

İNTERNET VE TÜRKİYE'DE İNTERNET GAZETECİLİĞİ

Murat ÖZGEN*

Internet and Internet Journalism in Turkey

Internet has a great effect on the development of communication among the world citizens all over the world. In fact, it was used for military goals during the “cold war”, but after that period it has become a civil service device that supplies many communication opportunities to people without considering any national frontiers. In journalism by being used of internet as a medium, a new age has began. Newspaper broadcasting has started on internet in Turkey, especially in the second half of 1990s. Of course that is a very import development from the point of view of Turkish journalism. On the other hand, some critics in Turkish press claim that this kind of development will affect Turkish newspapers negatively, specially, the circulation number of Turkish newspapers. But, the others also claim those traditional newspaper activities and journalism will never die, because according to their opinion, human being’s way of reading newspaper will never change as long as the world stands.

.....

İnternet ve network ağlarının dünyamızı kuşatması, Marshall McLuhan’ın deyimiyle “küresel köy” durumuna gelen yerküremizde, dünya üzerindeki tüm okuyucuların istenilen zamanda ve mekanda internet aracılığıyla gazeteye ulaşmalarını mümkün hale getirmiştir. Bu nedenle, artık günümüz gazeteleri teknolojik gelişmelerin dışında

*Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi.

dünyada haber niteliği taşıyan olayları da yakından izlemek durumundadır.

1980'lerin ilk yıllarında CNN'den Ted Turner, çeşitli teknolojik ve farklı alanlardaki gelişmelerin etkisiyle, bilinen anlamdaki geleneksel gazeteciliğin gelecekte kaybolacağını, ortaya çıkan değişim ve dönüşümlerin bunu bir anlamda, zorunlu hale getirdiğini öne sürmüştür.1 Bugün, Ted Turner'ın öngörüsünde haklı olduğu açıkça görülmektedir.

Günümüzde, dünyanın içinde yaşadığı ve kaçınılmaz biçimde varlığını tüm yer kürede hissettiren küreselleşme olgusu da, internet yoluyla daha geniş bir kapsama alanına ulaşır duruma gelmiştir. İnternetin sağladığı olanaklarla, küreselleşme olgusu dahilinde, bugün eğitim süreci ile ticari etkinlik ve etkileşim eskiden olduğundan daha üst düzeyde gerçekleşmektedir. Kısa bir tarihsel gelişme sürecine sahip olmasına karşın internetin sosyo-ekonomik alanda ulaştığı düzey, dikkat çekici durumdadır.

İnternet ekonomisi dünyanın 5'inci büyük ekonomisi durumunda olup, ABD GSMH'sı 1995 ile 1999 arasında yılda ortalama 3.6 büyürken, internet ekonomisindeki büyüme yüzde 212.7 seviyesinde gerçekleşmiştir.2

Modern yaşamda önemli değişim ve dönüşümlere yol açan ve ulusal sınırların artık ortadan kalkmasına neden olan güç, bugün "internet" olarak adlandırılan ve genel bir tanımlamayla "bilgisayar ağlarının ağı" ya da "evrensel bilgisayar ağı" olarak nitelendirilen, dünyanın pek çok ülkesindeki milyonlarca bilgisayarın kendi aralarında oluşturdukları yerel ya da geniş alan ağlarının birbirine bağlanması ile oluşturulan bir elektronik iletişim ağıdır.3

Bugün internetin insanoğluna sunduğu olanaklar ise, büyük bir iletişim devriminin 21. yüzyılda gerçekleşeceğini açıkça göstermiştir.

1Şezin ÖNEY, "21. Yüzyıl Gazeteciliği", *Gazete Pazar* (Milliyet Pazar Eki), 2.1.2000, s.6.

2 "Alemin Kralı Müşteri", *İnsan Kaynakları* (Hürriyet Gazetesi Eki), 2.4.2000, s.34.

3 Halil İbrahim GÜRCAN, *Sanal Gazetecilik*, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1089, Eskişehir, 1999, s.38.

İnternet’in Tarihçesi

Günümüzde internet olarak adlandırılan ve iletişim alanında önemli gelişmelerin ortaya çıkmasını sağlayan bu iletişim ağı, 1969’da ABD Savunma Bakanlığı tarafından kurulan Arpanet’in (Advanced Research Programme Agency) 1990 yılında “internet” adını almasıyla gelişmiştir.

İnternet’in ortaya çıkışı ve gelişimi, zaman zaman bazı bilimsel buluşlarda olduğu gibi, rastlantısal ve konjonktürel değişim ve dönüşümlere paralel bir çizgide gerçekleşmiştir. Daha da açmak gerekirse, internet olgusu başlı başına bir amaç olarak ortaya konulmamış ancak bir amacın yan ürünü biçiminde ortaya çıkmış, geliştirilmiş ve bugünkü kullanım düzeyine erişmiştir.

“İnternet esas olarak ‘korku’ ile doğdu, SSCB’nin nükleer saldırısından korkan bir grup ABD’li iletişimci paket tabanlı ağlar konusunda yatırıma başladılar. İnternet teknolojilerinin atası ArpaNet, tek bir noktadan hareketle yaratıldı.”⁴

Arpanet, (Advanced Research Programme Agency) 1957 yılında Sovyetler Birliği’nin Sputnik’le uzaya fırlatılması üzerine, Başkan Eisenhower’in emriyle, 1958’de kurulan İleri Araştırma Programları Ajansı’nın paket yönlendirmeli bilgisayar ağı olarak ortaya çıkmış ve ileriki yıllarda askeri amaçlı araştırma laboratuvarlarını ve üniversiteleri birbirine bağlamak için geliştirilmiştir.⁵

Bu gelişmeler sonucunda internet, sivil amaca yönelik bir kullanım alanında varlığını günümüzde sürdürür duruma gelmiştir. Kuşkusuz bu gelişmede, soğuk savaş döneminin artık gerilerde kalması ve dünyanın küreselleşme adı verilen süreci kaçınılmaz olarak yaşaması da etkin rol oynamıştır. Artık internetin varlığının görmezlikten gelinmesi, ticari kuruluşlar kadar günümüzün çağdaş insanınca da olanaksızdır. Çok yakın bir gelecekte internet, yalnızca insanoğlunun bugüne kadar alışagelmış olduğu, iş tanımlamalarını değiştirmekle kalmayacak yaşam alanının diğer kurumlarını ve parametrelerini de temelinden etkileyecektir.

4 Sinan KEZER, “Kim Korkar İnternette”, **Dijital Gelecek** (Hürriyet Gazetesi İnternet Eki), 27.4.2000, s.13.
5 H. İ. GÜRCAN, a.g.e., s. 38.

İnternet'te Gazetecilik

Geleneksel gazetecilik alanına yeni ve farklı boyutların gelmesini sağlayan internete Türkiye'de giren ilk gazete 2 Aralık 1995'de Zaman'dır. Yine Türk basınında internete giren ilk dergiler ise, Temmuz 1995'de Aktüel, Ekim 1995'de ise Lemn dergisidir.

Ocak 1996'da internet üzerinden yayımlanmaya başlayan Xn adlı sanal gazete, haberlerini sürekli yenilemeye yönelerek izleyicilerine farklı bir gazetecilik anlayışı sunmuştur. Böylece, gazetecilikte geçerli olan ve yaygın bir deyişle gazetenin sabahları taze, akşam ise bayatlayan haber içeriği sonuçta internet üzerinden yayın yapan gazete açısından kabul edilebilir bir özdeyiş olmaktan çıkmıştır. Elektronik ortamı kullanan sanal gazete, "haber zamanlılığı" açısından önemli bir avantajı da kendine sağlamıştır. Xn'in Genel Müdürü olan Behiç Gürcihan internet gazetesinin geleneksel gazeteden farkını ve üstün taraflarını şöyle ortaya koymaktadır:

"Klasik gazete birkaç baskı yapabilir, ama internet'teki gazete, her an ve sürekli yenilenebilir. Ayrıca, klasik gazetede sadece o sırada yazılı olan haber-makale okunur. İnternet gazetesinde ise, okuyucu bazı komutlarla haber-fotoğraf-makaleye ilişkin yan konulara ve referanslara kolayca ulaşabilir."⁶

Türkiye'de internet gazeteciliği konusunda ilk kez Zaman gazetesi girişim başlatmış ve 2 Aralık 1995'te internette yer almıştır. Bunu 19 Mayıs 1996 ile Turkish Daily News izlemiştir.⁷

Buradan da anlaşılacağı gibi, ülkemizde internet üzerinden gazete yayımlama faaliyeti 1990'lı yılların ikinci yarısından sonra işlerlik kazanmıştır. Önümüzdeki günlerde de bu gelişmenin giderek büyüyeceği ve gazetelerin, internet kullanıcılarının artmasıyla elektronik yayıncılığa daha da önem verecekleri çok açıktır.

Yazılı Basın ve İnternet Gazeteciliği

Bugün basın sektöründe önemli bir devrim niteliğini taşıyan internet kullanımının yazılı basını ortadan kaldıracacağı gibi bir fikir akıllara gelebilir. Oysa, geleneksel yazılı basın her tür meydan okuyuşa direnecektir. Sanal ortamın her mekanda bulunmaması ve

⁶Milliyet, 31.1.1996, s. 5.
⁷H. İ. GÜRCAN, a.g.e., s. 163.

kullanılamaması gibi çok temel ve can alıcı bir sorun, uzunca bir süre daha güncelliğini sürdürecektir.

Bunlara ek olarak insanoğlunun psikolojik yapısı ve somut nesnelere dokunmanın daha inandırıcı olmasından dolayı yazılı basın her zaman geleneksel yerini koruyacaktır. Philip Puttnam görsellikle dokunsal duyu arasındaki algılama farklılaşmasını şöyle ifade etmektedir: "Televizyonda görürsünüz, ama gazetede inanırsınız."⁸

Yine de açıklıkla ifade etmek gerekirse, yazılı basın açısından gerek televizyon gerekse internet önemli bir meydana okuyuştur. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, yazılı basının karşı karşıya kaldığı ve/veya kalacağı tehlikeleri kısaca sıralamak gerekirse şunları belirtmek mümkündür:

- 1-)Tiraj düşüşü,
- 2-)Pazar payı düşüşü,
- 3-)Reklam harcamaları ve gazete girdilerindeki fiyat artışları,
- 4-)Piyasadaki nakit para akışındaki güçlük ve sorunlar,
- 5-)İnternet ve televizyonların gazetelere oranla reklamcılar tarafından daha kolay tercih edilebilir olması.

Yazılı basının karşısındaki bu sorunların yanı sıra, okuyucu zamanının, diğer medyalar tarafından sürekli ve sistemli şekilde işgal edilmesi de, önemli bir sorun oluşturmaktadır. Ayrıca, çağdaş yaşamın gereklerini yerine getirmek zorunda olan ve hızlı bir yaşam akışı içinde yer alan günümüz insanı, okumaya daha az zaman ayırmak zorunda kalmaktadır.

Özellikle kapitalist sistemin mantığı gereği, bireyin kendini geliştirmeye zaman harcaması yerine, mesleki faaliyetlerine zamanının hemen hemen tamamını verme gereksinimi ve rekabet koşullarının gereklerini yerine getirme zorunluluğu, çağdaş toplumdaki insanı okumaya daha az vakit ayırır bir konuma getirmiştir.

Dünyada gazete okuma alışkanlığının en üst düzeyde olduğu ülke olan Japonya'dan örnek vermek gerekirse, bu ülkede 1000 kişiye düşen gazete sayısı 584, günlük gazete tirajı 70 milyonun üzerindedir. Böylesi bir ülkede halkın % 90'ı günde ortalama 40 dakika harcayarak gazete

⁸Cem ÖNER, "Gazeteler Hala Güvenilir", *Milliyet*, 28.6.1998.

okumaktadır.9 Ancak bu oran, 20 yaş civarındaki gençler için 30 dakikaya inmiştir.10

İnternet ve Televizyon Karşısında Basının Durumu

Dünya Gazeteler Kongresi ve Editörler Formu yazılı basınla ilgili olarak şu noktalara dikkat çekmektedir:

- Yazılı basın, kuşkusuz, dijital dünyadan kaynaklanan bir tehditle karşı karşıya, ancak hala bazı önemli avantajlara sahip. Bunların başında, gazetelerin insanların okuma alışkanlıkları açısından hala en gözde araç olması geliyor. İnsanlar gazeteye “göz atabiliyorlar”, ayrıca gazetelerin taşınması kolay ve reklam açısından da hala çok güçlü.
- İnsanlar, sosyal çevrenin içine girdikçe daha fazla gazete okuyorlar, bu nedenle gazeteler “sosyal medya” olarak tanımlanıyor. Örneğin; Nagora Kış Olimpiyatları sırasında televizyon bütün yarışmaları neredeyse canlı olarak yayınlamasına rağmen, Japonya’da gazete tirajları önemli ölçüde arttı. Sosyal bir olay gazetelere tiraj getirebiliyor. Gazeteler bu anlamda “duyguların yeniden hatırlanması” açısından önemli bir araç. Buna gazetelerin sosyal olaylara katılımı da eklenebilir (kültür ve hayır işlerinde kampanya veya sponsorluk vb. gibi). Yurttaşlarla işbirliği yapabilme kabiliyeti “sosyal medya” olarak gazetelerin statüsünü güçlendiriyor.
- Gazetelerin reklam verenler açısından da hala önemli avantajları var. Gazeteler “Piyasa geliştirme gücü”ne sahipler; gazeteler haber verme nitelikleriyle okuyucunun yeni bir şeyler öğrenmek istediği yerler. Bu anlamda yeni bir ürünün tanıtımı ve reklamı için oldukça uygunlar.
- Gazetelerin entelektüel bir yapıya sahip olmaları, entelektüel bir alt yapı oluşturmaları rasyonel yaklaşımlar için de uygun. Gazeteler yüksek düzeyde bir “içerik” oluşturma kabiliyetine sahip. Gazetelerin veri tabanları oldukça geniş ve değişik konuları içermekte.

9Yasemin G. İNCEOĞLU, *Çeşitli Ülkelerde Medya*, Der Yayınları: 132, İstanbul, 1994, s. 114.
10C. ÖNER, a.g.m.

- Gazeteci ve editörlerin “insani” nitelikleri, toplumu ve insanları anlama kabiliyetleri, daha güçlü bir içerik oluşturmalarını sağlıyor. Bu özellik, entelektüel enformasyon sektörü içindeki yeni piyasaları keşfetme ve okuyucunun ne istediğini, neye ihtiyacı olduğunu anlama imkanı veriyor.¹¹
- Gazetelerin geleneksel ve sürekli bir okuyucu potansiyeli ile belirli bir profilinin olması ve her mekanda okunabilme kolaylığı, her şeye rağmen gazetenin, günümüzdeki dijital meydan okuyuş karşısında yine de avantajlı durumda bulunmasını sağlamakta.

İnternet'in kullanıma girmesiyle gazetelerin bunalım yaşayacakları konusundaki öngörü ise, gerçekleşmemiştir. Batı ülkelerinde internet üzerinden on-line edisyonlarını önceleri kendi kendilerine rakip olacağı düşüncesiyle paralı yapan medya kuruluşları, daha sonraları bu hizmeti ücretsiz hale getirmişlerdir. Çünkü on-line nüshanın tiraj ve reklam gelirlerine köstek değil, destek olduğu görülmüştür.¹²

Tüm bu gelişmelerden de anlaşılacağı gibi, internet üzerinden yapılacak gazetecilik, çağdaş teknolojinin tüm olanaklarını kullanma zorunluluğunu medya kuruluşlarına getirmekte. Bu bağlamda, medya kuruluşlarının ileride birer multi-medya kuruluşu haline gelmeleri de kaçınılmaz gibi görünmekte. Bazı Batı ülkelerinde okuyucunun ne tür bir gazete istediği konusunda yapılan araştırma sonuçları bu konuda bir takım somut verileri ortaya koymuş durumdadır.

“ABD ve İngiltere’de yapılan araştırmalar, okuyucuların önlerinde ‘haberi uzun uzun işleyen ancak haber atlamayan’, ‘geniş bir perspektifi olan ancak okuyucunun yabancılik çekmeyeceği’, ‘kapsamlı ancak gereksiz bilgi içermeyen’ haberler görmek istediğini ortaya koyuyor.”¹³

Bizce, internet gazeteciliği ile geleneksel basın, ilerideki gelişmeler açısından değerlendirildiğinde birbirlerini tamamlar bir rol üstleneceklerdir. Ancak burada belirtmeliyiz ki, kanaatimizce yazılı basın, entelektüel yaşam içindeki önemini her zaman koruyacaktır. Unutulmamalıdır ki, Washington Post’un Watergate Skandalı’nı korkusuzca ortaya çıkarmasıyla kazanmış olduğu prestij, yaklaşık 30 yıl sonra da halen devam etmektedir.

11C. ÖNER, a.g.m.

12Şahin ALPAY, “En İyi Gazete”, Milliyet, 13.1.2000.

13S. ÖNEY, a.g.m.

İnsanoğlunun değişime karşı olan direnci açıktır ve pek çok olay bunu ispatlamıştır. Bireylerin yaşamsal süreçlerindeki alışkanlıkların da, bugünden yarına değişmesi çok mümkün gibi görülmemektedir. Üstelik, teknolojik değişim ve gelişmelerin dünyada özellikle 2. ve 3. dünya ülkelerinde çeşitli nedenler dolayısıyla, ki başta sosyo-ekonomik nedenler vardır, yakından izlenemediği günümüzde yazılı basının yakın bir gelecekte önemini yitirmesi gibi bir sonuç mümkün görünmemektedir.

Sonuçta denilebilir ki, ne olursa olsun “haber satıyor, söz uça da yazı kalıyor”¹⁴ Gazetecilerin tarihsel olayların ilk tanıkları oldukları düşünülecek olursa yazının değeri insanlık tarihi ile paralel biçimde sürekli olacaktır demek, yanlış olmasa gerektir.

Kaynakça

- ALPAY, Şahin. “En İyi Gazete”, *Milliyet*, 13.1.2000.
- GÜRCAN, Halil İbrahim. *Sanal Gazetecilik*, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1089, Eskişehir, 1999.
- İNCEOĞLU, Yasemin G. *Çeşitli Ülkelerde Medya*, Der Yayınları: 132, İstanbul, 1994.
- İnsan Kaynakları* (Hürriyet Gazetesi Eki), 2.4.2000.
- KEZER, Sinan. “Kim Korkar İnternette”, *Dijital Gelecek* (Hürriyet Gazetesi İnternet Eki), 27.4.2000.
- Milliyet*, 31.1.1996.
- ÖNER, Cem. “Gazeteler Hala Güvenilir”, *Milliyet*, 28.6.1998.
- ÖNEY, Sezin. “21. Yüzyıl Gazeteciliği”, *Gazete Pazar* (Milliyet Pazar Eki), 2.1.2000.

14S. ÖNEY, a.g.m.