

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE İNTERNET YAYINCILIĞI

3.1. TÜRKİYE'DE İNTERNET YAYINCILIĞININ GELİŞİMİ

Tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de internet yayıncılığı ya da internetin bir yayın aracı olarak kullanılması, Türk medya kuruluşlarının internet üzerinden kendi sitelerini kurması ile başlamıştır⁷⁹⁰.

Türkiye'de internet yayıncılığının geçmişi incelendiğinde ilk olarak daha çok haber yayını yapan sitelerin faaliyete geçtiği görülmektedir. Temmuz 1995'te ilk olarak internet yayınına başlayan Aktüel Dergisi'dir⁷⁹¹. Aktüel Dergisi o tarihte Boğaziçi Üniversitesi Bilgi-İşlem Merkezi üzerinden internete girip, ilk 4 günde 11 bin 500 bağlantı gerçekleştirmiştir⁷⁹². Zaman Gazetesi yine aynı yılın aralık ayında internet üzerinden faaliyetlerine başlamıştır. İlk sanal gazete ise 1996 yılının Ocak ayında "Xn" adıyla internetteki yerini almıştır⁷⁹³. Gazetenin tamamını düzenli olarak çevrimiçi veren ilk günlük gazete ise Milliyet'dir. Hürriyet ve Sabah ise 01.01.1997 yılı itibari ile internet yayıncılığına geçen gazetelerdendir. Radikal Gazetesi 28.03.1997, Cumhuriyet Gazetesi ise 07.05.1998 tarihleri itibariyle internet ortamında yayınlarına başlamışlardır.

Türkiye'de radyo ve televizyon kuruluşları da 1997 yılından itibaren internette yerlerini almaya başlamışlardır. Kanal D televizyonu, 12.06.1997'de internette yer alan ilk televizyon kanalı olmuştur⁷⁹⁴. Kanal D'yi diğer televizyon kanalları takip etmiştir.

İnternet gazeteleri 1995 yılından bugüne değin hem nitelik hem de nicelik açısından büyük ilerlemeler kaydetmiştir⁷⁹⁵. Bugün klasik anlamda yayın yapan yayıncıların aynı zamanda aktif olarak internet alanında da yayıncılık faaliyetlerine devam etmesinin yanı sıra sadece internet ortamında yayıncılık yapan ve bu yolla

⁷⁹⁰ Nizam & Biçer.

⁷⁹¹ Biçer, 2006, s.41.

⁷⁹² Karaduman, 2002, s.90.

⁷⁹³ Karaduman, 2002, s.90.

⁷⁹⁴ Karaduman, 2002, s.91.

⁷⁹⁵ Karaduman, 2002, s.91.

milyonlara ulaşan binlerce yayın kuruluşu da mevcuttur. Çünkü geleneksel medya hedef kitle olarak kendisine geniş halk grupları ararken, yeni medya küçük gruplara hatta birçok durumda tek başına bireylere uygun yayın yapabilmekte ve kitlelerin ilgisini daha kolay çekebilmektedir⁷⁹⁶.

3.2. İNTERNET YAYINCILIĞININ ÖZELLİKLERİ

3.2.1. İnternet Yayıncılığında Sermaye Yapısı

İnternet sayesinde haberlerin görsel, yazılı ve sesli bir biçimde dünyanın her yerine çok daha az maliyetlerle ulaşması mümkündür. Bu bakımdan internet yayıncılığının getirdiği en önemli yeniliklerden bir tanesi büyük bir maliyet getirmeyen yayın yapma olanağının bulunmasıdır⁷⁹⁷. Online yayıncılık için bir bilgisayar ve internet bağlantısı yeterli hale gelmektedir. Bu durum da fikri olan insanlar için giriş sermayesinin düşüklüğü nedeniyle oldukça avantajlıdır. Geleneksel medyada olduğu gibi matbaa makinelerine, televizyon kanallarına, dağıtım ağlarına ihtiyaç yoktur.

Geleneksel gazeteler, internetin kısa zamanda yaygınlaşması ve yayıncılık için de yeni olanaklar sağlamasıyla birlikte internette ücretsiz yayın yapmaktadırlar⁷⁹⁸. Gazete için üretilen haberler bir yandan internette kullanılırken, giderler de alınan reklamlarla karşılanmaktadır. Geleneksel yayın kuruluşları bu düşüncelerle yatırım yaparken internet çok farklı kişi ve gruplara da haber yayını yapma olanağı sağlamaktadır⁷⁹⁹. Kısacası, internet yayıncılığı hem yayıncı hem de hedef kitle için sonsuz bir özgürlük alanı sunmaktadır. Örneğin; milyon dolara satılan bir televizyon kanalı yerine aynı miktardaki yatırım ile kurulabilecek sayısız internet haber portalına sahip olunabilmekte ve belki de bu alanı cazip kılan en önemli unsur olarak sansürsüz olarak hedef kitleye ulaşabilmektedir⁸⁰⁰.

İnternet yayıncılığının yayın kolaylığı bunlarla sınırlı kalmamaktadır. İnternet sitelerine yerleştirilen elektronik sayaçlar sayesinde yapılan yayının kaç kişi

⁷⁹⁶ Yolcu, 2008, s.83.

⁷⁹⁷ Karaduman, 2002, s.98.

⁷⁹⁸ Karaduman, 2002, s.99.

⁷⁹⁹ Karaduman, 2002, s.100.

⁸⁰⁰ Nizam & Biçer.

tarafından okunduğu kolayca belirlenir. Böylece kesin tiraj sonuçlarının aynı anda öğrenilmesi gibi hangi haberin daha çok okunduğu, hangi yazarın daha çok takip edildiği gibi sonuçlara da kolayca ulaşmak mümkündür⁸⁰¹.

3.2.2. İnternet Yayıncılığında İçerik

İnternetteki ilk yayınlar gazete ve dergilerin sınırlı içeriklerinin internet ortamına aktarılması iken zamanla geleneksel yayın organları tüm içeriklerini çevrimiçi ortamda paylaşmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra kimi yayın organları internetin sunduğu avantajlardan yararlanarak internete özgü içerik üretimine de başlamıştır. Şehir rehberleri, alışveriş olanakları, anketler bunlara örnek olarak verilebilir. İnternet yayıncılığının buradaki avantajı ise hızlı yayın yapma olanağının bulunmasıdır.

İnternet yayıncılığı ile bütün içeriği, son dakika haberleri ile güncellemek mümkündür. Bunun yanı sıra okurun önünde de çok farklı seçenekler mevcuttur. Bir haberi çok farklı sitelerden okuyabilir, o haberle ilgili arka plana küçük bir araştırma yaparak ulaşabilirsiniz⁸⁰². Bu sayede okur, gazetelerin sunduğu tüm bilgiye istese de istemese de maruz kalmak yerine kendi belirlediği içeriğe ve beğeniye uygun bilgiyi alma seçeneğine sahip olmaktadır⁸⁰³.

İnternet yayıncılığında içerik böyle dinamik bir yapıya sahipken, üretilen içeriğin zaman kısıtı içinde kaliteli olması, Türkçe olması ve içeriği üretirken dilin kurallarının doğru olarak uygulanması da bir o kadar önemlidir. İçeriğe ulaşan kullanıcının kendi dilinde yayın yapan kaynaklara etkin bir biçimde ulaşması ve bu kaynaklarda dilin doğru kullanılması internetin hayatımıza getirmesi muhtemelen risklerinin önüne geçilmesinde de oldukça etkili olacaktır.

⁸⁰¹ Karaduman, 2002, s.100.

⁸⁰² Karaduman, 2002, s.102.

⁸⁰³ Gürçan, s.22.

3.2.2.1. Türkçe İçerik ve Dilin Doğru Kullanımı

İnternet yayıncılığında içerik dendiğinde akla gelen diğer bir kavram kullanılan dil ve bu dilin doğru kullanımı olmaktadır. Türkiye’de internet ortamında yayın yapan kuruluşların Türkçe içeriğe katkı sağlaması çok önemlidir. Uluslararası alanda rekabette yer almak için her ne kadar uluslararası kabul gören dilleri yazılım alanında kullanmak gerekse de Türkçe içerik üretimini internet ortamında arttırmak son derece önemlidir.

Bugün internet teknolojileri gazete, radyo ve televizyonun üstünlüklerini aynı ortamda bir araya getirerek güçlü bir enformasyon oluşturmaktadır⁸⁰⁴. İnternet kullanıcıları bu ortamda farklı kültürlerle tanışmakta ve sanal iletişim sayesinde kültürel iletişim içine girmektedirler. Bu etkileşim ve iletişimden etkilenen en önemli unsur dilin yapısıdır. Dillerin anlam içerikleriyle, parçası oldukları kültürlerin içerikleri arasında tam bir örtüşme ya da özdeşlik mevcuttur. Bu noktadan hareketle, dilde yaşanan yozlaşmanın kültürel yabancılaşmayı da beraberinde getireceği öngörülebilir. Çünkü dil, toplumsal kültürün en önemli parçası olduğu için ilk yabancılaşmanın bu noktadan başlayabileceği söylenebilir⁸⁰⁵.

İnternet teknolojilerinin çok hızlı bir biçimde gelişmesi ve bu gelişimin genellikle yabancı ülkeler tarafından gerçekleştirilmesi sonucunda kültür ve diller üzerinde ciddi daralmalar ve hatta yok olmalar meydana gelmiştir⁸⁰⁶. UNESCO’nun yaptığı bir araştırmaya göre bugün yeryüzünde konuşulan ortalama 6000 dilin yarısından fazlası yok olma tehlikesiyle yüz yüzedir. Her 14 günde bir, bir dil yeryüzünden silinmektedir⁸⁰⁷. İnternetin sahip olduğu özelliklerden dolayı ortaya çıkan yeni iletişim kalıpları, jargonlar ve kodlar da dillerin yapısını ve işleyişini kökten etkilemektedir⁸⁰⁸. Bugün Türkçe harflerin kullanımında başlayan bu özensizlik, Türkçesi olan terimlerin bile İngilizcelerini kullanma özentiliğine dönüşmektedir⁸⁰⁹. Bu şekilde internet teknolojisi ile yabancı kökenli sözcüklerin söz dağarcığımızda yaygınlaşması Türkçeye olumsuz etki etmektedir. İşte bu olumsuz

⁸⁰⁴ Yaman & Erdoğan, 2007, s.238.

⁸⁰⁵ Yaman & Erdoğan, 2007, s.239.

⁸⁰⁶ Yaman & Erdoğan, 2007, s.239.

⁸⁰⁷ Tosun, 2005, s.145.

⁸⁰⁸ Çakır & Topçu, 2005, s.95.

⁸⁰⁹ Öner T., Bilişimde Özenli Türkçenin Önemi, Bilişim ve Bilgisayar Mühendisliği Dergisi, 1(1), 2006, s. 257.

etkinin önüne geçmek için yayıncılar tarafından hem Türkçe içerikler arttırılmalı hem de kullanılan dile özen gösterilmelidir. 2005 yılında Havva Yaman ve Yavuz Erdoğan'ın İnternet Kullanımının Türkçeye Etkileri konulu araştırmasında elde ettiği sonuçlara göre internet ortamında yer alan kelimelerin yazımında büyük ve küçük harflerin bir arada kullanımı, kelimelerin yazımında çift ünlü/ünsüz kullanımı, birleşik yazılan eklerin ayrı yazılması, kelimelerin birleşik yazılması ve imla kurallarına uyulmaması gibi birçok sonuca ulaşılmıştır. Bu durum internet ortamında yazı dilinin rastgele ve özensiz kullanıldığının açık bir göstergesidir. Bu bakımdan internet yayın organları yazı dilini internet ortamında en aktif kullanan mecralardan biri olmaları nedeniyle Türkçenin doğru ve etkin kullanımına özen göstermelidir. Üretilen içerikler hızlı ve güvenilir olduğu kadar Türkçenin kullanım ve anlatımına olumlu katkı sağlamalı, dil yozlaşmasının önüne geçilmelidir.

3.3. İNTERNET YAYINCILIĞININ DÜZENLENME İHTİYACI

Türkiye’de var olan internet alanındaki düzenleme, 4.5.2007 tarihinde kabul edilen 5651 sayılı, İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun’dur.

5651 sayılı Kanun sadece internet yayıncılığı ile ilgili yükümlülük ve sorumluluklarla, internet ortamında işlenen belirli suçlara yönelik esas ve usulleri belirlemektedir.

Halen internet medyasını düzenleyen bir kanun bulunmamaktadır. 5187 sayılı Basın Kanunu ise, “basın araçları ile basılma veya diğer araçlarla çoğaltılma” düşüncesini yansıtmakta olup, basılmış eserlerin basımı ve yayımını kapsamaktadır. İnternet medyasında ise; haberin içeriğinde, niteliğinde ve etkisinde herhangi bir farklılık bulunmasa dahi, internetin yapısı gereği teknik anlamda bir “basım, çoğaltma ve yayım” faaliyetlerinin söz konusu olmaması nedeniyle, internet medyası faaliyetleri, 5187 sayılı Basın Kanunu’nun kapsamında değerlendirilememektedir. Oysa, internetin doğası gereği geleneksel anlamda “basım” yerine “oluşturma”, “yayımlama” yerine de “yayma” faaliyeti söz konusu olmaktadır. Buna karşın, internet medyası Basın Kanunu kapsamında değerlendiremediği için, internet medyası ve çalışanlarının hak, yetki, yükümlülük ve sorumlulukları Basın Kanunu

kapsamında belirlenmemektedir. Başka bir ifadeyle, internet medyası düzenlemesiz kalmakta, internet yayıncılığı Basın Kanunu kapsamında yayıncılık, çalışanları ise basın çalışanı sayılamamaktadır. Bunun önemli sonuçları ise; Basın Kanunu'ndan kaynaklanan basın özgürlüğü ile haberin kaynağını açıklamaya ve tanklık yapmaya zorlanamama ilkelerinin, faaliyete başlarken Cumhuriyet savcılığına beyanname verme, sorumlu müdür tayini ve künye bilgilerine yer verme zorunluluğunun, düzeltme ve cevap hakkının kullanılmasının, yayın nedeniyle hukuki ve cezai sorumluluğun ve müeyyidelerin tespitine ilişkin hususların internet medyasında uygulama imkanının bulunmamasıdır. Cezai sorumluluğun tespitinde kıyasın da kullanılamaması nedeniyle, internet medyasının faaliyet alanı, internet haber sitelerindeki haberi diğer sitelerdeki içerikten farklı değerlendirme imkanı bulunmayan 5651 sayılı Kanun'un kısıtlı imkanlarıyla düzenlenmek zorunda kalmaktadır. Başka bir ifadeyle, 5651 sayılı Kanun'un düzenlemesiyle, internet haber sitelerindeki içerik, internet ortamındaki herhangi bir içerikten farklı değerlendirilememekte, bu yönüyle internet medyasındaki içerik ile geleneksel basındaki içerik farklı hukuki rejimlere tabi kılınmaktadır. 5651 sayılı Kanun'da ise Basın Kanunu'ndan farklı olarak içeriğin yayından çıkarılması ve erişimin engellenmesi gibi tedbirler söz konusu olmaktadır.

Diğer taraftan, internet medyasının Basın Kanunu kapsamında değerlendirilememesi, habere ulaşmada da geleneksel medya ile internet medyası arasında farklılıklara neden olmaktadır. İnternet medyası çalışanları ve muhabirleri "sarı basın kartı" sahibi olamamaları nedeniyle, Cumhurbaşkanlığı, Türkiye Büyük Millet Meclisi, Başbakanlık, bakanlıklar ve kamu kurum ve kuruluşları nezdinde akredite sorunları yaşayabilmekte ve bu makam ve kurumların haberlerini doğrudan takip ederek, ilk kaynaktan haber yapamamaktadırlar. Bu durum, internet medyasını, haberi, ajanslardan bedeli mukabili temin etmek veya yazılı basının haberlerini kullanmak zorunda bırakmaktadır. İnternet medyasının habere ulaşabilmesi için ilave bir mali külfete katlanması sonucunu doğuran bu durum, aynı zamanda, haberin aidiyeti ve haberden doğan sorumlulukla ilgili sorunlara da yol açabilmektedir.

Aynı içeriğin (haber) kamuoyuna farklı mecralardan sunulmasının tabi bulunduğu hukuki rejimi farklılaştırması nedeniyle, internet haber sitelerince internet ortamında yapılan yayınların da Basın Kanunu'nun kapsamına alınması ve bu amaçla

Basın Kanunu'nun ve ilgili diğer mevzuatın internet medyasını da kapsar şekilde düzenlenmesinin uygun olacağı kanaatine varılmaktadır.

Öte yandan, 195 sayılı Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun'a, resmi ilanların süreli yayın ve gazetelerde yayınlanması düşüncesinin yansıtılması nedeniyle, kanuni düzenlemesi olmayan internet medyası Basın – İlan Kurumu'nun resmi ilanlarını da yayımlayamamaktadır. İnternet medyasının faaliyetlerini habercilik mesleğinin gerektirdiği ilkelere uygun olarak sürdürebilmeleri için, mali yapılarının da güçlendirilmesi önemlidir. Bu amaçla, Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun'da, internet haber sitelerinde de resmi ilan ve reklam yayımlanabilmesine imkan verecek bir değişikliğin yapılmasının uygun olacağı kanaatine varılmaktadır.

İnternet medyasının, geleneksel medyaya göre en önemli tarafı, “sürat” yani hızlı haber verebilme avantajı sağlamasıdır. Dünyanın herhangi bir yerinde yazı, fotoğraf veya görüntü olarak internet sitesine ulaştırılan ve haber değeri taşıyan bir materyal çok kısa sürede internet sitesinin manşetinden okuyucuya duyurulabilmektedir. İnternet medyasının geleneksel medyaya göre avantajı olarak görülen bu durum, telif hakları konusunda ihlalleri de beraberinde getirebilmektedir. Büyük uğraşlar sonucu bir habere ulaşan bir internet sitesi haberin (metin, fotoğraf, video) sunulmasından kısa bir süre sonra, bir başka internet sitesi tarafından aynen kopyalanması durumuyla karşı karşıya kalabilmektedir. Bu durum, habere kaynağından ulaşan ve bunun için zaman, emek ve masrafa katlanan ile haberi zahmetsizce kopyalayarak veren arasındaki rekabeti olumsuz yönde etkilemekte ve hak ihlallerine ve maddi kayıplara sebebiyet olmaktadır. Bu durumun önlenmesi ve haber üzerindeki hak sahipliğinin tespiti için de internet medyasını kapsayan bir kanuni düzenlemeye ihtiyaç duyulmaktadır.

İnternet medyasının gelişimiyle birlikte, bu alanda çalışanların mesai kavramları tümden değişim göstermiş ve düzensizleşmiştir. İnternet medyası çalışanları, belli bir mesai kavramına bağlı kalmaksızın, işverenin her an siteyi yenileme, taze haber girişi talebinin muhatabı olmuştur. Bu talep okuyucu ve site sahibi açısından haklı bir talep olarak görülmekle birlikte çalışanları ruhen ve bedenen zayıflatmaktadır. Diğer sektörlerde olduğu gibi, bir mekana bağlı kalmadan çalışma imkanı, internet medyası çalışanlarını, dinlenme zamanlarında da farklı

kanallardan haber bulma ve siteyi güncelleme telaşına sürüklenmektedir. Bu durumda sektör çalışanları mağduriyet yaşarken, sektörün yapıcılığı yönünden dolayı site sahipleri de kalifiye eleman sıkıntısı çekebilmekte ve bu sebeple ileriye dönük planlamalar yapamamakta ve hedef belirleyememektedirler. Avrupa Birliği standartlarına göre internet medyası mensubu bir kişinin çalışma süresi ortalama 6 saati geçmemektedir. 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun, “gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında” çalışanları kapsamaktadır. Dolayısıyla internet medyası çalışanları, basın mesleğinde çalışanlara ilişkin kanuni düzenlemelerden de yararlanamamaktadırlar. Bu durumda, internet medyası çalışanlarının, çalışma saatleri, fazla çalışmaları gibi hakları ile iş akitlerinin kurulması, feshi gibi hususlar da geleneksel medya çalışanlarından farklıdır. İnternet medyasında da memnuniyetin ve kalitenin artırılmasını teminen, personelin çalışma şartlarının iyileştirilmesi ve bunun yasalarla teminat altına alınması kaçınılmaz bir zorunluluktur. Basın sektöründe çalışanların tümünün aynı hukuki rejime tabi tutulması ihtiyacına binaen, 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanunun 1’inci maddesinin birinci fıkrasında değişiklik yapılmak suretiyle, internet haber sitelerinde çalışanların da anılan Kanun’un kapsamına alınmasının uygun olacağı kanaatine varılmaktadır.

3.4. İNTERNET YAYINCILIĞINDA DENETİM

Yayıncılık, toplumun geniş kesimlerine yönelik haber ve bilgi aktarım görevini yerine getirmek amacıyla yürütülen bir uğraş alanıdır. Bu alanda faaliyet gösterenler yayım ilkelerinde bunu beyan ederler. Geleneksel medyada çoğu zaman bu ilke; tarafsız, ilkeli, herkese eşit mesafede gibi kavramlarla ifade edilegelmiştir. Bu kavramlarla kendini ifade ediş, yapılan yayıncılıkta zaman zaman sapmalar şeklinde kendini gösterse ve açıkça kişi ve kurum hakkı ihlali ile ortaya çıksa da basılı materyal olması yönüyle geleneksel medya organlarının denetimini kolaylaştıran ve hatanın telafisi için hukuki yolların sonuna kadar açık olduğu yayım organlarıdır. Çünkü çoğu zaman ortada bu yayımı yapmak için resmi kurumlardan onay alan, gazete, dergiyi basan ve bunları dağıtan birileri hep vardır.

İnternet yayıncılığında denetimi daha baştan güçleştiren bir durum vardır. Bu durum, henüz yasal alt yapısını oluşturmamış ülkelerde yasadışıktan ve çoğunlukla internet yayını yapan sitenin sahibine ulaşmanın imkansızlığından kaynaklanmaktadır. Bugün için, internet yayıncılığı kanuni düzenlemesi mevcut bulunmadığından, internet yayıncılarının hak, yetki ve yükümlülüklerinin sınırları belli değildir. Tabii olacakları mevzuatta tereddütler bulunmaktadır. Bu durum da, internet yayıncılığında faaliyete başlarken izin ve kamu düzeninin ihlali halinde yaptırım müesseselerinin uygulanmasını güçleştirmektedir. Dolayısıyla, “internette denetim” bireysel, ulusal ve uluslararası bir çabayı gerektiren çok önemli bir konudur. Bu tabloda yola çıkarak denetimde ilk adım, internete ulaşan bireyin kendisinde başlamalıdır.

3.4.1. Kullanıcıların Denetimi

Her yayıncının hedefinde birey vardır. İnternet yayıncılığının olumsuz etkilerinden bireyi ve toplumu korumak isteyenlerin çıkış noktası da bu olmalıdır. Denetim bireylerden başlamalıdır. Kişinin denetimi, konuyla ilgili bilgi düzeyiyle başlar.

Başta ebeveynler olmak üzere, internet kullanıcılarının bilişim okuryazarlığı seviyelerinin yükseltilmesi için okullarda bu derslere yer verilmesi gerekmektedir. Çünkü bir dönem, okuma-yazma bilmenin yerini bugün bilgisayar kullanımı almıştır.

3.4.1.1. Tekzip

Tekzip, sözlük anlamı itibariyle “yalanlama” demektir. 5651 sayılı Kanun'un 9'uncu maddesinde Basın Kanunu'nun 14'üncü maddesinde düzenlenen “düzeltme ve cevap hakkına” benzer bir şekilde “içeriğin yayından çıkarılması ve cevap hakkı” düzenlenmiştir. Buna göre; içerik nedeniyle haklarının ihlâl edildiğini iddia eden kişi, içerik sağlayıcısına, buna ulaşamaması halinde yer sağlayıcısına başvurarak kendisine ilişkin içeriğin yayından çıkarılmasını ve yayındaki kapsamından fazla olmamak üzere hazırladığı cevabı bir hafta süreyle internet ortamında yayımlanmasını isteyebilir. İçerik veya yer sağlayıcı kendisine ulaştığı tarihten itibaren iki gün içinde, talebi yerine getirir. Bu süre zarfında talep yerine getirilmediği takdirde reddedilmiş

sayılır. Talebin reddedilmiş sayılması halinde, kişi onbeş gün içinde yerleşim yeri sulh ceza mahkemesine başvurarak, içeriğin yayından çıkarılmasına ve yayındaki kapsamından fazla olmamak üzere hazırladığı cevabın bir hafta süreyle internet ortamında yayımlanmasına karar verilmesini isteyebilir. Sulh ceza hâkimi bu talebi üç gün içinde duruşma yapmaksızın karara bağlar. Sulh ceza hâkiminin kararına karşı Ceza Muhakemesi Kanunu hükümlerine göre itiraz yoluna gidilebilir. Sulh ceza hâkiminin kesinleşen kararının, yapılan başvuruyu yerine getirmeyen içerik veya yer sağlayıcısına tebliğinden itibaren iki gün içinde içerik yayından çıkarılarak hazırlanan cevabın yayımlanmasına başlanır. Sulh ceza hâkiminin kararını belirtilen şartlara uygun olarak ve süresinde yerine getirmeyen sorumlu kişi, altı aydan iki yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. İçerik veya yer sağlayıcının tüzel kişi olması halinde, bu fıkra hükmü yayın sorumlusu hakkında uygulanır.

İnternet haber sitelerine, içeriğin yayından çıkarılması ve cevap hakkının kullanılmasına yönelik olarak gelen taleplerin azımsanmayacak kadar çok olduğu belirtilmektedir. Bu durumun nedenleri ise; haberin hızlı verilmesi için doğrulatmadan yayına sunulması; ortada gazete, dergi gibi basılı materyal olmadığı için olası yanlışın yayına verildikten sonra yayından çekmek veya düzeltmek suretiyle giderilebileceği düşüncesi; internet haberciliğinin yeni gelişmesi sebebiyle, çalışanlarının yeterli birikime sahip olmamaları; içerik sağlayıcılarının kendilerini saklayabilmelerinin mümkün olduğunu ve yurt dışından da yayın yapabilmelerinden dolayı kendilerine ulaşamayacağını düşünmeleri; internet haber sitelerinin faaliyete başlamadan önce herhangi bir bildirim ve izne gerek duyulmaması nedeniyle, kolaylıkla ve art niyetle kişileri karalamak amacıyla dahi açılabilmesi; internet medyasında faaliyet göstermenin geleneksel medyaya göre çok daha kolay olması sebebiyle, internet medyası sayısının geleneksel medya ile kıyaslanamayacak derecede çok olması ve bu sebeple sürekli takibinin zor olması olarak gösterilebilir.

5651 sayılı Kanun'un içeriğin yayından çıkarılması ve cevap hakkını düzenleyen 9'uncu maddesi önemli bir ihtiyacı karşılamaktadır. Ancak, bu hükmün uygulanabilmesi için içerik veya yer sağlayıcısının ulaşılabilir olması gerekmektedir. Bu nedenle, içeriğin yayından çıkarılması ve cevap hakkının etkin bir şekilde kullanılabilmesi için, yer sağlayıcılığı hizmetinin yurt içinden sunulması önemlidir.

3.4.2. Özdenetim

Yeni medya, gelişmekte olan ve sınırları, kuralları netleşmemiş ve bu özellikleriyle, geleneksel medyanın yanında henüz emekleme döneminde olan bir yayıncılıktır. Geleceğin medyası olarak anılan yeni medyanın alt yapısı oluşturulurken özellikle de özdenetim standartlarının oturtulması beklenmektedir.

Geleneksel medyada oluşan haberciliğin ve yayıncılığın gerektirdiği birikim ve etik kültürün yeni medyanın ilke ve üslubunu oluşturmada kullanabilmesi ve evrensel yayıncılık ilkelerinin yeni medyaya da hakim kılınması önem arz etmektedir.

Özetle; internet yayıncılığının sağlıklı büyüüp gelişmesi ve kişilerin haklarının gözetilmesinde denetim göz ardı edilemez. Denetimin en önemli kısmı da özdenetimden ve sektör içi etik kuralların yerleşmesinden geçmektedir.

3.5. İNTERNET YAYINCILIĞININ EKONOMİK BOYUTU

İnternete dayalı olarak gelişen sektörler bugün dünyada en popüler ve en hızlı gelişen sektörler durumundadır. Bu gelişme geleneksel iş dallarındaki sektörlerin aksine, büyümek için on yıllarca beklemeyi de gerektirmeyen ve parlak bir fikrin kısa sürede çok büyük şirketleri doğurduğu bir alandır.

Google, facebook, amazon gibi internete dayalı gelişen şirketlere bakıldığında kısa bir sürede ciro ve piyasa değeri açısından asırlık şirketleri geride bıraktıkları görülecektir. İnternete dayalı şirketlerde durum böyleyken internet medyası açısından da durum pek farklı değildir. İnternet medyası; gazete, dergi, televizyon yayıncılığı ve haberciliğine alternatif teşkil edebilecek konumdadır. Hatta çok uzak olmayan bir gelecekte, internet haberciliğinin basılı gazeteciliğin önüne geçeceği, haberciliğin şekil değiştireceği yorumları da yapılmaktadır. Ulusal gazete ve televizyonlar okuyucu ve izleyicilerini kendileri dışında gelişen bu sektöre kaptırmamak için geleneksel yayıncılıklarıyla birlikte internette de yer almaktadırlar.

İnternet ekonomisinin ulaştığı noktayı daha somuta indirgemek için şu rakamlara bakmakta fayda vardır: IAB “İnternet Reklam Gelirleri Raporu”na göre 2011 yılının üçüncü çeyreğinde ABD’de internet reklam gelirleri 7.8 milyar \$,

dördüncü çeyrek için ise 9 milyar \$ olarak açıklanmıştır. Türkiye’de de bu alanda önemli bir ilerleme mevcuttur; 2011’de internet reklam geliri 721 milyon TL olarak hesaplanmıştır.