

İKİNCİ BÖLÜM

İNTERNET YAYINCILIĞI

İnsan, tarih serüveni içerisinde yaşadığı dönem ve zamanın ruhuna uygun iletişim biçimlerini ve araçlarını bir biçimde üretmiştir⁷⁴⁹.” “Yeni şeyler yeni sözcüklere ihtiyaç duymaktadır. Fakat yeni şeyler aynı zamanda derin anlamlara sahip olan eski kelimeleri de değişikliğe uğratmaktadır. Telgraf ve baskı makinesi haber sözcüğüyle kastettiğimiz manayı değiştirmiştir. Televizyon, siyasi tartışma, haberler, kamuoyu terimleri ile ifade ettiğimiz manaları değişikliğe uğratmıştır. Bilgisayar haber sözcüğünün manasını bir kez daha değiştirmiştir⁷⁵⁰.”

İnternet “ağlar arası ağ” ya da “bilgisayar ağlarının ağı” olarak Türkçeye çevrilebilmektedir⁷⁵¹. Bugün bir anlamda yeryüzündeki sınırların kalkması anlamına gelen internet sayesinde insanlar dilediği bilgiye istediği an ulaşabildiği gibi dünyanın bir diğer ucunda bulunan kişilerle de anında iletişime geçebilmektedir. İnternet bu yönleriyle birey ve toplum hayatında adeta bir çığır açmış ve yaşamı topyekün etkilemiştir. Bu bağlamda enformasyon teknolojileri, özellikle de kamusal ve özel alan ayrımı tanımadan tüm dünyayı elektronik ortamda birbirine bağlayan siber-uzay içinde internetin oynadığı dönüştürücü rol tartışılmaz bir öneme sahiptir⁷⁵². İnternet bugün en önemli dijital ortam olarak görülmektedir ve internet bir taraftan günlük kişisel iletişimde, e-posta, eş zamanlı sohbet servisleri ve online forumlarla kullanıcıların ekonomik biçimde iletişimini sağlarken, diğer taraftan medya kuruluşları tarafından yeni bir mecra olarak kullanılmaktadır⁷⁵³.

Bireysel ve toplumsal mirasın kuşaktan kuşağa aktarımında, kamuoyu oluşumunda ve tarihsel bilgilerin ham olarak ilk derlenip toparlanma yeri olan geleneksel türdeki yayıncılığın yanında, internet kullanımının yaygınlık kazanması ile günümüzde internet yayıncılığı olarak anılan yeni bir yayıncılık türü ortaya

⁷⁴⁹ Babacan, Haşlak ve Hira, s.67.

⁷⁵⁰ Postman, s. 17.

⁷⁵¹ Yolcu, 2008, s.82.

⁷⁵² Dolgun, 2011, s. 222.

⁷⁵³ Gorman & McLean, s.198

çıkıştır⁷⁵⁴. Bu yeni tarz yayıncılık mesleki alanda yeni özellikleri de beraberinde getirmektedir. Çünkü yayıncılık klasik anlamda var olduğu mecradan çok farklı bir ortama geçiş yapmış ve yepyeni özellikler kazanmıştır. İnternet ile geleneksel haber kaynaklarına bir yenisinin eklenmesinin yanı sıra sanal ortamda yüz binlerce kurum ve kişinin web sayfasına ulaşım imkanı da sağlanmıştır⁷⁵⁵.

İnternet bir yayın aracıdır ve kitle iletişimde bugün çok önemli bir paya sahiptir. Fakat bu aracın kendine has özellikleri vardır. HTML dokümanı olan web sayfası grafik ve sayısal kod tasarımıyla oluşmaktadır⁷⁵⁶ ve sanılanın aksine ne bir gazetedir ne de bir dergi ya da kitap. Yayınlanmış bir günlük gazete ya da dergi, on onbeş dakika içinde ve hatta sayfa sayfa internet ortamında yayımlanabilir ya da bambaşka bir gazete de yapılabilir. Yani internetin sunduklarıyla çok çeşitli ve zengin bir içerik elde edilebilir⁷⁵⁷. İnternet bugün devasa bir arşiv niteliğindedir ve bu arşiv sayesinde yalnız bugüne ait değil geçmişe dair araştırmalar için de pek çok kaynağa ulaşmak mümkündür⁷⁵⁸.

2.1. İNTERNET YAYINCILIĞININ TANIMI

İnternet yayıncılığını, yayıncılığın çeşitli yöntemlerinin kullanılarak, insanları internet aracılığı ile bilgilendirme olarak tanımlamamız mümkündür⁷⁵⁹. Fakat bu tanım internet yayıncılığının ancak dar bir tanımı olabilir çünkü internet yayıncılığı denilen olgu bugün gazete ve televizyonların web sayfalarından, insanların görüşlerini ifade etmek için yazdığı “blog”lara ve hatta bir gecede yapılan kişisel internet sitelerine kadar uzanmaktadır. Çünkü internet sayesinde ilk defa bir iletişim aracında, sahiplik ve kontrol kavramı kalkmış, bir bilgisayar ve interneti olan herkes, birer yayıncı durumuna gelmiştir⁷⁶⁰. Çoklu ortam gazeteciliği iki türlü tanımlanmaktadır:

⁷⁵⁴ Biçer, 2006, s.37.

⁷⁵⁵ Biçer, 2006, s.79.

⁷⁵⁶ Türkiye Bilişim Şurası, 2002, s. 477.

⁷⁵⁷ Biçer, 2006, s.37.

⁷⁵⁸ Biçer, 2006, s.80.

⁷⁵⁹ Karaduman, 2002, s.86.

⁷⁶⁰ Biçer, 2006, s.37.

“İlki, iki veya daha fazla medya formatını kullanan web sitelerinde haber paketlerinin sunumudur. Bunlar etkileşimli ve hipermetinler içeren haberler, müzikler, görüntüler, grafik animasyonlardır. İkincisi, farklı medyalar kullanarak haber paketlerinin sunulmasıdır. Bunlar bir web sitesi, e-mail, sms, mms, radyo, televizyon, teletext, gazete ve dergidir⁷⁶¹.”

Bugün geleneksel yayıncılığın en hızlı ve popüler iletişim aracı olan televizyonda bile haber materyallerinin alındıktan sonra merkeze gönderilmesi ve burada da bir takım işlemlerden sonra yayınlanması söz konusudur⁷⁶². Oysa internet yayıncılığı bundan çok daha hızlı ve etkileşim gücü kuvvetli bir araçtır. Çünkü internet iki teknolojik unsura dayanır: Bilgisayarlar arasında ağ ve içeriğin dijitalleştirilmesi⁷⁶³. Bu bağlamda internet sadece gazete, radyo ya da televizyon değildir. Bunlardan daha fazlası olan internet yeni bir iletişim aracıdır ve bu araç üzerinden yapılan yayıncılık çok boyutlu olmaktadır. Ayrıca internetin sağladığı avantajlar sayesinde gazeteciler haberin peşinde koşmadan habere ulaşabilmekte ve daha çok araştırma yapabilmektedir. Bu bağlamda interneti bir haber kaynağı olarak kullanarak haber yapmaya “bilgisayar destekli muhabirlik” denilmektedir⁷⁶⁴.

İnternetin bir haber kaynağı olarak kullanımını gazeteler açısından incelediğimizde bu durumun gazeteler açısından da daha karlı ve daha az zahmetli bir iş olduğu rahatlıkla görülmektedir⁷⁶⁵. Örneğin bugün bir gazete dünyanın her yerine muhabir gönderemez fakat internetin sağladığı bilgi sayesinde bir gazeteci dünyanın pek çok yeri hakkında bilgiye kolayca ulaşabilir.

Günümüzde internet ortamında haber sunumu yapılan alanları genel olarak iki grupta toplamak mümkündür. Bunlar içerik sağlayıcılar ve servis sağlayıcılarıdır⁷⁶⁶. İçerik sağlayıcıları internet kullanıcıları tarafından erişilen bilgiyi bizzat üreten internet sujesi olarak tanımlayabiliriz. İnternette yer alan haber sunum platformları bu bağlamda birer içerik sağlayıcılarıdır. İçerik sağlayıcılar internete bağlanmak için servis sağlayıcılara ihtiyaç duymaktadır. Servis sağlayıcıları ise içerik sağlayıcıları internete erişirmektedir. Bugün artık pek çok servis sağlayıcı içerik de üretmektedir.

⁷⁶¹ Karaman, 2010, s.28.

⁷⁶² Biçer, 2006, s.38.

⁷⁶³ Kogut, 2003, s.1.

⁷⁶⁴ Gürçan, 1999, s.82.

⁷⁶⁵ Biçer, 2006, s.80.

⁷⁶⁶ Biçer, 2006, s.82.

İnternet ortamında ayrıca haber grupları, e-mail ve sohbet odaları gibi haber sunumu yapılan alanlar da mevcuttur.

İnternet yayıncılığı için ilk olarak kullanılacak program dilinin ve veri tabanının seçilmesi gerekmektedir. Daha sonra ara yüz tasarımı yapılır. Son olarak yayınlanacak verilerin yayınlanması ve verilerin güncelleştirilmesi gerekmektedir⁷⁶⁷. Programlama dilleri, internet üzerinde program geliştirmeye olanak sağlayan bir kodlama biçimidir. HTML, ASP, ASPX, PHP, CFML, JavaScript gibi programlama dilleri bulunmaktadır. HTML (Hyper Text Markup Language/Hareketli-Metin İşaretleme Dili) basitçe tarayıcılarla görebileceğimiz, internet belgeleri oluşturmaya yarayan bir dildir⁷⁶⁸.

2.2. İNTERNET YAYINCILIĞININ DÜNYADAKİ GELİŞİMİ

İnternet yayıncılığının ilk ortaya çıktığı ülke Amerika Birleşik Devletleri'dir.

Bugün internette en çok ilgi gören üç uygulama bulunmaktadır. Bunlar elektronik posta, haber grupları ve dünya çapında ağ (world wide web/www)'dir⁷⁶⁹. Elektronik posta, 1970'lerde, haber grupları 1980'lerde, world wide web ise 1990'larda popülerlik kazanmıştır. İnternet 1960'lı yıllarda yalnızca askeri amaçlı iken 70'li ve 80'li yıllarda akademik çevreler de internete ilgi göstermeye başlamıştır⁷⁷⁰. İnternet yayıncılığının ilk örneği teleteksttir. Teleteksi, starteks, videotekst, ilan panosu sistemleri izlenmiş olup, world wide web (www) nihai nokta olmuştur⁷⁷¹. Teletekst etkileşimli bir sistem olmayıp, tek yönlüdür ve televizyonda yer alan metin ve grafiklerin iletimini sağlamaktadır. Videotekst etkileşimi de içeren bir sistem olmasına rağmen videotekste erişim için gerekli olan donanımların pahalı olması videotekstin yaygınlaşmasının önüne geçmiştir⁷⁷². İlan panosu sistemi ise kişisel bilgisayarla tam etkileşimli online sistemleri içermektedir ve bilgisayarın bir modeme bağlanması ile gelen aramalara yanıt vermektedir⁷⁷³. Starteks ise ilk gazete

⁷⁶⁷ Yolcu, 2008, s.86.

⁷⁶⁸ Yolcu, 2008, s.87.

⁷⁶⁹ Yolcu, 2008, s.84.

⁷⁷⁰ Yolcu, 2008, s.84.

⁷⁷¹ Karaman, 2010, s.27.

⁷⁷² Karaman, 2010, s.27.

⁷⁷³ Karaman, 2010, s.27.

videotekst sistemidir ve bilgiyi göndermesinin yanısıra kullanıcıları içerik sağlama konusunda cesaretlendirmektedir⁷⁷⁴. Son aşama ise world wide web'tir. Web diğerlerinden farklı bir alandır çünkü sınırsız kapasiteye, esnekliğe, dolaysızlığa ve etkileşime sahiptir. Bu bağlamda üst metinlilik özelliği (hypertextuality), çoklu ortam (multimediality) ve etkileşimlilik (interactivity) internet yayıncılığını geleneksel yayıncılıktan ayıran üç temel unsur olarak karşımıza çıkmaktadır⁷⁷⁵.

İnternet yayıncılığında üç dönemden söz edebiliriz. Birinci dönem haber içeriğinin internet için üretilmediği, geleneksel haberlerin internet ortamına aktarıldığı dönemdir. Bu dönemde var olan klasik yayıncılık anlayışı aynı şekilde internet ortamında kendine yer bulmuştur. İkinci dönemde gazeteciler internet için özgün haber içerikleri üretmektedir. Bu dönem Türkiye'de yaklaşık olarak iki yıl sürmüştür. Üçüncü dönem ise internet gazeteciliği için düşünülen haber yapma ve kullanıcıya içeriği denetleme olanağı veren, tek yönlü iletişim yerine interaktif iletişimin sağlandığı dönemdir⁷⁷⁶. Türkiye'de üçüncü dönem 1997'de başlamıştır.

İlk yıllarda internet yayıncılığı ayrı, kendine has bir iletişim aracı olarak görülmeyip daha çok gazetelerin satışlarını arttırmak amacıyla kullandığı bir mecra olmuştur. Daha sonra özellikle üniversiteler internet üzerinden yayın yaparak kitlelerin eğitilebileceği düşüncesinden hareketle, internet altyapılarını geliştirerek interneti eğitim amaçlı kullanmaya başlamıştır. Bu alanda Portlant'daki Maine Üniversitesi bir ilk olmuştur⁷⁷⁷.

ABD'de yayın hayatına başlayan salon (www.salon.com) adlı bilgisayar magazini bu işi ilk olarak gerçekleştiren yayın kuruluşudur. Daha sonra internet yayıncılığı ABD'de hızla gelişmiştir ve 1994 yılına gelindiğinde 450 yayın kuruluşu internet ortamında da faaliyetlerini sürdürür hale gelmiştir⁷⁷⁸. İlk online gazete de ABD'de ortaya çıkmıştır. 1995 yılında sekiz büyük gazete baskıya hazır gazete sayfalarını online olarak anında aktarmak amacıyla; Yeni Yüzyıl Yayın Ağı adıyla bir şirket kurarak haber yayıncılığında sanal dönemi örgütsel olarak

⁷⁷⁴ Karaman, 2010, s.27.

⁷⁷⁵ Karaman, 2010, s.28.

⁷⁷⁶ Tokgöz, 2000, s.69.

⁷⁷⁷ Biçer, 2006, s.39.

⁷⁷⁸ David, 1995, s.39.

başlatmışlardır⁷⁷⁹. Bundan sonraki aşamada diğer ülkelerdeki gazeteler de internete girerek sanal versiyonlarını yayınlamaya başlamışlardır.

Genellikle ilk dönemlerde basılı gazetelerin web siteleri basılı gazetelere çok benzemekle birlikte çeşitli eklenti ve güncellenebilen yazı ya da haber içerikleriyle bu sayfalar desteklenmiştir⁷⁸⁰. Daha sonraki dönemde internet yayıncılığının sürekli gelişimine tanıklık edilmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinden yararlanarak yayınlarını güncelleyen internet yayın organları farklı biçim ve içerikleriyle kitle iletişim araçları arasındaki temel yerini almıştır⁷⁸¹.

Kısacası internet yayıncılığı hayata geçtiği ilk andan itibaren kullanıcının gereksinim duyduğu her türlü bilgi, belge, fotoğraf ve kişi görüşlerine oturduğu yerden ulaşabilmesi ve edindiği bilgilerin doğruluğunun sınımmasını yine internet üzerinden yapma olanağı sunmuştur⁷⁸².

Bugün ise internet üzerinden yayın yapan kuruluşların sayısını bilmek neredeyse imkansızdır. Günümüzde internetin oluşturduğu iletişim sektöründe 1,2 milyon insan çalışmaktadır ve internet endüstrisi 300 milyar \$'lık bir ekonomi oluşturmaktadır⁷⁸³.

2.3. İNTERNET YAYINCILIĞININ AVANTAJLARI

İnternet yayıncılığının kendine özgü yapısı nedeniyle klasik yayıncılık anlayışının sağlayamadığı faydaları mevcuttur. Bu avantajları şu şekilde sıralayabiliriz⁷⁸⁴:

- Yaygın ve Anlık İletişimin Sağlanması: İnternet bilgiye anında ulaşma olanağı sağlamaktadır.

- Düşük Maliyetle İletişimin Sağlanması: Bilginin internet ortamında sunumu geleneksel yayıncılık mekanizmalarına göre düşük maliyetli olup, bilginin büyük bir kitleye kısa bir zaman içerisinde ulaştırılabilmesine olanak sağlamaktadır.

⁷⁷⁹ Karaduman, 2002, s.88.

⁷⁸⁰ Onursoy, 2001, s.5.

⁷⁸¹ Karaduman, 2002, s.88.

⁷⁸² Gürcan, s.18.

⁷⁸³ Biçer, 2006, s.40.

⁷⁸⁴ Biçer, 2006, s.42.

- İnteraktif Yayın Olanığı Sağlanması: Görsel, işitsel ve yazılı iletişim olanaklarının internet ortamında birleşmesi ile internet yayımları interaktif bir hale gelmekte ve klasik kitle iletişim araçlarının eksik tarafı olan çift yönlü iletişim gerçekleşmektedir.

- Başka Bilgilere Elektronik Bağlantı Olanığı Sağlanması: Hyperlink olarak da adlandırılan elektronik linkler kullanıcıların istedikleri bilgiye ulaşabilmeleri için dokümanlar arasında hızlı ve kolay bir biçimde dolaşabilmelerine ve yazılı bir biçimde sunulmayan bilgi kaynakları arasındaki ilginin kurulabilmesine olanak sağlamaktadır⁷⁸⁵.

- İletişimin Belirli Bir Merkezden Kontrol Edilememesi: İnternet belirli bir merkezden kontrol edilemeyen açık bir iletişim ağı niteliğinde olup, milyonlarca bilgisayar ve alt sistemden oluşan ademi merkeziyetçi bir yapıdır⁷⁸⁶.

- İletişimin Taraflarının Kimliklerinin Gizlenebilmesi: Kişiler eğer isterlerse internet üzerinden gerçekleştirdikleri işlemlerin gizli kalmasını sağlayabilirler.

- İletişimin Sağladığı Ortamın Esnek Yapısı: İnternet yayımlarının içeriğinin yayıncı tarafından kontrol edilebilir olması internet yayıncılığına esneklik kazandırmaktadır. İçerikle ilgili anlık değişimlerin yapılması, bilginin güncel kalması bu sayede mümkün olmaktadır.

2.4. İNTERNET YAYINCILIĞININ GETİRDİĞİ YENİLİKLER

2.4.1. İnternetin Medya Yönetimi Alanında Getirdiği Yenilikler

İnternet yayıncılığının gelişmesi ile birlikte yayıncılığın geleneksel yapısında çeşitli değişiklikler gerçekleşmiştir. Bunlardan en önemlisi, internet yayıncılığının, haberin dağıtımını esnasında herhangi bir basım masrafı gerektirmemesidir. Buna bağlı olarak internet yayıncıları, büyük bir sermaye ve altyapı yatırımlarına ihtiyaç duymamaktadırlar. Dağıtım masraflarının az olması, bu sektördeki yayıncıların

⁷⁸⁵ Biçer, 2006, s.44.

⁷⁸⁶ Biçer, 2006, s.44.

bütçelerinin gider kalemlerinin büyük bölümünü habere ulaşma amaçlı masraflara ve pazarlama giderlerine ayırabilmelerini sağlamıştır. Böylelikle, internet yayıncılığı piyasasında tekelleşme de önlenmektedir. Tekelleşmenin olmadığı bir yayıncılık piyasasında, kamuoyu da sansüresiz ve çıkar amacı güdülmeyen haberlere ulaşabilme imkanına kavuşabilmektedir. Ayrıca, internet yayıncılığında, geleneksel yayıncılıktan farklı olarak, tiraj artırma amaçlı ürün kampanyaları da işlevini yitirmiştir. Bu durum da yine geleneksel yayıncılıktaki rekabet dinamiklerini değiştirmiştir, internet yayıncıları arasındaki rekabet artık haberin hızlı verilmesi ve haberin güvenilirliği gibi alanlarda gerçekleşmektedir.

İnternet yayıncılığının getirdiği diğer bir yenilik de yayıncılığın gerektirdiği editoryal faaliyetler ile ilgilidir. Geleneksel gazetecilikte haberler için ayrılan sayfalar sınırlı olduğu için haberler arasında bir editoryal seçim yapılması gerekmektedir. Geleneksel gazetecilikte okuyucuya yalnız önemli olduğuna karar verilen haberler verilebilmekte iken internet yayıncılığının sınırsız içerik barındırabilme avantajından dolayı internet yayıncıları ürettikleri tüm haberleri kullanıcıya sunabilmektedirler. İnternet yayıncılarının editoryal faaliyeti, haberleri seçmek değil haberleri önem sırasına göre sunmak alanındadır. İnternet yayıncılığında editoryal seçim kullanıcılar tarafından gerçekleştirilmektedir.

İnternet gazeteciliği ile birlikte şekil değiştiren olgulardan biri de haberin sunulmuş biçimidir. Ekran okuma alışkanlıklarının, basılı materyal okuma alışkanlıklarından farklı olması nedeniyle haberlerin sunulmuş biçimi de değişmiş, geleneksel gazetecilikten farklı olarak haberlerde derinlikten ziyade haberin özünü çok az detayla sunma önem kazanmıştır. İnternet gazeteciliğinde derinlikli analizler tercih edilmez, okuyucunun ilgili olay hakkında kısa bir bilgi alması yeterli görülmektedir. Ayrıca, geleneksel gazetecilikte haber yalnızca resim veya fotoğraf gibi öğelerle zenginleştirilebilirken internet gazeteciliğinde habere ait ses ve video öğelerinden de yararlanılabilmektedir. Bu durum da haber metninin kısa tutulup yardımcı öğelerin kullanıcıya asıl haber içeriği olarak sunulması sonucunu doğurmaktadır. Böylelikle internet gazeteciliğinde, haber işleme, haberi yeniden yazma, haberin önemli unsurlarını ortaya çıkarma gibi temel gazetecilik işlemleri

tam olarak yerine getirilmemektedir⁷⁸⁷. Hatta zaman zaman, internet gazeteleri, ajanslardan gelen haberleri hiçbir değişikliğe uğratmadan, geldiği şekliyle kullanıcılara sunabilmektedirler. Diğer taraftan, internet gazeteciliği haberleri anlık olarak verebilmekle birlikte, ayrıca, aynı habere ilişkin güncel gelişmeleri de anlık olarak verebilmektedir. Bu nedenle, haber olarak verilen metin gün içinde defalarca değiştirilebilmekte, çeşitli eklemeler yapılmaktadır. Bu gibi durumlarda haber metni bir bütünlük arz etmemekte, yalnızca kullanıcının özet bilgi ihtiyacını karşılama amacı güden ibarelerin alt alta eklenmesi suretiyle oluşturulan bir metin haline gelmektedir.

İnternet gazeteciliğinin, gazeteciliğe getirdiği diğer yeniliklerden biri de, internetin interaktif bir platform olması nedeniyle, gazeteci ile kullanıcı arasındaki ilişkinin çok yönlü olarak yeniden yapılandırılmasıdır. Geleneksel gazetecilikte gazeteci, haberi kullanıcıya sunduktan sonra kullanıcının habere ve haberin sunuş biçimine gösterdiği tepkiyi görebilmesi belli bir zaman almaktadır. Ancak, internet gazeteciliğinde haber, sunulduğu andan itibaren kullanıcıların tepki ve yorumlarına açıktır ve bu anlık tepki ve yorumlar gazetecinin haberi yeniden biçimlendirip düzenleyip tekrar kullanıcıya sunabilmesine olanak sağlar. Ayrıca, internet üzerinden anket yapmak veya kullanıcı profillerini analiz etmek çok daha kolay olduğundan, internet gazetecisi, kullanıcının hangi haberleri tercih ettiğini, ne tür içeriklerin daha çok incelendiği gibi bilgilere rahatlıkla ulaşabilmektedir. Bu tür analiz ve anketler de internet gazeteciliğinde medya yönetimini kolaylaştıran faktörlerdir.

İnternet gazeteciliğini, geleneksel gazetecilikten ayıran diğer bir husus da daha önce haber değeri taşımayan, haber değeri taşısa bile geleneksel gazetenin gün içinde güncelliğini kaybetmesinden ötürü yer verilemeyen haberlerdir. Örneğin, hava durumundaki ani bir değişme ya da kullanıcının yaşadığı şehre ait ulaşım araçlarının tarifelerinde gerçekleşen erteleme veya iptaller geleneksel gazetede yer bulamazken internet gazeteciliğinde bu tür haberler çok önemli olabilmektedir. Gazeteciler, artık öncesinde gazete için önemli olmayan haber türlerine de ilgi duymak ve haber kaynaklarını çeşitlendirmek zorunda kalmaktadırlar.

⁷⁸⁷ Dilmen, 2005, s.92.

İnternet gazeteciliği ile birlikte önem kazanan öğelerden biri de haberlerin arşivlenmesidir. Zaman zaman kullanıcının diğer kullanıcılarla paylaştığı bir haber linkine haberin güncelliğini yitirmesinden çok sonra ulaşılmaya çalışılmakta ya da bazen de kullanıcı daha önce gördüğü habere geri dönmek isteyebilmektedir. Bu nedenle, internet gazetecileri arşivlerini düzenli bir şekilde oluşturmak, haberler arasında bağlantıları koruyarak kullanıcının kategori araması yaparak ulaşmak istediği haberi bulmasını sağlamak durumundadırlar.

İnternet, yerel gazeteciliğe özel hususlarda da çeşitli değişiklikler yaratmıştır. Yerel gazeteciler, artık haberlerini çok daha geniş kitlelere ulaştırabilme olanağına kavuşmuştur. Böylelikle kullanıcı, haberi olayın gerçekleştiği yörede yayın yapan yerel internet gazetecisinin anlatımıyla öğrenebilmektedir. Ayrıca, doğduğu veya yetiştiği bölgeden uzak bir bölgede yaşayan insanlar da, hemşehricilik duyguları içerisinde, ilgi duyduğu bölgeye ait haberleri, önemli gelişmeleri internet vasıtasıyla kolaylıkla takip edebilmektedir. İnternette yayın yapan yerel gazeteler böylelikle sadece objektif gelişmeleri kamuoyuna duyuran bir kurumdan insanlara geleneksel duyguları ileten bir kuruma dönüşmektedirler⁷⁸⁸. İnternet gazeteciliği ile birlikte medya yönetiminin en önemli unsurlarından biri olan personel istihdamında da çeşitli gelişmeler yaşanmıştır. İnternette yayın yapan bir gazetede istihdam edilecek bir personel, internetin çeşitli araçlarını, e-posta, web, dosya transferi, haber grupları, mail listeleri, forumlar konusunda detaylı bilgiye sahip olmalı, arama motorlarını etkili bir şekilde kullanabilmelidir. İnternet gazetecisi, geleneksel gazetecilerden bu yönüyle farklı olmalı ve haberi en hızlı şekilde kullanıcıya sunulabilmesi için düzenleyebilmelidir. Kullanıcılar internet gazetelerini genellikle hızlı bilgiye, fazla detaylı olmadığı şekliyle ulaşmak amacıyla kullandıklarından, temel medya organlarının internet versiyonları haricinde kalan internet gazetelerinde haberler ve gelişmelerle ilgili derin analizler sunan köşe yazarlarının istihdamı da çoğunlukla gerçekleştirilmemektedir.

⁷⁸⁸ Gürcaan & Bekiroğlu, 2007, s.24.

2.4.2. İnternetin Habere Ulaşma Alanında Getirdiği Yenilikler

İnternet, medya yönetimi alanı yanında, gazeteciliğin en önemli unsurlarından olan habere ulaşma alanında da çeşitli yenilikler getirmiştir. Geleneksel gazetecilikten farklı olarak internet gazeteciliğinde altyapı ve dağıtım için gerçekleştirilmesi gereken yatırım ihtiyacı azdır. Bu nedenle, internet gazeteciliğinde habere ulaşmak amacıyla gerçekleştirilen giderler için daha fazla bütçe ayrılabilen ve böylelikle internet gazetecileri daha fazla ve daha çeşitli kaynaklardan habere ulaşabilme olanağına kavuşmaktadır.

Geleneksel gazetecilikte gazeteciler, haberin peşinden koşmak ve haberi yakalamak için uzun ve yoğun uğraşlar vermektedirler. Ancak, internetle birlikte artık gazeteciler habere değil haberler gazetecilere ulaşabilmektedirler. Kullanıcılar, haber değeri taşıyan olayları elektronik postalar vasıtasıyla gazetecilere ulaştırmakta, gazeteciler de hızlıca bilgiyi kontrol edip haberleştirip kamuoyuna sunabilmektedirler. İnterneti ve internette yer alan forumlar, arama motorları, mail listeleri gibi platformları kullanmasını iyi bilen ve yabancı dile hâkim bir gazeteci, çok iyi bir haberi yakalama ve kamuoyuna sunma olanağına sahiptir⁷⁸⁹. Sadece bilgisayar başında oturarak ve gerekli doğrulamaları gerçekleştirerek kamuoyunun dikkatini çekebilecek çok önemli bir gelişmeyi haberleştirebilir. Diğer taraftan, internet gazetecileri, bu tür arama platformlarını etkili bir şekilde kullanmayp yalnızca abone oldukları ajansların kendilerine ilettikleri haberleri sunabilmekle yetinebilirler. Ancak, bu durum gazeteciliğin en önemli unsurlarından biri olan “özel haber”lerin azalması tehlikesini barındırmaktadır. Masa başından haber yapma kolaylığına kaçıldığı ve muhabirliğin gereklerinin yerine getirilmediği durumda, , internet gazeteciliğinin geleneksel gazeteciliğin yerini doldurması güçtür..Bu durumda, kullanıcılar, diğerlerinden farklı haber yapan geleneksel gazeteleri ve temel medya organlarının internet versiyonlarını takip etmeye devam etmektedirler.

2.5. KAMUOYUNDA İNTERNET GAZETECİLİĞİ ALGISI

İnternet gazeteciliği, toplumlar için yeni bir kavram olmasına rağmen hızlı bir yayılma göstermiş ve kamuoyunun haber almada en önemli aracı haline gelmiştir. Bu

⁷⁸⁹ Dilmen, s.95.

yeni ancak hızlı yayılma yeni alışkanlıklar geliştirdiği gibi kamuoyunda çeşitli algılar da yaratmıştır.

İnternet kullanıcılarının, internet gazetelerinden yararlanırken karşılarına çıkan en büyük problem güvenilirlik kaygısıdır. İnternet haberciliğinin doğasından kaynaklanan haberi hızlı verme çabası, zaman zaman internette dolaşan yalan veya yanlış bilgilerin haber olarak değerlendirilip kamuoyu ile paylaşılması sonucunu doğurabilmektedir. İnternet kullanıcılarının bilinçli veya bilinçsiz olarak yarattığı ve yaydığı bilgiler haberin kaynağına doğrulandıktan sonra internet gazetelerinde yer bulabilmekte ve bilginin doğru olmadığı ortaya çıktığında bu durum tüm internet gazeteciliğine mal edilebilmektedir. Haberi hızlı verme çabasının yanında, internet gazeteciliğinde haber içeriğinin her an değiştirilebilme konforu da bu tür problemlerin yaşanmasına sebebiyet verebilmektedir. Geleneksel gazeteciliğin aksine internet gazeteciliğinde henüz meslek etiğinin yerleşmemiş ve internet gazeteciliğinin güvenilirliğini amaçlayan kurumsal yapıların oluşturulamamış olması gibi faktörler, internet gazeteciliğinin gelişmesinin önündeki engellerden biri olan güvenilirlik problemini yaratmaktadır. Sektördeki bu tarz bir boşlukta ise internette yer alan bilgilerin gerçekliğini ispatlama sorumluluğu kullanıcılar üzerine yüklenilmektedir. Kullanıcılar da kendi kişisel deneyimlerine dayanarak internet gazetesi tercihlerini yapmakta ve çoğunlukla geleneksel gazetecilikte güvenilir olduğu tahmin edilen temel medya organlarının internet versiyonlarını takip etmektedirler.

Diğer taraftan, internet gazeteciliği reklam alabilme kaygısı ile tıklanma sayısını artıracak haberleri sunmaya çalışabilmektedir. Bu durum, derin analizlere yer verilememesine ve kullanıcının dikkatini daha fazla çeken ancak haber değeri taşımayan magazinsel gelişmelerin internet gazetelerinde daha fazla yer almasına yol açabilmektedir.

İnternet gazeteciliğinin kamuoyunda yarattığı diğer bir algı da haberin güncelliğine ilişkin kuşku"dur. İnternet gazeteciliğinde habere ait yer ve zaman bilgilerinin metinde yer almasına ilişkin bir standart oluşamamasından ötürü, kullanıcılar internette karşılaştıkları bir haberin güncel olup olmadığına dair şüphe taşıyabilmektedirler. İnternette yer alan haberlere, olayın yaşandığı anın üzerinden uzun zaman geçtiğinde de ulaşılabilmesinden ötürü kullanıcıların ilk defa

karşılaştıkları bir haber kendileri için yeni sayılabilmektedir. Haberin metninde de haberin zamanına ilişkin bir ifade bulunmadığında, kullanıcılarda ilgili haberin güncelliği konusunda bir tereddüt yaşanabilmektedir.

Yukarıda ifade edilen olumsuz algıların yanında, kullanıcıların internet gazetelerini tercih etmelerini sağlayan iki önemli algı da bulunmaktadır. Bunlardan ilki, internet gazeteciliğinin kullanıcının ihtiyaç duyduğu hızlı ve detaysız habere ulaşabilmesini kolaylaştırmasıdır. Kullanıcılar, herhangi bir gelişme ile ilgili olarak en hızlı haberlerin internet gazetelerinde yer aldığını düşünmekte ve haber için öncelikle internet gazetelerini taramaktadırlar. Kullanıcıların internet gazetelerini tercih etmesini sağlayan diğer bir algı da kullanıcıların internet gazeteciliğinde kendilerini daha özgür hissetmeleri ve haberleri yorumlama hakkına sahip olmalarıdır. Kullanıcılar, internet gazeteciliğinde haberin kendilerine ulaştırılmasıyla yetinmemekte; haberleri yorumlayarak geri bildirim sağlamaktadırlar. Gündemin önemli olayları hakkında söz sahibi durumuna geçen kullanıcılar, görüşlerini bildirebildikleri, diğer kullanıcıların fikirlerini öğrenebildikleri ve hatta diğer kullanıcıların yorumları hakkında da görüş bildirebildikleri için kendilerini haber üretim sürecinde daha aktif hissetmekte ve bu durum da internet gazeteciliğinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır.