

İNTERNET SİTELERİNDEKİ HABERLERİN GÜNDEM BELİRLEMEDEKİ ETKİLERİ ÜZERİNE UYGULAMALI BİR ÇALIŞMA*

Sedat Şimşek**

ÖZET

Bu çalışmada 21.yüzyılın en önemli buluşlarından olan İnternet'in tarihçesi, gelişim süreci ve günümüzde ne kadar popüler olduğuyla ilgili pek çok konu incelenmeye çalışılmıştır. Ancak çalışmamızın asıl hedefi on-line yayın yapan gazetelerin gündemi belirlemedeki etkilerinin, belirlenen kriterler ışığı altında incelenmesidir. Çalışmamızın, gündem belirlemede on-line gazetelerin etkilerinin ölçülmesi bölümünde, 1-15 Nisan 2001 tarihleri arasında, beş on-line gazetede, Filistin ve İsrail arasındaki savaşla ilgili çıkan haberler incelenmiş ve inceleme sonucunda elde edilen veriler değerlendirilerek, bulunan sonuçlar tablolar yardımıyla gözler önüne serilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Gazetecilik, internet gazeteciği, internet'te marka, internet protokolü, haber

A PRACTICAL STUDY ON THE EFFECTS IN DEFINING AGENDA OF THE NEWS OF INTERNET SITES

ABSTRACT

In this study, the history, development process of Internet which is the most important invention of the 21st century and many subjects about how popular it is today have been studied to examine. However, the effects in defining agenda of the newspapers which broadcast as on-line are the basis target of our study to be examined under the lights of defined criteria. In defining agenda, in the section which the effects of newspaper, the news about the war between Palestine and Israel has been examined, and at the end of the study, the obtained data has been tried to show the results which were found with the help of tableaus by being asset.

Keywords: Journalism, journalism on Internet, trade mark on Internet, the protocole of the Internet, news.

GİRİŞ

Bilgi, teknolojiyle birlikte, bilgi toplumunun özünü, çekirdeğini ve dinamosunu oluşturur (Dura ve Atik 2002:134). Bilginin hızla işlendiği ve saklandığı, 20. yüzyılın sonlarına geldiğimiz günlerde insanlık oldukça ilginç bir dönemden geçmektedir. Bu dönem pek çok uzman tarafından "üçüncü endüstri devrimi" adıyla adlandırılmaktadır. Günümüz dünyasını ilginç kılan en önemli gelişmelerden birisi de insanlık tarihinde ilk kez, şehirlerde yaşayan insan sayısının kırsal alandaki insan sayısını geçmesi, diğer bir deyişle insanlığın büyük kısmının uygarlaşmasıdır. Bu noktaya nereden geldik? Uzmanlara göre birinci endüstri devrimi, kömür ve demirin kullanımı ile fabrikalarda toptan üretim yolunun açılmasıdır.

Bu dönemi "producer oriented" yada "üretici bazlı" makineler yaratmıştır. İkinci endüstri devrimine ise yeni keşifler sayesinde plastik, petrol ve elektriğin yaygın kullanımı ile girilmiştir. Bu dönemi de "consumer oriented" yada "tüketici bazlı" makineler (örneğin yolcu araçları, elektrikli ev aletleri vb.) açmıştır. Üçüncü endüstri dönemini ise bilgisayarlar ve bilgisayar ağlarının gelişimi açmak üzeredir (Çağiltay 1997:3).

Günümüzde artık insanlar dışarıya çıkmadan alış-veriş yapmakta, banka hesaplarını yönlendirebilmekte (kredi kartları, telefon, su, elektrik, okul, ev kirası ödemeleri, döviz alım-satımı, borsa takibi vb...), günlük gazeteleri okuyabilmekte, istedikleri bilgilere ulaşabilmektedirler. Eskiden satışlar el sıkışmayla sonuçlandırılırdı. E-ticaret ile artık satışlar bilgisayarımızda bir "fare tıklaması" ile sonuçlandırılmaktadır. Bu aysbergin görünen kısmını oluşturmaktadır. İnternet öyle çılgın bir hal almıştır ki çöpçatanlıktan-fal sitelerine, hava durumundan-yemek tariflerine kadar pek çok bilgiye ulaşmamız da başvurduğumuz ilk adres haline gelmiştir. İnternet çılgınlığı insan hayatını kolaylaştırmada akıl sınırlarını öyle zorlaya başlamıştır ki örneğin; ABD'li Jenangeniye.com sitesi model seçmekte zorlanan müşterilerine blue jean pantolonlarını tasarlama imkanı bile sunmaktadır (Milliyet Temmuz 2001:9).

İnternet'in ortaya çıkışı ve geçirdiği evreler ile İnternet bilinmeyenleri olarak adlandırdığımız (WWW, İnternet, Intranet, Extranet, HTTP, HTML, Switch, Hub vs...) terimlerinin, ne anlama geldiğini ortaya koymaya çalışacağımız araştırmamız da ayrıca; İnternet'in Türkiye'ye gelişi ve günümüze kadar olan sürede geçirdiği evreler

* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nce kabul edilen yüksek lisans tez özeti.

** Arş., Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

göz önüne konulmaya çalışılmıştır. Çalışmamızın ikinci bölümünde ise İnternet haber sitelerinde yayınlanan haberlerin gündem oluşturmada etkileri var mıdır? Yok mudur? Sorusundan yola çıkılarak İnternet üzerinden yayın yapan ve tesadüfi seçilen 5 İnternet gazetesinin (on-line gazete), 1-15 Nisan 2002 tarihleri arasında İsrail-Filistin savaşı ile ilgili yayınlamış oldukları haberler incelenmiş, haberlerdeki gündem belirleme etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmamızda içerik analizinin yöntem olarak seçilmiş olmasının sebebi ise haberi yazan kişilerin neyi anlatmak istedikleri değil de, bizim haberde ne bulduğumuzun çalışmamızda önem taşımasından kaynaklanmaktadır. Geleneksel gazetecilikten ayrılarak sanal ortamda özgür biçimde yayınladıkları haberleri, gündem belirleme adına taraflı bir şekilde yayınlayıp-yayınlamadıkları incelenen gazetelerin, manipulasyon yapıp-yapmadıkları, gazetecilik etik anlayışıyla hareket edip-etmedikleri, haber sitelerinin takip edileceği gün ve saatlerde yayınladıkları haberler incelenerek ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Hayatımızın her bölümünde karşımıza çıkan İnternet, çalışmamızın birinci bölümünde teknik terimleri ve çalışma prensiplerinin ortaya konmasıyla daha anlaşılır bir hale getirilmeye çalışılmıştır. Çalışmamızın ikinci bölümünde incelemiş olduğumuz beş on-line gazetenin 1-15 Nisan 2002 tarihleri arasında okuyucularına ulaştırmış oldukları haberler arasında İsrail ve Filistin arasındaki savaşla ilgili tesadüfi seçilen haberlerde, izlemiş oldukları habercilik anlayışları, tarafımızdan belirlenmiş olan haber başlığının içeriği nedir? Haber kimden yana? Haber açıklayıcı mı? Haber tanımlayıcı mı? Haberde fotoğraf kullanılmış mı? Haber kaç kb? Haberde Türkiye'ye öneriler var mı? Haberde okuyucu yorumu var mı? Gibi sorularla haber yapısı irdelenmeye ve haber sitesinin tutumu belirlenmeye çalışılmıştır. Her gün için düzenlenen tablolar ile incelenen on-line gazetelerdeki savaşla ilgili haberlerin yoğunluğu gözlenmeye çalışılmış ve aynı zamanda incelenen haberlerin kısa bir özeti çalışmamızda yer almıştır.

I- İNTERNET, GELİŞİMİ, ARAÇLARI VE GAZETECİLİKTE KULLANIMI

A- İNTERNET'İN ORTAYA ÇIKIŞI

İnternet, iki veya daha çok sayıda bilgisayarın birbiriyle bağlantısı anlamına gelen bilgisayar ağları (network)'nin aralarında tekrar bağlantı

kurmalarıyla oluşan, dünya çapında yaygın bilgisayar ağlarına dayalı bir iletişim sistemidir (İçel 1998: 407). İngilizce "International Network"un kısaltılmışı olan İnternet'in tanımına başka bir kaynaktan bakacak olursak, İnternet olarak adlandırılan ve genel bir tanımıyla "bilgisayar ağlarının ağı" ya da "evrensel bilgisayar ağı" olarak nitelendirilen, dünyanın pek çok ülkesindeki milyonlarca bilgisayarın kendi aralarında oluşturdıkları yerel yada geniş alan ağlarının birbirine bağlanması ile oluşturulan bir elektronik iletişim ağıdır (Gürcan 1999: 38).

B- İNTERNET'İN GELİŞİM SÜRECİ

İnternet'in ortaya çıkışı ve gelişimi, zaman zaman bazı bilimsel buluşların olduğu gibi, rastlantısal ve konjonktürel değişim ve dönüşümlere paralel bir çizgide gerçekleşmiştir. Daha da açmak gerekirse, İnternet olgusu başlı başına bir amaç olarak ortaya konulmamış ancak bir amacın yan ürünü biçiminde ortaya çıkmış, geliştirilmiş ve bugünkü kullanım düzeyine erişmiştir (Özgen 2000:59). ARPANET; 1957'de Ruslar'ın Sputnik'le uzaya çıkmaları karşısında, ABD Başkanı Einsenhower'in emriyle, 1958'de kurulan İleri Araştırma Programları Ajansı'nın (Advanced Research Programme Agency-ARPA) paket yönlendirmeli bilgisayar ağı olarak ortaya çıkmış, askeri amaçlı araştırma yapan laboratuvarları ve üniversiteleri birbirine bağlamak üzere geliştirilmiştir. Daha sonra ARPA'dan NASA doğmuş ve ARPA'nın adı da 1970'lerin başında İleri Savunma Araştırmaları Ajansı'na (DARPA) dönüşmüştür. ARPANET Haziran 1990'da ortadan kalkarak yerini İnternet'e bırakmıştır. İlk önce Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversiteleri birbirine bağlamış, daha sonra da genel kullanıcılara açılmıştır. 1993'den başlayarak hızla gelişen WWW aracı sayesinde İnternet kullanımı her geçen gün daha da yaygınlaşmıştır.

Bilgisayarların ortak bir ağ altında birleşmesi, kullanıcılara şu kolaylıkları sağlamıştır:

- 1- Herhangi bir departman ya da dünyanın öbür yakasındaki bilgiye kolay erişim olanağı doğmuştur.
- 2- Mesajların ve datanın, diğer kullanıcılarla değiş-tokuşunu sağlamıştır.

Bilgisayarların ağ oluşturmasında ise benzer iki teknoloji kullanılmıştır:

İnternet: Dünya çapında yaygın bilgisayar ağları ve kullanıcıları olan ve açık endüstri standartları-

na dayanmaktadır. Bu, binlerce veri tabanı ve diğer kaynaklardan bilgi sağlamaya ve bilginin diğer kullanıcılarla değiş-tokuşuna, paylaşımına olanak tanır.

Intranet: İnternet teknolojisine dayanan bir kurum-içi bilgisayar ağı sistemidir. Bu, farklı sistemlerde tutulan verilerin, kolay kullanım arayüzü ile birlikte kullanımını sağlar. Intranet'te amaç, çalışanlara, güncel firma enformasyonu ve son gelişmeleri sunmak ve çalışanlar arasında, güçlü ve hızlı iletişimi sağlamaktır. (Gürcan 1999: 40-41).

İnsanlar, İnternet'te chat yaparken de kendilerine yeni bir dil edinmişler ve hep bir yerlere yetişme telaşındaymış gibi düşünen, konuşan, yazan bir neslin kendine özgü dilini geliştirmişlerdir. Cinsel yönden baskıcılığıyla dikkat çeken bu yalnız neslin macera ihtiyacını yine İnternet karşılamaktadır. AIDS sonrası yirminci yüzyılın sonlarında "İnternet ortamında dokunmadan seks" moda olmuştur (Dündar 2000:24).

Özellikle haberlerin İnternet ortamından erişilebilir hale gelmesi ile birlikte geleneksel gazeteciliğin yapısında da değişimler başlamıştır. İnternet'in medya için ne kadar önemli bir dönüm noktası olduğunu, Boston'da yapılan Uluslararası Basın Enstitüsü'nün (IPI) son genel kurulunda, diploması sihirbazı Henry Kissinger, şu sözleriyle çok güzel bir şekilde ortaya koymuştur:

"Yazının bulunuşu insanlığın ilk önemli devri midir. Çünkü bu yolla sözlü kültürün belgelene şansı doğdu. İkinci önemli devrim ise matbaanın icadıdır. Böylelikle yazılı belgeler çoğaltılarak, geniş kitlelere ulaştı. Üçüncü önemli devrim ise İnternet'tir. Şimdi bu sayede artık herkes kendi gazetesini çıkarabilme ve onun genel yayın yönetmeni olma imkanına kavuşmuştur." (Nurgün 2000: 3).

Hayatımızın neredeyse vazgeçilmez bir unsuru hale gelmiş olan İnternet'in kıtalardaki kullanıcı sayıları ise Kasım 2000 verilerine göre şöyledir:

Afrika	3.11 milyon
Asya-Pasifik	104.88 milyon
Avrupa	113.14 milyon
Orta Asya	2.40 milyon
Kanada-ABD	167.12 milyon
Latin Amerika	16.45 milyon

İnternet'te evrensel erişime açık 1 milyar dokü-

manın bulunduğu da tahmin edilirken Türkiye'de yaklaşık 2 milyon kişinin (% 3.05) İnternet kullandığı tahmin edilmektedir. Ülkeler arasında büyük farklar bulunsa da, eldeki veriler ışığında, dünya çapında Şubat 2001 itibarıyla 1.066 milyon (% 17.78) kişinin İnternet'le tanıştığı belirtilmektedir (GÜR CAN 2001: 4). İnternet, globalleşen dünya üzerinde çeşitli dillerde hazırlanan web sayfaları ile insanlara ulaşmaktadır. Ancak; dünya dil egemenliğini eline geçiren İngilizce burada da ağırlığını ortaya koymuş ve aşağıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi İnternet sayfalarında en fazla kullanılan dil konumuna gelmiştir.

İnternet'teki Lisan Kullanım Sayısı	
İngilizce	192.000.000
Çince	29.000.000
Japonca	38.800.000
Almanca	22.400.000
İspanyolca	21.100.000
Fransızca	14.200.000
Korece	16.800.000

İnternet ortaya çıktığı ilk zamanlarda başlarda teknolojik gelişmeden kopmamak için düşük sermayelerle kurulan İnternet şirketleri şu an milyonlarca dolar değerindeki televizyon, gazete, dergi ve radyo gibi yayın şirketlerini satın alacak konuma gelmişlerdir. Dünyanın zengin insanları da petrol, altın gibi yatırımlarının yanında İnternet alanında da yatırım yapmaya başlamışlardır. Örneğin; Dünya'nın en zengin isimlerinden biri olan Suudi milyarder Prens El-Velid yeni teknolojiye yatırım yapan isimlerden biridir. El-Velid 2001'in son aylarında 450 milyon dolarlık "AOL Time Warner" ve 100 milyon dolarlık "priceline.com" hissesi satın almıştır (Hürriyetim 2002: 1). Türkiye'de de bugün İnternet alanındaki atılımlar, derin ekonomik krize rağmen devam etmektedir. Kısa sürede yirmibin büyük ve küçük işletmeyi bünyesine katan www.turkticaret.net ve dünya mobil bilişim sektöründe söz sahibi olmayı hedefleyen, www.mobiler.net gibi iki büyük ticaret sitesi bunun somut örneklerini oluşturmaktadır (Hürriyet Pazar Aralık 2001:18).

1-İnternet'i Kullanma Amaçları

Günümüzde hemen hemen her işimize yarayan İnternet'i temelde şu amaçlarla kullanırız.

1- Bilgisayar ağına bağlı tüm bilgisayarlarla iletişim kurmak, mail atmak yani anında mektup göndermek, sohbet etmek (chat), anında karşılıklı bilgi alışverişinde bulunmak,

- 2- Bilgi, makale, teknik rapor, ders notu gibi dünyadaki sınırsız kaynağa erişmek,
- 3- Herkese açık yazılımlara ücretsiz erişmek,
- 4- Kitap, konferans, duyuru ve kayıt işlemleri yaptırmak,
- 5- Bilgi bankalarına ve arşivlere erişmek,
- 6- Kütüphane kataloglarına ulaşmak,
- 7- Giderek her türden alış-veriş yapmak,
- 8- Tatil rezervasyonları yaptırmak, uçak ve diğer yolculuk biletleri ayırtmak ve satın almak,
- 9- Bankacılık işlemleri yapmak,
- 10- Çeşitli resmi başvuru işlemlerini gerçekleştirmek,
- 11- Her konuyla ilgili uzmanların adreslerine ulaşış iletişim kurmak,
- 12- Günlük gazete haberlerini izlemek,
- 13-Konferans duyurusu, başvurusu yapmak, özet makale sunabilmek ve konferans örgütleyebilmek,
- 14-"On Line" üniversitelerden ders alıp diploma alabilmek,
- 15- Bilim, meslek adamlarının, sanatçıların ve kuruluşların adreslerini bulabilmek,
- 16- İnternet'teki müzeleri ziyaret edebilmek,
- 17-Ticari kurumların veri tabanlarına erişebilmek,
- 18-Haber amaçlı yazılı ve görsel organlara ulaşabilmek ve televizyon izleyip ve radyo dinleyebilmek (Işık 2001: 9).

C- İNTERNET ARAÇLARI

İnternet'te enformasyon alışverişinde değişik araçlar kullanılmaktadır. Bunlar: World Wide Web (WWW), e-posta,Telnet, FTP (Dosya Aktarım Protokolü), Listserv, Usenet, Archie, WAIS (Geniş Alan bilgi Sistemi), Gopher'dır.

- 1-World Wide Web (WWW) : WWW'in tasarımında üç ana ilke bulunmaktadır.
 - a)Merkezi veri depolama kavramının ortadan kalması ve bunun sonucunda isteyen herkesin bilgi yaratma ve sunma imkanının ortaya çıkması.
 - b)Coğrafik konumun hiçbir öneminin kalmaması.
 - c)Dökümanların transferinde kullanılan protokoller ve düzenlemelerin detaylarını gizleyen oldukça basit bir arabirim olması (Akin 2001:49). İnternet kullanıcıları arasında, en çok yararlanılan imkanlardan olan World Wide Web (dünyayı saran ağ)'in ortaya çıkmasıyla İnternet kullanımındaki yaygınlık artmıştır. World Wide Web temelli İnternet araçları 1993 yılında ortaya çıkmış ve bilgiye ulaşım daha da kolaylaşmıştır. U-

laşılabilen bilgiler ile sunulan hizmetler miktar ve çeşit olarak artmıştır. Bugün İnternet'in en popüler uygulaması "Web Taramasıdır". World Wide Web, metin, grafik, ses ve programlama içeren bilgi sayfaları sunan, İnternet'e bağlı sunucuların ağıdır (Işık 2001: 11).

2-Elektronik Posta: İnternet karma bir şebekedir ve yenilikçi uygulamalarından biri olan posta kutusu onun bileşenlerinden biri olan Usenet'in içinde gelişmiştir (Barbier ve Ark 2001:372). Kullanıcıların birbirlerine mesaj göndermede kullandıkları, yazılı mektupların ve yazışmaların elektronik ortamda gerçekleştirilen bir biçimidir.

3-Telnet: Kullanıcıların İnternet'te bulunan herhangi bir bilgisayara bağlanmalarını veya girişlerini (Login) sağlar.

4-FTP (Dosya Aktarım Protokolü): Kullanıcıların yalnız dosya aktarımı amacıyla uzak bilgisayara bağlanmalarını sağlar.

5-Listserv: Ortak ilgileri doğrultusunda bir grup insanın birbirlerine mesaj göndermelerini sağlayan tartışma grupları ortamıdır.

6-Usenet (Haber Grupları) : Bir konu ile ilgili insanların tartışabileceği Listserv gibi olan başka bir ortamdır.

7-Archie: FTP bilgisayarlarının içeriklerini sorgulamak ve bilgiyi kullanıcıya sunmak amacıyla yaratılmıştır.

8-WAIS (Wide Area Infomation System-Geniş Alan Bilgi Sistemi): Bu, bilgi bulmaya yardımcı olan bir araçtır.

9-Gopher: İnternet'te çeşitli araçları kullanarak, kullanıcıya, çok çeşitli bilgiye ulaşımında basit, tutarlı bir arabirim sağlar.

10-Chat: İnternet'teki bir sunucu (server) üzerinde bir chat programı kullanarak, diğer İnternet kullanıcılarıyla (Net-daşlarla) yazıya dayalı konuşma yapabilmeye olanağı sağlayan bir araçtır. Chat odaları, yazımı basitleştirmek ve yazılamayan bazı şeyleri (gülümseme, hoşnut kalmama, alaya alma vb.) yazıyla göstermek amacıyla kendi söylemini oluşturmuştur. Bu söylemlerle chat kullanıcısı, karşısındaki kişinin tavırlarını öğrenebilmektedir. Örneğin;

:) Gülümseme
O:-) Size karşı iyi

:(Hoşnut kalmama
:-(Ağlama, üzülmeye
:- Dil çıkarma
(Derleme, 2000:53).

11-Sesli veya video konferans: İki veya daha fazla kişinin birbirini duymasını ve görmesini, whiteboard ve diğer uygulamaları paylaşabilmelerini sağlar (Derleme 2000:6).

D-TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMININ BAŞLANGICI VE GELİŞİM SÜRECİ

Türkiye global İnternet ağına 12 Nisan 1993'te, TÜBİTAK-ODTÜ (TR-NET) işbirliğiyle bir DPT projesi çerçevesinde bağlanmıştır. 64 kbit/sn hızındaki bu hat ODTÜ'den uzun bir süre ülkenin tek çıkışı olmuş, daha sonra Ege Üniversitesi(1994), Bilkent (1995), Boğaziçi (1996), İTÜ (1996) bağlantıları gerçekleştirilmiştir. İnternet'e 53. Ülke olarak giren Türkiye'de, ODTÜ ve TÜBİTAK'ın tanıtma ve yayma çabaları, TR-NET Grubu'nun yoğun çalışmalar ile akademik çevre hakimiyetli İnternet, hemen hemen bütün kesimler tarafından gündem güne artan bir taleple karşılanmıştır. 1995 yılı hedefini 50 bin kişiye hizmet olarak açıklayan TR-Net 'in çalışmaları sonuç vermiştir. Türkiye'deki transmisyon hatlarını kurma yetki ve bunlar üzerindeki mülkiyet hakkı, 10. 06.1994 tarih ve 4000 sayılı kanunla değişik 406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu'nun 1. Maddesi gereğince Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'ne ait bulunmaktadır. Böylece Türk Telekom'un İnternet omurgası konusunda da tekel yetkisi vardır (Kırdı 1999:36).

Türkiye'deki iletişim hizmetlerin bünyesinde toplayan Türk Telekomünikasyon A.Ş.'nin, 1995 yılında açtığı Ulusal İnternet Altyapı Ağı "TURNET" ihalesini Sprint-Satko -ODTÜ konsorsiyumu kazanmış ve 1 Mart 1996 tarihinden itibaren İnternet alt yapı hizmetleri bu konsorsiyum tarafından yürütülmüştür. İnternet ağının kurulması ve işletilmesi dokuz yıl süre ile TURNET'e verilmiştir. Turnet bu hakkı kullanmak isteyen sağlayıcıların bu isteklerini ağır koşullar sunarak kabul etmiştir. Tekel özelliğinin dışında TURNET'in eleştirildiği bir diğer konu ise işletim sisteminin yavaş olmasıdır. TURNET'in yanı sıra 1996 Haziranın da TÜBİTAK bünyesinde Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM) adıyla yeni bir merkez kurulmuştur. ULAKBİM'in temel görevi ise en yeni teknolojileri kullanarak Türkiye çapında tüm eğitim ve araştırma

kuruluşlarını birbirine bağlayacak Ulusal Akademik Ağ (ULAKNET) adıyla hızlı bir iletişim ağı kurmak ve bu ağ aracılığı ile bilgi hizmetleri vermektir (Kırdı 1999:36). Bugün Türkiye'de İnternet kullanıcılarının sayısı hızla artmaktadır. Türkiye'de İnternet kullanıcılarının çoğalmasında son iki yılda sayıları hızla artan ve en ucra kasabalara kadar yayılan İnternet cafelerin etkisi çok büyüktür.

E- TÜRK MEDYASINDA İNTERNET'İN KULLANILMAYA BAŞLANMASI

Türk medyasında İnternet'in 1995 itibarıyla bir yayın aracı olarak kullanılmaya başlanmasından kısa bir süre sonra yaygın yayın yapan araçların hemen hepsi İnternet'te de yerlerini almışlar ve mevcut geleneksel yayınlarını İnternet ortamına da aktarmışlardır. Türkiye'de elektronik medyanın geçmişine baktığımızda ilk olarak karşımıza çıkan, Temmuz 1995'te yayına başlayan Aktüel Dergisi'dir. Ancak Aktüel Dergisi'nin İnternet üzerindeki arşivinde, 2 Ocak 1997'den beri yayınlanan dergilere ulaşılabilmektedir. Lemana dergisi aynı yılın Ekim ayında on-line olurken, Zaman; 2 Aralık 1995 tarihinden itibaren gazetesindeki haberleri ve köşe yazılarını başlıklar halinde İnternet üzerinden vermeye başlamış, 31 Temmuz 1996 tarihinde ana sayfasının görünümünü değiştirerek, köşe, güncel, politika, dünya ekonomisi, spor, medya gibi bölüm başlıkları oluşturmuştur. Zaman gazetesi, 7 Haziran 2000'den bugüne kadar şu an ki tasarımıyla yayın yapmaktadır. Gazetenin tamamını düzenli olarak on-line veren ilk günlük gazete ise Milliyet'tir. Milliyet 27 Kasım 1996'da on-line yayına başlamıştır. Hürriyet ve Sabah gazetelerinin İnternet ortamına geçiş tarihleri ise 1 Ocak 1997'dir. Radikal gazetesinin On-line yayına başlama tarihi ise 28 Mart 1998'dir. Cumhuriyet gazetesi kuruluş yıldönümü olan 7 Mayıs 1998 tarihinden itibaren on-line hizmet vermeye başlamış, 11 Haziran 1999'da "Tadilat Nedeniyle Kapalıyız" başlığıyla yayın yaşamına son veren yeni Yüzyıl gazetesi ise Şubat 1998'den itibaren İnternet ortamında yer almıştır. Sabah grubundan Esquire 1 Ocak 1998, Cosmopolitan, Fastbreak, Gezi, Gurme, Outdoor, Para, PC Magazine, Power, Sinema ve Top Sante 1 Şubat 1998, Oto haber ise 7 Şubat 1998'den itibaren on-line olmuşlardır (Gürcan 2001: 3). Türkiye'de şuan İnternet üzerinden yayın yapan ulusal televizyon, ulusal ve yerel gazeteler ile İnternet üzerinden sıcak haber veren, haber akışını sağlayan haber siteleri web adresleri toplu olarak aşağıda belirtilmiştir.

1-İnternet'te Yayınlanan Ulusal Gazeteler

Hürriyet, Milliyet, Sabah, Radikal, Türkiye, Turkish Daily News, Zaman, Akşam, Yeni Asır Yeni Asya, Resmi Gazete, Dünya Gazetesi, Güneş, Cumhuriyet, Yeni Şafak, Star, Milli Gazete Akit, Finansal Forum, Fotomaç ve Fanatik

2-İnternet'te Yayınlanan Yerel Gazeteler

Bolunun Sesi, Başkent'in Sesi, Bakırköy Postası, Balıkesir'in sesi, Burdur Haber, Yöremiz, Bursa Ekohaber, Değişim, Demokrasi Zemini, Gerçek, Gazete Boğaz, Gazete Işık, Gaziantep Ekspres, Giresun Gazetesi, Karabüknet, Karamanweb, Kadıköy Gazetesi, Kocaeli Gazetesi, Kuşadası Haber, Manisa Haber, Merhaba Gazetesi, Mudanya Online, Niğde Ekspres, Özgür Kocaeli, Silivri İnternet, Trakya'nın Sesi, Yeni Meram, Yeni Alanya, Yeni Ufuk.

3-İnternet'te Yayın Yapan Bazı Haber Siteleri

www.anti medya.net, www.ajan-turk.com, www.aykirihaber.com, www.derinana-dolu.com, www.dorduncukuvvetmedya.com, www.ehaber.net, www.finansalforum.com.tr, www.basla.com/gazetem/turkiye.shtml, www.gecce.com, www.gercekturkiye.com, www.habercininsitesi.net, www.haberturk.com, www.haberatak.com (Gürcan 2001: 6).

4-İnternet'ten Yayın Yapan Televizyon Kanalları

Kanal D, Atv, Show Tv, Star, Ntv, Samanyolu, TGRT, Kanal 6, Kanal E, Kral TV, Kanal 7

F-GELENEKSEL GAZETECİLİKTEN İNTERNET GAZETECİLİĞİNE GEÇİŞ SÜRECİNDE ORTAYA ÇIKAN FARKLAR

1-On-line gazete okuyucunun hareket tarzı geleneksel gazete okuyucusundan çok farklıdır. Bazıları İnternet üzerinde gezinerek eğlence ararken, bazıları araştırma yapmaktadır.

2-On-line gazetecilik için basılı gazetelerin dağıtım sorunları veya radyo ile televizyon yayınlarının alınmaması gibi coğrafik sorunlar bulunmamaktadır.

3-On-line gazetecilik farklı ilgi grupları oluşmasını, bunların güçlenmesini sağlamıştır. Bu da

haber sitelerinin hedef kitesini genişletmiştir. Ancak geleneksel gazetecilikte gazetelerin belirli okur kitleleri bulunmaktadır.

4-On-line gazeteler, geleneksel gazetelerdeki klasik haber tanımına uymayan ve bugüne kadar gazetelerde ayrıntılı bir yer bulamayan hava tahminleri, yol ve deniz durumlarını anlatan raporlar, tren, uçak, metro tarifeleri gibi pek çok ayrıntılı bilgiye okurun kolay erişimini sağlamaktadır

5-Haber sitelerinde bireyselleştirme (personalization) özelliği sayesinde okura, yalnızca ilgilendiği alandaki haberleri alabilmesi olanağı sunulmaktadır.

6-On-line gazetelerin büyük çoğunluğuna okur ücretsiz olarak ulaşabilmektedir. (Bazı sanal gazete haberlerinin ayrıntılarına ulaşabilmek için ücretsiz olarak o gazeteye üye olmak gerekmektedir). Oysaki basılı gazeteyi okurun ücret ödeyerek satın alması gerekmektedir (Ersöz 2000: 152).

7-On-line gazetelerde sunulan haberler, basılı gazetelerdeki sütun sınırlılığı, radyo ve televizyondaki süre kısıtlılığını ortadan kaldırarak yayımlanmaktadır.

8-İnternet'in sunduğu, yazı, fotoğraf, grafik, ses, animasyon ve görüntü unsurlarının aynı sayfada verilebilmesi olanağı, günümüzde yavaş yavaş haberlerin yazı yanında video ve sesli görüntüleriyle de desteklenerek on-line sunumuna başlamasına imkan vermektedir. Böyle bir haber sunumu ise geleneksel basılı yayın organları için mümkün değildir.

9-On-line gazete okuyucusu haberleri farklı haber sitelerinden takip edebilme serbestisine sahipken, basılı gazete okuru para karşılığında satın aldığı gazete ile yetinmek zorundadır.

10-On-line gazete okurları, evrensel düzeydeki on-line yayınları, sorunsuz olarak takip edebilmektedirler.

11-İnternet'in sansürsüz ve özgürlükçü bir ortam sunması sayesinde okur, on-line gazeteler aracılığıyla sansüre uğramamış haber ve enformasyona rahatça erişebilmektedir.

12- İnternet'teki haber sitelerini ve sanal gazeteleri yöneten kişi ya da kişiler bulunmakla beraber on-line gazeteler, merkeziyetçi değildir. Ba-

sılı gazetelerin belirli nüshalarının, basımını takiben merkezi bir otoriteye sunulması gerekirken, on-line gazetelerde ve haber sitelerinde, şu anda mevcut bir İnternet yayıncılığı yasası olmamasından dolayı bu gerekli değildir.

13- Basılı gazeteyi belirli saatler dışında bulabilmek imkansızken, on-line gazetelere haftanın her günü 24 saat erişmek mümkündür. Radyo ve televizyonda da program saatini kaçırma olayı vardır.

14-Sanal gazetecilikte kağıt ve kalem kullanılmadığı için ormanlar yok edilmemektedir.

15-Sanal gazeteler basılı bir malzeme olmadığı için geri dönüşümü düşünülmemektedir.

16-Geleneksel yöntemlerle yapılan gazetecilikte gazeteci enformasyon denizinde, kayda değer bulduğu haberleri ayıklamakla yükümlüdür. İnternet ile birlikte ortaya çıkan olanaklarda ise okuyucu istediği enformasyonu kendisi seçmektedir.

17-Sanal gazetelerde haberlerdeki başlıklar iki yada üç kademedem oluşmaktadır. Genel sayfa başlığı, alt başlık ve daha alt başlıklar. İç içe geçmiş başlıklar sesli ekran okuyucular sayesinde görmeyen okuyucular içinde kullanılabilir hale getirilmiştir.

18-On-line gazetelerde, geleneksel gazetelerdekini tersine başlıklar uzun yerine kısa kullanılmaktadır. Ve bu kısa başlıklar okuyucuya metnin içeriğini açıklayabilecek niteliklerde olmaktadır.

19-On-line gazetelerde başlıklar ve alt başlıklar kullanıcının dikkatini çekecek biçimde; renkli, yazıların altları çizili ve okuyucunun rahat okuyabileceği şekilde verilmektedir (Gürcan Batu 2001: 6).

II- İNTERNET TEKNOLOJİSİNİN ALT YAPISI VE DEĞİŞİK ALANLARDA İNTERNET

A- İNTERNET'TE ALAN İSİMLERİ SİSTEMİ

Alan isimleri sistemi İnternet'te kullanıcıların ulaşım yeteneklerin kolaylaştıran merkezi bir fonksiyon hizmetini görmektedir. Bu ise iki bileşenin yardımı ile yerine getirilir: alan ismi (do-

main name) ve buna karşı gelen İnternet Protokol (IP) numarası alan isimleri kullanıcılara bir anlam ifade eden, hatırlanması ve belirlenmesi kolay kısaltmalardan oluşan İnternet adresleridir. www.wipo.int buna örnek olarak verilebilir. IP sayısı ise, uluslararası telefon numarası, örneğin 192.91.247.53 gibi, sayısal bir adrestir.

Geniş veri tabanlarında (registry), alan isimleri ile bunların karşılığı olan IP sayısal adreslerinin bir listesi yer alır. Bu veri tabanları, alan isimleri ile bu isimlere karşı gelen IP sayısal adreslerinin eşleştirilme fonksiyonunun yerine getirirler. İnternet kullanıcısı bir alan ismini bilgisayarına yazdığı zaman, İnternet yazılımı (software) otomatik olarak bu alan ismini IP sayısal adresine dönüştürür, ilgili servis sağlayıcı (server) ile bağlantı kurar ve alan ismine karşı gelen ana sayfa bilgisayarda görünür. WIPO ana sayfası alan ismi "http:www.wipo.int" ön ekinde "http" İnternet protokolünü ya da yazılımını; "www" birtakım tekniklerin kullanımı ile dünyanın herhangi bir yerindeki bilgiye erişme yöntemini ifade etmektedir. Böylece bilgisayara "http:www.wipo.int" yazıldığı zaman WIPO'nun ana sayfası ekranda görünmektedir. Alan ismi en az iki kısımdan oluşmak zorundadır. Bunlar; "birinci-derece alan ismi" (top level domain-TLD) ve "ikinci-derece alan ismi" (second level domain-SLD). Alan isimlerinin "dereceleri" sağdan sola doğru sayılmaktadır.

WWW. WİPO. İNT
SLD TLD

"wipo.int" alan isminde "int" birinci-derece alan isimdir (TLD). Birinci-derece alan isimleri sınırlı sayıdadırlar. "wipo" ikinci-derece alan isimdir (SLD). Her bir TLD için sınırsız sayıda SLD olabilir, ancak her bir TLD için belirli bir SLD'den sadece bir tane vardır (Işıkli 2001:10).

1-ALAN İSİMLERİ KATEGORİLERİ

Birinci-derece alan isimleri iki kategoriye ayrılmıştır.

- Jenerik Birinci Derece Alan İsimleri (generic top level domains-gTLD)
- Ülke Kodu Birinci Derece Alan İsimleri (country-code top level domains-ccTLDs)

Mevcut durumda yedi adet gTLD vardır, ancak bunlardan üç adedi, ".com", ".net", ve ".org" olmak üzere, kişilerin veya kurumların kullanımına açıktır. Diğer dört adet gTLD ise, ".int", ".edu", ".gov" ve ".mil" sadece belirli kriterleri sağlayan kurumlara tahsis edilmektedir."gTLD" le-

rin çoğu küresel bir işlev sahiptir, bu nedenle de iki yada daha çok ülkede faaliyet gösteren yada göstermeye niyeti olan kuruluşlara verilirler. Günümüzde ".com", ".edu", ".net" ve ".int" en çok kullanılan "gTLD" lerdir. Ticari kuruluşlar için ise hiç şüphesiz ki ".com" dünyada en fazla aranan ve ticari değer ifade eden TLD olmuştur. Dolayısıyla, alan ismi ihtilaflarının bir çoğu ".com" TLD'si içinde ortaya çıkmıştır.

Fonksiyonel olarak gTLD ile ccTLD arasında hiçbir fark yoktur. ccTLD içinde tahsis edilmiş bir alan ismi, bir gTLD içinde tahsis edilmiş bir alan ismi gibi aynı bağlantıyı sağlar. gTLD'lerin herkese açık, ccTLD'lerin ise kısıtlı olduğu gibi bir düşünce yanlıştır. Daha önce de belirtildiği gibi, kullanımında herhangi bir kısıt olmayan açık gTLD ve ccTLD'ler ile kullanımı belirli kriterlere bağlı gTLD ve ccTLD'ler bulunmaktadır. GTLD'lerin en önemli özelliği "dümdüz" bir yapıya sahip olmalarıdır. Bu nedenle TLD'nin sonunda yer alan bilgi, alan ismi sahibinin kimliğini belirleyen tek bir kelime olmaktadır ki bu da SLD olarak tanımlanmaktadır. Bu durumun aksine ccTLD'ler ise, alan isimlerini daha karmaşık ve uzun hale getirmektedir. Bazı ülkelerde ikinci-derece alan isimleri gTLD'lerde kullanılan belirleyicilerden oluşabilmektedir. Örneğin ".com.uk", "virgin.com.uk" gibi bir alan ismini ifade edebilmektedir (Işıklı 2001:11).

c-Alan Adı Ülke Kısaltmaları (Bazı Ülkeler Örnek Olarak Verilmiştir).

Ülke İsmi	Alan İsmi
Afganistan	.af
Birleşik Krallık	.uk
Danimarka	.dk
Endonezya	.id
Fransa	.fr
İsviçre	.ch
İtalya	.it
Kanada	.ca
Makedonya	.mk
Rusya	.ru
Japonya	.jp
Türkiye	.tr

(Kırcova 2002:20).

B- ALAN İSİMLERİ SİSTEMİNİN GELİŞİMİ VE YÖNETİMİ

İnternet'in hızlı bir şekilde gelişimi ve kullanımının artarak ticaret, eğitim, iletişim gibi farklı alanlara da yönelmesi, kullanıcıların alan isimlerine talebin arttırması, bunun sonucunda da alan i-

'simleri sisteminin idare edilmiş yöntemi dünyada son dönemde tartışılan önemli konulardan biri olmuştur. Her bir alan ismine karşı gelen tek bir IP numarası vardır. Her ne kadar ABD Hükümeti ile yapılan sözleşme 1998 yılında sona ermiş olsa da günümüzde bölgesel IP numaraları karşıt kurumlara (Regional Internet Registrars-RIRs) bu sayısal adresleri blok şekilde tahsis etmektedir. Dünyada üç tane RIRs vardır.

1-Dünyadaki IP Numarası Karşıt Kurumları (RIRs-Regional Internet Registrars)

a-ARIN (American Registry for Internet)

: Kuzey Amerika, Güney

Amerika, Güney Afrika ve Karaipler

b-RIPE (Reseaux IP Europeens)

: Avrupa

c-APNIC (Asia Pacific Network)

: Asya/Pasifik Bölgesi

Büyük İnternet sağlayıcıları bu bölgesel kurumlara başvurarak IP sayılarının blok olarak alır ve daha sonra aldıkları IP sayısal adreslerini bu kez daha küçük servis sağlayıcılara ve nihai kullanıcılara tahsis ederler (Işıklı 2001: 10-14).

C- İNTERNET'TE MARKA OLGUSU

"Zamanı gelmiş bir fikri hiçbir şey hatta gecenin gülleri bile durduramaz." Der Victor Hugo. Herhangi bir fikrin, ne kadar devrim gibi görünse de özel olarak bir bireye atfedilmesi yanıltıcıdır. Geçmişe bakacak olursak gerçek anlamda tüm büyük devrimci gelişmelerin (otomobil, uçak, kişisel bilgisayar vs.) pek çok girişimci tarafından eşzamanlı olarak keşfedildiğini görebiliriz. Fakat sonuçta kazanan kişi daima en iyi fikri ortaya atan kişi değildir. Çoğunlukla ilk harekete geçen kim olursa, o kazanmıştır. Güçlü bir İnternet markası oluşturmak için muhakkak ki iyi bir fikre sahip olmak gereklidir (Ries 2001: 1). 1950 yılından itibaren her on yılda bir fikrin ürünü olarak ortaya çıkan ürünleri sıralayacak olursak şöyle bir tablo önümüze çıkar:

1950'ler Televizyon

1960'lar Mainframe bilgisayar

1970'ler Elektronik çip

1980'ler Kişisel bilgisayar

1990'lar İnternet

1994'te, Stanford mezunu iki genç (Jerry Yang ve David Filo) bir internet arama motoru olan Yahoo'yu oluşturarak çağın buluşu İnternet'te, altına hücum fırsatını tam zamanında yakalamışlardır. Bu iki gencin kurmuş olduğu şirketin borsa değeri sadece beş yıl sonra 114 milyar doları

bulmuştur (Ries 2001: 1). Türkiye'de ünlü firmaların isim haklarını satın alan İnternet avcılarının karşı çeşitli firmalar tarafından hukuki savaş açılmıştır. Örneğin; Koç Grubu'nun bankası olan ve İnternet avcılarının tarafından devri için 100 bin dolar istenen sitenin isim hakkı mahkeme tarafından gruba iade edilmiştir. Bunu örnek alan Bursa'daki Sönmez Grubu'nun radyosu RadyoS'in ardından, Sabancı Grubu'nda 1998 yılında üçüncü bir kişi tarafından kendi adına tescil ettirilmiş bulunan "sabanci.com" alan adını, Dünya Fikir Hakları Teşkilatı (WIPO) kararıyla devir almıştır (Hürriyet Pazar Ekim 2001:10). Sanal ortamda bazı isimler fahiş fiyatlarla alıcı bulmaktadır. Yüksek rakamlara satılan isimlere birkaç örnek verecek olursak;

Business.com	7.5 milyon dolar
Wine.com	3 milyon dolar
Telephone.com	1.75 milyon dolar
Bingo.com	1.1 milyon dolar
Wallstreet.com	1.03 milyon dolar
Drugs.com	823.456 dolar
University.com	530.000 dolara satılmıştır

(Ries 2001:67).

D- MODERN İNSANIN YALNIZLIĞINDA TEK ARKADAŞ İNTERNET

"Ortega'nın "Yaşamak kökten yalnızlıktır."sözünden yola çıkacak olursak 21.yüzyılda insanlar yalnızlıklarından kurtulmak için gerçek dostluklar yerine İnternet deyimiyle chat alanında sanal dostluklara yönelmişler ve toplumdan daha da uzaklaşmışlardır. İnsanlık tarihi insanın kendisini doğadan ayırmasıyla ve ona karşı güç kazanmasıyla başlar. Doğa ile olan ilişkilerinde edilgen olmaktan çıkıp etken ve aktif bir rol almasıyla oluşur. Üretken olur miskinlikten kurtulur ve güç dengelerini eline alır. Alet kullanır" (Özodaşık 2001:9).

İnsan ilk çağlarda yiyecek ihtiyacını karşılamak için mızrak ve ok kullanarak avlanır. Tekerleği bulur. Ağır yüklerini kağrı benzeri arabalarla taşımaya başlar. 21. Yüzyıl'da çağın buluşu İnternetle dünyayı evine getirir. Ancak doğa yasalarını etkileyemediğini anlar. Tarihin her aşamasında, yalnız olduğunu anlar ve bu yalnızlığı ona çaresizliğini hatırlatır. İlkel insan, din ve mitoloji yaratarak ve birlikte yaşadığı kabileye sıkıca sarılarak kaderinden kaçmayı düşler. Grup bağları onu yalnızlığından ve çaresizliğinden kurtarır. Günümüzde de yalnız insan modern insanoğlu yalnızlığından ve çaresizliğinden chat ortamında edindiği arkadaşlarıyla kurtulmaya çalışmaktadır

(Özodaşık 2001: 95).

1-Çocukları ve Gençleri Sanal Ortama Karşı Korumanın Yolları

İnternet çocuklar ve gençler için tehlikeli bir mekan olabilir. Öyle ki sanal ortamda her an suçlular ve açgözlü satıcılarla karşı karşıya kalabilirler. Bu konuda ABD Ulusal Tüketici Derneği On-line Suçlar Ofisi Kamu Yönetimi Sorumlu Başkan Yardımcısı Susan Grant "Çocuğunuzu şiddet ve hırsızlık olaylarının hat safhaya çıktığı şehrin arka sokaklarına bırakıp gitmezsiniz öyle değil mi?" diye soruyor. Daha sonra ise aşağıdaki maddeleri içeren bir yol izleyerek çocukları bu zararlardan korumanın yollarını gösteriyor (PC Life Mayıs 2001;72).

1-Çocuğunuza önce güven aşılayın. Onu izlemekteki ana nedenin on zarar gelmesini önlemek olduğunu hissettirin.

2-Onların güvende olduğunu bildiğiniz sürece özel yaşamının mahremiyetine saygı gösterin.

3-Gerçekçi olun çocuğunuzun İnternet'te takip ettiği sitelere sınırlama getirmeden önce onun dinlediği müzik tarzı ve izlediği filmler gibi olguları gözden geçirin.

4-Onlarla beraber İnternet'te sörf yapmaya zaman ayırın.

5-Çocuğunuzun İnternet'te sörf yaparken uyması gereken kuralları içeren bir liste yapın ve katıldığı İnternet aktivitelerini takip edin.

6-Çocuğunuza İnternet'te kişisel bilgi vermenin sakıncalarını anlatın. Çünkü e-mail pazarlamacıları ailevi adreslerinizi ve alışkanlıklarınızı öğrenmek için çocuklarınızı hedef seçebilir.

7-Çocuklarınızın arkadaşlarını tanıyın. Arkadaşlarının anne-babalarıyla tanışıp çocuklarınızın İnternet'te güvenli sörf yapabilmesi için fikirlerinizi karşılaştırın.

8-İnternet kullanan bir çocuğun ebeveyni olarak hukuki haklarınızın neler olduğunu bilin. Çocuğunuzu korumak için bazı haklara sahipsiniz. Bunları bilmeniz çocuğunuzun güvenliği açısından çok önemlidir. Ulusal Tüketici Derneği'de ebeveynlerin 'çocukların İnternet'te kendilerine ait ne kadar bilgi verdiğini öğrenme hakkının olduğunu' belirtmektedir.

9-Çocuğunuza İnternet'te kullandığı kullanıcı adının ve şifrenin deşifre edilemeyen uzunlukta ve karmaşık olması gerektiğini söyleyin. Ayrıca İnternet servis sağlayıcı yetkilileri bile istese kullanıcı adı ve şifresini kimseye söylememesini ısrarla hatırlatın. Çünkü; İnternet servis sağlayıcıları bu bilgilere zaten sahiptir. Öyleyse çocuğunuzun kullanıcı adı ve şifresini isteyen kişi yada

kurumlar kesinlikle ardnıyetlidirler.

10-Aile fotoğraflarınızın web sitesinde olmasından sakının. Yada şifre ve diğer koruma yöntemleri ihtiva eden foto-sharing web sayfalarını tercih edin.

11-Erişimi istenmeyen sayfaları bloke edebilmek için www.surfcontrol.com gibi filtrelili yada www.family.com ön filtrelili yazılım kullanın.

12-Bilgisayarı evin en işlek yerine kurun.

13-Sanal arkadaşlarıyla sohbetlerine sınır koyun.

14-Çocuklara zaman zaman gönderilen cinsel materyallerle dolu olan spam mailleri önleyen www.spamkiller.com gibi programları indirerek istenmeyen bu tür mailleri bloke edin.

15-Çocuklarınızın ödevleri için erişim imkanı verirken sohbet odalarına erişimlerine sınırlamalar getirin. Bunun için www.securstysoft.com gibi sitelerden yararlanabilirsiniz.

16-Browser history dosyasını kontrol ederek çocuğunuzun gün içinde hangi siteleri ziyaret ettiğini kontrol edin.

17-Çocuklarınızın kendi kredi kartları olsa bile sizin onayınızı almadan İnternet üzerinden alışveriş yapmalarına izin vermeyin.

18-Eğer çocuğunuzun on-line olarak taciz edildiğini düşünüyorsanız yerel güvenlik güçlerine konu ile ilgili bilgi verin ve şikayette bulunun.

İnternet yararlı olduğu kadar zarar getirebilecek karanlık taraflarının da olduğu bir ada gibidir. Yapmanız gereken çocuklarınızın adanın yasak bölgelerine geçmemeleri konusunda eğitmektir (PC Life Mayıs 2001:72)

E- İNTERNET'TE BANKA HİZMETLERİ

Gelişen teknoloji teknik hayatı etkilediği gibi hizmet alanlarını da etkilemeye devam etmektedir. Yapılan her yenilik insan hayatını kolaylaştırdığı gibi geleceğe yönelik çalışmaların da sınırlarını zorlamaktadır (Türk Telekom 2002:34). Bankacılık hizmetlerinde, bir bankanın İnternet şubesinde yapılabilen bazı işlemler şunlardır:

- 1) Para transferleri: hesaplar arasında transfer, üçüncü kişilere havale ve EFT.
- 2) Döviz alımı ve satımı.
- 3) Yatırım Fonu alımı ve satımı.
- 4) Hisse Senedi alım ve satımı, halka arz işlemleri.
- 5) Kredi Kartı borcu ödeme.
- 6) Elektrik, doğal gaz, cep telefonu, su faturaları ödeme.
- 7) SSK prim ödemeleri.

Bankaların "İnternet Şubelerinde" yapılan ve yukarıda saymaya çalıştığımız işlemler her banka için ilaveler ve eksiklikler içerebilmektedir. Yu-

karıda saydığımız işlemler örnek olarak verilmiştir.

F- İNTERNET'LE DEĞİŞİM

Dünya çapında bir bilgisayar yazılım firması olan Oracle Corporation'un CEO'su Larry Ellison, "İnternet her şeyi değiştirir. İnternet sadece bir teknoloji değil, yeni bir iş yapma şeklidir" diyerek klasik işletmelerin müşteri hizmetleri hızlandırmak ve memnuniyetini arttırmak için hızla İnternet kullanmaya başlamaları gerektiğini vurgulamıştır. İnternet yalnızca birkaç yıl önce elektronik bir ilan tahtası olarak algılanıyordu. Firma broşürlerinin tutulduğu ve potansiyel müşterilerin telefon ve adres bilgisine ulaşılmasının sağlandığı statik bir sunu ortamıydı. Fakat bugün pek çok işletme İnternet'i kullanarak dinamik, veri tabanlı yönelimli "Web" uygulamaları oluşturabileceklerini, bu uygulamaların yalnızca ürün ve hizmetlerinizin satışında değil, pazarların genişletilmesi, müşteri hizmet ve memnuniyetinin artırılması ve şirket genelinde verimi artırmada büyük etken olduğunun bilincine varmışlardır (Oracle 2001:97).

G- İNTERNET'TE SATIŞ VE YAPILMASI GEREKENLER

İnternet'in arkasındaki felsefe, merkezi tutulan bilginin paylaşılması ve herhangi bir web tarayıcı ile bu bilginin evrensel olarak erişilebilir olmasıdır (Oracle 2001:97). Türkiye'de İnternet üç dört yıl öncesine kadar pek az kişi tarafından bilinirken gerek web'te dolaşma gerekse chat yapma furçası insanları sardıkça, bir iki yıl gibi kısa bir süre içinde birçok eve ve iş yerine girmiştir (Vee-mail 2000:31). Her ülkede olduğu gibi Türkiye'de de İnternet'le ilk tanışma oyunlarla, sohbetlerle, faydalı kısa bilgilere ulaşmakla başlamıştır. İlk başlarda İnternet'te alışveriş ve ticaret yapmak bir çok insana hayal gibi gelmiştir. Ancak "Ay'a Seyahat" yada "Denizler Altında Yirmibin Fersah" gibi hayaller nasıl bir gün gelip gerçek olduysa insanların İnternet'le ilgili hayal olarak nitelendirdikleri pek çok şey de bugün gerçek olmuştur. Günümüzde değişen pazar koşulları ve yeni teknolojiler hızlı hareket edebilen kurumlara pek çok avantajlar sunmaktadır. Kurumlar bu fırsatlardan yararlanmak için tekrar yapılırlarken, İnternet başarı için anahtar konuma gelmiş durumdadır (Oracle 2001:97). Artık İnternet'le ilgilenen herkesin aklında İnternet'i kullanarak ticaret yapma fikri oluşmaya başlamıştır. Ancak bunun için aşağıdaki maddelere

bir göz atmakta fayda vardır:

- 1) İnternet'te satış yapmak sabır isteyen bir iştir.
- 2) Herhangi bir fiziksel mağazada ürünler üzerinde nasıl çalışılıyorsa İnternet'te de ürünler üzerinde yoğunlaşarak çalışmak gerekmektedir.
- 3) İnternet mağazasının, ön yüzünde gözlenmesi de sorunsuz hizmet sunabilmek için arka planda profesyonel bir kadro çalıştırması gerekmektedir.
- 4) Bir İnternet satış sitesinin standart olarak "sepete ekle" ve "satın al" yapısında olması yeterli değildir. Bu format birçok sitenin geldiği noktadır. Bu nedenle siteler, müşterilerin isteklerine ve alışveriş davranışlarına göre yeni birtakım fonksiyonlar geliştirmek zorundadırlar.
- 5) Müşteri memnuniyeti için kesintisiz ve uzman destek sunulması gerekmektedir
- 6) Sanal ortamda satılması planlanan ürünün, temin edilmesi ambalajlanması, dağıtılması, faturalanması dikkatli bir şekilde planlanmalıdır.
- 7) Satış sonrası hizmetler detaylı olarak planlanmalı ve diğer unsurlarla birlikte müşterilere açık bir şekilde duyurulmalıdır.

Bu önemli noktalardan da anlaşılacağı gibi e-ticarette başarılı olabilmek için bu konuda yoğunlaşmak, uzmanlaşmak ve sürekli gelişmeleri takip etmek gerekmektedir (Vee-mail 2000:31).

H- İNTERNET SAATİ (@ SAAT)

İnternet saati, İsviçreli saat üreticisi Swatch tarafından geliştirilen bir kavramdır. Bu ünlü saat firması İnternet'te büyük bir problem olarak karşımıza çıkan saat sorununu ortadan kaldırmak için yeni bir teknik geliştirmiştir. Günün 24 saatinin 1000'e bölüdüğü bu teknikle dünyanın her yerinde aynı saat kullanılabilir. Günümüzde sık sık yenilenen pek çok site bu saati kullanmaktadır. Örneğin, CNN'de: www.cnn.com İnternet saati Swatch firması tarafından geliştirilen bir kavramdır. Bu saat sayesinde Ankara'lı bir İnternetçi Washington'lu arkadaşına bu saate göre randevu verebilmektedir (Hürriyet Haziran 2000:6).

I- İNTERNET İLE HUKUKİ VE DİĞER DÜZENLEMELER

İnsanların ortaklaşa faydalandığı unsurlar söz konusu olduğunda mutlaka bunları düzenleyen kuralların olması gerekmektedir. İşte, haberleşme özgürlüğünü saptayan, düzenleyen ve sınırlayan hukuk kurallarının bütünü kitle haberleşmesinin hukuk rejimini yada "Kitle Haberleşme Hukukunu" oluşturur (İçel 1990:13). Şuan bu hu-

kuk düzeni içinde görünmesi de İnternet'le ilgili kanuni sınırlıklar, İstanbul'da İnternet ve Hukuk Platformunda oluşturulmuştur. (Akgül Aralık 2001:29). Türkiye Basın Konseyi'de, 2002 yılında Basın Konseyi sözleşmesinde yaptığı bir düzenlemeyle, İnternet Gazeteciliğinin Yüksek Kurulda temsil edilmesine karar vermiştir (Hürriyet Mart 2002:14).

İ-WEB TELEVİZYON (SANAL TELEVİZYON)

Günümüzde sanal ortama girmek ve web sitelerinden faydalanmak için mutlaka bir bilgisayara ihtiyaç kalmamıştır. Artık televizyon kullanarak da İnternet'e erişilebilmektedir. Örneğin Microsoft'un kısmen sahibi olduğu Web Televizyon, en popüler Tv tabanlı İnternet bağlantısıdır. Web Televizyonu kullanmak için hem bir Televizyon hem de bir telefon hattına bağlı Web Televizyon alıcısı gerekmektedir. Bu alıcıları ise beyaz eşya satan mağazaların birçoğunda bulmak mümkündür. Web Televizyonu kullanırken monitör olarak televizyon ekranını, sayfaları taramak içinde televizyon kumandası kullanılmaktadır. Sisteme bağlanacak bir klavye yardımıyla ise istenirse e-posta almak ve göndermek bile mümkün olmaktadır (Alfa 1999: 8).

J- MEDYA KURULUŞLARININ İNTERNET VERSİYONLARI

Çalışmamızın ikinci bölümünde yapacağımız gündemi belirlemede on-line gazetelerin etkileri araştırmasında görüleceği gibi günümüzde geleneksel diyebileceğimiz işletmelerin hemen hepsi mevcut yapılarını korumaya çalışırken, bir yandan da İnternet ortamına girmeye çalışmaktadırlar. İnternet günümüzde insanların evlerinden çıkmadan pek çok şeye sahip olabilmelerini sağlayan sihirli bir değneğe benzemektedir. İnternetin bu denli önemli bir konuma geleceğini gören Westfield Capital'de finans yöneticisi olan Steve Demirjian bir konferansta İnternet'in önemini şöyle dile getirmiştir:

"Eğer, işinizi İnternet modeline uyarlamayı düşünmüyorsanız, başınız belada demektir." (Murphy 2000:15).

III- BEŞ İNTERNET GAZETESİNİN FİLİSTİN-İSRAİL SAVASIYLA İLGİLİ HABERLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Çalışmamızın asıl amacını oluşturan On-line ga-

zetelerin gündemi belirlemedeki rollerinin ortaya konulması aşamasında Radikal On-line, Akşam On-line, Güneş On-line, Zaman On-line ve Star On-line gazeteleri tesadüfi olarak seçilmiş ve tarafımızdan belirlenen 01-15 tarihleri arasında gündemi yoğun olarak işgal ettiği düşünülen Filistin-İsrail savaşı ile ilgili haberler yine tarafımızdan belirlenen soru kriterleri ışığı altında incelenerek elde edilen sonuçlar tablolar yardımıyla gözler önüne serilmeye çalışılmıştır. Çalışmamızın bu bölümünde incelenen haberlerin kısa özetleri ve tabloların değerlendirmeleri her gün için ayrı ayrı yapılmış ve elde edilen sonuçlar açık bir şekilde ifade edilmiştir. Sonuç bölümünde de değinileceği gibi on-line gazetelerin ulaşılmasının kolay olması ve geleneksel medya gibi ayrı ayrı para verilerek satın alınmaması nedeniyle gündemi belirlemedeki etkilerinin göz ardı edilemeyecek kadar büyük olduğu ve okuyucu yorumlarına da açık olması nedeniyle kamuoyunda çok seslilik yarattığı gözlenmiştir. İnceleme konusu yapılan Filistin-İsrail savaş haberlerinde, beş On-line gazetenin de okuyucu üzerinde bıraktıkları etkilerinin Filistin tarafı haberlerin yoğun olması nedeniyle haksızlığı uğrayan tarafın Filistin olduğu gözlenmiş ve okuyucu yorumlarında da bunun açık bir şekilde görüldüğü saptanmıştır.

SONUÇ

Günümüzden 30 yıl önce, Amerika Birleşik Devletleri Hükümeti tarafından başlatılan bir araştırma projesinin ürünü olarak ortaya çıkan İnternet insanoğlunun hayatını son derece kolaylaştırmıştır. Türkiye İnternet ile 12 Nisan 1993'de tanıştı. Neredeyse dokuz yıl bitmek üzere 2001 yılı ise Türkiye'de yaşanan derin ekonomik kriz nedeniyle her sektörde olduğu gibi İnternet sektörü için de zorlu bir yıl oldu. Küçük firmalar yok olurken, güçlü olanlar ayakta kaldı. 20. Yüzyılın en önemli gelişmesi olan İnternet varlığını her geçen gün güçlendirerek devam ettirmekte ve hayatımızın vazgeçilmez bir unsuru olarak gelişme yolunda hızla ilerlemektedir. Ancak, İnternet bir otorite ve kontrolden uzaktır. Diğer sosyal oluşumlarla karşılaştırıldığında, kendiliğinden geliştiği görülmektedir. İnternet'in teknik gelişimi ise, İnternet Mühendisliği Çalışma Grubu (İnternet Engineering Task Force- IETF) ve bunun alt komiteleri ile İnternet Tahsisli Sayılar Otoritesi (İnternet Assigned Numbers Authority-IANA) gibi kurumlarca katılımcı karar alma mekanizmaları aracılığıyla oluşturulan protokoller tarafından yönlendirilmektedir (Işıklı

2001: 6-7).

Çalışmamızın başında belirttiğimiz gibi İnternet pek çok alanda insanoğlunun hayatını kolaylaştırmaktadır. Fakat, üzerinde yasal bir otorite ve düzenleyici olmadığı için kontrol edilmesi şu an mümkün gözükmemektedir. Çalışmamızın birinci ve ikinci bölümlerinde taranılan kaynaklar ışığı altında İnternet'le ilgili bilinmesi gereken bir dizi önem arz eden konular işlenmeye ve ortaya konulmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ise İnternet üzerinden yayın yapmaya çalışan beş On-line gazete 1-15 Nisan 2002 tarihleri arasında incelenmiş ve gündemi belirlemede verdikleri haberlerin nabzı ölçülmeye çalışılmıştır. Değerlendirme kriterleri olarak seçilen soruların ışığı altında tablolar hazırlanmış ve gün içinde verdikleri toplam haber sayılarıyla bu tarihler arasında Türkiye ve Dünya kamuoyunda büyük bir yer işgal eden Filistin-İsrail savaşı konusunda verdikleri haberler arasındaki oranlar doğrultusunda, gündemi belirleme açısından etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Sanal ortamda yayınlanan Zaman gazetesinin İnternet versiyonunda açık bir şekilde Filistin tarafı tutulurken, haber etik anlayışına ters bir şekilde toplumu doğru bilgilendirme konularında haberlerinde manipülasyon yapmış olduğu görülmüştür. İnternet Zaman gazetesinin dışında incelenen İnternet Radikal, İnternet Akşam, İnternet Güneş ve İnternet Star gazetelerinde de Dünya kamuoyu tarafından da İsrail'in Filistin'de katliam yaptığı düşünceleri hakim olmasına rağmen gazetecilik etik anlayışı ve doğru haber verme adına savaşla ilgili haberlerinde abartılar olmasına rağmen manipülasyon yapmadıkları ve tarafsızlık ilkesine bağlı kalmaya çalıştıkları izlenmiştir.

Çalışmamızın sonunda yaptığımız değerlendirmeden de anlaşılacağı üzere 1-15 Nisan 2002 tarihleri arasında incelenen beş On-line gazetenin yayınladıkları haberler ile gündemi belirlemede diğer medya organlarıyla birlikte önemli bir yere sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Ancak gündemi belirlerken habercilik etik anlayışına ve kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi ilkelerine biraz daha özen göstermeleri halinde yaptıkları iş şüphesiz daha verimli ve güvenilir olacaktır. Ancak çalışmamız sınırlı sayıda On-line gazete ve bu On-line gazetelerde yayınlanan sadece Filistin-İsrail savaşı haberleri üzerine oturtulduğu için konunun daha da derinlemesine incelenmesi yolunun herkese açık olduğu ve bu konu ile ilgili gerekli çalışmaların yapılmasının pek çok açıdan

faydalı olacağı tarafımızdan düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Akın HB (2001)Yeni Ekonomi, Çizgi Kitapevi, Konya.
Barbier Frederic ve ark. (2001) Medya Tarihi, Kerem Eksen (çev), OkyanusYayınları, İstanbul.
Çağiltay K (1997) İnternet, Metu Press Yayınları, Ankara.
Derleme (2000) İnternet Kullanma Klavuzu, Alfa Yayınları, İstanbul.
Dura C ve ark (2002) Bilgi Toplumu Bilgi Ekonomisi ve Türkiye, Literatür Yayınları, İstanbul.
Dündar C (2001) Nereye?, İmge Kitapevi, Ankara.
Ersöz Ö (1999) 2000'li Yıllarda Yazılı Basının Geleceği, Gazete Sahipleri Birliği Fakültesi Yayını, Eskişehir.
Gürcan Hİ (1999) Sanal Gazetecilik, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayını, Eskişehir.
Gürcan Hİ ve ark (2001) Habercinin El Rehberi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
Gürcan Hİ ve ark (Aralık 2001) İnternet Haberciliğinde Sanal Yazı İşleri Ve Gazetecilikte Değişen Roller, (www.inetr.org.tr).
Hürriyet (27 Ekim 2001) Sabancı'da İnternette Adını Geri Aldı, s.10.
Hürriyet Pazar İlavesi (16 Aralık 2001), "Krizin Keyfini Çıkartanlar (Turkticaret.net, Mobilera), s.18.
Hürriyet (3 Haziran 2000), @ 208'de kalkarım, @ 917'de yatarım, s.6.

Hürriyet (24 Mart 2002) Basın Konseyi 1 yılda 123 karar aldı, s.14.
Hürriyetim İnternetim (2002) "Suudi prenten internet yatırım", Anasayfa
Işık H (2001) İnternet Alan İsimleri Sistemi, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Ankara.
İçel K (1990) Kitle Haberleşme Hukuku, Beta Yayınları, İstanbul.
Kırcova İ (2002),İnternet'te Pazarlama, Beta Yayınevi, İstanbul
Kırdı M (1999) İnternet Gazeteciliği ve Haber İçerikleri, Yüksek LisansTezi, İstanbul.
Milliyet (Temmuz 2001) İnternet Terzisi Hizmette Girdi, s.9.
Murpy T (2000) Web Kuralları, İnci Berna Kalınyazgan (çev),MediaCat Kitapları, Ankara.
Oracle Yazılım Şirketi Dergisi (E-İş'te Başarı),(2001), İstanbul.
Özgen M (2000) İnternet ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliği, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Derg,10.
Özodaşık M (2001) Modern İnsanın Yalnızlığı, Çizgi Kitapevi, Konya.
PC Lıfe, (Mayıs 2001) Hacker Dedikleri, S.14,
Rıes AL (2001), İnternette Marka Yaratmanın 11 Değişmez Kuralı, İnci Berna Kalınyazgan (çev), MediaCat Kitapları, Ankara.
Türk Telekom Dergisi, (Şubat 2002), İnternet'te yer almak artık daha kolay, İstanbul.
Vee-mail (Veezy Aboneleri İnternet Kültürü Dergisi) (Aralık 2000), S.16, İstanbul. ■