geleneksel yöntemlerle yapılan gazetecilikte haber yazımı 5N ve 1K Kuralı, Ters Piramit Kuralı, Dörtgen veya Kare Kuralı'na (Tokgöz 2000: 216–221) göre belirli bir format içerisinde gerçekleştirilirken; çevrimiçi ortamda ise

gazeteci, teknolojinin ona sunmuş olduğu bütün imkânları düşünerek haber yazımını gerçekleştirmek zorundadır. Çevrimiçi ortamda haber yazımı, sadece bir metnin kaleme alınması değildir. Geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilen haber yazımı doğası gereği doğrusal (linear) bir nitelikte iken; çevrimiçi ortamda haber yazımı ise doğrusal olmayan (nonlinear) bir niteliktedir. Bu demektir ki; herhangi bir hikâye, küçük parçalara bölünerek farklı Web sayfalarında yer alabilir. Bir İnternet kullanıcısı istediği takdirde bu farklı Web sayfalarına ayrı ayrı erişim sağlayabilir. Örneğin; İnternet'ten gazete okuyan bir kullanıcı, 10 sayfalık bir hikâyenin ilk olarak dördüncü sayfasına giderek hareketli görüntüyü izleyebilir ve daha sonra da dokuzuncu sayfada bulunan resim galerisine göz atabilir ve en sonunda birinci sayfadaki başlıklar ile okuma işlemini tamamlayabilir. Her defasında da eriştiği sayfalardan haber alır (Deuze 1999: 373–390). Bu sebeple bir gazeteci, bir haberi kaleme alırken görsel, işitsel ve metinsel bütün öğeleri ile İnternet'in etkileşim özelliğini göz önünde bulundurur. Çevrimiçi ortamda gazeteci, hangi medya formatının veya formatlarının en iyi şekilde bir hikâyeyi aktarabileceğine (multimedia), okuyucuların hangi seçenekleri kullanarak kendisi ile iletişim içerisine gireceğine (interactivity) ve hikâyenin hangi diğer hikâyelerle, kaynaklarla ve arşivler ile bağlantı içerisinde (hypertextuality) olacağına karar verir (Deuze 2003: 203–230). Bu 'ideal-tipik' biçimde olan İnternet Gazeteciliği'dir (Deuze 2001: URL).

İnternet'in etkileşimli bir iletişim ortamı olması gazeteciliğe, hem gazeteciler hem de gazete okurları açısından büyük kazanımlar sağlar. Etkileşim, çevrimiçi yayınlanan gazeteleri geleneksel yöntemler ile yayınlanan gazetelerden ayıran temel bir özellik (Massey ve Levy 1999; Shultz 1999) olarak belirtilmektedir. Çevrimiçi ortamda yayınlanan gazeteler, İnternet'in etkileşim özelliğini iki farklı şekilde kullanır. İlk olarak etkileşim, tartışma listeleri, sohbet odaları veya elektronik posta gibi yollarla iletişim süreçlerine dâhil olur (Beyers 2004: 11–20). Bu tür bir etkileşim, *kişiler arası etkileşim* veya *izleyici katılımıdır*. İnternet üzerinden gerçekleştirilen iletişimde kullanıcı, iletişim süreçlerinde aktif olarak rol alan bir öznedir. Kullanıcı, İnternet üzerinden yayınlanan bir gazete haberini kaleme alan gazeteci ile başka bir iletişim aracına gerek duymaksızın, aynı kanal

üzerinden iletişim kurarak üretilen mesaj hakkında, kendi düşüncelerini anında aktarabilme ve fikir alışverişinde bulunabilme imkânına sahiptir. İnternet, kullanıcılar ve enformasyon üreticileri arasında çevrimiçi ortamda etkileşimli linkler sağlayarak (Wilson 1994: 4) bunu gerçekleştirir.

İnternet'in geleneksel medya ile karşılaştırılmasında, geleneksel yöntemlerle basılan gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının tek yönlü (Holmes 2006: 84) olduğu kabul edilir. Hâlbuki geleneksel kitle iletişim araçlarının bütünüyle tek yönlü araçlar olduğunu kabul etmek mümkün değildir. Geleneksel medyanın süreçlerinde de etkileşim vardır (McMillan 2006: 205, Rafaeli 2005: 110–133). Nitekim kitle iletişiminde, gazetelerin satış rakamları, televizyon kanallarının izlenme oranları, stüdyo izleyicileri, deneme yayınları, izleyici ve/veya okuyucu araştırmaları, editöre mektuplar ve telefonlar birer etkileşim sürecidir (McQuali ve Windahl 2005: 18, Geray 2003: 18, Rafaeli 1988: 110). Ancak geleneksel medya ortamında iletişimde bulunan bireyler, ya pasif olarak iletiyi alan konumundadır ya da bireylerin iletişim sürecine müdahalesi sınırlı olmaktadır. Geleneksel medya ortamında gerçekleştirilen etkileşimde, başka bir iletişim aracına gereksinim duyulurken; yeni medyanın en çarpıcı örneği olan İnternet ortamında ise bu süreç, alıcı ile verici arasındaki iletişim kanalına doğrudan gerçekleşir. Bugün etkileşim denildiği zaman, kullanıcının düşüncesini anında başka bir iletişim aracına gerek duymaksızın elektronik posta, sohbet odaları ve çevrimiçi sürekli anketler ya da forumlar aracılığı ile iletmesi anlaşılmaktadır (Mannteufel 2002: 105–107). Örneğin; Hürriyet Gazetesi'nin İnternet deneyimini anlatan *hürriyetim.com* editörü Karakaş (2002: 77–78) “yayımladığımız bir haber için birkaç dakika sonra elektronik posta yolu ile tepki alabiliyoruz. Dolayısıyla bu da haberi hazırlayan ve okur arasında inanılmaz hızlı bir iletişim sağlıyor” diyerek İnternet'in, etkileşim özelliğinin uygulamadaki yansımalarına ışık tutmaktadır. *American Society of Professional Journalists* de gazeteciler ile okuyucular arasında elektronik posta ile sağlanan dolaysız iletişimin, hikâyeler için daha fazla fikir sağladığını, gerçekler ile ilgili olarak yapılan hataların daha hızlı düzeltilmesine yol açtığını ve bazen de bulunması

çok zaman alan hikâyelerin kaynaklarına erişimi temin ettiğine işaret etmektedir (Deuze 1999: 373–390). Avusturya kamu televizyonu ORF'nin şef redaktörü Gerald Heidegger de (2002: 226), kullanıcıyı redaksiyonun bir parçası olarak gördüklerini ve dolayısıyla okur metinlerinden gazetecilik ham maddesi olarak konu ve kaynak uyarımı amacıyla yararlandıklarını söylemektedir (aktaran Alver 2007: 282). Öte yandan ise, forumların ve okur elektronik postaların dolaysız redaksiyonel metinler arasında yer alması; kullanıcıların, içeriklerin bir bölümünün yazılmasına katılmalarına neden olmaktadır. Böylece redaksiyon sürecine katılan kullanıcılar, giderek daha güçlü bir şekilde Web sitelerine (çevrimiçi ortamda yayınlanan gazetelerine) bağlanmaktadır (Alver 2007).

Diğer taraftan İnternet'in etkileşim özelliği, gazeteci ve okuyucu arasındaki dolaysız iletişim olanaklarını arttırdığı gibi aynı zamanda okuyucunun, içeriği ve enformasyonu daha fazla kontrolüne de olanak sağlar. Bu bağlamda ikinci olarak etkileşim, okuyucuların içerikleri kendilerinin seçmeleri yoluyla gerçekleştirilir (Beyers 2004: 11–20). Bu tür bir etkileşim, gazete okuyucularına hem içeriğin oluşturulması hem de içeriğin seçilmesinde daha fazla kontrol verir. Bu bağlamda kontrol, “kullanıcının bir iletişim faaliyetinin zamanını, içeriğini ve sırasını seçebilmesi, alternatif seçenekleri araştırabilmesi ve diğer kullanıcılar için belleğe mesaj içeriğini girebilme derecesidir” (Rogers ve Allbritton 1995: 177–195). Geleneksel yöntemlerle basılan gazeteler, medya içeriğini belirli bir merkezde üreterek aynı medya içeriğini kitle olarak tanımlanan heterojen toplumsal kesimlere doğrusal bir yolla iletir. Dolayısıyla okuyucu, kendisine sunulan içeriği belirli bir düzen içerisinde almak zorundadır. Örneğin; geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerde genel yayın yönetmeninin önemli bulunduğu haberler, manşette yer alırken diğer haberler ise önemliden önemsiz doğru sıralanır. Diğer sayfalar ise ekonomi, sağlık, turizm ve seri ilanlar gibi bölümler şeklinde düzenlenir. Öte yandan İnternet sahip olduğu etkileşim özelliği sayesinde kullanıcılarına, medya içeriğinin sunumunu kişiselleştirebilmesi, bireyselleştirebilmesi (Carlson 2005: 68–71) yetkisini verir. Örneğin; bir kullanıcı sadece ekonomi haberleri ile ilgileniyorsa o kullanıcı ekonomi haberleri ile ilgili medya içeriklerine süratle ulaşabilir.

Çevrimiçi sayfaların sıralanması o kullanıcının ihtiyaçlarına göre düzenlenebilir. Böylece kullanıcılar, ilgilendikleri konularla ilgili haberleri yapay gündemlerin etkisi altında kalmadan takip edebilme yeteneğine kavuşur. Fakat geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerde; bir okuyucu, ilgilendiği bir habere ulaşabilmek için sayfa sayfa gazeteyi taramalıdır. Bu sebeple geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerin okuyucuları, muhtemelen kendi ilgi alanlarına girmeyen haberlerin etkisine maruz kalırlar (Althaus ve Tewksbury 2002: 180-207).

İnternet gibi etkileşimli iletişim teknolojilerinin eşzamansızlık özelliği ise, iletişim içeriğinin daha sonra kullanılmak üzere saklanmasını, hatta veriye ve indekslere veya kataloglara dönüştürülmesini mümkün kılar (Rogers ve Allbritton 1995: 177-195). İnternet, kitle iletişimi için tüm diğer teknolojilerden daha çok enformasyonun iletilmesine, arşivlenmesine ve sınırsız veri depolanmasına olanak sağlar. İnternet'in bu özelliği, kullanıcılarına istedikleri bir zaman aralığında bir medya içeriğini takip edebilme fırsatı sunmaktadır. Örneğin; çevrimiçi ortamda yayınlanan bir gazete, kullanıcılarına bir konu hakkında o güne kadar yayınlamış olduğu tüm haberleri sunma potansiyeline sahiptir. Kullanıcılar, çevrimiçi haberleri diledikleri bir zaman aralığında gözden geçirebilir veyahut ilgilendikleri konu hakkında hızlı bir şekilde enformasyonun bulunmasına imkân veren arşivi araştırılabilir (Carlson 2005: 68-71). Bu şekilde kullanıcının isteklerine göre haberlerin sunumu, istedikleri bir zaman aralığında gerçekleştirilir diğer bir deyişle de haberlerin sunumu kişiselleştirilir, bireyselleştirilir. Ayrıca İnternet üzerinden gerçekleştirilen canlı bir televizyon programı yayını kullanıcı, program yayınlandığı anda izleyebileceği gibi aynı programı daha sonra istediği bir zaman aralığında da izleyebilir (Atabek 2005: 61-90). İnternet'in sahip olduğu teknoloji, o programın bir kopyasının daha sonra seyredilmek üzere saklanmasını mümkün kılar. Dolayısıyla kullanıcı, dilediği bir zamanda ve mekânda o televizyon programını İnternet üzerinden izleyebilme imkânına sahiptir.

İnternet'in eşzamansızlık özelliği, geleneksel anlamda gazete haberciliğinin temel öğelerini oluşturan zamanlılık ve yakınlık kavramlarının tartışmaya açılmasını gündeme getirmiştir. İnternet, geleneksel yöntemlerle basılan gazete-

lerden farklı olarak güncel medya içeriğini anında kullanıcılarına sunabilme imkânına sahiptir. Çevrimiçi ortamda yayınlanan bir gazete, haber dairesine yeni haberler ulaştığı süreçte haberlerini güncelleyebilir. Örneğin; geleneksel medya araçları içerisinde radyo ve televizyon daha fazla güncel yayın yapma olanağına sahip iken günlük yazılı basın ise daha okunmadan güncelliğini kaybeder (Carlson 2005: 68-71). Geleneksel yöntemlerle yayınlanan günlük gazeteler ancak bir önceki güne ait öyküleri okuyucularına sunabilir. Diğer taraftan İnternet'in sahip olduğu nitelikleri kullanarak çevrimiçi yayınlanan gazeteler ise, çok az bir gecikmeyle ya da olayın geliştiği anla eşzamanlı olarak haberleri, kullanıcılarına iletme imkânına sahiptirler (Widmann 2002: 87-94).

İnternet, kullanıcılarına zaman ve mekân ile sınırlı olmayan küresel bir iletişim imkânı sağlar. Negroponte (1996: 153), "dijital yaşam belli bir anda belli bir mekânda bulunma zorunluluğunu giderek azaltacak ve bizzat mekânın aktarılması mümkün hale gelecektir" diyerek; yeni medyanın en önemli örneği olan İnternet'in coğrafi sınırlamaları ortadan kaldıracığını ve bireylerin, fiziksel olarak bir mekânda bulunmasalar bile o mekânda olup bitenleri sanki oradaymış gibi bilgisayar ekranından izleyebileceğini vurgulamaktadır. İnternet'in bu özelliği geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazete işletmelerinde olduğu gibi, gazetecilerin ofise bağımlı olarak çalışma zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Artık geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerde yazı işleri bürosunda oturan çalışanların bir çoğu işlerini, araştırmalarını evlerinden ve ya başka yerlerden yürütebilmektedir (Çelik 2006: 55). Böylece gazetecilerin, genel yayın yönetmenine ve sorumlu yazı işleri müdürlerine İnternet kanalıyla ulaşması diğer bir deyişle *sanal yazı işlerini* oluşturmaları, gazete işletmelerinin organizasyon yapılarında değişimlerin yaşanmasına neden olmaktadır.

İnternet'in küresel etkileşimli bir ortam olması, kullanıcıların çevrimiçi ortamda yayınlanan gazetelere dünyanın her tarafından ulaşabilmesini mümkün kılmaktadır. İnternet, dünyanın herhangi bir bölgesinde vuku bulan bir olaya kullanıcılarının anında erişebilmesini zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın sağlayarak dünyayı olduğundan daha küçük bir yer haline dönüştürmektedir (Williams 2003: 213). Böy-

lece çevrimiçi ortamda yayınlanan gazeteler, kullanıcılar açısından erişimi kolaylaştırmanın yanı sıra gazete işletmeleri açısından da dağıtım ve üretim maliyetlerinin düşürülmesi bakımından tercih sebebi olmaya başlamışlardır. Günümüzde yazılı olarak yayınlanan gazeteler, artık gazetelerini sadece çevrimiçi ortamda yayımlayabilmelerinin hazırlıkları içerisinde girmişlerdir. New York Times İcra Kurulu Başkanı Sulzberger (2007) "... New York Times'ın beş yıl sonra yayın hayatına devam edip etmeyeceğini bilemediğini belirterek, şu anda yazılı baskıdan İnternet baskısına geçişi en iyi nasıl yapabileceklerine odaklandıklarını... yazılı baskının 1,1 milyon, İnternet baskısının da 1,5 milyon aboneliği bulunduğunu" söylemektedir.

Günümüzde çevrimiçi ortamda yayınlanan gazetelerin büyük bir çoğunluğunun ücretsiz olması, İnternet kullanıcılarının çevrimiçi ortamda yayınlanan gazeteleri geleneksel yöntemlerle ile yayınlanan gazetelere tercih etmesine sebep olabilmektedir. Çevrimiçi ortamda bir kullanıcı çok sayıda gazeteyi ücretsiz okuyabilme imkânına sahiptir. Fakat bazı çevrimiçi yayınlanan gazeteler bunu engelleyebilmek için abonelik sistemine geçmiştir. Örneğin; bir kullanıcı Cumhuriyet Gazetesi'nin çevrimiçi ortamda yayınlanan sürümüne ulaşabilmek için, abonelik işlemini gerçekleştirmelidir.

SONUÇ

Birçok elektronik iletişim teknolojisi gibi İnternet de gazeteciliği birçok yönden etkilemiştir. İnternet'in sahip olduğu etkileşim, yöneşme ve eşzamansızlık temel nitelikleri, gazetecilerin haber kaynaklarına ulaşmalarından haberlerin okuyuculara sunulmasına, okurların gazeteciler ile arasında olan iletişimine kadar pek çok şeyi değiştirmiştir. Artık İnternet sayesinde günün her saatinde güncellenebilen, zenginleştirilmiş bir medya içeriğini kullanıcılarına süratle sunabilen ve kullanıcılar ve gazeteciler arasında sohbet odaları, elektronik posta gibi iletişim biçimleri ile dolaysız iletişime olanak sağlayan, çevrimiçi yayınlanan gazeteler ortaya çıkmıştır. Çevrimiçi ortamda yayınlanan gazeteler, sahip oldukları nitelikleri ile geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerden birçok noktada farklılaşmaktadır.

İnternet'in farklı medya biçimlerini tek bir ortamda bütünlüştirebilme, yöneşme özelliği ga-

zeteciliğe devrim niteliğinde bir yenilik sunmuştur. Artık çevrimiçi ortamda yayınlanan gazeteler, yöneşme ilkesini kullanarak hem geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerin (print media) hem de geniş yayıncılığın (broadcast media) sahip olduğu nitelikleri bünyesinde barındırabilme ve kullanıcılarına zenginleştirilmiş medya içeriğini çok kısa bir zaman aralığında, süratle sunabilme imkânına sahiptir. Böylece çevrimiçi ortamda yayınlanan gazetelerde medya içeriği, aynı anda hem metinsel (textual) hem görsel (visual) hem de işitsel (audible) unsurlardan meydana gelebilmektedir. Dolayısıyla İnternet, geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerin okuyucularına sunduğu sınırlı medya içeriğini büyük ölçüde değiştirmiş, zenginleştirmiştir. Diğer bir deyişle çevrimiçi ortamda yayınlanan gazeteler, geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelere oranla, haberde derinliği ve genişliği arttırmıştır. Bununla beraber çevrimiçi ortamda yayınlanan gazeteler, günün her saatinde güncel haberleri okurlarına ulaştırabilme yeteneğine sahip olmuşlardır.

Diğer taraftan İnternet'in etkileşim özelliği, kullanıcılar ve gazeteciler arasında iki yönlü bir iletişimin, herhangi bir iletişim aracına gerek duyulmaksızın, dolaysız gerçekleşmesini sağlamıştır. Artık kullanıcılar, çevrimiçi ortamda yayınlanan bir gazetede haber ile ilgili olarak kendi düşüncelerini, elektronik posta, tartışma listeleri ve sohbet odaları vasıtasıyla anında aynı kanal üzerinden, haberi kaleme alan kişiye gönderme imkânına sahip olmuşlardır. Böylece hem gazeteciler hem de kullanıcılar çevrimiçi ortamda birbirleri ile iletişim içerisinde girmişlerdir. Gazeteciler, okurları ile dolaysız iletişime girerek haber kaynaklarına daha hızlı ulaşabilme, okurların beklenti ve isteklerini tespit ederek daha hızlı cevap verebilme ve haberde yer alan gerçeklerle ilgili olarak yapılan hataları daha hızlı düzeltebilme imkânını elde etmişlerdir. Kullanıcıların dolaysız olarak gazeteciler ile iletişim içerisinde olması, kendilerini gazetelerinin bir parçası olarak görmelerini sağlayarak çevrimiçi ortamda yayınlanan gazetelerine olan bağlılıklarını arttırmıştır.

İnternet'in etkileşim özelliği kullanıcılar, medya içeriğinin ve enformasyonun daha fazla kontrolüne de olanak sağlamıştır. İnternet, kullanıcılarına medya içeriğinin sunumunu kişiselleştirebilmesi, bireyselleştirebilmesi yetkisini

vermiştir. Kullanıcı yalnızca kendisini ilgilen-diren medya içeriğini seçebilme yetkisine sahip olmuştur. Çevrimiçi ortamda yayınlanan haber-lerin kullanıcının istek ve ihtiyaçlarına göre sıralanabilmesi; kullanıcının, ilgi alanına giren haberleri yapay gündemin etkisi altında kalma-dan takip edebilmesini olanaklı kılmıştır. Örneğin; bir kullanıcı sadece ekonomi haberleri ile ilgileniyorsa, o kullanıcı için bilgisayar ekranında sadece ekonomi haberleri en güncel olanından itibaren sıralanmaktadır. Böylece kullanıcı sadece istediği habere ulaşabilme yetkisine sahip olmuştur.

İnternet'in eşzamansızlık özelliği, kullanıcıların istedikleri bir zaman aralığında medya içeriğine ulaşabilmesini mümkün bir hale getirmiştir. Bir kullanıcı, çevrimiçi olarak yayınlanmış olan bir gazete haberine dilediği bir zaman aralığında, çevrimiçi ortamda ulaşarak okuyabilme şansını elde etmiştir. İnternet'in bu özelliği kullanıcıların, zaman ve mekân sınırlamalarının ötesine geçmesine izin vermiştir. Örneğin; yurtdışında yaşayan bir Türk vatandaşının, Türkiye'de yayınlanan gazetelere çevrimiçi ortamda anında ulaşması, İnternet sayesinde mümkün olmuştur. Böylece bu kişinin yerleşik olduğu yabancı ülkede, geleneksel yöntemlerle basılan Türk gazetelerini arayıp bulmasına gerek kalmamıştır. İnternet, kullanıcılarına zaman ve mekân ile sınırlı olmayan küresel bir iletişim imkânı sağlamıştır.

Farklı medya niteliklerinin tek bir ortamda bütünleştirilmesi, çevrimiçi ortamda gazetecilerin haber yazma formatlarını da etkilemiştir. Artık çevrimiçi ortamda gazeteciler, bir haberi kaleme alırken haberi meydana getiren metinsel, görsel ve işitsel unsurlar ile İnternet'in etkileşim özelliğini beraberce düşünmek zorunda kalmıştır. Çevrimiçi ortamda haber, geleneksel yöntemlerle yazılan haber gibi doğrusal bir nitelikte değildir. Çevrimiçi ortamda yayınlanan bir haber, arka plan bilgileri, aktörlerin perspektifleri, ilgileri, hikâyelerin gelişimi ve sonuçları ve paralel gelişmeleri için linkler ile farklı haber kaynaklarına bağlanmış olabileceği gibi haberin yayımlandığı site içerisinde bulunan farklı sayfalara bağlanmış olabilmektedir. Dolayısıyla bir İnternet kullanıcısının, çevrimiçi ortamda sağlanan linkler ile nereye gideceğini kestirmek mümkün değildir. Geleneksel yön-

temlerle yayınlanan gazetelerin aksine, kontrol tamamen kullanıcının eline geçmiştir.

KAYNAKLAR

Althaus S ve Tewksbury (2002) Agenda Setting and the "New" News, *Communication Research*, 29 (2), 180-207.

Alver F (2007) *Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri*, Beta, İstanbul.

Atabek Ü (2001) *İletişim ve Teknoloji*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Atabek Ü (2005) *İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar*, Sevda Alankuş (der.), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, ss. 61-90

Aydoğan A (2005) *İnternet'te Geleneksel Medya*, Funda Başaran ve Haluk Geray (der.), *İletişim Ağlarının Ekonomisi, Siyasal Kitabevi*, Ankara, ss. 259-285.

Ayfer U C (1996) *Kim Korkar İnternet'ten*, Pusula Yayıncılık, İstanbul.

Barbier F ve Lavenir B C (2001) *Diderot'dan İnternet'e Medya Tarihi*, Kerem Eksen (çev.), Okyanus Yayınları, İstanbul.

Beyers H (2004) *Interactivity and Online Newspapers: A Case Study on Discussion Boards*, *Convergence*, 10 (4), 11-20.

Boczkowski P (1999) *Understanding the Development of Online Newspapers*, *New & Media Society*, 1 (1), 101-126.

Carey (1989) *Interactive Media*, Oxford University Press, New York.

Carlson D (2005) *The News Media's 30-Year Hibernation*, *Nieman Reports*, 59 (3), 68-71.

Castells M (2000) *The Rise of Network Society*, (2nd edn.), Blackwell Publishers, UK.

Castells M (2006) *Manuel Castells'le Söyleşiler*, Ebru Kılıç (çev.), Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Çelik T (2006) *İnternet Gazeteciliği*, Beril A. Vural (ed.), *Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları*, Nobel, Ankara, ss. 45-58.

Deuze M (1999) *Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standarts in Online Environment*, *Gazete*, 61 (5), 373-390.

Deuze M (2001) *Understanding the Impact of the Internet: On New Media Professionalism*,

- Mindsets and Buzzwords. *Ejournalist*, 1 (1), (Çevrimiçi) <http://www.ejournalism.au.com/ejournalist/deuze.pdf>, 15.01.2007.
- Deuze M (2003) The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online, *New Media & Society*, 5 (2), 203–230.
- Deuze M ve Paulussen S (2002) Research Note: Online Journalism in the Low Countries, *European Journal of Communication*, 17 (2), 237–245.
- DiMaggio P vd. (2001) Social Implications of the Internet, *Annual Review of Sociology*, (27), 307–346.
- Engelman J Linda (1996) Interacting on the Internet, *Times Mirror Higher Education Group*, USA.
- Geray H (2003) İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim ve Medya Düzeninde Yeni Medya Politikaları, *Ütopya Yayınevi*, Ankara.
- Gerpott J T ve Wanke H (2004) Interactivity Potentials and Usage of German Pre-Title Web Sites: An Empirical Investigation, *Journal of Media Economics*, 17 (4), 241-260.
- Gorman L ve McLean D (2005) *Media and Society in the Twentieth Century: A Historical Introduction*, Blackwell Publishing, USA.
- Graham G (1999) *The Internet: A Philosophical Inquiry*, Routledge, London.
- Hafner K ve Iyon M (2000) *İnternet Tarihi: Sihirbazların Geleceği Yer*, Sinem Yazıcıoğlu (çev.), Güncel Yayıncılık, İstanbul.
- Hamburger A Y (2005) *The Social Net: Understanding Human Behavior in Cyberspace*, Oxford University Press, Oxford.
- Harvey D (1989) *The Condition of Post Modernity*, Basil Blackwell, Oxford.
- Heeter C (1989) Implications of New Interactive Technologies for Conceptualizing Communication, L. Salvaggio ve J. Bryant (eds.), *Media Use in the Information Age: Emerging Patterns of Adoption and Computer Use*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ, pp. 217-235.
- Heeter C (2000) Interactivity in the Context of Designed Experiences, *Journal of Interactive Advertising*, 1 (1), (Çevrimiçi) <http://www.jiad.org/vol1/no1/heeter/index.htm>, 2.4.2007.
- Heidegger H (1992) Beispiel ORF. Vernetzen versus Broadcasten, K Meier (der.), *Internet-Journalismus*, Westdeutscher Verlag, Opladen, ss. 226-233.
- Karakaş R (2002) *Hürriyet Deneyimi*, Serhan Yedig ve Haşim Akman (Hazırlayanlar), *İnternet Çağında Gazetecilik*, Metis Yayınları, İstanbul, ss. 76–78.
- Kenny K, Gorelik A ve Mwangi S (2000) Interactive Features of Online Newspapers, *First Monday*, 5 (1), (Çevrimiçi) http://www.firstmonday.org/issues/issue5_1/kenney/index.html, 4.02.2007.
- Lombard M ve Snyder-Duch J (2001) Interactive Advertising and Presence: A Framework, *Journal of Interactive Advertising*, 1 (2), (Çevrimiçi) <http://www.jiad.org/vol1/no2/lombard/index.htm>, 4.02.2007.
- Mannteufel I (2002) *Deutsche Welle ve 31 Dilde İnternet Yayını*, Serhan Yedig ve Haşim Akman (Hazırlayanlar), *İnternet Çağında Gazetecilik*, Metis Yayınları, İstanbul, ss. 105–107.
- Marx K (1973) *Grundrisse*, Penguin, Harmondsworth.
- Massey B Lve Levy M R (1996) Interactivity, Online Journalism at English-Language Web Newspapers in Asia, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76 (1), 138-151.
- McMillan J S (2006) Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems, Leah A. Lievrouw ve Sonia Livingstone (eds.), *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*, Sage Publications, London, pp. 205–229.
- McMillan J S ve Hwang J S (2002) Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role Direction of Communication, User Control, and Time in Shaping Perceptions of Interactivity, *Journal of Advertising*, 31 (3), 29–42.
- McQuail D ve Windahl S (2005) *İletişim Modelleri: Kitle İletişim Çalışmalarında*, Konca Yumlu (çev.), İmge Kitabevi, Ankara.
- Meyrowitz J (1985) *No Sense of Place*, Oxford University Press, NY.
- Negroponte N (1996) *Dijital Dünya*, Zülfü Dicleli (çev.), *Türk Henkel Dergisi Yayınları*, İstanbul.

- New York Times Kapanıyor, (2007, Şubat 8) Star Gazetesi (Çevrimiçi) <http://www.star-gazete.com/starextra/yazdir.asp?haberIDÜ=45844>, 08.02. 2007.
- Newhagen J E, John W, Levy M R (1995) Nightly@nbc.com: Audience Scope and the Perception of Interactivity in Viewer Mail on the Internet, *Journal of Communication*, 45 (3), 164-171.
- Newspapers Association of America (2004) Facts about Newspapers 2004, (Çevrimiçi) <http://www.naa.org/info/facts04/interactive.html>, 4.02. 2007.
- Oblak T (2005) The Lack of Interactivity and Hypertextuality in Online Media, *Gazete: The International Journal for Communication Studies*, 67 (1), 87-106.
- Pavlik J (1998) *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*, (2nd edn), Ally and Bacon, Boston.
- Rafaeli S (1988) *Interactivity: From New Media to Communication*, Robert P. Hawkins, J. Wiemann, S. Pingree (eds.), *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Process*, Sage Publications, Newbury Park, pp. 77-110.
- Rafaeli S (2005) *Interactivity from New Media to Communication*, Yair Amchai Hamburger (ed.), *The Social Net: Understanding Human Behavior in Cyberspace*, Oxford University Pres, Oxford, pp. 110-133.
- Rogers E M (1986) *Communication Technology: The New Media in Society*, The Free Pres, NY.
- Rogers M E ve Allbritton M M (1995) *Interactive Communication Technologies in Business Organizations*. *The Journal of Business Communication*, 32 (2), 177-195.
- Schultz T (1999) *Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5 (1), (Çevrimiçi) <http://ascusc.org/jmc/vol5/issue1/schultz.html>, 4.02.2007.
- Shields R (1996) *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, and Living Bodies*, Sage Publications, London.
- Slevin James (2000), *The Internet and Society*, Polity Pres, UK.
- Steuer J (1992) *Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence*, *Journal of Communication*, 42 (4), 73-93.
- Timisi N (2003) *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Dost Kitabevi, Ankara.
- Tokgöz O (2000) *Temel Gazetecilik*, (4üncü baskı), İmge Kitabevi, Ankara.
- Tomlinson J (2004). *Küreselleşme ve Kültür*, Arzu Eker (çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Tucher A (1997) *Why Web Warriors Might Worry*, *Columbia Journalism Review*, 36 (2), 35-36.
- Uğur A (2003) *Kültür Kıtası Atlası, Yapı Kredi Yayınları*, İstanbul.
- Van Dijk J (1999) *The Network Society: Social Aspects of New Media*, Sage Publications, London.
- Webster G J (1986) *Audience Behavior in the New Media Environment*, *Journal of Communication*, 36 (3), 77-91.
- Widmann J (2002) *Almanya'dan Bir Örnek: Netzeitung*. Serhan Yedig ve Haşım Akman (hazır.), *İnternet Çağında Gazetecilik*, Metis Yayınları, İstanbul, ss. 87-94.
- William P E Jr (2003) *A Mix of Attributes an Approach to the Study of Media Effects and New Communication Technologies*, *Journal of Communication*, September, 395-410.
- Williams K (2003) *Understanding Media Theory*, Oxford University Pres, London.
- Wilson Dizard Jr (1994) *Old Media/New Media: Mass Communications in the Information Age*, Longman, NY.
- Wu G (1999) *Perceived Interactivity and Attitude Tward Web Sites*, 1999 American Academy of Advertising Conference, 26 March 1999. Albuquerque, NM.