

## GAZETELERE AİT İNTERNET SİTELERİNDE DEĞİŞİM SÜRECİ: 'www.milliyet.com.tr' ÖRNEĞİ

Özgü IŞIK YOLCU\*

### Öz

İnternet geleneksel iletişim araçlarıyla kıyaslanamayacak kadar büyük bir hızla gelişmekte ve yaygınlaşmaktadır. Bir taraftan e-posta, eş zamanlı sohbet servisleri ve online forumlarla kullanıcıların iletişimini sağlayan internet, diğer taraftan medya kuruluşları tarafından yeni bir mecra olarak kullanılmaktadır. 1993 yılında başlayan internet gazeteciliği, bugüne kadar büyük gelişme sağlamıştır. Yapılan araştırmalar, 2008 yılında internetin en çok başvurulan haber alma kaynakları sıralamasında ilk kez gazeteleri geçtiğini ve televizyonun ardından ikinci kaynak haline geldiğini ortaya koymaktadır. İnternet, yeni medya türleri arasında sıralanmaktadır. Yeni medyayı üç özellikle (characteristics) açıklayan Rogers, bu özellikleri; Etkileşim (Interactivity), Kitlesizleştirme (Demassification) ve Eşzamansızlık (Asynchronosity) olarak tanımlamaktadır. Araştırmamızda örneklem olarak Türkiye'deki en fazla tıklanan gazete sitesi olan www.milliyet.com.tr ele alınmıştır. Sitenin yayına ilk girdiği 26 Kasım 1996 tarihinden başlayarak, bugüne kadar geçen süre içinde yaptığı yayınlara sitenin arşiv bölümünden ulaşılmıştır. Yayımlanan ana sayfalardan 3 ay arayla örnek alınmış ve bunun sonucunda 49 adet ana sayfa incelenmiştir. Araştırmanın amacı, www.milliyet.com.tr'de 12 yıl içerisinde ortaya çıkan değişimi tespit etmektir. Bu süreçte www.milliyet.com.tr'nin geçirdiği değişimi tespit etmenin, gazetelere ait internet sitelerinin gelişim çizgisini de ortaya koyacağı beklenmektedir. Çalışmada, var olanın saptanması amacıyla içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

**Anahtar sözcükler:** İnternet, yeni medya, etkileşim

### **Abstract: Changing Process on Web Sites Which Belong to newspapers: Case Study of 'www.milliyet.com.tr'**

Internet has been more widespread communication tool than the other traditional mass mediums. Internet provides quick and economic communication to users by e-mail, chat and online forums. On the other hand it is used as a new medium by other media institutions. Internet journalism which started in 1993, developed rapidly until now. According to the researches, in 2008, internet is ranked as the second most popular information resources while the most popular is TV. Newspapers could be the third information resources first time. Internet is accepted as new media. According to Rogers new media has three characteristics: Interactivity, Demassification and Asynchronosity. Milliyet's web site was chosen as the sample in our research as it is the most visited Turkish newspaper site in Turkey. Home pages were reached from online archive on Milliyet's web site. Samples was taken from home pages quarterly and 49 home pages were analysed. The main subject of this reasearch is to clarify the differences in Milliyet's website during last 12 years and it will

\* Araş.Gör.Dr, İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Radyo Televizyon Yayıncılığı Programı, ozguy@istanbul.edu.tr.

provide us to understand the development stage of the newspapers web sites in Turkey. In the study, home pages are researched with the content analysis method. In our research, content analysis method will be used to appoint the existing.

**Key words:** Internet, new media, interactivity

## GİRİŞ

Geleneksel iletişim araçlarıyla kıyaslanamayacak kadar büyük bir hızla gelişen ve yaygınlaşan internet, ilk olarak 1965 yılında ortaya çıkmıştır. Türkiye'deki ilk internet bağlantısı ise 1993 yılında gerçekleştirilmiştir. İnternetin öncelikle bilgi ve iletişim aracı olduğu kabul edilmektedir. Eğlence ve elektronik ticaret gibi diğer gereksinimlerin ise ikinci sırada geldiği savunulmaktadır (Van Dijk, 2005: 152). İnternet bir taraftan günlük kişisel iletişimde, e-posta, eş zamanlı sohbet servisleri ve online forumlarla kullanıcıların ekonomik biçimde iletişimini sağlarken, diğer taraftan medya kuruluşlarınca yeni bir mecra olarak kullanılmaktadır (Gorman ve McLean, 2003:198). Bu süreç içinde; radyo, gazete ve televizyonlar kendi internet sitelerini kurarak internet dünyası içinde de yer almaktadırlar.

İnternet gazeteciliğinin 1993 yılında Wired Magazine ile başladığı ifade edilmektedir (Mora, 2002: 114). Türkiye'de internette ilk karşımıza çıkan yayın 1995 yılında Aktüel Dergisi olmuştur (Gönenç, 2003: 97). İnternette yayın yapmaya başlayan ilk Türk gazetesi 1995 tarihinde Zaman Gazetesi'dir (Mora, 2002: 115). Gazetenin tamamını düzenli olarak online veren ilk gazete ise 26 Kasım 1996 tarihinde Milliyet Gazetesi olmuştur (Gönenç, 2003: 97). Aradan geçen 12 yılı aşkın sürede kendini sürekli yenileyen www.milliyet.com.tr internet sitesi, www.alexa.com'a göre bugün Türkiye'de en fazla tıklanan gazete sitesi haline gelmiştir. İnternetteki sitelerin ziyaretçi

sayısını ölçen kuruluşlardan biri olan www.alexa.com'a göre Türkiye'de en çok ziyaret edilen ilk beş Türk gazete sitesi sırasıyla şunlardır (alexa, 2008):

- 1-www.milliyet.com.tr
- 2-www.hurriyet.com.tr
- 3-www.sabah.com.tr
- 4-www.vatanim.com.tr
- 5-www.zaman.com.tr

www.milliyet.com.tr, Türkiye'de en çok ziyaret edilen tüm internet siteleri arasında ise Google Türkiye, Facebook, Google ve Windows Live'den sonra beşinci sırada yer almaktadır (alexa, 2008).

İnternet gazeteciliğinin başladığı 1993 yılından bu yana birçok aşama kat edilmiş ve bugüne gelinmiştir. Yapılan araştırmalar 2008 yılında internetin en çok başvurulan haber alma kaynakları sıralamasında ilk kez gazeteleri geçtiğini ve televizyonun ardından ikinci kaynak haline geldiğini ortaya koymaktadır. Amerikan Pew Araştırma Enstitüsü'nün ABD'de yaptığı araştırmaya göre, Amerikalıların yüzde 70'i haber alma kaynakları arasında televizyonu göstermiştir. Araştırmaya katılanların yaklaşık yüzde 40'ı, gündemden haberdar olmak için yararlandığı kaynaklar arasında interneti de sayarken, haber alma kaynakları arasında gazeteleri de sayanların oranı yüzde 35'te kalmıştır. Yaklaşık 1500 kişinin katıldığı araştırmada, haber alma amaçlı internet kullanımının geçen yıla göre yüzde 16 arttı-

ğı ifade edilmiştir (cumhuriyet.com.tr, 2008).

Radyo, gazete ve televizyonu aynı ortamda sunabilen internette, bunun sonucu olarak farklı bir dil ortaya çıkmaktadır. İnternetin yeni bir medya dili oluşturmak üzere olduğunu ifade eden Atabek, "...internetteki, hem kulağıyla dinleyebilecek hem gözüyle gazeteyi okuyabilecek hem de bir videoyu izleyebilecek bir izleyici/kullanıcı. Dolayısıyla gazete, radyo, televizyon izleyicisinden farklı. Entegre bir medyanın entegre bir dili ve bu entegre dili okuyabilecek bir izleyicisi olmak zorunda" demektedir (Atabek, 2005: 74-75). Sözlü gelenekten alfabeğe geçişe benzer tarihsel boyutlarda teknolojik dönüşümün gerçekleşmesiyle çeşitli iletişim biçimlerinin etkileşimli (interaktif) bir ağ içinde bütünleştiğini savunan Manuel Castells de "...tarihte ilk kez insan iletişiminin yazılı, sözlü, görsel-işitsel biçimlerini aynı sistem içinde bütünleştiren bir hipermetin ve meta-dil oluşuyor" demektedir (Castells, 2005: 440).

İnternet, yeni medya türleri arasında sıralanmaktadır. Wilson Dizard'a göre, yeni, bilgisayara dayalı medya arasında 1994'te yüksek tanımlı televizyon (High Definition Television-HDTV), dijital radyo yayıncılığı, multimedya bilgisayarlar, CD-ROM'lar, lazer diskler, gelişmiş kopyalama makineleri, avuç içi databank'lar, elektronik kitaplar, videotext ağları, akıllı telefonlar, direkt-eve yayım uyduları (DBS) ve taşınabilir elektronik gazeteler bulunmaktadır. 2000 yılında Dizard 'yeni medya' tanımına internet, dizüstü bilgisayarlar, wireless iletişim, videodiskler, tüketici bilgisayar ağları ve online haber servislerini de eklemiştir (Gorman ve McLean, 2003: 186-187). Yeni medyanın geleneksel medyadan farkının ne

olduğu en sık sorulan sorulardan birisidir. Yeni medyayı üç özellik (characteristics) açıklayan Rogers, bu özellikleri; Etkileşim (Interactivity), Kitlesizleştirme (Demassification) ve Eşzamansızlık (Asynchronosity) olarak tanımlamaktadır (Tingöy ve Bostan, 2007: 235).

Etkileşimi açıklayan en önemli modellerden biri Rafaeli'ye aittir. (Öğüt, 2006: 3) Rafaeli'nin Etkileşimli İletişim Modeli, tarafların ortak bir deneyim alanını inşa ettiği veya bunu zaten inşa etmiş oldukları yerde, tüm iletişim süreci üzerine odaklanmaktadır. Basit bir şekilde önceden kazanılan bilgi değiş-tokuşu ve her bir bilgi seti üzerinde şekillendirilen mesajlar, şimdiki mesajı şekillendirmek için dikkate alınmaktadır." (Öğüt, 2006:4) Yeni medyanın 'kullanıcı' kavramını ortaya çıkardığını ve 'etkileşimin yeni bir seviyesini' ortaya koyduğunu ifade eden Öğüt (2006:2), etkileşimi "en az iki nesne arasındaki iletişim vasıtasıyla, nesnelere birbirlerini davranışsal ya da biçimsel olarak değişikliğe uğratması" olarak tanımlamaktadır (Öğüt, 2005). Carrie Heeter'e göre; etkileşimin, seçim olanağının karmaşıklığı, kullanıcı çabası, medyanın kullanıcıya yanıt verebilirliği, izleme/gözlem bilgisine kabiliyet, ek bilgiyi kolaylaştırma ve kişiler arası iletişimin kolaylığı olmak üzere altı boyutu vardır (Birsan, 2005: .347).

Kitlesizleştirme, bağdaşık (homojen) mesajların geniş bir grup insana aktarılması yerine, yeni medyanın kişiselleştirilmiş ve özel mesajları belirli kullanıcılara gönderebilmesi olarak açıklanmaktadır. Eşzamansızlık ise yeni medyanın senkronize olmaya gereksinim duymadan mesaj gönderme ya da almaya olanak tanımasıdır. Kullanıcılar, bilgileri istedikleri zaman almakta ve aldıkları

mesajlara istedikleri zaman yanıt gönderebilmektedirler. (Tıngöy ve Bostan, 2007: 235)

### AMAÇ VE YÖNTEM

Araştırmamızda örneklem olarak Milliyet Gazetesi'nin internet sitesi olan www.milliyet.com.tr ele alınmıştır. Site'nin yayına ilk girdiği 26 Kasım 2006 tarihinden başlayarak bugüne kadar geçen süre içinde yaptığı yayınlara sitenin arşiv bölümünden ulaşılmıştır. Sitenin ana sayfası inceleme içine alınmıştır. Yayınlanan ana sayfalardan 3 ay arayla örnek alınmasına karar verilmiş ve bunun sonucunda 49 adet ana sayfa tespit edilerek incelenmiştir. Ana sayfada yer alan ancak net olarak anlaşılmayan ve tıkladığında açılmadığı için içeriği tam olarak tespit edilemeyen bölümler inceleme dışında bırakılmıştır. Örneklem olarak Milliyet Gazetesi'nin seçilmesinin nedeni, www.alexa.com'a göre; Milliyet Gazetesi'ne ait www.milliyet.com.tr internet sitesinin Türkiye'de en fazla tıklanan gazete sitesi olmasıdır. İnternet sitesinin ana sayfasının seçilmesinin nedeni, ana sayfanın çok ziyaret edilen sayfa olmasıdır.

Araştırmanın amacı, milliyet.com.tr'de 12 yıl içerisinde ortaya çıkan değişimi tespit etmektir. Bu süreçte milliyet.com.tr'nin geçirdiği değişiklikleri tespit etmenin, gazetelerin internet sitelerinin gelişim çizgisini de ortaya koyacağı beklenmektedir.

Araştırmamızın cevap aradığı iki soru bulunmaktadır. Bunlar;

**Soru 1-** www.milliyet.com.tr internet sitesinin ana sayfasında yer alan haberlerin sunumu açısından, 26 Kasım 1996-26 Kasım 2008 tarihleri arasında hangi değişiklikler meydana gelmiştir?

**Soru 2-** www.milliyet.com.tr internet sitesinin ana sayfasında yeni medyanın etkileşim, eşzamansızlık ve kitlesizleştirme özelliklerinden yararlanma açısından, 26 Kasım 1996-26 Kasım 2008 tarihleri arasında hangi değişiklikler meydana gelmiştir?

Çalışmada, internet sitesinin ana sayfasındaki yayınlar içerik analizi yöntemiyle araştırılmıştır. Berelson(1952), içerik analizini "iletişimin görünen içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel yollardan betimlenmesidir" diyerek tanımlamaktadır(Bilgin: 2000: 1). Araştırmamızda içerik çözümlemesi yöntemi, var olanın saptanması için kullanılmıştır. İçerik analizi yöntemiyle elde edilen nicel veriler, sorular doğrultusunda değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda 1 ve 2. sorulara cevap bulunmuştur.

### BULGULAR

Yayına başladığı 26 Kasım 1996 tarihinde www.milliyet.com.tr internet sitesinin ana sayfasının uzunluğu 52.3 cm, genişliği 12.7 cm, toplam alanı ise 664.21 cm karedir. 26 Kasım 2008 tarihinde internet sitesinin ana sayfasının uzunluğu 114.1 cm, genişliği 17.6 cm, toplam alanı ise 2008.16 cm kare olmuştur. Sonuç olarak internet sitesinin ana sayfasının kapladığı alan yaklaşık 3 kat artmıştır. İnternet sitesinin ana sayfasında kullanılan haber, fotoğraf ve kelime sayılarının artması, kapladığı alanın genişlemesine yol açmıştır.

### Haberin Sunum Şekilleri

26 Kasım 1996 tarihindeki ilk internet yayınında 15 adet haber kullanılmıştır. Bu sayı 26 Kasım 2008 tarihinde 74 olmuştur. İnternet sitesinde kullanılan haber adedi aradan geçen süre içerisinde yaklaşık 4.9 kat artmıştır. 26 Kasım 2008 tarihinde söz konusu 74 haberin dışında ayrıca 14 adet 'foto

galeri', bir adet de 'galeri haber' olarak internet sitesinde ifade edilen haber türü yer almaktadır. Ancak internet sitesindeki en büyük artış kullanılan fotoğraf sayısında görülmüştür. 26 Kasım 1996 tarihinde dört fotoğraf kullanılırken, bu sayı 26 Kasım 2008 tarihinde 20.5 kat artarak 82 olmuştur. Kullanılan kelime sayılarında da artış yaşanmıştır. 26 Kasım 1996 tarihinde 702 olan kelime adedi, 26 Kasım 2008 tarihinde 2.6 kat artarak 1861 olmuştur. Fotoğraf ve kelime sayıları tespit edilirken sitede yayınlanan reklamlar inceleme dışında tutulmuştur.

www.milliyet.com.tr internet sitesinin sayfa tasarımı yayına başladığı günden bugüne altı defa önemli değişiklik geçirmiştir. 26 Şubat 1999, 26 Şubat 2001, 26 Mayıs 2004, 26 Kasım 2005, 26 Kasım 2006 ve 26 Mayıs 2008 tarihlerinde sayfa tasarımlarının önemli ölçüde değiştiği tespit edilmiştir. Bu değişikliklerden en önemlilerinden birisi manşet haberlerin sunumunda ortaya çıkmıştır. Aradan geçen 12 yılda manşet haberlerin sayısı ve sunum şeklinde önemli değişiklikler olmuştur.

Yayına başladığı 26 Kasım 1996 tarihinde www.milliyet.com.tr'deki manşet haber sayısı 1'dir. Manşet haber sayısının 26 Kasım 2005 tarihinde 2, 26 Kasım 2006 tarihinde 5, 26 Mayıs 2008 tarihinde ise 7 adet olduğu tespit edilmiştir. Yedi adet manşet haber, internet sayfası kullanıcının ekranında açık kaldığı sürece yaklaşık 6 saniyede bir değişmekte ve yerini bir sonrakine bırakmaktadır. Gün boyunca meydana gelen gelişmeler doğrultusunda söz konusu 7 adet manşet haberin internet sitesindeki yeri ve içeriği değişebilmektedir.

26 Kasım 1996 tarihinde yayınlanan ilk manşet haber; başlık, spot ve metin bölümlerinden oluşmaktadır.

26 Şubat 1997 tarihinde fotoğrafın da manşet haberin sunumunda kullanıldığı belirlenmiştir. 26 Ağustos 2001 tarihinden itibaren metin bölümünün kaldırıldığı görülmektedir. 26 Kasım 2007 tarihinde kullanılan manşet haberden biri 'foto galeri' biçiminde şekillendirilen haberler arasından seçilmiştir. 26 Şubat 2008 tarihinden itibaren 'foto galeri' biçiminde şekillendirilen manşet haberlerin sayısı 2 olmuştur.

Haber sunumunda ortaya çıkan değişiklikler sadece manşet haberlerle sınırlı değildir. Sayfada yer alan haberlerin sunumunda ilk günden bu yana meydana gelen değişikliklerin yanı sıra yeni haber biçimleri de ortaya çıkmıştır. Basılı gazetenin tersine internette yer ve süre sınırı olmaması, haber editörlerine şimdiye dek olmadığı kadar geniş bir kullanım alanı yaratmıştır. İnternetin sunduğu bu imkan, yeni haber şekillerinin doğmasına yol açmıştır. Söz konusu durum öncelikle metin kullanımında başlamıştır. İlk olarak 26 Ağustos 1998'de 'Tam metin' ifadesi ile birlikte Vergi Yasası metninin yayımlandığı tespit edilmiştir. 26 Ağustos 2008'de Ergenekon İddianamesi'nin yayınlanması da bu şekilde yapılan yayınlardandır. Benzer durum ikinci olarak fotoğraf kullanımında yaşanmıştır. Fotoğraflar basılı gazete hazırlanırken titizlikle seçilmekte, mümkün olduğunca haberi en iyi anlatacak bir fotoğrafı bulmak için çaba sarf edilmektedir. Oysa internet sayfası hazırlanırken ajansların konu ile ilgili geçtiği veya foto muhabirlerinin olay yerinde bizzat çektiği tüm fotoğraflar yayına verilebilmektedir.

Fotoğraf serilerinin kullanımıyla ilgili değişimler ve bu değişimlerin ilk tespit edildikleri tarihler şöyle sıralanabilir;

-26 Ağustos 2000 tarihinde 'Fotoğraf Sergisi' ifadesiyle "Depremde yitirdiğimiz insanların

anısına..." başlıklı fotoğraf sergisi yayınlanmıştır.

-26 Mayıs 2001 tarihinde "Fotoğraflarla Cenevre Otomobil Fuarı" başlıklı bir haberin fotoğraflarla anlatıldığı belirlenmiştir.

-26 Şubat 2002 tarihinde 'Arşiv/ Fotoğraf Galerileri' başlığıyla fotoğraf galerilerinin sunulmaya başlandığı tespit edilmiştir.

-26 Mayıs 2002 tarihinde ana sayfada sunulan 'Dünya evine girdi' başlıklı haberin sonuna 'Claudia'nın fotoğrafları için...' yazılarak, habere ait fotoğraf galerisine bağlanmak için tıklamanın yeterli olduğu kullanıcılara anlatılmıştır. 26 Mayıs 2003 tarihinde üç ayrı haberin yanına 'Foto Galeri' ifadesi konulmuştur. Foto Galeri haberlerin sayısı giderek artmış, 26 Kasım 2008 tarihinde sayfada 14 adet foto galeri haberinin yer aldığı tespit edilmiştir. Bunlardan bazıları haber niteliği taşımamakta, belirli bir tema çerçevesinde bir araya getirilen ilginç, komik ya da güzel fotoğraflardan oluşmaktadır. 26 Kasım 2007 tarihinden sonra 'foto galeri' haberler, manşet haberlerin de arasında yer almaya başlamıştır.

-26 Kasım 2007 tarihinde 'Yazarlar onu konuşuyor' başlıklı haberin yanına ayrıca 'Galeri haber' ifadesi konulmuştur. Haber, 15 adımda verilmiş, her adımda ayrı bir fotoğraf ve açıklaması kullanılmıştır.

İnternetin, yazı ve fotoğrafların yanı sıra video yayınına da uygun olmasının sonucu olarak www.milliyet.com.tr adresinde görüntülü haberler de yayınlanmaktadır. İlk olarak 26 Kasım 2006 tarihinde Milliyet İnternet TV'nin de sayfada yer aldığı tespit edilmiştir. Bu bölüm sayesinde kullanıcılar, Milliyet Gazetesi ve www.milliyet.com.tr gibi Doğan Medya Holding bünyesinde yer alan Kanal D, CNN Türk ve Star TV'de ya-

yınlanan haber bantlarını seyredilme olanağına kavuşmuştur. Aynı tarihte Milliyet Gazetesi'nin internet sitesinde ayrıca 'içinde video olan' haberlerin de yayınlanmaya başladığı tespit edilmiştir. Kameralı cep telefonlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, cep telefonlarıyla kaydedilmiş görüntüler de haber sitelerinde yer almaya başlamıştır. 26 Ağustos 2008 tarihinde 'Çılgınlık, cep telefonu kaydından çıktı' başlıklı haberde cep telefonu görüntülerine de yer verilmiştir.

12 yıllık süreç değerlendirildiğinde metin, fotoğraflar ve videoların yer sınırı olmadan yayınlanabilmesi, internet sitesinde, 'Tam metin' yayınının yanı sıra 'foto galeri', 'galeri haber' ve 'içinde video bulunan haber' şeklinde tanımlanabilecek üç farklı yeni haber türünün ortaya çıkması sonucunu doğurmuştur. Tam metin yayınında bilgiler özetlenip kısaltılmaya gerek duyulmadan kullanıcılara ulaştırılabilmektedir. 'Foto galeri' şeklinde tasarlanan haberlerde, ana sayfadan fotoğraf galerisine bağlantı sağlanmakta ve sırayla ilgili tüm fotoğraflar tıklanarak açılmaktadır. 'Galeri haber' şeklinde tasarlanan haberler, adım adım tıklanan fotoğraflarla birlikte anlatılmaktadır. 'İçinde video bulunan haber'lerde, metin bölümünün altında yer alan video bölümü yer almaktadır. Kullanıcılar video görüntüsünü istedikleri zaman başlatabilmekte ve tekrar tekrar izleyebilmektedirler. Ayrıca farklı televizyon kanallarında gösterilen haber bantları ve kullanıcılardan gelen videoların yer aldığı 'İnternet TV' de haber dünyasında kullanılmaya başlanan yeni terimlerden birisidir.

İnternetin basılı gazete ile kıyaslandığında en önemli avantajlarından biri günün her saatinde kolayca güncellenebilmesi ve son dakika haberlerini hızla verebilmesidir. 26 Mayıs 1999 tarihinde www.milliyet.com.tr'de bu özelliği vurgu-

lamak amacıyla sitenin sağ üst kısmına 'Son Dakika' bölümü eklenmiştir. 26 Şubat 2001 tarihinde ise bazı haberlerin üzerine 'Son Dakika' ifadesi konulduğu tespit edilmiştir. İncelenen daha sonraki sayfalarda 'Son Haber' ifadesinin yanı sıra 'son', 'yeni haber', 'yeni', 'flash' ve 'en sıcak gelişmeler' ifadelerinin de kullanılabildiği tespit edilmiştir. Bu ifadeler sayfada Toplam 1 ile 19 arasında değişen sayıda kullanılmıştır. Ancak incelenen son sayfa olan 26 Kasım 2008'de bu ifadelerden hiçbirine rastlanmamıştır. Bunun nedeninin sitenin güncellenme saat ve dakikasının belirtilmeye başlanması olduğu söylenebilir. 26 Mayıs 2008 tarihinde internet sitesinin üst bölümünde en son güncellenme saati ve dakikasının belirtildiği tespit edilmiştir. Bu sayede kullanıcılara tüm sitenin sürekli güncel tutulduğu mesajı iletilebilmektedir.

İnternet sitesinde editörler tarafından hazırlanan bölümlerin yanı sıra reklamlar da yer almaktadır. İlk internet yayınının yapıldığı 26 Kasım 1996 tarihinde sitede hiç reklam yer almamıştır. İlk reklam 26 Mayıs 1997 tarihinde tespit edilmiştir. Bu tarihte sitede ayrıca reklam vermek isteyenler için bilgi verilen bir bölüm de yer almıştır. 26 Aralık 2008 tarihine gelindiğinde sayfada 9 adet reklam tespit edilmiştir. İnternet sitesinde yer alan reklamlar, gazetelerde yer alan reklamlardan farklı özellikler taşımaktadır. En önemli farklılıklarından birisi kullanıcının ilgilendiği reklama tıklayarak anında daha geniş bilgi alabilmesidir. Bu sayede reklamveren de tıklanma sayılarını inceleyerek reklamın hedef kitleye ne ölçüde ulaştığını tespit edebilmektedir. Başka bir farklılık da reklam metninin hareket ederek sayfadaki yerini değiştirebilmesi ve bu sayede kullanıcının dikkatini daha fazla çekebilmesidir. 26 Aralık 2008 tarihinde tespit edilen 9 rek-

lamdan biri, ana sayfa açıldığında ekranın büyük bölümünü kaplamaktadır. Haberleri okumak için reklamın yaklaşık 6 saniye sonra kendiliğinden kapanmasını beklemek veya sol üst köşede yer alan 'kapat' yazısını tıklamak gerekmektedir. Aradan geçen süre içinde kullanıcı reklam mesajına maruz kalmaktadır.

### Yeni Medyanın Özellikleri

www.milliyet.com.tr adresinden yapılan ilk yayında, gazetenin basılı versiyonundan farklı olarak siteye girmiş olan kullanıcılara iki farklı olanağın sunulduğu görülmektedir. Bunlar; kullanıcıların kuruma e-posta adresi ile hızlı ve kolay ulaşabilmesi ile Milliyet Gazetesi'nin dünkü sayısına ulaşabilmesidir. Rogers'ın ifade ettiği yeni medyanın özellikleri göz önünde tutulduğunda Milliyet Gazetesi'nin internet sitesinde ilk olarak yeni medyanın etkileşim ve eşzamansızlık özelliklerinin kullanıldığı söylenebilir.

Milliyet Gazetesi'nin internet sitesi incelendiğinde 12 yıl boyunca etkileşim özelliğinin farklı şekillerde kullanıldığı görülmektedir. Yayınlanan ilk sayıda kullanıcının kuruma kolay ve hızlı ulaşabilmesi amacıyla etkileşim özelliğinden yararlanılmıştır. Bir yıl sonraki 26 Kasım 1997 tarihli sayfada kullanıcıların sitedeki haberler hakkındaki düşüncelerini de editöre mail ile iletebilecekleri duyurulmaktadır. Bu sayede kullanıcılar artık yayınlanan haberler ile ilgili düşüncelerini medya kuruluşuyla paylaşma olanağına kavuşmuştur.

26 Şubat 1998 tarihinde danışma hattı oluşturulduğu belirlenmiştir. Sayfaya giren diğer kullanıcılar bu sayede anketi cevaplandırarak kişilerin konu ile ilgili görüşünü anlayabilmektedir. Sayfada ayrıca yazarlarla sohbet bölümünün duyurusu yapılmıştır. Duyuru-

da "Milliyet Gazetesi yazarları her hafta bu köşede sizinle canlı olarak sohbet edecekler" denilmiştir. 26 Ağustos 1998'de forum ve sohbet sayfaları siteye eklenmiştir. 26 Kasım 1998'de Atatürk Portre Yarışması'na katılan tabloları kullanıcıların online olarak oylayabileceği bir sayfa sunulmuştur. 26 Şubat 1999'da okurların kendi düşüncelerini diğer kullanıcılara da duyurabilmesinin başlangıcı sayılabilecek online anketlerin sayfaya konulduğu ve kullanıcıların internet sitesi ile ilgili sorularına daha kolay cevap alabilmeleri için Yardım Sayfası'nın oluşturulduğu görülmüştür.

26 Mayıs 2000 tarihinde okurların demografik durumları ve site hakkındaki düşünceleri ödüllü bir online anketle öğrenilmeye çalışılmıştır. Kaynak karşısındaki ne kadar çok tanırorsa etkileşimin o kadar arttığı (Sütçü, 2008) göz önünde bulundurulursa, site yöneticilerinin kullanıcıların tıklama sayılarından daha fazla bilgiye ihtiyaç duydukları ve siteye yön verirken bu bilgileri kullanacakları düşünülebilir. 26 Ağustos 2002'de kullanıcıların kuruma iş başvurusu noktasında da internet sayfasından yararlanabilecekleri ifade edilmiştir. 26 Mayıs 2004 tarihindeki sayfada; web sitesine üye olma seçeneğinin ortaya çıktığı görülmektedir. Üye olan kullanıcılar, sayfanın farklı bölümlerinden yararlanabilmektedir. Üye olma aşamasında kullanıcılar kendileri hakkındaki bilgileri medya kuruluşuna bildirmektedir. 26 Kasım 2004 tarihinde kullanıcıların Milliyet Gazetesi ile ilgili düşüncelerini e-posta ile Ombudsman'a gönderebileceği ifade edilmiştir. Bu sayede kullanıcılar düşüncelerini, kurumda sadece bu konuyla ilgilenen bir uzmana iletebilme olanağına kavuşmuşlardır. 26 Mayıs 2005 tarihinde Milliyet Gazetesi'nin kampanya ürünlerini almak isteyenler için Kampanya Sözleşmesi bölümünün oluşturulmuş olduğu tespit edilmiştir.

26 Ağustos 2006 tarihinden itibaren Blog bölümünün ana sayfaya girdiği görülmektedir. Kullanıcılar kendi blog sayfalarını yaratarak duygu ve düşüncelerini ifade edebilmektedirler. Bazı blog yazarlarının yayınladıkları yazıların başlıkları, kategorileri ve ilk cümleleri ana sayfada yer almakta ve bu sayede diğer kullanıcıların konudan daha kolay haberdar olmaları sağlanmaktadır.

26 Kasım 2006 tarihinde okurların haberler için gönderdiği yorumlardan oluşan 'Okur Yorum' sayfasına ana sayfadan ulaşılacağı görülmektedir. (Ancak [www.milliyet.com.tr](http://www.milliyet.com.tr) internet sitesinde yayınlanan haberlerin altına kullanıcılarının haberle ilgili yorumlarını yazabileceği ve yazılan yorumların okunabileceğiyle ilgili ifadelerin konulması 26 Nisan 2004 tarihinden itibaren sitede tespit edilmiştir.) 26 Kasım 2007 tarihinde kullanıcıların çektikleri fotoğrafları sitede yayınlanma amacıyla gönderilebileceği duyurulmaktadır. 26 Mayıs 2008 tarihinde 'Yazduvara' bölümüyle siteye konulan online duvar üzerine yazı yazma imkanı kullanıcılara sunulmuştur. Böylece kullanıcılara kendilerini ifade edebilecekleri yeni bir platform daha yaratılmıştır.

[www.milliyet.com.tr](http://www.milliyet.com.tr) adresinden gerçekleştirilen yayında kullanıcılara sunulan olanaklara bakıldığında; etkileşim özelliğinin ilk olarak kullanıcıların düşüncelerini medya kuruluşuna iletmesi şeklinde kullanıldığı belirlenmiştir. Yapılan ilk yayında mesaj kimliği bilinmeyen bir kişiye gönderilmektedir. Ancak artık kullanıcı iletilerini, kimliğini bildiği bir köşe yazarı, editör ya da yöneticiye gönderebilmektedir. Ayrıca kullanıcı, görevi okurla iletişim olan Ombudsman'a da düşüncelerini e-mail aracılığıyla iletebilmektedir. Bu nedenle internet sitesinin 'kullanıcıya yanıt verebilirlik' boyutunda ilk



günden bugüne büyük bir gelişme sağlamış olduğu ortaya çıkmaktadır.

Aradan geçen sürede etkileşim özelliğinin; medya kuruluşu-kullanıcı arasındaki iletişimi sağlamanın yanı sıra kullanıcı-kullanıcı arasında da iletişim sağlama şeklinde kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Kullanıcıların sayfadaki online ankete verdikleri cevaplar, haberlere yaptığı yorumlar, diğer kullanıcıların yaptığı haber yorumlarına verdikleri puanlar, çektikleri fotoğraf ve video görüntüleri, hazırladıkları blog sayfaları ve kaleme aldıkları duvar yazıları internet sitesinde yayınlanmaktadır. Bu yayınları takip eden kullanıcılar, kendi yazı ve değerlendirmeleri vasıtasıyla destek veya eleştirilerini ortaya koyabilmektedirler. Bu durum ilk yayında hiç kullanılmayan 'ek bilgiyi kolaylaştırma' ve 'kişiler arası iletişimin kolaylığı' boyutlarının, bugün farklı şekillerde kullanıldığını ortaya koymaktadır.

www.milliyet.com.tr internet sitesi yayına girdiği ilk günden bu yana yer verdiği bilgi türlerinin sayısını artırmıştır. 26 Kasım 1996 tarihinde; internet sitesinde kullanıcılara 13 farklı türde bilgi verilmekteydi. 26 Kasım 2008 tarihine kadar geçen süre içinde verilen bilgilerin türlerine yenileri eklenmiştir. İnternet sitesinde yer almaya başlayan bilgi türlerinden bazıları bir süre sonra kaldırılmış, bazıları ise zaman içinde şekil veya içerik açısından değişerek devam etmiştir. Sonuçta 26 Kasım 2008 tarihine gelindiğinde www.milliyet.com.tr internet sitesinde 43 farklı türde bilgi verildiği tespit edilmiştir. Bu durum, www.milliyet.com.tr internet sitesinin ana sayfasında 12 yıl öncesine göre yaklaşık 3.3 kat fazla türde bilgi verildiğini göstermektedir. Kullanılan haber sayısının yaklaşık 4.9 kat, kullanılan fotoğraf sayısının 20.5 kat arttığı da göz önünde tutulduğunda

sonuç olarak sitede bugün kullanıcılara ilk günden daha fazla 'seçim olanağı' tanındığı söylenebilir.

Kullanıcılara verilen bilgi türü ve miktarlarının gün geçtikçe artması, yer/süre sınırı olmaması, arama motorları ile seçenek bantlarının kullanılabilmesi bir araya geldiğinde, internet güncel bilgilerin kolaylıkla bulunabildiği bir rehber haline gelmiştir. Başlangıçta düz metin şeklinde verilen arşiv, kent rehberi, gezi rehberi, vizyondaki sinema filmleri ve seri ilanlar gibi bilgiler, bugün artık arama motorları ve seçenek bantları aracılığıyla daha kolay incelenebilmektedir. Kullanıcının istek ve olanaklarına uygun olan seçenekler, diğerleri arasından anahtar kelimeler veya kategorinin belirtildiği seçenek bantları sayesinde kolayca bulunup ekrana getirilebilmektedir. Bu sayede Arşiv, TV Rehberi, Hava Durumu, Sinema, Emlak, Arabam, Hangi Otel, Hangisine Gitsek, Hangi Restoran ve Araki Bulaki bölümlerinde kullanıcı daha az çaba sarf ederek, kendisine en uygun bilgiye kısa zamanda ulaşabilmektedir. Bu durum 'kullanıcı çabası' boyutunda 12 yıl boyunca çok büyük bir gelişme sağlandığını ortaya koymaktadır. Bunun sonucu olarak Emlak, Arabam ve Araki Bulaki bölümleri emlak, araba, eşya almak ve satmak isteyenleri; Hangi Otel, Hangisine Gitsek ve Hangi Restoran bölümleri ise tatil yapmak veya dışarıda yemek yemek isteyenlerle bu alanda hizmet veren kuruluşları buluşturan bir platform haline gelmiştir.

www.milliyet.com.tr internet sitesinin ana sayfasında yer alan Emlak, Arabam ve Araki Bulaki bölümlerinde, kullanıcının siteye girmiş olduğu anda kaç adet ilanın bulunduğu bilgileri yer almaktadır. Bu durum; 26 Kasım 1996'daki sayfada olmayan, 'izle-

me/gözlem bilgisine kabiliyet' boyutu kapsamında ele alınabilecek türde bilgilerin, bugün sitede yer aldığını göstermektedir.

Gerçekleştirilen ilk internet yayınından bugüne yeni medyanın eşzamansızlık özelliğinin de farklı şekillerde kullanıldığı görülmektedir. 26 Kasım 1996'da kullanıcılar Milliyet Gazetesi'nin dünkü sayısına ulaşabilmektedirler. 26 Şubat 1997 tarihinde Milliyet Online arşivine de ulaşılabilirdiği görülmektedir. 26 Kasım 1999 tarihinde Arşiv'de arama yapma, 26 Ağustos 2000 tarihinde ise detaylı arama yapma bölümleri sitede yer almaktadır. Arşiv ve arama olanağı sayesinde kullanıcılar habere sadece yayına verildiği gün değil, daha sonraki günlerde de kolayca ulaşabilme olanağına kavuşmuşlardır. 26 Şubat 2005 tarihinde kullanıcıların e-posta adreslerine haber bülteni gönderilebileceği duyurulmaktadır. Böylece kullanıcı uygun olduğu zamanda e-posta adresine gelen haber bültenini okuyabilmektedir. 26 Ağustos 2006 tarihinde 'mobil' bölümü de ana sayfada yer almıştır. Günümüzde artık Milliyet haberleri cep telefonu aracılığıyla da gönderilebilmektedir. Bu sayede kullanıcılar cep telefonlarına gelen mesajları istedikleri zaman okuyabilmektedirler. Sürecin geneline bakıldığında; yeni medyanın eşzamansızlık özelliğinin ilk gün yayınından daha etkili şekilde kullanılmaya başlandığı ortaya çıkmaktadır.

26 Kasım 1996'da yayınlanan ilk sayfada kitlesizleştirme özelliğinden yararlanılmadığı görülmektedir. İlk olarak 26 Mayıs 2004 tarihinde sitede tespit edilen 'Haberci' bölümüyle söz konusu özellikten yararlanılmaya başlandığı görülmektedir. Bu sayede sisteme üye olan kullanıcılara, internette oldukları sürece daha önce talepte buldukları türde son dakika haberleri gönderilmektedir. 26 Kasım 2005 tarihinde 'Son

dakika haberlerini kullanıcının sitesine ekleme seçeneğinin sitede yer aldığı görülmektedir. Böylece son dakika haberin kullanıcının sitesine gelmesi sağlanmıştır. 26 Ağustos 2007 tarihinde siteye RSS bölümünün eklenmiş olduğu tespit edilmektedir. Bu sayede www.milliyet.com.tr sitesinin önceden talepte bulunulan türde haberlerinin program açık olduğu sürece kullanıcıya anlık olarak bildirilmesi sağlanmaktadır. 26 Ağustos 2006 tarihinde 'mobil' bölümü de ana sayfada yer almıştır. 26 Ağustos 2008 tarihinde sitede yer alan Renkli Hayatlar bölümünü kullanıcıların iGoogle sayfalarına ekleme olanağı sunulmuştur. Bu sayede kullanıcılara Google'ın kişiselleştirilmiş sayfası olan 'iGoogle sayfalarına' www.milliyet.com.tr'de yayınlanan 'Renkli Hayatlar' bölümünün gelmesi olanağı sunulmuştur. 12 yıllık sürecin geneli değerlendirildiğinde; başlangıçta www.milliyet.com.tr adresinde gerçekleştirilen tek tip yayını tüm kullanıcıların siteye girerek takip etmesi gerekirken, 26 Kasım 2008 tarihinde durumun değiştiği görülmektedir. Artık kullanıcılar kendi ilgi alanlarına giren türdeki haberleri seçebilmekte ve isterlerse sadece bu türdeki bilgilere ulaşabilmektedirler. Günümüzde artık kullanıcının, ilgilendiği haberleri okuyabilmek için yayının yapıldığı internet sitesine girmesine de gerek kalmamıştır. Milliyet'in internet sayfasına girilirse bile belirlenen bölümler kullanıcının kendi sitesine, bilgisayar ekranına, elektronik posta adresine, cep telefonuna ya da kullandığı Google arama motorunun kişiselleştirilmiş 'iGoogle sayfasına' otomatik olarak gelebilmektedir.

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Yayına başladığı 26 Kasım 1996 tarihinde www.milliyet.com.tr internet sitesinin ana sayfasının toplam alanı yaklaşık 3 kat artmıştır. İlk internet yayınından bugüne kadar

geçen süre içinde internet sitesinde kullanılan haber adedi yaklaşık 4.9, kullanılan kelime sayısı ise 2.6 kat artmıştır. En büyük artış ise kullanılan fotoğraf sayısında görülmüştür. Aradan geçen 12 yılda fotoğraf adedi 20.5 kat artmıştır.

Araştırmamızın cevap aradığı ilk soru www.milliyet.com.tr internet sitesinin ana sayfasında yer alan haberlerin sunumu açısından 26 Kasım 1996-26 Kasım 2008 tarihleri arasında hangi değişiklikler meydana gelmiştir? şeklindedir. Haberlerin sunumu açısından meydana gelen değişiklikler şöyle özetlenebilir:

İnternet sitesinin sayfa tasarımı yayına başladığı günden bugüne 6 defa önemli değişiklik geçirmiştir. Sayfa tasarımında ortaya çıkan en önemli değişikliklerden birisi manşet haberlerin sayısı ve sunum şeklinde yaşanmıştır. Aradan geçen 12 yılda www.milliyet.com.tr'deki manşet haber sayısı 1'den 7'ye çıkmıştır. Yaklaşık 6 saniyede bir değişen ve yerini bir sonrakine bırakan manşet haberlerin arasına 2 adet de 'foto galeri' biçiminde şekillendirilen haberler girmiştir. İlk manşet haber; başlık, spot ve metin bölümlerinden oluşurken, aradan geçen süre içinde manşet haberler "üzerine yazı yazılan fotoğraf" şeklinde tasarlanmaya başlanmış ve metin bölümü kaldırılmıştır.

İnternet yayınının gerçekleştirildiği ilk günden bu yana sayfada yer alan haberlerin sunumunda meydana gelen değişikliklerin yanı sıra yeni haber biçimleri de ortaya çıkmıştır. Basılı gazetenin tersine internette yer ve süre sınırı olmaması, yeni haber şekillerinin doğmasına yol açmıştır. 'Tam metin' yayınının yanı sıra, 'foto galeri', 'galeri haber' ve 'içinde video bulunan haber' şeklinde tanımlanabilecek üç farklı yeni haber türü

ortaya çıkmıştır. Haber konusunda ortaya çıkan yeni bir tanımlama da farklı televizyon kanallarında gösterilen haber bantlarıyla, kullanıcılardan gelen videolara ulaşılmasını sağlayan 'İnternet TV' olmuştur. İlk internet yayınında reklam yer almazken 12 yılda giderek reklam sayıları artmıştır. Bugün gelinen noktada reklam metinleri; sayfa içinde hareket edebilir ve kullanıcının isteği dışında haber bölümlerini belirli bir süre boyunca kaplayabilir duruma gelmiştir.

Araştırmamızın ikinci sorusu: www.milliyet.com.tr internet sitesinin ana sayfasında yeni medyanın etkileşim, eşzamanlılık ve kitesizleştirme özelliklerinden yararlanma açısından 26 Kasım 1996-26 Kasım 2008 tarihleri arasında hangi değişiklikler meydana gelmiştir? şeklinde olmuştur. Yapılan araştırma sonucunda bulunan sonuçlar şöyle özetlenebilir:

Yayınlanan ilk sayıda kullanıcının kuruma kolay ve hızlı ulaşabilmesi amacıyla etkileşim özelliğinden yararlanılmıştır. Önceleri mesaj kimliği bilinmeyen bir kişiye gönderilirken, artık kullanıcı mesajlarını istediği köşe yazarına, yöneticiye, editöre veya Ombudsman'a gönderebilmektedir. Aradan geçen sürede etkileşim özelliğinin; medya kuruluşu-kullanıcı arasındaki iletişimi sağlamanın yanı sıra kullanıcı-kullanıcı arasında da iletişim sağlama şeklinde kullanıldığı görülmektedir. Kullanıcılar, online anketler, haber yorumları, haber yorumlarına verilen puanlar, fotoğraf ve video görüntüleri, blog sayfaları ve duvar yazıları aracılığıyla kendilerini www.milliyet.com.tr'de ifade etmekte, diğer kullanıcılar ve medya kuruluşu ile iletişim kurabilmekte ve internet yayınının bazı bölümlerinde bizzat değişiklik yaratabilmektedirler. Medya kuruluşunun yöneticileri için, kullanıcılar tarafından gönderilen

ve/veya yayınlanan mesajlar ile hangi sayfaların ne kadar ziyaret edildiğini gösteren tıklanma sayıları internet yayınlarına yön verirken kullanabilecekleri en önemli bilgilerden birini oluşturmaktadır. Bu bilgilerin doğrudan kullanıcılardan gelmesi ve çok hızlı bir şekilde medya kuruluşuna ulaşması, değerini daha da artırmaktadır. Yayına girdiği ilk günden bu yana www.milliyet.com.tr'de yer verilen bilgi türlerinin sayısını 3.3 kat artırmıştır. Kullanılan haber ve fotoğraf sayılarındaki artışlar da göz önünde tutulduğunda bugün sitede kullanıcılara ilk günden daha fazla sayıda seçim olanağı tanındığı ortaya çıkmaktadır. Kullanıcılara verilen bilgi türlerinin/miktarlarının gün geçtikçe artması, yer/süre sınırı olmaması ve arama motorları/seçenek bantlarının kullanılabilmesinin sonucu olarak internet güncel bilginin kolaylıkla bulunabildiği bir rehber haline gelmiştir. www.milliyet.com.tr; emlak, araba, eşya almak/satmak isteyenleri, tatil yapmak/dışarıda yemek yemek isteyenlerle bu alanda hizmet veren kuruluşları buluşturan bir platform haline gelmiştir. Ana sayfada yer alan Emlak, Arabam ve Araki Bulaki bölümlerinde siteye girildiği anda kaç adet ilanın bulunduğu bilgileri bulunmaktadır. Bu bilgiler ilk gün yayınında yer almamıştır.

Etkileşim özelliğinin altı boyutu dikkate alındığında; internet yayınının yapıldığı ilk gün kullanılmayan izleme/gözlem bilgisine kabiliyet, ek bilgiyi kolaylaştırma ve kişiler arası iletişimin kolaylığı boyutlarının bugün sitede kullanıldığı, ilk gün sitede kullanılmış olan seçim olanağının karmaşıklığı, kullanıcı çabası, medyanın kullanıcıya yanıt verebilirliği boyutlarının ise bugün sitede daha etkili şekilde kullanıldığı tespit edilmiştir. Sonuçta etkileşim özelliğinin başlangıçta sadece üç boyutu kullanılırken, bugün altı boyutun

hepsinin ana sayfada kullanıldığı ortaya çıkmaktadır.

Yeni medyanın eşzamansızlık özelliğinden de aradan geçen 12 yılda daha etkili şekilde yararlanıldığı görülmektedir. Artık sadece Milliyet Gazetesinin dünkü sayısına değil, Milliyet Gazetesi arşivinin bir bölümüne ve tüm Milliyet Online arşivine ulaşılabilir. Milliyet tarafından kullanıcının e-posta adresine veya cep telefonuna gönderilen haberler, kullanıcı tarafından istenildiği zaman okunabilmektedir.

26 Kasım 1996'da yayınlanan ilk sayfada kitesizleştirme özelliğinden yararlanılmadığı görülmektedir. Artık www.milliyet.com.tr adresinde gerçekleştirilen tek tip yayını tüm kullanıcıların siteye girerek takip etmesine gerek kalmamış, kullanıcıların kendi ilgi alanlarına giren türdeki haberleri seçebilmesi ve isterlerse sadece bu türdeki bilgilere ulaşabilmesi olanağı sağlanmıştır. Önceden belirlenen bölümler kullanıcının kendi sitesine, bilgisayar ekranına, elektronik posta adresine, cep telefonuna ya da 'iGoogle sayfasına' otomatik olarak gelebilmektedir.

12 yıl boyunca gerçekleştirilen www.milliyet.com.tr yayınları incelendiğinde; başlangıçta yeni medyanın etkileşimin 3 boyutu ile eşzamansızlık özelliği sitede kullanılıyorken, 26 Kasım 2008 tarihinde etkileşim özelliğinin altı boyutu ile birlikte eşzamansızlık ve kitesizleştirme özelliklerinin de sitede kullanılmakta olduğu görülmektedir.

www.milliyet.com.tr internet sitesinin gelişimindeki genel eğilimin sekiz noktada özetlenebileceği söylenebilir. Bunlar:

- 1-Sitenin ana sayfasının alanının giderek genişlemesi ve kullanılan haber, bilgi türü ile fotoğrafların sayısının artması
- 2-Manşet haber sayısının artması ve yeni haber sunum şekillerinin ortaya çıkması
- 3-Kullanıcının sadece siteye girişinin sağlanması değil, hazırlanmış olan bilgi ve haberlerin kullanıcının uygun olduğu yer ve zamanda kullanıcıya ulaştırılması
- 4- İnternet sitesinin sadece kuruluşun yayın yaptığı bir ortam olarak kullanılmasına yerine, aynı zamanda kullanıcıların kendilerini farklı şekillerde ifade edebildikleri bir platform olarak kullanılması
- 5-İnternet sitesinin sadece haberlerin verildiği değil, aynı zamanda arama motorları ve seçenek bantları vasıtasıyla güncel bilgiye kolay ulaşılabilen bir rehber haline gelmesi
- 6-İnternet sitesinin; emlak, araba, eşya alıp-satmak isteyenler ile tatil yapmak veya dışarıda yemek yemek isteyenlerle bu alanda hizmet veren kuruluşları buluşturan bir platform haline gelmesi.
- 7-Kullanıcılar hakkında bilgi alma ve gelen mesajlara cevap vermenin giderek daha profesyonel ve sistematik şekilde gerçekleştirilmesi
- 8-Ana sayfada kullanılan reklamların sayısının artması. Kullanıcı başka bir bilgiye ulaşmaya çalışırken, isteği dışında, öncesinde bir reklam uyarısı yapılmadan, ekranın büyük bölümünü kaplayan reklamlarla yüz yüze gelinmesi.

#### KAYNAKLAR

- Atabek, Ü. (2005). İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, (ss. 61-90). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Bilgin, N. (2000)., *İçerik Analizi*, İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Birsen, H. (2005). Internet Politics and Internet for Political Parties: An Usability study on Turkish Political Parties's Homepages, *3rd International Symposium Communication in the Millennium Kitabı*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 11-13 Mayıs 2005, 343-356.
- Castells, M., (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi*, (Çev: Ebru Kılıç), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. (1996)
- Gorman, L. & McLean, D. (2003). *Media and Society in the Twentieth Century*. ABD: Blackwell Publishing Company.
- Gönenç, Ö. (2003). İnternet ve Türkiye'deki gelişimi, *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, 16, 87-99.
- İnternet, gazeteyi geçti, [www.cumhuriyet.com.tr/?im=yhs&hn=25634](http://www.cumhuriyet.com.tr/?im=yhs&hn=25634), 25 Aralık 2008.
- Mora, N. (2002). Sözden İnternete Gazetecilik. *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, 15, 105-123.

Öğüt, S. (2006). Control on Users: A Critical Approach on Interaction, *International Symposium of Interactive Media Design*, [newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd\\_06/14.pdf](http://newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd_06/14.pdf). Nisan 16, 2008.

Öğüt, S. (2005). İletişim Ortamlarında E-Dönüşüm: Yeni Ortamlar, [www.sertacogut.com/papers/Sertac\\_Ogut\\_-\\_Iletisim\\_Ortamlarinda\\_E-Donusum\\_Yeni\\_Ortamlar.pdf](http://www.sertacogut.com/papers/Sertac_Ogut_-_Iletisim_Ortamlarinda_E-Donusum_Yeni_Ortamlar.pdf), 14 Haziran, 2008.

Sütçü, C. Yüz yüze görüşme, Haziran 12, 2008.

Tingöy, Ö. & Bostan, B. (2007). Future of New Media, Towards the Uitimate Medium: Presence, Immersion and MMORPGs, 5. *International Symposium Communication in the Millennium Kitabı*, ABD: Indiana University School of Journalism, 234-239.

Van Dijk, J. (2005). Digital Media, John D.H. Downing (Edited by), *The Sage Handbook Of Media Studies*, (145-163). ABD: Sage Publications Inc.

Top Sites in Turkey, [www.alexa.com](http://www.alexa.com), 26 Aralık 2008.