

YÖNETENLER AÇISINDAN TÜRKİYE'DEKİ İNTERNET GAZETELERİ VE HABER PORTALLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Necmi Emel DİLMEN*

An Evaluation of the Internet Journals and news portals in Turkey from the Point of View of the Executives

In this study, we tried to introduce the "e-journalism concept" which is very important and actual fact in the publishing field with a research made with the directors of media leader news portals and e-journals in Turkey .

Key words: Online Journalism, E-Journal, Internet Journalism, Electronic Publishing, Journalism.

Giriş

"Bilişim Çağı ve Toplumu"nun sosyal, ekonomik, politik, kültürel alanlarda meydana getirdiği hareketlilik ve devinim iletişim alanına da büyük bir hareket getirmiştir. Bu yansıma gazetecilik sektöründe de etkisini göstermiştir. Bu modernleşmede ve gelişimde son yıllarda adı çok geçen bir teknoloji önemli katkı sağlamaktadır. Bu teknoloji internet teknolojisidir. İnternet getirdiği kolaylık ve yeniliklerle yayıncılık dünyasına yepyeni bakış açıları getirmiştir. İletişim ve haberleşmenin önüne geçilemez bir hızla değişim geçirdiği günümüzde, gazeteler klasik rollerini yerine getirmenin yanı sıra, daha çok okuyucuya ulaşma, dünyanın her yerinden okunabilme, çabuk güncellenme gibi önlerindeki engelleri internet gibi bir enstrüman yardımıyla aşmayı denemektedirler. Güne gazete ile başladığı, en güncel gelişmelerin, politikanın, döviz fiyatlarının, maçların sonuçlarının ve hatta ünlülerin

özel hayatlarının gazete ve dergilerden takip edildiği, ancak günümüzün hızlı temposunda günlük gazetelerin haber verme konusunda yetersiz kalmaya başladığı bu zamanda daha çok okura ulaşabilmek, sık güncellenmek, mali açılarından avantajlar gibi önemli faktörleri içinde barındıran teknoloji internet ve internet gazeteciliği kavramlarının içinde gizlidir.

Gazeteciliğin bu yeni yüzü ülkemizde de çeşitli evrelerden geçmektedir ve gelişimine hızla devam etmektedir. Bu çalışmada internet gazeteciliğinin ülkemizdeki yeri ve içinde bulunduğu koşullar bizzat Türkiye'de bu işi yapan internet gazetecileriyle yapılan görüşmelerden çıkan sonuçlar doğrultusunda incelenmiş ve çeşitli başlıklar altında düzenlenmiştir.

* Arş.Gör.Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Bilişim Anabilim Dalı.

1. İnternet Gazeteciliği ve E-Gazeteci Olgusu

1980'li yıllar ve sonrası kişisel bilgisayar kavramının ortaya çıktığı, müthiş bir süratle yaygınlaştığı ve bu değişim rüzgarlarından fazlası ile yayıncılık ve iletişim sektörünün yararlandığı bir devirdir. Yirminci yüzyılın son bölümünde kitle iletişim modelinde iki önemli değişiklik yaşanmıştır. Bunlardan birincisi bilgisayarların bilginin yayılmasında, işlenmesinde ve çözümlenmesinde bir araç olarak kullanılmasıdır. İkincisi ise iletişimde zaman ve yer gibi sınırlılıkları aşacak yeni olanaklar açan teknolojinin kapasitesinin artırılmasıdır.

Yeni teknolojiler asıl olarak okuyucuların habere ulaşma ortamlarında değişiklikler yaratmıştır. Bilginin izleyici ve okuyuculara ulaştırılması yöntemlerinde yeni olanaklar ortaya çıkmıştır. Bunlardan en önemlilerinden birisi de internettir. İnternet ile birlikte kullanıcı içeriği kontrol etme, seçme olanaklarına sahip olmakta ve geleneksel tek yönlü iletişim yerine etkileşimli (interaktif) iletişim gündeme gelmektedir. (Bale, Eymery, 1991: 9)

1.1. İnternetin Gazeteciliğe Etkileri

Geleneksel medyada haberlerin toplanması, işlenmesi ve yayıma hazırlanması işlemlerini yürüten yazı işleri ve haber merkezleri, yerel, ulusal ve çeşitli ülkelerde bulunan muhabirleri ile topladıkları haberler yanında; abone oldukları haber ajanslarından gelen haberlerden seçilen ve kamuoyu gündemini oluşturma ve etkileme bağlamında belirlenen haberlerin işlenip geleneksel iletişim araçları kanalıyla yayıma sokulmasından oluşmaktadır.

Günümüzde gazete işletmelerindeki yazı işleri çalışanları, artık merkezi bir yazı işleri bürosunda toplanmak yerine farklı bürolara

yayılmış, bazıları da evlerinde çalışmalarını, araştırmalarını yapmaktadır. Yazı işleri bürosu dışında çalışan birçok gazeteci günümüzde, genel yayın yönetmeni ve yazı işleri müdürü ile telefon ve bilgisayar aracılığıyla bağlantı kurmakta ve farklı konularda çalışan, araştırma yapanlar, birbirlerini günlerce göremeyebilmekte, ancak bilgisayarları aracılığıyla sürekli olarak birbirleriyle iletişim halinde bulunmaktadır. Böylelikle gazetelerdeki fiziksel yazı işleri ortamının yerini internetle birlikte sanal yazı işleri almıştır. (Gürcan, 1999: 84)

Sanal yazı işleri ile ortaya bilgisayar destekli muhabirlik (computer assisted reporting) çıkmış; muhabirlerin, haberlerini yazı işleri ofisine gelmeden buldukları yerde, dijital ortamda hazırlayıp geçebilme imkanı, bu tür muhabirliğin temelini oluşturmuştur. (Callahan, 1999: 110)

İnternet, geleneksel yazı işleri ofislerinde bu değişimi sağlarken, internetle ortaya çıkan haber siteleri, haber portalları ise geleneksel yazı işlerinden farklı bir özellik göstermektedir. Sanal yazı işleri ile gazetecilikte ortaya çıkan farklılıklar şunlardır: (Gürcan, Batu, <http://www.inet-tr.org.tr/inetconf7/eposter/gurcan-batu.html>)

-Haber siteleri muhabir istihdam etmemektedir. Haber siteleri, haberleri ajanslardan ve geleneksel medyadan alıp, çoğunlukla aynen web ortamına aktararak yayım yapmaktadır.

-Haber sitelerinin web editörlüğü; haberi işleme, yeniden yazma, haberin önemli unsurlarını öne çıkarma gibi editörlük işlemlerinin tam anlamıyla yapılmadığı bir görünümdedir.

-Haber sitelerinde köşe yazarları da istihdam edilmemektedir.

-İnternet, geleneksel medya için mevcut haber kaynaklarına ek olarak yeni bir haber kaynağı olmuştur

-Haber sitelerinin haber üretim maliyetleri düşüktür.

-Haber sitelerinin yayın maliyeti; editör ve web tasarımcıların istihdamı, ajans aboneliği, web yayımlama (hosting) ücretleri, büro giderleri gibi sınırlı sayıda gider kaleminden oluşmaktadır ki bunlar da, sabit giderlerdir

-Haber siteleri, özellikle son dakika haberlerini anında verebilmek için geliştirilen programlar sayesinde, ajanstan gelen haberi herhangi bir editasyon yapmadan doğrudan yayıma veren bir otomasyon geliştirmişlerdir.

-Haberciler, arşiv ve kütüphanelere gitmeden, masa başındaki bilgisayarlarından yararlanarak, belirledikleri anahtar sözcükler yardımıyla haberleri ile ilgili çeşitli bilgilere, medya kuruluşunun dijital arşivinden ya da evrensel düzeydeki çeşitli dijital kütüphanelerden saniyelerle sınırlı bir sürede erişebilmektedir

-Haberlere hızlı erişim ve hızlı güncelleme imkanı sunmaktadırlar.

-Haber siteleri, okurun tepkisini anlık olarak alabilmektedir. Bu genellikle e-posta ile ya da sayfalara konulan anket soruları veya forum sayfaları ile olmaktadır.

-Haber siteleri, bir haberle ilgili olarak haber kaynağı ya da görgü şahitlerinden doğrudan bilgi alıp geniş boyutlarıyla (ses, görüntü vs) yayımlayabilmektedir.

-Her internet kullanıcısı, bir haber sitesinin fahri muhabiri olabilir.

-Online haberlere, konuyla ilgili detayların ve çeşitli başka verilerin bulunduğu web sayfalarına linkler verilebilir.

Bireysel ve toplumsal mirasın kuşaktan kuşağa aktarımında, kamuoyu oluşumunda ve tarihsel bilgilerin ham olarak ilk derlenip toparlanma yeri olan geleneksel türdeki gazetelerin yanında, internetin kullanımının yaygınlık kazanmasıyla günümüzde elektronik gazetecilik ya da internet gazeteciliği olarak anılan yeni bir gazetecilik anlayışı ortaya çıkmış bulunmaktadır. (Gezgin, 2002: 30)

İnternet gazetesinin en önemli özelliği, geleneksel gazetenin iki boyutluluğundan kaynaklanan sorunları çözmekte kolaylık yaratmasıdır. Ayrıca, online gazete okuyucunun tavrı geleneksel gazete okuyucusundan çok farklıdır. Bazıları internet üzerinde gezinirken, bazıları araştırma yapmaktadır. (Online Journalism Review, 1998: 27)

İnternet için coğrafi engel sorunu bulunmamaktadır. İnternetin evrensel düzeyde bulunduğu enformasyon akışı, basılı gazetelerin dağıtım sorunlarını, radyo ve televizyon yayınlarının alınamaması gibi sorunları ortadan kaldırmıştır.

İnternet farklı ilgi grupları oluşmasını, bunların güçlenmesini sağlamıştır. Bu da haber sitelerinin hedef kitlesini genişletmiştir.

İnternet gazeteleri, klasik haber tanımına uymayan, bugüne kadar gazetelerde ayrıntılı bir yer bulamamış olan hava tahminleri, yol, deniz durumlarını anlatan raporlar, tren, uçak, metro tarifeleri gibi pek çok ayrıntılı bilgiye okurun kolay erişimini sağlamaktadır. (McAdams, www.well.com/user/mcadams/online.newspaper.html)

Haber sitelerinde bireyselleştirme özelliği sayesinde okura, yalnızca ilgilendiği alandaki haberleri alabilmesi olanağı sunulmaktadır. Sınırlı sitede uygulanan bu teknik sayesinde okur, pekçok haber içinde kaybolmadan, yalnızca kendi ilgisine yönelik haberleri doğrudan okuyabilmektedir ve istediği enformasyonu kendisinin seçmesi olanağı, geleneksel medyaya göre büyük bir avantajdır.

(www.onlinejournalism.com/main/technics)

Online gazetelerin büyük çoğunluğuna okur ücretsiz olarak ulaşabilmektedir. Oysaki basılı gazete için okurun bir ücret ödeyerek satın alması gerekliliği bulunmaktadır. Online haber siteleri içinde özellikle web'den de yayın yapan haber ajansları, son zamanlarda azalan reklam gelirleri nedeniyle yaşadıkları ekonomik krizden dolayı yayımlarını sürdürülebilmek amacıyla sitelerine erişimi abonelik sistemine dönüştürmeye başlamışlardır.

İnternetin sunduğu, yazı, fotoğraf, grafik, ses, animasyon ve görüntü unsurlarının aynı sayfada verilebilmesi olanağı, günümüzde yavaş yavaş haberlerin yazı yanında video ve sesli görüntüleriyle de desteklenerek online sunumuna başlanmasına imkan vermektedir. Bu da internet kullanıcısının, gazete okuru olmanın yanında, radyo ve televizyon izleyicisi de olmasını aynı ortam içinde gerçekleştirmektedir.

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. Okurlar, evrensel düzeydeki online yayınları, sorunsuz olarak izleyebilmektedir. Geleneksel medyadaki sınırlılıkların aksine internet kullanıcıları, dünyanın herhangi bir yerinde ya-

yımlanan gazete, dergiye ya da online haber sitelerinden enformasyon edinebilmektedir. İnternet ile birlikte geleneksel yayıncılıkta gündeme gelen coğrafi sınırlama ortadan kalkmıştır.

İnternetin sansürsüz ve özgürlükçü bir ortam sunması, okurun sansüre uğramamış habere, enformasyona erişimine imkan sağlamaktadır.

Bilgi arayanlar için online gazetelerin arşivleri paha biçilmez bir kaynaktır.

1.2. Elektronik Gazete Çalışanları:

E-Gazeteciler

İnternet gazeteciliği beraberinde yepyeni bir kavramı da getirmiştir: Elektronik Gazeteci. Sanal yazı işleri ve buna bağlı oluşan bilgisayar destekli muhabirlikle birlikte gazetecilerin iş tanımlarına bilgisayar kullanmayı bilme ve bazı bilgisayar programlarına hakim olma becerisi de eklenmiş olmaktadır. Ayrıca gazeteci, internetin çeşitli araçlarını; e-posta, web, dosya transferi, haber grupları, mail listeleri, forumlar, ses ve görüntü akışı gibi detayları bilmeli ve kullanabilmelidir.

İnternetteki gazete siteleri, finansman, yayım türü ve orijin yönünden sınıflandırılmaktadır. Bunlar finansman yönünden kar amaçlı ve kar amacı gütmeyen, yayım türü yönünden basılı versiyon tabanlı (basılı versiyonun web'e aynen aktarılması) ve web tabanlı (tamamen internete bağlı), coğrafya yönünden, ulusal ve uluslararasıdır.

(www.firtmonday.dk/issues/issues5_1/kenney/index.html)

Belirli bir ekonomik maliyeti olan haber üretme ve yayımlama süreci ticari bir eylemdir. Özünde ticari bir nitelik taşıyan, başka bir deyişle bütün dünyaya sınır tanımaksızın açılan dev bir pazar olan internet

ortamında haber üretimi ve yayımı da ticari bir etkinliktir. Temel ticari etkinliğin mal alım satımı ve reklam olduğu internet ortamında yalnızca haber siteleri değil, bütün ticari amaçlı sitelerin yayım yaşamlarını sürdürebilmeleri, -abone sistemi uygulayanlar dışında- ziyaretçi sayısına ve sayfada geçirdikleri zamana bağlıdır. (Gürcan, 2000: -)

1.2.1. E-Gazeteci Çalışma Metodları

İnternet, e-gazeteciler için sadece bilginin dağıtılması yolunda değil, bilginin toplanması yolunda da çok büyük kolaylıklar getirmektedir.

İnternette haber toplama ile ilgili çok önemli bazı temel kurallara dikkat etmek gerekmektedir: (De Wolk, 2001:72-74)

-İnternette alınan bilginin özgünlüğünden ve kalitesinden asla emin olmamak gerekmektedir.

-İnternetteki bilgiyi derlerken gazetecinin bu işlere daha önceden mesai harcamış olması gerekmektedir, yani hangi bilgiyi nerede bulacağını bilmesi gerekmektedir..

-Gazeteci her zaman internet üzerinde güncel kalmalıdır.

-Gazeteci internette bilgi alırken internetinde sınırları olduğunu ve de bazen bilgiyi almak veya toplamak için daha iyi ve daha hızlı yollar da olabileceğini göz önüne almalıdır

-Gazeteci arama motorları tekniklerini iyice bilmelidir

-Elektronik gazetelerin arşivlerinde araştırma yapmak e-gazetecinin muhakkak kullanması gereken metodlardandır.

-Bir e-gazeteci hikayesinde "world wide web" üzerinde bulunduğu görsel öğelere (ikon, resim vb..) atıfta bulunurken özgünlük açısından çok dikkatli olmalıdır.

2. Araştırma ve Araştırmanın Bulguları

Bu çalışmada Türkiye'deki internet haberciliğinin profilinin çıkartılması ve internet gazetelerinin yöneticilerinin, sahiplerinin veya editörlerinin gözünden, Türkiye'deki internet gazetelerinin ve haber portallarının okurlar ve habercilik açısından genel bir fotoğrafının ortaya konması amaçlanmıştır.

Araştırma projesi çerçevesinde kalitatif araştırma metodları kullanılmıştır. Bu amaçla, değerlendirmelerini almak amacıyla bu merrada faaliyet gösteren en önemli web sitelerinin içerik yöneticileri, ya da konu hakkında bilgili diğer üst düzey yöneticileri ile görüşülmüştür. Bu sitelerin tercih edilmesinde çeşitli kriterler rol oynamıştır. Bu kriterlerin en önde geleni Türkiye'de en çok ziyaret edilen ve en çok reklam alan gazeteler veya haber portalları olmalarıdır.

2.1. İnternet Haberciliği

Ülkemizde internet haberciliği içerik, finansal koşullar ve deneyim açısından yurtdışındaki örneklerle kıyaslandığında çeşitli farklılıklar göstermektedir.

2.1.1. Bir Haberin Yayınlanma Süreci

Haberin yayınlanma süreci haber kaynaklarına ve sitenin imajına ve kullanıcı sayısına bağlı olarak değişmektedir. Haber kaynakları kendi gruplarına ait medya kuruluşları ve haber ağları olan siteler bu haberleri ellerine ulaştır ulaşmaz yayınlatabildiklerini, ayrıca yabancı haber kanallarından da bilgi topladıklarını ifade etmişlerdir. Haber iletildikten sonra onu dijitalize eden bir program yoluyla sayfaya uygun biçimde spot, başlık, renk, fotoğraf, link verme gibi editöryel bir

işlemden geçtikten sonra kullanıcının önüne çıkmaktadır. Medya ile organik ilişkileri olmayan portallarda ise AA ya da Reuters gibi haber kaynakları kadar televizyon kanallarında yayınlanan haberler de kullanılmaktadır. Bu haberler arasından önemli olanlar önceliklendirilerek aynı prosedüre geçilmektedir. Ayrıca kendi çevrelerinden edindikleri haberleri yayınlayan sitelerde "denetim noktaları" vardır yani güvenilir kişiler tarafından haberin doğrulanması ve ardından yayınlanması gerekmektedir.

2.1.2. Elektronik Medyanın Yazılı ve Görsel Medyadan Farkı

İnternet gazeteciliğinin en fazla ön plana çıkan dört yönü hızı, geri dönülebilir olması, detaylara izin vermesi ve yayıncı açısından da okuyucu açısından da özgürleştirici olma özelliğidir. Bu faktörlerin çoğu gazetelerde ve TV'de ihtiyaç duyulan "hammadde"lere (kağıt ve zaman gibi) internet medyasında ihtiyaç duyulmamasından kaynaklanmaktadır.

Periyodik yayınlara oranla çok daha titiz, dikkatli ve sürekli bir takip gerektirmesinin zorluğuna rağmen sürekli ekleme ve güncelleme yapılabiliyor olması çok önemli bir avantajdır. Özellikle gazeteler ile karşılaştırıldığında internetin sürekli güncellenbilmesi ve bugün olanı hemen yayınlayabilmesi gazetelerle olan rekabetinde mecrayı öne geçirmektedir.

İkinci avantajı olarak ifade edilen "geriye dönülebilir olması", internetin görsel medyadan farkını ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra görsel medyada mümkün olmayacak kadar fazla detaya yer verilebiliyor olması da önemli bulunmaktadır. Okuyucular için habere geri dönüp tekrar okuyabilmenin önemli olduğu düşünülmektedir. Bunun bir sebebi de okuyucu

profillerinin genellikle ofiste çalışan kişilerden oluşması, ve ofiste işgünü boyunca kullanılabilen tek kanalın internet olmasıdır. Son olarak hem internet medyası çalışanları hem de okuyucuları açısından elektronik haberciliğin özgürleştirici olduğu ortaya konulmuştur. Yazılı basındaki katı hiyerarşilerin internet medyasında bulunmadığını ifade edilmiştir, bu noktada kurumda çalışanların arasındaki güvenin ön plana çıktığını ifade edilmiştir. Aynı şekilde okuyucu-yayıncı arasındaki güven de internet yayıncılığında uyulması gereken kuralları belirlemektedir.

İnternet "geleceğin medyası" olarak nitelendirilmektedir. Bu noktada hem yazılı hem de görsel yayıncılıkla rekabet etmekle kalmayıp rekabetin şeklini de belirlemektedir. Bununla birlikte ne gazetelerin ne de televizyonların kısa ya da orta vadede önem kaybedeceği düşünülmemektedir. Bunun birinci sebebi Türkiye'deki altyapının, gerek teknik gerekse ekonomik olarak yeterli olmamasıdır. İkinci olarak da gazete ve televizyonun oluşturmuş olduğu kültür ve alışkanlıkların değiştirilmesi zor olduğu için, bir "internet nesli" yetişmeden "gazete kokusu" ve "akşam yemeğinde haber seyretme" hala hayatımızın bir parçası olacaktır. Ancak ofisteki alışkanlıkların değişmekte olduğu görülmektedir.

Ayrıca internetin hızının ve ayrıntılı haber sağlama şansının sağladığı avantajlar mecralar arasındaki rekabetin şeklini değiştirmiştir. "Gazeteler analizler ve yorumlarla ayakta kalmaya çalışıyor", "Irak Savaşı TV'den izlenmedi", "Seçimlerde en yoğun propagandanın yapıldığı kanal internetti" gibi yorumlar internetin medya-nın yapısı üzerinde yarattığı etkiyi açıkça ortaya koymaktadır.

İnternetin, detaylı olarak ifade edilmediği halde görüşmeler süresince ortaya çıkan bir avantajı da kişiselleştirilebilir olmasıdır. Fakat internetin bu özelliği kullanıcıyı rahatsız edebileceği korkusuyla rahatça kullanılmamaktadır. Getireceği işgücü yükünün yanı sıra, kişiselleştirmenin sınırları da belli olduğu için, genel olarak yöneticiler açısından cazip bir yöntem değildir.

2.1.3. Haber Portallarının Finansmanı

"İnternet yayıncılığı ekonomik açıdan iyi bir mecra değil" görüşü ortaktır. Ancak giderlerin de çok geniş bir aralığı olduğu için "kaynak yetersizliklerine rağmen" yapılması en mümkün olan yayıncılık şeklidir. Her şekilde gazete çıkarmak internet üzerinden yapılan haberciliğe oranla daha pahalı bulunmaktadır. Ancak gazetelerin dağıtım ve satış oranlarının internete göre çok daha yüksek olması gazeteler açısından bu sorunu çözmektedir.

Genelde ya bir medya kuruluşu ya da bir internet sistem sağlayıcısının yan kuruluşu, veya parçası olan portallar en yüksek giderleri olan yatırım giderlerini bu şekilde sağlayabilmektedirler.

Bu noktada medya holdinglerine bağlı siteler için yatırım masrafları, ISS'lere (İnternet Servis Sağlayıcı) bağlı olan portallar için ise haber kaynakları daha zorlayıcı masraflar olarak ifade edilmektedir. Bu sorunun çözülmesi için medya holdinglerine bağlı siteler özellikle iletişim teknolojilerine yönelmek suretiyle hizmetlerini ücretlendirmeye çalışmaktadır. Ayrıca grup içerisindeki pazarlama faaliyetlerinin kendilerini de kapsaması bu sitelerin gelir-gider dengelerinin sağlanmasına yardımcı olmaktadır. ISS'lere bağlı olan portallar ise içerik ortaklıkları oluşturmak suretiyle kaynak sorunlarını çözmeye çalışmaktadır.

Reklam giderleri ve sponsorluklar gelirlerin büyük bir kısmını oluşturmakla birlikte yatırım masraflarıyla karşılaştırıldığında çoğu portalın ihtiyaçlarını karşılamak üzere henüz ulaşamamıştır. Görüşmeciler internetin uygun kişiye uygun reklam göstermenin avantajları anlaşıldıkça reklam gelirlerinin yükseleceğini düşünmektedirler. Ayrıca içerik ortaklıkları yoluyla da giderlerin azaltılmasına çalışılmaktadır.

Teknik altyapının ve haber kaynaklarının sağlanmasının ardından giderek daha profesyonel ve tecrübeli elemanları kendine çekmeye çalıştıkça insan kaynaklarının da önemli bir gider haline gelmesi beklenmektedir. Eskiden "istenmeyen adamların atıldığı mecra" olan internetin etkisi görüldükçe insan kaynakları masraflarının da artmaya başladığı görülmüştür.

2.1.4. İnternet Haberciliğinin Gelişimi ve Gelecek Beklentileri

Teknolojik gelişmenin en şiddetli şekliyle göze çarptığı mecra olarak görülen internet yayıncılığının Türkiye'deki kısa geçmişi özellikle hız artışı ile damgalanmıştır. İnternet yayıncılığında bahsedildiği zaman ilk düşünülen geçmişte gerek insan kaynakları gerekse teknik altyapı olarak neredeyse imkansız olarak görülen gelişmelerin bugün çoktan kullanılmaya başladığıdır. Buna paralel olarak kullanıcı artışı da daha az bir yoğunlukta da olsa görülmektedir.

Teknolojik gelişmelerin başında hız artışı, bant genişlikleri ve sürekli gelişen sayfa hazırlama programları gelmektedir. Eskisine oranla çok daha az teknik bilgiye sahip çalışanları işe almaya başladıklarını ifade eden yöneticiler, artık teknik bilgidan çok yayıncılık ve habercilik bilgisinin ve tecrübesinin ön plana çıkmaya başladığını ifade etmişlerdir. Web tasarımcısına ihtiyaç

duymadan haberleri yenileyebilme imkanı da teknolojik altyapının da gelişmesi ile birlikte haber ulaştırma hızını logaritmik bir şekilde artırmaktadır. Eskiden dört-beş haber girdiklerini ifade edenler bugün otuz haber girdiklerini ve bunun da kullanıcı talebini giderek artırdığını söylemiştir.

Medya holdinglerine bağlı olan portallarda ana kuruluşun imajına bağlı olarak gelişen ya da gerileme ihtimali olan bir imaj değişiminden de söz edilebilir. Herbir sitenin yayıncılık geçmişi, ve özellikle ne derece güven veren ya da objektif yayımlar yaptıkları, internet kullanıcıları tarafından sürekli takip edilen bir kriter olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2. İnternet Gazetesi Okurları

İnternet gazetelerinin bir önemli faktörü de portalların ve gazetelerin yaşamaları için en hayati önemi taşıyan okurlardır.

2.2.1. Okur Profili

Yurtdışından da kullanıcıları bulunmakla birlikte sitelerin hitap ettikleri esas grup Türkiye'de yaşayan kullanıcılarıdır. Ofislerde çalışanların görüşülen tüm sitelerin en önemli kullanıcı grubu olduğu belirlenmiştir. Bunun sebebi sadece ofislerde internet kullanımının en kolay haber alma yolu olması değil, aynı zamanda ofiste ve bilgisayar başında geçirilen zamanın da uzunluğudur. Bu grubun kırılımlarına bakıldığında finans sektörünün -belki de kolayca belirlenebilmesi sebebiyle- dikkat çektiği görülmektedir. Ayrıca reklam sektöründe ve medyada çalışanlar da yoğun olarak haber sitelerini kullanmaktadır.

Bunun yanı sıra eğitim önemli bir kriter olarak ortaya çıkmaktadır. Öğrenciler ve eğitim seviyesi yüksek kişiler kullanıcıların büyük bir kısmını oluşturmaktadırlar.

Kullanıcıların, A, B, ve küçük bir oranda da C sosyoekonomik statüye sahip, genelde toplumun "kaymak tabakası" olarak ifade edilen kesimle sınırlı olduğu görülmektedir.

Özel bir alana ya da sektöre hitabeden siteler haricinde internet medyasının gün içinde, özellikle işyerlerinde ana haber kaynağı olduğu düşünülmektedir. Bunun dışında akşam saatleri ve hafta sonları için aynı durumun söz konusu olmadığı siteye ziyaret sayılarından anlaşılmaktadır.

2.2.2. Okur Görüşlerinin Tespiti ve Geri Bildirim Araçları

Görüşülen portalların çoğunluğunda okurların tepkisini ölçmek ve geri bildirim sağlamak amacı ile yaratılmış bir sistem bulunmakla birlikte kullanılan sistemler farklılık göstermektedir. Bazı siteler spor haberlerini bu sistemlerin dışında tutmakta, çoğu site hem e-mailler yoluyla şikayet ve beğenileri tespit etmeye hem de "rating" (habere not verme) gibi sistemler kullanmak yoluyla okurların tercihlerini anlamaya çalışmaktadır. Online forumlar da kullanılmakla birlikte, trafik yoğunluğunu arttırdığı için fazla tercih edilmemektedir.

2.2.3. En Çok Ziyaret Edilen Bölümler

En çok ziyaret edilen sayfalar, öncelikle ana sayfalar olmakla birlikte, manşet ve manşet altı haberler, finans sayfaları, güncel sayfalar, Türkiye politikası, spor, ardından da teknoloji, kültür-sanat ve sağlık sayfalarıdır.

Sitenin kullanıcı kitlesine bağlı olarak magazin, medya ve spor sayfalarının da ilgi çekebildiği görülmektedir.

Ayrıca zamana bağlı olarak, örneğin pazar-tesileri spor sayfaları, savaş zamanı dış haberler, hafta sonlarında yaşam ve kültür-

sanat sayfaları ortalamadan daha fazla ilgi görmektedir.

Popülerliğini arttırmaya çalışan sitelerde kullanıcıların istediği haberlere de yönlenebilmektedir.

2.2.4. Ücretli Abonelik Sistemi

Ücretli abonelik sistemi görüşülen siteler tarafından kullanılmamaktadır. Bununla birlikte, kaynak kişilerin görüşleri bu noktada ikiye ayrılmaktadır. Birinci grup Türkiye'nin henüz hazır olmaması, ekonomik durumun buna izin vermemesi, televizyon ücretsiz haber sağlarken internetin daha az kullanılacağı için henüz ücretli abonelik sistemine geçmeyi uygun görmediklerini belirtmişlerdir. Aynı zamanda belli bir tiraja ulaşıldıktan sonra ya da yalnızca belirli bölümler için bu uygulamayı ileride getirebileceklerini düşünen sitelerin yöneticileri de bu şekilde düşünülmektedir. Bu noktada gösterilen kanıtlardan bir tanesi hafta içinde çok yüksek olan kullanıcı sayısı ve ziyaretlerin hafta sonunda birden bire düşüş göstermesidir. Şirket kullanıcılarının evde internet bağlantıları olsa dahi çok önemli bir gelişme olmadığı sürece evden internete bağlanmadıkları gözlenmekte, bunun sebebinin de hem telefon ücreti hem de ISS masrafı dolayısıyla ekonomik olarak kullanıcılara yük getirmesi olarak görülmektedir.

İkinci görüş ise internet haberciliğinin kullanıcıya hiçbir şekilde yük getirmemesi gerektiğini düşünen yöneticiler tarafından ortaya konulmaktadır. Bu sitelerde ise sadece ücretli değil ücretsiz abonelik sisteminin dahi uygulamaya geçirilmesi düşünülmemektedir. Bunun sebebi "kullanıcıyı siteden soğutmak" istenmemesidir. Daha önce ücretli abonelik sistemine geçmeyi denemiş, ya da kendilerine benzeyen sitelerin bu çalışmalarını takip etmiş olan yöneticilerin şu ana-

kadar ücretli abonelik için gerekli ortamın henüz oluşmadığı konusunda hemfikir olduğu görülmektedir. Kişiyeye özel profil çıkartıp kişiyeye özel haber uygulaması (CRM) cazip bulunmamaktadır. Bunun birinci sebebi yayıncıların kullanıcıları rahatsız etmek istememeleri, ikincisi ise hazırlanan profillerin ne derece gerçekçi olduğunun bilinemesidir. Ayrıca gerek işgücü olarak gerek trafik yoğunluğu açısından sitelere zorluk çıkartabileceği de ifade edilmiştir.

2.3. Altyapı Sorunları

Ülkemizde internet gazeteciliği denince akla gelen en büyük dezavantajlar hep altyapı sorunlarından kaynaklanan olumsuz koşullar olarak gözükmektedir.

2.3.1. Teknik Altyapı Sorunları

Teknik altyapı, Türkiye'deki internet gazeteciliğinin önündeki en büyük engel olarak görülmektedir. Ucuz ve yaygın internet erişimi sağlanması halinde internet kullanımının ve dolayısıyla haber portalı okuyucularının ciddi bir artış göstereceği, ve devlet tarafından bu yatırımların yapılmaması halinde kullanımın hiçbir şekilde belli bir düzeyin üzerine çıkarılamayacağı görüşü tüm görüşmeciler tarafından benimsenmiştir. Altyapı kurmada iyi adreslerin bulunmaması da bir görüşmeci tarafından altı çizilen faktörlerden biridir. Bu noktada teknik altyapıdan kastedilen kullanılan yayıncılık programları ve serverlardır. Altyapı oluşmadan üstyapının ileriye gitmesi sitelerin "hırpanmasına" sebep olmakta, kullanıcı açısından ise farklı işletim sistemlerinin kullanılması internet ve haber portalı kullanımını zorlaştırmaktadır.

Bununla birlikte, kimi yöneticilere göre "internet gazeteciliğinin gelişimi", teknik sorunlardan çok da fazla etkilenmeyip, içerikle ilgili sorunlar ve hukuki altyapıdaki

eksikliklerden kaynaklanmaktadır. Kaynak kişi bu noktada genel olarak Türkiye'deki internet gazeteciliğini "çok kuralsız ve dağınık" bulunduğunu, "konseptine uygun site" olmadığı söylemektedir.

2.3.2. Hukuki Altyapı Sorunları

Türkiye'de internet gazeteciliğinin hukuki altyapısı yayıncılar açısından kolaylıktan çok zorluk yaratmaktadır. Yasaları oluşturanların "internetten ve internet haberciliğinden habersiz" kişiler olduğu kanısı yaygındır.

Karşılaşılan ve önlem alınması istenen en önemli konu telif hakları sorunlarıdır. Bu konuda hiçbir yaptırımları olmadığı için sitelerin kendilerini koruyamadığı ifade edilmektedir. Ayrıca kullanıcıların yazılarını yayınlayan sitelerde bu yazıların yayınlanmasında yaşanan sorunlar olduğu da belirtilmiştir. Tekzip sorunları da yaşanmaktadır, ve bu sorunlar kimi zaman sitelerin kendi arasında çözülmektedir. Hukuki denetim eksikliği çoğu kaynak kişi tarafından sorun olarak değerlendirilirken bir kaynak kişi bu durumun özgürleştirici olduğunu, bir başka görüşmeci ise kullanıcıların bu konuda son derece belirleyici olduğunu, sorumlu yayıncılık ilkeleriyle hareket edildiğinde zaten sitenin güvenilirliği ve sitenin cazibesi açısından direkt bir hukuki düzenin olduğu ifade edilmektedir. Ziyaretçi kaybetmemek ve güvenilir bulunmamak için otosansür ve gelen haber ve dedikoduların birkaç kaynaktan kontrol edilerek girilmesi Ceza Kanunundan daha etkin bir kontrol mekanizması oluşturmaktadır.

Sonuç

İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim, öncelikle gazete yayıncılığını teknik açıdan tümüyle değiştirmiştir, daha sonra içerik oluşturma ve yayınlanma tekniklerini de derinden etkileyerek gazetecilik alanında

"Bilişim Çağı"nın yeni kavramlarından biri olan "E-Gazetecilik" kavramının ortaya çıkmasında da önemli bir rol oynamıştır.

Haber oluşturma yöntemleri de yeni teknolojilerin olanaklarından etkilenmektedirler. Bilgisayar ve internet kullanımıyla muhabirlerin kısa sürede haberi oluşturup, haber kaynaklarını denetlemeleri kolaylaşmaktadır. İletişim teknolojilerinin gelişimi sonucu ortaya çıkan "e-gazeteci" kavramıyla artık bilgisayarlar kendilerine haber ile ilgili veriler ve değişkenler verildiğinde haberin yazılmasını da gerçekleştirebilmektedir. Bilgisayarda haberin depolanması, geri çağrılarak kullanılması, gazetenin tertip ve dizgisinde zaman tasarrufu, baskı ve dağıtımda sürat kazanması gibi kolaylıkların sağlanması da e-gazetenin doğuşuyla gerçekleşmiştir. Bu kolaylıkların yanı sıra e-kağıt ve e-mürekkep gibi henüz tam olarak yerleşmemiş ancak gelişmekte olan yeni teknolojiler ile de e-gazetenin değişimi devam ederek bilginin ve zamanın en önemli iki değer olduğu Bilişim Çağında "anında ve güncel bilgiyi" her koşulda okuyucuya ulaştırmanın bir yapının oluşumu da gözlenmektedir.

Bu çalışma sonunda, etkileşim olanaklarının ön plana çıktığı, okuyucuların muhabirleştiği, haber toplama ve yazım sürecinin gazetecilik mesleğini icra edenlerin yanı sıra evlerinde internet kullananlara indirgenliği, basın ekonomisi ve işletmeciliği açısından yepyeni maliyet hesaplarını birlikte getiren, basın yasalarına yeni tanımlar ve düzenlemeler getiren internet gazeteciliği olgusu, sadece teknik yenilikleri ve okuyucuya sunduğu olanaklarla değil, yeni ekonomide ve iş tanımlarında içine oturduğu çerçeve itibarıyla da çağın önemli iş dallarından biri olarak ortaya çıkmıştır.

Kaynakça

- "Online News: A Credibility Gap Ahead"*, **Online Journalism Review**, Aralık 1998.
- BALLE, Francis - Eymery Gerard, **Nouveaux Médias**, Çev. M. Selami Şekeroğlu, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991.
- CALLAHAN, Christopher, **A Journalist's Guide to the Internet**, Allyn and Bacon, Boston, 1999.
- De WOLK, Roland, **Introduction to Online Journalism**, Allyn&Baçon, San Fransisco,2001.
- GEZGİN, Suat, *"Geleneksel basın ve İnternet Gazeteciliği"*, **İnternet Çağında Gazetecilik**, Metis yayınları, 2002.
- GÜRCAN, Halil İbrahim, Batu Çiğdem, *"İnternet Haberciliğinde Sanal Yazışları ve Gazetecilikte Değişen Roller"*, <http://www.inet-tr.org.tr/inetconf7/eposter/gurcan-batu.html>, 09.12.2004
- GÜRCAN, Halil İbrahim, Birsen Haluk, *"Haberin İnternette Yeni Bir Görünümü: Portallarda Haber"*, **İstanbul: 6. İnternet Konferansı**, Askeri Müze, Kasım 2000.
- GÜRCAN, Halil İbrahim, **Sanal Gazetecilik**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1999.
- McADAMS, Melinda, *"Driving a Newspaper on the Data Highway"*, www.well.com/user/mmcadams/online.newspaper.html
- www.firtmonday.dk/issues/issues5_1/kenney/index.html, 12.06.2004
- www.onlinejournalism.com/main/technics, 15.06.2004

