

## İNTERNET GAZETECİLİĞİ GELENEKSEL GAZETECİLİĞE KARŞI

Dr. Murat ÖZTERMİYECİ\*

### Öz

20. yüzyılda ortaya çıkan yeni iletişim ortamları bireylerarası iletişim ve etkileşimi hızlandırarak küreselleşmeye ve pek çok ekonomik ve kültürel değişime yol açmıştır. Medya sektörü de bu gelişmelerden kendi payına düşeni almış ve almaktadır.

Bütün bu gelişmeler bizi, internet gazeteciliği üzerinde düşünmeye ve yeni birtakım araştırmalar yapmaya yöneltmektedir. Çalışmamızın kapsamında, bir kavram olarak internet gazeteciliğinin ne olduğu, nasıl geliştiği ele alınacak, reklam verenler ve gazeteler arasındaki ilişkilerdeki değişim ve dönüşümler incelenecek; sonrasında geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliği arasındaki içerik farklarının ve etkileşimlerinin nasıl olduğu, görünüm, konu, derinlik ve fiziki farklılıkları, haber sunma aşamalarında, okuyucu etkileşimi ve içerik derinliği konularında ve diğer alanlarda irdelenecektir. Gazetecilerin geleneksel gazetecilik ve internet gazeteciliği ile ilgili çalışma sorunları ve icrada karşılaştıkları sorunlar; habere ulaşma, teknik ve mesleki yeterlilikler, medya etiği kavramı çerçevesinde gazeteciliğe ait organizasyonel yapılarda internetin oluşturduğu değişimler ve yeni medyada gazetecilik mesleğinin icrasındaki güncel zorluk ve kolaylıklar ele alınacaktır.

**Anahtar kelimeler:** Gazetecilik, Geleneksel Gazetecilik, İnternet Gazeteciliği, Medya.

### Internet Journalism Vs Conventional Journalism

#### Abstract

New communication environments that emerged in the 20th century accelerated interpersonal communication and interaction, leading to globalization and many economic and cultural changes. The media sector is also taking its share of these developments.

All these developments lead us to think about internet journalism and to do some new researches. In this paper, we will examine what internet journalism

\* Marmara Üniversitesi Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği Bölümü, mozter@gmail.com

is, as a concept, how it has developed, and the changes and transformations in relations between advertisers and journalists; in terms of the view, subject, depth and physical differences between conventional journalism and internet journalism will be examined in the context of news presentation, reader interaction and content depth, and in other areas. Additionally the problems of Journalists will be also compared in both areas of traditional journalism and internet journalism; Technological and professional qualifications, changes in the organization of journalistic organizational structures within the framework of the concept of media ethics, and the current difficulties and facilities involved in the journalism profession in the new media.

**Keywords:** Journalism, Conventional Journalism, Internet Journalism, Media.

1990 yıllarla birlikte bütün dünya ve doğal olarak Türkiye de bilgisayar teknolojisindeki hızlı gelişimin tanığı olmuştur. Bu değişim tüm dünyayı yeni bir iletişim mecrası olan internet ile tanıştırmıştır. Dünyanın bu yeni iletişim ve olağan sonucu olarak etkileşim aracını kabullenmesi ve yoğun olarak kullanılması diğer hiçbir iletişim aracında olmayan bir hızla gerçekleşmiştir.

DÜNYA İNTERNET KULLANIM ORANLARI					
Dünya Bölgeleri	Nüfus (2017)	Nüfus Yüzdesi	İnternet Kullanıcısı 31.03.2017	Kullanım Yüzdesi	Değişim Yüzdesi (2000-17)
Afrika	1,246,504,865	16.6 %	353,121,578	28.3 %	7,722.1%
Asya	4,148,177,672	55.2 %	1,874,136,654	45.2 %	1,539.6%
Avrupa	822,710,362	10.9 %	636,971,824	77.4 %	506.1%
Orta Doğu	647,604,645	8.6 %	385,919,382	59.6 %	2,035.8%
Kuzey Amerika	250,327,574	3.3 %	141,931,765	56.7 %	4,220.9%
Güney Amerika	363,224,006	4.8 %	320,068,243	88.1 %	196.1%
Avustralya	40,479,846	0.5 %	27,549,054	68.1 %	261.5%
TÜM DÜNYA	7,519,028,970	100.0 %	3,739,698,500	49.7 %	936.0%

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, (Erişim Tarihi: 28.06.2017).

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)<sup>1</sup> nitelikleriyle diğer gazetecilik türlerinden ayrılan yepyeni bir gazetecilik türünün ortaya çıkmasına neden olmuştur.

İnternet gazeteciliği, “gazeteciliğin çeşitli yöntemleri kullanılmak suretiyle insanların internet aracılığıyla bilgilendirilmesi” olarak tanımlanmaktadır.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> M. Deuze ve S. Paulussen, “Research Note: Online Journalism in the Low Countries”, *European Journal of Communication*, 17 (2), 2002, s. 237-243.

<sup>2</sup> İ. Yerlikaya, “İnternet Gazeteciliği ve Geri Besleme”, içinde Metin Işık (Ed.), *Medyada Yeni Yaklaşımlar*, Eğitim Kitabevi, Konya 2004, s. 21.

Ancak; internet, kendine özgü olanaklarından dolayı, sadece mevcut kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayılmasına olanak veren bir araç olarak kalmamış, aynı zamanda enformasyonun yeniden üretildiği ve yeni biçimlerde sunulduğu bir ortam haline gelmiştir.

İnternet gazeteciliği açısından üç dönemden söz edilebilmektedir. Birinci dönem, haber içeriklerinin geleneksel gazetecilik kuruluşları için üretildiği ve gazetenin web sayfası için tekrar tasarlandığı dönem olarak değerlendirilmektedir. İkinci dönem, gazetecilerin web sayfası için özgün haber içerikleri ürettikleri dönem olarak ele alınmaktadır. Üçüncü dönem ise internet gazeteciliği için düşünülen haber yapma biçimleriyle, okuyucuların haber içine girebilmesinin ve haberlerin içeriğinde gezebilmesinin gerçekleştirilmesi üzerinde durulmaktadır. Günümüzde internet gazeteciliğinde her üç döneme ilişkin uygulamaların da web sayfasında sürdürüğü söylenebilmektedir.<sup>3</sup>

İnternet ile ortaya çıkan gelişmeler ve bu gelişmelerin gazetecilik açısından sunduğu imkanlar neticesinde 1995-1996 yıllarından itibaren Türk basını da, internette web sayfası edinmeye başlamış ve böylelikle sanal ortamda gazetecilik yapmaya yönelmiştir.<sup>4</sup>

Türkiye’de internet gazeteciliğinin gelişimine bakıldığında 1995 yılının bir milat olduğu görülmektedir. İlk olarak 19 Temmuz 1995 tarihinde Aktüel dergisi ve 2 Aralık 1995’te Zaman gazetesi internet ortamına girmiştir.<sup>5</sup> İçinde bulunduğumuz zaman diliminde ise artık ulusal ve yerel birçok gazete sanal ortamda yayınlarına devam etmektedir. Bu noktada Gürcan,<sup>6</sup> 1997-1998 yıllarında internette “*Özgür Kocaeli*” isimli tek bir yerel gazetenin bulunduğunu, 1999 yılından itibaren internetin, yerel basınında ilgisini çekmeye başladığını ve 2002 yılı verileriyle bu sayının 56’ya çıktığını belirtmektedir. Güncel verilerle de bu sayının gün geçtikçe arttığı, yerel basınında internet ve internet gazeteciliğine kısa zamanda adaptasyon sağladığı açıkça görülmektedir.

The Washington Post ve New York Times artık sadece Kuzey Amerika’daki okuyucular için değil, Oslo, Tokyo ve Kahire’dekiler için de rekabet etmek zorundadır. Aynı şekilde Amerikan basını elverişli değilse daima Londralı The Times veya İngiliz Financial Time’s gibi uluslararası basın kuruluşlarının web siteleri okuyucular için hazırdır. Bir Financial Times editörünün söylediği gibi basın kuruluşları işlerini global bir iş portalı olarak düşünmek durumundadırlar.<sup>7</sup>

Gazetecilik mesleğinin, teknolojik değişimler ve gelişmelerden en azından dört hususta etkilendiği söylenebilmektedir. Buna göre, teknolojik değişimler ve gelişmeler; “*gazetecilerin işlerini ifa etme biçimlerini*”, “*haber içeriklerinin doğasını*”, “*yazı işlerinin ve haber endüstrisinin yapısı ile organizasyonunu*” ve “*haber organizasyonları, gazeteciler hedef kitleleri arasındaki ilişkilerin doğası*”

<sup>3</sup> O. Tokgöz, *Temel Gazetecilik*, 5. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara 2003, s. 81-82.

<sup>4</sup> Tokgöz, *a.g.e.*, s. 91.

<sup>5</sup> H.İ. Gürcan, *Sanal Gazetecilik*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 1999, s. 160.

<sup>6</sup> H.İ. Gürcan, *İnternet Gazeteciliği*, Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul 2002, s. 111.

<sup>7</sup> A. Burnham, Journalism.com, Virginia Quarterly Review, 76:2 (2000:Spring), s. 203.

nu; hedef kitleleri, rakipleri, haber kaynaklarını, sponsorları ve basının işleyişini düzenlemeye ve kontrol etmeye çalışanları kapsayarak” etkilemektedir.<sup>8</sup>

İnternet ortamında yerini alan yerel gazeteler, bu sayede yerel olayları, haberleri ve kültürleri bulunduğu çevrenin dışına taşıyarak evrensel boyutta duyurma olanağı bulabilmektedir.<sup>9</sup>

Bugün için internet yayıncılığının, özellikle ülkemiz yazılı gazeteleri karşısında hala bir üstünlük sağladığı söylenemez. Ancak gelişmedeki hızına bakıldığında, klasik gazetecilik anlayışının, elektronik medya ile evlilik modelleri geliştiremediği takdirde yok olacağını söylemek pek de yanlış olmaz.

7 Eylül 2009’da Alman gazetecileri bir “İnternet Bildirgesi” yayınladı. Bu bildirge internetin günümüzdeki kullanımında hangi aşamaya geldiğini göstermek adına önemli ipuçları içermektedir.

### **1. İnternet farklıdır.**

İnternet farklı kamu alanları, farklı terimler ve farklı kültürel beceriler yaratır. Medya günümüz teknolojik gerçeklerini görmezden gelmekten ve onunla boğuşmaktan vazgeçip, çalışma yöntemlerini bu gerçeklere uyarlamalıdır. Onların görevi mevcut teknolojiyi dayanarak gazeteciliğin en iyi biçimini geliştirmektir. Bu yeni gazetecilik ürünlerini ve yöntemlerini içerir.

### **2. İnternet bir cep boyutu medya imparatorluğudur.**

Web mevcut medya yapılarını, eski sınırları ve oligopolileri aşarak yeniden düzenliyor. Yayın ve medya içeriğinin yayılması artık yüklü yatırımlar gerektirmiyor. Gazetecilik öz-kavramı, neyse ki, onun enformasyonun akışını düzenleme ve filtreleme görevinden kurtarıyor. Geriye gazeteciliği sıradan yayından ayıran gazetecilik kalitesi kalmaktadır.

### **3. İnternet toplumdur; toplum internettir.**

Sosyal ağlar, Wikipedi veya YouTube gibi Web-tabanlı platformlar batı dünyasında insanların çoğu için günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Onlar telefon veya televizyon gibi erişilebilir. Eğer medya şirketleri var olmaya devam etmek istiyorsa, bugün kullanıcılarının dünyasını anlamalı ve iletişim formlarını kucaklamalıdır. Bu kucaklama sosyal iletişimin temel formlarını: dinleme ve yanıtlamayı, yani diyalogu da içerir.

### **4. İnternet özgürlüğü dokunulmazdır.**

İnternet açık mimarisi sayısal iletişim bir toplumun ve dolayısıyla, gazeteciliğin temel bilişim yarasını oluşturmaktadır. Bu özel ticari veya siyasi çıkarların, çoğu kamu yararı iddiası arkasında gizlenerek, korunması uğruna değiştirilemez. Nasıl yapıldığından bağımsız olarak, internet erişiminin engellenmesi serbest bilgi akışını tehlikeye atmakta ve bilgi erişim temel hakkını bozmaktadır.

<sup>8</sup> J. Pavlik, “The Impact of Technology on Journalism”, *Journalism Studies*, 1 (2), 2000, s. 229.

<sup>9</sup> H.İ. Gürcan, *İnternet Gazeteciliği*, s. 114.

### **5. İnternet bilginin zaferidir.**

Yetersiz teknoloji nedeniyle medya kuruluşları, araştırma merkezleri, kamu kuruluşları ve diğer kuruluşlar bugüne kadar dünyadaki bilgileri derlemiş ve sınıflandırmıştır. Bugün her vatandaş kendi kişisel haber filtrelerini oluşturabilir, arama motorları ile daha önce hiç bilinmeyen boyutta bir bilgi hazinesine ulaşabilir. Bireyler artık her zamankinden daha iyi şekilde bilgilenebilir.

### **6. İnternet gazeteciliği (değiştirir) geliştirir.**

İnternet üzerinden, gazetecilik yeni bir şekilde kendi toplumsal-egitim-sel rolünü gerçekleştirebilir. Bu bilginin sürekli değişen, devamlı bir süreç olarak sunulması içerir. Basılı medyanın değişmezliğinin kaybı bir artıdır. Bilginin bu yeni dünyasında hayatta kalmak isteyenlerin, yeni bir idealizm, yeni gazetecilik fikirleri ile bu yeni potansiyeli kullanmaktan zevk alması gerekir.

### **7. Net ağ gerektirir.**

İnternet linkleri bağlantılardır. Birbirimizi bu bağlantılar ile biliyoruz. İnternet bağlantılarını kullanmayanlar kendilerini sosyal söylemin dışında tutmaktalar. Bu geleneksel medya şirketlerinin web siteleri için de geçerlidir.

### **8. Linkler ödüllendirir, alıntılar süsler.**

Arama motorları ve birleştiriciler (portaller) kaliteli gazeteciliği kolaylaştırır: Onlar uzun vadede olağanüstü içeriğin bulunabilirliğini artırır ve böylece yeni ve kamusal bilgi dünyasının ayrılmaz bir parçasıdır. İnternet bağlantıları ve alıntılar yoluyla Referanslar, özellikle yaratıcısından herhangi bir izin veya ücret gerektirmeyenler, ilk etapta ağ üzerindeki sosyal söylem kültürünü mümkün kılar. Bunların hepsi şüphesiz korumaya değerdir.

### **9. İnternet siyasi söylem için yeni bir mekandır.**

Demokrasi katılım ve bilgiye erişim özgürlüğü ile büyür. Siyasi tartışmanın geleneksel medyadan İnternete aktarılması ve halkın etkin katılımı ile bu tartışmayı genişletmek gazeteciliğin yeni görevlerden biridir.

### **10. Bugün basın özgürlüğü, düşünce özgürlüğü anlamına gelir.**

Alman Anayasası'nın 5. maddesi meslekler veya geleneksel iş modelleri için koruyucu haklar ihtiva etmez. İnternet amatör ve profesyonel arasındaki teknolojik sınırları geçersiz kılar. Bu nedenle basın özgürlüğü ayrıcalığı gazetecilik görevlerin yerine getirilmesine katkıda bulunabilecek herkes için geçerli olmalıdır. Nitelik açısından, ücretli ve ücretsiz gazetecilik arasında bir ayırım yapılmamalı, ama iyi ve kötü gazetecilik arasında yapılmalıdır.

### **11. Çok fazla bilgi diye bir şey yoktur!**

Bir zamanlar, kilise gibi kurumlar kişisel farkındalık yerine güce öncelik verdi ve tipo matbaa makinası bulunduğu denetimsiz bilgi akışına karşı uyardı. Diğer taraftan, broşürçüler, ansiklopediciler ve gazeteciler daha fazla

bilginin daha fazla özgürlüğe yol açtığını hem birey hem de bütün olarak toplum için gösterdi. Bu önerme bugün için de geçerli.

### **12. Gelenek bir iş modeli değildir.**

Gazetecilik içeriği ile internet üzerinden para kazanılabilir. Zaten, bunun birçok örneği bugün var. Ancak, şiddetli rekabet nedeniyle, iş modelleri internetin yapısına uyarlanmalıdır. Kimse bu hayati uyarılama sürecinden statü-koyu korumaya yönelik politikalarla kaçınmaya çalışmamalıdır. Gazetecilik açık rekabetle net üzerinden iyi finansal çözümler bulmalı ve cesaretle bu çözümlerin çok boyutlu uygulamalarına yatırım yapmalıdır.

### **13. Copyright internet üzerinden bir sivil görev haline gelir.**

Copyright internette enformasyonun düzenlenmesinde merkezi bir köşe taşıdır. YarATICILARIN kendi içeriklerinin dağıtımının türü ve kapsamı üzerinde karar hakkı internet üzerinde de geçerlidir. Bununla birlikte, telif hakkı eski tedarik mekanizmalarını korumak ve yeni dağıtım modelleri ya da lisans yapılarını işe sokmamak için kullanılamaz. Mülkiyet bazı yükümlülükleri kapsamaktadır.

### **14. İnternette pek çok para birimleri vardır.**

Gazetecilik çevrimiçi hizmetleri reklam yoluyla finanse eder. Bir okuyucu, izleyici ya da dinleyicinin zamanı değerlidir. Gazetecilik sektöründe, bu ilişki her zaman finansmanın temel bir ilkesi olmuştur. Gazetecilik açısından geçerli yeni finans modelleri bulunmalı ve test edilmelidir.

### **15. İnternette olan İnternette kalır.**

İnternet gazeteciliği yeni bir niteliksel düzeye çıkarıyor. Online, metin, ses ve görüntüleri artık geçici olmak zorunda değil. Onlara yeniden erişilebilir, böylece çağdaş tarihin bir arşivi oluşur. Gazetecilik, bilginin gelişmesi, yorumlanması ve oluşan hataları göz önüne almalıdır. Kendi hatalarını kabul etmeli ve şeffaf bir şekilde onları düzeltmelidir.

### **16. Kalite en önemli nitelik olmaya devam ediyor.**

İnternet kirli çamaşırları da ortaya çıkartır. Sadece güvenilir, seçkin ve olağanüstü olanlar uzun vadede sürekli izlenecektir. Kullanıcıların talepleri artmıştır. Gazetecilik bunları yerine getirmeli ve sık sık güncellediği ilkelerine bağlı kalmalıdır.

### **17. Herkes için**

Web, 20. yüzyıl kitle iletişim araçlarından üstün bir toplumsal değişim altyapısı oluşturur. Şüphe halinde, "Vikipedya kuşağı", kaynağın güvenilirliğini belirlemek, haberi geriye gidip orijinal kaynağında izleme, araştırma, denetleme ve değerlendirmek yeteneğine - tek başına veya bir grup olarak sahiptir. Bunu küçük gören ve bu becerilere saygı göstermeye istekli olmayan gazeteciler haklı olarak internet kullanıcıları tarafından ciddiye alınmaz. İnternet eskiden alıcı olarak bilinenlerle; yani okuyucu, dinleyici ve izleyiciler ile

doğrudan iletişim ve onların bilgilerinden yararlanmayı sağlar. Artık her şeyi bilen gazeteci değil, ama iletişim kuran ve araştıran gazeteciye talep vardır.

Son yıllarda dünya genelinde gerçekleşen 10 büyük medya satın alması veya birleşmesi miktar/oyuncu sayısı çevresinde bakıldığında ilginç bir görüntü ortaya çıkmaktadır. Haber içerikli internet siteleri satın alınırken, günlük tekil kullanıcı sayısı dikkate alınmaktadır. Her kullanıcıya ortalama 33 dolar değer biçilmektedir. Yani günde 1 milyon tekil kullanıcısı olan bir sitenin piyasa değerinin 33 milyon doları aşmamaktadır. Öte yandan gazete okuyucusuna biçilen değer 800 dolar. Yani günde 155 bin satan bir gazetenin değeri 124 milyon dolar seviyesindedir. Elbette bu yaklaşımda, marka bilinirliği ve toplam gelirler gibi unsurlar göz ardı edilmektedir. Diğer bazı örneklerde ise rakamlar düşmektedir. Ancak temelde bu örnekler, gazetelerin bir süre daha online medyadan daha güçlü olacağını göstermektedir.<sup>10</sup>

Günümüzde büyük medya gruplarının varlığından ve pazara giriş engellerinin yüksekliğinden bahsedebiliriz. Bu tip büyük medya gruplarının tamamı online medya konusunda da oldukça büyük yatırımlar yapmışlardır. Medya devlerine ait bu gruplarda online medya konusunda bazı özel hususlar ön plana çıkmaktadır.

**1-** Bütün gazetelerin online yayınları, haberleri ve destek malzemelerini bağlı buldukları gazetenin haber havuzundan sağlanmaktadır.

**2-** Bütün haberler online yayında ancak geleneksel editörleri haberleri okuyup düzelttikten sonra kullanılmaktadır. Ham haberler kullanılmamaktadır.

**3-** Bütün haberler ve geleneksel grafikler sanal yayındaki özelliklere göre yeniden ayarlanmaktadır.

**4-** Bütün haberler dijital ortama göre yeniden formatlanmaktadır.

**5-** Bazen başlık düzeyinde birkaç değişiklik yapılabilmektedir, çünkü dijital format için uzun gelebilecek bir başlık yazılı basın için uygun olabilir. İnternet gazetesi editörlerinin bu açıdan bir özgürlüğü söz konusudur.

**6-** Fotoğraf ve görsel malzeme kullanımı için basılı materyallerde başka dijital ortamda kullanılmaktadır.

**7-** Haberlerin sayfaya yerleştirilmesi geleneksel basılı ve dijital ortamlarda farklılık gösterir.

İnterneti haber almada kullanan okuyucuların ekranda çok zaman kaybetmemek için haberleri hızlıca okuma ya da göz atma eğilimi içinde olması nedeniyle, gazeteciler haberlerini kısa, özlü ve çabuk okunabilir şekilde web sayfalarına aktarmaktadırlar. Bu haber yazım türü “ters piramit kuralı” olarak adlandırılmaktadır.<sup>11</sup> En önemliden en az önemliye doğru giden sıralama içinde haberler web sayfasında yer alırken, haberler kendi içinde de spotlar başta olmak üzere haberi özetleyerek anlatan ifadeler ilk okumada haberin algılanmasını ve anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Haberin başlangıçta özet olarak verilmesinin yanında haberin bütün yönlerini kapsayan linklerin veril-

<sup>10</sup> *Platin Dergisi*, Aralık 2008, s. 61.

<sup>11</sup> H.İ. Gürcan, *Sanal Gazetecilik*, s. 119.

mesi, haberin taraflarının görüşlerinin verilmesi, başka bir deyişle; okuyucunun tam anlamıyla haberin içine çekilmesi ve okuyucunun merakının tatmin edilmesi söz konusudur.<sup>12</sup>

Tirajların artmadığı, yeni gazetelerin çıkmadığı, gazete alan ev oranının düştüğü, gençlerin gazete okumadığı, yeni medyanın gazetelerin ekonomik tabanına göz diktiği günümüzde, gazetenin yeni işlevi, enformasyon seline uğramış dünyada artık güvenilir bir rehber olmaktır.

Reklam verenler, gazete reklamcılarının verdiği ve karşı çıkılması zor reklamların ötesine geçip izlenebilir interaktif ortamın reklam gücünü görmeye başladı.

Geleneksel medya söz konusu olduğunda, reklam pastasının dağılımında belirleyici olan unsurlar tiraj ve reyting ile ilgili rakamlardır. İnternet gazeteciliğinde bu kavramlarının yerini ziyaretçi sayısı, sayfa gösterimi ya da oturum almaktadır.

İnternet medyasının reklam verenlerin ayırdıkları bütçeden aldıkları payın her geçen gün artması geleneksel medya organlarının pazar paylarını ve gelirlerini azaltacaktır. Yakın gelecekte internet reklam gelirleri geleneksel medya araçlarının reklam gelirlerini geçecektir. İnternet gazeteciliğindeki gelişmeler reklam ajanslarının yapısında köklü değişikliklere neden olacaktır.

Merkezi İngiltere’de bulunan The Economist’in yaptığı analize göre insanlar haberleri artık internetten takip ettiği ve genç nesil gazetecileri fazla okumadığı için gazetelerin tirajı yıldan yıla azalıyor. Reklamların online sitelere kayması nedeniyle gazetelerin reklamlardan aldığı pay da giderek düşüyor. Yapılan araştırmalara göre, yazılı basındaki reklamların yaklaşık dörtte biri önümüzdeki 10 yıl içinde dijital medyaya kayacak.

Ancak gerek yatırım miktarının azlığı gerekse hızlı gelişimi ve gerekse mevcut kullanıcı ve mecraları geliştirme yeteneği ile internet yakın gelecekte basılı yayından çok daha popüler ve güçlü hale gelebilecektir. Bu tehdit gazeteleri kaçınılmaz bir değişime götürecektir. Nitekim bu yöndeki gelişmeler ortaya çıkmaya başlamıştır. Birçok insan okuma açıklarını doyurmak için sürekli yeni kitaplar, dergiler, gazeteler almakta fakat bunun sonucunda da evlerinde ya da çalışma masalarının üzerinde oluşan kâğıt dağlarından şikayet etmektedirler. İşte tam bu noktada elektronik kâğıt bir çözüm olarak sunulmaktadır.<sup>13</sup>

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kullanılan cihazların ebatları da bir hayli küçüldü. Önceleri bir odayı kaplayan bilgisayarlar, artık cepte dahi taşınabiliyor. Tokyo Üniversitesi’nde çalışan bilim adamlarınca geliştirilen yeni flaş hafıza, bugün kullanılan standart hafızalardan farklı olarak oldukça ince ve esnek bir yapıya sahiptir. Tamamen organik materyallerden imal edilen (yani organik transistörlerin kullanıldığı) ve kazandığı esneklik sayesinde taşınabi-

<sup>12</sup> Tokgöz, a.g.e., s. 81-82.

<sup>13</sup> N.E. Dilmen, *Bilişim Çağı’nın Gelişim Sürecinde E-Gazetecilik Olgusu ve İnternet Gazeteleri ve Haber Portalları Üzerine Bir Araştırma*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul 2003.



lirliğe yepyeni bir boyut kazandıran Organic Flash Memory, elektronik gazetelerde ve bu gibi cihazlarda kullanılabilen şekilde tasarlandı.<sup>14</sup>

İnternet gazeteciliğinin geleneksel medyadan farklı olarak en fazla ön plana çıkan dört yönü hızlı, geri dönülebilir olması, detaylara izin vermesi ve yayıncı yayıncı açısından da özgürleştirici olma özelliğidir.

Bu bağlamda geleneksel medya ile internet gazeteciliğinin arasındaki temel farklar, internet gazeteciliğinin avantajları ve dezavantajları, iş yapma biçimindeki ve basın işletmelerinin organizasyonlarındaki farklılaşmalar ve reklam veren ve okuyucu ile iletişim ve etkileşimler doğrultusunda ele alınmalıdır. Sonuçları anlamlı olarak birbirine bağlayabilme adına inceleme; internet medyasının geleneksel medyaya göre avantaj ve dezavantajları ile etkileşim başlıkları ile konumlandırılmıştır.

Geleneksel olarak tanımladığımız yazılı basında mesajınızı kamuoyuna iletebilmeniz için önce iyi bir sermaye bulmanız, matbaa kurmanız, gazeteci istihdam etmeniz gerekiyor. Ayrıca geleneksel medya, haberlerin toplanması, işlenmesi ve yayına hazırlanması işlemlerini yürüten yazı işleri ve haber merkezleri; katı bir hiyerarşiyle örgütlenmiş yapı içerisinde ve kararların güçlü bir emir komuta zinciri içerisinde alındığı bir ortamda önemli, kamuoyu oluşturabilecek haberleri seçerek yayıma hazırlama gibi çok sayıda sıkıntılar içermektedir. Medyanın tekelleşmesiyle yönlendirilmiş sansürlenmiş, içeriksiz holding patronlarının rengine, promosyona, lotaryaya yönlendirildiği bir ortamda geleneksel medyanın gün içerisinde güncellenme, hız ve etkileşim yapısından da yoksun olması, gelişme çağında olan internet haberciliğinin bir alternatif olarak geleneksel basının karşısına çıkmasından daha doğal bir şey olamazdı.

### İnternet Gazeteciliğinin Avantajları

İnternet, gazetelere ve televizyonlara göre ise daha hızlı aktarma ve güncelleme imkanına sahiptir. İnternet gazeteciliğinde içinde bulunulan gerçek zaman ile aynı anda bir diğer deyişle eş zamanlı yayın yapabilmektedir. Ayrıca video görüntüleri de istenildiği vakit yayınlanabilmektedir. Bir haberin hem en ayrıntılı şekilde verilebiliyor hem de görüntülerinin yayınlanabiliyor olması internetin geleneksel yayıncılığa karşı en önemli avantajı olarak karşımıza çıkmaktadır.<sup>15</sup> Geleneksel medya araçları içerisinde radyo ve televizyon daha fazla güncel yayın yapma olanağına sahip iken günlük yazılı basın ise daha okunmadan güncelliğini kaybeder.<sup>16</sup> 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.<sup>17</sup>

<sup>14</sup> <http://www.hurriyet.com.tr>, 2009.

<sup>15</sup> H. Çakır, "Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 22, Yıl: 2007/1, s. 123.

<sup>16</sup> D. Carlson, "The News Media's 30-Year Hibernation", *Nieman Reports*, 59 (3), 68-71.

<sup>17</sup> J. Widmann, "Almanya'dan Bir Örnek: Netzeitung", içinde Serhan Yedig ve Haşim Akman (hazır), *İnternet Ağında Gazetecilik*, Metis Yayınları, İstanbul 2002, s. 87-94.

Bir arşive sahip olma ve bu arşive anahtar kelimelerle arama yaparak ulaşabilme internet gazeteciliğinin kullanımını kolaylaştıran ve arttıran özelliklerden biridir. Sanal ortamdaki gazetelerde yayımlanan haberler, yazılar, makaleler kullanıcıların, şimdi ya da daha sonra istedikleri bir anda bunlara bakabilmeleri için arşivlenebilmektedir. Arşiv hizmeti ve bunu getirdiği depolama olanakları, internet gazeteciliğinde kalite ve saydamlık sağlarken, aynı zamanda etkileşimliliğin de önemli bir vasıtası olmaktadır.<sup>18</sup> İnternet gibi etkileşimli iletişim teknolojilerinin eşzamansızlık özelliği iletişim içeriğinin daha sonra kullanılmak üzere saklanmasını, hatta veriye ve indekslere veya kataloglara dönüştürülmesini mümkün kılar.<sup>19</sup> İnternet'in bu özelliği, kullanıcılarına istedikleri bir zaman aralığında bir medya içeriğini takip edebilme fırsatı sunmaktadır. Arşiv özelliği ile haberlerin doğrulanabilmesi ve şeffaflık da sağlanır.

İnternet ortamında yayınlanan gazeteler geleneksel yöntemlerle yayınlanan 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, kullanıcılarına 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 artırılabilir. İnternet gazeteciliği multi-medya-çoklu ortam öğelerini kapsayabilmektedir. Dolayısıyla haberler; metin, grafik, ses, müzik, hareketli video ve animasyon destekli olarak sunabilmektedir. İnternet gazeteciliği, interaktif bir nitelik taşımaktadır. Haber metinleri içerisinde yer alan konulara ilişkin diğer web sitelerine bağlantılar kurmakta ve böylelikle haberlere ilişkin çeşitli bakış açılarına ve detaylara ulaşma imkânı elde edebilmektedir. Basılı yayım tasarımları iki boyutludur. Web tasarımı ise çok boyutludur.

İnternet gazetesinde haberin uzunluğu istenildiği kadar olabilmektedir. Klasik gazetede olduğu gibi, kısıtlı sayıda sayfa sıkıntısı yoktur. Bir gazetede, hiçbir zaman okuyucuların ilgilendiği tüm haberlerin basılabileceği bir alan yoktur.<sup>20</sup> Çevrimiçi ortamda herhangi bir hikâye, küçük parçalara bölünerek farklı web sayfalarında yer alabilir.

İnternetin eşzamansızlık özelliği iletişim içeriğinin daha sonra kullanılmak üzere saklanmasını, mümkün kılar ve kullanıcılarına istedikleri bir zaman aralığında bir medya içeriğini takip edebilme fırsatı sunmaktadır. Dolayısı ile 365 gün 24 saat sürekli bir kullanıma imkan tanımaktadır. Basılı gazeteleri

<sup>18</sup> N. Halıcı, "Online Gazetecilik", içinde Sevdâ Alankuş (der), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s. 154-155.

<sup>19</sup> M.E. Rogers ve M.M. Allbritton, "Interactive Communication Technologies in Business Organizations", *The Journal of Business Communication*, 32 (2), 1995, 177-195.

<sup>20</sup> Carlson, *aynı yer*.

belirli saatler dışında bulabilmek imkansızdır, radyo ve televizyonda da program saatini kaçırma olayı vardır. Dolayısı ile online medyada bu tarz sorunlar olmadan yayın yapılabilmektedir.

İnternet sansür edilmesi güç bir teknolojidir. Medyanın tekelleşmesiyle yönlendirilmiş sansürlenmiş, içeriksiz ve holding patronlarının menfaatleri çerçevesinde yayın yapmayan ve gerçekleri söylemesi engellenemeyen bir iletişim aracıdır. Tüm yayım kuruluşlarının yanı sıra, serbest gazeteciler de internet ortamından yararlanmakta ve habercilik yapmaktadır. Gazeteciler, normal gazetelerde kanunlar ve medyadaki yapısal sorunlar nedeniyle aktarma imkanı bulamadıkları fikir veya haberlerini sanal gazetelere ulaştırabilmektedirler.<sup>21</sup> İnternetin anarşist doğası medya sahipliği, eşik bekcılığı gibi gazetecilik sektörünün çok tartışılan konularında bile yeni açılımlar yaratmaktadır. Bu durum demokrasinin zaferi olarak da nitelendirilmektedir.<sup>22</sup>

İşletmecilik açısından bakıldığında online yayıncılık yapmak için büyük bir sermayeye ve alt yapıya gerek yoktur. Güçlü bir bilgisayar sistemi ve iyi bir yazı işleri kadrosuyla dünyanın her köşesine online yayın yapılabilir. Haber siteleri muhabir istihdam etmemektedir. Geleneksel medya kuruluşlarının siteleri dışındaki haber sitelerinde muhabir ve köşe yazısı istihdam edilmesi, finansal girdilerde maliyet yönünden önemli bir avantaj sağlamaktadır. Geleneksel medya siteleri ise, gazete-televizyon-radyo için oluşturulan ortak haber havuzundan beslenmekte, bunlar için üretilen, işlenen haberler, bir-iki web editörü yönetiminde yaklaşık 10 kişilik bir kadro tarafından havuzdan alınarak web ortamına aktarılmaktadır. Haber sitelerinde foto muhabiri de istihdam edilmemektedir. Siteler, haberlerde kullanacakları fotoğrafları çeşitli internet kaynaklarından izinli ya da izinsiz olarak alıp kullanmakta ya da abone olunan ajanslardan alınan fotoğraflara sayfalarında yer vermektedir. Buna bağlı olarak haber sitelerinde fotoğraf gibi maliyeti etkileyici giderler de bulunmamaktadır. Haber sitelerinde köşe yazarları da istihdam edilmemektedir. Sitelerdeki köşe yazarlarının birçoğu, basılı gazetelere yazdıkları yazılarını birkaç haber sitesine de göndermekte ve yazıları aynen bu sitelerde de yer almaktadır. Bunların dışında sitelerde yazan yazarlar ise ya sitede editör ve yönetici olarak çalışan kişiler ya da dışarıdan hobi olarak yazan yazarlar olmaktadır. Siteye yerleştirilen elektronik sayaç sayesinde yapılan yayının kaç kişi tarafından okunduğu kolayca tespit edilebilir. Böylece kesin tiraj sonuçları hemen anında öğrenilebilir.

İnternet'in küresel etkileşimli bir ortam olması, kullanıcıların çevrimiçi ortamda yayınlanan gazetelere dünyanın her tarafından ulaşabilmesini mümkün kılmaktadır. İnternet için coğrafi engel diye bir sorun yoktur, çünkü internet global bir araçtır. Yerel haberler bile yerel medyayla sınırlı değildir. Yerel basın kuruluşlarının da İnternete girmesiyle coğrafi sınırlılıklar olmadan,

<sup>21</sup> T. Çelik, "Elektronik Yayıncılık (İnternet Gazeteciliği)", <http://www.arsiv.emo.org.tr/Kartus01/Sempozyumlar/izmiriletisimgunleri-V/Tolga.doc.2003>, (05.10.2005).

<sup>22</sup> S. Cullerton, "Online Newspapers the End for traditional print Media?", <http://www.maj.arts.qut.edu.au/units/mjb336/history/2000/scullert>, 8 Ocak 2000.

insanların kültürel yakınlık duyduğu yerel haberlere dünyanın her yerinden ulaşması mümkün olmuştur. Bu da medya mensubunun ulaşabildiği kitlenin sınırsız olarak artmasına imkan tanımaktadır. Ulusal basın kuruluşlarının genellikle İstanbul merkezli haberlere kaynak yapılmasından dolayı, yerel haberler ulusal gazetelerde sınırlı oranda yer almaktadır. Türkiye'deki medya yapılanması içinde yerel medyanın kaynak, eleman ve teknik sınırlılıklar gibi sorunlar yaşaması nedeniyle yerel haberlere ilişkin olarak bir boşluk oluşmaktadır. Bu bağlamda İnternetin kullanılabilmesi kamuoyu oluşumu açısından önem taşıyan yerel haber ve bilgiye erişimi sağlayabilmektedir. Geleneksel gazeteyle sahip olmak için en azından bir gazete bayiiine gitmek gerekirken online gazetelere istenilen her yerde ve zamanda sahip olunabilir.

İnternet farklı ilgi grupları oluşmasını, bunların güçlenmesini sağlamıştır. Bu da gazetenin hedef kitesini genişletmiştir. Gazeteler için klasik haber tanımına uymayan, bugüne kadar gazetelerde ayrıntılı yer bulamamış olan hava tahminleri, yol ve deniz durumlarını anlatan raporlar, tren, uçak, metro tarifeleri gibi pek çok konu ayrıntılı olarak verilebilmektedir.<sup>23</sup> Diğer medyada yer alamayan farklı haberleri bulabilme kullanıcılar açısından olumlu bir noktadır.

Online haberlere, konuyla ilgili detayların ve çeşitli başka verilerin bulunduğu web sayfalarına linkler verilebilir. Böylece haberler, doğrusal ve dikey sunum yerine, web'in hypertext özelliği ile yatay bir dağılım sergilemekte ve geniş bir platformda okura sunulabilmektedir. Haberle ilgili konularda, web sitelerinin linklerinin verilmesiyle, arka plan bilgilerine kolaylıkla ulaşabilme de internetin en büyük avantajlarından. İnternetteki okuyucu aynı zamanda bir araştırmacı da olabilmektedir. Bu anlamda online medya kuvvetli bir üstünlüğe sahiptir.

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. İnternet, büyük ve okuyan bir kesim için selüloz basın-silikon basın ayırımını yarattı. Gazeteye para veren kesimin büyük bir kısmı internetten haber takip edebileceği için para vermeyi bırakarak internetten takip etmeye başladı.

İnternette büyük haber ajanslarının ve yayın kuruluşlarının dışında kişisel ve yerel yayıncılık da yapılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında tekelliliğin önlendiği, yayıncılıkta fırsat eşitliğinin sağlandığı görülür. Medya holdinglerinin, siyasi ve ekonomik olarak çok büyük bir güç olması ve basında tekelleşmeyi hızlandırması yadsınamaz bir gerçektir. Bu holdinglerden bağımsız olarak basılı bir günlük gazete çıkarmak neredeyse imkansızdır. Ama sanal ortamda isteyen herkes online bir gazete çıkarabilir.

İnternet Gazeteciliği'nin bir başka avantajı, okur-gazeteci-yazar arasındaki dengenin okur lehine değişmesidir. Okur tepkisini aracısız bir şekilde anında

<sup>23</sup> S. Onursoy, *Online Haber Yayıncılığında Görsel Tasarım Boyutu: Haber Sitesi Örnekleri Üzerine Bir Uygulama*, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir 2001, s. 16.

verme imkanına sahiptir. Bu da okurun haber oluşumunda doğrudan etki etmesine neden olmaktadır. Okuyucunun fikir ve önerilerini haberi yapan gazeteciye ya da yayın kurumuna iletebilmesi yönüyle bir etkileşim ortamı yaratmaktadır.<sup>24</sup>

İnternet gazetesinde okuyucu profilini tespit etmek ve kamuoyu araştırması yapmak çok kolaydır. Siteye yerleştirilen mesaj panosu sayesinde okurların eleştirileri, istekleri, düşünceleri vb. konular öğrenilebilir. Yine aynı şekilde herhangi bir konuda kamuoyu araştırması yapmak için anket düzenlemek, politika ya da sosyal içerikli form düzenlemek mümkün olmaktadır. İnternet gazeteleri sayesinde okurlar, yazarlar hakkındaki düşüncelerini e-mail göndererek ya da sitede bulunan mesaj panosu aracılığı ile yazara iletebiliyorlar.

İnternet gazeteciliğinde başlığın uzunluğunu belirleyen temel etken sayfa tasarımıdır. İnternet gazetelerinde çoğu gazeteden farklı olarak her gün yenilenen bir sayfa tasarımı yoktur. Bu da tasarımla ilgili uzun çabaların ortaya çıkmasına engel olur. Okuyucular için ön sayfada ya da iç sayfalarda bulunan kutu içine alınmış ya da herhangi bir yere örneğin başlığın altına yerleştirilmiş, asıl metinden ayrılmış bir veya iki cümleden oluşan, haberin çarpıcı yönlerinden yapılan alıntılara “spot” denir. Gazete bu şekilde tanımlanan spot, internet için daha farklı bir tanımlama gerektirmektedir. Spot internet haberciliğinde özellikle ana sayfada haberin fotoğraf altında, bazen başlık altında yer alan yine iki satır ya da daha fazla olmak üzere haberin özetini ya da en çarpıcı yanını okuyucuya ulaştıran metinlerdir. İnternet haberciliğinde spotlar haber metnine ulaşmak için link olarak kullanılmaktadır. Gazetede kullanılan başlıklar, internette de aynen kullanılmakta ancak, alışlagelmiş biçimde, başlıktan sonra spot ve haber şeklindeki dizilim, internette yerini başlığa verilen bir bağlantı ile yeni bir sayfaya bırakılmaktadır. Ulusal basınımda genel eğilim, başlıklara link verilmesi ve haberin başka sayfalara aktarılması yolundadır.<sup>25</sup>

İnternet kullanıcıları, haberleri farklı haber sitelerinden takip edebilmektedir. Oysaki basılı gazete okuru, para karşılığında satın aldığı gazete ile yetinmek ve onda sunulan haberleri okumakla sınırlıdır. Bu bakımdan okur kitlesi açısından iletişim maliyetlerini düşürmekte ve haber karşılaştırabilme yeteneği ile seçim yapmakta kolaylık sağlamaktadır.

İnternet, haber-gazeteci-okur bağlamında ortaya koyduğu değişimlerin yanı sıra basına birtakım avantajlar da sağlamıştır. Örneğin bir anda tüm dünyanın haberleri, sandalyesinden kalkmadan haber yapmak isteyen gazeteciler için müthiş bir kaynak haline gelmiştir. İnternet, kullanıcılarına zaman ve mekân ile sınırlı olmayan küresel bir iletişim imkânı sağlar. İnternet’in bu özelliği geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazete işletmelerinde olduğu gibi, gazetecilerin ofise bağımlı olarak çalışma zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Böylece gazetecilerin, genel yayın yönetmenine ve sorumlu yazı işleri müdür-

<sup>24</sup> J. Folkerts ve S. Lacy, *The Media In Your Life*, Pearson Inc., 2004, USA, s. 53.

<sup>25</sup> H.İ. Gürçan ve U. Tözeliç, “İnternette Spor Basını”, <http://inet-tr.org.tr/inetconf6/tammetin/spor-basini-tam.doc>, 2002.

lerine İnternet kanalıyla ulaşması diğer bir deyişle sanal yazı işlerini oluşturmaları, gazete işletmelerinin organizasyon yapılarında değişimlerin yaşanmasına neden olmaktadır.

Gazeteciler de internet ortamından yararlanmakta ve habercilik yapmaktadır. Kanunlar ve yasalar nedeniyle kitlelere medya yoluyla istedikleri gibi ulaşamayan gazeteciler, bugün internet yoluyla fikirlerini ve normal gazetelerle ulaştıramadıklarını sanal gazetelerle ulaştırabilmektedirler. İnternet gazeteciliğinin, gazetecilere tam bir özgürlük ortamı sağladığını rahatlıkla söylemek bu noktada mantıklı bir tanımlama gibi durmaktadır.<sup>26</sup>

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.<sup>27</sup>

İnternet sitelerinin kullanıcılarının güncel eğilimleri ile ilgili anketler düzenleyebilmesi medya-okuyucu etkileşimini geliştirici bir uygulamadır. Kullanıcıların sitelere yorum yazabilmesi de bu bağlamda ele alınabilir. Kişiselleştirme, chat, forum gibi ileri internet uygulamaları da yeni olmalarına rağmen internet gazeteciliğini geliştirecek etkenlerdendir. Ayrıca video, ses, animasyon gibi farklı unsurlar da günümüzde bu gelişmeyi arttıran uygulamalardır.

Haber sitelerinin izler kitlesi bu etkileşimli ortamda, haberlere yorum ekleme, çeşitli konular hakkında tartışabilme, e-posta grupları oluşturabilme, sanal cemaatler kurabilme şansı elde ederken haber siteleri de ücretli ya da ücretsiz erişimler için kullandıkları bilgi formlarıyla, sayaçlarla, çerez dosyaları ile izler kitleleri hakkında daha sağlıklı bilgiler topladılar.

Gazeteciler ile okuyucular arasında elektronik posta ile sağlanan dolaysız iletişim, hikâyeler için daha fazla fikir sağlar, gerçekler ile ilgili olarak yapılan hataların daha hızlı düzeltilmesine yol açar ve bazen de bulunması çok zaman alan hikâyelerin kaynaklarına erişimi temin eder.

Sanal gazetelerle birlikte, hangi yazarların daha çok okunduğunu, hangi haberlerin dikkat çektiğini, hangi tür haberlerin tepki topladığını tespit etmek kolaylaşmıştır. Bu da gazetecilik mesleğinin olumlu yönde gelişmesi açısından yeni medyanın pozitif etkilerinden birisidir.<sup>28</sup> İnternet gazetesinde okuyucu profilini tespit etmek ve kamuoyu araştırması yapmak çok kolaydır.

Reklam verenlerin artık daha fazla internet reklamlarını tercih etmelerinin sebebi daha etkileyici, düşük bütçeli ve faydası ölçülebilir olmasıdır. İnternet daha küçük ölçekli firmaların da reklam verebilmesine olanak sağlayan farklı seçenekler sunabilen bir mecradır.

<sup>26</sup> G. Yücedoğan, "İnternet Haberciliği", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (14), 2002, s. 145.

<sup>27</sup> M. Deuze, "The Web and its Journalisms: Considering the consequences of Different Types of Newsmedia Online", *New Media & Society*, 2003, 5 (2), s. 203-230.

<sup>28</sup> S. Turgut, "İnternette Gazeteye", *Hürriyet Gazetesi*, 19 Haziran 2001.

### İnternet Gazeteciliğinin Dezavantajları

Medyanın, kullananın elinde tehlikeli bir oyuncak olduğu günümüzde, internetteki sınırsız kullanım özgürlüğünün, bazılarının özgürlüklerine ve kişilik haklarına sekte vurabilmesi yüzünden, sanal ortamın tehlikeli bir yöne kayması endişe verici bir durumdur.

İnternet teknolojisinin insanları enformatik bombardımana tuttuğu söylemek mümkün olmaktadır. Bununla birlikte, internet ortamında dedikoduya dayanan, sansasyonel ve asparagas haberler had safhaya ulaşmış bulunmaktadır. Amerika'da yapılan araştırmalarda internet üzerinde dolaşan haberlerin yalnızca yüzde 10'unun güvenilir ve inandırıcı olduğu tespit edilmiştir.<sup>29</sup>

Gazete editör ve onay kadrosu, internet üstünden oluşturulmuş haberleri kontrol edemedi. Bu yüzden de gazetenin onay kadrosundan normal şartlarda asla geçemeyecek yanlışlıktaki haberler kendilerine hak etmedikleri kadar geniş yer buldu.<sup>30</sup> Haber sitesi yöneticilerinin tamamı, geleneksel medya kuruluşlarından farklarını vurgularlarken, öncelikle hızlı bir haber medyası olduklarının altını çizmişlerdir. Bu sebeple hazırlanan haberlerin editoryal bir denetime ya da müdahaleye maruz kalmadan doğrudan yayına sokulması gerekmektedir denmiştir. Haber sitelerinde güçlü bir editoryal denetimin olmamasının yanı sıra, geleneksel medyaların haber merkezleriyle kıyaslanmayacak kadar az sayıda gazeteci istihdam etmesi de ademi merkezîyetçi ve esnek bir örgütlenmeyi zorunlu kılmaktadır. Gelişime ayak uyduramayan gazeteciler internet üstünde dolaşan esprileri anonim olarak algılayıp gazetenin sütunlarında vermeye kalkınca komik durumlar çıktı: Bazı köşe yazarları, çalıştığı gazetenin köşe yazarlarının birkaç gün önce yazdığı yazıyı tekrar yayımlamaya kalkınca iş çığırından çıktı.

Haber siteleri için bir yayımlanma periyodu ve saati söz konusu değildir. Yayın aralıksız sürmektedir. Bu durum vardiyalı çalışmayı gerekli kılmaktadır.

Haberin niteliğini değiştiren internet, günümüzde gazetecinin de tanımını değiştirmiştir. İnternet gazetecisi daha donanımlı olmak zorundadır. Mesleki birikiminin yanı sıra gerektiğinde editör, muhabir hatta bir yayın yönetmeni gibi karar verme yetkisine sahip olması gerekmektedir. Yeni medyada bir muhabir hem televizyon hem gazete hem radyo ve hem de internet formatında haber yazabilecek yetiye sahip olmalıdır.

İnternet gazeteciliği ile birlikte benzer içerik kendini karşı konulmaz bir biçimde göstermeye başladı. Özellikle bugünkü basın dünyasında Anadolu Ajansı gibi büyük ajansların haberleri çıkarıldığında geriye bir şey kalmadığı açıkça görülmektedir. Türkiye'de yapılan internet haberciliğine baktığımızda, haber sitelerinin hemen tamamının haber kaynağı, ajanslar ve gazetele- rin internet siteleri olarak karşımıza çıkıyor. Üstelik çoğu zaman kaynak bile gösterme zahmetinde bulunmuyorlar. Bu hem etik dışı hem de habere olan güveni sarsmaktadır.<sup>31</sup>

<sup>29</sup> F. Kaya, "Kopyala Yapıştır Gazeteciliği", *Akademi-İletişim*, 1, 2005, s. 65.

<sup>30</sup> S. Ayan, "Bir Başka Tür Gazetecilik", <http://www.turk.internet.com>, 2003.

<sup>31</sup> E. Aköz, "İnternet Gazeteciliği Diye Bir Şey Var mı?", [www.haberturk.com](http://www.haberturk.com), 2005.

Haberlerde yepyeni bir sürat faktörü mevcuttur. Eskiden haber atlatma olarak tanımlanan kavram, gelen haberi çabuk yorumlayanlar için bir an önce internet ortamına hazır hale getirebilenler lehine çalışmaya başladı. Haberin özünü minimum detayla ilk veren, en çok tercih edilen basın organı olma yolunda önemli adımlar attı.

Haber siteleri, haber kaynakları anlamında geleneksel medyalarla çok belirgin bir bağımlılık ilişkisi içerisinde oldukları. Oysa haber sitelerinin alternatif ve nitelikli bir gazetecilik yapmaları, en çok da hâkim medyanın çeşitli nedenlerle ilgisiz kaldığı konularda alternatif haberler üretmelerine bağlıdır. Ancak, kaliteli ve özgün haber üretimi için geniş bir muhabir ağına ve nitelikli gazetecilere ihtiyaç duyulmakta, bu da bağımsız haber sitelerinin karşılayamayacakları kadar yüksek bir maliyet gerektirmektedir. İnternet haber merkezlerinde örgütlenme, işleyiş ve işgücü açısından önemli yetersizlikler yaşanmaktadır. Gelir kaynaklarının yeterli, sürekli ve güvenilir olmaması, bu sitelerin alternatif haber üretme ve yayma potansiyellerini hayata geçirmelerini engellemektedir.

İnternet, büyük ve okuyan bir kesim için selüloz basın-silikon basın ayrımını yarattı. Gazeteye para veren kesimin büyük bir kısmı internette haber takip edebileceği için para vermeyi bırakarak internette takip etmeye başladı.

Genelde haber kaynaklarını sorgulama kavramı daha etkin biçimde devreye girdi. Gazetecilik mesleğine duyulan güvende zedelenmeler oldu.

Gazete ve internet haberciliğini okur tavrı bakımından da karşılaştırmak gerekirse, internet gazetesi okurunun tavrı, başlıklara şöyle bir göz atan geleneksel gazete okurunun tavrından hiç farklı değildir. Ancak internet gazetesinde yer alan bir haberin en basit düzeyde bile olsa aracın doğasından kaynaklanan farklılıkları söz konusudur. Öte yandan okuru başka sayfalara yönlendiren teşvik eden çok fazla link, yavaş yüklenme, okuma güçlüğü gibi teknolojik problemler de okurun ilgisinin geleneksel gazetede olduğundan çok daha çabuk dağılmasına neden olmaktadır.<sup>32</sup>

Hipermetinsellik haberin işlenişini ve sunuluşunu da farklılaştırmaktadır. İnternet ortamında haber doğrusal değildir. Parçalara ayrılmıştır, detaylıdır, renklidir, sıkıcı değildir. İnternetin en karakteristik özelliği hipermetinselliğidir. Bu özellik okurun aynı sayfadaki metnin içindeki bir yere ya da başka sayfalara linkler aracılığı ile ulaşılmasını sağlamaktadır. Bu durumda ortaya çıkan yapı doğrusal olmayan bir enformasyon sunumudur. Bu yapı ile internet kullanıcısı enformasyona istediği yerden ve aşamadan ulaşma şansına sahip olmaktadır. Buna karşılık hipermetinsellik riskler taşımaktadır. Bu risklerin en çok tartışılanı ve üzerinde çalışılanı; hiperbağları takip eden kullanıcının kaybolması veya terk ettiği siteye bir daha dönmemesidir.<sup>33</sup>

Eskiden bir gazete, kendisiyle birlikte aynı sergide satılan birkaç başka gazete ve on yirmi dergi ile rekabet ederken, şimdi internette binlerce diğer

<sup>32</sup> H.İ. Gürcan ve H. Birsen, <http://inettr.org.tr/inetconf6/tammetin/gurcan-tam.doc>, 2000.

<sup>33</sup> C. Rich, "News writing for the Web", <http://cwoolf.alaska.edu/~ofer/poynter/poynter2.htm>, 10 Mayıs 1998.



gazete ve dergi ile birlikte bulunan bağımsız belge, çoklu ortam sunumları vb. ile de rekabet etmek zorunda.<sup>34</sup>

Türkiye'deki internet gazeteciliğinin en büyük handikaplarından biri de internette yapılan haberlerin "özel" olmaktan öte "derleme" niteliği taşımasıdır. Televizyon ve gazetede yayınlanan haberleri alıp kendi sitelerinde tekrar yayınlayan ve bu şekilde "medya takip merkezlerini" andıran bir mecrada kişisel hesaplaşmalara ve dedikodulara sıkça yer veriliyor olması, sanal gazetelerin mevcut bu şartlarıyla geleneksel medyaya henüz alternatif olmayacağını göstermektedir.

Gazeteler, alan dışından gelen asıl meslekleri gazetecilik olmayan yeni rakiplerle rekabet etmek zorundadırlar. Web erişimi, doğrudan doğruya her vatandaşın bir muhabir yapmıştır. Kendi internet sitelerini açanlar, cep telefonlarıyla bir olayı anında görüntüleyip internette yayınlayanlar gün geçtikçe çoğalmaktadır. Gazeteciliği, artık herkese mal olmuş bir meslek olarak görmemiz gerekiyor.

Okuru başka sayfalara yönelmeye teşvik eden çok fazla link, yavaş yüklenme, okuma güçlüğü gibi teknolojik problemler de okurun ilgisinin geleneksel gazetelerde olduğundan çok daha çabuk dağılmasına neden olmaktadır. İnternetteki karmaşanın kaynağını tanımlamak için mühendisler doğal olarak ağ yapısındaki teknolojik problemlere bakmaktadırlar. Bu problemler genel olarak 2 başlık altında toplanabilir. Yazılımsal ve donanımsal problemler. Bu problemler firmaların değişen ve gelişen yazılımları kadar internet altyapısından kaynaklanan ve gazeteciler ile okuyucuların çözüm bulamayacakları, internet kullanımını ve doğal olarak internet gazeteciliğini zorlaştıran problemler olabilir.

Günümüzde medya; söylediğinden fazlasını isteyen müşterinin eğilimlerini ve ihtiyaçlarını kestirebilen, izleyici profilini takip edebilen, müşterinin önündeki haber, iş, eğlence yığınına dizayn edip müşterisine yol gösterebilen bir yönetici gazetesini ayakta tutabilecektir, diğerleri yok olacaktır.

Gazetenin sıcak haber verme üstünlüğünü radyo, televizyon ve internete kaptırmasıyla, gazeteler artık okur adına haber seçme işlevini yavaş yavaş bırakmak zorunda kalmaktadır.

Arşivlerdeki haberlere kolayca ulaşabilme ve istenen haberleri saklayabilme okuyucular için çok güzel bir imkan olmasına rağmen medya mensubunun anında etkileşime yanıt verebilmesi için daha bilgili ve araştırmacı olmasını gerekli kılmaktadır. Yeni medya mensupları pek çok farklı okuyucu profiline uygun olarak geleneksel gazetecilere göre daha entelektüel olmak zorundadır. İnternet medyası meslek mensuplarının gerek haber kaynaklarına etkin olarak ulaşmakta, gerekse gerekli araştırmaları yapmakta iyi bir yabancı dil bilgisini zorunlu kılmaktadır.

İnterneti haber almada kullanan okuyuculara gazeteciler haberlerini web sayfalarında kısa, özlü ve çabuk okunabilir şekilde aktarmak zorundadırlar. Bu durum haberin özüne ait doğru bir başlık kullanılmasını ve yeterli ilgiyi çekecek bir başlığın bulunmasını zorlaştırmaktadır.

<sup>34</sup> O. Köroğlu, "Gazetecilik Hangi Derde Devadır?", *Zaman Gazetesi*, 5 Ağustos 2005.

İnternet gazeteciliğini icradaki zorluklardan biri, etkileşimi son derece rahat kuran okuyuculara cevap vermenin zaman alması ve hatta sadece bu işle iştigal eden bir medya mensubu kitlesinin istihdamını zorunlu kılmasıdır.

İnternetteki kaynakların çokluğu ve okuyucuların web iletişimi yoluyla haberlere katılımı sektöre yeni girmek isteyen gazetecilerin iş bulmalarını zorlaştırmaktadır. Ayrıca mevcut Gazetecilik ve Basın Yayın Okullarının müfredatları yeni medyaya yönelik olarak potansiyel meslek mensuplarına yeterli eğitim düzeyini sağlamaları hızla gelişen ve değişen teknolojik gelişmeler nedeniyle zorlaşmaktadır.

Ülkemizde ve dünyada internet medyasına yönelik yasal düzenlemeler yeni oluşmaktadır ve gelişen teknoloji ile bu alandaki yasal düzenlemelerin ortaya konulması için geçen sürelerde bazı boşluklar doğmaktadır.

Site dışından bağlantı veren çevrimiçi gazeteler bu bağlantıların uygunsuz ya da saldırgan içerik taşıyıp taşımadığını kontrol etmek, yazılan yorumları kontrol etmek anlamında sorumluluk sahibi olmak zorundadır. Haber sitelerinde site dışına bağlantı veriliyorsa okuyucuyu sitenin sorumluluk alanından çıktığı konusunda bilgilendirmek gerekir. Bu sorumluluklar daha iyi araştırma yapmanın ve arşiv bilgileri dolayısı ile kaynakların geriye yönelik olarak da sürekli kontrol edilmesini zorunlu kılmaktadır.

İnternet gazetelerinde kişilerin ve kurumların teklif hakkına yer verilmemektedir.

İnternetteki haber sitelerindeki medya mensupları geleneksel medya mensupları ile aynı meslek kurallarına tabii değildir ve aynı sosyal imkanlardan (basın kartı vs.) yararlandırılmamaktadırlar.

Yeni medya telif hakları açısından gazetecilerin haklarını almasını zorlaştırmaktadır. Kopyala Yapıştır mantığı ile yapılan yayınlar sebebi ile serbest çalışan bir medya mensubu hazırladığı haber ve dosyaları online medya kuruluşlarına satarak geçimini sağlamasından söz etmek oldukça zordur.

İnternet üzerinden özgün medya içeriği sunmanın toplumsal maliyeti (internet altyapısı, bilgisayar ve internet bağlantıları için toplum bireylerinin harcadıkları paralar vs.) geleneksel gazeteciliğin toplumsal maliyetlerinden daha yüksektir.

İnternet gazeteciliği reklam verenlerin internet kullanımı hakkında daha derin araştırma yapmalarını gerektirmektedir. Uzun zamandır üzerinde yeterli araştırma yapılmış medya türlerinin yanında internetin karmaşık ve kapsamlı araştırılması gereken özellikleri ile müşterilere nasıl ulaşılabileceğine ait yepyeni araştırma ve çalışmalar yapılmalıdır.

### **Sonuç**

İnternet gazeteciliğinin geleneksel gazeteciliğin yerini alması ve teknolojik gelişmelerin getireceği olanaklarla gelecekteki tek gazetecilik tipinin internet gazeteciliği olup olmayacağı konusu ilgi çekmeye devam ediyor ve edecek gibi görünmekte.

Avantaj ve dezavantajları ile internet gazeteciliği, İnternet kullanıcısı haberin veya medya içeriğinin neresi ile ilgileniyorsa oraya doğrudan ulaşma şan-

sına sahiptir. Bir televizyon izleyicisi gibi ilgilendiği konuya ulaşmak için programdaki her şeyi izlemek zorunda değildir. İnternet teknolojisindeki kolaylıklar hedef kitleyi pasif durumdan çıkarıp aktif bir konuma getirmiş, her internet kullanıcısı birer potansiyel enformasyon kaynağı haline dönüşmüştür.

İnternetin sağladığı olanaklar, bir siteyi ziyaret eden kullanıcının kim olduğundan, hangi bölümleri ziyaret ettiğine, buralarda ne kadar zaman harcadığına kadar pek çok veriyi toplama olanağı vermektedir. Siteye girişte doldurulması istenen bir formula, kullanıcılar hakkında demografik bilgiler edinilmesi de olanaklıdır. Okurla interaktif etkileşim; okurun yorumlarını anında iletebilmesi gazetecilik mesleğini daha hızlı bir hale getirmektedir. Bu sebeple ilk başlarda özellikle eski gazeteciler için oluşturduğu zorluklar yeni nesil gazetecilerin mesleğe daha fazla girmesi ile ortadan kalkmaktadır.

Dünyada gazetenin durumu ve geleceği konusunda yapılan araştırmalar gazetenin yeni iletişim ortamına ayak uydurmak için rol değiştirmesi sürecinin başladığını göstermektedir. Gazetenin sıcak haber verme üstünlüğünü radyo, televizyon ve internete kaptırmasıyla, gazeteler artık okur adına haber seçme işlevini yavaş yavaş bırakmak zorunda kaldı. Tirajların artmadığı, yeni gazetelerin çıkmadığı, gazete alan ev oranının düştüğü, gençlerin gazete okumadığı, yeni medyanın gazetelerin ekonomik tabanını kemirdiği günümüzde, gazetenin yeni işlevi, enformasyon seline uğramış dünyada artık güvenilir bir rehber olmaktır. Değişen teknoloji, yaşam tarzları, ekonomik olgular karşısında tüm cephelerde gerileyen gazeteler genel kanıya göre uzun bir süre daha dağılmaya devam edecekler ama hiçbir zaman eski egemenliklerini kuramayacaklardır.

İnternet gazeteciliği başlamasının üzerinden çeyrek yüzyıl bile geçmemiş olmasına rağmen yakaladığı ivme ile hem basın sektörünün çehresini değiştirmekte ve ulaşılan okuyucu sayısını arttırmakta hem de gazetecilik mesleğinin çehresini fazlaca değiştirmektedir. Sektör için hem bir şans hem de bir tehdit olarak görüldüğü günler geride bırakılmış ve sektörü büyütecek ve geliştirecek en büyük etken olduğu konusunda kuşkuya yer bırakmamıştır.

### Kaynaklar

- AKÖZ, E.: "İnternet Gazeteciliği Diye Bir Şey Var Mı?", *www.haberturk.com*, 2005.  
AYAN, S.: "Bir Başka Tür Gazetecilik", <http://www.turk.internet.com>, 2003.  
BURNHAM, A.: "Journalism.com", *Virginia Quarterly Review*, 76:2, Spring 2000, p: 203.  
CARLSON, D.: "The News Media's 30-Year Hibernation", *Nieman Reports*, 59 (3), 2005, s. 68-71.  
CULLERTON, S.: "Online Newspapers the End for traditional print Media?", <http://www.maj.arts.qut.edu.au/units/mjb336/history/2000/scullert>, 8 Ocak 2000.  
ÇAKIR, H.: "Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 22, Yıl: 2007/1, s. 123-149.  
ÇELİK, T.: "Elektronik Yayıncılık (İnternet Gazeteciliği)", <http://www.arsiv.emo.org.tr/Kartus01/Sempozyumlar/izmiriletisimgunleri-V/Tolga.doc.2003>, 05.10.2005.

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

DEUZE, M. - PAULUSSEN, S.: *Research Note: Online Journalism in the Low Countries*, *European Journal of Communication*, 17 (2), 2002, s. 237-245.

DİLMEN, N.E.: *Bilişim Çağı'nın Gelişim Sürecinde E-Gazetecilik Olgusu ve İnternet Gazeteleri ve Haber Portalları Üzerine Bir Araştırma*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul 2003.

FOLKERTS, J. - LACY, S.: *The Media In Your Life*, Pearson Inc., USA, 2004.

GÜRCAN, H.İ.: *Sanal Gazetecilik*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1999.

GÜRCAN, H.İ.: *İnternet Gazeteciliği, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim Seminerleri Dizisi: 25 (Batman)*, Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul, 2002, ss. 107-117.

GÜRCAN, H.İ. - BİRSEN, H.: <http://inettr.org.tr/inetconf6/tammetin/gurcan-tam.doc>, 2000.

GÜRCAN, H.İ. - TÖZELİK, U.: "İnternette Spor Basını", <http://inet-tr.org.tr/inetconf6/tammetin/spor-basini-tam.doc>, 2002.

HALICI, N.: *Online Gazetecilik*, Sevda Alankuş (der), Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, ss. 151-166.

<http://www.hurriyet.com.tr>, 2009.

<http://www.internet-manifesto.org>, 7 Eylül 2009.

KAYA, F.: "Kopyala Yapıştır Gazeteciliği", *Akademi-İletişim*, 1, 2005, s. 63-66.

KÖROĞLU, O.: "Gazetecilik Hangi Derde Devadır?", *Zaman Gazetesi*, 5 Ağustos 2005.

ONURSOY, S.: *Online Haber Yayıncılığında Görsel Tasarım Boyutu: Haber Sitesi Örnekleri Üzerine Bir Uygulama*, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 2001.

PAVLIK, J.: "The Impact of Technology on Journalism", *Journalism Studies*, 1 (2), 2000, 229-237.

*Platin Dergisi*, Aralık 2008 sayısı, sayfa: 61.

RICH, C.: "News Writing For The Web", <http://cwolf.alaska.edu/~afer/poynter/poynter2.htm>, 10 Mayıs 1998.

ROGERS M.E. - ALLBRITTON, M.M.: "Interactive Communication Technologies in Business Organizations", *The Journal of Business Communication*, 32 (2), 1995, 177-195.

TOKGÖZ, O.: *Temel Gazetecilik*, 5. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara, 2003.

TURGUT, S.: "İnternette Gazetecilik", *Hürriyet Gazetesi*, 19 Haziran 2001.

WIDMANN, J.: "Almanya'dan Bir Örnek: Netzeitung", *İnternet Ağında Gazetecilik*, içinde Serhan Yedig ve Haşim Akman (hazır.), Metis Yayınları, İstanbul 2002, ss. 87-94.

YERLİKAYA, İ.: "İnternet Gazeteciliği ve Geri Besleme", *Medyada Yeni Yaklaşımlar*, içinde Metin Işık (Ed.), Eğitim Kitabevi, Konya 2004, ss. 17-34.

YÜCEDOĞAN, G.: "İnternet Haberciliği", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (14), 2002, 143-150.