

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
GENEL GAZETECİLİK BİLİM DALI

**TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜM SÜRECİNİN TÜRKİYE'DE
YAZILI BASINA ETKİLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

DEMET YILDIRIM

İstanbul, 2008

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
GENEL GAZETECİLİK BİLİM DALI

**TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜM SÜRECİNİN TÜRKİYE’DE
YAZILI BASINA ETKİLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

DEMET YILDIRIM

Danışman: PROF. DR. ŞENGÜL ÖZERKAN

İstanbul, 2008

Marmara Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Tez Onay Belgesi

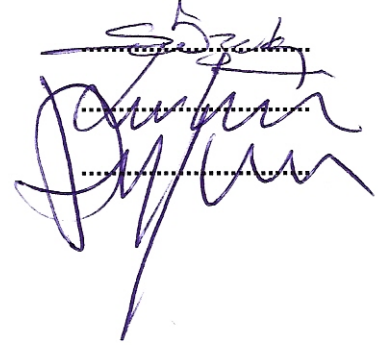
İLETİŞİM BİLİMLERİ Anabilim Dalı GENEL GAZETECİLİK Bilim Dalı
Yüksek Lisans öğrencisi DEMET YILDIRIM'ın TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜM
SÜRECİNİN TÜRKİYE'DE YAZILI BASINA ETKİLERİ adlı tez çalışması, Enstitümüz
Yönetim Kurulunun 17.07.2008 tarih ve 2008-12/16 sayılı kararıyla oluşturulan jüri
tarafından oybirliği/oyçokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi : 22.10.2008

- 1) Tez Danışmanı : PROF. DR. ŞENGÜL ÖZERKAN
2) Jüri Üyesi : YRD. DOÇ. DR. LEVENT ELDENİZ
3) Jüri Üyesi : PROF. DR. EMİN DOĞAN AYDIN



GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı : Demet YILDIRIM

Ana Bilim Dalı : İletilim Bilimleri AnaBilim Dalı

Programı : Genel Gazetecilik

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Şengül Özerkan

Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Temmuz 2008

Anahtar Kelimeler : Teknoloji, Yazılı Basın, Web Gazeteler

ÖZET

TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜM SÜRECİNİN TÜRKİYE’DE YAZILI BASINA ETKİLERİ

Teknolojik yeniliklerle, Türkiye ve Dünya çapında yazılı basında meydana gelen değişimler ele alınmıştır. Gutenberg’in matbaayı bulması ve sonrasında baskı teknolojisinde meydana gelen yenilikler, bilgisayarın kullanımı ile yazılı basında meydana gelen elektronikleşme ve İnternet ile artık sanal ortamda haberin yayımı konuları işlenmiştir. Web gazetelerin yazılı basın için yeni bir yapısal dönüşümü getirme durumuna, olumlu ve olumsuz yönlerine değinilmiştir.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Demet YILDIRIM

Field : Communication Sciences

Programme : Journalism

Supervisor : Prof. Dr. Şengül Özerkan

Degree Awarded and Date : Master – July, 2008

Keywords : Technology, Print Media, Web Newspapers

ABSTRACT

THE EFFECTS OF THE TECHNOLOGICAL CONVERSION ON THE PRINT MEDIA IN TURKEY

It is discussed how to technological innovations affect print media in Turkey and over the World. It is dealt with after inventing of printing house by Gutenberg, the developments in the edition technology, using computer how to change print media as an electronic items and with Internet how to news service in the imaginary medium. It is mentioned the web newspapers could convert print media, positive and negative side of that situation.

ÖNSÖZ

Teknolojinin beraberinde getirdiği yeniliklerin yazılı basına yansması, etkileri üzerine bir çalışma niteliğindedir. Bu kapsamda gerek ülkemizde gerekse Dünya’da, yazılı basının geçirmiş olduğu gelişme evreleri ele alınmıştır. Baskı teknolojisinde yaşana gelişmeler yazılı basına hız anlamında çok şey katmış, bilgisayar ve İnternet’te bunu tetikleyici rol oynamışlardır. Bilgisayarın ortaya çıkması masabaşı habercilik anlayışını doğurmuş, artık bütün bilgiler elektronik ortamda stoklanabilir hale gelmiştir. İnternet ile beraber, yazılı basın Web gazete ile tanışmış, kendini bu yönde de geliştirme gereğı hissetmiştir. Geçmişten günümüze kadar yazılı basının yaşadığı bu gelişmeler, yazılı basını iyiye götürdüğü gibi olumsuz yönden de etkileyebilmiştir.

Bu çalışmayı sonuçlandırmamda görüşleri ile katkıda bulunduğı kadar bana olan güvenini sürekli hissettiren değerli hocam Prof. Dr. Şengül Özerkan’a ve desteğini esirgemeyen aileme sonsuz teşekkürler.

Yine bana kaynak sağlama açısından desteklerini eksik etmeyen Yrd. Doç. Dr. Levent Eldeniz hocama ve Mehmet Özçağlayan hocama çok teşekkür ederim.

İstanbul, 2008

Demet YILDIRIM

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ	iii
ŞEKİL LİSTESİ.....	IV

1. GİRİŞ.....	1
---------------	---

2. TEKNOLOJİ VE DÖNÜŞÜM SÜRECİ

2.1. Teknolojinin Dönüşüm Süreci.....	4
2.2. Teknolojik Dönüşüm Sürecinin Geleneksel Gazetecilikte Meydana Getirdiği Değişim.....	7
2.2.1. Teknolojinin Gazete Üretim Aşamasında Meydana Getirdiği Değişim	
2.2.1.1. Baskı Öncesindeki Değişimler.....	10
2.2.1.1.1. Mizanpaj.....	11
2.2.1.1.2. Grafik Tasarım.....	12
2.2.1.1.2.1. Grafik Tasarımda Gestalt Uygulamaları.....	13
2.2.1.1.2.2. Grafik Tasarımda Renk.....	17
2.2.1.1.3. Fotoğraf.....	20
2.2.1.2. Baskı Sürecindeki Değişimler.....	23
2.2.1.2.1. Matbaanın İcadı.....	23
2.2.1.2.2. Baskı Teknikleri.....	26
2.2.1.2.2.1. Tipografik Baskı Tekniği.....	27
2.2.1.2.2.2. Tifdruk Baskı Tekniği.....	28
2.2.1.2.2.3. Ofset Baskı Tekniği	29
2.2.1.2.2.4. Flekso Baskı Tekniği.....	31
2.2.1.2.2.5. Serigrafik Baskı Tekniği	31
2.2.1.2.2.6. Renkli Baskı Tekniği	32
2.2.1.2.2.7. Dijital Baskı Tekniği	33

3. TÜRK BASINI VE TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜM

3.1. Türk Basını'nda Matbaa

3.1.1. İbrahim Müteferrika ve İlk Türk Matbaası.....	35
3.1.2. 1950'lerdeki Gelişmeler.....	38
3.1.2.1. 1950'lerde Ofset ve Tifdruk.....	40
3.1.3. 1960'lardaki Gelişmeler.....	41
3.1.4. 1970'lerdeki Gelişmeler.....	43
3.1.5. Basında Bilgisayarlı Sisteme Geçiş.....	45
3.1.5.1. Yeni Asır Gazetesi.....	47
3.1.5.2. Sabah Gazetesi	49

3.2. Türk Basını'nda Grafik Tasarım ve Zaman Gazetesi Örneği.....50

3.3. Türk Basını'nda Fotoğraf..... 54

3.3.1. Serveti Fünun ve Basın Fotoğrafçılığı.....	55
3.3.2. Cumhuriyet Dönemi Basın Fotoğrafçılığı.....	58

3.4. Türk Basını'nda İnternet Gazeteciliği

3.4.1. Türkiye'de İnternet Altyapısı.....	59
3.4.2. İnternet'in Gazeteciliğe Etkileri.....	60
3.4.3. Türkiye'de İnternet Gazeteleri ve Milliyet İnternet Gazetesi Örneği.....	64

4. TEKNOLOJİK YENİLİKLERİN YAZILI BASINI ELEKTRONİKLEŞTİRMESİ

4.1. Yazılı Basın ve Elektronikleşmesi Üzerine.....	73
4.2. Bilgisayar.....	78
4.2.1. Bilgisayar Destekli Gazeteciliğin Sağladığı Teknik Kolaylıklar.....	81
4.3. İnternet.....	81
4.3.1. İnternet Ortamının Sunduğu Olanaklar.....	83
4.4. Elektronik Gazetecilik.....	83
4.4.1. Elektronik Gazetecilikte İnteraktif Yayıncılık.....	87
4.4.2. Elektronik Gazeteciliğin Geldiği Son Nokta: Web Gazeteler	

4.4.2.1. World-Wide-Web Kavramı.....	88
4.4.2.2. Web Gazete Kavramı.....	89
4.4.2.3. Web Yayıncılığın Özellikleri.....	93
4.4.2.4. İyi Bir Web Gazetesi Oluşturma Yolları.....	95
4.4.2.5. Web Gazetelerinde Tasarım.....	97
4.4.2.6. Web Gazetelerinde Okur Perspektifi.....	102
4.4.3. Elektronik Gazeteciliğin Sağladığı Olanaklar.....	102
4.5. m-Yaşam (Mobil Yaşam).....	106
4.5.1. Başlıca Mobil İletişim Teknolojileri.....	107
4.5.1.1. GSM.....	107
4.5.1.2. SMS.....	107
4.5.1.3. MMS.....	107
4.5.1.4. WAP	108
5. SONUÇ.....	110
KAYNAKÇA.....	114

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1: Şekil/ Zemin İlişkisi.....	14
Şekil 2: Denge.....	14
Şekil 3: Kapalılık.....	15
Şekil 4: Yakınlık.....	15
Şekil 5: Süreklilik.....	15
Şekil 6: Benzerlik.....	16
Şekil 7: Takvim-i Vekayi (İlk Resmi Gazete).....	37
Şekil 8: Yeni Gazete.....	41
Şekil 9: Yeni Asır Gazetesi'nin Bilgisayarlı Sisteme Geçtiği İlk Zamanlar.....	48
Şekil 10: Sabah Gazetesi.....	49
Şekil 11: Zaman Gazetesi.....	54
Şekil 12: Milliyet İnternet Gazetesi.....	72

1. GİRİŞ

İnsanlık, tarih boyunca birçok değişim ve yenilikleri beraberinde getirmiştir. Bunlardan biri de teknoloji alanında meydana gelen yeniliklerdir. Teknoloji, insanın göçebe yaşamdan yerleşik yaşama geçtiği andan günümüze kadar varlığını geliştirerek hissettirmiştir.

İnsanoğlunun, merak etmesi duygusundan kaynaklanan haber alma isteği, tarihten günümüze kadar farklı yöntemlerle gerçekleştirilmiştir. Yerleşik hayata geçildikten sonra haberleşme ihtiyacı ortaya çıkmış ve yazının icadı da haberin yazılı yayımını beraberinde getirmiştir.

Önce papirüs kağıtlarına yazılan haberler, kağıdın icadı ile kağıtlara işlenmeye başlar. Elle gerçekleştirilen bu yazma işlemi, Gutenberg'in matbaayı icadı ile mekanik bir boyut kazanır ve haber yazma-alma işlemini daha kolay bir hale getirir. Bu da haberin zamanla daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak sağlar.

Bütün bu yenilikler, zaman içerisinde yeni gelişen teknolojilerin etkisiyle hızla eskimiş ve insanoğluna yetersiz gelmeye başlamıştır. Tüm bu yenilenme ve gelişmelerin neticesinde, bilgisayarlı yaşam olgusu ortaya çıkmıştır. Bu büyük bir devrimdir ve insan hayatına çok büyük rahatlık ve kolaylık getirir. Bu teknolojik yenilik, yazılı basının işine çok yardımcı, gazetecilik hayatına yeni olanaklar kazandırmıştır. Öncelikle daktilo ile haber yazma işine son verilmiş, yazılanları çok daha temiz ve çok daha kolay değiştirme imkanı sağlayan, ekran ve klavyeden oluşan bilgisayarlar, daktilonun yerini almıştır. Bu sayede gazeteci, monitörden görerek ve klavye ile harfleri vücuda getirerek, haberlerini çok daha kolay yazmaya ve çok daha hızlı bir şekilde kitlelere ulaştırmaya başlar.

Bilgisayar teknolojisi de çok çabuk gelişme göstermiş, kısa zaman içerisinde İnternet'i beraberinde getirerek, artık sadece yazma işlemini değil yazılanları da çok daha hızlı ve çok daha büyük kitlelere ulaştırma şansının elde edilmesini sağlamıştır. Artık bilgi ve haberlerin akışını, tek bir tuşla okyanus ötelere gönderme imkanı yaratılmıştır. Bilgisayar ile editöryal bir haber anlayışına kavuşan yazılı basın, İnternet ile de masa başı haber

anlayışına kavuşur. Böylece haber kaynaklarına ulaşmak isteyen bir muhabir, bilgisayardan internet ağı aracılığı ile bir tuşa basarak dünyanın her yerinden istediği bilgiye ulaşma şansını elde eder.

Yazılı basın, bütün bu teknolojik yeniliklerden hep bir yarar elde etmiştir. Kendini daha iyiye götürme imkanını pekiştirmiştir. Ve yine İnternet ile tanışan basın, online ya da İnternet gazeteciliği olarak adlandırılan yeni bir haber yayma politikasına sahip olmuştur. Basım işlemine gerek duymadan, haberi sanal ortamda okuyucusu ile buluşturmak mümkün hale gelmiştir. Yazılı basın, böylece web sayfalarını oluşturarak gerek yazılı gerek de online olarak okuyucusuna hizmet verme çabası içine girmiştir.

Web gazeteler, gazetecilik ve haber çalışmalarına yeni olanaklar getirerek, haber odalarının yeniden oluşumunu gündeme taşıdılar. Artık gazeteci haberin peşinde koşup durmaktan çok, okuyucusu ile interaktif iletişime geçerek, haberlerini direk okuyucusundan alacak hale gelmiştir. Gazetelerin web sayfalarında yer alan haberler, okuyucunun katkısı ile şekillenmeye başlar ve yurttaş gazeteciliğin pekişmesine de olanak sağlar.

Teknoloji, her alanda olduğu gibi haberleşme alanında da gelişimini durdurmaz ve mobil teknoloji insan hayatına girer. Bunun da yazılı basına getirdiği değişim, haberlerin artık sesli ve görüntülü olarak okuyucunun kolaylıkla taşıdığı cep telefonuna, her an ulaşmasının sağlanmış olmasıdır.

Yazılı basın, böylece radyo ve televizyonculuğun gelişme göstermiş olduğu dönemlerde kaybettiği potansiyeli, bu yeni teknolojik donanımla, yine bir nevi radyo ve televizyon gibi sesli ve görsel bir yapıya kavuşarak telafi edebilecek bir hale gelir.

Haber, artık sadece gazete sayfalarında değil, gazetelerin İnternet sayfalarında ve insanların cep telefonlarında sürekli ulaşabilecekleri bir konuma gelmiştir.

Bu çalışmada, Türkiye’de yazılı basında, teknolojik dönüşüm ile beraber meydana gelen değişimler ele alınmıştır. Yukarda sözü edilen gelişmeler ışığında yazılı basının günümüzde aldığı şekil, okuyucusuna ulaştığı yapısı; bu yapısal dönüşümde rol oynayan

faktörler verilmeye çalışıldı. Yine her gelişmenin beraberinde olumsuzluk da getirebileceği ilkesinden hareketle, yazılı basının yok olma tehlikesine değinilerek, büyük medya devlerinin bu konudaki görüşlerine yer verildi. Yazılı basının ortadan kalkmayacağı ama yaşanan gelişmelere de ayak uydurarak kendini dönüştürmeye ve okuyucusuna ulaşmaya devam edeceğine çalışma kapsamında yer verilmiştir.

Çalışmada, yazılı basının mekanik yapıya geçerken kullandığı teknolojiler, bu teknolojilerin etkileri verilmeye çalışıldı. Bilgisayar teknolojisinin devreye girmesi ile yazılı basın alanında meydana gelen elektronik dönüşüm süreci sonuçları ile beraber ele alındı.

2. TEKNOLOJİ VE DÖNÜŞÜM SÜRECİ

2.1. Teknolojinin Dönüşüm Süreci

Teknoloji, Yunanca τέχνη (sanat) ve λογία (bilmek) sözcüklerinin birleşiminden oluşmuştur. İnsanoğlunun gereklerine uygun yardımcı alet ve araçların yapılması ya da üretilmesi için gerekli bilgi ve yetenektir.¹

Teknoloji insanın hayatına kolaylaştırma adına yapılan her türlü şeydir de diyebiliriz. Bizim teknolojiye bakışımız bu noktada insanoğlunun haber alma ve bunu yayma tekniklerinden biri olan basına etkileri üzerine olacaktır.

Haberleşme ilk insandan bu yana, uygarlık tarihinin çözümlenmesinde etkin bir role sahiptir. Şöyle ki, hemen hemen yeryüzündeki tüm uygarlıklar iletişimde kullandıkları tekniklere göre değerlendirilmiş ve sınıflandırılmışlardır. İletişim, insanın yaptığı tarihsel sosyal gelişme süreçlerinin fonksiyonudur: Değişim süreci içinde, “sosyal gelişmenin belli bir anında o zamana kadar geliştirilmiş teknolojik araçlar ve ilişkiler ya ortadan kaldırılır ya da egemenlik ilişkileri içinde biçim ve pozisyon değişikliğine uğrarlar.”² Teknolojik gelişme iletişime kendisine özgü kavramları kattı bunun sonucunda teknolojik iletişimi gerçekleştiren iletişim araçları doğdu. Toplumu etkilemede en etkili unsurun kitle iletişim araçları olduğu kabul edilmemektedir. Günümüzdeki teknolojik gelişmeler sayesinde etki alanları giderek büyüyen kitle iletişim araçlarının eski kanaatleri değiştirme ve yeni kanaatleri benimsetme bakımından sahip oldukları etkileme gücü çok büyüktür.³

Mikro elektronikteki gelişme ile birlikte, iletişim teknolojisi de yenilenmiştir. Mikro elektronik ve iletişim birbirini tamamlayarak birlikte gelişmektedir. Mikro elektronik teknolojisindeki gelişme, yeni ürün ve teknolojiler yaratırken, iletişim donanımındaki

¹ <http://tr.wikipedia.org/wiki/Teknoloji>, (27 Mayıs 2008)

² S. Siegelau, (1979) **A Communication on Communication**, In Mattelart, A. and Siegelau, S. (eds.) *Communication and Class Struggle*, Vol. I, N.Y.: International General, s. 11-22.

³ İsmet Giritli, **Günümüzde Haberleşme – Olaylar, Sorunlar, Gözlemler**, 1.Basım, İstanbul: Der Yayınları, 1998 s.40

gelişmeler; sanayi üretiminin altyapısını oluşturarak getirdiği hızlı değişimle, ekonomide girdi temini ve verimliliği hızla artırmaktadır. Bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişme, üretim için her türlü bilgi akışını hızlandırıp kolaylaştırdığı gibi, zaman ve mekan (ulaşım) kullanımında sağladığı avantajlarla, üretimde etkinlik ve verimliliği artırmışlardır. Böylece, bilgi toplumunun teknolojik alt yapı donanımının önemli bir kesimi, iletişim donanımından oluşmaktadır.⁴

Bilgi toplumuna ulaşmada kat edilen aşamalara baktığımızda teknolojinin nasıl gelişerek toplumları ve sosyal yaşantıyı dönüştürdüğünü görmüş oluruz. Bilgi toplumuna geçiş, tarım ve sanayi toplumlarının gelişimi ile ortaya çıkmıştır.

Tarım toplumuna geçişle insanlar yerleşik hayata geçmiş, şehirler oluşmuş ve insanlar ürettikleri tarımsal ve hayvansal ürünlerini Pazar yerlerinde satmaya başlamıştır.

Yaşanan sanayi devrimi ile ise sınıflaşmanın boyutu daha da değişti. Kısacası göçebe hayattan tarım toplumuna geçişte insan hayatında köklü değişiklikler yaşandı.⁵

18. yüzyılda buhar makinesinin bulunmasıyla birlikte yeni enerji kaynaklarının kullanımı devreye girdi. Kömür, petrol gibi tabii kaynaklarla, elektrik ve içten yanmalı motorlar kullanılmaya başlandı.

Bütün bunlar makineleşmeyi getirdi. Bu da insan gücünün kullanımına olan ihtiyacı azalttı. Bu ve benzeri şeyler hem teknolojiye hem de sosyoekonomik ve kültürel hayata yeni boyutlar getirdi. Ulaşım araçlarındaki gelişmeler insanların mobilizasyonuna yeni bir boyut kazandırdı. Bilimin hızla gelişmesi ve bilimsel icatların çoğalmasıyla birlikte seri üretime geçildi.⁶

Tarımda ve ekonomik dengelerde köklü değişiklikler yaşanmaya başladı. Başlangıçta yaşanan sosyal sınıf ayrılığı kendiliğinden yok olarak, ekonomik sınıf ayrılığı meydana geldi. Toplumda yaşanan bu köklü değişim ‘sanayi devrimi’ olarak adlandırıldı.

⁴ Mehmet Özçağlayan, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, 1.Basım, İstanbul: Alfa Yayınları, 1998, s.25

⁵ Hakan Yıldırım, Volkan Kaplan, Tuncay Çakmak, Cem Cihangir Üstün, **Her Şeyi E-leştirdik**, 1.Basım, Ankara: Macar Yayınları, 2003, s.3

⁶ Yıldırım, s.3-4.

Ortaya çıkan topluma da sanayi toplumu adı verildi. Sanayi devrimi tarım toplumunu red etmediği gibi, bilâkis sanayi devrimi ile birlikte tarımda da önemli ilerlemeler yaşanmıştır. Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişte yaşanan köklü toplumsal ve ekonomik değişimlerin bir benzeri de günümüzde sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçerken yaşanmaktadır.

Bilgi toplumunu sanayi ve tarım toplumundan ayırt eden önemli farklar vardır. Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş aşaması uzun zaman almış ve insanlar bu değişimi hemen fark edememiştir. Oysa sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş oldukça hızlı yaşanmakla birlikte, hızlı geçişe rağmen, içinde yaşayan insanlar olarak bizlerin farkında olduğu bir değişim süreci gerçekleşmektedir. Günümüz toplumları, bilgi toplumu olmak için bilgi ihtiyacının farkındadır ve bilgiye erişmeye çalışmaktadır. Bilgi toplumu, erişim toplumdur.⁷

Bu bağlamda iletişim, bilgi toplumunun olmazsa olmazı haline gelmiştir. Ve iletişim araçlarının burada oynadığı rol ve sürekli rol değiştirmesi de bilgi toplumunun erişim toplumu olmasını tetiklemiştir.

İletişim araçlarının gelişimi ile iletişim içerik ve biçimsel olarak farklılıklara uğramıştır.

İletişim alanındaki teknolojik gelişmeler, dijital teknoloji ile, fiber optik ve laser teknolojisi sayesinde iletişimde ortaya çıkan yenilikler ve büro donanımında yenilenme yaratan “akıllı” terminal, telefon, faks ve diğer haberleşme donanımındaki gelişmeler ile birlikte yaratılmıştır. Transistorün, renkli TV’nin, teybin, videonun, bilgisayarların ve uyduların iletişim alanında kullanılması ile bilgi-iletişim çağı sanayi toplumunun son 30-40 yılında başladı. Bu alanlarda yeni ve hızlı gelişmeler, 1980-1990’larda bugünkü ilk dönem “bilgi toplumunu” yarattı.⁸

İletişim devrimlerini kronolojik olarak sıralayacak olursak:

-Baskı makinesinin bulunuşu (1453)

⁷ Yıldırım, s.5

⁸ Özçağlayan, s.25

-Buharlı baskı makinesi (1830)

19. yüzyılda endüstri ve sanayi devriminin ardında teknolojik anlamda gelişmeler olmuş ve günümüz iletişim araçlarının oluşum süreci başlamıştır, bununla birlikte;

-Telgraf (1835)

-Telefon (1876)

-Fotoğraf (1827)

-Sinema (1895)

-Radyo (1895)

-Televizyon (1929)

-Renkli televizyon (1951)

-Bilgisayar (1942)

-Video (1968)

-Macintosh (1984)

-İnternet Navigatör (1993)

-Microsoft (1995)

-Windows (1998)⁹

ortaya çıkmışlardır. Bu gelişimler sonucunda iletişim yeni boyutlar kazanmış, insanları etkileme bakımından gücünü arttırmıştır.

Yaşanan bu teknolojik dönüşüm haber alma-verme olayını yazılı boyutundan çok ötelere taşımakla beraber, yazılı boyutta da birçok yeniliği ve değişimi de beraberinde getirmiştir.

2.2. Teknolojik Dönüşüm Sürecinin Geleneksel Gazetecilikte Meydana Getirdiği Değişim

Michael Golden, News Limited Başkan Yardımcısı, (Avustralya) yaşanan değişime bakarken bunun bir tehdit olarak algılanmaması gerektiğini dile getirmektedir.

⁹ Atilla Girgin, **Yazılı Basında Haber Ve Habercilik Etik'i**, 2.Basım, İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 2003 s.11

Bin yılımızın son birkaç ayına girerken, gazetecilik sanayinin iki değişmez yoldaşının bir adım gerisinde gidiyoruz: hızlı değişim ve teknolojik ilerleme. Dijital Çağ adeta ışık hızıyla ilerliyor ve düşünmek için bir anlığına da olsa durmak bile riskli olabiliyor.¹⁰

Bazen, belirsiz bir geleceğe hazırlanabilmek için geçmişe dönüp, eski olaylardan ders almak gerekir. Başlangıçta, habercilik işi çok daha rahattı:

- Milattan sonra 105 yılında, Çinliler kağıdı icat etti ve bu icat, temel basım malzemesi olarak kullanılan parşömen ve papirüsün yerini aldı.
- Bir sonraki büyük değişim ise yaklaşık 1400 yıl sonra gerçekleşti. 1450’de Johann Gutenberg, taşınabilir bir basım aleti icat etti.
- Bundan yaklaşık 150 yıl sonra, yani 1609’da Johann Carolus, Strazburg’da dünyanın ilk gazetesinin çıkardı: The Relation.
- Kitle iletişimde yaşanan bir sonraki büyük yenilik yaklaşık 300 yıl sonra ortaya çıktı. 1920 yılında KDKA, Doğu Pittsburgh-Pennsylvania’daki iki katlı bir tamirhanede Radyo Çağı’nı başlattı.¹¹

Yukarda verilen kronolojik sıra gazetecilik kavramının ortaya çıkışı ve yıllar içinde oluşan teknolojik gelişmeleri belirterek, bu gelişmeler ışığında aslında gazeteciliğin kendini sürekli yenilemek durumunda olduğunu da belirtmektedir. Radyo dalgalarının bulunuşu, bunu takiben televizyonun ortaya çıkması ve şimdi de bilgisayar çağında yaşanması geleneksel gazetecilik kavramında bir takım değişiklikleri de beraberinde getirmiştir.

Elektronik medya çağında gazeteyi tercih eden kişilerin beklentileri bu yüzyılın başında aynı şeyi yapmış olan atalarının beklentilerinden çok farklıdır. Radyo ve televizyon, basını günümüzdeki varolan diğer teknoloji harikalarından daha fazla değişikliğe uğrattılar; gazeteye yeni bir işlev verdiler. Önceleri asıl işlevi en yeni haberleri iletmek olan basının

¹⁰ Ömer Ersöz, **2000’li Yıllarda Yazılı Basının Geleceği**, 1.Basım, İstanbul: Gazete Sahipleri Birliği Yayınları, 1999, s.133

¹¹ Ersöz, s.139

elinden bu görevin büyük bir kısmı, özellikle ulusal ve uluslar arası alanda radyo ve televizyon tarafından alınarak, basın bir kenara itilmiştir.

Gazete son derece karmaşık üretim süreçleriyle bu iki elektronik iletişim aracıyla yarışabilecek durumda değildir. Oldukça basit bir teknik donanıma sahip olan radyo diğerlerine göre en hızlı iletişim aracıdır, bu nedenle hızlı haber iletimi için de son derece uygundur. Bu alanda rakip tanımamaktadır. Televizyon ise olay yerinden yaptığı canlı yayınlarla baskın durumdadır.

Bu durum gazete ve gazete üretim anlayışında bir takım yenilikleri de beraberinde getirmektedir.

Gazeteciliğin temel işlevinde özellikle son yirmi yıldır iyice belirginleşen bir değişim olmaktadır; artık gazeteciler yalnız enformasyonu aktarmakla kalmayıp, enformasyonu işlemek durumunda kalmaktadırlar. Gazetecilikteki bu değişimin nedenini toplumbilimlerdeki değişmelere bağlamak ise işin en kestirme yanı olmaktadır. Aslında gazetecilikte görülen değişiklikleri dört ana başlık altında toplamak gerekmektedir.¹²

- Haber kaynakları bakımından değişiklikler görülmektedir. Eskiden tek kaynak kullanılarak haber yazılabiliyordu, günümüzde ise çok haber kaynağı kullanmak bir zorunluluk haline gelmiştir.
- Eskiden haber konu olan fikir veya düşünce genelde tek bir devlet dairesinden kaynaklanabilirdi, yani tek bir haber kaynağı vardı, günümüzde ise haber kaynağı çoğu kez bilgisayarda açılmış bir dosya olabilmektedir.
- Eskiden muhabirin uzmanlarla konuşabilecek kadar bilgili olması haber yapması için yeterliydi, artık, muhabirin kendisinin haber yapmak için uzman olması gerekmektedir.

¹²Necmi Emel Dilmen, **Bilişim Çağı'nın Gelişim Sürecinde E-Gazetecilik Olgusu ve İnternet Gazeteleri ve Haber Portalları Üzerine Bir Araştırma**, M. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul, 2003, s.80-82

- Eskiden gazetecilik, her şeyden az çok malumat sahibi olunan bir meslek olarak kabul edilirdi, şimdi ise birçok diğer meslekle uzmanlık yönünden rekabet içindedir.

Gazetecilik sadece bir yönü ile değil dört bir yandan teknoloji tarafından kuşatılarak kendini bu değişime uydurmak durumunda kalmıştır. Sadece bilgi toplama ve işleme sistemi değil, bunu yaymaya kadar birçok yönden kendini tazelemek durumunda kalmıştır.

2.2.1. Teknolojinin Gazete Üretim Aşamasında Meydana Getirdiği Değişim

2.2.1.1. Baskı Öncesindeki Değişimler

Baskı öncesi sistem, haberin muhabir tarafından bilgisayara girilmesi ile başlayıp film çıktısının ya da kalıbının alınmasına kadar ki işlemleri içeren bir sistemdir.¹³

Gelişen teknoloji gazetecilikte kullanılan geleneksel formları bir kenara iterek, onu kendine ayak uyduracak şekilde dönüştürmüştür. Teknolojinin veri girişlerini sayısallaştırması ve bilgisayarı en önemli araç haline getirmesi ile gazetecilikte de daktilo yerine daha hızlı veri girişini sağlayan bilgisayarı ön plana çıkardı.

Tüm sosyal sistemlerde olduğu gibi iletişim alt yapısını oluşturan ilişkiler yumağı da, kendisini çevreleyen koşulların değişmesinden etkilenir. Bu dış etmenlerden en önemlisi de teknolojik değişimdir. Michael Porter'ın da belirttiği gibi: "Teknolojik değişim, rekabetin esas unsurlarından biridir; endüstrideki yapısal değişimde en önemli rolü oynar ve yeni endüstrilerin ortaya çıkmasına neden olur. Piyasada tutunmuş, yerleşmiş ve kolay değişmeyen firmaların rekabet avantajını eriterek ve diğerlerinin ön plana çıkmasını hızlandırarak, eşitleyici bir rol de oynar. Günümüzün büyük firmalarını çoğu teknolojik değişimlerin sonucu bugünkü yerlerine gelebilmişlerdir. Rekabetin kurallarını değiştirebilen faktörlerin içinde teknolojik değişim, en belirleyici olanıdır."¹⁴

Bu durum gazetenin rekabet içinde olduğu televizyon ve radyo ile başa çıkma adına kendini dönüştürmesi ile mümkün olmuştur. Dolayısıyla veri işleme ve toplama yöntemlerinde yenilikleri de beraberinde getirmiştir.

¹³ Erhan Akyazı, **Yayıncılığın Gelişiminde Elektronikleşme Süreci ve Yazılı Basında Bilgisayarın Yeri**, M. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 1997, s.81

¹⁴ Özçağlayan, s.71-72

Son on beş yıl içindeki ilerlemeler iletişim fonksiyonları ile iletişim medyasının birbirine yaklaşmasına yol açmıştır. Örneğin; veri işleme ve telekomünikasyon geçmişte oldukça farklı ekonomik faktörlerce yürütülen, farklı işlem setlerinden oluşurken; artık sayısal anahtarlama ve veri işleme, birlikte, modern iletişim şebekelerinin temelini oluşturmakta ve bilgisayarların, yerel ve daha uzak mesafeli iletişim şebekelerine bağlanmasını sağlamaktadırlar. Hızlı-paket anahtarlama (fast-package switching) ve telekomünikasyon şebekelerine “ Akıl’ın (intelligence) daha fazla entegre olmasıyla, anahtarlama ve nakil arasındaki fonksiyon farkını ayırtmak giderek güçleşmektedir. Fonksiyonların birbirine yaklaşması ile ortaya çıkan bu ekonomik fırsatı değerlendirmek isteyen ve daha önce telekomünikasyon hizmetlerini sınırlı olarak verebilen şirketler, veri işleme alanındaki şirketlerle güçlerini birleştirirken; daha çok veri işleme üzerinde çalışan şirketlerde, nakil konusunda uzmanlaşmış olanlarla ortaklık kurmaya başlamışlardır.

Sayısallaşma, telefon şebekelerinde 1960’ların başında kısa mesafeli, 70’lerde ise uzun mesafeli konuşmalarda kullanılmaya başladı ve sayısal hat teknolojilerini gelişmesi ile de sayısal veri hizmetleri sunmak mümkün oldu. Bu tür hizmetler için gelişen ve büyüyen talep daha sonraları sayısallaşmayı teşvik etti. Performanstaki ilerlemeler ve sayısal teknolojinin güvenilirliği, boyutlardaki küçülme ve maliyetlerdeki düşüşle birlikte, bu yöndeki gelişmelerde hız kazanmıştı. Sayısallaşmanın etkileri telekomünikasyonun çok ötesinde de gelişmektedir. Ses, görüntü ve metinlerin birlikte işlenme olanağı, masa üstü bilgisayarlar için tasarlanan çok geniş bir multi medya uygulaması sağlamaktadır.¹⁵

Gazeteciliğin baskı öncesi süreçte teknolojiyen en çok yararlandığı yönler, sayfa tasarımı ve grafik tasarımında kendini göstermiştir. Muhabirin haberi en yeni teknoloji ile elde etmesinden sonra yani baskı öncesinde onu okuyucuya en etkileyici şekilde vermesi bu teknolojiyi kullanması ile mümkün olmaktadır. Aksi halde rekabet içinde olunan radyo ve televizyona göre öne geçmek ancak bu şekilde sağlanabilir.

2.2.1.1.1. Mizanpaj

Mizanpaj; grafik tasarım elemanlarını kullanmak suretiyle, masa üstü yayıncılıkta sayfa düzenlenmesi yani sayfa tasarımıdır. Bir başka tanımla mizanpaj; belli yazı fontları

¹⁵ Özçaglayan,s.94-95

seçilerek, çeşitli renkler kullanılarak ve uygun bir fotoğrafla bütünleştirilerek eldeki yazılı metnin şekillendirilmesidir.¹⁶

Sayfa tasarımı, dergi, gazete, kitap gibi konularda bilginin aktarılmasında önemli bir rol oynar. Sayfa tasarımı olarak bahsettiğimiz konu, aslında kâğıt üzerinde şekillenen bilginin düzenlenmiş halini anlatıyorsa da, günümüzde elektronik ortamdaki belgeler, web sayfaları ve etkileşimli grafiklerin temelinde de sayfa tasarımında kullandığımız ilkeler geçerlidir. Zaman zaman görsel okuma olarak adlandırdığımız algı biçimi ışığında sayfa tasarımı incelendiğinde, yüzey üzerindeki elemanların organizasyonu hakkında karar verebilmek aşamasında dört temel başlangıç noktasından bahsedebiliriz. Bunlar; büyüklük, şekil, alan ve renk ya da tondur. Sayfa üzerindeki bu dört etkenin görsel olarak derecelendirilmesi (görsel hiyerarşi) sonucu bir düzen elde edilir. Yüzey üzerindeki bu ilişkiler kendi içinde başka ilişkiler oluşturur ve gittikçe karmaşıklaşan süreç sonunda, bilgiyi ya da mesajı görsel bir yapıda sunma işlevini yüklenir.¹⁷

Sayfa tasarımı, gazetenin ilgi çekmesini sağlamada ilk adımlardan biridir. Gelişen teknoloji ve grafik tasarımın da bununla beraber öne çıkması gazete yararına kullanılan bir yön olmuştur.

2.2.1.1.2. Grafik Tasarım

Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatıdır. Birinci işlevi de, bir mesaj iletmek ya da bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktır. Grafik tasarım terimi ilk kez 20. yüzyılın ilk yarısında metal kalıplara oyularak yazılan ve çizilen ve daha sonra da çoğaltılmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmıştır. Teknoloji geliştikçe, sadece basılı malzemeler değil; film aracılığı ile perdeye yansıtılan, video ile ekrana gönderilen ve bilgisayarlar yardımıyla üretilen görsel malzemeler de grafik tasarım kapsamı içine girmiş ve bu terimin anlamı oldukça genişlemiştir.¹⁸

Grafik tasarımında kullanılan teknoloji pikaj olarak adlandırılır.

¹⁶ Selim Şimşiroğlu, **Yazılı Basında Haber Sunumunda Mizanpajın Habere Etkisi**, M. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2002, s.10

¹⁷ Hasan Öztoprak, **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, 1.Basım, İstanbul: İnkılâp Yayınevi, 2004, s.52-54

¹⁸ Emre Becer, **İletişim Ve Grafik Tasarım**, 3. Basım, Ankara: Dost Kitabevi, 2002, s.33

Bir tasarımın basılabilmesi için kameraya hazır çiziminin hazırlanması gerekir. Bu çalışmaya “pikaj” adı verilmektedir. Tasarımcı, görsel unsurların nasıl yerleştirildiğini pikaj üzerinde denetleme olanağı bulur. Pikaj, kamera ile filme alınmaya hazır bir çalışmadır. Kamera ile kaydedilen film ise daha sonra baskı kalıbının hazırlanmasında kullanılır. Pikaj için gereken ilk malzeme, çizim yüzeyidir. Çizim yüzeyinin, tasarımın gerçek ölçülerinden biraz daha büyük tutulmasına ve rapido, çini mürekkebi, kurşun kalem gibi malzemelerle çizim yapmaya elverişli olmasına dikkat edilmelidir. Bu yüzeyler; iyi kalitede resim kağıtları, üzerlerinde açık mavi renkte milimetrik çizgiler taşıyan Bristol kartonları, kuşe kağıtlar ve aydınlatıcılar. Pikajda kullanılan diğer malzemeler ise şöyle sıralanabilir: T cetveli, gönye, maskeleme bandı, yapıştırma malzemesi (kauçuk çözeltisi), makas, cımbız, maket bıçağı, jilet, beyaz guaj ya da sıvı daktilo silgisi, kurşun kalem, rapido, fırça, trilin ve çini mürekkebi. Dizgi çıktıları, reproduksiyonlar ve illüstrasyonlar pikaj üzerinde bir araya getirilir. Yapıştırmada genellikle iki malzemeden yararlanılır. Küçük parçaların yapıştırılmasında kauçuk çözeltisi (solüsyon) kullanılır. Büyük parçaların yapıştırılmasında ise mumlama yöntemi tercih edilmektedir.¹⁹

2.2.1.1.2.1. Grafik Tasarımda Gestalt Uygulamaları

Mizanpaj ve grafik tasarımında sunulan unsurun görselliği albenili bir hale getirilerek okuyucuyla buluşması amaçlanır. İşte burada algı adına özellikle algıyı kendine çekebilmek adına Gestalt teorisi devreye girmektedir.

Gestalt algılama faktörleri, grafik bilginin uzamsal organizasyonunda güvenilir bir psikolojik temel sağlayabilecek görsel bir referans çerçevesi kurar. 1900’lü yıllarda Alman ve Avusturyalı psikologlar, insan davranışlarında “ Düzen aramaya” dayalı kavramlar oluşturmaya başladılar. Özellikle tasarımcı ve fotoğrafçıların işine yarayacak teoriler geliştirdiler. Gestalt algılama psikolojisi ile ilgilenmemizin sebebi gözün görsel deneyimlerini nasıl düzenlediğine dair somut kanıtlar göstermesidir. Gestalt görsel ilkeleri uzun yıllardır imgelerin analizinde kullanılmaktadır. Pek çok güzel sanat dalı daha çok mistik “estetik” yargılara dayalı görüş açıları ile değerlendirilmiştir. Gestalt ilkeleri ise görsel imgelerin nihai etkinliliğini değerlendirme olanağı sunar.

¹⁹ Becer, s.116-117

1.Şekil/Zemin: İmgeleri “okumamızı” sağlayan temel algılama kuralıdır. Karşıtlıktan yararlanır.



Şekil 1: Şekil/ Zemin İlişkisi

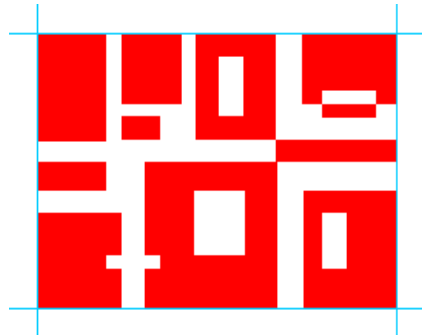
Şekiller: Tüm parçalardaki uzamsal ilişkilerle belirlenen pozitif elemanlardır. Bir alan ya da zemin üzerinde görünürler.

Zemin: Görsel imgeyi taşıyan arka plan, alan, beyaz uzam, negatif uzam, format.

Bir ölçü aletini, saat yada işareti okuyabilmemizi sağlar.

Kutup ayıları beyaz kamuflaje sahiptir.

2.Denge: Her psikolojik alan düzen, denge ve maksimum etki yaratma eğilimindedir. Doğal koşullar madde ve organizmaları da etkiler. Yer çekimi, ısı ve basıncın ortaya çıkardığı şekiller genellikle “kapalı”, yoğundur. (Asitli içeceklerde hava kabarcıkları yuvarlaktır)



Şekil 2: Denge

3.Biçim/ Yapı Benzerliği (Isomorphic Correspondence): Görsel formun yapısal özellikleri ve insan davranışındaki benzer özellikler arasındaki ilişki ile ilgilenir. İnsanların fiziksel ve psikolojik deneyimleri belirli görsel imgelerle hatırlatılır ve tetiklenir. (Televizyondaki bir döner reklamı açlığı uyarır.)

4.Kapalılık: Kapalı biçimler, kapalı olmayanlara göre görsel olarak daha dengelidir. Boşlukları doldurmak ve bitmemiş bir biçimi tamamlamak için doğal bir eğilimimiz vardır. (Açık bir ağıldaki kapıyı görsel olarak kapatırız.)



Şekil 3: Kapalılık

5.Yakınlık: Algılama gruplamaları parçaların yakınlığına göre yapılır. Yakın parçalar görsel olarak birleşerek grup oluştururlar. (Serçe sürüsü içinde birlikte duran serçeler ile ayrı duran bir serçe dikkat çeker.)



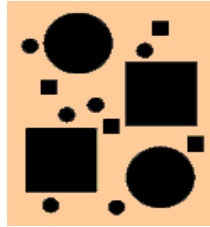
Şekil 4: Yakınlık

6.Süreklilik: Algılamadaki düzen, gözü düz bir çizgi ya da eğri boyunca ve ötesine doğru yönlendirir. (Bir ok işareti gözü istenilen yöne doğru yöneltir.)



Şekil 5: Süreklilik

7.Benzerlik: Benzer görsel birimler gruplar halinde görünür. Nesneler biçim, boyut, renk ve yön açısından benzerlik taşır. (Bir sığır sürüsünde siyah bizonları ve kırmızı olanlara göre ayrı bir grup olarak algılarız. Tek yönlü bir caddede trafiğe karşı giden bir araba hemen fark edilir.)²⁰



Şekil 6: Benzerlik

Gestalt teorisine göre, insanlar bilgi parçalarını bir araya getirme eğilimindedir. Bu teorinin ana prensibi şu ki, insan algısı en basit ve en genel olana ya da simetrik yapıya çekilmektedir. Bu eğilim bilgi sürecini daha etkili kılmaktadır.

Gestalt düşüncesinin gazete tasarımında uygulanması, bazı grafik unsurlarının tasarımcılar tarafından kullanılmasına açıklık getirir. Buna göre, karmaşık tasarımı olan bir gazete sayfası okuyucunun ilgisini daha çok uzaklaştırır. Çünkü böyle bir durumda göze aynı anda çok sayıda mesaj ulaşmaktadır. Bu da seçici algı ve biçim- temelli ilişkinin etkilenmesine neden olur. Buna göre en iyi tasarım en sade olan tasarımdır.²¹

Teknolojik fırsatlar 20. yüzyılın son kısmında gazetelerin kullandıkları renk, grafiği çoğaltmasına ve hatta üretim zamanını kısa tutmasına izin verdi. Bu nedenle, haberi erken teslim etme baskısını da azaltmıştır. Modern formattaki gazeteler, Gestalt düşüncesinin, “renk kullanımını” belirlemede kullanılmasına öncülük ederler. Benzer renkler kullanılarak, okuyucunun sayfayı bir bütün olarak algılamasını sağladılar. Yine renklerin psikolojik etkilerini de kullanarak dizaynlarını gerçekleştirdiler. Örneğin, ön sayfada hava durumu tablosu verildiğinde, sıcak havalara için kırmızı, sarı ve turuncu; soğuk havalara için ise mavi, yeşil ve mor kullanılması bu şekilde gerçekleşti. Yine biçim/ yapı benzerliğinin kullanılması

²⁰ R. Terry Ellmore, **NTC's Mass Media Dictionary**, ABD: National Text Book Company, Illinois, 1991, p.53-58

²¹ Şengül Özerkan, Esin Kartopu, Hande Ayar, **The Relationship Between The Design of Newspaper and Human Beings Perception**, 4. Uluslararası Etkileşimli Ortam Tasarımı Sempozyumu, Yeditepe Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, (Nisan 28-30, 2006), s.101-102

aynı zamanda grafiklerin modern formattaki gazetelerde kullanımını da arttırmada öncülük etti.²²

Her şeyin görselleştiği günümüzde sayfa tasarımı ve grafik tasarımında ön plana çıkan bu gelişmeler yazılı basının önceliklerini farklı bir boyuta taşımıştır. Eskiden sadece siyah beyaz olan gazete sayfaları artık mümkün olduğunca dikkat çekecek şekilde tasarlanmaktadır. Renk unsuru da psikolojik etkileri, dikkati çekmesi gibi değerlendirmeler ışığında kullanılır hale gelmektedir.

2.2.1.1.2.2. Grafik Tasarımda Renk

Renk fiziksel bir oluşumdur ve ışık ile birlikte var olur. Önemli bir tasarım öğesi olduğu gibi, aynı zamanda sembolik bir değeri de vardır. Tek başına renk mesaj verebilir, davranışları yönlendirebilir, insan fizyolojisi üzerinde etkiye sahiptir. Bu fizyolojik etki rengin bir sembol olarak oluşumu ve kullanımında etkin olur. Renkler insan davranış ve karar mekanizmalarında duygusal boyutun da yardımıyla etkin olarak var olurlar. Ambalaj, tasarımında renk üzerinde çok çalışılması ve dikkatle planlanması gereken önemli bir grafik ürünüdür. Yapılan araştırmalar rengin satın alma ve seçme sürecindeki rolünü ortaya koymuş, sadece ambalaj üzerindeki etkin renk değiştirilerek, şaşırtıcı sonuçlar elde edilmiştir. Grafik tasarımcı kavramsal çözüm, tipografi, kompozisyon gibi pek çok sorun ile başa çıkmaya çalışırken bir yandan da renk öğesini tasarımının bir elemanı olarak oluşturmak durumundadır. Renk aynı zamanda bir tasarım öğesidir, renk ve ton değerleri sayesinde biçimleri, tipografıyı, ön planı görünür kılar ve ya arka plana iteriz. Renk görsel hiyerarşiyi organize etmek aşamasında önemli bir etmendir. Bunun yanı sıra renk, iyi kurgulanmadığı takdirde dizginlerden çıkar ve tasarıma zarar verebilir.

Renkleri sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırmalardan en sık karşımıza çıkanı, renklerin sıcak ve soğuk olarak ayrılmasıdır. Sıcak renkler, dalga boyu yüksel olan sarı, kırmızı ve turuncu gibi renklerden oluşur. Bunun yanı sıra dalga düşük olan soğuk renkler ise mavi, mor ve yeşildir. Yeşil, içindeki sarı oranı arttığı ölçüde ısınır, sıcak renk paletine daha yaklaşır, azaldıkça soğuklaşır mavileşir. Sıcak renkler daha çabuk algılanabildikleri ve görsel düzen içinde görünebilir olduğu için tasarım elemanları içinde

²² Ken Smith, Sandra Moriarty, Gretchen Barbatis, Keith Kenney, **Handbook of Visual Communication Theory, Methods, And Media**, London, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2005, s.81-95

kullanıldığında bize yakın olma hissini uyandırır. Bu temel bilgi çoğu zaman tasarımcının görsel derinlik problemini çözebilmesi için olumlu sonuçlar doğurur. Örneğin mavi ve mor zemin renklerinin hakim olduğu bir sayfada kullanılacak başlık yazısı, sıcak bir renk yardımıyla öne çıkarılır veya ton değerleri değiştirilerek aşırı öne çıkması ve sayfada yanlış bir görsel hiyerarşi oluşturması engellenebilir. Renklerin fiziksel ve psikolojik etkileri, onları kendi başlarına mesaj veren, iletişim kuran bir yapıya dönüştürür.²³ Bu özellikleriyle renkler, uyarıcı oldukları kadar çökkünlük yaratıcı, yapıcı oldukları kadar da yıkıcı, itici ya da çekici olabilirler.²⁴

Beyaz

Beyaz; saflık ve temizliğin sembolüdür, olumlu ve kabul edici bir tavrı vardır. Savaşta beyaz bayrak, teslimiyeti, barışı simgeler. Basılı malzemelerin tasarımında genelde kâğıdın beyazından faydalandığı için boya olarak kullanımı çok enderdir. Farklı yüzey doku ve zenginliklerindeki beyazın kullanımını, kozmetik ambalajlarında ve temizlik ürünlerinin grafik tasarımlarında gözlemleyebiliriz.

Siyah

Hiç kuşku yok ki siyah en koyu renktir. Beyazda olduğu gibi, siyahta tonlama değerine sahip değildir; açığı koyusu olmaz. Bir bitiş ve son anlamdaki siyah, gecenin ve sonsuz evrenin rengidir.

Siyah, baskı teknolojisinde koyu değerleri ve tonu belirleyen anahtar renktir, bu yüzden K (Key) kısaltması ile de belirtilir. Beyazın siyah ile güçlü kontrastlığı dolayısıyla sayfa üzerinde tipografik elemanlar genelde siyahla oluşturulur. Diğer renklere nazaran ışığın soldurucu etkisine en karşı koruyabilen renk siyahtır.

Kırmızı

Kırmızı; aktif enerjik ve dinamik yapısı sayesinde, tutkunun, ateşin, aşkın, kanın, hayatın rengidir.

²³ Öztoprak, s.45-7-47

²⁴ Ted Andrews, **Renklerle Tedavi**, 1.Basım, İstanbul: Doğan Ofset DBR Magazines Tempo, 1996,s.17

Kırmızının çekiciliği pazarlama ve reklamcılık alanındaki araştırmalarla da kanıtlanmıştır. Raftaki görünürlüğü ve ilgi çekiciliği, kırmızı ambalajların diğerlerine göre daha etkin olabildiğini göstermiştir.

Sarı

Sarı; altının, güneşin rengidir. Renklerin en sıcak olanıdır; görünebilirlik niteliği, sarının bir dikkat rengi olarak kullanılmasına yardımcı olmuş, bu parlak ve sıcak renk görünme ve fark edilmenin gerekli olduğu tüm ortamlarda yaygın olarak kullanılmıştır.

Sarı ambalaj tasarımında neşeli ve keyifli bir etki elde etmek için kullanılmıştır. Kodak şirketinin ambalajlarında kullandığı sarı, bu olumluluk ve neşelilik etkisinden dolayı seçilmiştir. Aynı zamanda National Geographic dergisinin sarı çerçevesi, sarı rengin olumlu etkisini üzerinde taşır. Shell şirketinin amblemi de kırmızı ve sarıdır. Sarı yeni ufukları, keşfi, enerjiyi, beraberindeki kırmızı ise yakıtın güç ve dinamizmini simgeler.

Mavi

Dinlendirici renk grubunda yer alan mavi, huzurlu yatıştırıcı bir etkiye sahiptir.

Mavi renk kırmızı rengin karşıtıdır. Fiziksel etki olarak da karşıt özelliklere sahiptir. Kırmızı nasıl tansiyonu yükseltip sinirlilik etkisi yaratıyorsa, mavi de tansiyon ve solunumu azaltır dingin bir atmosfer yaratır.

Temizlik ve saflık imajı yaratmak için genellikle pek çok su ambalajında mavi renk esastır. Ambalaj tasarımında soğuk ve tazelik etkisi yaratılmasının esas olduğu durumlarda, örneğin yoğurt gibi ürünlerin ambalaj tasarımlarında mavi ve lacivert tonlarının kullanıldığını görürüz.

Yeşil

Yeşil, mavi ve sarının bileşiminden oluşur ve her iki rengin özelliklerinin ahengli bir birlikteliğini bünyesinde barındırır. Doğal ve sağlıklı bir etki kazandırılması hedeflenen gıda veya gıda yan ürünleri, örneğin bahçe malzemeleri, bahçe ilaçları, gübreler vs. hep yeşil ağırlıklı ambalajlarla piyasaya sunulmuştur.

Yeşil doğadaki yaygınlığı dolayısı ile gıda ambalajlarında tazelik ve doğallık etkisi vermek adına sıkça kullanılmıştır. Yeşil baskı teknolojisinde sarı ve mavinin karışımından elde edilen ikincil bir renkten, toplumsal renk sisteminde, yani ışıkların bileşimi ile oluşan sistemde ve ekran-televizyon teknolojisinde üç ana renkten biri olarak kullanılır.²⁵

Günümüzde gazeteler safta tasarımını işte bu değerleri ön plana alarak belirlenmektedir. Rengin okuyucuda uyandırdığı etki ve gazeteyi okuma isteğini uyandırması bütün hepsi gelişen teknoloji ışığında ortaya çıkan yeniliklerdendir.

2.2.1.1.3. Fotoğraf

Fotoğraf sözcüğü, eski Yunanca ve Latince’de aynı kökten gelen photos (ışık) ve graphis (yazı) sözcüklerinin birleşiminden oluşmuştur ve “ışıkla yazmak” anlamına gelir.²⁶

Fotoğrafın bulunuşuna kadar geçen süre içinde bütün görsel imgeler baskı yüzeyine elle çizilerek ya da oyularak aktarılıyordu. 19. yüzyılda fotoğrafın bulunmasıyla görsel imgelerden reproduksiyon yoluyla kopyalama süreci başlamış oldu.

Atalarımızın binlerce, on binlerce yıl önce mağara duvarlarına, kaya yüzeylerine çizdikleri resimler görüntülerin ilk örneklerini oluşturuyor. Zaman içinde görüntünün optik ve mekanik yollarla üretimi gündeme geldi. 1800’lü yılların sonunda ise fotoğrafik üretim neredeyse kusursuz haldeydi. İnsanoğlu bir “aygıt”ı kullanarak görüntüyü üretir hale gelmişti. Bir aygıt ile üretilen görüntüler, optik ve mekanik yollarla çoğaltılabilmeye başladı. Mekanik çoğaltmanın gündeme gelmesiyle resme özgü olan o biriciklik, bir müze veya özel bir koleksiyona ait olma özelliği ortadan kalktı. Görüntüler kitlesel olarak üretilmeye ve tüketilmeye başladı. Fotoğrafik görüntünün üretimini hareketli olan sinematografik görüntüler ve televizyon / video için üretilen elektronik görüntüler takip etti. Görüntüye zaman boyutu eklendi. Görüntünün çok ama çok büyük, zaman zaman dünya ölçeğindeki kitlelere, anında dağıtımı/ aktarımı söz konusu oldu.²⁷

²⁵ Öztoprak, s.48-56

²⁶ Faruk Akbaş, Emre İkizler, **Fotoğraf Teknik Okumaları**, 2. Basım, İstanbul: Om Yayınevi, 2003, s.13

²⁷ Ertuğrul Algan, **Fotoğraf Okuma, Görüntü Çözümlemesine Giriş**, 1. Basım, Eskişehir: Baskı Hazırlık ve Tasarım Çözüm İletişim Hizmetleri Ltd. Şti., 1999, s.1

Basılı iletişim araçlarında okuru etkilemede en etkili yol fotoğraf kullanmaktır. Yazının her şeyi anlatmaya yetmediği, yazının veya haberin daha net ve daha çabuk açıklanmasına yardım eden elemanlar fotoğraf ve grafiklerdir.²⁸

Fotografik emülsiyonu (duyarkat) ilk bulan kişi Fransız Joseph Niepce'dir (1822). Niepce, ürettiği bu ışığa duyarlı yüzeyi karanlık bir oda (camera obscura) içine yerleştirerek, 1826'da doğadan ilk fotoğrafı çekmiştir. Bu buluşun boyutları sonraları Louis Jacques Daguerre, William Henry Fox Talbot, Frederick Archer gibi öncülerle daha da genişlemiştir.

Niepce'nin geliştirdiği ıslak emülsiyon çabuk bozuluyordu. Bugün fotoğraf ve sinema endüstrisinde kullanılan kuru emülsiyonun ilk örneği 1877 yılından başlayarak üretilmeye başladı. Fotoğrafın bulunuşu grafik imge üretiminde köklü değişimlere neden olmuştur.²⁹

Fotoğrafi bir süs olarak değil, bilgi veren bir materyal olarak değerlendirmeliyiz. Yazı insanda mantığa seslenirken, fotoğraf duyguya seslenir. Olumlu sonuçlanan kazaların, savaş görüntülerinin ya da felaketlerin fotoğrafları uzun bir yazıdan daha etkilidir.

Gazetede fotoğraf:³⁰

- Bir olayı görüntülemek,
- Haber başlık ve resim altının da yardımıyla okuyucuya çok kısa zamanda anlatmak,
- Verilen haberi ve olayı, belgeleyip kanıtlamak,
- Okuyucunun ilgisini çekmek,
- Gazete sayfasını hareketlendirip, süslemek bakımından önem taşır.

1839 yılında kameranın icat edilışinden beri, fotoğraf sanatı ölümle hep haşır neşir olmuştur. Kamerayla sağlanan bir görüntü merceğin önüne getirilen bir şeyin kopyası

²⁸ Alex W. White, **Type in Use Effective Typography for Electronic Publishing**, 2.Edition, N.Y., London: Norton Company, 1992, s.26

²⁹ Becer, s.97

³⁰ Şevket Evliyagil, **Gazete Yayımlama Yöntemleri**, 1.Basım, Ankara: Ajans-Türk Matbaacılık, 1981, s.48

olduğundan, fotoğraflar, kayıp bir geçmişten ve ayrılıp giden sevgiliden bir yadigâr olarak, başka bütün resimler karşısında belirli bir üstünlük taşıyordu. Kameranın menzili, fotoğraf makinesinin taşınabilmesi, bir yere sağlam biçimde konabilmesi ve titreyip kımıldamadan durabilmesi ölçüsünde sınırlı kalmaktaydı. Ancak kamera üç ayaklı sehpadan kurtulup, fiilen taşınabilir hale gelince ve uzaktaki bir gözlem noktasından bakıldığında yakın çekimde olağanüstü başarılar kazanmayı sağlayan bir telemetreyle ve çeşitli merceklerle donatılınca, resim çekmek bir doğrudanlık avantajı kazanıyor ve sözlü anlatımdan daha büyük bir ağırlığa sahip oluyordu.³¹

Önceleri banyo edilerek çeşitli aşamalardan geçen filmler ancak fotoğraf olarak elde edilebiliyordu. Günümüzdeki dijitalleşme sayesinde artık filme, banyoya ve birtakım kimyasal işlemlere gerek kalmadan fotoğraflar üretilmekte, sınırlar ötesine bir tuş ile gönderilmektedir. Bu da haber için önemli bir eleman olan fotoğrafın, kullanım rahatlığını arttırmaktadır.

Fotoğrafın basında kullanılmasına değin geçen sürede önemli olaylara ilişkin görsel betimlemeler gazete ve dergilerde çizilen resimlerle yapılıyordu. Günümüzde de zaman zaman bunun örneklerine rastlamak olanaklıdır. Özellikle batılı ülkelerde foto muhabirlerine fotoğraf çekme izni verilmeyen önemli davalara ilişkin betimlemeleri günümüzde bile elle çizilmiş olarak görebilmekteyiz. Fotoğrafın basında kullanılmaya başlanmasıyla birlikte gazetelerin habercilik anlayışlarında ve haber içeriklerinde kuşkusuz önemli değişiklikler gözlemlendi. Bu yıllarda fotoğraf haber metnini destekleyen önemli bir öğeydi. Fotoğrafın inandırıcılığı ve herhangi bir olaya kanıt teşkil etmesi fotoğrafın basında giderek daha fazla kullanılmasını da beraberinde getirdi. Bir olaya ilişkin çoğu kez uzun uzun betimlemelerin gerektiği, bir olayın nasıl olduğunun tasvirinin, yazarın veya muhabirin kalemine bırakıldığı haber metinlerinin yerine konan, bir tek kareden oluşan fotoğraf, kimi kez bu uzun metnin verdiği ve yaptığı etkinin kat kat fazlasını sağlar. Bir gazete ve dergi için fotoğraf yalnızca haber metnine destek olma anlamında değil, aynı zamanda gözümüzün gördüğü her yerin

³¹ Susan Sontag, **Başkalarının Acısına Bakmak**, Çev. Osman Akinhay, 1. Basım, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2004, s.23-24

imge ve betimlemelerle dolduğu ve gazeteye rakip, televizyon gibi birçok yayın kuruluşunun da yer aldığı medya dünyasında, enformasyon aktarma yarışında önemli bir yer de alır.³²

Algı psikolojisi temellerine göre bir okuyucu eline aldığı gazetede ilk önce büyük fotoğraflara bakar, daha sonra resimaltı yazıları okur ve bunun ardından başlıkları okumaya geçer. Sayfada başka görsel malzemeler varsa, onlar da başlıklardan önce dikkat çekecektir.³³

Batı'daki ciddi gazetelerin çoğu fotoğraf kullanımını gereksiz bulmakta ve gazetenin esasen tipografik bir ürün olduğunu, bilgi ve haberlerin metinler yoluyla aktarılması gerektiğini savunmaktadır. Ancak önceleri siyah beyaz fotoğraflar (tramlı filmler) ve daha sonra renkli fotoğraflar (trikromi) gazete sayfasının temel unsuru olmuştur. Klasik sayfa düzeninde zorunlu olmadıkça kullanılmayan fotoğraf ve görsel malzeme, ofset dönemiyle gelişen çağdaş tasarımın en önemli unsurudur.³⁴

Görselliğin ön plana çıkması televizyonun buluşu ile başlamış, gazetenin bununla rekabeti de görsellik unsuru olarak içeriğinde fotoğrafa ağırlık vermesi ile sağlanmıştır.

2.2.1.2. Baskı Sürecindeki Değişimler

Bu süreç gazetenin basıma hazır olduğu nokta ile başlar. Haber toplanmış, yukarda sözü edilen gelişmeler ışığında işlenmiş ve artık basıma hazır bir hale gelmiştir. Yazılı basında en ciddi teknolojik gelişmelerin yaşandığı süreçlerden biri de baskı sürecidir. Matbaanın icadı ve bilgisayar teknolojisi ile zamanla desteklenmesi bu süreci hızlı ve kaliteli ürün elde edecek şekilde etkilemiştir.

2.2.1.2.1. Matbaanın İcadı

İletişim araçları alanında önemli bir gelişme, elde çoğaltma işlemini mekanik hale getirerek üretim zamanını kısaltan, sarf edilen emek miktarını ve yoğunluğunu azaltan, dolayısıyla da üretim maliyetlerini düşürerek kitapların ucuzlamasına ve yaygınlık

³² Algan, s.31-32

³³ Mustafa Şeker, **Kuramsal Temeller ve Uygulama İlkeleriyle Sayfa Düzeni**, 1. Basım, Konya: Çizgi Kitabevi, 2004, s.78

³⁴ Şeker, s.79

kazanmasına katkıda bulunan bir buluş ve bu buluşun yarattığı yeni bir uğraş devreye girmiştir: Baskı makinesi ve basımcılık.³⁵

El yazması uygulamalarının çoğaltımındaki sıkıntı yazının geniş topluluklarca kullanımına sınır getirmekteydi. Oysa matbaa ile yazılı eserlerin çoğaltımı kısa sürede ve olabildiğince çoklukta gerçekleştirilebiliyordu. Matbaanın icadı, basılı dili yaydı ve baskıya hiçbir zaman yitirmediği bir yetke payesi verdi. Matbaa yazılı sayfanın görsel yoğunluğunu tam bir yinelenebilirlik ve birörneklik noktasına taşıdı. Önceleri böyle bir görsel burğu bütünüyle olanaksızdı.³⁶

Baskı uygulamalarında klasik metinler önce mermer levhalara oyuluyor, sonra bunların üzerine ıslak kağıt seriliyor, kağıt üzerine aktarılan kabartma yazı da mürekkeplenerek baskı tamamlanıyordu. Altıncı yüzyıla doğru mermer levhaların yerini ağaç baskı blokları aldı. Metin önce mürekkeple iyi cins bir kağıda yazılıyor sonra kağıdın yazılı yüzeyi ağaç bir bloğun düzgün yüzeyine aktarılıyordu. Ağacın yüzeyi pirinç hamuruyla sıvalı olduğu için metin üzerindeki mürekkebi emiyor, ardından bir ağaç oyma ustası ağaç blok üzerindeki mürekkepsiz bölümleri oyarak harfleri kabartma harfler haline getiriyordu. Metinleri kabartma harfler haline gelmiş ağaç yüzeyi fırçayla mürekkepleniyor ve üzerine kağıt basılarak baskı tamamlanıyordu.³⁷

Gazetelerin, kitapların, haritaların, broşürlerin ve afişlerin, gündelik yaşamın bir parçası olmadığı bir dünyayı hayal etmek bile zor. Matbaacılığın doğması ise, ancak on beşinci yüzyılın ortalarında söz konusu olabilmıştır. Tek tek harflerin kullanımıyla kitap basımı, yalnızca beş yüz elli yaşındadır.³⁸

Matbaacılığı ilk icat edenler Çinlilerdi. Avrupalılardan altı yüzyıl önce, dokuzuncu yüzyılda, Çinliler, tüm sayfayı tahtadan oyarak, kopyalarını çıkartıyorlardı. Daha sonraları, Çin alfabesinin harflerini ayrı bloklar halinde oyup çıkardılar ve tekrar tekrar kullandılar.

³⁵ Nurcan Törenli, **Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**, 1. Basım, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005, s.49

³⁶ Hasan Fehmi Ketenci, Can Bilgili, **Yongaların 10 000 Yıllık Gizemli Dansı Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, 1. Basım, İstanbul: Beta Basım ve Yayım , 2006, s.49

³⁷ Ketenci, Bilgili, s.51

³⁸ Michael Pollard, **Johann Gutenberg**, Çev. Leyla Onat, 1. Basım, Ankara: İlk Kaynak Kültür ve Sanat, 1996, s.6

Kitap basma konusu, Çin İmparatorluğu'nun sınırları dışına çıkmadı. Çünkü o zamanlarda, Çin ile dünyanın öteki ülkeleri arasında çok az ilişki vardı.³⁹

Ama günümüzde matbaacılığın babası olarak Johann Gutenberg bilinmektedir.

Kalıp, matris ve kurşun üçlüsü ile klişe yapımının bulunması Avrupa da modern basımcılık serüvenin temelini oluşturmuş ve yerleştirmiş, geriye kala kala baskı malzemelerinin geliştirilmesi kalmıştı. İşte, tüm öğeleri birleştirerek bugünün modern ofset teknolojisine varan yolda önemli bir aşama olarak değerlendirilen, tümsek baskı sisteminin başlangıcı, tipo baskı tekniğini geliştiren Gutenberg olmuştur. Gutenberg 1450'de geliştirdiği yönteminde harfleri (karakterleri) tek tek dökerek hazırlıyordu. Önce harflerin (karakterlerin) pirinç ya da tunçtan kalıbı hazırlanıyor, kalıpların çevresine kurşun dökülerek bir matris elde ediliyor, bunun üzerine de kurşun, kalay ve antimon alaşımı bir madde dökülerek klişe levha çıkartılıyordu. Gutenberg harfleri ilk önce tunçtan dökmüş, fakat bu kağıdı delmiştir. Kurşun kullandığında ise baskı yapıldıkça harflerin çok çabuk ezildiğini görür. Bunun üzerine kurşun alaşımı dediğimiz, içinde “kalay” ve “antimon”ın da bulunduğu karışımı ortaya çıkarır. Hazırlanan bu kalıpların vidalı ve metal basit presler yardımıyla kağıda baskısı yaptırılıyordu. Klişe kalıp yüzeyine mürekkep sürülerek bu ahşap preslerden yeterince sıkıştırılarak baskı kağıda geçiriliyordu. Gutenberg'in getirdiği bir başka yenilik ise kağıdın her iki yüzüne de bir çok baskı yapabilen cendereydi. Gutenberg'in bu önemli buluşunun kullanıldığı yılları izleyen 500 yıl boyunca baskı tekniği bir çok teknolojik yeniliklerle kendini geliştirdi ama temel yöntemde hiçbir değişiklik olmadı.⁴⁰

Matbaacılığın yayılma hızı, yirminci yüzyılın ikinci yarısında bilgisayarın yayılmasıyla karşılaştırılabilir. İnsanlar, birden, onsuz nasıl yaşamış olduklarını merak etmeye başlamışlardı. Yine bilgisayarın yayılışı gibi, matbaacılığın da kötü yan etkileri vardı. Bilgisayar, birçok insan için kırtasiye işlerini ortadan kaldırdı ama birçok kişiyi de işsiz bıraktı. Matbaacılık da aynı şeyi yapmıştı. İşsiz kalanlar, matbaanın birkaç günde yaptığı işi, bir yılda yapabilen yazıcılardı.⁴¹

³⁹ Pollard, s.7-8

⁴⁰ Ketenci, Bilgili, s.54-55

⁴¹ Pollard, s.34

Gutenberg sonrası süreçte matbaacılıkta en önemli yeniliği, 1800’lü yılların hemen başında (1803) Alman mucit Friedrich Koenig getirdi. Koenig bu sistemde buhar gücünden ve dişli çark sisteminden yararlanarak, (Gutenberg’in cenderesindeki) baskı kapağının inip kalkmasını, yatağın ileri geri hareketini ve klişenin merdanelerle mürekkeplenmesini tek bir mekanik sistemle işleyebilen çevrim halinde birleştirdi. 1822 yılında yardımcısı Andreas Bauer ile baskı kapağının yerine üzerine kağıt sarılı bobinlerin kullanımını başlatarak günümüzde kullanılan en gelişmiş, en hızlı baskı sistemi olan rotatif baskının temelini attı. Bu türden bir matbaa makinesi ile ilk basılan gazete 1814 yılında Londra’da yayınına başlanan “The Times” oldu.

Gutenberg’in matbaayı bulmasından günümüze teknolojik olarak kendini yenileyen baskı sistemleri günümüz yaşamının vazgeçilmezleri arasına girdi. Gutenberg’in sistemi 19.yüzyılın sonlarına kadar makineleşerek devam etti. Zamanla ister tabaka, ister bobin kağıda hızlı baskı yapabilen mekanik baskı makineleri yapıldı.

1900’lerin başında ise matbaacılıkta yeni bir devir açıldı. 1904 yılında ofset baskı tekniği Amerikalı Ira W. Rubel tarafından bulundu. İlerleyen yıllardan günümüze kadar ofset teknolojisi çok gelişti ve günümüzde dijital baskı dediğimiz teknolojiye kadar ulaştı. Bu gelişmede bilgisayar teknolojisinin çok etkisi oldu. İlk zamanlar ofset hazırlıkta ve matbaa makinelerinin kumanda kısımlarında kullanılan bilgisayarlar, şu anda sektörün vazgeçilmez parçası konumundadır.⁴²

Yazılı ürünlerin çoğaltımında bir devrim olan matbaa zamanla kendini yenileyerek günümüze kadar geldi. 1450’den bu güne önce buhar gücünün kullanılması, bunu takiben elektrik gücünün kullanılması ve günümüz bilişim çağında lazer ışınların kullanılması ile işlevsel olarak daha verimli hale geldi. Ancak genel mekanizmanın işleyişi açısından çok bir değişiklik olmadı.

2.2.1.2.2. Baskı Teknikleri

Keşfedilen her yeni baskı tekniği basının, ürünlerini daha kaliteli vermesini sağladı. İnsan ihtiyaçlarındaki sınırsızlığa karşı baskı teknolojisi de sadece ofsetle sınırlı kalmamış,

⁴² Ketenci, Bilgili, s.56

insanlığın tüketimine hizmet eden tüm baskı ihtiyaçlarını karşılamak için çeşitli baskı yöntemleri ortaya çıkmıştır. Teknolojik olarak yenilenen, hassaslaşan ve inanılmaz hızla ulaşan baskı tekniklerinden günümüzde ticari amaçlı basım için genellikle; tipo (tümsek baskı), tıfdruk (Almanca: Tiefdruck= derin veya çukur baskı), rotogravür ve en yaygın olarak ofset (tümsek) baskı teknikleri kullanılmaktadır.

2.2.1.2.2.1. Tipografik Baskı Tekniği

Baskı tekniklerinin en eskisi ve aynı zamanda en kolay anlaşılır olanı; tipografik baskıdır. Tipografik baskı tekniğinde kağıda aktarılması gereken bütün görsel unsurlar, baskı kalıbında diğer bölümlere göre daha yüksektedir. Kalıp yüzeyine merdane ile mürekkep verildiğinde, yüksekte kalan bölümler mürekkebi alır. Baskı kalıbındaki mürekkep –belirli bir basınç uygulanarak- kağıda doğrudan aktarılır.

Tipografik baskı tekniğinde; fotoğraf, illüstrasyon, yazı, sembol vb. görsel unsurlar için “klişe” adı verilen ve genellikle çinko, magnezyum ya da bakırdan üretilen kalıplar kullanılır. Çizgisel imgelerde ve düşük yoğunlukta tramlanacak ara tonlu çalışmalarda çinko kalıplar tercih edilir. Tram yoğunluğu yüksek olan çalışmalarda ise magnezyum kalıplardan yararlanılır. Bakır ise çok pahalı bir metal olduğundan sadece çok ayrıntılı ve yüksek kalitedeki çizgisel çalışmalarda kullanılır. Tipografik baskıda kullanılacak klişeyi hazırlamak için; görsel imgeden alınan negatif film, yüzeyi ışığa duyarlı bir emülsiyonla kaplanmış olan metal kalıp ile üst üste çakıştırılarak bir ışık kaynağı altında pozlandırılır. Işık, filmin üzerinde görsel imgeyi oluşturan saydam bölümlerden kalıba yansır ve pozlanan bu bölümler kalıp yüzeyinde sertleşir. Kalıp, bir asit küvetine atılır. Pozlandırma sırasında sertleşen bölümler asitten etkilenmez, diğer bölümler ise yavaş yavaş çukurlaşmaya başlar. Baskıda mürekkep alacak bölümlerle mürekkep almayacak bölümler arasında istenilen derinlik sağlandığında, metal kalıp asit küvetinden çıkarılır. Kalıp, daha sonra tahta ya da metalden (alüminyum) yapılan altlıklara çift taraflı bantlarla yapıştırılır. Bu altlıklar, klişe ile üst üste getirildiklerinde tipografik baskıda kullanılan metal harflerin standart yüksekliğine eşit bir yüksekliğe ulaşır (62 2/3 punto). Ara tonlu görsel unsurların tramlanması ile hazırlanan klişeler ototipi; renklerin belirli leke ya da çizgi grupları olarak ayrıldığı, ara ton içermeyen görsel unsurlar için hazırlanan klişeler ise tire klişe olarak adlandırılmaktadır.

Tipografik baskıda kalıp hazırlama işlemine her zaman gerek duyulmaz. Yazılar, elle ya da makine ile dizildiklerinde basılabilir hale gelir. Dizgi ile klişe ayrı ayrı hazırlandıktan sonra baskı presinde bir araya getirilirler. Yazı ve diğer görsel unsurların konumları yeni bir kalıp hazırlanmasına gerek duyulmadan kolaylıkla değiştirilebilir.

Bir zamanlar gazetelerin ve diğer birçok görsel iletişim malzemesinin basımında yaygın olarak kullanılan tipografik baskı, günümüzde yerini ofset baskı tekniğine bırakmıştır. Bu değişimin asıl nedeni; tipografik baskının ofsete göre daha düşük kalitede sonuçlar vermesinden çok, tipografik baskı tekniğindeki hazırlık işlemlerinin daha yavaş ve giderek pahalı olmasıdır.

2.2.1.2.2.2. Tifdruk Baskı Tekniği

Tifdruk baskı, özgün baskıresim tekniklerinden biri olan gravürün ticari biçimidir. Bu teknik, ilk kez 15. yüzyılda Almanya’da uygulanmaya başlamıştır. Tifdruk baskının işleyiş sistemi şöyle açıklanabilir: Basılacak imge kalıp üzerine kazınır ya da asitle yedirilerek oyulur. Daha sonra kalıbın bütün yüzeyi mürekkeple kaplanır ve yüzey üzerinde kalan mürekkep, silinerek temizlenir. Böylelikle kalıbın sadece kazınmış ya da oyulmuş yerlerinde mürekkep bırakılmış olur. Kalıp, üzerine kağıt konularak silindirik kazanlı bir prestan geçirildiğinde; çukurda kalan bölgelerdeki mürekkep kağıt üzerine aktarılmış olur. Tifdruk baskı tekniğinde genellikle silindirik kalıplar kullanılmaktadır. Bu kalıpların hazırlanışında iki yöntem bulunmaktadır:

- 1- Kalıp, silindire sarılacak biçimde yapılmıştır.
- 2- Silindirin kendisi aynı bir baskı kalıbı gibi asitte yedirilir.

Tifdruk baskı tekniğinde klişeler, aynı tipografik baskı tekniğinde olduğu gibi, fotografik yöntemlerle hazırlanır. Ama tifdruk klişesinin diğerinden ayrılan en önemli özelliği; tram noktacıklarının kalıp üzerinde yüksek rölyef olarak değil, alçak rölyef olarak yer almasıdır. Baskı sırasında, mürekkep kazanı içinde dönmekte olan silindirik kalıbın yüzeyi bütünüyle mürekkeple kaplanır. Daha sonra çelikten yapılmış esnek bir kazıma bıçağı, kalıbın üst yüzeyindeki mürekkebi silerek temizler. Böylelikle mürekkep sadece asitle yedirilerek çukurlaştırılan bölgelerde kalır.

Tifdruk baskı tekniğini diğer baskı tekniklerinden ayıran diğer önemli özellik de; ister çizgisel, isterse ara tonlu olsun bütün görsel unsurların tramlanmasıdır.⁴³ Tifdruk tekniğinde tramlama işlemi, tipografi ve ofset baskı tekniğine göre daha karmaşıktır. Buna karşın, amaç değişmez: Farklı çap ve derinliklere sahip binlerce nokta bir araya gelerek basılacak imgeyi oluştururlar. Görsel unsur üzerindeki ton değişimlerini tram derinlikleri belirler. Derinliği fazla olan tramlara daha fazla mürekkep dolacağından, bu tür tramların yoğun olarak bulunduğu bölgelerde koyu tonlar oluşur. Fazla çukurlaşmayan tramlar ise daha açık tonlar meydana getirirler.

Tifdruk baskı tekniğinde kullanılan presler hem tabakaya, hem de rulo kağıda baskı yapabilen rotatiflerdir. Tabaka kağıda baskı yapan preslerde genellikle tirajı (baskı sayısı) az olan malzemelere basılır. Dergiler, kataloglar, gazete ekleri, sigara ambalajları, posta pulları gibi yüksek tirajlı çalışmalarda ise rulo kağıda baskı yapan presler tercih edilir.

2.2.1.2.2.3. Ofset Baskı Tekniği

Üç temel baskı tekniği arasında en yenisi, ofset baskı tekniğidir. Bu teknik, Bavyera'lı Alois Senefelder'in 1799'da bulduğu litografik baskı (taşbaskı) tekniğinin rafine edilmiş biçimidir.

II. Dünya savaşı'ndan sonra, yeni bir dizgi biçimi kullanılmaya başlanmıştı. Harf biçimleri üzerine ışık düşürerek, fotoğrafçılık metoduyla harflerin film üzerinde imajlarını belirlemektir bu. Harfleri böyle oluşturmak matbaacılık için ideal bir yöntemdi ve buna "litografi" deniyordu. Litografi, farklı bir baskı yöntemi idi. Gutenberg, ayağa kalkabilen ya da çıkıntı yapan karakterlerle baskı yapıyordu. Oysa, yeni yöntemde, baskı yüzeyi tamamıyla dümdüzdü; harfler çıkıntılı değildi. Çünkü bu baskı yüzeyi, fotografik olarak harflerin yansıtılmasıyla oluşturuluyordu. Litografik makineler, eski metal karakterler kullanan baskı makinelerine nazaran çok daha hızlıydı. Ama, harf fotoğrafları oluşturmak başlarda çok pahalıydı, çünkü film ortaya çıkmadan üstünde hata yapılıp yapılmadığı belli olmuyordu. Yeniden düzeltmek için, yeniden film almak gerekiyordu. 1960'lı yıllarda, işin içine bilgisayarlar sokulunca, bu sorun da halledildi. Bilgisayar ekranında yazı görüldüğü için,

⁴³ TRAMLAR: Basılı malzemelere yakından bakıldığında ayırt edilebilen küçük noktacıklardır.

hatalar sayfa basılmadan önce bulunup düzeltiliyordu. Bilgisayar daha başka işler için de kullanılıyordu. Örneğin, bir dizaynı ya da karakterin büyüklüğünü hızla değiştirebiliyordu. Ayrıca, büyük miktarda bilgi depolamak ve gerektiğinde bunları kullanmak söz konusu olabiliyordu. Bilgisayarın sağladığı hızın yanında, fotoğrafla harf sistemi ağır kalmıştı.⁴⁴

Litografi tekniği, su ile yağın birbirleriyle karışmaması ilkesine dayanır: Basılması istenen imge, yağ esaslı bir mürekkep ya da füzenle yüzeyi düzeltilmiş kireçtaşı üzerine çizilir. Daha sonra bir sünger yardımıyla su, arapzamlı ve asitten oluşan bir çözelti yüzeye uygulanır. Bu çözelti, imgenin bulunmadığı yağsız yüzeyler tarafından emilirken, imgeyi oluşturan yağ esaslı bölgeler tarafından reddedilir. Taş yüzeyine merdaneyle mürekkep verildiğinde ise bunun tam tersi gerçekleşir. Bu kez, bünyesinde yağ bulunan mürekkep, imgeyi oluşturan yüzeyler tarafından kabul edilirken, imgenin yer almadığı yağsız yüzeyler tarafından reddedilir. Mürekkeplenmiş taşın üzerine daha sonra kağıt konur ve imge, bir pres yardımıyla kağıt üzerine aktarılır. Litografi tekniğinde özenli bir çalışma ile yüksek kalitede baskılar elde etmek mümkündür.

Ofset baskı kalıbının hazırlanmasındaki ilk aşama; imgelerden elde edilen çizgisel ve yarım-ton pozitif filmlerin tasarımdaki konumlarına uygun olarak bir araya gelmesidir. Bu işleme “montaj” adı verilir. Montaj ustası, baskıda yazı ve resim olarak yer alması gereken imgelerin pozitif filmlerini, ışıklı masada astrolon adı verilen saydam bir tabaka üzerine bantlarla yapıştırır. Bu aşamada, basılacak işle ilgili en son düzeltmelerin yapılabilmesi amacıyla müşteriye bir “ozalit kopya” gönderilir. Ozalit kopya, astrolon üzerine hazırlanan montajdan alınır. Yazı, fotoğraf, illüstrasyon gibi bütün çizgisel ve yarım-ton unsurlar, ozalit üzerine gerçek baskıya oldukça yakın bir görüntü oluştururlar. Gerekli düzeltmelerden sonra, hazırlanan montaj astrolonundan fotografik yöntemlerle baskı kalıbı üretilir. Alüminyum, paslanmaz çelik ya da özel olarak hazırlanmış kağıtlardan yapılan baskı kalıbının üzeri fotoğraf kağıtlarının üzerinde bulunan emülsiyona benzeyen ışığa duyarlı bir madde ile kaplanır. Montaj astrolonu, kalıpla üst üste gelecek biçimde kopyalama makinesine yerleştirilir ve aralarındaki hava vakumla boşaltılır. Montaj filminin bütün yüzeyi kalıba çakıştırıldıktan sonra, güçlü bir ışık kaynağı ile pozlandırma işlemine geçilir. Pozlanan kalıp daha sonra elle ya da otomatik makinelerle banyo edilir. Banyonun içindeki kimyasal

⁴⁴ Pollard, s.52-54

maddeler, ışık alan bölgelerdeki emülsiyon tabakasını çözer. Özenli bir biçimde temizlenip, basınçlı su ile yıkanan kalıp yüzeyinde baskıya girecek bütün unsurlar kolayca algılanabilir. Özel kimyasal maddelerle gerekli retuşlar yapıldıktan sonra kalıp yüzeyine arap zıncı uygulanır ve baskıya hazır hale getirilir. Bütün bu işlemler sonucunda; kalıp yüzeyinde basılacak bölümler suyu reddedip mürekkebi kabul eden, diğer bölümler ise suyu kabul edip, mürekkebi reddeden bir yapıya kavuşur.

Ofset kalıbının hazırlanması tipografik ya da tıfdruk baskı tekniğine göre daha kolay olduğundan, basım evleri bu kalıpları genellikle kendi bünyelerinde hazırlar.

2.2.1.2.2.4. Flekso Baskı Tekniği

Yumuşak (kauçuk yada plastik madde) kabartma baskı elemanları ve akıcı mürekkeple yapılan baskı yöntemi, fleksografi tekrar ortaya çıkmaktadır. Bir orijinal şeklin mürekkepli görüntüsü olarak baskı materyali üzerinde çoğaltılmasıdır. Mürekkepli görüntünün baskı malzemesine transferi uygun bir mürekkep taşıyıcı malzeme ile mümkündür. Görüntünün olduğu yerler mürekkeplenecek ve görüntüsüz yerler mürekkepsiz kalacaktır. Bugün piyasadaki en küçük boyutlu flekso baskı makinesini İngilizler üretmiştir. Bu makineler, bir metre kareden daha az yer kaplamaktadır.⁴⁵

2.2.1.2.2.5. Serigrafik Baskı Tekniği

Serigrafi, şablona dayalı bir baskı tekniğidir. Basılacak imgeyi oluşturan şablonlar elle kesilerek ya da fotografi tekniği ile hazırlanabilir. İpek, naylon, polyester kumaş (dacron) ya da ince dokulu tel yüzeyler tahta ya da çelik çerçeveler üzerine gerilir. Bu çerçevenin içine konulan mürekkep, rakle adı verilen kauçuktan yapılmış yayıcılarla açık gözenekli bölgelerden geçirilerek kağıda aktarılır.

Serigrafi tekniğinde kalın ve örtücü mürekkepler kullanılabildiği için metal, cam, seramik, tahta, plastik, kumaş, mukavva ve kağıt gibi değişik yüzeyler üzerinde oldukça kusursuz baskı sonuçları elde edilebilmektedir. Bu mürekkepler üst üste kullanıldıklarında birbirlerinin rengini etkilemezler. Serigrafi tekniği bu özelliği nedeni ile trafik işaretlerinin,

⁴⁵ “Piyasadaki En Küçük Flekso Baskı Makinesi”, Baskı ve Kağıt Dünyası (Aylık Sektörel Gazete), İhlas Yayıncılık, Sayı:5, İstanbul, 1999, s.23.

afişlerin ve duvar kağıtlarının üretiminde yaygın olarak kullanılmaktadır. Serigrafide kullanılan mürekkepler; metalik renklerden fosforlu renklere kadar uzanan oldukça geniş bir renk dizisine sahiptir. Bazı elektronik devrelerin işaretlenmesinde de özel olarak üretilen serigrafi mürekkeplerinden yararlanılmaktadır.

Serigrafi, diğer baskı teknikleri ile karşılaştırılamayacak kadar yavaştır. Ama çok yönlü kullanımı nedeniyle baskı endüstrisinde önemli bir yer edinmiştir. Özellikle geniş ve parlak renk yüzeylerine sahip afişlerin basımında serigrafi en iyi seçenektir.

Serigrafi tekniğinde kullanılan baskı kalıbı genellikle ipektir. Bu nedenle ipek baskı (silkscreen) olarak da anılır. Serigrafi kalıbında kullanılan ipeğin dokusu, basılan imgedeki ayrıntıları ve keskinliği doğrudan etkiler.

Ticari amaçla kullanılan serigrafi şablonları çoğunlukla fotografik yöntemlerle hazırlanır. Tasarımda yer alan imgelerden elde edilen kontrast film daha sonra ipek baskı kalıbına aktarılır. Bu aşamada üzerine özel bir emülsiyon sürülen ipek, vakumlu bir şase üzerinde filmle üst üste çakıştırılır ve güçlü bir xenon ya da halojen lamba altında pozlandırılır. Baskıda çıkmayacak bölgelerdeki emülsiyon, ışığın etkisiyle sertleşir bu bölgelerdeki gözenekleri tıkar. Pozitif film üzerinde siyah olarak görünen, imgelerin yer aldığı bölümler ise pozlanma sırasında ışık almadıkları için, bu bölgelerdeki emülsiyon banyo işleminde çözülür. Böylece görüntünün yer aldığı bölgelerde ipeğin gözenekleri açık kalmış olur ve baskıda mürekkebi geçirir. Baskıda kullanılacak her renk için ayrı bir şablon (kalıp) hazırlanmalıdır. Baskı sırasında kağıdın ipeğe yapışmasını önlemek için, kağıdı yerleştirildiği düzlem üzerine vakum ile yapıştıran özel serigrafi tezgahları üretilmektedir.

Tramlı ve dört renkli baskılarda ince dokunmuş ipek ve uygun kalitede mürekkep kullanarak başarılı sonuçlar almak mümkündür.

2.2.1.2.2.6. Renkli Baskı teknolojisi

Renkli baskı teknolojisini iki temel kategoriye ayırmak mümkündür: 1- Özel karışımlarla renklendirme , 2- Dört renkli baskı.

Özel Karışım Renkleri:

Özel karışımlarla renklendirme sisteminde; tasarım üzerinde belirtilen renk tonları, temel mürekkep renklerinin baskı ustası tarafından belirli oranlarda karıştırılması ile elde edilir. Bu şekilde elde edilen renkler - çizgisel ya da ara tonlu – her türlü çalışmada kullanılabilir.

Özel karışım renkleri ile basılan çalışmalar, kullanılacak renk sayısına bağlı olarak; tek renkli, iki renkli, üç renkli, dört renkli... biçiminde adlandırılırlar. Çünkü her renk; ayrı bir filmi, kalıbı ve basım işlemini gerektirir. Renk sayısı artıkça, baskı maliyeti de artacaktır. Özel karışımlarla renklendirme yönteminde kullanılan renk sayısı genellikle dördü geçmez.

Dört Renkli Baskı Tekniği:

Slayt, renkli fotoğraf, illüstrasyon ve resim gibi ara tonlu imgelerin reproduksiyonunda, dört renkli baskı teknolojisinden yararlanılır. Dört renkli baskı tekniğinde, ülkemizde “trikromi renkleri” olarak adlandırılan dört standart renk kullanılır. Bunlar; sarı, magenta (triksomi kırmızısı), cyan (triksomi mavisi) ve siyahtır. Triksomi terimi aslında üç renk anlamına gelir ve siyah rengi kapsamaz. Bu temel renkler, birbirleri üzerine değişik yüzdelerde tramlandıklarında; metalik ve fosforlu renkler dışında, basılacak imgedeki bütün renkler elde edilebilir.⁴⁶

2.2.1.2.2.7. Dijital Baskı Tekniği

Gelişen teknoloji en çok bilgisayar dünyasında kendini hissettirmekte. Bu gelişmeler ışığında baskı ve çoğaltım tekniklerinden en son geline nokta dijital baskı teknolojisi. Dijital baskı makineleri sayesinde baskı hızı saatte on binlere ulaşmıştır. Bilgisayar üzerinde hazırlanan tasarımın çıktısının normal bir yazıcıdan alınmasından tek farkı hızıdır. Bu sistem, son yıllarda grafik endüstrisi tarafından çok sevildi ve kullanılmaya başlandı.

Kalıp maliyeti olmadığı için farklı tasarımlar üretilebilmekte ve bu çeşitlilik, tasarımcının ve müşterinin ufuklarını genişletmektedir. Örneğin bir turizm firması için 5 000

⁴⁶ Becer, s.132-146

adet broşür basıp, her bin adet broşürün kapak sayfalarında farklı yörelerin resimlerini kullanarak bu broşürleri daha da özelleştirmek olasıdır. Buna benzer bir değişikliği ofset baskı tekniği içinde yapmak istediğinizde, baskı öncesi hazırlık maliyeti çok artacak her ayrı değişiklik için ayrı film, kalıp ve montaj gerekecek, baskı süresi uzayacaktır. Defalarca kalıp ve film almak, ve defalarca ayrı rengin kalıplarını söküp takmak, emek, maliyet ve zamanı çok uzattığından böyle bir tasarım yapmak hiç de akılcı olmayacaktır.

Teknik olarak kuru ofset olarak da adlandırılan dijital baskı sisteminde su yerine silikon kullanılmakta ve silikonun suyu itmesi prensibiyle baskı gerçekleştirilmektedir.⁴⁷

⁴⁷ Öztoprak, s.90-91

3. TÜRK BASINI VE TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜM

3.1. Türk Basını'nda Matbaa

3.1.1. İbrahim Müteferrika ve İlk Türk Matbaası

İlk Türk matbaasının kurucusu İbrahim Müteferrika'dır. Bundan önce Osmanlı topraklarında yaşayan azınlıklar matbaayı kullanmış olsa da, Osmanlı'nın Batı'ya ayak uydurma girişimleri sonucu devlet tarafından kabul görmesi Müteferrika ile mümkün olmuştur. İbrahim Müteferrika, Orta Avrupa'da matbaacılığın çabuk yerleştiği bir bölgeden geliyordu.

Basımcılık tekniği İstanbul'daki Yahudi, Rum ve Ermeni matbaaları dolayısıyla yöneticilerce biliniyordu. Kâfirler kitap yazmaya ve bilimle uğraşmaya isteği artırmak için yasa çıkarmışlardır. Örneğin bir basımcı bir tek kitabı bile izinsiz bassa idam olunmayı hak eder.

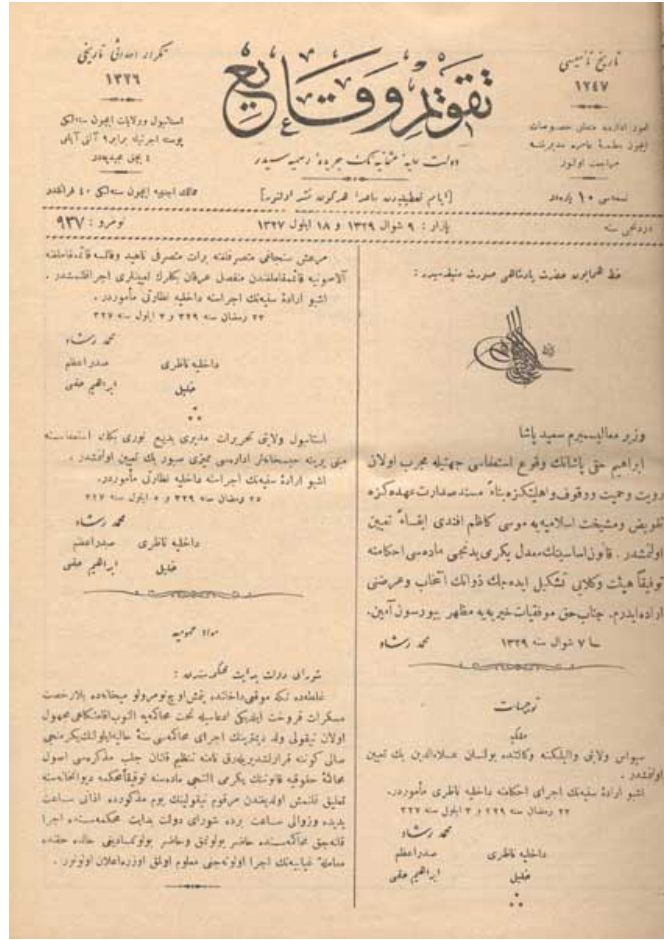
İbrahim Müteferrika matbaa kurma hazırlıklarına matbaanın çalışmaya başlamasından sekiz yıl kadar önce başlamış, bazı haritalar basmıştı. Baskı, şimsir üzerine oyularak hazırlanan kalıp (klişe) yoluyla gerçekleştiriliyordu.

Yirmisekiz Çelebi Mehmed Efendi ile oğlu Said Efendi'nin Paris'ten dönüşlerinden sonra, İbrahim Müteferrika ile Said Efendi'nin ortak bir matbaa kurmak üzere anlaştıkları (1725) ve hazırlıklara giriştikleri, İbrahim Müteferrika'nın Damad İbrahim Paşa'ya verdiği dilekçeden anlaşılıyor. Bu ilk hazırlıklardan sonra İbrahim Müteferrika, matbaanın yararlarını anlatan – sonradan Vesiletü't-tıbaa adı verilecek- bir eser (rapor, lâyiha) yazarak İbrahim Paşa'ya sundu. Bir süre sonra matbaa açılmasına izin istemek üzere dilekçeye Vankulu Lûgatı'nın basılmış bazı sayfalarını eklediği göz önüne alınırsa, Vesiletü't-tıbaa'yı okuyan padişah ve sadrazamdan matbaa açılmasına izin çıktığı, ilk basılacak eserin belirlenip basımevinin kurulduğu ortaya çıkar. Tefsir, hadis, fıkıh ve kelâm kitapları basılmaması koşuluyla matbaa açılmasına bir fermanla izin verilir.⁴⁸

⁴⁸ Alpay Kabacalı, **Türk Yayın Tarihi (Başlangıçtan Tanzimat'a Kadar)**, 1. Basım, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1987, s.28-30

İbrahim Müteferrika'nın Sultan Selim semtindeki konağında açılan ve – ilk sekiz kitapla on yedinci kitaptaki kayda göre- “Darüt-tıbaatü'l-Mâmure” ya da – dokuz ile on altıncı kitaplarda yer alan kayda göre- “Darüt-tıbaatü'l-Âmire” adı verilen matbaanın makineleri ile kalıpları dışardan, büyük ihtimalle Hollanda'dan getirilmiştir. Holdermann'ın İstanbul'dan yazdığı bir mektuba göre, matbaada kitap basımı için dört, harita basımı için iki makine bulunuyordu. Harflerin de dışardan geldiğini öne sürenler varsa da, bunların İstanbul'da döküldüğü anlaşıyor. “ on altı puntodan biraz daha kalınca ve on sekiz punto derecesinde” görünen harflerin kalıpları, kuyumcu kalemkârlarından Zambak Oğlu'na yaptırılmıştır. Bu, İbrahim Müteferrika'nın Damad İbrahim Paşa'ya verdiği dilekçenin “gayet nefis olan nesih yazısı ile kitapların harfleri mukayese edilecek olursa” büyük bir benzerlik görüldüğü, “ bunu yazanın bir yerli hattat ve belki aynı hattat olduğu ve bunların İstanbul'da döküldüğü kanaati”ni çürütmez. Nitekim I. Abdülhamid'in matbaa fermanında da İbrahim Müteferrika'nın matbaa harflerini biçimlendirip çelik, demir, bakır ve kurşuna hâkkettiği belirtilmektedir. Vankulu Lûgatı'nın ilk formlarının Said Efendi tarafından XV. Louis'in kitaplık yöneticisi (hafız-ı kütüb'ü) rahip Bignon'a gönderildiği ve Bignon'un “ harfler gayet iyi hâkkedilmiş ve Paris'in en usta işçileri tarafından yapılan harflere o kadar yaklaşımıştır ki, az kalsın sizi kıskanacaktım” diye cevap yazdığı; Revickzi'nin *Traité de la Lactique* adlı kitabının önsözünde (Viyana 1769, s.15) baskının güzelliğini övdüğü bilinmektedir. Buna karşılık, çeşitli Batı kaynaklarında dizgi yapacak mürettip, harf dökümcüsü ve kalıp kazancısı bulunmasında güçlüklerle karşılaşıldığı da kaydedilmektedir. İ. Müteferrika'nın basımevi açmak için verdiği dilekçede sözü geçen Yona (Yuna, Jona, Jonas) adlı Yahudi Matbaacı da başmürettip ve gravürcü olarak çalışmış, belki harf dökümüne de yardım etmiştir. Stockholm Krallık Kütüphanesi yöneticisi Magnus Oluaus Celsius'un Latince yazılmış tarihinde yer alan “hikaye” ye göre ise, Almanya'dan usta işçiler getirilmiş, ancak bir ayaklanma baş gösterdiğinde bu işçiler güvenilir bir yere kaçıp saklanmışlar, bunun üzerine İ. Müteferrika beş oğluyla birlikte bütün işlerin üstesinden gelmiştir. Bütün bu hazırlıkların ardından, iki yıl kadar süren çalışmalar sonunda, ilk kitap Vankulu Lûgatı'nın birinci cildi 31 ocak 1729'da çıktı.⁴⁹

⁴⁹ Kabacalı, s.32-34



Şekil 7: Takvim-i Vekayi (İlk Resmi Gazete)

Osmanlı İmparatorluğu'nda, matbaada Türkler tarafından ilk baskı İbrahim Müteferrika tarafından 1729 yılında gerçekleştirilmiştir. İlk gazete ise bir resmi gazete niteliğinde olan Takvim-i Vekayi'dir ve 1831 yılında yayımlanmıştır. Matbaanın Türkler tarafından kullanılması Avrupa'dan iki yüzyıl sonra gerçekleşmesine karşın günümüzde Türk Basını Avrupa ve Amerika basını ile teknolojik olarak yarışabilecek duruma gelmiş ve hatta kullandığı teknoloji ile Avrupa'yı geride bırakmıştır.⁵⁰

1860 yılında Agâh Efendi ile Şinasi'nin birlikte çıkardıkları Tercüman-ı Ahval gazetesi elle çalışan basit bir düz makineyle basılıyor, yazıları hocalar diziyordu. Daha ülkede dağıtım örgütü kurulmadığı için gazete çok güç koşullar altında dağıtılıyordu. Gazete

⁵⁰ Ali Murat Vural, Halil İbrahim Güran, **Türk Basınında Teknoloji ve İnsan**, 1. Basım, Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994, s.1

yalnız tek bir yerde, basımevinin bulunduğu hanın altındaki tütüncü ve tömbekeci Hasan Ağa'nın dükkânında satılıyordu.⁵¹

1 Kasım 1928 yılında Türk Harflerini Kabul ve Tatbiki Hakkındaki Kanun'un yürürlüğe girmesi ile Arap harflerinin yasaklanıp yerine Latin harflerinin kabul edilmesi döneminde basım sanayi kısa süreli bir bunalıma girdi. Türk basım sanayi bunalımlı dönemini kısa sürede aşmasını bildi. İstanbul, Ankara dışında İzmir, Adana ve Bursa gibi şehirlerde basımevleri açıldı. Harf devrimi öncesindeki on yıllık dönemde açılan toplam basımevi sayısı iki yüz seksen dört iken bu sayı 1928-1938 arasında beş yüz elli altıya ulaştı. Gazeteciliğimizde 1928 Harf devrimi önemli bir dönem olmuş, radyo ile gelişen haberleşme teknolojisi gazeteciliğe “zaman” unsurunun önemini hatırlatırken, telefon ve telgraf ile haber ulaştırma, elle dizilen düz baskı makineleri yerine linotype, entertype ve rotatif baskı makineleri gündeme gelmiştir. 1924-1928 yılları arasında Viyana Matbaacılık Akademisi'nde öğrenim gören Ali Rıza Baskan, 1929'da Hakimiyet-i Milliye Matbaası'na alınmış olan ofset makinede ilk renkli baskıyı gerçekleştirdi. II. Dünya Savaşı yılları ise, 1950'lere kadar geçecek süreç içinde basın sanayinde durgunluk yılları olacaktır.⁵²

3.1.2. 1950'lerdeki Gelişmeler

1950'leri, teknolojik atılımlara hazırlık aşaması olarak değerlendirmek yanlış olmaz. Bu aşamadaki kimi oluşumlar, basında tiraj artışına giden yolu açmıştır. Tiraj artışı, gazeteleri makine yatırımlarına yönelten en önemli etkidir.

Söz konusu oluşumların ilki, ulaşımın hızlanması ve kolaylaşmasıdır. 1950'lerin başında, ağırlık olarak demiryolu ulaşımından yararlanılmaktaydı. Demiryolu ağı Anadolu'nun her yanına yayılmadığı ve tren hızlı ulaşım aracı olmadığı için, Anadolu'nun birçok bölgesine gazeteler geç ulaşıyordu: Dört, üç, iki gün sonra.... Okur, dört, üç, iki gazeteyi birden almak zorundaydı. Bu da tirajları olumsuz yönde etkiliyordu.

Karayolu yapımına ağırlık verilmesi, ulaşımın hızlanmasını ve kolaylaşmasını sağladı. 1950-60 arasında uygulanan karayolu politikası sonucu, 60'lı yıllarda ülkenin hemen

⁵¹ Hıfzı Topuz, **II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi**, 2. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi, 2003, s.20

⁵² Ketenci, Bilgili, s.65-66

her yanına karayolları ile ulaşılabilirdi. Bu olgu ile basındaki teknik değişim arasındaki ilişkiye dikkati çeken Hasan Pulur, “ Şayet bu karayolları yapılmamış olsaydı, gene öteki büyük kentlerimiz Ankara, İzmir ve Adana’nın İstanbul ile düzenli uçak bağlantıları kurulmamış olsaydı, ne böylesine büyük yatırımlara gidilirdi, ne de büyük teknik değişim gerçekleşirdi.” demektedir.

Karayolu ve – kimi büyük merkezlerle- havayolu bağlantısı, gazetelerin okura biraz daha erken ulaşmasını sağlıyordu. Ama bu yeterli değildi.

1950’de 3.000-3.500 tirajlı Akşam gazetesini satın alan işadamı Malik Yolaç, tiraj artışının nasıl gerçekleşebileceğini araştırırken, gazetenin günü gününe taşrada da dağıtılması sorunu gündeme gelir. Kemal Bayram Çukurkavaklı şunları anlatmaktadır:

“1958-59’da Bâbîâli’de ilk kez biz, gazetenin aynı gün Anadolu’da dağıtılması girişiminde bulunduk. Müessese müdürümüz rahmetli Halûk Yetiş, bir cipin içinde nerdeyse bütün Anadolu’yu dolaşmıştı. Bayilerle konuşmuş, yeni olanaklar aramıştı. İstanbul gazetelerinin aynı gün Anadolu’da da dağıtılması fikri ve başarısı onundur. İstanbul dışında da gazete dağıtım işine önce Marmara bölgesinden başladık. Böylece, oralara da günü gününe gazete götürünce, kısa sürede satışımız öteki gazetelerin üstüne çıktı bu bölgede. Çünkü onlar hala postayla geliyordu. Ama, bizim bu başarımız üzerine kısa bir süre sonra, Hürriyet de bu yöntemi uygulamaya başladı. Hatta, bazı günler kamyonla gazete gönderdi. Ne var ki, bu işi ilk başlatan Akşam’dır. Biz erken gazete götürdüğümüz için, eskiden on gazete alan yer, bu kez bizden yüz gazete istiyordu.”

1950’lerin başında iletişim araçları yönünden de olanaklar çok sınırlıdır. Nezih Demirkent, gazetelerde istihbarat servislerinin –ilin santralına bağlı- bir ya da iki telefonu bulunduğunu, şehirlerarası konuşabilmek için saatlerce bağlantı beklendiğini belirtmektedir. Yine aynı dönemde yazar ve muhabirler yazılarını elle yazmaktadır. Daktilo makinesini Cumhuriyet’te yalnızca Yaşar Kemal ile Ömer Sami Coşar, Hürriyet’te Necati Zincirkıran kullanmaktadır. 1950’lerin sonlarına doğru bu yönlerden de gelişme sağlanmaya başlamıştır.⁵³

⁵³ Alpay Kabacalı, **Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii**, 1. Basım, İstanbul: Cem Ofset, 1998, s.218-219

3.1.2.1. 1950’lerde Ofset ve Tifdruk

Basın sektöründeki gelişmeler son yüzyılda daha bir yoğunluk kazanmış olsa da, sektördeki asıl değişikliklerin 1950’lerden sonra oluştuğu görülmektedir. Dizgide, 1886’da icat edilen Linotype kurşun dizgi makinesi, gazetelerin dizgisinde gerçekten büyük bir kolaylık ve rahatlama sağlamıştır. “ Hurufat dizgi” olarak tanımlanan, harflerin kasalardan tek tek elle toplanıp dizilmesi işleminde, dizgici ancak dakikada bir satır dizebiliyordu. Linotype dizgi makinesinde operatör dakikada beş satır dizmeye başlamıştı ve bu makineler 1890’larda dizgi işleminde gerçekten büyük bir çığır açmıştı. Ama 1950’lerden sonra foto-dizgi makinelerinin ortaya çıkması ve bu foto-dizgi makinelerin 1960’larda bilgisayarlar tarafından kontrol edilmesi, dizgi işlemlerinin çok daha kısa sürede, daha temiz olarak fotoğrafik kağıt üzerine yapılmasını sağladığı gibi, Linotype dizgi odalarının ağır kurşun kokusundan, dizgi operatörlerinin kurtulmasını sağlamış ve bu sayede daha sağlıklı çalışma ortamlarının oluşması sağlanarak, dizgi odaları toz ve yağdan kurtulmuştur.⁵⁴

1950’li yılların çok partili sürecine gelindiğinde ofset tekniği, “foto-ofset” olarak uygulanmaktaydı. Renkli fotoğraf, makinede renk ayırımı işlemi yapılarak çinko kalıp üzerine aktarılamıyordu. Mazhar Apa, Almanya’ya giderek “bir matbaanın film çekme ve rötuşlama bölümlerinde çok kısa bir devre çalışmakla” renk ayırımını öğrendiğini belirtiyor. Filmlerim çinko kaplara aktarılmasını da, “Almanya’da bir matbaayı gezerken” bir ölçüde öğrenmişti. II. Dünya savaşı’nın sonrasında, 1950’lerin başında, basım makineleri sanayi Avrupa’da doğal temposuna girmişti. Man Firması, Burla Biraderle aracılığıyla, uygun koşullarla 70x100’lük bir makineyi Apa ofset’e sattı. Artık bütün film afişleriyle kimi dergiler burada basılıyor, bir yandan da ofset ustaları yetiştiriliyordu. 1952 yılında Doğan Kardeş Matbaacılık Sanayi şirketi Almanların tifdruk dediği “foto-gravür” adı verilen sistemle ilk kez bir dergi yayımına başladı. Bu aylık derginin adı Resimli Hayat dergisiydi.⁵⁵

Ofset tekniği, önceki bölümde belirtildiği gibi, Türkiye’de “foto-ofset” denilen yöntemle uygulanmaya gelmişti. Renkli fotoğraf, makinede renk ayırımı işlemi yapılarak çinko kalıp üzerine aktarılamıyordu.

⁵⁴ Vural, Gürcan, s.2

⁵⁵ Bilgili, Ketenci, s.67

Mazhar Apa, Almanya'ya giderek “ bir matbaanın film çekme ve rötuşlama bölümlerinde çok kısa bir devre çalışmakla” renk ayrımının öğrendiğinin belirtiyor. Filmlerin çinko kalıba aktarılmasını da, “Almanya’da bir matbaayı meraklı gözlemci sıfatıyla gezerken” bir ölçüde öğrenmiştir. “Döndüğünde matbaamızda bu bölümleri mümkün oluğu kadar yapmaya çalıştım. Ancak Turnet ve kopya şasesinin orijinal bulmak mümkün olmadığı için onları kendi tariflerimle yerli olarak yaptırdım. Çinkolara poz vermek içinde, ark mevcut olmadığından, yan duvarı yıktırarak geniş bir pencere açtım. Burada gün ışığı ve güneşten yararlanarak poz veriyordum. Bu işte böylelikle halloldu ve mütevazı, yarı yerli atölyede ofset usulünü Türkiye’de ilk defa uygulamak mutluluğuna kavuştum.”⁵⁶

3.1.3. 1960’lardaki Gelişmeler

Hürriyetin getirdiği Wep Ofset’te basılan Yeni Gazete, Türk basınında ofset sistemiyle çıkarılan ilk günlük yayın olarak nitelenir. Avrupa gazetelerini andıran bu süreli yayın, tümüyle siyah-beyazdı; başlığında bile renk kullanılmamıştı. Yalnızca haftada bir iki renkli fotoğraf yayımlıyor, ayrıca kimi pazar eklerinde renk kullanıyordu. Öteki gazeteler 25 kuruşa satılırken Yeni Gazete 50 kuruşa satılıyordu.



Şekil 8: Yeni Gazete

⁵⁶ Kabacalı, Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii, s.221

Haldun Simavi, Wep Ofset'i gazete basmak için getirtmemişti. Bir Amerika gezisi sırasında görüp aldığı Goss marka (sonradan adı Rockwell olan şirket tarafından üretiliyordu) makine, Amerika'da hediye pullarının basımında kullanılıyordu. Hürriyet o tarihte tipo rotatifte renkli basma deneyleri yapıyordu; " kromograf " denilen renk ayırma aygıtı kullanarak renkli baskı için elverişli klişe yapımına çalışılıyordu.

Geldikten sonra bir süre kullanılmayan yeni ofset makinede, önce Fotoroman adlı haftalık dergi çıkarıldı. Ardından 26 Ekim 1964'te Yani Gazete yayımlandı.

Nezih Demirkent, başlangıcında film yapımını kimsenin bilmediğini, Tifdruk Matbaası'ndan Hayri Usta vb. elemanlarla Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksekokulu'ndan kimi öğrencilerin alındığını belirtmektedir.

Yeni Gazetenin tirajı düşüktü. Çok geçmeden Haldun Simavi, "Wep Ofset Grubu" nu alarak Hürriyetten ayrıldı. Yeni Gazete bir süre daha, Hürriyetin satın aldığı Vatan Matbaası'nda tipo sistemiyle basıldı ve yayını 1971'e kadar sürdü.

Haldun Simavi Hürriyet'ten ayrılmadan önce Wep Ofset Grubunun ıkardığı Son, ofsette basılan ikinci gazete oldu. İstanbul'da iki yüz-iki elli bin adet satıyordu; tirajı 1967'de üç yüz altmış-üç yüz yetmiş beş bine çıkmıştı. Dört sayfalık Son'un ilk sayfasında büyütülmüş bir tek haber, i sayfalarında fotoromanlar vb., arkasında abartılmış resimli haberler yer alıyordu. Bir dönem matbaa mrekkebine parfüm karıştırıldı ve Son, halk arasında kokulu gazete olarak tanındı.

Başlangıçta İstanbul'da " akşam gazetesi " diye satılan Son, Haldun Simavi'nin 1967'de Ankara'da da bir ofset matbaası kurmasının ardından, bu kentte de basıldı.

1968'de Haldun Simavi "Web Ofset Grubu"nu alarak Hürriyet'ten ayrılınca Günaydın'ı çıkardı. İlk sayısı 26 Kasım 1968'de yayımlanan Günaydın, birinci sayfasında bol fotoğraflara ve haber başlıklarına yer veren, ofsette çok renkli basılan ilk " vitrin" ya da "bulvar" gazetesi olarak dikkat çekti. nemsiz magazin haberlerinin büyüten, okurların siyasal iktidarlara ve yerel yönetimlere karşı hoşnutsuzluklarından yararlanan, fotoromanlara geniş yer veren Günaydın, kısa sürede iki yüz bin tiraja ulaştı. Tirajı sonraki dönemlerde daha da artacaktı.

İzmir’de yayımlanan Yeni Asır da aynı yıllarda ofsete geçti. Anılan yayınlar, öteki gazetelerin ofsete geçmelerine de öncülük etti. Artık fotoğrafın temiz basılması, renkli basılması önem kazanmaya başlamıştı.

Hürriyet, Milliyet gibi gazetelerin ofsete geçmesi için 1973 yılını beklemek gerekecektir. Ancak, hazırlıkların başladığı da görülmektedir: Hürriyet, 16 Nisan 1969’dan başlayarak, “7 Gün” adlı pazar ekini İzmir’de kiraladığı ofsette, çok renkli olarak basmıştır.

Gazetelerin İstanbul dışında matbaalar kurmaları da, 1960’lı yıllarda gerçekleştirilen bir yeniliktir. 1950’lerin sonlarında gazeteler taşraya kamyonlarla gönderilmeye başlanmıştır. Kazaların artması, kamyonların arıza yapması ve taşranın günlük gereksiniminin tümüyle karşılanamaması gibi nedenler taşrada baskı yapılmasına, matbaalar kurulmasına yol açtı. Bunun öncüsü taşraya kamyonla gazete gönderme yöntemini ilk kez uygulayan Akşam oldu. Bu düşüncüyü de ilk kez, Akşam’ın satış sorumlusu Halûk Yetiş ortaya atmıştı. Akşam, 1962’de Güneş Matbaacılık’la anlaştı ve Ankara baskısını başlattı. Sayfaların matrisleri biraz erken alınıyor, uçakla ya da otomobille Ankara’ya gönderiliyordu. Bu, Orta Anadolu dağıtımında on saatlik bir süre kazandırılıyordu. Ayrıca, Ankara’ya yakın bölgelerin gazeteleri de erkenden dağıtılıyordu. Aşağı yukarı bir buçuk yıl sonra öteki gazeteler de Ankara’da basılır oldu. Sonradan İzmir, Adana, Erzurum gibi illerde de matbaalar kurulacaktı.⁵⁷

3.1.4. 1970’lerdeki Gelişmeler

Yeni gazete ile basına giren, ardından Günaydın’ın öncülüğünde önem kazanan ofset baskı teknolojisi, 1970’lerin başında Türkiye’nin en büyük gazeteleri olan Hürriyet, Tercüman ve Milliyet tarafından da uygulandı.

Bütünsel açıdan bakıldığında, tipodan ofsete geçişin pek kolay gerçekleştiği söylenemez. Ancak, pek büyük güçlüklerle karşılaşıldığı da öne sürülemez.

Ofset teknolojisinin ortaya çıkardığı ilk sorun, renk ayrımı oldu. Nezih Demirkent’in belirttiğine göre, piyasada renk ayrımı henüz klişe sistemiyle (süzme) yapılıyordu. Hürriyet, satın aldığı renk ayrımı makinelerini kullanmak için Almanya’dan uzman getirtti. Ayrıca tiftdruk matbaasından ustalar alındı. Piyasadan, klişecilikte başarı kazanmış kişiler araştırılıp

⁵⁷ Kabacalı, Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii, s.229-233

kadroda görevlendirildi. Hürriyet'in klişehanesinde sekiz on kişi vardı. Üçü beşi film işinde kaldı, ötekiler emekli oldular ya da başka işlere geçtiler. Yani, klişehaneden kameraya geçildi. Klişehane de bir kamera olayı olduğu için bu yönden bir sıkıntı çekilmedi.

Ofsete geçen öteki gazetelerde de aşağı yukarı aynı sorunlar yaşandı. Milliyet gazetesinin klişehane şefi Sabahattin Eneş, klişehanedeki satılamayan makinelerin kullanılamaz duruma geldiğini, ayrıca klişe işinde yetişmiş elemanların öteki servislere ve ofsete uyarlanmasının güç olduğunu, bu acemi işçiler yüzünden makinelerin kullanım sürelerinin kısaldığını, yazı işleri kadrosunun da –yeni tekniğe göre sayfaları nasıl hazırlayacaklarını bilmediklerinden- sıkıntıya düştüğünü anlatmaktadır.

Montaj, ayrı bir sorun yarattı. Başlangıçta dizgi tipoyla yapılıyordu. Entertip ya da linotipte dizilip mürettiphanede bağlanan sayfaların temiz provası alınıyor, bunun filmi çekiliyordu. Bu sistem, eskisine kıyasla, daha fazla emek ve zaman harcanmasına yol açıyordu.

Önce Yeni Gazete, daha sonra Günaydın dizgiyi IBM makinede yaptırdılar. Daktilo makinesinde dizilen sütunlar, altı mumlanarak pikajda kullanılıyordu. Bunun, satır sonlarının blok olmaması, kelime aralarının kimi kez fazla açılması gibi sakıncaları vardı. Başlıklar ise compugraphic makinede 35mm'lik fotoğraf kâğıdına bant halinde diziliyor, pikajda bunlar kullanılıyordu. Aynı yöntem ofsete geçen öteki gazetelerde de uygulandı.

1970'lerin ortalarında compugraphic dizgiye geçildi. Artık yalnız başlıklar değil, sütunlar ve resimalleri de bu makinelerde diziliyor ve fotoğraf kâğıdına çıkış alınıyordu.

İstanbul dışında da ofset matbaaları kurulmaya başlanmıştı. Hürriyet, önce İzmir'de ofsete geçti: Memleket Matbaası'nın makinesi beş yıllığına kiralanmıştı. İzmir baskısı burada yapıldığı gibi, gazetenin ekleri de burada basılıyordu.

Ofsete geçerken tipo teknolojisiyle yetişmiş elemanların yeni teknolojiye uyum sağlaması yönünden de sorunlar baş gösterdi. Başlangıçta, teknik kadroda çalışanların da üye bulunduğu Türkiye Gazeteciler Sendikası, üyelerinin işsiz kalacakları görüşüyle, ofsete karşı çıkmıştı. Gazete yönetimleri, sorunu çok sayıda işçi çıkarmadan çözmeye çalıştılar. Klişehane çalışanlar, kamera servisine alındılar. Nezih Demirkent, “ Makine ustalarının

büyük bir bölümünü ofset makinelerine aktardık” diyor. “Matris filan çeken elemanları idari hizmetlere verdik. Aynı şekilde, dökümcü, frezeci gibi elemanları başka işlere aktarmak ya da tasfiye etmek gibi sorunlar çıktı.”

Öte yandan, “Eski ustaların alışkanlığı dolayısıyla baskıda birtakım ciddi sıkıntılar yaşandı. Ofset sistemi suyla bağlantılı olduğu için, çok kâğıt kopması olur, çok fire verilirdi. Bu da maliyeti artırıyordu. Çok da boya gidiyordu.

Nezih Demirkent’in belirttiğine göre, tipo rotatiflerde zaman zaman “kol kaptırma” şeklinde üzücü kazalar oluyordu. Ofset makineler de ise, başlangıçta “parmak kaptırma”, “tırnak kaptırma” gibi kazalara rastlandı. Ayrıca, mürekkep malayla konulduğu için, mala unutmalar oldu; merdanelerin parçalanması gibi olaylar yaşandı.⁵⁸

1970’lerde tipodan ofsete geçişle birlikte basında teknolojik değişim başlamıştı. 1980’lerde ikinci bir aşamaya geçildi. Bunun öncüsü de Yeni Asır gazetesi oldu. İzmir’deki öteki büyük gazeteleri “rekabet” yoluyla ya da satın alarak ortadan kaldıran Yeni Asır, Hürriyet’in web ofseti getirtmesinin hemen ardından, 1967’de Akbank’tan 70.000 sterlin kredi alarak bir ofset baskı makinesi sipariş etti. Böylece, 1930’dan beri kullandığı rotatif devreden çıkıyordu.

3.1.5. Basında Bilgisayarlı Sisteme Geçiş

Ofset teknolojisi giderek yerleşiyor, yaygınlaşıyordu. Öte yandan tipo da, matbaa sayısındaki artış nedeniyle en yaygın dönemini yaşıyordu. Buna tiponun en güçlü dönemi demek yanlış olmaz. Tipo, 1980’lerin ilk yarısına doğru gerilemeye başlayacaktı. 1964’te ilk ofset gazete olan “Yeni Gazete” basılmış, teknolojik gelişmelerin devamında “kurşun dizgi”nin yerini “foto dizgi” almıştır. İlk elektronik dizgi “Yeni Asır” gazetesinde 1981’de uygulanacaktı. Basım sanayinde; tipo baskı tekniğinden ofset baskı tekniğine geçişle matbaa sayısı hızla arttı. Özellikle 80’li yıllardan sonra Batı’ya kapıların ardına kadar açılması, serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte, basım sanayindeki tüm teknolojik yenilikler hızla ülke geneline yayılmaya başladı. Klişeden entertip dizgiye, IBM dizgiden compugrafik dizgiye ve son olarak da elektronik dizgiye geçiş dönemleriyle basım sanayi hızla gelişti.

⁵⁸ Kabacalı, Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii, s.237-240

1990’lı yılların başında bilgisayarın basın teknolojisi üzerindeki etkisinin artması, yaygın kullanım anlayışının yerleşmesi ve hızla yayılması ile bu gelişme daha da hız kazandı. Bu yıllara gelindiğinde Türkiye’deki basımevi sayısı 3.600 dolaylarındaydı.⁵⁹

1980’lerin ikinci yarısında öteki gazetelerin de benimseyeceği bilgisayar sisteminin (editorial sistem) temel hedefleri şunlardı: “1. Dizgi, düzeltme, pikaj, kamera ve montaj işlemlerinin yok edilmesi, 2. Kalitenin yükseltilmesi, gazete grafiğinin disiplin altına alınması, 3. Hazırlık zaman limitlerinin geriye itilmesi, 4. Esnekliğin artırılması.”

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ile İ.Ü. İşletme Fakültesi’nin 12-14 Mayıs 1983’te düzenledikleri “İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları” seminerinde Güngör Mengi, bu sistemin yararlarını şöyle anlatmaktaydı: “Gazete hazırlamak çok büyük sürat kazanmakta (bir sayfanın hazırlığı yirmi dakika), çok büyük ölçüde maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Bilginin kompütere girişinden sonra kalıp aşamasına kadar uzanan çok masraflı ve zaman alan, nitelikli ve pahalı işçilik gerektiren yedi-sekiz üretim halkası ortadan kalkmakta, tüm bu işlemler ekranlarda yapılmaktadır. Hiç kuşkusuz bilgisayar teknolojisinin sağlayacağı zaman ve kaynak tasarrufuna Türk basınının büyük ihtiyacı inkâr edilemez”.⁶⁰

Bugün ülkenin tüm illerinin yanı sıra ilçelerine varıncaya kadar birçok yerde gelişen teknolojinin yenilikleriyle donatılmış, en son sistem baskı tekniklerini ve matbaa makinelerini kullanan birçok matbaa basım sanayine hizmet vermektedir.

Büyük gazeteler 1980’lerin sonu ile 1990’ların başında “plaza”lar kurar ve yeni yatırımlara giderlerken, siyasal iktidarların yeniden sağladığı düşük faizli kredi olanağından yararlanacaklardı.

1960 ve 1970’lere ait evrede, medya sektöründen birikim yapabilen kuruluşların kendi aralarında pazar savaşına girdikleri görülmektedir. Medya sektöründe ticari anlamda rekabetin yaşandığı bu dönem, aynı zamanda sektör dışından girişimcilerin farklı alanlardaki birikimlerini medyaya yatırım yapmak üzere yönlendirmeye başladıkları yıllar olmuştur.

⁵⁹ Ketenci, Bilgili, s.68

⁶⁰ Kabacalı, Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii, s.251

İktidarlar, bu dönemde basın üzerindeki kontrolü, basın yasaları, kağıt fiyatları, resmi ilan ve reklam gelirleri, ucuz maliyetli kredi kullandırma dağıtımı gibi alanlarda kullanmışlardır.⁶¹

Artık Türkiye'nin yüksek tirajlı başlıca gazeteleri, dizgilerini ve sayfa düzenlerini bilgisayarda, "editoryal sistem"le gerçekleştirmektedir. "Grafik özelliği kuvvetli olduğu için" Macintosh tercih edilmektedir. "Herkesin önünde bir Macintosh vardır, ya da bir PC vardır. Haberler onunla yazılır, ana haber havuzuna gider. Fotoğraflar taranır, Crossfield ya da Syfax cihazlarıyla fotoğraf havuzuna gider. Her birinin bir referans adı vardır. Sayfa sekreteri istediği referanstaki fotoğrafı ya da haberi alır, yerine yerleştirir."

Baskı makineleri de bilgisayarlarla yönetilmektedir. Mürekkep ve renk ayarları, bobin takma işlemi, paketlenme vb. de bu sistemle yapılmaktadır. Bütün bunlar, işlemlerin en az personelle ve en kısa sürede gerçekleşmesini sağlamaktadır.⁶²

3.1.5.1. Yeni Asır Gazetesi

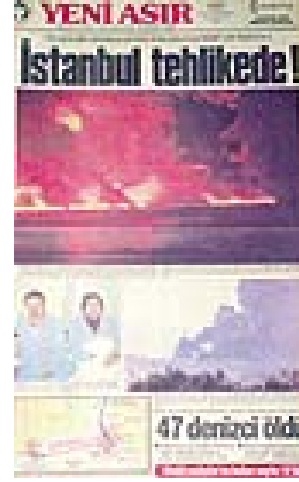
Pikaj –montaj sisteminin terk edilerek, dünyada bilgisayarlı sisteme geçilen bir yeni dönem başlamıştır artık. 1982 yılı itibariyle, dünya çapında bilgisayarla çıkan üç gazete vardır: Chicago Tribune, USA Today ve Yeni Asır gazeteleridir. Avrupa'da yine Yeni Asır bu teknolojiyi kullanan ilk gazetedir.

Türkiye'de Hürriyet Gazetesi bu teknolojiye yatırım yapmış ama uygulamaya henüz geçmemiştir. İzmir'de Dinç Bilgin yönetiminde ilk defa Yeni Asır'da bu gerçekleştirilir. 1981'de Dinç Bilgin ve Cafer Yarkent bu teknolojiyi satın almak için ABD'ye giderler. Amerika'dan getirilen uzmanlar tarafından ders alınarak bu uygulanır. Bu sisteme geçerken muhabirlerin masasında hem daktilo hem de bilgisayar yan yana yer almaktadır. Bir gece sabaha doğru Dinç Bilgin bütün daktiloları toplatır ve artık bilgisayar kullanımı gazetede zorunlu hale gelir. Cafer Yarkent'in bizzat tanıklık ettiği bu değişim Yeni Asır'ın Dünya, Avrupa ve Türkiye çapında bir ilki yaşatmasına neden olur.⁶³

⁶¹ Şengül Özerkan, Bülent Kabaş, "Türkiye'de Medyanın Yapısal Sorunları ve Gazeteciliğin Konumu", **Medya Eleştirileri** (Derleyen: Nesrin Tan Akbulut), 1. Basım, İstanbul: Beta Basım-Yayın, 2005, s.201

⁶² Kabacalı, Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii, s.253-257

⁶³ Cafer Yarkent, Kişisel Görüşme, (Star Gazetesi Yayın Koordinatörü), 20 Ocak 2006



Şekil 9:Yeni Asır Gazetesi’nin Bilgisayarlı Sisteme Geçtiği İlk Zamanlar

Aynı yıl yeni bir bina yaptıran Yeni Asır’ın tirajı giderek arttı ve bilgisayar sistemine geçtiği 1979-80’de yüz yirmi bine oturdu. Bu başarıdan cesaret alarak 1985’te İstanbul’da baskı yapmaya başlayacaktı. Amaç, Yeni Asır’ı bütün Türkiye’ye seslenen bir gazeteye dönüştürmektir. Bu girişim başarısızlığa uğrayacaktı. Çok geçmeden Sabah yayımlanacak; Sabah’ın tiraj başarısı Yeni Asır’ın yeniden otuz bin dolayında satan bir İzmir gazetesine dönüşmesine yol açacaktı.

Yeni Asır’ın bu teknolojiye öncülük etmesinde, Dinç Bilgi’nin makinelerle ilgisinin önemli payı vardı. Başkurt Okaygün, birlikte yolculuk yaptıklarını ve her gittikleri ülkede Dinç Bilgi’nin gazete binalarını dolaştığını, makineleri incelediğini anlatıyor ve ekliyor: “Fotodizgi sisteminde bütün dünyada ilk defa dizgi anında fotoğrafın da yerine yerleştirilmiş ve tramlanmış olarak çıkmasını sağladı.”

Bu başarıda, Yeni Asır’ın bilgisayar işlerini yöneten Sait Ahtan adlı, Japonya doğumlu bir Kazan Türkünün de önemli rolü bulunmaktaydı. Yeni Asır’ın yazı işleri ve baskı öncesini “bilgisayarlaştırma” operasyonunda çok önemli bir rol oynadı. Ahtan, bilgisayarı o günlerde dünyanın hiçbir gazetesinde uygulanmayan sahalara soktu. Dünyada ilk defa yazı ve fotoğrafları aynı anda bilgisayardan çıkarmayı becerdiler. Fakat hiçbirisinin aklına bunun

uluslararası patentini almak gelmedi. 1981 yılında ilk defa bilgisayardan dizgisiz, pikajsız ve montajsız bir sayfa çıkardılar. Gazete hazırlama maliyeti yüzde yirmi beş-otuz arasında düştü.

3.1.5.2. Sabah Gazetesi

Sabah gazetesi kurulduktan sonra, bu yeni teknoloji burada da uygulandı ve bilgisayar aracılığıyla şehirlerarası ilk sayfa nakli gerçekleştirilir. Bu olay yine Avrupa açısından bir ilktir.

22 Nisan 1985'te İstanbul'da yayınlanan günlük bir gazetedir. Türkiye'nin en genç gazetesi olarak nitelendirilen Sabah'ın imtiyaz sahibi. Dinç Bilgin'dir. Bu gazetenin yayına girmesi, başta Yeni Asır olmak üzere "İzmir grubunun İstanbul çıkarması" olarak nitelendirilmiş ve yayınlanacağı günlerde Babıali'de bir hayli huzursuzluk yaratmıştır.



Şekil 10: Sabah Gazetesi

Sabah'ın ilk genel yayın yönetmeni olan Rahmi Turan, bol fotoğraf kullanımına ve magazin haberciliğine büyük ölçüde önem ve ağırlık vermiş, çok kısa sürede okuyucunun

güvenini ve sevgisini kazanmayı başarmıştır. Genç bir kadroya sahip olan, ileri teknolojiyi kullanan Sabah, basın sanayinin en modern ofset tekniği ile hazırlanmış ve kısa zaman sürecinde ulaştığı yüksek ve istikrarlı tirajı ile diğer gazeteler arasında seçkin yerini almıştır.

1986'da Rahmi Turan gazeteden ayrılmış ve Zafer Mutlu genel yayın yönetmeni olmuştur.⁶⁴

Sabah, yıldan yıla tirajını yükselterek zaman zaman Türkiye'nin en fazla bana gazetesi durumuna geldi. Bu başarıda, Rahmi Turan ve Zafer Mutlu'nun izledikleri yayın politikasının büyük etkisi oldu. Yani, bol resim, büyük başlıklar, çarpıcı haberler, canlı bir görüntü, orta kültür insanların ilgisini çekebilecek yazılar, heyecan yaratabilecek duygusal olaylar, uzun yazı dizilerine yer vermeden çabuk okunabilecek yazılara ağırlık vermek gibi etkenler rol oynadı.⁶⁵

3.2. Türk Basını'nda Grafik Tasarım ve Zaman Gazetesi Örneği

Grafik tasarım kavramını baskı sanatı ve teknolojisinden ayrı düşünmek olanaksızdır. Bu nedenle Türkiye'de ilk kurulan basımevinin Türk grafik sanatının ilk filizlendiği ortam olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Rönesans'ın Avrupa'nın kültür yaşantısına kazandırdığı değerler, 18. yüzyıl başlarından itibaren Osmanlı toplumunu da etkilemeye başlamıştı. Osmanlı toplumu, Batı'da iki yüz yıl önce başlayan aydınlanma sürecine yeni giriyordu. Bu yenilikçi ortam içinde ilk Türk basımevi de, 1727 yılında Sait Çelebi ve İbrahim Müteferrika tarafından kurulmuştur.

İlk Türk basımevi 1727'de kurulmuştur ama, Türk topraklarında ilk basımevinin kuruluşu çok daha eskilere uzanmaktadır. 1493 yılında, yani Gutenberg'ten üç yüzyıl sonra Türkiye'ye yerleşen Museviler İstanbul'da ilk basımevini faaliyete sokmuşlardır. Sivas'lı Apkar adında bir Ermeni ise 1567'de başka bir basımevi açmıştır. 1627 yılında da Rumlar kendi basımevlerini kurdular.

Türkiye' deki ilk kağıt fabrikası İstanbul'un Kağıthane köyünde 1453 yılında kurulmuştur. Kuruluş tarihi bilinmeyen Bursa'daki kağıt fabrikası ise 1520 yılına kadar

⁶⁴ Nuri İnuğur, **Türk Basın Tarihi**, 1. Basım, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992, s.493

⁶⁵ Hıfzı Topuz, II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi, s.288

faaliyet göstermiştir. Bu işletmelerin üretimi daha çok hattatların kağıt taleplerini karşılamaya yöneliktir. İbrahim Mütteferrika, basın evi kurulduktan sonra bir kağıt fabrikasının kurulması için girişimlerde bulundu ve 1746 yılında Yalova'nın Elmalılık köyü yakınında Yalakabat Kağıt Fabrikası faaliyete geçti. Bu fabrika, kağıt üretimini 19. yüzyıl ortalarına kadar sürdürmüştür. İbrahim Mütteferrika 1729 ile 1742 yılları arasında on yedi tane kitabın basımını gerçekleştirdi. İbrahim Mütteferrika'nın 1745'te ölümünden sonra Türk Basım Sanatı uzun süren bir krize girdi.

Türkiye'de grafik tasarım alanında uzmanlaşma cumhuriyetin ilanından sonra başlamıştır. 1920'lerde Münif Fehim, İhap Hulusi ve Kenan Temizan kitap kapağı, basın ilanı ve afiş alanında yaptıkları nitelikli çalışmalarla Türk Grafik tasarımına öncülük etmişlerdir. Almanya'da grafik sanatlar eğitimi görmüş olan İhap Hulusi ve Kenan Temizan'ın bütün yapıtlarında Kuzey Avrupa grafik üslubu egemendir.

Türkiye'de grafik tasarım eğitimine ilk kez 1933 yılında Güzel Sanatlar Akademisi'nde Mithat Özer öncülüğünde açılan afiş atölyesinde başlanmıştır. 1919 yılında Almanya'da kurulan Bauhaus okullarında uygulanan ve sanat ile endüstri arasında işbirliğini savunan eğitim anlayışı oldukça başarı kazanmış, dünyada yeni kurulmakta olan birçok tasarım okuluna örnek oluşturmıştır. Grafik tasarım eğitiminin yaygınlaşması ile Türkiye'de yaratıcı özelliklere sahip, nitelikli tasarımcılar yetismeye başlamış; afiş, amblem, broşür, kapak tasarımı, etiket, basın ilanı, TV grafiği gibi alanlarda başarılı çalışmalar yapılmıştır.⁶⁶

Türkiye'de çağdaş anlamdaki grafik tasarımın ilk örneklerini, 1925'te Almanya'daki eğitimini bitirerek yurda dönen İhap Hulusi Görey vermiştir. İhap Hulusi, Jugendstil'in ünlü grafik tasarımcısı Ludwig Hohlwein'in atölyesine bir süre devam ederek onun tasarım anlayışını benimsemiştir. Görey, yurda döndükten sonra özellikle Tekel ve Milli Piyango kuruluşu için yaptığı afişlerle belleklerde yer etmiş, içki etiketi ve sigara ambalajlarında ürün grafiği konusunda ilk örnekleri vermiştir. İhap Hulusi, 1927'de İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'nde eğitimci Weber yönetiminde bir afiş atölyesi kurmuş, bu atölye 1950'lerin sonunda grafik bölümüne dönüştürülmüştür. 1940-45 yılları arasında modern sanat hareketlerini grafik tasarıma uyarlayan ünlü Fransız afiş tasarımcı Cassandre'nin önderliğinde öncü bir konuma gelen Fransız afişindeki yeni estetiği

⁶⁶ Becer, s.112-115

benimseyen Türk tasarımcılar, 1950'lerden başlamak üzere bu görsel anlatım yaklaşımını kendi yetenekleri ile yoğurarak ürünler vermişlerdir. Bu dönemin tasarımcıları arasında Selçuk Önal ve Mesut Manioğlu öncelikle akla gelenlerdir. 1959'da Batı'daki uygulamalı sanat okulları örnek alınarak kurulan tatbiki Güzel Sanatlar Okulu uygulama ağırlıklı eğitim düzeni ile, grafik tasarımcısı yetiştirmek üzere eğitime başlamıştır.⁶⁷

Türkiye'de tasarım yapısıyla ödül alan Zaman gazetesi, yetişen yeni grafik tasarımcıların çabasıyla ortaya konmuştur. Bugün gazetede on grafik tasarımcısı var. Hepsisi de grafik mezunudur. Gelineen teknolojik gelişim çerçevesinde Zaman Gazetesi'nde Sanat Başlığı altında grafiker/ illüstratör/ karikatürcü ve sayfa tasarımcı yer almaktadır. Sayfa tasarımı gerçekleştirilirken, sayfa tasarımcısı yazı işleri editörü ile görüşerek reklama ayrılacak kısmı belirliyor. Geri kalan kısım için haber, fotoğraf çalışması yapılıyor. Bilgisayarda Quark ekspres programında, girecek haber sayısı, başlık kararlaştırılıp sayfanın tasarımı gerçekleştiriliyor. Tasarımcı haber başlığını gördükten sonra fotoğraf seçimini yapmaktadır.

Haberi sattıracak olan tasarımcıdır. Sayfadaki font aralıkları, tırnaklı font kullanımı okumada gözün devamlılığını sağlar. Bu nedenle metin için bu tercih edilir. Başlıklarda tırnaksız font tercih edilir; çünkü ayrı algılanması önemlidir. Renk seçimi yapılırken de Zaman gazetesi için ciddiyetini vurgulayan renkler tercih edilir. Örneğin lacivert, renk dilinde ciddiyeti ifade ederken, turuncu renk, heyecan ve dinamizmi sembolize etmektedir. İkisinin bir arada kullanımı hem ciddi hem de dinamik olduğunu ifade etmek içindir. Yine gazete kenarlarındaki boşluk, okuyucuya nefes alma imkanı vermek içindir.

Tasarım yapıldıktan sonra tashih yapılıyor. Gazetenin sayfa çıktısı (maket) alınarak inceleniyor ve varsa hatalar belirleniyor. Hata yoksa, film çıkışa gönderiliyor ve matbaada basıma hazır hale geliyor.⁶⁸

Tasarım, gazete imajının pekişmesine ve bu doğrultuda, reklam pastasından hatırı sayılır bir yer edinmelerine olanak sağlamaktadır. Gazete bünyesinde yer alan çalışanlar da bu kriter göz önüne alınarak seçilmektedir. Artık sadece haberin iyi yazımı değil, tasarımcı

⁶⁷ Prof. Dr. Emin D. Aydın, **Görsel İletişim Tasarımı Temel Ders Notları**, 1.Basım, İstanbul: Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, s.33-34

⁶⁸ Selim Şimşiroğlu, Kişisel Görüşme (Zaman Gazetesi Tasarım Bölümü), 16 Aralık 2007

tarafından iyi bir şekilde tasarlanıp sunulması öne çıkmaktadır. Baskı kalitesi, renkli ve çekici hale gelmesi ile de bu başarıyı göstermiştir.

Zaman gazetesi on beşinci yılına girmesi nedeniyle biçimsel anlamda köklü değişimlere gitmiştir; bu dönemde gazetenin günümüzdeki yapısı oluşturulmuştur. Gazetenin biçimsel olarak değişmesiyle birlikte tirajında yeniden artış görülmüştür. Tiraj 200.129'dur. 2001 yılında Zaman Gazetesi Türk Basını'nda ilk defa haber ile yorum sayfalarını birbirinden ayırarak yine bir ilke imza atıyor. Kasım 2002'de Zaman Gazetesi on altı yaşındadır. Dünyada yirmi altı ülkede basımı yapılmaktadır. Aynı zamanda bu dönemde Doğu Anadolu Bölgesi'nde basılan tek gazetedir.

Gazetenin baskı kalitesi de zamanla değişim göstermiştir. Özellikle 1992 yılından itibaren renkli reklam sayısında artış görülmektedir. 1996 yılından itibaren haber fotoğraflarının renkli verildiği görülmüştür. Bu yıldan itibaren gazetenin sadece ilk ve son sayfası değil, yaklaşık on iki sayfası renkli çıkmaya başlamıştır.

2002 yılında gazetenin 280.000 abonesi ve yirmi bin bayii tirajı vardır. Zaman Gazetesi İdari İşler Bürosu'ndan alınan bilgiye göre, günümüzde gazetenin 645.000 abonesi vardır. Gazetenin toplam tirajı ise ortalama 700.000 olarak bildirilmiştir.⁶⁹

⁶⁹ Ramazan Çelik, "**Zaman Gazetesi Üzerine**", M.Ü. İletişim Fakültesi, Danışman: Şengül Özerkan, Yayınlanmamış Doktora Ders Sunumu, 2007



Şekil 11: Zaman Gazetesi

3.3. Türk Basını'nda Fotoğraf

Resimli yayınların ilki 1279 hicri Ramazan – Zilkade (1863, Şubat Nisan) ayları arasında üç sayı çıkan Mir'at (Ayna)'dır. Yayımcısı Refik olan bu “fünun ve sanayie müteallik mevad ile harita ve resimleri havi olarak ayda bir çıkarılır” bir risaledir. Tercümanı Ahval basımevinde basılıyordu. Ancak üç sayı çıkabilmiş ve resimli dergi sisteminin yaygınlaşmasını sağlayacak bir nitelik taşımamıştır.

Bu başarısız denemeden dört yıl sonra yine resimli olarak, haftalık “maarif ve havadisi dahiliye ve hülasa-i politikadan bahsedecek” Âyine-i Vatan 9 Şubat 1867'de piyasaya çıktı. 1869 Ocak'ına kadar değişik isimlerle çıkmıştır. (Ruznamei Âyine-i Vatan, İstanbul...) Resim olarak daha çok ünlülerin portrelerine yer verilmiştir.

Basın tarihçilerimiz arasında, Türkiye’de resimli basının başlangıcı olarak Musavver Medeniyet’i gösterenler çoktur. 10 Ekim 1874’de ilk sayısı çıkan “Maarif ve edebiyata dair” bu haftalık yayının da sahibi Mehmet Arif’di. Bazen isim değiştirerek yayını üç- dört yıl sürdürmüştür. (Şems, Musavver el Munakkah gibi). Musavver Medeniyet, Âyine-i Vatan’dan daha kaliteliydi. O dönemin gözlemcileri bu derginin aktüel olayları izleyerek resimlendirme çabasında başarılı olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Musavver Medeniyet aktüel konuları resimle sunmaya yönelmiş ilk dergidir. Hakkâk dükkanlarında kalmış eski kalıpları kullanmak yolunda başka resimli dergilerin başvurdukları yola girmemiştir. İstanbul’da eski kalıpları altlarına rastgele yazılar koyarak kullanan gazeteler vardır. Resim kalıbı hakkettirmek için mühür kazıcıları bile kullanılmaktadır. Avrupa’da kullanılıp eskimiş kalıpları toptan getirtip bunları gazete ve dergilere satanlar vardır. Bunların açıklaması, en son duruma göre bir yazı uydurularak yapılmaktadır.

Asıl ilgi yaratmış resimli yayın ise Mir’atı Âlem olmuştur. İzmir’in Hizmet gazetesinde bu dergi o dönemde şöyle değerlendirilmiştir. “Resimli gazetecilik Musavver Medeniyet ile başlamış sayılır, ondan sonra yerini almayı başaran Mir’atı Âlem olmuştur. Şu farkla ki, Musavver Medeniyet güncel konuları yeni klişelerle kamuoyuna aktarırken Mir’atı Âlem bir resimli dergi olmaktan çok bir mecmuai edebiye idi.” Resimleri güncel olaylara bağlama amacı yoktur. Böylece Mir’atı Âlem’in bu alan katkısı, güncel ve kaliteli resim vermek, ama beraberinde ayrıntılı bilgi vermemek olmuştur.

3.3.1. Serveti Fünun ve Basın Fotoğrafçılığı

Basın fotoğrafçılığında gerçek büyük aşamayı temsil eden Serveti Fünun, 1891 tarihinde yayına başladı. Türk edebiyatında olduğu kadar Türk basınında da önemli bir yere sahip olan Serveti Fünun’un basın fotoğrafçılığı alanına katkısını ele almadan önce 1890’lı yılların başlarında ülkemizde fotoğrafçılık, basmacılık ve klişecilik konularında olduğu gibi basın rejimi noktasında da varılmış olan düzeyi incelemeye çalışacağız.

Abdülhamit döneminde gazete ve dergilerde resim kullanma özel bir izne tabiydi. Resim basacaksa yayın bunun ilk imtiyazını alırken belirtmek zorundaydı. Bu durumda da istediği resimleri kullanmak yetkisi yoktu. O açıdan da sansüre tabi tutuluyordu. İlk

imtiyazında resim kullanma kaydı bulunmayan bir yayının böyle bir uygulamaya geçebilmesi için yeniden izin alabilmesi gerekliydi. Hem de bu izin Sultan'ın onayına da sunuluyordu.

Resmin gazetede kullanılmasından önce çekilmesi de izne tabiydi. Kuşkusuz bu, fotoğrafçı atölyelerinde yapılan portre ve aile resimleri için değildi. Ama ülkenin içinde gezi yapıp halkın arasına katılarak resim yapmak gibi (karakalem, yağlı ya da sulu boya) fotoğraf çekmek için, ucu Sultan'a kadar uzanan bir mekanizmadan izin almak gerekiyordu.

İstanbul'a yerleşmiş Fransız fotoğrafçılarından A. Laroche'nun tanıklığına dayanarak 1873'te "uzun süreden beri İstanbul'da çok başarılı fotoğrafçılar bulunduğunu ve en son metodları uyguladıklarını" biliyoruz. Aynı kişi, üçüncü koşul olan klişe yapımı konusunda ise şunları yazıyor: "Atölyemizde dört geniş baskı makinesi var. Büyültme ve küçültme operasyonları yapıyoruz. Haftalık gazete de çıkarıyoruz. Fotoğraf klişelerinden fotolitografi yapıyoruz. Fransızca yayınları Türkçeye çevirip basıyoruz. Baskılarımız Albertype sistemiyle çalışıyor."

Çinko klişe de yaptıklarını belirtmesine rağmen bunun üzerinde fazla durmaması henüz bunun çok geliştirmemiş olduğunun kanıtıdır. Yine de Paris'e renkli baskı konusundaki kendi geliştirdiği yöntemi bildirmektedir. Asit kullanarak madeni klişe yapma metodu 1859-1862 yıllarında Avrupa'nın değişik kentlerinde (Londra, Paris, Viyana, Prag) başarılmıştı. O yıllara kadar resim litografi ya da el oyma yöntemiyle basılıyordu. 1873'te ise renkli klişe de geliştirildi. Ancak henüz herhangi bir kağıda istenilen güzellikte bir fotoğrafın basılması başarılamıyordu. O dönem klişelerinden sonuç alabilmek için yüksek kaliteli sert nitelikte kağıda ihtiyaç vardır. Aksi halde klişenin grenleri arasına mürekkep doluyor, arzulanan ton farklılıkları sağlanamıyordu. Bu yüzden de Osmanlı topraklarında 19. yüzyılın sonuna kadar her tarafta litografi baskıları tercih edilmiştir.

Serveti Fünun'un başarısı rejim dışında bu üç unsuru (iyi fotoğrafçı, iyi kağıt ve iyi klişe) bir araya getirmeyi sağlamış olmasındadır. Başlangıçta bütün klişelerini Avrupa'dan getiren Serveti Fünun da bu bağımlılıktan kurtulmanın yollarını arıyordu. Basın fotoğrafçılığını ne olursa olsun geliştirmekte kararlı olan Ahmed İhsan asitle yapılan klişeyi ülkede gerçekleştirmedikçe bunu başaramayacağını farkındaydı. Nitekim bu yoldaki araştırmalarına ara vermedi. 1894 yılı başlarında fotoğrafçı Teodor Vafiyadi Efendi bu

alandaki çalışmalarını başarıya ulaştırdı. İlk olarak yaptığı Alemdağı'nın klişeleri 222. sayıda yayınlandı. Bu başarıyı geliştirmek için çabalarına ara vermedi. Rastladıkları zorlukları Avrupa fabrikalarına yazarak çözmeyi başardılar. Asitle klişe yöntemi artık bir sır olmaktan çıktığı için bu konuda güçlük de karşılaşmadılar. 240. sayıdaki jimnastik resimleri ile 241. sayıdaki Suriye demir yolu resimleri böylece İstanbul'da gerçekleşti.

Meşrutiyet'in ilanı halkı, özgürlükler lehinde gösteriler yapmak üzere sokaklara dökülmeye teşvik ettiği gibi, amatör fotoğrafçıları da yalnız İstanbul'da değil İzmir, Selanik, Edirne ve daha birçok kentte yapılan gösterilerin fotoğraflarını çekmek üzere özgürce sokağa dökülmeye yöneltti. Artık resim çekmek için izin almaya gerek kalmamıştır.

Meşrutiyet'in ilanı sadece bol ve sansürsüz resim yayınlanması değil, resimlerin iç politika çekişmelerinde bir araç olarak kullanılmasını da gündeme getirdi. Başlangıçta, Hürriyet Kahramanları ile sultanın resimleri çokça görülüyordu. Serveti Fünun, Meşrutiyet'tan sonraki ilk sayısının (No.901) kapağında “ Osmanlıları naili hürriyet ederek vatani mahv ve inkiraz tehlikesinden halâs eden şerefli ordumuzun kahramanları” Enver ve Niyazi Beylerin resimlerine ayırmıştı.

Meşrutiyet'le birlikte fotoğrafçılık alanında ilk atılımı yapan resimli dergiler oldu. Günlük gazetelerin hiç biri ne Tanin gibi yeni çıkanlar, ne de Sabah gibi eskiler böyle bir olasılığa hazırlıklı değildiler. Diğer yüzlerce günlük gazete ise öyle kısa ömürlüydüler ki, resmi düşünecek vakitleri bile olmadı. Aynı şeyi resimli olmak iddiasıyla çıkan dergiler için de söyleyebiliriz. Düzinelerle yeni “musavver” dergi çıktı. Fakat pek azı gerçek “musavver” yayındı.

Bu kalabalığın içinde gerçek anlamda basın fotoğrafçılığı yapabilen köklü geçmişiyle Serveti Fünun ve ona yani katılan Şehbal ile Resimli Kitap olmuştur. Böylece Serveti Fünun'un, Avrupa'da bile ancak birkaç gazete ve dergi, resimli basılarak yaşamaya dayanabiliyor yolundaki yargısı haklı çıkmış oluyordu.

Meşrutiyet'in bir yararı da Türkleri basın fotoğrafçılığı alanına girmeye teşvik etmesi olmuştur. Resim ve klişe konularında başlangıçta – dinsel tabular sebebiyle Levantenlerin Rum ve Ermenilerin gerisinde kalmış olan Türkler bu kez aktüalite fotoğrafçılığında onların önüne geçmişlerdir. Türkçe dışı yayınlarda da Meşrutiyet'ten

itibaren resim kullanılmış ise de, eskiden olduğu gibi dış kökenli ya da durağan nitelikli olanlar tercih edilmiştir.

Yeni Tasviri Efkar ancak Velid Ebuzziya'nın 1911'de Paris'ten tahsilden dönüşünden sonra daha ciddiyetle resim konusuna yöneldi. 1913'de fotoğraf için karanlık oda kuran ilk gazete oldu. Velid ile, fotoğraf çekmesini babasının sürgün yıllarında Konya'da öğrenmiş olan ağabeyi Talha kendileri foto muhabirliği yaptıkları gibi gazetede sadece fotoğraf çekmekle görevli bir muhabir kadrosu da açtılar. Velid Ebuzziya havadan resim çekmiş ilk Türk gazetecisi de olmuştur.

Giderek resmin kendisini haber olarak kullanma alışkanlığı belirmeye başladı. Ünlü bir olay, 1911 yılı sonunda eski sadrazam Kâmil Paşa'nın Mısır'dan geçmekte olan İngiliz Kral ve Kraliçesi'yle birlikte çekilen resminden çıkmıştır. İttihatçıların tutmadığı ve devirdiği Kâmil Paşa resimde Kraliçe'nin yanına oturtulmuştu. Kral ise arkalarında ayakta duruyordu. Bu hiçbir protokolün kabul edemeyeceği bir saygı gösterisiydi. Tabii derhal, İngiltere'nin Kâmil Paşa politikasını desteklediği İttihatçılara karşı olduğu şeklinde yorumlandı ve tartışmalara yol açtı.

Meşrutiyet'te beliren ilk foto muhabiri Kenan Reşit'tir.

3.3.2. Cumhuriyet Dönemi Basın Fotoğrafçılığı

İstiklal Savaşı'nın son dönemi, Türk ordusunun İstanbul'a girişi, Lozan barış görüşmeleri süresi boyunca basınımız, güncel resim kullanmakta en üst düzeye varmış bulunduğunu kanıtlayan örneklerle doludur. Artık fotoğrafı çekmek klişesini hızla yapmak ve kalitesi ne olursa olsun gazete kağıdına basıp ertesi sabaha yetiştirmek olanağına sahiptir. Basın fotoğrafçılığımız Cumhuriyet Dönemi'ne böyle üst düzeyde bir yapı ile girmiştir.⁷⁰

Bilgisayar ile tanışana kadar Türkiye'de her gazetede, bir fotoğraf banyo odasına sahiptir. Fotoğraflar kimyasal işlemlerden geçip, tramlama yöntemi ile kamerada noktalı hale getirilip basımı gerçekleştiriliyordu. Ancak bilgisayar teknolojisi ve dijitalleşme yönündeki gelişmeler, bütün angarya işleri sona erdirmiştir. Haber ve fotoğraf birlikte sayfada tasarımı

⁷⁰ Orhan Koloğlu, **Basınımızda Resim ve Fotoğrafın Başlaması**, 1.Basım, İstanbul: Engin Yayınları, 1992, s.18-62

gerçekleştirildikten sonra film çıkışına gönderilmeden direk kalıba veriliyor. Ve oradan da matbaada basımı gerçekleştiriliyor.

Fotoğrafik görüntülerin öne çıkması haberin şekillerle anlatımını beraberinde getiriyor. Böylece infografik⁷¹ programları devreye girer.⁷²

Fotoğraflar, Nova adı verilen bir arşiv sistemi ile gazetede kullanılır. Bu arşiv tamamen bilgisayar ortamında hazırlanıp, fotoğraflar Reuters'ten, AP⁷³'den, yerli haber ajanslarından bütün haberlerin başlığı, hangi habere ait olduğu bilgileri ile yer alırlar. Seçim bu havuzdan yapılır.

Günümüz teknolojisi artık dijitalleşen bir üretim imkânı sağlayarak fotoğraf kalitesini dünya çapında olduğu gibi ülkemiz bazında da en iyi noktaya taşımıştır. Ülkemiz her alanda olduğu gibi bu alanda da en son teknolojik imkânlarla sahip olup, çağı hemen yakalamaktadır.

3.4 Türk Basını'nda İnternet Gazeteciliği

3.4.1. Türkiye'de İnternet Altyapısı

Türkiye, İnternet ile ilk olarak TÜBİTAK tarafından desteklenen bir proje kapsamında 12 Nisan 1993 tarihinde ABD-Washington ile kiralık hatla kurulan 64 Kbit/sn hızındaki bağlantı ile tanışmıştır. TÜBİTAK Gebze (İzmit) Tesisleri'nde yapılan bu bağlantı Türkiye'nin ilk yerel resmi bağlantısı olarak kabul edilir. Bu tarihten itibaren ODTÜ ve TÜBİTAK'ın organizasyonunda TR-NET adı altında İnternet altyapısının geliştirilmesine yönelik çalışmalar devam ettirilmiştir.

1993-1996 yılları arasında Türkiye'de ilk olarak bazı devlet kuruluşları ve üniversiteler bu ağ aracılığıyla İnternet dünyasıyla tanışmışlardır. Daha sonra Ege Üniversitesi (1994), Bilkent (1995), Boğaziçi (1995), İstanbul Teknik Üniversitesi (1996) bağlantıları gerçekleştirmiştir.

⁷¹ Grafikle arasındaki temel fark verileri değil olayı görselleştirmesidir. Gerçekleştiği anda görüntülemenin zor olduğu cinayet, intihar, trafik kazası gibi olayların anlatımında kullanılır. Spor haberlerinde de sıkça kullanılmaktadır. İnfografik, haberi daha kolay anlaşılır hale getirir ve okuyucunun dikkatini çeker.

⁷² Fevzi Yazıcı, Kişisel Görüşme (Zaman Gazetesi Sanat Direktörü), 15 Mart 2006

⁷³ AP: The Associated.Press

1994'te İnternet yavaş yavaş özel sektöre girmeye başladı. İnternet'in ülkemize geç gelmesi plansız yapılan faaliyetler sonucu İnternet'in ülke çapında yaygınlaşması ve etkin kullanımına gecikilmiş ve çeşitli problemlerle karşılaşmıştır. Türkiye çapında İnternet altyapısı olarak Türk Telekom tarafından kurulması hedeflenen TURNET⁷⁴ altyapısı, aradan geçen uzun zamana rağmen yaygın, ucuza ve etkin bir internet altyapısı haline getirilememiştir.⁷⁵

Ancak bugün gelinen noktada, İnternet toplumda iletişimi sağlayan en önemli iletişim aracı haline gelmiştir. Ülkemizde de Türk Telekom bünyesinde gerçekleştirilen ADSL⁷⁶ sistemi ile hemen herkes İnternet olanaklarından faydalanır hale gelmiştir.

İnternet abone sayısı; 2002 yılında çoğunluğu düşük hız olmak üzere 1,3 milyon abone iken, bu sayı günümüzde 3.120.000'i geniş bant (ADSL) olmak üzere toplamda 3.320.000 abone seviyelerine ulaşmıştır. Genişbant penetrasyonu yüzde 4,27 seviyesindedir ve sürekli yükselmektedir.⁷⁷

3.4.2. İnternet'in Gazeteciliğe Etkileri

Geleneksel medyada haberlerin toplanması, işlenmesi ve yayına 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.

Geleneksel medyanın haber kaynakları; cumhurbaşkanlığı, başbakanlık, bakanlıklar, parlamento, siyasi parti kuruluşları ve temsilcilikleri, üniversiteler, sendika kuruluşları, emniyet ve jandarma, adliyeler, hastaneler vb.dir. Medya kuruluşları, buralardan haber toplamak için istihdam edilen muhabirler kanalıyla haber merkezlerine haber akışı sağlamaktadır. Muhabirlerin istihdamı ise ücretli ve telifli olarak iki farklı biçimde gerçekleşmektedir.

⁷⁴ TURNET: Türk Telekom'un Türkiye'deki İnternet trafiğini kontrol etmek ve isteyen özel firmalara İnternet servisi sağlayabilmeleri için kendi çatısı altında devreye soktuğu bir kuruluştur.

⁷⁵ İnternet Üst Kurulu Altyapı Teknik Komite Raporu, <http://www.ubak.gov.tr>. Kurul çalışma 15.07.1998, s.2-5.

⁷⁶ ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line): Bakımsız Sayısal Abone Hattı

⁷⁷ <http://www.ubak.gov.tr/ubak/tr/ilkler.php#haber>, (30 Mayıs 2008).

Günümüzde gazete işletmelerinde 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 bilgisayarlar aracılığıyla sürekli olarak birbirleriyle iletişim halinde bulunmaktadır. Böylelikle gazetelerdeki fiziksel yazı işleri ortamının yerini internetle birlikte sanal yazı işleri almıştır.

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

İnternet, geleneksel yazı ofislerinde bu değişimi sağlarken, İnternet’le ortaya çıkan haber siteleri, haber portalları ise geleneksel yazı işlerinden farklı bir özellik göstermektedir. Sanal yazı işleri ile gazetecilikte ortaya çıkan farklılıklar şunlardır:

- Haber siteleri muhabir istihdam etmemektedir. Özellikle bireysel olanaklarla yayın yapan haber sitelerine (örneğin Matt Drudge’in sitesi) her İnternet kullanıcısı haber, duyum gönderebilmekte, böylece haber gönderen her İnternet kullanıcısı fahri bir muhabir olmaktadır. Geleneksel medya kuruluşlarının siteleri dışındaki haber sitelerinde muhabir ve köşe yazısı istihdam edilmemesi, finansal girdilerde maliyet yönünden önemli bir avantaj sağlamaktadır. Geleneksel medya siteleri ise, gazete-televizyon-radyo için oluşturulan ortak haber havuzundan beslenmekte, bunlar için üretilen, işlenen haberler bir-iki Web editörü yönetiminde yaklaşık on kişilik bir kadro tarafından havuzdan alınarak Web ortamına aktarılmaktadır.

- Haber siteleri, haberleri ajanslardan ve geleneksel medyadan alıp, çoğunlukla aynen Web ortamına aktararak yayın yapmaktadır. Haber siteleri, yayınladıkları haberlerin büyük çoğunluğunu abone oldukları haber ajanslarının geçtikleri haberlerden (örneğin Anadolu Ajansının internet için hazırladığı özet ve spot haberlerden) alıp aynen aktarmaktadır. Bu sitelerde yer alan “Sıcak Haberler/Son Dakika/ Flash Haber” de yine bu ajanslardan derlenen haberlerden verilmektedir. Bunun yanında haber sitelerinin bir çoğu,

basılı gazetelerle yayınlanan haberleri de alarak kendi Web sayfalarında yayınlamakta ya da haberlerin başlık ve spotlarına yer verip haberin detayı için ilgili gazetelerin Web sitelerindeki sayfalara bağlantılar vermektedir.

- Haber sitelerinde foto muhabiri de istihdam edilmemektedir. Siteler, haberlerde kullanacakları fotoğrafları çeşitli internet kaynaklarından izinli yada izinsiz olarak alıp kullanmakta ya da abone olunan ajanslardan alınan fotoğraflara sayfalarında yer vermektedir. Buna bağlı olarak haber sitelerinde fotoğraf, film, banyo gibi maliyeti etkileyici giderler de bulunmamaktadır. Fotoğraf makinelerinin de dijitalleşmesi, medya kuruluşlarında dijital makine kullanımını yaygınlaştırmış, film ve banyo girdilerde avantajlar sağlamıştır. Bu tür dijital fotoğraf makineleri, Web yayıncılığının da önemli araçları olmaya başlamıştır.

- Haber sitelerinin Web editörlüğü; haberi işleme, yeniden yazma, haberin önemli unsurlarını öne çıkarma gibi editörlük işlemlerini tam anlamıyla yapılmadığı bir görünümdeydir. Çünkü haberler çoğunlukla ajanslardan hazır olarak alındığı için, üzerinde herhangi bir editasyona gerek duyulmamakta ve haberler geldiği şekliyle Web’te yayına sunulmaktadır. Bu aşamada geleneksel gazetecilik anlayışındaki eşik bekçiliği (gatekeeper) kavramının yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir.

- Haber sitelerinde köşe yazarları da istihdam edilmemektedir. Sitelerdeki köşe yazarlarının birçoğu, basılı gazetelere yazdıkları yazılarını birkaç haber sitesine de göndermekte ve yazıları aynen bu sitelerde de yer almaktadır. Bunların dışında sitelerde yazan yazarlar ise ya sitede editör ve yönetici olarak çalışan kişiler ya da dışarıdan hobi olarak yazan yazarlar olmaktadır.

- İnternet, geleneksel medya için mevcut haber kaynaklarına ek olarak yeni bir haber kaynağı olmuştur. Haber sitelerinde çalışanlar ya da geleneksel medya muhabirleri, internetten okurun ilgisini çekecek haberleri bulup yayın organlarında bunlara yer verebilmektedir.

- Haber sitelerinin haber üretim maliyetleri düşüktür. Yukarıda değinildiği gibi, muhabir, foto muhabiri, köşe yazarı istihdam edilmediği için, içerik oluşturmadaki maliyeti arttırıcı unsurlar ortadan kalmaktadır. Haber sitelerinin yayın maliyeti; editör ve Web

tasarımcılığı istihdamı, ajans aboneliği, Web yayınlama (hosting) ücretleri, büro giderleri gibi sınırlı sayıda gider kaleminden oluşmaktadır ki bunlar da sabit giderlerdir. Diğer deyişle Web yayıncılığında enformasyon yayımı için yapılacak harcama, enformasyonun büyüklüğüne ve o enformasyona erişen kişi sayısına (traja) bağlı olmadan sabit bir maliyet üzerinden gerçekleşmektedir.

- 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. Bu sayede ajanslardan gelen ve konu başlıkları önceden belirlenmiş haberin otomatik olarak yayıma gecikmeden sunulması mümkün olmuştur. Bu programlar, haber seçimi ve yayımında insan unsurunu da ortadan kaldırmakta ve haber yayınında otomasyon sağlamaktadır. Böylece gazetecinin, enformasyonu denizinden kayda değer bulduğu haberleri ayıklama yükümlülüğü de ortadan kalkmaktadır.

- Haberciler, arşiv ve kütüphanelere gitmeden masa başındaki bilgisayarlarından yararlanarak, belirledikleri anahtar sözcükler yardımıyla haberleriyle ilgili çeşitli bilgilere medya kuruluşunun dijital arşivinden ya da evrensel düzeydeki çeşitli kütüphanelerden saniyelerle sınırlı bir sürede erişebilmektedir. Bu, muhabirlerin, arşivlerde katalog ve gazete karıştırmalarını ve orada saatler geçirmelerini ortadan kaldırmıştır. Ayrıca arşivlerde elle yapılan taramalara göre dijital arşivlerden erişilen bilgilerde, gözden kaçırma da minimize edilmiştir. Bu durum hem zamandan tasarruf sağlamış hem de maliyeti azaltmıştır.

- Haberlere hızlı erişim ve hızlı güncelleme imkanı sunmaktadır. Bu da özellikle gün içinde hızlı gelişen olayları yakından izlemek isteyen İnternet kullanıcıları için, gazete, radyo ve televizyona göre daha hızlı olarak haberlerden haberdar olmak olanağı sunmaktadır. Bunda en önemli unsur ise, ajanslardan ve İnternet'teki çeşitli kaynaklardan derlenen haberlerin anlık olarak okura sunulabilmesidir.

- Haber siteleri, okurun tepkisini anlık olarak alabilmektedir. Bu genellikle e-posta ile ya da sayfalara konulan anket soruları veya forum sayfaları ile olmaktadır. Habercilikteki bu avantaj, geleneksel medyanın okur ya da izler kitleden yansıma almasına göre çok daha hızlı ve çok daha yaygın bir biçimde gerçekleştirilmektedir. İnternet ile birlikte

kullanıcının içeriği kontrol etmesi geleneksel tek yönlü iletişim yerine etkileşimli iletişimi ve çoktan-çoğa modelini (many-to-many) gündeme getirmiştir.

- Haber siteleri, bir haberle ilgili olarak haber kaynağı ya da görgü şahitlerinden doğrudan bilgi alıp geniş boyutlarıyla (ses, görüntü vs) yayınlatabilmektedir.
- Her İnternet kullanıcısı, bir haber sitesinin fahri muhabiri olabilir. Bu olay, bir istihdam olayını değil, okurun bizzat çevresindeki gelişmeleri diğer insanlarla paylaşma arzusu ve bunun bir hobi olarak algılanmasından kaynaklanmaktadır.
- Online haberlere, konuyla ilgili detayların ve çeşitli başka verilerin bulunduğu Web sayfalarına linkler verilebilir. Böylece haberler, doğrusal (linear) ve dikey sunum yerine, Web'in hipertekst özelliği ile yatay bir dağılım sergilemekte ve geniş bir platformda okura sunulabilmektedir.⁷⁸

3.4.3. Türkiye'de İnternet Gazeteleri ve Milliyet İnternet Gazetesi Örneği

Cafer Yarkent, Hürriyet'e geçtiklerinde henüz İnternet olmamasına rağmen merkeze haberin Absen olarak adlandırılan, yedi kiloluk dizüstü bilgisayarlarla aktarımının sağlanmış olduğunu, bundan önce teletekle bu işlemin yapıldığını, ama bunun çok zaman alması nedeniyle bu sisteme geçtiklerini belirtmektedir.

Türkiye'de İnternet ortamına yayınlarını taşıyan ilk yazılı basın organı haftalık haber dergisi Aktüel (1994) olduğundan bu dergiyi ülkemizdeki İnternet gazeteciliğinin başlangıcı sayabiliriz.⁷⁹ Bunu Zaman gazetesi (2 Aralık 1995) takip etmiştir. Diğer yandan, piyasada basılı nüshası bulunmadan sadece İnternet ortamında yayımlanan, tamamen elektronik sınırları içinde kalan bu alanın ilk örneğine ise 1996 yılı başlarında rastlanmaktadır. Bu yayımları, ulusal çapta yayım yapan gazete, dergi, radyo ve televizyon kuruluşları takip etmiş ve birkaç yıl içerisinde İnternet'te yayınlanmaya başlamışlardır.

⁷⁸ Dilmen, s. 125-129

⁷⁹ Nevzat Basım, "İnternet'in Türkçe Gerçeği", Türk-İnternet Com Kişisel Ropörtajı, 2002, <http://www.turk.internet.com> (10 Mayıs 2008)

Nitekim, Zaman gazetesini sırasıyla, Milliyet, Hürriyet, Türkiye ve Sabah gazeteleri izlemiştir. Gazetelerin İnternet'e giriş tarihleri şu şekildedir.⁸⁰

Zaman Gazetesi	2 Aralık 1995	(www.zaman.com.tr)
Milliyet Gazetesi	24 Kasım 1996	(www.milliyet.com.tr)
Hürriyet Gazetesi	6 Ocak 1997	(www.hürriyet.com.tr)
Türkiye Gazetesi	11 Ekim 1996	(www.turkiyegazetesi.com)
Sabah Gazetesi	10 Ocak 1997	(www.sabah.com.tr)

1994 Türkiye için bir milattır. Bu tarihten itibaren Türkiye, İnternet ile tanışmaya başlar ve bu zamanla ülke çapında yaygınlaşır. Türkiye'nin İnternetle tanışması, ülkenin siyasal ve ekonomik yapısıyla birlikte medya ortamındaki köklü değişimin de ivme kazandığı yıllara rastlamaktadır. Bu dönemde, medya dışı holdinglerin büyük yatırımlarla medya sektörüne girmeleriyle birlikte geleneksel medya sahipliği yapısında önemli bir değişim yaşanmıştır. Yeni medya sahipliği yapısı, sektörü sürekli büyümeye zorladığı ve böylece sektöre dışarıdan girişleri giderek zorlaştırdığı için, yoğunlaşmaya yönelik içkin bir eğilim barındırmaktadır. Türkiye'deki medya kuruluşlarının önemli bir bölümünün birkaç büyük medya grubunun mülkiyeti ve kontrolü altında olduğu bu yeni dönemde, medyada haber kalitesi ve çeşitliliği, çok seslilik, basın özgürlüğü, medya çalışanlarının sosyal hak ve özgürlükleri gibi bir dizi alanda çok önemli sorunlar yaşanmaktadır. İnternet, Türkiye'de, toplumsal iletişime, haber üretim ve dağıtım süreçlerine yapabileceği katkıyla, geleneksel medyada gözlemlenen gazetecilik anlayışını dönüştürebilecek özgün ve alternatif bir açılım, bir araç olabilir. Türkiye'deki İnternet gazeteciliği uygulamalarını incelerken ikili bir ayrım yapmak doğru olacaktır. İlk grupta geleneksel medya kuruluşlarının İnternet siteleri yer almaktadır. İkinci grup ise, yalnızca İnternet ortamında var olan haber sitelerinden oluşmaktadır. Bugün Türkiye'de İnternet gazeteciliği olarak tanımlanan faaliyetin önemli bir bölümü, geleneksel medya kuruluşlarının İnternet siteleri aracılığıyla yürütülmektedir. Geleneksel medya ortamının hâkimi olan büyük medya grupları, İnternet gazeteciliği alanına

⁸⁰ Sibel Başıyemez, **İnternet ve İnternet'te Sayfası Bulunan Gazeteler**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Yayınlanmamış Lisans Tezi, 1998, s.28-31

yatırım yapmakta zaman kaybetmemişler, basılı ve elektronik ortamlar için hazırladıkları ürünlerini İnternete de taşıyarak kısa zamanda bu alanda da faal ve güçlü bir konuma gelmişlerdir. Bunun yanı sıra, İnternet ortamında yer alan haberlerin, çoğunlukla geleneksel medya kuruluşları tarafından üretiliyor olması, haber üretimi, yayımı ve dağıtımı alanındaki sorunların İnternet ortamına da taşınması ihtimalini doğurmuştur. Bu durum, Türkiye’de büyük medya gruplarından bağımsız ve alternatif anlayışlarla yayın yapan bir İnternet medyasına olan ihtiyacı daha da belirgin hale getirmektedir. İnternet gazeteciliğinin vadettiği açılım, hâkim medyadan bağımsız, kendi ayakları üzerinde durabilecek ve onlarla rekabet edebilecek güçte haber sitelerinin mevcudiyetini gerektirmektedir.

Türkiye’de İnternet ile ilgili altyapı harcamaları dışındaki ilk yatırımlar, aralarında medya gruplarının da olduğu büyük sermaye grupları tarafından yapılmıştır. Bu gruplar, İnternet sektörüne, başta servis sağlayıcılık olmak üzere çeşitli İnternet hizmetleri verdikleri şirketlerini kurarak adım atmışlardır. Kısa bir süre sonra İnternet şirketlerinin İnternet bağlantısı satabilmeleri için İnternet’in Türk kullanıcılar için cazip hale getirilmesi gerektiğini fark ederek, Türkçe içerikli ilk büyük portalları hayata geçirmişlerdir.

İnternet aslında düşük maliyetli bir iletişim ve yayıncılık ortamıdır, bu anlamda İnternet yayıncılığı büyük sermayeler gerektirmemektedir. Ancak Türkiye’de ilk aşamada küçük girişimcilerin kurumsal olarak bu alana girmeleri mümkün olmamıştır. Çünkü büyük medya grupları, o dönem için yeni ve ticari olarak riskli bir mecra olan İnternet yayıncılığına, küçük yatırımcıların gerçekleştiremeyeceği büyüklükteki altyapı, personel ve en önemlisi reklam harcamaları yaparak başlamışlardır. İnternet yayıncılığının en önemli alanlarından biri olan İnternet gazeteciliği de, yine büyük medya gruplarının 1996 yılından itibaren, gazetelerini İnternet ortamına taşımalarıyla başlamıştır. Büyük grupların İnternet gazeteciliğine yönelmelerinin arkasında, İnternet’teki Türkçe içeriği genişleterek İnternet bağlantısı satmanın yanı sıra birkaç nedenden daha bahsedilebilir. Bunlardan birisi, ilk yılları itibariyle gelişme dinamikleri tam olarak kestirilemeyen İnternet’in giderek yazılı basın ve televizyonun yerini alabileceği endişesidir. Medya grupları, İnternet’in ileride basın, radyo, televizyon gibi sektörlerin en azından reklam paylarını daraltabileceği kaygısıyla, İnternet ortamında da güçlü ve örgütlü olmaları gerektiğini düşünmüşlerdir. Medya gruplarını

İnternet gazeteciliğine yönelten bir başka neden de, ticari ürün yelpazelerini daha da genişletmek istemeleridir.

Medya grubu İnternet Şirketi Portal

DOĞAN Doğan Online <http://www.e-kolay.net>

ÇUKUROVA Superonline <http://www.superonline.com>

BİLGİN Turkport <http://www.turkport.com>

UZAN Webbee <http://www.netbul.com>

DOĞUŞ İxir <http://www.ixir.com>

İHLAS İhlas-net <http://www.ihlas.net>

Geleneksel ortamlarda yayın yapan kuruluşların İnternet gazeteciliği yapmaya başlamaları teknik ve finansal açıdan pek zor olmamıştır. Haber metinleri ve görsel malzemeler, geleneksel yayın sürecinin elektronik dizgi ve sayfa düzeni aşamalarında bilgisayar ortamına zaten aktarılmaktadır. Bu malzemelerin, fazla değişiklik gerektirmeden, hatta doğrudan bir şekilde İnternet’te de yayınlanabileceği kolaylıkla keşfedilmiştir. Böylece İnternet üzerinde hiçbir yayın tecrübesi olmayan gazetelerin basit teknik yardımlar sayesinde yayınlarını İnternet’e taşımaları mümkün olabilmektedir.

Geleneksel medya kuruluşlarının İnternet siteleri incelendiğinde, bu sitelerin esas olarak geleneksel ortamlar için hazırlanan içeriğin İnternet ortamına aktarılması amacıyla faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Bu tür sitelerde İnternet’i geleneksel medyalardan ayıran en basit teknik uygulamalar bile sıklıkla kullanılmamakta, var olan içerik çoğu zaman üzerine hiçbir ekleme yapılmadan İnternet’e taşınmaktadır. Kullanıcıların kendi aralarında iletişim kurabilmelerine olanak tanıyan chat ve forum uygulamaları ise yalnızca Hürriyet gazetesinin sitesinde yer almaktadır. Bunun dışında İnternetin kullanıcı kontrollü bir medya olmasını sağlayan temel özelliklerinden biri olan kişiselleştirme, kısmen dahi olsa şu an için hiçbir gazetenin sitesinde uygulanmamaktadır.

Aynı şekilde İnternet'in çoklu ortama uygun yapısından da yeterince faydalanılmamakta, metin ve fotoğraf dışındaki ses, video gibi anlatı unsurlarına yine yalnızca Milliyet ve Hürriyet gazetesinin sitesinde yer verilmektedir.

Bunun dışında yirmi üç gazete sitesinin yalnızca iki tanesinde (Hürriyet ve Milliyet) gazeteden farklı olarak, İnternet'e özel, ekstra içerik üretildiği de göz önüne alınırsa, geleneksel medyanın mevcut hâliyle, İnternet gazeteciliğine yeni, özgün ve alternatif bir açılım getirmediği, sahip olduğu yapısal sorunlar nedeniyle de getirmesinin kolay olmadığı düşünülebilir.⁸¹

İnternet'e giren gazeteler ilk önceleri salt haber verirken, günümüzde (aynen bir gazetenin maketi gibi) reklam sayfaları ve insan kaynakları sayfalarını da bünyelerine ekleyerek, içerikleri zenginleşmiş bir biçimde okuyucunun hizmetine sunulmuşlardır.

Türkiye'de yalnızca İnternet ortamında var olan ilk haber siteleri, günlük gazetelerin birer ikişer İnternet'e taşındığı sırada ortaya çıkmaya başlamışlardır. Bu türdeki haber sitelerinin ilk örneği XN olmuştur. XN, yayın hayatına 1996 yılının Ocak ayında başlamış, günlük gazetelerden derlediği haberleri ve köşe yazılarını internet ortamına taşımıştır. Daha sonraları İnternet'te yer alan gazete sayısı arttıkça, bu sitelerde yer alan haberlere ve köşe yazılarına yapılan bağlantılardan oluşan başka küçük haber siteleri kurulmaya başlamıştır.

Sayıları azalmış olmakla birlikte, hiçbir özgün içerik üretmeyen, derleme niteliğindeki haber siteleri, bugün de vardır.

1990'lı yılların sonuna gelindiğinde günlük gazetelerden haber derlemeleri yapan İnternet sitelerine kendi haberlerini yapan siteler de eklenmeye başlamıştır. Ağustos 1998'de yayına başlayan Net Gazete, kendi haberlerini kendisi üreten ilk haber sitesi olmuştur. 2000 yılından sonra yaşanan ekonomik kriz boyunca geleneksel medya kuruluşlarında işsiz kalan gazeteciler, İnternet'e yöneldikleri ve kendi küçük şirketlerini kurarak İnternet gazeteciliğine başladıkları için, bu dönemde haber sitesi sayısında kayda değer bir artış yaşanmıştır.

⁸¹ Tolga Çevikel, "Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler", <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130855647.pdf> (12 Nisan 2008)

Haber Sitesi URL⁸² Adresi:

Bianet <http://www.bianet.org>

Digi Medya <http://www.digimedya.com>

E Haber <http://www.ehaber.net>

Haber 1 <http://www.haber1.com>

Haber 3 <http://www.haber3.com>

Haber A <http://www.habera.com>

Haber Analiz <http://www.haberaliz.com>

Haber Gazete <http://www.habergazete.com>

Haber Metre <http://www.habermetre.com>

Haber Türkiye <http://www.haberturkiye.com>

Haber Vitrini <http://www.habervitrini.com>

Haber X <http://www.haberx.com>

Havadis <http://www.havadis.net>

İ Medya <http://www.imedia.com>

İnternet Haber <http://www.internethaber.com>

Net 1 TV <http://www.net1tv.com>

Net Gazete <http://www.netgazete.com>

Net Haber <http://www.nethaber.com>

⁸² URL (Uniform Resource Locators): İnternet üzerinde Web sayfaları başta olmak üzere erişebilecek olan servisleri belirlemek ve tanıtmak için kullanılan adreslere verilen addır.

Objektif Haber <http://www.objektifhaber.com>

Olay Haber <http://www.olayhaber.com>

Press Türk <http://www.pressturk.com>

Sansürsüz <http://www.sansursuz.com>

Bütün bu geleneksel ya da portal haber siteleri içinde, İnternet’te en çok takip edilen ve klasik gazete formatından farklı bir tasarım ile sanal ortamda yer alan Milliyet gazetesi, 1996 yılından itibaren, İnternet üzerinden yayına başlar. Bu dönemde sadece gazeteden seçilen haberler fotoğrafsız, başlık spot olarak aktarılır. 1998’de gazete, son dakika haber olayına başlar. 2002 yılına gelindiğinde ise, sık sık haberleri güncelleyen bir yapıya kavuşur. 2003 yılında istatiksel olarak haberin okunma oranı saptandıktan sonra daha sık güncellemeye, haber değişimine gider. Haberin okunurluğunu ölçme üç saniye sürebiliyor. Zamanla haberin okunurluğu azalınca o haber değiştirilip yerine başka bir haber yerleştiriliyor.

Köşe yazıları, makaleler, haber bölümleri kullanıcı için en kolay şekilde dizayn edilmiş olan Milliyet İnternet gazetesinin, tüm içeriği okuyucuya ücretsiz ulaşmakta ve herhangi bir abonelik talep edilmemektedir.

Milliyet İnternet gazetesinin Web Editörü Yasemin Kaptanbaş’a göre, Milliyet.com.tr’nin diğer Web gazeteler karşısında öne çıkma nedeni, bu dinamizmi yakalamasıdır. Kaptanbaş: “Milliyet.com.tr, Türkiye’nin en çok okunan haber sitesidir. Ortalama günlük ziyaretçi sayısı 1 milyon 850 bini aşmış durumdadır. Günlük sayfa açılımı ise 50 milyonu geçmektedir. Okuyucularının yüzde elli sekizini erkekler oluşturuyor. Ortalama yaş ise otuz bir. Yüzde yetmiş üçü üniversite ve üstü eğitim almış. Siteye girenlerin büyük oranı (yüzde yetmişe yakın) bir günde birkaç kez siteyi ziyaret ediyor. Okuyucu, tembel, direk habere ulaşmak isteyen bir profil çiziyor. Bu nedenle haber sürekli yönlendirici linklerle destekleniyor.” bilgilerini vermektedir.

Gün içinde haber ajansları-ki genelde Türk haber ajansları- takip edilir. Haber dili açısından, ajanstan gelen haber üzerinde çok değişiklik yapılmadan verilmektedir. Liderlerin konuşma metinleri tam verilir. İnternet ortamında yer sorunu olmaması bunu kolaylaştırıyor.

Ama yine de ekrandan okuma daha yorucu olduğu için, çok uzun haber yazımı tercih edilmiyor. Sayfa yapısında resim ve görsellik daha çok ön plandadır. Okumaya uzak bir toplum olmamızda bunu destekleyen bir faktör olmaktadır.

Zamanla video haberler de habere eklenir. Milliyet İnternet gazetesinin bağı olduğu medya kolunun Kanal D, CNN Türk gibi kanallarından, haberlerin bu görüntüleri alınarak eklenir ve haberi görüntü ile okuma ortamı oluşur.

Milliyet'in kurumsal rengi kırmızıdır. Buna mavi-gri eklenmektedir. Dolayısıyla Milliyet.cm.tr'nin sayfa tasarımındaki renk kullanımı da buna göre devam etmiştir. Renk seçiminin daha çok deneme yanılma yolu ile yapıldığını ifade eden Kaptanbaş, “Örneğin; bir ara Milliyet sadece mavi ve yeşile yakın renk ağırlığını kullandı. Ama tekrar eski haline döndü.”

Tipografik olarak, font tasarımcının sunumuna ve okunabilirliğe göre ve klasik gazeteden bağımsız olarak belirlenir.

Klasik gazetelerin aynen İnternet gazetesi olarak kullanılması (Örneğin Cumhuriyet), kullanım ihtiyacına göre değişir. Onlarda güncelleme söz konusu olamamaktadır. Ama Milliyet gibi klasik gazeteden farklı olan gazeteler güncelleme olanağına sahiptirler. Yine Zaman Gazetesi'nin online sayfasında gerçekleştirdiğı bir yenilik de mümkün olabilmektedir. Hem klasik gazeteden bağımsız bir haber sunumu hem de klasik gazetenin sanal ortamda aynen sunumu gerçekleştirilmektedir.

Milliyet İnternet gazetesinin bir özelliğı de haberlerle ilgili okuyucu görüşlerinin dile getirilmesine imkan veren interaktif kanallara sahip olmasıdır. İnteraktif habercilik adına, üyeliğe göre haber hakkında yorum yapma imkanı sağlanıyor. Ama direk okuyucuya sayfayı hazırlama imkanı veren bir yapı söz konusu değildir.⁸³

⁸³ Yasemin Kaptanbaş, Kişisel Görüşme (Milliyet.com.tr Web Editörü), 10 Haziran 2008



Şekil 12: Milliyet İnternet Gazetesi

4. TEKNOLOJİK YENİLİKLERİN YAZILI BASINI ELEKTRONİKLEŞTİRMESİ

4.1. Yazılı Basın ve Elektronikleşmesi Üzerine

Yazılı basın, günümüzde iletişim alanında ulaşılan son teknolojik gelişmeler karşısında kendini yenileme ihtiyacı duymaktadır. Bu da eldeki verilerin gazeteye maksimum yararı sağlayacak şekilde düzenlenmesi ile mümkündür. Bu nedenle günümüz basını sadece yazılı olarak hizmet vermekle yetinmemekte, bunun yanında İnternet üzerinden okuyucusuna hizmet sunmaya da çalışmaktadır.

Lanchlan Murdoch, News Limited İcra Kurulu Başkanını (Avustralya), yaşanan teknolojik gelişmenin, yazılı basını tamamen işlevselleştiremeyeceğini belirtmektedir. “İnternetin ya da henüz keşfedilmemiş yeni medya türlerinin, günlük gazeteleri öldüreceğine inanmıyorum. Aksine yayınlarımızın ve işlerimizin geleceğini garantiye almak için, en son teknolojiyi, uzun zamandır yararlandığımız yaratıcı yeteneklerimizle birleştirebileceğimize inanıyorum.”⁸⁴

Çağdaş gazeteciliğin ortaya çıkışını sağlayan faktörlerden biri, gelişmiş eğitim ve ulaşım sistemlerinin doğuşuydu. Ama gazetecilik endüstrisindeki ilk büyük devrim, hızı arttırıp baskıyı kolaylaştıran rotatiflerin, kağıt rulolarının, katlama ve kesme makinelerinin bulunduğu 19. yüzyılda meydana geldi. Bu makineler sayesinde, elle yapılan basımdan çok daha fazla sayıda gazete üretilip dağıtılmaya başladı ve böylece gazeteler kitle iletişim aracı haline geldi. Kısa süre içinde, gazete sahipleri arasında rekabet doğdu ve bu rekabet sayesinde gazeteciliğin altın çağı başladı. 20. yüzyılın ilerleyen yıllarında bulunan radyo ve televizyon ise, halkın kalbini, aklını ve parasını kazanmaya yönelik rekabeti daha da arttırdı. Gazeteler, büyük zorluklarla kazandıkları “halkı bilgilendirme ve eğlendirme” rolünü kaybetmemek için yeni ve farklı rekabet yöntemleri bulmak zorunda kaldılar.⁸⁵

Murdoch, geline son teknolojik gelişmelere rağmen gazetenin ortadan kalkmayacağını yine de bir ihtiyaç olarak okuyucusu tarafından ilgi duyulacağına inandığını belirtmektedir. “Daha önce de söylediğim gibi ben gelecekte de haber ve eğlence

⁸⁴ Ersöz, s. 118

⁸⁵ Ersöz, s.119

tüketicilerine hizmet vereceğimize inanıyorum. İnternetin bizi yok edebileceğine inanmıyorum. Bunun bir nedeni de günümüzdeki ekran teknolojisinin ve tüketici alışkanlıklarının, gazeteleri ekrandan okumaya uygun olmaması. Ayrıca, internet ne kadar yararlı olursa olsun, bir gazete düzenine uygun değil. Bilgisayardaki haberlerin genişliği ve derinliği ancak bir tuşa basmakla elde edilebilecek kadardır. Yani bir editör tarafından yönlendirilip hazırlanan tam bir ürün değildir.”⁸⁶

İnternet ve yeni teknolojiler karşısında gazetelerin ayakta kalma girişimleri e-gazetelere dönüşme ile sonuçlanıyor. Rekabette ancak böyle bir eşitlik sağlanıyor da diyebiliriz.

Teknolojideki üç gelişme, editörlerin daha çekici ve renkli gazeteleri, daha çabuk olarak ve uygun bir fiyata üretebilmesini sağlamıştır: Bu gelişmelerden birincisi, soğuk dizgi ve ofset baskı işlemindeki gelişmelerdir ve bu gelişmeler üretim aşamasındaki zaman ve para tüketiminin önemli oranda azalmasını sağlamıştır. Eski sıcak metal dizgi işleminde, editörler, gazetenin baskıya bir an önce yetiştirilmesinde oldukça fazla zaman harcamaktaydı. Bugün ise editörler, “üretimdeki zulümden” oldukça kurtulmuşlar, daha iyi ve kaliteli haberler üretmek için daha fazla zamana sahip olmuşlardır.

Teknolojik gelişmelerden ikincisi, haberi bilgisayarda yazma ve video display terminal (VDT) üzerinde edit etmedir ki bu da haberin hazırlanmasındaki hızı arttırmış ve üretim maliyetini de azaltmıştır. Bu sistemle muhabirlerin ve editörlerin, gazete ana bilgisayarına doğrudan giriş yapmaları mümkün olduğu için, kendi içinde son derece önem taşımaktadır.

Bir gazeteci, haberini bir terminalde yazar; editör kendi terminalinde haberi kontrol eder ve sayfa düzenleyiciye aktarır. Sayfa düzenleyici, gazete sayfasını elektronik olarak oluşturarak haberi, fotoğrafları elektronik olarak sayfasına yerleştirir ve çıkış makinesine veya laser kalıp makinesine göndererek gazete sayfasının tam sayfa çıktısını alır. Bu teknolojiye geçilmeden önce, sıcak dizgi döneminde, linotype operatörleri haber ve yazıları tek tek dizerlerdi. Bu işlem giderleri arttırdığı gibi gazetenin zamanında basımında da gecikmelere neden olabilmekteydi.

⁸⁶ Ersöz, s.123

Teknolojideki gelişmelerin üçüncüsü, “pagination” denilen elektronik sayfa düzenleme sistemlerinin ortaya çıkmasıdır. Bu sistemde, gazetenin tüm sayfalarının VDT ekranı üzerinde –bilgisayardan yararlanılarak- elektronik olarak sayfa düzenlemesinin yapılmasını ifade etmektedir. Pagination sistemleri, oldukça pahalıdır ve teknik olarak kompleks bir yapıdadır. Bu yüzden yavaş yaygınlaşmışlardır. Fakat pagination sistemi ile üretimdeki bir çok aşamanın ortadan kalması sağlandığı gibi, zaman ve parasal yönden de büyük kazanç sağlama imkanı yaratılmıştır.

1970’li yıllar, front-end sistemlerinin etkinlik kazandığı dönemdir. Front-end sistemi, yaratım, depolama ve metnin manipülasyonunun bilgisayar tarafından yönetildiği bir sistemi anlatmaktadır. Bu tip sistemler, optik karakter okuyucuları (OCR) ya da video terminalleri kullanarak materyalin bilgisayara giriş-çıkış trafiğini düzenleme ve metni edit etme işlemlerini sağlamışlardır. 1970’lerde ikinci, üçüncü kuşak dizgi sistemleri geliştirilmiştir. Üçüncü kuşak dizgi sistemleri bir sütunun, bir dakikada dizgiye girmesini sağlamıştır.

Tasarımcı için bu dönemde metnin denetiminde olduğu kadar, dizgi konusunda esneklik sağlayacak kapılar açılmıştır. Muhabir ve editörlerin daktilo kullanmaları ortadan kalkmış; editör, yaratımdan çıktı alınmasına kadar olan süreçte metnin tam denetimini sağlamıştır. Artık editör, terminalinin başında bir haber çağırarak dizgi emirleri vererek metni düzenleyebilme olanaklarına sahip olmuştur.

Pagination sistemleri basın sektörüne 1980’lerde girmeye başlamıştır. Pagination sistemi bir sayfanın elektronik olarak düzenlenmesi, yazıların, fotoğrafların ve illüstrasyonların elektronik olarak bilgisayar ekranında hazırlanarak çıktı makinesinden tam sayfa çıktısının alınmasını sağlayan sisteme verilen isimdir. Bu sistem sayesinde pikaj ve montaj işlemleri ortadan kalmakta; bu işlemler elektronik olarak bilgisayarda yapılmaktadır. Sayfa tasarımcısı, artık bir ressam çalışmakta, sayfanın tamamını elektronik olarak düzenleyebilmektedir.⁸⁷

⁸⁷ Vural, Gürcan, s.3-5

Tüm bunlarla birlikte çağdaş teknolojinin önemini ve sağladığı üstünlükleri şöyle sıralayabiliriz:⁸⁸

1. Güvenlik: Bir gazetede haber akışı içinde mutlak güvenliğin sağlanması şarttır. Dış haberlerle ilgili muhabirin üzerinde çalıştığı bir konunun diğer muhabirler tarafından bilinmemesi gerekebilir. Veya bir polis muhabirinin kesin sonuç alınca kadar yaptığı çalışmanın gizli kalması istenebilir. Oysa daktilo makinesinde takılı bir kağıt üzerinde yazılı olanları oradan geçen herkes okuyabilir veya o kağıtlar bir başkasının masasının üstünde bekletilirken dikkat çekebilir.

İşte bilgisayarlı sistemlerde bu mümkün değildir. Yani her muhabir kendi terminalinde yazdığından sorumludur. Terminalinin başından ayrılırken bir düğmeye basarak ekranındaki görüntüyü kaybedebilir. Her terminalin ayrı bir güvenlik kodu olduğundan kimse bir başkasını terminaline giremez. Böylece tam bir gizlilik sağlanmış olur.

2. Bilgi Kaynağı: Muhabirlerin ve ya yazarların konularını işlerken daima ek bilgilere ihtiyaçları vardır. Bu bilgiler arşivlerden ya da diğer kişilerden elde edilebilir. İşte bilgisayarlı sistemlerde, bütün bu bilgi araştırmaları veya bilgi alışverişleri terminaller arasında gerçekleşebilir. Yani, hangi terminallerin iletişim halinde olabileceğine, gazetenin üst yönetimi karar verir ve o muhabirler, birbirlerinin güvenlik kodlarını bilmeleri nedeniyle, terminallere giriş yapar ve bilgiyi kendi ekranlarına çağırabilirler. Ayrıca elektronik arşivden yararlanarak gerekli araştırma anında yapılabilir.

3. İş Akışı: Bir gazetede koordinasyon çok önemlidir. Muhabirlerin birbirleri ile iletişimleri, yazı işleri müdürlerinin denetimi, yapacakları değişiklikler ve sayfa sekreterlerinin çalışmaları tam bir uyum içinde olmazsa, gazete içinde karmaşa doğar ve yanlışlıklar meydana gelir. İşte bilgisayar sisteminde, bu iş akışı en çabuk, en kolay ve en temiz bir şekilde gerçekleşir. Çabuktur; çünkü bu iletişim, terminaller arasındadır. Kolaydır; çünkü sadece birkaç düğmeye basarak sonuca ulaşılır. Temizdir; elden ele dolaşan kağıt parçacıkları, ele bulaşan mürekkepler yoktur.

⁸⁸ Vural, Gürcan, s.11-14

4. Denetim Kolaylığı: Gazetelerde baştan sona kadar üretimin kontrol altında tutulması en başta gelen koşuldur. Saate karşı bir koşunun sürdüğü gazetede sorumlu yazı işleri müdürü, genel yayın yönetmeni veya teknik müdür, tek tek veya koordinasyon içinde olayı adım adım izlemek zorundadırlar. Çünkü baskının zamanında başlaması hiçbir şekilde engellenemez.

İşte bilgisayar sisteminde, haber kaynakları, güvenlik, gizlilik, sayfa mizanpajı, arşiv, son dakika haberlerinin sayfaya girmesi ve baskıya geçiş en sağlıklı şekliyle sağlanabilir. Çünkü sayfa hazırlanmış olsa bile bilgisayarın hafızasında bekletilmektedir. İstendiği anda tekrar ekrana çağrılıp, gereken değişiklikler yapıldıktan sonra film çıkış makinesine gönderilebilir.

5. Zaman: Gazete demek, zaman demektir. İşlem süresini kısaltmak, haber araştırma süresini arttırmaktır. Daktiloda haber yazarken yanlış yapıp yeni kağıt takmak, arşivden bir bilgiyi bulmak için eski gazete sayfalarını çevirmek, sayfa mizanpajını gelen haberlere göre yenilemek, tümü zaman kaybettiren faktörlerdir. İşte bilgisayar sistemleri, işlem hızı, ekranda yapılan grafik çalışmaları, iş akışındaki doğruluk sonuçta bize sürat kazandırır. Gelişen teknolojiye yararlanarak şehirlerarası, ülkeler arası iletişimi de gerçekleştirmek mümkündür.

Terminaller arası bilgi alışverişi sadece aynı bina içinde değil, şehirden şehre de yapılabilir. İstanbul'da hazırlanan sayfa bir dakikada Adana'ya transfer edilir. Amerika'daki veya Japonya'daki olayın fotoğrafları en geç on beş dakika sonra İstanbul'daki ekranda görülebilir. Ve bu fotoğrafların aralarından istenilenler seçilebilir.

6. Personel: Bilgisayarlı sistemlerin kullanıldığı gazetelerde personel sayısında da azalma vardır. Buna karşı çalışanlar daha eğitimli insanlardır.

7. Kalite: Elektronik tabanlı ve bilgisayar kontrollü sistemlerin basın sektöründe yer almasıyla birlikte, üretimde sadece hız bakımından değil, kalite bakımından da büyük aşamalar kaydedilmiştir. Özellikle renkli resimlerde elektronik renk ayırım makinelerinden ve Apple Macintosh bilgisayarlardan çok kaliteli sonuçlar alınmaktadır.

Film dizgi makineleri sadece metin dizgisi yapmakla kalmamakta; aynı zamanda siyah-beyaz veya renkli resim çıkışları da verilmektedir. Santimetre başına düşen nokta değerleri 3500'lere kadar tram değerlerini arttırmaktadır. En büyük puntolarda bile harf kalitesinde herhangi bir kayıp söz konusu olmamaktadır. İşte bilgisayar sistemlerinin kaliteye katkısına bunlar sadece birkaç örnektir.

8. Ergonomi: Bu sözcük, elektronik cihazlarla donatılmış bilgisayarlı çalışma ortamının, insan sağlığı için en uygun ve rahat çevre koşullarında gerçekleşmesini ifade etmektedir. Yani tozdan ve dumandan arınmış bir odada, normal suhunet ve nem oranında, rahatça oturulan bir iskemlede çalışabilme kolaylığı sağlanabilmelidir.

9. Ekonomi: Bilgisayarlı sistemlerin düşük maliyetli olduğu söylenemez. İlk yatırımlarda maliyet yüksektir fakat uzun vadede sonuç ekonomik olarak nitelendirilebilir. Çünkü sistemler gelecekteki yeniliklere açıktır.

4.2. Bilgisayar

Bilgisayarlar aldığı komutlarla birlikte yüklenen bilgileri işleyerek problem çözen otomatik elektronik aygıttır. Bilimin düzenlenmesi, işlenmesi, iletilmesi gerektiğinde bilgiye yeniden ulaşılması ve kullanılması bilgisayar sayesinde gerçekleşip, bilgisayarda çok kolay ve hızlı biçimde, büyük miktardaki bilgiye erişmek kolaydır. Bu gibi birçok alanda hayatımızda büyük kolaylıklar sağlayan elektronik araçlardır.

Bilgisayarlar çok farklı biçimlerde karşımıza çıkabilirler. 20. yüzyılın ortalarındaki ilk bilgisayarlar büyük bir oda büyüklüğünde olup, günümüz bilgisayarlarından yüzlerce kat daha fazla enerji tüketiyorlardı. 21. yüzyılın başına varıldığında ise bilgisayarlar bir kol saatine sığacak ve küçük bir pil ile çalışacak duruma geldiler. Toplumumuz kişisel bilgisayarı ve onun taşınabilir eş değeri, dizüstü bilgisayarını, bilgi çağının simgeleri olarak tanıdılar ve bilgisayar kavramı ile özdeşleştirdiler. Günümüzde çok yaygın kullanılıyorlar.⁸⁹

Gazeteler 1970'li yılların başlarına kadar mekanik olarak çalışan basım sistemleriyle hazırlanmaktayken, bu tarihten sonra elektronik ve bilgisayarlı sistemler kullanılmaya başlanmıştır. Bu yeni teknolojiye geçiş çok hızlı olmuştur. 1973 yılında henüz

⁸⁹ <http://tr.wikipedia.org/wiki/Bilgisayar> (15 Haziran 2008)

hiç bilgisayarlı basım sistemi yokken sadece beş yıl içinde basın teknolojisinde bilgisayar kullanılmaya başlanmıştır. Bu editörlerin, basım işlemi içerisindeki sorumluluklarını arttırmış ve ürün üzerinde işlem yapma şanslarını geliştirmiştir. Yazım ve düzeltme kolaylığı şekil veya yazıyı hareket ettirme, kesme, yapıştırma, silme gibi özelliklerden dolayı bilgisayarın basım sürecinde kullanımı oldukça artmıştır. Dizüstü bilgisayarların ortaya çıkmasıyla bilgisayarlar taşınabilir hale gelmişlerdir. Bu yeni olanakları da beraberinde getirmiştir. Örnek vermek gerekirse eskiden bir olayı izleyen muhabirler, mahkemede not tutarlardı, sonra telefonla notları gazeteye iletirler, daha sonra da iletilen bu notlardan haber yazılırdı. Artık mahkeme sırasında muhabir taşınabilir bilgisayarlarıyla haberi yazabilmektedir. Evde, işte, okulda, sokakta herhangi bir zamanda hiç beklenmedik olarak ortaya çıkan olayların haber olarak değerlendirilmesi olanağı bu şekilde artmıştır.⁹⁰

İkinci Dünya Savaşı sırasında bilgisayar sözcüğünün Oxford İngilizce sözlükte anlamının; “hesap yapan insan; hesap makinesi; bir gözlemde, ankette vs. hesap yapmak için istihdam edilen insan” olarak yer aldığı; elektronik bilgisayarların da bilgisayar görevini gören insan ile büro memurlarının görevini birleştirdiği söylenebilir. Ancak bilgisayarların insanların vazgeçilmezleri haline gelmesi ve sözlüklerdeki tanımlarının değişmesi 1970’lerden sonra olur. 1970’li yılların ortalarında, bilgisayar teknolojisi sektör olarak otomobil ve petrolle birlikte, dünyanın en önemli endüstrilerinden birisi konumundadır. O dönemlerde A.B.D.’de üretilen her yüz yirmi doların bir doları bilgisayar sektöründen gelmektedir. Bilgisayar gelişimi ve iletişim sektörüne girişi ile bilişim kavramını ortaya çıkartmıştır. IBM, PC, Macintosh, markaları bilgisayar sektöründeki gelişimleri ve dünya ekonomisindeki büyümeleri ile bilişim⁹¹ kavramının ortaya çıkmasına neden olmuşlardır. Bilgi paylaşımı bilgisayarlara ayrı bir değer yüklerken, insanlar arasındaki sosyal iletişimin de bilgisayar kavramıyla bütünleşmesi ile birlikte, ekonomi, ticaret, bilim v.b. alanların yanı sıra sosyal hayatta insanoğlu bilgisayara bağımlı bir hale gelmiştir. Bilgisayarlar zamanla çalışma alanlarından çıkarak evlere girmiştir. Bilgisayarın getirdiği iletişim boyutu birçok çalışan için iş yerine gitme zorunluluğunu da ortadan kaldırmıştır. Bina ve ulaşım masraflarından kaçınmak için çalışanların evlerine bilgisayarlar konulmuştur.⁹²

⁹⁰ Frederick Williams, **Technology and Communication Behavior**, Wadsworth Pub. Co.: 1987, s.136

⁹¹ İnsan bilgisinin teknik, ekonomik ve sosyal alanlardaki iletişimin otomatik makinelerde akılcı olarak işlenmesini konu alan bilim. (Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi Cilt 4 s:1645)

⁹² Yasemin Giritli İnceoğlu, **Uluslararası Medya**, 1.Basım, İstanbul: Beta Basım ve Yayım, 2000, s.131

Bilgisayar teknolojilerinin artan performansı ve iletişim teknolojileri ile bütünleşmesi, iletişim sistemlerindeki bilgi ve kontrol dağılımını kolaylaştırmıştır. Sistemler giderek daha çok software tanımlı ve yönlendirmeli olmaktadır. Bu gelişme, geleceğin iletişim teknolojilerinin ve sistemlerinin daha esnek ve çok yönlü olmasını sağlayacaktır. Telekomünikasyon şebekesine bilginin, zekanın (intelligent) girmesi, öncelikle sayısal işleme ile olmuştur. İlk bilgisayar kontrollu anahtarlama (switching) sistemleri, 30 yıl önce kurulmuştur. 1970’lerde entegre devre teknolojisindeki ilerlemeler başladığında da, telekomünikasyon hizmeti veren firmalar tamamen sayısal anahtarlama (digital switching) geçmişlerdir. Bugün, ABD’deki AT&T’nin tüm anahtarlamalarının yüzde doksan sekizi sayısalıdır. Daha güçlü mikro işlemciler, daha süratli bilgi işlem ve daha geniş belleklerin gelişmesi ile birlikte; bilgiyi, zekayı yalnızca ana santrallerdeki anahtarlara değil, şebeke içindeki düğümlere (node) yerleştirmek de mümkün olacaktır. Bu “akıllı” (intelligent) düğümler, diğer şebekelerin yanında birbirleriyle de aynı anda iletişim kurabildikleri için, bu tür bir yapıya sahip olan iletişim sistemleri daha esnek olmakta, şebekedeki sorunlara ve kullanıcıların taleplerindeki değişimlere çabuk cevap verebilmektedir. Bu özelliği ile de akıllı şebekeler, şebeke kapasitesini en iyi şekilde kullanmakta ve daha geniş bir sistem ve hizmet güvencesi vermektedir.⁹³

Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler sayesinde gazete ve dergilerin önünde pek çok yeni imkanlar açılmış ve bunun sonucu olarak da dünyada ve Türkiye’de gazeteler bilgisayar teknolojisi üretilmeye başlanmıştır.

Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler haber ajanslarının günlük haber geçme oranlarını da önemli ölçüde arttırmıştır.⁹⁴

Aynı zamanda bilgisayarların kullanımıyla gazetelerin haber kaynaklarını denetlemeleri de kolaylaşmaktadır. Bilgisayar destekli gazetecilik sayesinde muhabirler

⁹³ Özçağlayan, s.98

⁹⁴ Yasemin Giritli İnceoğlu, **ABD’nin En Büyük Haber Ajansları: AP ve UPI**, Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 2, (Nisan, 1993), s.115

haberlerini zenginleştirecek resim, görüntü, teknik bilgi, tarihsel açıklama gibi tamamlayıcı bilgilere daha rahat ulaşabilmektedir.⁹⁵

4.2.1.Bilgisayar Destekli Gazeteciliğin Sağlayacağı Teknik Kolaylıklar

a)Bilgisayar destekli gazetecilik haberin toplanması, ayrıntılandırılmasında zamanın etkin kullanımını sağlayacaktır.

b)Haber personelinin kullanımı ve çalışması daha rasyonel ve verimli hale gelecek ve daha kısa sürede daha rahat biçimde ve ortamda bilgiler edinebileceği için personelin gereksiz gücü ve verim kaybı önlenecektir.

c)Haber kaynakları çoğalacağı için haberlerin sürekliliği ve düzenli akışı sağlanacaktır. Haberin elde edilmesinde kolaylık sağlanması açısından da haberin elde edememekten doğan sıkıntılar ve gerginlikler azalacaktır.⁹⁶

4.3. İnternet

Bilimsel kaynaklara göre; 1969 yılında çeşitli bilgisayar ve askeri araştırma projelerini desteklemek ve Savunma Bakanlığı'nın ARPANET⁹⁷ adında paket anahtarlamalı bir ağ tasarlamaya başlamasıyla, ABD'deki üniversite ve çeşitli araştırma kuruluşları, değişik tipteki bilgisayarları birbirine bağlamaya başlamıştır. Böyle bir zeminde başlayan İnternet, üniversitelerde akademisyenlerin çalışmalarıyla büyüyerek İnternet oluşmuştur. Bugünkü İnternet, pek çok farklı tasarıma sahip, birbirinden bağımsız açık mîmârîli ağ adı verilen bir kavrama dayanır.⁹⁸

İnsanoğlunun bilgisayara bağımlılığı, bilgisayar teknolojisinin kendi içerisinde bir devrim olarak nitelendirilen “**İnternet**” in ortaya çıkması ile oluşmuştur. Zamanla İnternet iletişim için gereksinim halini almış ve hayatlarının çok önemli bir parçası haline gelmiştir. Donna Hoffman İnternet'in önemini şu sözleri ile ifade etmektedir: “Asıl dönüşümün,

⁹⁵ Mahmut Oktay, **Bilgisayar Destekli Gazeteciliğin Klasik Haber Anlayışında Yaratacağı Değişiklikler**, Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 5, (Ocak, 1994), s.74

⁹⁶ Akyazı, s.80

⁹⁷ ARPA: (Advanced Research Projects Agency) Amerika Savunma Bakanlığına bağlı İleri Araştırma Projeleri Dairesi. Amacı Teknoloji kurumları ve üniversiteler ile bilgi alışverişi yaparak Amerikan savunma sanayiine faydalı ileri teknolojiler üretmektir.

⁹⁸ Yıldırım, Kaplan, Çakmak, Üstün, s.21

yeniliğin adı, tek kelime ile İnternet'tir. İnternet bilgisayarlar arasında birbirine bağlı, bilgi akışını sağlayan elektronik ağların oluşturduğu ortam. Artık İnternet insanların iş yapma biçimlerinden, eğlence alışkanlıklarına kadar birçok şeyi değiştiriyor ve bu devrim daha çok şeyi de değiştirecek”⁹⁹

İnternet dünya üzerinde yaklaşık 30 milyon bilgisayarı birbirine bağlayan, günde yaklaşık 280 milyon kişinin kullandığı, hızla büyüyen dünya şebekelerine verilen isimdir. Belli bir merkezi, sahibi ve yeri bulunmayan, küçük ev bilgisayarlarından süper bilgisayarlara kadar milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan bu şebekedeki tüm bilgisayarların ortak yanı, İnternet bağlantısıyla birbirleriyle haberleşebilmeleridir. Telefon hatları ya da fiberoptik kablolar aracılığıyla sağlanan bu haberleşme sistemi sayesinde, bilgisayarın tuşlarına dokunarak dünyanın farklı yerlerindeki kütüphanelere, müzelere, veri bankalarına, müzik ve sinema arşivlerine ulaşmak mümkün olmaktadır. İnternet içindeki elektronik posta (e-mail) sistemi sayesinde de, dünyanın herhangi bir yerindeki kişilerle telefon kadar hızlı, postadan ucuz haberleşme mümkün olmaktadır.¹⁰⁰

Bilgisayar teknolojisi, İnternet ile beraber multimedya kavramını da beraberinde getirdi. Bilgi iletişiminin bilgisayarlardan da yararlanarak, en etkin şekilde yapılmasını amaçlayan multimedya; video, bilgisayar grafiği, yazılar, ses, müzik gibi birden fazla iletişim aracının bilgisayar ekranında uyum içinde birleştirilerek, insanın duyu organları tarafından tek bir araç olarak algılanmasını sağlayabilecek hale getirilmesidir. “Multimedya, metin ve grafik özelliklerinin; ses, animasyon, görüntünün, bilgisayar ortamında, tüm bu öğelerin görsel olarak zevkli ve kolayca anlaşılıp uygulanabilir bir formata sokulmasıdır.”¹⁰¹

2005 değerlerine göre dünya nüfusu 6.420.102.722'dir. Bu nüfusun 972.828.001'i İnternet kullanıcısı durumundadır.¹⁰² İnternet'in büyük bir kullanıcı kitlesi var ve mesajlaşma yolu ile Bosna katliamından Körfez Savaşı'na, Yağmur Ormanları'ndan Ozon Tabakası'na, Adem ile Havva'dan Uzay Yolu dizisine kadar her türlü konu yüzlerce kişi tarafından

73 Donna L. Hoffman “ **Revolution Will Not Be Televised** ”, London: Journal of Marketing Science, 2000 No.1 Vol 19 P; 3

¹⁰⁰ Özçağlayan, s.91

¹⁰¹ Güliz Uluç, **Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı Olanaklar-Sorunlar-Tartışmalar**, 1. Basım, İstanbul,: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2003, s.18.

¹⁰² <http://www.e-zbanner.com/bannerbizz/index.php?servercall=news&Itemid=2&topid=8&articleid=104> (20 Mayıs 2008)

tartışılıyor. Hızlı, kolay ve güvenilir bir elektronik postalama sistemi, İnternet ile hayata tam olarak geçirildiğinden, mektup, zarf, kalem, kağıttan çok daha çağdaş bir yöntem olarak kullanıcılara sunuluyor.¹⁰³

4.3.1. İnternet Ortamının Sunduğu Olanaklar

İnternet’te Haber: İnternet’te servis sağlayıcıları başta olmak üzere değişik haber sitelerine spor, hava durumu, ekonomi ve siyasi alandaki iç ve dış haberlere erişim sağlanabilir.

İnternet’te Alış-Veriş: Zahmetsizce alış-veriş yapmak mümkündür. Monitörlerin başında oturarak dilenen üniteyi ya da hizmetleri kredi kartı ile satın alabilmek mümkündür.

Bilgiye Erişim: İnternet’te birçok bilgi kaynağı vardır. Bu bilgi kaynaklarına Web ortamında adres rehberleri kullanarak elde edebilmek adreslere ulaşmak mümkün olduğu gibi Usenet gibi seçeneklerde kullanılabilir.

Mesaj İletişimi: E-posta, internet bağlantı maliyeti göz ardı edildiğinde, bedava bir iletişim imkânıdır. E-posta mesajları gönderildiğinde alıcıya anında ulaşır. Bu mesajlarda video görüntüsü, ses, birçok dosya ya da programları iletme mümkündür.¹⁰⁴

4.4. Elektronik Gazetecilik (E-Gazetecilik)

Bütün bu bilgilerin ışığında, geleneksel gazetecilik anlayışının teknolojik yeniliklerle dönüşümü sonucu ulaşılan kavram elektronik gazetecilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Görselliğin ön plana çıktığı bu ortamda, gazeteler de en hızlı, en ilgi çekici ve en az maliyetle okuyucularına ulaşma imkânını elektronikleşerek sağlayabilmektedir.

Gazetelerin “elektronik gazete”ye dönüştürülmesi için gösterilen çabaların altında haberlerin depolanması, arşivlenmesi, bu arşivlenme olanağından yararlanılarak tekrar kullanıma sokulabilmesi; haber toplama, gönderme, işleme (dizgi ve sayfa düzenleme gibi) aşamalarının hızlandırılması, baskıya daha geç saatlerde girilerek en son gelişmelere ilişkin

¹⁰³ Uluç, s.22

¹⁰⁴ PC Life, Eylül 2000, Sayı:6, s.204

haberleri okura verebilme olanağının elde edilmesi gibi amaçlar yatmaktadır. Dolayısıyla “elektronik gazete” uygulaması haber toplamadan işlemeye, baskıdan dağıtıma kadar gazetenin tüm üretim aşamalarında yeni medya teknolojilerinin üretim hızını ve verimliliğini artırmanın yanı sıra, elde edilecek bu yetenekle gerek işletme girdilerinde gerekse çalıştırılan personel sayısında tasarruf sağlamayı hedeflemektedir.

Temelde aynı olmakla birlikte farklı sayılabilecek ikincil amaçları da içeren elektronik gazete uygulamalarına yönelik ilk denemeler ABD ve Japonya’da gerçekleştirilmiştir. Türk yazılı basınında ilk ‘elektronik gazete’ uygulaması 1981 yılında Yeni Asır Gazetesi tarafından başlatılmıştır.¹⁰⁵

Elektronik gazete uygulamasına öncelikle muhabirlerin masalarına haberlerini yazabilecekleri masaüstü kişisel bilgisayarların konmasıyla başlanmış, ancak daha sonra muhabirler için “elektronik” bir daktilo makinesinden öteye geçemeyen bu bilgisayarların yerini, bir iletinin en etkili şekilde tasarlanarak alıcıya ulaştırılması anlamında sayfa düzenleme çalışmalarının da yapılabildiği, işlem kapasitesi ve hızı çok daha yüksek olanları, yeni ve yaratıcı grafik uygulamalarının gerektirdiği özellikteki yazılımlarla güçlendirilerek devreye sokulmuştur. Bu gelişmenin ardından, sayfa renklendirme ve fotoğrafların sayısal renk ayrımlarını elde edebilmek için bilgisayarlarla uyumlu olarak çalışan görüntü tarayıcılar (scanner), sayfaların film çıkışlarının alınabileceği makineler elektronik gazete sistemine dahil edilmiştir. Bu ortamı desteklemek amacıyla sayısal sıkıştırma teknolojilerinden yararlanılarak arşivleme ve depolama birimleri kurulmuş; gazetelerin gerek iç gerekse dış dünyayla veri alışverişini sağlamak amacıyla telekomünikasyon hatları kiralanmıştır.¹⁰⁶

Bütün bu teknolojik gelişmelere internet kavramının eklenmesi elektronik gazeteciliği daha hızlı ve daha kolay bilgi sağlayan bir noktaya taşımıştır. İnternet gazeteciliği olarak da adlandırabileceğimiz bu durum, gazetenin var olma savaşının bir sonucudur.

Ne zaman yeni bir haber aracı ya da iletişim teknolojisi piyasaya çıksa, genellikle mevcut araç ve teknolojinin yakında yok olacağına ilişkin tahminler ortaya atılır. 1940’larda radyolar, 1960’larda televizyonlar, 1980’lerde kişisel bilgisayarlar ve 1990’larda hiç de

¹⁰⁵ Törenli, s.206

¹⁰⁶ Törenli, s.207

sürpriz sayılmayacak biçimde İnternet ve World Wide Web (Dünya çapında ağ) ortaya çıktığında da böyle olmuştu. Dijital çağ adeta ışık hızıyla ilerliyor ve düşünmek için bir anlığına da olsa durmak bile risk taşıyor. Bu nedenle, dünyanın her yerindeki üst düzey medya yöneticileri gelecek yıllarda haber ve bilgileri nasıl iletip gazetelerini nasıl ayakta tutabileceklerini belirleyebilmek için gece gündüz çalışıyorlar, alacakları kararların şirketlerinin kaderini değiştireceğini çok iyi biliyorlar.¹⁰⁷

Benjamin Compaine (Penn State Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dekanı- ABD), gazeteleri “Gerilemesi devam edecek vadesi dolmamış ürün” olarak tanımlamaktadır. Editörleri, yayınlarının kâr etmesine aldanmamaları konusunda uyarmaktadır. Çözüm olarak da, İnterneti göstermektedir Compaine’e göre İnternet; kağıt, matbaa, dağıtım döngüsünden kurtulmanın teknolojik ve ekonomik yoludur. Ayrıca gazeteler İnternet’in altyapısını teşkil etmekte, her ikisi de birbirlerine kaynak oluşturmaktadır. İnternet gazeteler için bir ölüm fermanı mıdır? Dünyaca ünlü reklamcı Jacques Séguela’nın bu soruya yanıtı:” Hayır. Gates, Gutenberg’i öldürmeyecektir. Ama eğer Gutenberg onunla ortaklık kurmayı reddetmezse.”¹⁰⁸

İnternet haberciliği kavramı İnternet’in kullanım oranlarının artması ile ortaya çıkmıştır. Kullanım alanı artan İnternet, yüz yüze iletişimden uzaklaşarak, zamanla bir kitlesel iletişim aracı haline dönüşmüştür. Habercilik kavramında esas olan, “haber değeri taşıyan konunun, kitlelere duyurulmasıdır”. İnternet bu gereksinimi, gerek hızı, gerek erişim kolaylığı, gerekse yaygınlığı bakımından habercilik ögesi için neredeyse kusursuz bir platform haline gelerek karşılamıştır. İnternet haberciliği, geleneksel habercilik (tv, radyo, dergi haberciliği v.s) çeşitlerinden en çok gazete haberciliğine yakındır. Bu sebeple İnternet haberciliği, İnternet gazeteciliği olarak adlandırılmıştır .

İnternetin meslek üzerindeki etkilerini ve gazetecilerin İnternet’e yönelik yaklaşımlarını ortaya koymayı hedefleyen çalışmalar göstermektedir ki, ilk yıllarda gazeteciler İnternet’i bir haberin geçmişini öğrenmek, elektronik posta alıp-vermek, makale araştırması yapmak ve iletişim bilgileri bulmak amacıyla kullanırken; bunlara zamanla yeni haberler için fikir edinmek, okurlar ve meslektaşlar ile eş zamanlı sohbetler yapmak ve

¹⁰⁷ Ersöz, s.161

¹⁰⁸ Ersöz, s.162-163

tartışma listelerini takip etmek eklenmiştir. İnternet, haber odalarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.¹⁰⁹

Gazeteler, İnternet'in ortaya çıkışı ile ilk defa kendine has stili dışında bir stile dönüşmüştür. Bilgisayarın teknolojik gelişimin bir sonucu olan İnternet, insanların bilgisayar kullanarak haberleşmesinin yanı sıra, onlara 'çeşitli bilgi ve haberleri aktarmak, olayları habere dönüştürmek' gibi klasik gazetelere ait tanımları da bünyesine katmıştır. Bunun sonucu olarak, Elektronik Yayıncılık, İnternet Gazeteciliği ya da diğer bir adıyla Sanal Gazetecilik olan yeni bir yayın platformu ortaya çıkmıştır.

İnternet gazetesi, genellikle standart gazetenin, İnternet ortamının özellikleri ile yeniden şekillendirilerek oluşturulması ile ortaya çıkmıştır. Gazeteler de, basım teknolojisinin ilerlemesi ile paralel bir gelişim süreci geçirmiş, bilgisayar teknolojisinin gelişmesi ile birlikte bu yeni endüstriden faydalanma yoluna gitmiş ve kısa sürede İnternet ortamında yer almaya başlamışlardır. Gazetecilik kavramı, İnternet ortamına taşınması ile birçok yeni özellik kazanmış ancak gazeteyi oluşturan temel niteliklerinden uzaklaşmamıştır. Standart bir gazetede olduğu gibi sayfa dizaynı, mizanpaj, fotoğraf gibi öğeler İnternet gazetesinin de temel nitelikleri haline gelmiştir. Bugün geleneksel gazetelerin hemen hepsi geleneksel niteliklerini koruyarak, bilinen basımlarının haricinde, İnternet'te de varlık göstermeye başlamışlardır. Fakat İnternet gazeteleri günümüzdeki şekillerini almadan önce bir takım değişimlere uğramışlardır. İnternet gazeteciliği uzun bir zaman geleneksel gazetecilikten farklı bir platform aracı olarak düşünülmemiştir.

İlk İnternet gazeteleri, ya geleneksel bir gazetenin İnternet ortamına aynı şekli ile geçirilmesi sonucu ya da geleneksel gazetelerde derlenen haberlerin ve farklı yorumların İnternet'e aktarılmasıyla ortaya çıkmıştır. Haberin ya da yorumun hedef kitlede oluşturduğu etkiyi ölçme imkânı da sağlayabilen İnternet gazeteleri, bu özellikleri çok geç fark etmişlerdir. Daha sonra gazeteciler, haberleri ve içeriklerini özgün bir şekilde İnternet gazetesi için hazırlamaya başlamışlardır.

¹⁰⁹ Nejla Ataman, **Gazetecilik ve İnternet**, Öneri (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi), Sayı: 24, (Haziran 2005), s.295

İnternet gazetelerinde, zaman sınırlaması olmadığı için, haberler güncellenebilmektedir. Bu güncelleme işlemi, İnternet haberlerine yeni bir boyut katmıştır. Haberin dili ve uzunluğu güncelleme olgusunun haberciliğe girmesi ile değişmiştir. Önceleri herhangi bir haber ile ilgili ortalama yarım sayfa bir açıklama yapılırken, daha sonra bu durumun yerini kısa ve öz içerikli açıklamalar almıştır.

Geleneksel gazetelerde, tek bir metin bloğundan oluşan haber yerine, İnternet gazeteciliğinde, haberin çoklu ortam öğeleriyle de desteklenerek, aynı haberin birkaç bölüm halinde, kısa, anlam yüklü ve aydınlatıcı cümlelerle okura sunulması önemlidir. Bu, okurun dağılan dikkatini yakalayabilecek haber sunum mantığı için, bir başlangıçtır. Çünkü gündem sürekli değişmekte haberler hızlı bir şekilde eskimektedir. Böylelikle haberlerin kısa tutulması ve hızlı bir biçimde yenilenmesi gereği ortaya çıkmıştır.

İnternetin sağladığı hız ve erişim imkanları ve uygulama kolaylıkları günümüzün haberciliğinde her an taze haber ya da eş zamanlı habercilik kavramlarını da beraberinde getirmiştir. Nevzat Basım, hazır olan bir metnin, internet üzerinden okuyucuya erişebilir hale gelme süresinin dört dakika olduğunu söylemektedir.¹¹⁰

4.4.1. Elektronik Gazetecilikte İnteraktif Yayıncılık

İnternet'in getirdiği interaktif yayıncılık kavramı ilk zamanlarda bu işle uğraşan insanların dikkatini çekmemiştir. İnteraktif yayıncılık kavramı, interaktif tasarım kavramını da beraberinde getirmiştir. “İnteraktif tasarım, kullanıcının müdahalesi ile belli bir bilgiye erişme ya da belli bir mekanizmayı harekete geçirmeyi sağlayan aracın tasarımıdır”.¹¹¹

İnteraktif medya tasarımının diğerlerinden ayıran en temel özelliği, doğrusal olmayan bir yapısı olmasına karşın, bu tür tasarımlar temelde tüm diğer sanat ve tasarım ürünlerinde olduğu gibi belirli bir düzeyde estetik boyutta görsel ve işitsel bir kompozisyona sahip olmasıdır. Dolayısıyla bir interaktif medya tasarımında tüm diğer sanat türlerinden bir

¹¹⁰ Ataman, s. 299

¹¹¹ Oğuzhan Özcan, **İnteraktif Medya Tasarımında Temel Adımlar**, 1.Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2003, s.16

şeyler bulmak mümkündür. Görüntü unsuru olduğu için fotografik, görsel bir anlatım dili taşıdığı için illüstratif, işitsel boyutu olduğu için müziksel, iletişim unsuru olduğu için tipografik temellerin bir interaktif üründe bulunması çok doğaldır.¹¹²

İnternet gazeteciliği direk bir etkileşim sağlayarak okuyucuya yorumlama imkanı sağlamıştır. Örneğin milliyet.com.tr’de yayınlanan haberlere okuyucunun yorum katma, ya da bir oylamaya katılıp habere bire bir ortak olma durumu söz konusudur. İşte gelişen teknolojik imkanlar haber boyutunu etkileşimli bir iletişim ve yayıncılık boyutuna taşımıştır.

Sonuç olarak İnternet gazetesi zamanla kendine özgü şeklini kazanmaya başlamıştır.” Gazetecilik artık özel teknolojik şartlara bağlı olarak, katı organizasyonel şekillerin, kurumsal yapıların dışına çıkmıştır. Sanal ortam ya da İnternet’in gazetecilik mesleğinin bundan sonra nasıl yürütüleceğinin şekillendirilmesine etki yapması, hatta gazeteciliğin yeniden tanımlanmasını gerektirmesi kaçınılmazdır”¹¹³

İnternet gazetecilere, mesleklerini sürdürmek için alternatif bir ortam sunmaktadır. Örneğin internetten önce bir gazeteci, anlaşmazlıklar ya da ekonomik sorunlar nedeni ile çalıştığı kurumdan ayrıldığında, yeni bir yer bulana kadar okuyucuları ile iletişimini de kaybetmekte idi. Ancak günümüzde bu durum geçmişte kalmıştır. Gazeteci, kendi web sitesini oluşturarak yine okuyucularına ulaşma imkanı bulabilmektedir.¹¹⁴

4.4.2. Elektronik Gazeteciliğin Geldiği Son Nokta: Web Gazeteler

4.4.2.1. World-Wide-Web Kavramı

World-Wide-Web (www) ya da kısaca Web, birçok İnternet hizmetini birleştiren bir araç olmasıyla ön plana çıkar. Kelime anlamı olarak, dünyayı saran ağ anlamına gelen Web; yazı, resim, ses, video ve animasyon gibi pek çok farklı nitelikteki verilere etkileşimli olarak

¹¹² Özcan, s.26

¹¹³ Dahlgren Peter, “Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and Its Publics”, London: Javnost/The Public 3:3, 1996 P.59-72

¹¹⁴ Ataman, s.298

ulaşmamızı sağlayan çoklu bir hiper ortam sistemidir. Hiper ortam, bir dokümandan başka bir dokümanın çağrılmasına (navigate) olanak sağlarve bu ortamdaki her veri diğer bir veriyi çağırabilir.¹¹⁵ Web yayıncılığı denilen çok ortamlı yeni yayıncılık, 1990’lı yılların ikinci yarısından itibaren yayıncıların gündemini işgal etmiştir.

Bilgisayar ortamında metin, grafik, animasyon, duran resim, müzik, konuşma, renkli video görüntüleri, stereo ses gibi ortamların kullanıldığı multimedya, hipertekst ve hipermedya, teknoloji tabanlı medya olup her üçü de bilgisayar teknolojisinden faydalanarak geliştirilmiştir.

Hipertekst ve hipermedya teknolojileri farklı kaynaklardan yeni bilgi akışları sağlamaktadır. Bu teknoloji kullanıcılara geniş miktardaki bilgileri aynı ortamda bağlayabilme olanağı sağlamaktadır.¹¹⁶

4.4.2.2. Web Gazete Kavramı

Elektronik gazetecilik kavramı, gazetelerin Web sitesi olarak hizmet vermesini yaygınlaştırdı. Dolayısıyla Web tasarımları gazeteler için yeni sayfa tasarımları olarak ortaya ıktı.

Dr. Mario R. Garcia / New Media Design International (ABD) Başkanı ve Baş Tasarımcısı, bu durumu şu sözleri ile dile getirmektedir: “Biz haber tasarımcılarının işi, sözcüklerle ve görüntülerle ilgili. Yaptığımız işi bu kadar basit. Geleneksel düşünce yapısındaki kişiler, Web sayfalarını ve bilgisayarlı iletişim sistemlerini de tıpkı televizyon gibi hemen bir kenara atıveriyor, ama unutulmaması gereken bir şey var: Televizyon görsel-işitsel (audio-visual) bir araçtır fakat bilgisayardaki Web sayfaları okunabilir. Elbette ki Web sayfalarına çeşitli görsel unsurlar da eklenebilir ama yine de ilgilenenlerin alacağı bilgilerin büyük çoğunluğu yazı biçiminde sunulur. Web gezginleri, yazılanları büyük çoğunlukla okuyor, ama aynı zamanda bilgileri tarıyor, resimlere bakıyor, sesleri dinliyor ve sonunda da kendi düşüncelerini yazıyorlar. Ama kısa süre sonra bu yeni iletişim aracının, haber açısından büyük önem taşıyan üç alanda çok yararlı olduğunu anladım. Bu alanlar şunlardır:

- Bilgiye ulaşmak: İstenen her bilgi “bağlantı” kurulur kurulmaz karşınızdadır.

¹¹⁵ Aslan İnan, **İnternet El Kitabı**, 3. Basım, İstanbul: Sistem yayınevi, 1999, s.72

¹¹⁶ Dilmen, s. 113-114

- Derinlik: Bol vakti olan herkes istediği kadar detaylı bilgi elde edebilir.
- İletişim: Diğer insanlarla bilgisayar yoluyla iletişim kurabilir ve anında yanıt alabilirsiniz.”

Başarılı Web siteleri yaratmak için, bir teknikerin uzmanlık ve içgüdülerine, bir gazetecinin bilgisine ve yüreğine, bir tasarımcının beyni ve gözlerine ihtiyaç vardır. İşte bu nedenle, ideal bir Web sitesi oluştururken bulunması gereken üç kişi: Bir Web editörü (gazetecilik deneyimi sayesinde içerik ve organizasyon konusunda doğru kararlar verebilecek biri), siteyi oluşturup bakımını yapmak için bir Web uzmanı ya da bir tekniker ve ekranda neler olduğuna bakıp, tasarımın sanatsal ve devamlı olmasını sağlayacak bir görsel uzman yani bir tasarımcıdır.

Peter Würtenberger, CEO, Welt Group/Berliner Morgenpost, Almanya’dan sözleri de büyük medya devlerinin dahi online olma gayreti içinde web sayfaları şeklinde İnternet’te yer aldıklarını ifade etmektedir. “Kaliteli gazetecilik üzerine yoğunlaşma ve online haberciliğin ön planda olduğu strateji çerçevesinde entegre bir haber merkezi kurma kararı aldık. Berlin’de, Axel Springer Binasının 14. katında, 60-70 gazetecinin çalıştığı bir haber merkezi kurduk. Bu gazeteciler, dört ayrı basılı günlük gazete için içerik hazırlıyorlar: Günlük gazetemiz “Die Welt”, Die Welt’in Pazar gazetesi “Welt am Sonntag”, Die Welt’in daha küçük bir versiyonu ve Berlin’in kalite ve boyut anlamında en büyük bölgesel gazetesi olan “Welt Kompakt” ve “Berliner Morgenpost”. Bu odada, 400’den fazla gazetecinin oluşturduğu bu havuz tarafından oluşturulan içeriğin birçok platformda dağıtılması işi yürütülüyor. Sadece bu dört gazete için basılı format değil, aynı zamanda İnternet TV ve mobil cihazlara yönelik içerikten de bahsediyoruz. CEO’muz Dr. Mathias Döpfner bir buçuk yıl kadar önce son derece geleneksel bir grup gazeteciye şöyle dedi: ‘ Bundan böyle sizler artık sadece yazılı basın gazetecileri değilsiniz, aynı zamanda birer Online gazetecisiniz.’ Bu veritabanından yazılı basın, online, mobil ve İnternet TV gibi her türlü medyaya dağıtım yapabiliyoruz.”¹¹⁷

Yine Mary Jacobus, Başkan ve COO, The New York Times Company Regional Media Group, ABD’den internet üzerinden okuyucularına ulaşmak için yaptıklarını şöyle

¹¹⁷ Doğan Yayın Holding Buluşma 2008, **Geleceğin Kısa Tarihi**, 17-18 Ocak 2008, s.103

ifade etmektedir: “The New York Times Şirketi, İnternet’in potansiyeli hakkındaki tartışmalar, Web tarayıcısının 1993’teki lansmanından hemen sonra başlamıştır. İşe AOL’e içerik sağlamakla başladık; 1995’in sonunda Papa II. John Paul’un ziyaretini kapsayan özel bir Web sitesi yarattık. Daha sonra da Ocak 1996’da NYTimes.com’un resmi açılışını yaptık. Ulusal haber ve enformasyon sağlayıcılarının online okurların önemli bir kısmını ellerinde tutmayı sürdürdüklerini biliyoruz. Daha spesifik bir biçimde söylemek gerekirse, The Times’ın basılı halini okuyan dört milyon kişiye ek olarak, günde 1.6 milyon kişi NYTimes.com’daki haberleri okumaktadır. Toplam okur sayımız (NYTimes.com, Boston.com, About ve diğer sitelerimizi kullananlar) sadece ABD’de elli milyonu buluyor. Ayrıca, NYTimes.com ABD’nin en çok ziyaret edilen gazete sitesi ve her ay on dokuz milyonun üzerinde tekil kullanıcıya sahip. Önde gelen İnternet kuruluşlarıyla yeni iş ilişkileri kurma peşindeyiz. Şirketimiz Ekim ayında Google’la bütün sitelerimizde ‘tık’lama başına ücret bazında reklamı içeren anlaşmamızı yenilemiştir. The Times şirketi, Google’ın en büyük içerik ortakları arasındaki yerini muhafaza etmekte ve önümüzdeki aylarda iş ilişkimizi Google teknolojisini haber raporlarımızı arttırmak ve okurlarımızın ilgi ve isteklerini pekiştirmek üzere kullanmanın da dahil olacağı bir şekilde daha da genişletmeyi planlamaktadır.”¹¹⁸

Web gazeteler, Facebook, youtube, yahoo ile de bir takım ortaklıklar içine girmektedir. Bu da yazılı basının ayakta kalabilme adına internet dünyası ile koordineli bir işbirliğine girmesi gerekliliğini göstermektedir.

Yeditepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Cüneyt Budak’a göre, Web gazetelerinde öncelik artık tasarım değil, gazetenin dinamik ve sürekli güncellenmeye müsait olmasıdır. Web gazeteler, haberciliğe çok yeni bir anlayış getirerek, kullanılabilirliği ön plana çıkarmaktadır.

Okuyucu merak ettiği konuya ne kadar kolay ve detaylı bilgi elde edebilecek şekilde ulaşıyorsa, bu o Web gazetesinin o kadar başarılı olduğu anlamını taşımaktadır.

İnternet ortamında ilk Web sayfalarının kullanımı, şirketler tarafından da tercih edilmiş, o zaman durağan olan bu sayfalarda, renkli- ilgi çekici bir sayfa tasarımı ile

¹¹⁸ Doğan Yayın Holding Buluşma 2008, s. 95-98

kullanıcıya kurum, olay hakkında bilgi verilmiştir. Ancak, gazetelerinde bu yolla okuyucularına ulaşmaya başlaması, Web’e ayrı anlam katmıştır. İlk kullanımın verdiği acemilikten sıyrılıp, hızlı ve güncellenen bir sayfanın sunumu ön plana çıkmıştır.

Gazetelerin gelişen teknoloji karşısında eski yapılarını devam ettirmeleri halinde, bir gazete için gelecek söz konusu olmayacaktır. Haber odası ve gazeteci bu gerçeğe adapte olmazsa gelecek olmayacaktır. Medya şirketleri başarılı bir şekilde güçlü dijital kanallar yaratmakta, böylece yazılı ürünlerin on yıl daha hayatta kalabilmesi için şans yaratmaktadırlar. Haber odalarının bu değişimi, yerleşimi, üretim aşamalarını ve kültürü de etkilemektedir. Gazeteler buna göre şekillenmek durumundadırlar.¹¹⁹

Dünya basınında The Times, bu yeniliğin bilincinde olarak yazı ve online alanında değişti. Bu değişim, yeni bölümler eklenmesi ve bazılarının çıkarılması , sesli haberin Web sitesine eklenmesi şeklinde kendini gösterdi. Gazete daha görsel bir yapı kazandı. Fotoğraf ve grafiklerle olayı anlatma böylece gazeteciliğin kalbine yerleşti.¹²⁰

Geleneksel gazete, toplumda uzun zamandan beri vardır ve bir alışkanlık olmuştur. Online versiyonu bundan farklı ve daha iyi olmak zorundaydı. Bu nedenle, online gazete versiyonu hazırlanırken, amaç, geleneksel gazete okuyucusunun davranışları, beklentileri, alışkanlıkları, İnternet’in getirdiği yeni yapıya göre şekillenmeliydi. Sistem kullanılırken, okuyucu hiçbir zorlukla karşılaşmamalı ve sıkılmamalıydı. Geleneksel gazete okuyucusu ile karşılaştırıldığında, siber gazete okuyucusu istediği bilgiyi seçme özgürlüğüne sahiptir. Geleneksel gazete okuyucusu gazete sayfasında verilen haber ile yetinmek durumunda iken, online gazete okuyucusu, Web sitesinde yer alan haberin yanında daha detaylı bilgiye ulaşma imkanına sahiptir.¹²¹

Dijital çağ’da gazetecilik bu şekilde kendini sanal ortamda ve yeni bir habercilik sunumu içinde buldu. Habercilik anlayışı artık yeni bir oluşum içine girerek, gazetecilerin

¹¹⁹ Mike Van Niekerk, Editor-in Chief, Online (Fairfax Media), 14. Dünya Editör Forumu, Cape Town, June, 2007 <http://www.wan-press.org/article8702.html> (10 Haziran 2008)

¹²⁰ J. Landman, The New York Times Editörü, Dünya Editör Forumu, 5 Haziran 2007 <http://www.wan-press.org/article8702.html> (10 Haziran 2008)

¹²¹ Ömer Özer, Haluk Birsen, “ Differences in Newspapers’ Printed and Internet Variations on The Basis of Visual Facts: National Football Matches Between Turkey and Switzerland on The Nwspapers Hürriyet, Milliyet, Sabah and Vatan”, Yeditepe Üniversitesi 4. Uluslararası Etkileşimli Ortam Tasarımı Sempozyumu, Nisan 28-30, 2006, s.88

işlevleri de farklılaştı. Artık kocaman bir odada, bilgisayar başında direk okuyucudan gelen haberler ayıklanarak, bu Web gazetesinde verilmeye başlandı. Yurttaş gazeteciliği, daha aktif olarak işlemeye başladı. Gazeteci de artık haberin peşinde eskisi gibi koşturan kişi olmaktan ziyade, gönderilen haberin doğruluğunu teyit eden kişi konumuna geçti.

4.4.2.3. Web Yayıncılığın Özellikleri

a) Bir kitap ya da gazeteye girecek yeni bir bölümün olduğunu düşünün. İşe başlarken, oluşturacağınız Web sitesinin, yazılı metnin aynısı olacağını sakın düşünmeyin, çünkü öyle olmayacaktır. Bu çalışma, bir gazete haberinde çok önemli olan detay, tazelik, içerik gibi özellikleri içermelidir. Gazeteciliğin okulunda öğrendiğimiz “haber aktarma” işlemi elektronik yayıncılıkta da işin can damarıdır. Bu yeni iletişim aracının çok teknik olması nedeniyle, ne yazık ki haberin önemini şu anda fark edemiyoruz. Günümüzde yapılan birçok Web sitesi projesinde gazeteciliğin yerine teknoloji ön planda bulunuyor. Ama bir Web sitesinin başarılı olabilmesi için, bu iki dala da eşit oranda özen gösterilmesi gerekmektedir.

b) Bu yeni alanda çalışırken, günümüzün haber tüketicilerinin sosyolojik yapısını çok iyi bilmek gerekmektedir. Basılı gazeteler, haber almak isteyen ve bunun çok önemli olduğuna inanan okurlar tarafından satın alınır. Bilgisayar gazeteleri ise daha “titiz” bir kullanıcı türü için ısmarlama yapılmış ürünlerdir. Bütün titiz insanlar gibi, bu kullanıcılar da öğrenmek istedikleri şeyleri detaylı bir şekilde inceleyecektir.

c) Basılı gazetede bulunmayan bazı özellikleri kendi elektronik gazetenizde yaratabilirsiniz. Ve bunu öyle bir pazarlarsınız ki insanlar ya ekranı gazeteye ya da gazeteyi ekrana tercih ederler. Bu yeni iletişim aracı, gazetelere ait web siteleri için, belirli bir tiraj bölgesine ve okurlarına, belli bir eyalete, bölgeye ya da ülkeye özgü haber bütünleri sunma fırsatını vermekte ve bu haberleri kullanıcının hizmetine sunmaktadır. Artık habercilik coğrafi koşullarla sınırlanmamaktadır.

d) Web siteleri gazete reklamlarını canlandırmak ve bu reklamları ekranda makalelerle birleştirmek için elimize büyük bir fırsat vermektedir. Elektronik yayıncılıkta

reklamın ekranın altında, yanında ya da benzer bir yerde verilmesi gibi bir zorunluluk yoktur.”¹²²

İnternet’in gazetecilik üzerindeki en önemli etkilerinden bir tanesi, haber toplama ve araştırma sürecindeki değişimlerde kendini göstermektedir. İnternet haber odalarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş, oturulan yerden bilgisayar aracılığı ile sayısız bilgi kaynağına ulaşma imkanı gazeteciliğe bir “masa başı” işi niteliği de kazandırmıştır.

Kurumsal bazda İnternet üzerinde varlık gösteren basılı medyanın online versiyonları da, internetin geri bildirim ve etkileşim özelliklerini, sundukları hizmetin kalitesini arttırmak ve okuyucuya daha iyi bir hizmet vermek için kullanılmaktadırlar. İnternet öncesi yazılı basında on sekiz yılını geçiren washingtonpost.com’un yöneticisi Leslie Walker, online gazetecilikte kendisini şaşırtan en büyük özelliğin anında yorum/ geri bildirim almak olduğunu ifade etmektedir. “On sekiz yıllık gazetecilik hayatımda ilk defa hangi hikayelerin en çok okuyucuyu çektiğini görme imkanım oldu. Web kullanıcıları ve editörden yayıncısına kadar Post’un çalışanları arasındaki canlı sohbetler başarılı sonuçlar verdi.”

Yeni ortamda gazetecilik, haber toplama ve yazmanın yanında haberin dizaynını da içine almaktadır. Özellikle online versiyonları olan gazete sahiplerinin, muhabirlerin sanal ortam içinde haber hazırlamalarını beklemeleri, gazetecileri yeni ortamın gerektirdiği teknik becerileri edinmeye mecbur etmiştir.

İnternet’in doğurduğu hızlı olma mecburiyetinin kimi zaman gelen haberin doğruluğunu yeterince araştırılmasına imkan tanımaması, online medya sahiplerini, gazetecilik deneyiminden ziyade internet ortamındaki bilgiyi değerlendirme görüşü kazanmış editörleri işe almaya itmiştir. Yapılan araştırmalar, online gazetecilerin ve editörlerin genel olarak daha genç olduklarını ortaya koymuştur. Gazetecilik deneyimlerini anlattığı yazısında Frank Houston, online ortama geçtiğinde yirmi altı yaşındaki bir editör tarafından işe alındığını, editörün ise yirmi sekiz yaşındaki bir yöneticiye bağlı olduğunu anlatmaktadır.

İnternete hakim olan hız kavramı nedeni ile internet gazetecileri, geleneksel medyada çalışan meslektaşlarına göre daha stresli bir çalışma ortamındadırlar. Ercüment

¹²² Ersöz, s.147-153

İşleyen, Milliyet'in internet sitesinde günün gelişmelerini dakika dakika aktardıklarını ve gün içinde yüzü aşkın haberi okuyucularla buluşturduklarını söylemektedir.

İnternet gazetecisi, genellikle geleneksel medya ortamında söz konusu olan yer sorunu gibi sınırlamalara tabii değildir. Ana sayfada haberin ana hatlarını veren bir linkten sonra gazeteci, hikayesini istediği uzunlukta anlatma özgürlüğüne sahiptir. Hikaye eğer daha önce gündeme gelmiş bir konu ile bağlantılı ise gazeteci, o konu ile ilgili eski haberleri de link olarak hikayesine ekleyebilir ve okuyucunun konuyu bütün olarak görmesine yardımcı olur.¹²³

4.4.2.4. İyi Bir Web Gazetesi Oluşturma Yolları

Gazetelerin, Web sayfaları olarak artık sanal yaşamda yerini almaları habercilik anlayışında da bir takım değişiklikleri beraberinde getirmektedir. Eskiden gazete sayfasının okuyucu ilgisini çekmesi açısından öne çıkarılma çalışmaları, günümüzde yerini Web sayfalarının öne çıkarılmasına bırakmıştır. Nitekim World Association of Newspapers (WAN) yani Dünya Gazeteciler Birliği'nin 2007 yılında yayınladığı raporunda Web gazeteleri, haber ortamına getirdiği yeni boyut ve onu geliştirmenin yolları üzerinde durulmuştur.

Bu rapora göre, bir gazetenin Web sitesini geliştirmenin yolları:

- 1. Yerel olana odaklanmalı:** Gazeteler yerel- bölgesel haberleri de içerirler. Bu nedenle, okuyucularına her gün bu konuda haber verebilmelidirler.
- 2. Hıza önem verilmeli:** Web sayfası sürekli güncellenen bir yapıda olmalıdır. Bu nedenle zaman çok önemli ve boşa harcanmamalıdır. Bütün olayı detaylı anlatmaya gerek yoktur. Önemli olan okuyucuya haberi ilk vermektir. Daha sonra detaylar eklenebilir.
- 3. Kullanıcılar tarafından yaratılan içerik kullanılmalı:** Medya endüstrisinde yurttaş gazeteciliği çok önemli ve yeni olarak karşımıza çıkıyor. Bu değerlendirilerek, kullanıcılara özellikle katkıda bulunma ayrıcalığı verilmelidir. Bu kişisel resim ve video hesapları bile olabilir.

¹²³ Ataman, s.300

4. Kullanıcıların yorumlarına izin verilmeli ve rahatlamaları sağlanmalı: Her haberden sonra bir yorum kutusunun bulunması bunu kolaylaştırır. Ve yine en iyi yöntemlerden biri de bu yorumların oylanmasının sağlanmasıdır.

5. RSS¹²⁴'yi kapsmalı: Web sayfasını gün boyunca ziyaret eden bir kesim vardır. Eğer okuyucuların büyük kısmını kendine bağlamak istiyorsan, onlara sayfada yapılan değişikliği gösterme açısından kolaylık yapmalısın. Bunu yapmanın en kolay yolu RSS besleme yolunun sağlanmasıdır. Dolayısıyla RSS, kullanıcıya sayfada ikinci ziyaretinde neyin yeni olduğunu göstermektedir.

6. İçerikteki Web günlüğü (blog) kolaylık sağlamalıdır: Okuyucuya içerikte “web günlüğü bu” linki kullanılarak bu rahatlık sağlanmalıdır.

7. Web sayfasını diğer popüler servislerle desteklenmeli: Google, Youtube gibi bilinen web servislerini haber, fotoğraf ve video sunumunda kullan.

8. Kullanıcıların tecrübeleri bir kanaldan diğer kanala bağlanmalı ve homojen bir marka stratejisi kullanılmalı: Kullanıcı deneyimleri bütün kanallarda (yazılı, Web, mobil vb.) yer almalıdır. Her kanal bir araç olarak avantaja sahiptir.

9. Yazılı baskıyı tamamlar nitelikte olmalı: Eğer haber basıldığında hepsi yayınlanmıyorsa, daha fazla bilgi vermek için web kullanılmalıdır.

10. Fotoğraf kullanımını arttırmalı: Göster, sadece söyleme.

11. Ses seçimi ve kesintisiz video sunumu yaratılmalı.

12. Gazetecilere Web günlükleri (bloglar) verilmeli.

13. Dıştan gelen bilgi kaynakları linki yer almalıdır.

14. Kişiselleştirilmeli: Okuyucu kendisine ait hissetmeli. Kaynaklardan her an ve her yerde yararlanabilmelidir.

¹²⁴ RSS: haber sağlayıcıları, bloglar ve podcastler tarafından kullanılan, yeni eklenen içeriğin kolaylıkla takip edilmesini sağlayan özel bir XML dosya formatıdır.

15. Kullanıcıların yayım şirketleri ile ilişkilerini düzenlemelerine izin verilmeli.
16. **Tag Clouds kullanılmalı:** Tag clouds, web sitesinin içeriğini gösteren anahtar kelimelerin listesidir. Site içerisinde arama ve ulaşma kolaylığı sağlar.
17. Sitenin basit bir versiyonunu yavaş bağlantı ve mobil telefonlar için yaratılmalı.
18. Hedef kitleye göre içerikteki konuya ayrılacak yer belirlenmeli.
19. Web bir laboratuvar ortamı gibi kullanılmalı. Yeni bölümler, sütunlar, konular dene.
20. İç sayfalar ana sayfadan takip edilebilecek şekilde dizayn edilmelidir. Bilgi barı çubuğu, sana nerede olduğunu ve ne yapabileceğini gösterir nitelikte olmalıdır.¹²⁵

4.4.2.5. Web Gazetelerinde Tasarım

Gazetelerin internette yayımlanan versiyonları, basılı gazetelerin tıpatıp aynısı olmayıp, içerik olarak basılı gazetedeki birçok haber ve yazıyı kapsamakla birlikte, görünüş ve tasarım açısından basılı gazeteden tamamen farklıdır ve farklı yöntemlerle hazırlanıp internet ortamına aktarılmaktadır.

İnternetteki web sayfaları, hemen hemen tamamen HTML (Hypertext Markup Language) denilen bir yazılım diliyle ve belirli kodlar kullanılarak hazırlanmaktadır. HTML, web tasarımında kullanılan en yaygın programlama dilidir. Dijital veri hazırlama ve yönetiminde HTML yeni bir dünya oluşturmuştur. HTML, internet için önemli bir programlama dili olarak elektronik yayıncılıkta bir köprü görevi görmektedir. Web sayfası, internet üzerinde bir world wide web tarayıcısının ekranda bir seferde gösterebildiği bilgi topluluğudur. Web sayfası, bir seferde gelen HTML uzantılı dosya içeriğidir, diğer bir deyişle hemen her web sayfası bir HTML dosyası olarak hazırlanmaktadır. Tasarlandığı gibi yerinde kalan, içeriğini koruyan HTML ile oluşturulan web sayfaları pasif sayfalardır. Bunu yanında dinamik web sayfaları da cgi, SSI ve diğer sunucu arabirimleri ve programlama dilleri ile hazırlanabilmektedir.

¹²⁵ Christian Oliver, Eduardo Tessler, “ 20 Ways to Improve Your Newspaper’s Website”, Innovations in Newspapers 2007 World Report, The Innovation International Media and The World Association of Newspapers (WAN). <http://www.wan-press.org/article8702.html>. (10 Haziran 2008)

İnternet web sayfaları üzerinden başka web sayfalarına geçiş, sayfayı yapan kişinin istediği ve gerekli gördüğü yerlere koyduğu başka internet adreslerine ulaşabilmeyi sağlayan bağlantılarla gerçekleştirilmektedir. Her web sayfasının bir adresi bulunmaktadır ve bu adres sayesinde web sayfasına ulaşılabilmektedir.

Web siteleri, bir ana sayfa ve bunun altındaki web sayfalarından oluşmaktadır ve sitenin düzenlenmesinde genel olarak bazı kriterler bulunmaktadır. Birinci planda ana sayfa yapısı düzenlenir daha sonra ana sayfaya bağlantılı olacak alt sayfaların yapısını ve şeklini belirleme ve bu sayfaların birbirleriyle ve ana sayfayla bağlantılarını kurma safhası vardır. Siteleri ve sayfaları tasarlariken, açık ve anlaşılır olmalı, siteyi mantıklı ve makul düzeyde örgütlemeli, tasarımı basit tutmalı ve işlevsel olmasını sağlamalı, sayfalardaki enformasyonun anlamsal ve görsel bütünlüğü olmalı ve de her sayfada ana sayfaya dönüş bağlantısı olmalıdır.

Bir web sitesinde sayfalar arasında içerik ve tasarım açısından tutarlılık ve uyumluluk bulunmalıdır. Bir sitenin içerik açısından birbiriyle ilişkisi olmayan sayfalardan bir bütün oluşturması istenmez, farklı içerikte enformasyon olduğunda ise bu enformasyonu bölümlere ayırmak ve ayrı sayfalarda vermek gerekecektir. Sayfanın zemini, renk veya görüntü olarak uygun seçilmelidir. Sayfaların sol, st veya alt kısmına siteyi oluşturan diğer sayfalara ulaşmak amacıyla bir menü bar yerleştirmek, internet gezginlerinin ana sayfadan başka sayfalara daha kolay atlamalarına yardımcı olmaktadır. Her web sayfasının altında sitenin URL'si, yayın hakkı bilgisi, sayfa ve site hakkında ilişki kurulabilecek kişinin e-posta adresini belirtmekte yarar vardır.

Web sayfasının ve gazetelerin de en önemli yeri, sayfanın st kısmında, sayfa indirildiğinde ekrana ilk gelen kısımdır. Bu kısım, kişinin ekranda ilk gördüğü ilk ilgisini çeken kısım olmaktadır. Bu nedenle gerek web sitelerinde gerekse internet gazetelerinde reklamların en yoğun yerleştirildiği alan sayfaların st kısımları olmaktadır. Bir web sayfası istenilen uzunlukta hazırlanabilmektedir, ancak sayfanın ekranda ilk görülen kısmı ortalama okuru yakalamaktadır, o yüzden web sayfası tasarımında internet gazetesi sayfa editörleri bu noktada hassas olmak durumundadırlar. Bir diğer husus da web sayfalarının ekranı yatay kaydırma getirmeyecek, yalnız dikey kaydırma ile görebilme olanağı bulunacak şekilde hazırlaması gerekliliğidir. Web sayfalarında gözün algıladığı renk sayısı göz önünde bulundurularak

mümkün olduğunca az renk kullanmak yararlıdır, zaten fazla renk bulundurmanın normal internet kullanımında gereği de yoktur. Çünkü fazla renk içeren dosyaların daha büyük olmasından dolayı dosyanın bir yerden başka bir yere aktarılmasında daha geniş bant aralıklarına gereksinim duyulmaktadır, bu da web sayfasının indirilmesinin daha uzun sürmesine yol açmaktadır.

İyi tasarlanmış web sayfaları zemin veya arka plan veya görüntüsüne sahiptir. Zemine renk atmak veya görüntü yerleştirmek çok basit bir işlemdir, ancak zemine atılacak görüntünün, sayfayı indirmede yaşanan sorunları gidermek için küçük boyutlarda olması gerekliliği bulunmaktadır. Bir diğer yandan zemin renklerinde veya GIF olarak hazırlanan zemin görüntülerinde parlak renkler yerine pastel renkler kullanmak yararlı olacaktır çünkü parlak renkler gözlerin daha çabuk yorulmasına, gözlerin kamaşmasına neden olmaktadır. Zemine renk atılması, görüntü yerleştirmeye göre fazladan “kilobyte” kullanımı gerektirmeyen ve uygun renk seçimiyle sayfaya estetik boyut katan bir özelliktir.

Web dokümanları, “online” okumada kısa, özlü ve hızlı göz gezdirebilir hüviyette olmalıdır. Bunun için gazetecilikte haber yazımında kullanılan ve daha önce deyinilen ters piramit tekniğini, uzun metinli web sayfalarında ve site tasarımında kullanmak son derece yararlıdır. Bu tekniğe göre ön önemli ileti web sayfasının en üstüne koyulacak ve önem sırasına göre diğer iletiler sayfada işlenecektir. Genelde flash haber başlığı altında yayınlanan haberlerin hep en üstte olmasının mantığı işte bu tekniktir. Web sayfalarının satır genişliği, gözün iki hareket aralığını geçmemeli ve mümkünse daha kısa olmalıdır. Web sayfasında yer alacak metnin uzunluğu da sayfada yer alacak görüntünün büyüklüğü gibi önem taşımaktadır. Web sayfalarının en iyileri, metin olarak kısa, fakat çeşitli bağlantılarla diğer sayfalara bağlanabilen sayfalardır. Uzun metin içeren sayfaların indirilmesi daha uzun zaman aldığı gibi, üç dört ekran kaydırmadan sonra daha iç kısımlarda yer alan yazıların okunmama ve buralardaki bağlantıların görünmeme durumu söz konusudur. Buna göre internet gazetesinin bir sayfasında çok sayıda habere yer vermek nedeniyle üç dört ekran kaydırma boyutunda haberleri yerleştirmek uygun olacaktır. Ayrıca, haber başlıklarına ve spotlarına bir sayfada yer vererek, haber detayları için ayrı sayfalar olmakta internet kullanıcısının istediği haberi kolaylıkla bulup okumasını kolaylaştıracaktır.

Web sayfalarında PICT, TIFF, ve EPS gibi dijital görüntü formatları yerine daha çok GIF ve JPEG formatlarında kaydedilmiş görüntüler kullanılmaktadır. GIF ve JPEG'ler değişik türden görüntülerin her birine uymaktadır.

Sadece özenle hazırlanmış giriş sayfaları web sitesini başarılı yapmamaktadır. Tüm sayfalar özenle hazırlanmalı ve ortak bir dil taşınmalıdır, sayfalar arası bütünlüğü bozmamak için seçilen yazı karakteri, renk ve biçimlerde süreklilik şarttır.

Sözcükler, yazıldığı harf karakterine göre anlam kazanırlar, etkili veya etkisiz görünürler. Algılamanın kolay ya da zor olması, kavramların somutlaştığı bu harf gruplarının yapısına bağlıdır. Her yazı karakterinin bir kimliği vardır. Bu kimlik mesajın iyi anlaşılmasını sağladığı gibi, yanlış yorumlara da neden olabilir. Narin, kaba, kadınsı, erkeksi, çağdaş, klasik, resmi, gayri resmi, laubali veya oryantal yazı karakterleri vardır. Örneğin Times'ın, İngiliz asaletini, ağırlıklılığını yansıttığı söylenmektedir.

Yazı karakterinin çeşitliliği, gereksinime göre olmalıdır. Eğer sayfa büyük, metin uzun ve farklı vurgular gerekiyorsa yazıda çeşitliliğin olması, zenginlik ve renklilik getirmektedir. Çok fazla yazı karakteri daima risktir.

Yazıların puntosu çok büyük olursa her bakışta algılanacak sözcük sayısı azalır, çok küçük olursa da harfler seçilememektedir. 30-35 cm'lik bir okuma uzaklığı için ortalama yazı boyutu dokuz-on bir puntoya denk gelecek bir büyüklüktür.

İtalik fontlar, tek düzedir, gösterişsizdir, değişik yapısıyla anlatımı güçlendirir, daha samimi bir iletişim kurar fakat deforme olmaya çok uygundur. Uzun metinlerin italik yazılması, yazıyı zayıf göstermektedir. Harflerin birbirinden ayrılması zorlaşmaktadır. Okunurluk sorunu göz önünde tutularak olabildiğince az kullanılmalıdır.

Uzun metinlerin bold yazılması ya da tümünün büyük harflerden oluşması da görünüşü sevimsiz kılan bir unsurdur. Sözcükler, kaba bir dikdörtgen şeklinde gözükürler. Küçük harfler kuyrukları ve bacaklarıyla büyük harflerden daha ayrımlı yapı gösterirler ki buda onları daha okunur yapmaktadır. Büyük harfler daha çok yer kapladığından aynı alanda gözün daha fazla tarama yapmasına neden olmaktadır.

Yazının sola blok olması, harf aralarının daha düzgün olmasını, daha az kesme işaretinin yer almasını sağlamaktadır, beyaz nehirlerin oluşmasını önlemektedir. Bu özellikle dar sütunlarda ideal olmaktadır. Sağa ya da ortadan blok yazılarda takip sorunu yaşanabilmektedir.

Renk, tanımlayıcılığı, ayırt ediciliği, yön göstericiliği ve vurgulayıcılığı ile web sayfalarının en önemli öğelerinden birisidir, okuyucuyu etkilemekte, ilgiyi diri tutmakta, beyaza göre %40 daha fazla dikkat çekmektedir. Bilgi, renk sayesinde daha etkili sunulabilmektedir. Örneğin başlığı metinden ayırmak, bir mesaja dikkat çekmek, bilgi gruplarını birbirinden ayırmak, akışı sağlamak gibi pek çok işlev renkle yerine getirilebilmektedir.

Koyu renkli zeminler üzerinde açık renkli yazılar tercih edilmelidir. Daha ışıklı olması nedeni ile koyu zemin üzerindeki yazılar, özellikle şerifsizler daha iyi görünmektedirler. Okunurluk açısından harf ve zemin arasında en az yüzde yetmiş ton farkının gerekli olduğu da unutulmamalıdır.

Karışık doku ve biçimlerin olduğu bir zeminde yazının okunurluğu azalmaktadır. Açık, konturlu ya da gölgeli bir yazı böyle durumlarda etkiyi arttırmaktadır. Koyu zeminde açık, açık zeminde koyu yazı: kontrastlık yaratması nedeniyle daha kolay algılanmaktadır.

Web sayfalarındaki en önemli sorunlarından biri de yazı satırlarının uzunluğudur. Basılı yayınlarda olduğu gibi satır arası ayarlama yapılamamakta, fakat satır uzunluğu istenildiği gibi düzenlenebilmektedir. Satır uzunluğu, tek sütunlu metin gruplarında sekiz-on iki sözcüğü birden fazla sütunlu metinlerde altı-yedi sözcüğü geçmemelidir. Satırlar arası boşluğun aşırı olması metnin leke etkisini, kontrastlığını azaltmakta, daha yumuşak görünümle yapmaktadır.

Web sayfasında yazı ve görüntüyü gösteren boşluktur. Fazla boşluk dinlendirmekte, rahat algılama sağlamaktadır. Az boşluk ise karışıklık ve karmaşa yaratmakta, algılamayı güçleştirmektedir. Yazı alanına çok yaklaşmış görüntü öğeleri, hem yazının hem kendinin algılanmasını zorlaştırmaktadır. Okuyucunun dikkatini dağıtmaktadır. Yazı ile görüntü arasında en az dört mm boşluk olması gerekmektedir. Yazı ve resim alanları ile kenar

boşlukları önceden saptanmalıdır, resimlerin metnin ikiye bölmesi zorunluysa tümceyi değil paragrafı bölmesi tercih edilmelidir. Basiti karmaşık hala sokmak hiç de zor değildir. Bunların çok sayıda örneğini görmek mümkündür. Önemli olan karmaşığı basitleştirmektir, yalın, anlaşılır bir tasarımın geleceğe kalma şansı çok daha yüksektir.¹²⁶

4.4.2.6. Web Gazetelerinde Okur Perspektifi

Marcelle Lapow Toor'a göre, sürekli büyüyen online hizmetlerden yaralanan bireylerin büyük bir kısmı eğitim görmüş, bilgi toplamaya ve almaya hevesli insanlardan oluşmaktadır. Bu insanlar normalde gazete, dergi, ve çok sayıda kitap okumaya alışık olduklarından, Web siteleri onların bu merakını pekiştirici bir konumda yer almaktadır. Bu bakımdan okuyucunun ilgisini çekmek ve başarılı olmak için yeni bir formül yoktur; eğer içerik okuyucunun ilgisini çekiyor ve okuyucunun da buna ayıracak zamanı varsa, o zaman birinin onu özümleyen harcayacağı zaman için sınırlama söz konusu değildir.

Online yayın ziyaretçileri ya da okurları Web sitesinde yer alan dokümanlarla sürekli bir iletişim halindedir. Bir 'tık'lama ile kolayca bilgiye ulaşabilmekte ya da başka bir sayfayı görüntüleyebilmektedirler. Bu bakımdan Web gazete sayfaları doğrudan ve ya dolaylı yollardan kullanılabilirler. Ziyaretçiler bilgiyi hızlıca okumakta, ilgilerini çekerlerse bu bilgiye tekrar dönmek için ilgili Web sayfasını sık kullanılanlar listesine eklemektedirler. Web ziyaretçileri ulaştıkları bilgileri daha kolay ve rahat okuyabilmek amacıyla yazıcıdan döküm almayı tercih eden bireylerdir.

Chris Charron, online okurların evlerinde oldukça yavaş hızda Web sayfalarına ulaşmalarına karşın, yazılara odaklanarak istedikleri bilgileri topladıklarına değinmektedir. Başka bir deyişle Charron'a göre Web okurları, tembelce koltuğunda oturarak oradan buradan alıntılar yapan, fotoğraflara göz gezdiren ya da kahvaltıda gazetesine şöyle bir göz atan okurlardan oldukça farklıdır.¹²⁷

4.4.3. Elektronik Gazeteciliğin Sağladığı Olanaklar

1.Yayın Alanının Sınırsızlığı

¹²⁶ Dilmen, s. 149- 159

¹²⁷ Craig Bicknell, "Online News All About Text"

<http://www.wired.com/news/print/0%2C1294%2C36104%2C00.html> , (15 Mart 2008)

Gazete ve dergilerin en büyük sorunlarından biri, ulaşabildikleri alanların sınırlılığıdır. Yurtdışına çıkan pek çok insan, kendi ülkesinin gazetesini almak için büyük zorluklar yaşamaktadır. Genelde ya kâr amaçlı olmayan ve belli bir ideolojiyi savunan yayınlara ya da belli başlı birkaç gazeteye ulaşabilir. Özellikle kendi vatandaşlarının çok olmadığı bir yere gitmesi durumunda, kişinin ülkesinin bir yayını bulması imkânsızlaşır. Aslında başka kıtalara kadar gitmeye de gerek yoktur. Çok yaygın olmayan bazı dergileri, İstanbul dışında bulmak çok zordur. Türkiye'nin en köklü gazetelerinden Cumhuriyet'i Anadolu'da bulmak büyük sorundur. Sorun sadece ulaşılamayan yerler değildir, bazı bölgelere de geç ulaşılmaktadır. İstanbul'da Cuma günü çıkan bir dergi, Anadolu'da Cumartesi, ülkemizin ücra yerlerinde de Pazar günü okuyuculara ulaşabilmektedir.

Bunun nedeni, gazete ve dergilerin başka illere uçakla hatta bazen kamyonlarla gönderilmesidir. Pek çok büyük gazete bu sorunu aşabilmek için 1960'lı yıllardan itibaren başka illerde de baskı merkezleri kurmaya ve o illerde de gazeteyi basmaya başlamışlardır. Bu gelişmeyi aynı günde bölgelere göre yeni değişik haberlerle birden fazla baskı dönemi izlemiştir.¹²⁸

Hedef kitlelerine ulaşma konusunda çok ciddi sorunlar yaşayan kitle iletişim araçlarının karşısına kısa bir süre önce İnternet bir alternatif olarak çıkmıştır. İnternet sayesinde kitle iletişim araçları tüm dünyaya ulaşabilme imkânına sahip olmuşlardır. Çünkü bir gazete internet tarafından yayınlanıyorsa, İnternet'e bağlı her bilgisayar bu gazeteyi okuyabilir.

Ancak İnternet üzerinden yayın yapıldığı zaman da bazı sınırlamalar söz konusudur. Her şeyden önce İnternet'e bağlı olan insanlar ve mekanlarla sınırlıdır. Ama bu sınırlar gitgide daralmaktadır. Daha İnternet'in çok yaygın olmadığı 1996 yılında bile Antartika'da - -40 derecede çalışan bir laboratuvar İnternet'e bağlıydı. Yani o yıllarda Antartika'nın buzları üzerine kurulmuş o laboratuvarında çalışan insanlar, kendi ülkelerinin İnternet'ten yayın yapan bütün gazetelerini okuma şansına sahiptiler.¹²⁹

¹²⁸ Nail Güreli, **Geleceğin Gazetecilerinden Beklentiler, İnternet Çağında Gazetecilik**, (Haz. Serhan Yediğ ve Haşim Akman), 1.Basım, İstanbul: Metis Yayınları, 2001, s.49

¹²⁹ Serkan Kırılı, **İnternet Teknolojisinin Gazete ve Dergi Yayıncılığına Getirdiği Yeni Olanaklar**, M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2003, s.25-26

2. Dağıtım, Kağıt ve Baskı Sorunlarının Olmayışı

Türkiye’de, gazete ve dergilerin dağıtımı konusunda sorunlar devam etmektedir. Daha önce Yaysat tarafından dağıtılan Akşam, Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri, BBD tarafından dağıtılmaya başlamıştır. Bugün Türkiye’de, Doğan grubuna ait olan Yaysat, Uzanlar’ın Medya Pazarlaması ve Birleşik Basın Dağıtım olmak üzere üç tane dağıtım şirketi vardır.

Oysa, İnternet üzerinde yayın yapmak kağıda basılan bir gazete veya dergiye dağıtmaktan daha ucuz ve kolaydır. Gazetelerin dağıtım konusunda yaşadığı sorunlar düşünüldüğünde İnternet yayıncılığının avantajları daha iyi anlaşılmaktadır.

Bir gazete veya dergi basmak istediğinizde karşınıza çıkan diğer büyük problem ise kağıt sorunudur. Ne zaman SEKA grev yapsa gazeteler kağıt bulmakta ciddi sıkıntılar çekmiştir. Basın tarihimizde sırf devletten kağıt almak için sahte gazete kurup sonra da aldıkları kağıtları başka gazetelere yüksek fiyatlara satan insanlar vardır.

Baskı ise ayrı bir sorundur. Matbaaların fiyatları göz önüne alındığında pek çok küçük kurum için kendi dergisini basmak büyük sorun haline gelmiştir. Ucuz matbaalarla anlaşılıp ucuz kağıtlar kullanılınca ise ortaya çıkan sonuç tatminkar olmaktan çok uzaktır. Oysa günümüzde, sıradan bir internet kullanıcısı bile kendini tanıtan bir web sayfası hazırlayabilmekte ve bunu internet üzerinden yayınlatabilmektedir.

Basının kağıt, baskı ve dağıtım konularında karşılaştığı sorunlar göz önüne alındığında internet gazete ve dergiler için yepyeni bir alternatiftir.¹³⁰

3. Güncel Gelişmelerin Anında Yayınlanabilmesi

Satın alınan bir gazete ertesi gün hurda kağıt değerine iner. Bunun nedeni gazetelerin haber sunmasıdır. Yeni, güncel, haber ne kadar değerliyse, eskimiş haber de o kadar değersizdir. Gazetelerin verdikleri haberler akşama kalmadan bayatlamaktadırlar. Basın tarihinde bazı gazetelerin hem sabah hem akşam baskıları yapması bu yüzdendir.

¹³⁰ Kırılı, s.28-30

Günümüzün hızlı temposu içerisinde, gazeteler, bir gelişmeyi anında verebilen radyo ve televizyon karşısında geride kalmıştır. Radyo veya televizyonlar her saat başı haber verebilmektedir. Hatta afet, savaş, kaza gibi toplumu ilgilendiren çok önemli olaylarda normal yayın akışlarını kesmekte ve haberi anında hedef kitleye ulaştırabilmektedir. Yayın akışının kesilmesini gerektirecek kadar önemli olmayan olayları ise ekranın altında geçen yazılarla izleyicilerine sunmaktadır.

İnternet gazete ve dergilere, televizyon ve radyoları, haber verme hızı konusunda yakalama şansı vermektedir.

Bugün internet üzerinden yayınlanan gazetelerde bütün önemli güncel olaylar, televizyonlar ve radyoları kısıktırarak çabuklukla okuyucuların hizmetine ulaştırılmaktadır.

Eğer Türkiye'nin en büyük internet gazetelerinden NTVMSNBC'nin sitesine girer ve 50K büyüklüğünde küçük bir programı çekerseniz, geçtiğiniz dakikalarda önemli bir gelişme olup olmadığını öğrenmek için adı geçen gazetenin sayfasına girmenize bile gerek kalmaz. Ekranın sağ alt köşesinde yanıp sönen bir ışık size yeni bir haber girildiğini bildirir. Yanıp sönen ışığın üzerine tıklamanızsa o haberi okumak için yeterlidir.¹³¹

4. Arşivleme ve Arşive Ulaşım Kolaylıkları

Bilgi arayanlar için gazete arşivleri önemli bir kaynaktır. Bu kaynaktan yararlanmak için insanlar ya gazetelere, ya da gazeteleri arşivleyen kütüphanelere gitmektedirler. Bu araştırmacılar istedikleri bilgiye ulaşabilmek için bu arşivlerde uzun saatler geçirmektedirler.

Oysa şimdi internet sayesinde, Türkiye'de ve dünyadaki pek çok gazetenin arşivine çalışma odalarımızdaki bilgisayarlardan ulaşmak mümkündür.

Artık günümüzde gazete ve dergiler her ne kadar kağıt üzerine basılı olarak yayımlanıyorsa da aslında bir gazete kağıt üzerinde basılana kadar perde arkasında elektronik aletler ve bilgisayarlar kullanılarak hazırlanmaktadır. Günümüzde muhabirlerde yazılarını

¹³¹ Kırılı, s.31

zaten bilgisayarda yazmaktadır. Böylece gazetecinin yazdığı haber ya da makale bir kez dizilmesine gerek kalmadan direkt gazetenin bilgi işlem sistemine girebilmektedir.¹³²

Bu sayede yazılar ikinci bir işleme gerek kalmadan bilgisayarda arşivlenebilmektedir. Bilgisayar ortamındaki bu arşivlerde, gazete sayfalarının yırtılması, çürümesi gibi sorunlar da ortadan kalkmaktadır.

Kısacası arşivleri bilgisayarlarda tutmak, arşivleme işiyle uğraşan kişiler, saklanan bilgilere evimizdeki bilgisayarlardan ulaşmakta araştırma yapanlar için büyük kolaylıktır.¹³³

4.5. m-Yaşam (Mobil Yaşam)

Dijitalleşen dünya, haberin her yerde ulaşılabilir olmasını gerçekleştirerek, sadece basılı gazete ve bilgisayarlardan değil, cep telefonlarından da haberin sunumunu olanaklı kıldı.

Cep telefonlarından internete erişmeye olanak sağlayan WAP (Wireless Application Protokol / Kablosuz Uygulama Protokolü) teknolojisi İnternet’te resim görebilmeye, renge, bir yazılımı indirmeye olanak sağlamaması nedeniyle, yerini kişisel ya da cep bilgisayarlarından internete bağlanırmışız gibi bağlanma olanağı sağlayan üçüncü kuşak cep telefonların bırakmaktadır. Bu cep telefonları dijital bilgiyi, kablosuz olarak havadan, daha uygun bir veri paketi şeklinde alıp, gönderebilmekte, İnternet’in varolan protokolünü değiştirmemektedir.¹³⁴

Böylece, web sayfalarında yer alan haberler, bu teknoloji aracılığı ile kullanıcının isteği doğrultusunda cep telefonlarına gönderilebilmektedir. Habere ulaşmak, hava durumunu öğrenmek için, artık bilgisayar karşısına geçmeye bile gerek kalmamaktadır.

Mobil yaşam haberin erişiminde ve ulaştırılmasında ciddi bir gelişme sağlamıştır.

‘e’ harfini meşhur eden İnternet olduğu gibi ‘m’ harfini meşhur eden de Mobil telefonlar ve özellikle GSM olmuştur.

¹³² Levent Eldeniz, **İletişim Teknolojilerinin Gelişim Sürecinde Bilişimin Gazetecilikteki Yeri**, M. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 1996, s.72

¹³³ Kırılı, s.33

¹³⁴ Uluç, s.22

Teknolojik gelişmeler, İnternet’i hayatımızın her alanına sokmakta, dahası mobil araçlarla birleştirmektedir. Giderek ses, data ve görüntü iletişimi birbirine yaklaştıkça, telekomünikasyon sektörü ve eğlence sektörü de birbiri içine girmektedir. Yakın gelecekte elimizde taşıdığımız küçük bir PC (bugünkü cep telefonları boyutunda) ile görüntülü telefon görüşmesi, İnternet bağlantısı yapabilecek, dünyanın her yerinden yayın yapan dijital radyo ve televizyonlar seyredilebilecek. Kapsama alanı gibi bir kavram tarihe karışacak, cebimizde kimlik, kredi kartı, ehliyet gibi şeyler taşımayacağız.¹³⁵

4.5.1. Başlıca Mobil İletişim Teknolojileri

4.5.1.1. GSM

İlk kez 1992 yılında Almanya ve Fransa’da hizmete verilen GSM(Küresel Mobil Haberleşme Sistemi) ilk sayısal hücresel sistemdir.

Mobil haberleşme sistemlerinin temelini oluşturan GSM teknolojisi 9,6 Kbps veri hızı ile çalışan bir teknoloji olmasından dolayı birçok orta ve yüksek düzeyde uygulamaların gerçekleştirilmesine, hizmetlerin sunulmasına olanak vermektedir.

4.5.1.2. SMS

SMS (Kısa Mesaj Servisi), mobil telefonlar aracılığıyla düz metinden oluşan kısa mesajların gönderilip alınabilmesi özelliğidir.

SMS’in dünya çapında bir üne sahip olmasını, saklama/iletme ve mesaj teslim edildi bilgisini kullanıcıya sunmasına bağlayabiliriz. Bugün, artık birçok kuruluş, gazete, haber ajansı da bu yola sıklıkla başvurmaktadır. Bu da yatırımın farklı bir dalı haline gelmiştir.

4.5.1.3. MMS: Çokluortam İçin SMS

SMS evrim geçirerek çokluortam mesaj servisine dönüştü. MMS adı verilen bu gelişmeyle birlikte SMS mesajları GPRS altyapısını kullanarak dijital fotoğraf, grafikler, tebrik kartları, oyunlar ve sesli mesajlar içerebiliyor.

¹³⁵ Yıldırım, Kaplan, Çakmak ve Üstün, s.43

MMS, Üçüncü nesil mobil şebekelerin yüksek iletim potansiyelinden faydalanma düşüncesiyle tasarlanmıştır. Bununla birlikte varolan GPRS şebekeleri üzerinde de kullanılmaktadır.

MMS, SMS'in koymuş olduğu karakter limitlerini ortadan kaldırır. Bunun yanı sıra biçimlendirilmiş metinler, çizimler, grafikler, animasyonlar, MS Power Point tarzı sunumlar, sesler ve video klipleri gibi zenginlik katıcı öğeler de bir MMS mesajında yer alabilir. Örneğin, bir MMS mesajında sayısal bir kamerayla alınmış bir fotoğraf ya da bir video klip bulunabilir. Fotoğraflar ya da diğer içerikler kameradan cep telefonuna (ya da mobil cihaza) kablosuz bir Bluetooth¹³⁶ bağlantısı üzerinden aktarılabilir. Aynı şekilde bir Web sitesinden alınan resim ve sesler de MMS mesajına eklenebilir.

Mobil teknolojide yaşanan bu gelişmeler, haberin sunumunu daha geniş bir çerçeveye taşımaktadır. Artık sadece muhabirin haberi yazması ya da olay yerine gitmesi gerekmemekte, olaya tanıklık eden kişinin bunu telefonu ile herhangi bir online yayın organına göndermesi yeterli olmaktadır. Örneğin, sokakta, ciddi bir yaralama olayı ile ilgili resmi, bilgiyi, kişi kendi telefonu aracılığıyla online yayın organına gönderebilmektedir.

4.5.1.4. WAP

WAP (Wireless Application Protocol- Kablosuz Uygulama Protokolü), kablosuz networkler üzerinde uygulama geliştirme ve servis verme amaçlarına yönelik açık ve küresel protokolleri içeren bir spesifikasyonun adı. WAP, esas olarak şu anki İnternet protokollerini temel alır ve kablosuz cihaz ve uygulamalarla çalışabilir. WAP Forum'un öncelikli hedeflerinden biri kablosuz iletişim endüstrisinin farklı alanlarında faaliyet gösteren oyuncularını bir araya getirmektir. Bu sayede ürünlerin birlikte çalışabilirliği ve mobil iletişim sektörünün gelişmesi mümkün olabilecektir.

WAP mimarisi, standart ve mevcut İnternet servis sağlayıcılarının kablosuz iletişim araçlarına İnternet servislerini sunabilmesi için tasarlanmıştır. Kablosuz cihazlar ile iletişimde WAP, bilinen XML, UDP ve IP gibi İnternet standartları kullanılır. WAP kablosuz iletişim protokolleri http ve TLS gibi İnternet standartları bazında tasarlanmıştır, fakat elde

¹³⁶ Bluetooth: İnsan-makine ve makine-makine bilgi alışverişinde, kablo iletişimini kaldırarak basitleşmeyi hedefleyen bir iletişim standardı.

taşınan kablosuz cihazların kısıtlı işlem kapasitelerinin en verimli şekilde kullanılmasını sağlar.

WAP ile mobil terminaller kullanılarak, İnternet üzerinden, ulaşım araçları ve eğlence programları için bilet rezervasyonu ve satın alınması, e-posta, yön tayini ve yer bulma, trafik, haber ve spor bilgileri, e-ticaret ve banka hizmetleri, rehber bilgileri ve kurumsal intranet erişimi gibi servis ve hizmetlere erişmek mümkün olmaktadır.

5. SONUÇ

Yazılı basın, yukarda anlatılan çerçeve bağlamında bir dönüşüm geçirmiş ve geçirmeye de devam etmektedir. Basın, basın olmaya başladıktan sonra, hep daha geniş kitlelere sesini duyurma amacıyla olmuş, bu ölçüde tirajı yükselişe ya da düşüşe geçmiştir. Bu nedenle yazılı basın, dünyada yaşanan gelişmelere açık olma durumundadır. Dünyada enformasyon alanında yaşanan gelişmeler, işte bu bağlamda yazılı basını da etkilemiştir.

İnsanın, haberleşmeye başladığı en ilkel zamanlardan günümüze, aşamalı olarak gelişen teknoloji karşısında, insan da haberi farklı yöntemlerle almaya başlamıştır. Önce bir takım işaret dilleri kullanılmış, sonra yazı icat olmuş, bunu kağıdın icadı takip etmiştir. Günümüzde de önem taşıyan bu gelişmeler, haberin yazılı sunumunu doğurmuştur. Yazılı olarak verilmeye başlanan haberler, elle çoğaltma yöntemi kullanılarak okuyucusu ile buluşabilmiştir. Ancak bu yetersiz gelmiş, toplumsal gelişim ve dönüşüm döngüsü, bilgi alma isteğini hep bir adım ileriye taşımıştır.

Elle yazmanın yetersiz gelmeye başladığı noktada devreye giren mekanik çoğaltma araçları, haberin yazılı olarak daha çok kişiye ulaşmasına olanak sağlamıştır. Günümüz yazılı basını, bu mekanikleşen altyapıyı geliştirerek bugüne kadar gelmiştir.

Ancak, sınır tanımayan teknolojik gelişmeler, haber/bilgi yayımı ve dolayısıyla yazılı basın alanına devrim niteliğinde bir yenilik getirmiştir. Bilgisayar ve onun uzantısı olan İnternet, artık herhangi bir materyale ihtiyaç duyulmadan, sanal ortamda haberin yazımına ve yayımına olanak sağlamıştır.

Yazılı basın, bu gelişme karşısında, basım olayına ihtiyaç duymadan varlığını sürdürebilecek bir hale gelmiştir. Yazılı basının ana üretim malzemeleri olan mürekkep, kağıt, baskı araçları artık elzem olmaktan çıkmıştır. Bunun yerine, dijital harfler, kağıtlar, resimler, sayfalar haberi yaymak için kullanılır hale gelmiştir.

İşte yaşanan bu gelişmeler, bizi sanal bir dünyaya götürürken, yazılı basının da buna ayak uydurma durumunda olduğunu göstermiştir. Nitekim, gerek dünya ölçeğinde gerekse ülkemiz ölçeğinde, büyük medya kuruluşları gazetelerini basılı vermenin yanında, İnternet üzerinden de vermek durumunda kalmışlardır. Bu durum gazete sayfalarının aynı ya

da farklı olarak, gazeteye ait Web sitelerinde yer almasına neden olmuştur. Bunun yanında sadece İnternet üzerinden haber veren, online gazeteler de türemiştir.

Bilgisayarın, yazılı basına girmesi ile elektronikleşen bu alan İnternet ile beraber hem elektronik hem de online olma yolunda değişime uğramıştır. Bu durum e-gazete, online gazete, web gazete gibi yeni ve ismen farklı olmasına rağmen aynı olan bu terimleri ortaya çıkarmıştır.

Okuyucu, bu online gazetelerin web sitelerine, evlerinden, iş yerlerinden, İnternet cafelerden bir tek tuşla ulaşma imkanına kavuşmuştur. Her sabah ücret ödeyerek aldıkları gazete yerine, zaten İnternet'e sahip olmanın avantajı ile ufak bir üyelik ücreti karşılığında gazete okuma fırsatını elde etmişlerdir.

Yine, İnternet üzerinden okudukları gazeteye, haber gönderme ve gazeteden haberi en hızlı şekilde alma şansına kavuşmuşlardır. Bu durum online gazetelerin interaktif olarak hizmet verme yolunu da açmıştır.

Gazetecilik alanında birçok değişimi beraberinde getiren bu yapı, gazeteci tanımını da yenilemeyi gerekli kılmaktadır. Gazeteci, haberi derleyen, araştıran ve yazan kişi olmaktan çok, artık masa başında okuyucudan gelen haberleri eleyip, kısa ekleme ve çıkarmalar yapan kişi haline gelmektedir. Bu nedenle, geleneksel gazetecilikten gelen muhabirler, kendilerini bu gelişmeye uydurmak durumunda kalmaktadırlar.

Gazete tasarım yapısı, web gazetelerde daha aktif, daha değiştirilebilir hale gelmiştir. Haber güncelleme süresi dört saniyeye inmiştir. Ya da bayatlamış bir haberi çıkarıp yenisini vermek, artık eskisi gibi ertesi günü beklemeyi değil, anında haber değişimine gitmeyi beraberinde getirmiştir. Reklamların sayfada yer kaplama sorunu kalmamış, ekrandan ufak bir linkle isteyene reklamı okuma imkanı verilmiştir. Sayfada haberin alacağı alan pratikleşerek, eğer gerekliyse bütün detay; değilse haber, bilgiyi verecek şekilde az ve öz olarak verilmektedir.

Gazeteler için önemli bir bölüm olan arşiv kısmı, elektronikleşme ile beraber daha rahat ve kolay oluşturulabilir bir şekle bürünmüştür. Muhabir, köşe yazarı, editör artık sanal

ortamda ya da bilgisayarda yer alan arşivden, yerlerinden kalkmadan yararlanır hale gelmişlerdir.

Hız ve güncellik demek olan Web gazeteler, yerel olanı da sınırlar ötesine taşımakta, enformasyonun en detaylı şekilde sunumuna olanak vermektedir.

Bilginin, böyle ucuz ve sınır tanımadan yayımı, bir zamanlar bilgi sahipliği açısından toplumda yaşanan sınıf farkını da ortadan kaldırmaktadır. Artık toplumun sadece elit kabul edilen kesimi değil, herkes bir tek tuşla merak ettiği her konuda bilgiye ulaşabilir hale gelmiştir.

Bütün bu gelişmeler, iyiyi beraberinde getirdiği gibi, kötüyü de teşvik edici rol oynayabilmektedir. Nitekim İnternet üzerinden yayımlanan gazeteler, sanal alemin çok da güvenilir olmaması nedeniyle yanlış bilgi aktarımına da yol açabilmektedirler.

Teknoloji hayatın her alanına değişimleri getirmeye devam ederken, yazılı basın adına, onu getirebileceği en uç noktaya taşımaktadır. Bu da yazılı basın diye bir şey kalacak mı? sorusunu zihinlere getirmektedir.

Bu bağlamda yaşanan tartışmalar, yazılı basının, online gazetecilik karşısında, miyadını doldurma yolunda olduğu şeklinde ifade edilmektedir. İnternet gazeteciliğinin parlak bir geleceği olduğu, bu nedenle egemen gazetecilik türünün İnternet gazeteciliği olacağı belirtilmektedir. Buna istinaden, kağıt ve mürekkepten oluşan gazetenin, önümüzdeki elli yıl içinde belki özel koleksiyon sahipleri dışında, diğer kesimler için fazla bir geçerliliği olmayacağı tahmin edilmektedir.

Ancak, tartışmalar bu durumun gazeteciliğin sonu anlamında algılanmaması, tam tersine enformasyon toplumunda basının, en temel insani etkinlik olmaya devam edeceği şeklinde yorumlanmaktadır.

Yine The New York Times, 2007’de yaptığı açıklamada on yıl içinde kağıt kullanımını bırakacaklarını, artık tamamen online bir gazete olacaklarını okuyucularına duyurdu.

Dünya çapında yaşanan gelişmeler, online gazeteciliğin galip olan taraf olduğunu gün geçtikçe ortaya koymaktadır. Nitekim, mobil hizmet alanında yaşanan gelişmeler de galip gelen tarafın, online gazetecilik olduğunu göstermektedir. Haber, artık bırakın İnternet ortamında, bulunduğunuz herhangi bir yerde, online gazete tarafından doğrudan mobil telefonunuza yollanır hale gelmektedir.

Teknolojik gelişmeler, dünya çapında, sürekli bir değişim ve dönüşüm yaratırken, bazı alışkanlıkları tamamen ortadan kaldırabilmekte, bazılarını da yeni boyutlar katmaktadır. Bu bağlamda yazılı basın, bu teknolojik gelişim karşısında hem kendine bir şeyler katmıştır hem de işlevini yitirme tehlikesi içine girmiştir de diyebiliriz.

KAYNAKÇA

Kitaplar

AKBAŞ, Faruk ve Emre İKİZLER, **Fotoğraf Teknik Okumaları**, İstanbul: Om Yayınevi, 2003.

ALGAN, Ertuğrul, **Fotoğraf Okuma, Görüntü Çözümlemesine Giriş**, Eskişehir: Baskı Hazırlık ve Tasarım Çözüm İletişim Hizmetleri Ltd. Şti., 1999.

ANDREWS, Ted, **Renklerle Tedavi**, İstanbul: Doğan Ofset DBR Magazines Tempo, 1996.

AYDIN, Emin Doğan, **Görsel İletişim Tasarımı Temel Ders Notları**, İstanbul: Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2007.

BECER, Emre, **İletişim Ve Grafik Tasarım**, Ankara: Dost Kitabevi, 2002.

Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi, Cilt 4.

Dyh (Doğan Yayın Holding) Buluşma 2008, **Geleceğin Kısa Tarihi**, 17-18 Ocak 2008

ELLMORE, R. Terry, **NTC's Mass Media Dictionary**, ABD: National Text Book Company, Illinois, 1991.

ERSÖZ, Ömer, **2000'li Yıllarda Yazılı Basının Geleceği**, İstanbul: Gazete Sahipleri Birliği Yayınları, 1999.

EVLİYAGİL, Şevket, **Gazete Yayımlama Yöntemleri**, Ankara: Ajans-Türk Matbaacılık, 1981.

GİRGİN, Atilla, **Yazılı Basında Haber Ve Habercilik Etiki**, İstanbul: İnkılâp Yayınevi, 2003.

GİRİTLİ, İsmet , **Günümüzde Haberleşme – Olaylar, Sorunlar, Gözlemler**, İstanbul: Der Yayınları ,1998.

GÜRELİ, Nail, **Geleceğin Gazetecilerinden Beklentiler, İnternet Çağında Gazetecilik**, (Haz. Serhan Yediğ ve Haşim Akman), İstanbul: Metis Yayınları, 2001.

İNAN, Aslan, **İnternet El Kitabı**, 3. Basım, İstanbul: Sistem yayınevi, 1999.

İNCEOĞLU, Yasemin Giritli, **Uluslararası Medya**, İstanbul: Beta Basım ve Yayım, 2000.

İNÜĞUR, Nuri, **Türk Basın Tarihi**, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992.

KABACALI, Alpay, **Türk Yayın Tarihi (Başlangıçtan Tanzimat’a Kadar)**, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1987.

KABACALI, Alpay, **Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii**, İstanbul: Cem Ofset, 1998.

KETENCİ, Hasan Fehmi ve Can BİLGİLİ, **Yongaların 10 000 Yıllık Gizemli Dansı Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, İstanbul: Beta Basım ve Yayım, 2006.

KOLOĞLU, Orhan, **Basınıımızda Resim ve Fotoğrafın Başlaması**, İstanbul: Engin Yayınları, 1992.

ÖZCAN, Oğuzhan, **İnteraktif Medya Tasarımında Temel Adımlar**, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2003.

ÖZÇAĞLAYAN, Mehmet, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, İstanbul: Alfa Yayınları, 1998.

ÖZERKAN, Şengül ve Bülent KABAŞ, **“Türkiye’de Medyanın Yapısal Sorunları ve Gazeteciliğin Konumu”**, **Medya Eleştirileri** (Derleyen: Nesrin Tan Akbulut), İstanbul: Beta Basım ve Yayım, 2005.

ÖZTOPRAK, Hasan, **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, İstanbul: İnkılâp Yayınevi, 2004.

PETER, Dahlgren, **Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and Its Publics**, London: Javnost/The Public 3:3, 1996.

POLLARD, Michael, **Johann Gutenberg**, Çev. Leyla Onat, Ankara: İlk Kaynak Kültür ve Sanat, 1996.

SIEGELAUB, S. **A Communication on Communication**, In Mattelart, A. and Siegelau, S. (eds.) **Communication and Class Struggle**, Vol. I, N.Y.: International General, 1979.

SMITH, Ken ve Sandra MORIARTY, ve Gretchen BARBATSIS, ve Keith KENNEY, **Handbook of Visual Communication Theory, Methods, And Media**, London, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2005.

SONTAG, Susan, **Başkalarının Acısına Bakmak**, Çev. Osman Akınhay, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2004.

ŞEKER, Mustafa, **Kuramsal Temeller ve Uygulama İlkeleriyle Sayfa Düzeni**, Konya: Çizgi Kitabevi, 2004.

TOPUZ, Hıfzı, **100 Soruda Başlangıçtan Bugüne Türk Basın Tarihi**, İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1996.

TOPUZ, Hıfzı, **II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi**, İstanbul: Remzi Kitabevi, 2003.

TÖRENLİ, Nurcan, **Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.

ULUÇ, Güliz, **Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı Olanaklar-Sorunlar- Tartışmalar**, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2003

VURAL, Ali Murat ve Halil İbrahim GÜRCAN, **Türk Basınında Teknoloji ve İnsan**, Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994.

WHITE, Alex W., **Type in Use Effective Typography for Electronic Publishing**, N.Y., London: Norton Company, 1992.

WILLIAMS, Frederick, **Technology and Communication Behavior**, London: Wadsworth Pub. Co., 1987.

YILDIRIM, Hakan ve Volkan KAPLAN, ve Tuncay ÇAKMAK, ve Cem Cihangir ÜSTÜN, **Her Şeyi E-leştirdik**, Ankara: Macar Yayınları, 2003.

ATAMAN, Nejla, *Gazetecilik ve İnternet*, **Öneri Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi**, Sayı 24, (Haziran 2005), s.295

HOFFMAN, Donna L., *Revolution Will Not Be Televised*, **Journal of Marketing Science**, (London 2000), No.1 Vol 19 P; 3.

İNCEOĞLU, Yasemin Giritli, *ABD'nin En Büyük Haber Ajansları,: AP ve UPI*, **Marmara İletişim Dergisi**, sayı 2, (Nisan, 1993) s.115.

OKTAY, Mahmut, *Bilgisayar Destekli Gazeteciliğin Klasik Haber Anlayışında Yaratacağı Değişiklikler*, **Marmara İletişim Dergisi**, sayı 5, (Ocak, 1994) s.74.

ÖZER, Ömer ve Haluk BİRSEN, *Differences in Newspapers' Printed and Internet Variations on The Basis of Visual Facts: National Football Matches Between Turkey and Switzerland on The Newspapers Hürriyet, Milliyet, Sabah and Vatan*, **4. Uluslar arası Etkileşimli Ortam Tasarımı Sempozyumu**, Yeditepe Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü (Nisan28-30, 2006), s.88.

ÖZERKAN, Şengül ve Esin KARTOPU, Hande AYAR, *The Relationship Between The Design of Newspaper and Human Beings Perception*, **4. Uluslar arası Etkileşimli Ortam Tasarımı Sempozyumu**, Yeditepe Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü (Nisan28-30, 2006), s.101-102.

PC Life, (Eylül 2000), sayı:6, s.204.

Piyasadaki En Küçük Flekso Baskı Makinesi, **Baskı ve Kağıt Dünyası** (Aylık Sektörel Gazete), İhlas Yayıncılık, sayı:5, İstanbul, 1999.

İnternet

BASIM, Nevzat, “*İnternet’in Türkçe Gerçeği*”, Türk-İnternet Com Kişisel Ropörtajı, 2002, <http://www.turk.internet.com>, (10 Mayıs 2008)

BICKNELL, Craig, “*Online News All About Text*”, <http://www.wired.com/news/print/0%2C1294%2C36104%2C00.html> (15 Mart 2008)

ÇEVİKEL, Tolga, “*Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler*”, <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130855647.pdf> (12 Nisan 2008)

İnternet Üst Kurulu Altyapı Teknik Komite Raporu, <http://www.ubak.gov.tr>. Kurul çalışma (15.07.1998)

LANDMAN,J., The New York Times Editörü, Dünya Editör Forumu, 5 Haziran 2007 <http://www.wan-press.org/article8702.html> (10 Haziran 2008)

NIEKERK, Mike Van, Editor-in Chief, Online (Fairfax Media), 14. Dünya Editör Forumu, Cape Town, June, 2007 <http://www.wan-press.org/article8702.html> (10 Haziran 2008)

OLIVER, Christian ve TESSLER, Eduardo, “**20 Ways to Improve Your Newspaper’s Website**”, Innovations in Newspapers 2007 World Report, The Innovation International Media and The World Association of Newspapers (WAN). <http://www.wan-press.org/article8702.html>. (10 Haziran 2008)

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Teknoloji> (27 Mayıs 2008).

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Bilgisayar> (15 Haziran 2008)

<http://www.ubak.gov.tr/ubak/tr/ilkler.php#haber>, (30 Mayıs 2008).

<http://www.ez-banner.com/bannerbizz/index>. (20 Mayıs 2008)

Yayımlanmamış Tezler

AKYAZI, Erhan, “*Yayıncılığın Gelişiminde Elektronikleşme Süreci ve Yazılı Basında Bilgisayarın Yeri*”, M. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 1997.

BAŞIYMEZ, Sibel, “*İnternet ve İnternet’te Sayfası Bulunan Gazeteler*”, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü (Yayımlanmamış Lisans Tezi), 1998.

DİLMEN, Necmi Emel, “*Bilişim Çağı’nın Gelişim Sürecinde E-Gazetecilik Olgusu ve İnternet Gazeteleri ve Haber Portalları Üzerine Bir Araştırma*”, M. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul, 2003.

ELDENİZ, Levent, “*İletişim Teknolojilerinin Gelişim Sürecinde Bilişimin Gazetecilikteki Yeri*”, M. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 1996.

KIRLI, Serkan, “*İnternet Teknolojisinin Gazete ve Dergi Yayıncılığına Getirdiği Yeni Olanaklar*”, M. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2003.

ŞİMŞİROĞLU, Selim, “*Yazılı Basında Haber Sunumunda Mizanpajın Habere Etkisi*”, M. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2002.

Kişisel Görüşme

BUDAK, Cüneyt, Kişisel Görüşme, (Yeditepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel iletişim Tasarımı Bölümü Öğretim Üyesi) 17 Haziran 2008.

KAPTANBAŞ, Yasemin, Kişisel Görüşme (Milliyet.com.tr Web Editörü), 10 Haziran 2008

ŞİMŞİROĞLU, Selim, Kişisel Görüşme (Zaman Gazetesi Tasarım Bölümü), 16 Aralık 2007

YARKENT, Cafer , Kişisel Görüşme, (Star Gazetesi Yayın Koordinatörü), 20 Ocak 2006.

YAZICI, Fevzi, Kişisel Görüşme (Zaman Gazetesi Sanat Direktörü), 15 Mart 2006.

Diğer:

ÇELİK, Ramazan, “Zaman Gazetesi Üzerine”, M.Ü. İletişim Fakültesi, Danışman: Şengül Özerkan, Yayınlanmamış Doktora Ders Sunumu, 2007