

GELENEKSEL VE İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE HABER VE FOTOĞRAF KULLANIMI: MİLLİYET ÖRNEĞİ

Mehmet ÖZDEMİR*¹, Erol İLHAN²

¹Ahi Evran Üniversitesi Meslek Yüksekokulu

²Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi

*mehmetozdemir@ahievran.edu.tr

Özet: Yeni medya uygulamaları ve internetin hızla yaygınlaşması habercilik pratiklerinde ve okuyucu davranışlarında alışılmışın dışında değişikliklere yol açmaktadır. Bu süreçte, geleneksel medya ile internet medyası birbirini desteklerken bir yandan da farklı bir yapı ve anlayışı yansıtmaya başladılar. İnternet medyası, okuyucu/izleyici, gazete ve gazeteci, reklamveren ve reklamları takip edenler açısından farklı bir mecraya girmeye başladı.

Çalışmada, geleneksel gazetecilikle sanal gazetecilik karşılaştırılmış, internet gazeteciliğinin gazetecilikteki haber toplama, yazma ve dağıtım süreçlerini nasıl değiştirdiği/şekillendirdiği sorusuna yanıt aranmıştır. Bu amaçla, veri toplamada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın kapsamını sınırlamak için Türkiye’de internet ortamında en çok okunan/ziyaret edilen(son verilere göre) Milliyet Gazetesi’nin 5-14 Ocak 2009 tarihlerindeki 10 günlük dönemleri karşılaştırmalı olarak ele alınmış, internet sayfaları ve geleneksel gazetedeki haberler ve bu haberlere ilişkin fotoğraflar, gündem-politika, ekonomi, kültür - sanat ve köşe yazısı başlıkları kapsamında değerlendirilmiştir.

Milliyet gazetesinin gündem-politika, ekonomi, kültür-sanat, köşe yazıları incelendiğinde; internet gazetesinin geleneksel gazeteye oranla görsel malzeme (%94,44) ve içerik bakımından (%55,35) daha zengin olduğu ortaya konulurken; gazetecilik mesleğinin günümüzdeki durumu ve meslekteki dönüşümlerden yola çıkarak gelecekte alacağı biçim kestirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Geleneksel Gazetecilik, İnternet Gazeteciliği, Yeni Medya

The Use of News and Photographs in Customary and Internet Journalism: The Case of Milliyet

Abstract: New media applications and the rapid diffusion of the Internet have led to unusual changes in reporting practices and reading behaviours. Within this process, traditional media and the Internet media have begun to reflect a different mould and mindset while feeding on each other. The Internet media have taken a new turn in terms of readers/viewers, newspapers and journalists, and advertisers and advertorial followers.

In this study, traditional journalism and virtual journalism are compared and an answer is sought to how the Internet journalism have changed the news gathering, writing and disseminating processes. For this purpose, content analysis method has been used in collecting data. In order to narrow the scope of the research, we have comparatively scrutinized the issues in the ten-day period of 5-14 January 2009 of *Milliyet*, which is read/visited most (according to the latest data) in the Internet media in Turkey, and reviewed the news in the Internet pages, the traditional newspaper and the news photos in the context of agenda and politics, economy, culture-arts and columns.

When *Milliyet*'s agenda, politics, economy, culture and arts pages and columns are reviewed, it has been set forth that the Internet newspaper is richer than the traditional newspaper in terms of visual materials (94,44 %) and content (55,35 %). Furthermore, we have tried to foresee how journalism will take shape in the future considering the preexisting situation and ongoing transformation of the profession.

Key Words: Traditional Journalism, Internet Journalism, New Media

1. GİRİŞ

Küreselleşme sürecinin hızlanması ve yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, habercilik alanında Türkiye'yi de etkilemiş, 1980'li yıllardan itibaren medya dışı alanlarda birikmiş sermayenin medya sektörüne girmesi, ileri teknolojinin yakından izlenmesini mümkün kılmıştır(Gürcan, 1999: 97).

1990'lardan itibaren özel radyo ve televizyon yayınlarının başlamasıyla medya, ekonominin önemli bir sektörü haline gelmiş, bu süreçte, yabancı ortaklıklar, sayısal yayıncılık ve internet yayıncılığı gibi habercilik sürecini etkileyen gelişmeler yaşanmıştır. Medyanın sermaye yapısındaki ve teknolojisindeki değişimler de geleneksel habercilik süreçlerini etkilemiştir. Bu süreçlerdeki değişimler hem izleyici/okuyucunun hem de haber çalışanlarının haber olgusuyla geleneksel ilişkilerini değiştirmiştir. Tüm bu gelişmeler, yeni teknolojiyi yakından takip eden ve teknolojiye büyük yatırım yapan medyanın habercilik pratiklerinde de yakından incelenmesi gereken önemli değişimlere neden olmuştur(Gezgin, 2002: 29-39).

Medya ve bilişim sektörlerinin birleşmesiyle ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri bütünlük bir medya sunmaktadır. Bilgi, iletişim, medya sektörlerinin bilgisayar ve ağ teknolojisiyle birleşmesinden meydana gelen bu sanal yayıncılık ortamı, gazete, radyo, televizyon gibi geleneksel medyalardan farklı olarak karşılıklı etkileşimi ve kişisel yayıncılığı mümkün kılmaktadır. Yeni medya adı verilen bu sanal ortam, kimi çevrelerce internet ile özdeşleştirilse de cep telefonları, sayısal televizyon, uydu iletişimi, interaktif televizyon, sanal gerçeklikler (VR), bilgisayar oyunları gibi açılımları nedeniyle bu tip sınırlamalara glemeyecek kadar kapsamlıdır. Gözlemlenen, yeni medyanın tanımlanmasında sınırların tam anlamıyla çizilmiş olmadığıdır(Karaduman, 2003: 141-155).

Sanal ortam geleneksel iletişim araçlarının iç içe geçmesi anlamında bir değişime neden olmaktadır. Bu sanal ortamda yapılan gazetecilik de sanal gazetecilik, internet gazeteciliği ya da on-line gazetecilik gibi adlar almaktadır. Sanal ortam, haberin hem görüntüsüne hem sesine hem de metnine ulaşmayı olanaklı kılmaktadır. Böylece, haber verme açısından gazetelerdeki yer sınırı, radyo ve televizyonlardaki süre sınırı ortadan kalkmaktadır(Çakır, 2007: 123-149).

Yeni iletişim teknolojileri okuyucu/izleyiciye habere ulaşma, haberi alma/elde etme noktasında yeni seçenekler sunmaktadır. Kullanıcı, sayısal olarak daha fazla habere ulaşıp daha ayrıntılı bilgilenme imkanı elde etmektedir. Ayrıca, internet ortamında bir haberin metni yanında, sözkonusu haberle

ilgili fotoğraf, ses, hareketli görüntü gibi öğelere ulaşmak da mümkündür. Bunun yanı sıra kullanıcı, haberle ilgili linklere de kolayca ulaşabilmekte ve isterse habere yorum yazarak geri bildirimde bulunabilmektedir(Atabek, 2003: 61).

Yeni medya gazetecilere de mesleklerini icra ederken yeni olanaklar sunmaktadır. Gazeteci, sanal ortamda bir olayla ilgili bilgi ve belgelere daha kolay ve hızlı ulaşabilmekte, veri tabanlarından gerekli araştırmaları daha kolay yapabilmektedir. Ayrıca, hazırladığı haberi gazetesine sayısal ortam aracılığıyla daha çabuk ulaştırabilmektedir(Alıcı, 2003: 165).

Öte yandan, yeni iletişim araçlarına erişimin daha pahalı olması, satın alma gücü düşük ve yeni teknolojiye erişemeyen kesimleri sanal ortamdan dışlamaktadır. Yeni iletişim teknolojilerine erişim de tek başına bir anlam taşımamaktadır. Kullanıcının her türlü habere hızla ve zahmetsiz biçimde ulaşacağını savunan web sayfalarının çoğu, birbirinin içeriğini kullanmaktadır. İnternet sitelerindeki çeşitlilik, haberlere yansımamakta, birkaç kaynaktan gelen haberler, neredeyse içeriğin tamamını oluşturmaktadır. Bu durum bir yandan telif hakları alanında yeni bir hukuksal sorunlar alanı yaratırken, diğer yandan da webde niteliğin, nicelik kadar çeşitli olmadığını göstermektedir.

Yeni iletişim teknolojilerindeki en önemli öğelerden biri de etkileşimdir. Bu teknolojiye okurun, haberle ilgili düşüncelerini anında iletebilme olanağı vardır. Ancak, aynı teknoloji, okur-izler kitlenin gözetiminin ve denetiminin artırılmasına da olanak tanımaktadır(İşleyen, 2002: 73).

Öte yandan, yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla otomasyon artmakta ve haber emekçileri daha nitelikli olmaya zorlanmaktadır. Artık haber çalışanları, haber toplayıp yazma, fotoğraf çekme gibi mesleki bilgilerin yanında bilgisayar kullanımı, belirli yazılımları iyi biçimde kullanabilme, belirli düzeyde yabancı dil bilme ve teknolojik gelişmeleri yakından izleme durumundadır(Kara, 2002: 37).

Habercilik açısından dönüşümlerin yaşandığı bu süreçte, bir yandan gazetelerin basılı nüshaları sanal ortama aktarılırken diğer yandan da yeni bir iletişim aracı olarak internet haber portalları ortaya çıkmıştır.

Sürecin ilerleyen aşamalarında basılı gazetelerin ortadan kalkacağı ya da yeni medyanın yurttaş gazeteciliği gibi yeni habercilik uygulamalarını ortaya çıkarması nedeniyle gazetecilik mesleğinin yok olacağı yönünde tahminler yapılmaktadır. Bu öngörülere rağmen, gazetecilik mesleğinin şekil değişirse

bile devam edeceği yönünde güçlü kanıtlarda bulunmaktadır. Dolayısıyla sanal gazetecilik, habercilik açısından incelenmesi gereken yeni ve önemli bir alan olarak ortaya çıkmaktadır.

2. YÖNTEM

Çalışmada, geleneksel gazetecilikle sanal gazetecilik karşılaştırılmış, internet gazeteciliğinin gazetecilikteki haber toplama, yazma ve dağıtım süreçlerini nasıl değiştirdiği sorusuna yanıt aranmıştır. Bu amaçla, veri toplamada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın kapsamını sınırlamak için Türkiye'de internet ortamında en çok okunan/ziyaret edilen(son verilere göre-www.alexa.com/topsites/countries/TR) Milliyet Gazetesi'nin 5-14 Ocak 2009 tarihlerindeki 10 günlük dönemleri karşılaştırmalı olarak ele alınmış, internet sayfaları ve geleneksel gazetede haberler ve bu haberlere ilişkin fotoğraflar, gündem ve politika, ekonomi, kültür - sanat ve köşe yazısı başlıkları kapsamında değerlendirilmiştir.

3. BULGULAR

Türkiye'de yayın hayatını sürdüren *Milliyet* gazetesi, günlük siyasi bir gazetedir. Ali Naci Karacan tarafından 3 Nisan 1950'de kurulan gazete günlük 28 sayfa olarak yayınlanmaktadır. Günlük tirajı son verilere göre 150 bin civarında olan gazete, gündem, politika, ekonomi, dış haberler, kültür sanat, televizyon, seri ilanlar ve spor sayfalarından oluşmaktadır. Bünyesinde birçok köşe yazarı bulunduran gazete hafta içi ve hafta sonu ekleriyle gazetenin içeriğini zenginleştirmektedir.

Geleneksel anlamda yayın hayatına bu şekilde devam eden gazete, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri yakından takip ederek, 26 Kasım 1996'da internet yayıncılığına başlamıştır. *Milliyet*, geleneksel gazetesinin tamamını düzenli bir şekilde internetten yayınlayan ilk gazete niteliğini taşımaktadır. www.milliyet.com.tr adresinden internet yayını gerçekleştiren *Milliyet* gazetesi, sayfasında oluşturduğu haber portalı sayesinde okuyucusuna güncel haberler sunmaktadır. *En son verilere göre Milliyet Türkiye'de internet ortamında en fazla okur/ziyaretçi tarafından takip edilen internet sitesidir. (http://www.alexa.com/topsites/countries/TR)* Ajanstan gelen haberler düzenlenerek *Milliyet*'in internet gazetesinde ve geleneksel gazetesinde yayınlanmaktadır. *Milliyet*'in geleneksel gazetesinde çalışan muhabirlerinin dışında internet gazetesinden sorumlu yayın yönetmeni ve sorumlu haber editörleri de çalışmaktadır.

Milliyet'in internet gazetesi kendi içerisinde birçok bölüme ayrılmıştır. İnternet gazetesi okuyucuya her alanda okuyucuya ulaşmayı amaç edinen bir görünümde. *Milliyet*'in internet gazetesi güncel haberleri ana sayfasından, geleneksel gazetenin manşetine benzer bir formda yayınlamaktadır. *Milliyet* gazetesinin birinci sayfasında günlük ortalama 15 haber yayınlanırken, bu sayı internet gazetesinde 70'e ulaşmaktadır. Sitenin üst bölümünde haber içerikli (siyaset, ekonomi, finans, dünya, spor, güncel, yaşam, magazin, astroloji, hava durumu, çizimler, ege, cumartesi, pazar) bölümler oluşturulmuştur. www.milliyet.com.tr haber sitesinin sağ tarafında günün sıcak gelişmeleri ve son dakika haberlerinin yayınlandığı alanlar oluşturulmuştur. Sitenin bazı bölümlerine reklam bannerları yerleştirilmiştir. Site içerisinden bazı alanlara verilen linklerle okuyucuya farklı bilgiler sunulabilmektedir. *Milliyet*'in geleneksel gazetesi, basılı olarak internette ücretsiz olarak yayınlamaktadır.

Milliyet'in geleneksel gazetesinde bulunan gündem, ekonomi, dünya, politika, kültür, sanat, spor ve magazin bölümleri internet gazetesinde de bulunmaktadır. Bu bölümler geleneksel gazeteye oranla internet gazetesinde daha geliştirilmiştir. *Milliyet*'in internet gazetesinde sağladığı açılımlardan bazıları şunlardır:

Sondakika, Ekonomi, Bugünkü Milliyet, Okur Yorum, Arşiv, Haberci, Astroloji, Çizimler, Ege, Sinema, TV Rehberi, Sağlık, Teknoloji, Eğitim, Otomobil, Bebek ve Çocuk, Mizah, Galeri ve İnternet TV.

Bu bölümlerin dışında *Milliyet*'in internet gazetesinde iddia, sayısal loto, şans topu, milli piyango ve at yarışı sonuçları, iletişim ve kurumsal bilgilerin de yayınlandığı bölümler bulunmaktadır.

Yukarıda bilgilere bakılarak, *Milliyet*'in internet gazetesinde birçok yeni açılımı sunduğu söylenebilir. Geleneksel gazetesinde yer veremediği birçok veriyi *Milliyet*, internet gazetesinden yayınlamaktadır. *Milliyet*, internet gazetesinde okuyucusunu haberde etkin kılmaya yönelik çeşitli bölümlere yer vermiştir. İnternette daha çok haber ve daha çok bilgi yayınlayarak, okuyucunun ilgisini çekmeye çalışmaktadır. Bununla birlikte *Milliyet*, internet gazetesinde okuyucuya yönelik yarışma ve eğlence bölümleri de oluşturmuştur.

Milliyet gazetesinin incelenen dönem boyunca internet gazetesi ve geleneksel gazetesi üzerine yapılan karşılaştırmalı, gündem ve politika, ekonomi, kültür ve sanat, köşe ve yorum yazıları kategorilerinde haber ve fotoğraf analizi verileri Tablo 1'deki gibidir. Tablo 1'de görüldüğü gibi *Milliyet*'in geleneksel gazetesinde incelenen bölümlerle ilgili günlük ortalama 56 haber yayınlanırken,

internet gazetesinde günlük ortalama 87 haber yayınlanmıştır. *Milliyet*'in geleneksel gazetesinde bu haberlerle ilişkilendirilen günlük ortalama 54 fotoğraf yer alırken, internet gazetesinde günlük ortalama 105 fotoğraf yayınlanmıştır. Tablo 1'den de incelendiğinde, *Milliyet*'in internet gazetesi geleneksel gazetesine oranla görsel malzeme ve içerik bakımından daha zengindir. Ayrıca *Milliyet*'in, yukarıda anlatılan internet gazetesinde oluşturduğu yeni açılımlar, gazetecilik anlamında önemli gelişmeler olarak değerlendirilebilir.

Tablo 1: Milliyet Gazetesinin Geleneksel ve İnternet Gazetelerinin Haber ve Fotoğraf Sayılarının Karşılaştırılması.

MİLLİYET GAZETESİ	Gündem ve Politika Haberleri				Ekonomi Haberleri				Kültür Sanat Haberleri				Yorum / Köşe Yazısı Haberleri			
	Geleneksel Gazete		İnternet Gazetesi		Geleneksel Gazete		İnternet Gazetesi		Geleneksel Gazete		İnternet Gazetesi		Geleneksel Gazete		İnternet Gazetesi	
	Haber	Foto	Haber	Foto	Haber	Foto	Haber	Foto	Haber	Foto	Haber	Foto	Haber	Foto	Haber	Foto
05 Ocak 2009	33	42	56	135	13	6	15	9	5	4	10	8	9	-	9	-
06 Ocak 2009	36	48	61	136	22	22	20	22	4	4	9	10	13	-	14	-
07 Ocak 2009	38	43	72	80	24	22	17	20	5	6	8	10	12	-	16	-
08 Ocak 2009	42	55	66	70	21	15	25	22	6	7	12	11	15	-	16	-
09 Ocak 2009	39	50	60	70	21	17	23	21	5	8	9	12	12	-	16	-
10 Ocak 2009	31	38	60	65	21	17	21	24	4	4	5	7	10	-	14	-
11 Ocak 2009	32	10	63	70	20	18	23	25	6	5	7	9	10	-	14	-
12 Ocak 2009	30	25	57	60	21	18	10	10	3	5	12	10	12	-	8	-
13 Ocak 2009	23	17	89	92	22	15	28	22	5	8	10	8	10	-	14	-
14 Ocak 2009	25	19	82	160	20	18	19	19	5	7	10	10	12	-	17	-
Toplam	321	347	584	778	205	168	201	194	48	58	92	95	115		135	

4. GÜNDEM VE POLİTİKA HABERLERİ

Milliyet Gazetesinin gündem ve politika haberleriyle birlikte, bu haberlerle ilişkilendirilen fotoğrafların sayısal oranı Tablo 1'de verilmiştir. Tablo 1'de de görüleceği gibi *Milliyet*'in geleneksel gazetesinde günlük ortalama 32 gündem ve politika ile ilgili haber yayınlanırken, internet gazetesinde 58 gündem ve politika haberi yayınlanmıştır. *Milliyet*'in geleneksel gazetesinde bu haberlerle ilişkilendirilen günlük ortalama 37 fotoğraf yayınlanırken, internet gazetesinde 78 fotoğraf kullanılmıştır. Tablo 1'den de anlaşıldığı üzere *Milliyet*'in internet gazetesi geleneksel gazetesine oranla daha fazla fotoğraf ve haber yayınlamaktadır. Bu durum internet gazeteciliğinde fotoğraf kullanımının yoğun olduğunu göstermektedir.

5. EKONOMİ HABERLERİ

Tablo 1 incelendiğinde, *Milliyet*'in geleneksel gazetesinde günlük ortalama 20 ekonomi haberi yayınlanırken, internet gazetesinde bu sayı 21'dir. *Milliyet*'in, geleneksel gazetesinden ekonomi ile ilgili günlük ortalama 6 fotoğraf yayınlanırken, internet gazetesinde 19 fotoğrafa yer verilmiştir. *Milliyet*'in internet

gazetesinin ekonomi haberleri bakımından geleneksel gazetesiyile benzerlik göstermesini, *Milliyet*'in internet gazetesinin son dakika haberciliğine önem vermesinden kaynaklandığını söylemek olanaklıdır.

İnternet gazetesinde alan sıkıntısının olmaması nedeniyle, gazete sayfasında her bölüm içinde ayrı reklamlara yer vermiştir. Reklam verenler veya reklam şirketlerinin hedefi daha ucuza daha fazla kişiye ulaşmaktır. Bu nedenlerden dolayı internet gazetesi geleneksel gazeteye oranla reklam veren açısından daha fazla tercih edilmektedir.

6. KÜLTÜR - SANAT HABERLERİ

Tablo 1'de de görüldüğü gibi, *Milliyet*'in geleneksel gazetesinde günlük ortalama 4 kültür sanat haberi, bu haberlerle ilişkilendirilen 6 fotoğraf yayınlanırken internet gazetesinde günlük ortalama 9 kültür sanat haberi ve bu haberle ilişkilendirilen 10 fotoğraf okuyucuya sunulmuştur. Günlük yaklaşık 2 milyon tekil ziyaretçiye sahip olan *Milliyet*'in internet gazetesi, kültür sanat haberi sayısı bakımından geleneksel gazetesini geride bırakmıştır.

7. KÖŞE YAZARLARI

Milliyet'in geleneksel ve internet gazetesinde yazı yazar köşe yazarları ve yazılarının toplamı Tablo 1'de gösterilmektedir. Araştırma kapsamında *Milliyet*'in geleneksel gazetesinde günlük ortalama 11 köşe yazarının yazısı yayınlanırken, internet gazetesinde 14 köşe yazarının yazısı yayınlanmıştır. *Milliyet*'in internet gazetesinin alt bölümlerinde yazı yazar köşe yazarı ve yorumcular araştırma kapsamında tutulmamıştır. Tablo 1'den anlaşıldığı üzere *Milliyet*'in internet gazetesi de köşe yazarı bakımından geleneksel gazetesinden daha zengindir.

8. SONUÇ

Yeni iletişim teknolojilerin ortaya çıkmasıyla birlikte medya hem biçimsel hem de içeriksel olarak değişmekte ve bu süreç hızlanarak devam etmektedir. Kitle iletişim araçlarının kronolojik sıralamasında ilk sırada yer alan gazeteler de bu değişim ve gelişmelerden etkilenmekte, geleneksel yayınlarının yanında daha fazla okuyucuya/izleyiciye ulaşabilmek için sanal ortamın olanaklarından faydalanmaktadır. Çalışmada örnek olarak seçtiğimiz *Milliyet* Gazetesi geleneksel yayını 150 binlik bir satış yaparken, internet gazetesi milliyet.com.tr Türkiye'nin en fazla ziyaret edilen internet gazetesi olma

özelliğini taşımaktadır. Milliyet Gazetesi geleneksel gazetesi ile ulaşamaya-
cağı bir okur kitlesine, internet ortamında ulaşabilmekte, internet ortamında-
ki takip edilme oranını reklam ve dolayısıyla paraya çevirebilmektedir.

Milliyet Gazetesi'nin 5-14 Ocak 2009 tarihlerindeki 10 günlük dönemdeki in-
ternet sayfaları ve geleneksel gazetesindeki, haberler ve bu haberlere ilişkin fo-
toğraflar, gündem ve politika, ekonomi, kültür - sanat ve köşe yazısı başlıkları
karşılaştırmalı olarak değerlendirildiğinde; internet gazetesinin haber, fotoğraf
ve köşe yazısı kullanımında, geleneksel gazetecilikten nitel olarak önde oldu-
ğu görülmektedir.

Milliyet'in geleneksel gazetesinde incelenen dönemde günlük ortalama 56 ha-
ber yayınlanırken, internet gazetesinde 87 haber yayınlanmıştır. *Milliyet*'in ge-
leneksel gazetesinde bu haberlerle ilişkilendirilen günlük ortalama 54 fotoğraf
yer alırken, internet gazetesinde 105 fotoğraf yayınlanmıştır. Bu durum; inter-
net gazetesinin geleneksel gazeteye oranla görsel malzeme (%94,44) ve içerik
bakımından (%55,35) daha zengin olduğunu göstermektedir. Çoklu ortam ola-
rak nitelendirilen internet ortamında fotoğraf ve görüntüye daha fazla önem
verildiği ortaya çıkmaktadır. Haber sayısında görülen sayısal fazlalık ise içeri-
ğe olumlu yansımamakta, geleneksel gazetede sayfaya girmeyecek haberler,
sanal ortamda kendine yer bulabilmektedir.

Milliyet'in geleneksel gazetesinde günlük ortalama 32, internet gazetesinde
58 gündem ve politika haberi yayınlanırken, geleneksel gazetesinde bu ha-
berlerle ilişkilendirilen günlük ortalama 37, internet gazetesinde 78 fotoğraf
kullanılmıştır. *Milliyet*'in internet gazetesinin geleneksel gazetesine oranla
daha fazla fotoğraf ve haber yayınlaması sanal ortamda görselliğe daha fazla
önem verdiğini göstermektedir.

Milliyet'in geleneksel gazetesi(20) ile internet gazetesinin(21) haber kullanma
sayılarının ise birbirine yakın olduğu görülmektedir. Fotoğraf kullanımında
ise internet gazeteciliği lehine 19'a 6 oranında bir fark ortaya çıkmaktadır.

Milliyet'in geleneksel gazetesinde günlük ortalama 4 kültür sanat haberi, bu ha-
berlerle ilişkilendirilen 6 fotoğraf yayınlanırken internet gazetesinde 9 kültür
sanat haberi ve 10 fotoğraf okuyucuya sunulmaktadır. Kültür-sanat haber ve
fotoğraf sayısında da internet gazeteciliği lehine bir durum gözlenmektedir.

Milliyet'in geleneksel gazetesinde günlük ortalama 11 köşe yazarı, internet gaze-
tesinde ise 14 köşe yazarı görüşlerini okuyucuyla paylaşmaktadır. Günlük yak-
laşık 2 milyon tekil ziyaretçiye sahip olan *Milliyet*'in internet gazetesi, habercili-
ğin tüm alanlarında sayısal olarak geleneksel gazetenin önünde yer almaktadır.

Araştırma kapsamında ortaya çıkan bir sonuç da, internet gazetesinde alan sıkıntısının olmaması nedeniyle, gazete sayfasında her bölüm için ayrı reklamlara yer verilmiş olduğudur. Reklam verenler veya reklam şirketlerinin hedefi daha ucuza daha fazla kişiye ulaşmaktır. Bu nedenlerden dolayı internet gazetesinin geleneksel gazeteye oranla reklam veren açısından daha fazla tercih edildiği söylenebilir.

Sonuç olarak, günümüz insanı haberleri artık internetten takip etmekte özellikle gençler sanal ortamı tercih ettikleri için geleneksel gazetelerin tirajları gün geçtikçe düşmekte, geleneksel gazeteler bu düşüş karşısında internet gazeteciliğine ağırlık veren bir yapıya doğru evrimlenmektedirler. Reklamların internet gazetelerine kayması nedeniyle gazetelerin reklamlardan aldığı payın da giderek düştüğü görülmektedir. Bu durum digital medyanın önümüzdeki yıllarda geleneksel medyaya göre daha yaygın ve etkin bir görünüme ulaşacağına ipuçlarını vermektedir. İnternet medyasının tüm bu avantajlarına rağmen, nicelik ve güvenilirlik konusunda katetmesi gereken mesafenin oldukça fazla olduğu söylenebilir.

9. KAYNAKLAR

- ATABEK, Ü., "İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya için Olanaklar", **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, der. Sevdâ Alankuş, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.
- ÇAKIR, H., **Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği**, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı : 22, s.123-149, 2007.
- GÜRCAN, H. İ., **Sanal Gazetecilik**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi yayınları no:31, 1999.
- GEZGİN, S., "Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği", **İnternet Çağında Gazetecilik**, Haz. Serhan Yedig-Haşim Akman, İstanbul, Metis Yayınları, 2002.
- HALICI, N., "Online Gazetecilik", **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, der. Sevdâ Alankuş, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.
- İŞLEYEN, E., "Milliyet Nasıl Hazırlanıyor?", **İnternet Çağında Gazetecilik**, haz. Serhan Yedig-Haşim Akman, İstanbul, Metis Yayınları, 2002.
- KARADUMAN, M., "İnternet ve Gazetecilik", **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, der. Sevdâ Alankuş, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.
- KARA, H., "İnternet, Gazetecilik ve Yeni Olanaklar", **İnternet Çağında Gazetecilik**, haz. Serhan Yedig-Haşim Akman, İstanbul, Metis Yayınları, 2002, 37-45.
- Milliyet Gazetesi*, 05 Ocak 2009-14 Ocak 2009
<http://www.milliyet.com.tr> Erişim Tarihi 05 Ocak 2009-14 Ocak 2009
<http://www.alex.com/topsites/countries/TR-> Erişim Tarihi 10.01.2009