

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE
İTERAKTİFLEŞEN OKUR ÜZERİNE BİR ALAN
ARAŞTIRMASI

HÜLYA SEMİZ TÜRKOĞLU
2502080067

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Nurdoğan RİGEL

İstanbul 2014

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE
İTERAKTİFLEŞEN OKUR ÜZERİNE BİR ALAN
ARAŞTIRMASI

HÜLYA SEMİZ TÜRKOĞLU
2502080067

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Nurdoğan RİGEL

İstanbul 2014



DOKTORA

TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı : Hülya SEMİZ TÜRKOĞLU

Numarası : 2502080067

Anabilim/Bilim Dalı : Gazetecilik

Tez Savunma Tarihi: 29.04.2014

Danışman : Prof. Dr. Nurdoğan RİGEL

Tez Savunma Saati : 13.00

Tez Başlığı : "İnternet Gazeteciliğinde İnteraktifleşen Okur Üzerine Bir Alan Araştırması."

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 50. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜ'NE** OYBİRLİĞİ / ~~OYÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-Prof. Dr. Nurdoğan RİGEL		Kabul
2-Prof. Dr. Arzu KİHTİR		Kabul
3-Prof. Dr. Ali Murat VURAL		Kabul
4-Prof. Dr. Şengül ÖZARKMAN		Kabul
5-Doç. Dr. Veli POLAT		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR		
2-Doç. Dr. Emine YAVAŞGEL		

İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE İNTERAKTİFLEŞEN OKUR ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

HÜLYA SEMİZ TÜRKOĞLU

ÖZ

İnternet, radyo, gazete ve televizyonun da yer aldığı en çok kullanılan kitle iletişim araçları listesinde, en üst sıraya doğru hızla ilerlemektedir. Yazılı basının ardından medya dünyasında yerini alan ve gazetelerle bir rekabet halinde olan televizyon yayıncılığına alışan izleyici, günümüzde bilişim alanında görsel anlamda farklı bir teknolojiye sahip olan internetle de tanışmıştır. Hızla değişen iletişim ortamında birey, gazete karşısında “okuyucu” ve televizyon karşısında “izleyici” olarak tanımlanırken, internet teknolojisi karşısında ise “kullanıcı” kimliğini taşımaya başlamıştır. Televizyon iletişimde tek taraflı bir sunum söz konusu iken, internet aracılığıyla kurulan iletişimde çift taraflı bir iletişim söz konusudur.

İnternetin sağladığı ve en önemli özelliği diyebileceğimiz bu çift taraflı iletişim interaktivitedir. İletişim teknolojisindeki gelişmeler sonucunda da internet gazeteciliğinde “interaktivite” kavramıyla okur değişime uğramaktadır. Okur, internet ortamında gerekli gördüğünde düşüncesini/yorumunu yazmak için birçok olanağa sahip olmuştur. Okurun geleneksel medya karşısındaki edilgen konumunu, sahip olduğu avantajlarla katılımcı bir şekle dönüştüren internet gazeteciliği okur ve muhabir arasında interaktivitenin sağlanmasına katkı sağlamıştır.

Bu çalışmada, medya-okur arasındaki interaktivitenin bir sonucu aynı zamanda da bir yapı taşı olan okur yorumları incelenmiştir. Araştırmamız, okur temelli olduğu için Milliyet gazetesinin internet sitesinde ‘www.milliyet.com.tr’de yayınlanan haberler ve bu haberlere okur tarafından yapılan yorumlar ele alınmıştır. Okurun önemli sosyal ve siyasi konularda yorum yaparak habere katkısı ve katılımı aynı zamanda interaktivite sağlanıp sağlanamadığı yorumlar üzerinden değerlendirme yapılarak, yorumların haber içeriklerine ne düzeyde bir etki yaptığı araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnternet Gazeteciliği, İnteraktivite, Okur, Metin, Yorumlama, Alımlama.

A FIELD RESEARCH ON THE INTERACTIVE READS OF INTERNET JOURNALISM

HÜLYA SEMİZ TÜRKOĞLU

ABSTRACT

Internet, radio, newspapers and television in the most used in the list of mass media, the right to the top of a rapid progress. Of the written press and then in the world of media and newspapers, which are in competition with television broadcasting and audience accustomed, today, in the field of information visually different technology, the internet has also met. The rapidly changing communication environment of the individual, against the newspaper “the reader” in front of the television and the “audience” is defined as, the internet technology in the face of the “user” started to carry identity. Television is a one-sided communication, presentation, communication through the internet in a double-sided communication in question.

The most important feature that provides Internet and interactivity can say that communication is two-sided. As a result of advancements in communication technology in Internet journalism "interactivity" concept is transformed by its readers. Reads on the internet, if deemed necessary, the idea / has had many opportunities to write a review. Readers across the passive position of the traditional media have, with the advantage that converts to a participatory form of interactivity of Internet journalism and journalists to ensure readers have contributed.

In this study, a result of interactivity between media-readers also read the reviews, which carries a structure have been studied. Our research is based reads on the website of the newspaper Milliyet, www.milliyet.com.tr in published reports and comments by readers of this news is discussed. Reader comments on the important social and political issues and participation by making contributions to the news at the same time satisfies interactivity assessment is made not out of reviews, comments on the contents of the news that made an impact on what level were investigated.

Keywords: Online Journalism, Interactivity, Reader, Text, Interpretation, Reception.

ÖNSÖZ

“İnternet Gazeteciliğinde İnteraktifleşen Okur Üzerine Bir Alan Araştırması” başlıklı çalışmayla bugünün haber okuyucusunun iletişimsel interaktivite içindeki konumu ve etkisi incelenmiştir.

Tez çalışmamda, bilgisini ve tecrübelerini benimle paylaşan, planlı ve disiplin çalışmanın önemini öğreten, nitelikli bir eser vermem için beni yüreklendiren, tez danışmanım, değerli hocam Prof. Dr. Nurdoğan Rigel’e; bilgi ve deneyimleriyle çalışmama katkıda bulunan hocalarım, Prof. Dr. Arzu Kihitir’e, Prof. Dr. Ali Murat Vural’a, Doç Dr. Veli Polat ve Doç. Dr. Emine Yavaşgel’e bugünlere gelmemde katkısı bulunan tüm hocalarıma ve hayatın tüm aşamalarında bana destek olan bitanecik eşim Süleyman Türkoğlu’na çok teşekkür ederim.

Bununla birlikte yardım edebilmek için türlü fedakârlıklarda bulunan anneme, babama, kardeşlerim Fatmagül, Derya ve Metinime bu çalışmada beni sonuna kadar destekledikleri için teşekkür ederim. Anne, baba; sizin hakkınızı ödeyemem...

İstanbul Üniversitesi İstanbul Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi’ne tez çalışmamda yarar sağlayarak destek verdikleri için teşekkür ediyorum.

Bu tez projesi İstanbul Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje No: 13584

Hülya SEMİZ TÜRKÖĞLU
İSTANBUL,2014

İÇİNDEKİLER

ÖZET	III
ABSTRACT	IV
ÖNSÖZ.....	V
TABLO LİSTESİ	IX
ŞEKİL LİSTESİ	XIII
RESİM LİSTESİ	XIII
GRAFİK LİSTESİ	XIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

6

1. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ İLE ORTAYA ÇIKAN YENİ MEDYA.....

6

1.1. Yeni Medya Kavramı ve Özellikleri.....	9
1.2. Yeni Medya İle Değişen Sosyal-Kültürel Yapı	15
1.3. İletişim Sürecinde İnteraktivite Kavramı.....	18
1.3.1. Çevrimiçi Etkileşim: İnteraktivite.....	21
1.3.2. İletişim Sürekliliği ve İnteraktivitenin Sağlanması.....	23
1.3.3. İnteraktivitenin Çeşitleri	24
1.3.4. İnteraktivite ve İşlevsellik.....	26
1.3.5. İnteraktif Çalışmalar ve Medya.....	27
1.3.6. İnteraktivite ve Gazetecilik	29
1.4. İnternet Gazeteciliği ve Uygulamaları	31
1.5. İnternet Gazeteciliği ve Geleneksel Medya Karşılaştırması.....	37

İKİNCİ BÖLÜM.....

43

2. YENİ MEDYA ve “İTERAKTİVİTE”

43

2.1. Yeni Medya ve İnteraktivite Kavramı	45
2.1.1. İnteraktivite Kavramının Özellikleri ve İnteraktif Yaklaşımlar	48

2.1.1.1. Süreç Odaklı İnteraktif Yaklaşımlar	50
2.1.1.2. Araç Odaklı İnteraktif Yaklaşımlar	52
2.1.1.3. Algı Odaklı İnteraktif Yaklaşımlar	54
2.1.1.4. Bütünleştirici İnteraktif Yaklaşımlar	56
2.1.2. Başlıca İnteraktif İletişim Modelleri	56
2.1.2.1. Rafaeli İnteraktif İletişim Modeli	58
2.1.2.2. Burgoon İnteraktif İletişim Modeli	61
2.1.2.3. Norman Eylem İnteraktif İletişim Modeli	62
2.1.2.4. Heeter ve Altı Boyutlu İnteraktif İletişim Modeli	65
2.1.2.5. Kioussis İnteraktif İletişim Modeli	68
2.2. İnternet Gazeteciliğinde İnteraktif İletişim	70
2.3. İnteraktif İletişimin Sağlandığı Sosyal Ağlar	75
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	80
3. İNTERAKTİVİTE VE OKUR	80
3.1. İnteraktif İletişim ile Değişen “Okur”	80
3.1.1. Aktif Katılımlı Okur	84
3.1.2. Sanal Ortamda Kimliğin İnşası	87
3.1.3. İnteraktivite Yazarlığı ve Anlam Yaratmak	91
3.2. Teknolojide Birey Olarak Okur ve Toplum	93
3.2.1. İnteraktif Okurun Demokratik Katılımı	97
3.2.2. İletişim ve İnteraktivitenin Toplumsal İşlevi	99
3.3. Okur ve Okuma	102
3.4. Metindeki Kültürel Kodlar	105
3.5. Metinlerde İçerik ve Göstergebilim	109
3.6. Okur -Metin ilişkisinde Yorumlama Süreci	113
3.7. Metnin Tamamlanmasında Okurun Rolü ve ‘Alımlama’	121

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	131
4. MİLLİYET GAZETESİ www.milliyet.com.tr HABER SİTESİ OKUYUCU YORUMLARININ İNCELENMESİ.....	131
4.1. Milliyet Gazetesi İnternet Haber Sitesindeki Üçlü Sürmanşet Haberleri ve Yorum Sayısı.....	134
4.2. Milliyet Gazetesi İnternet Haber Sitesindeki İkili Küçük Manşet Haberleri ve Yorum Sayısı	149
4.3. Milliyet Gazetesi İnternet Haber Sitesindeki Beşli Manşet Üstü Haberleri ve Yorum Sayısı	162
4.4. Milliyet Gazetesi İnternet Haber Sitesindeki Onbirli Manşet Haberleri ve Yorum Sayısı.....	178
BULGULAR	209
SONUÇ.....	218
KAYNAKÇA	227
EK	244
BİLİŞİM TERİMLERİ SÖZLÜĞÜ	256
ÖZGEÇMİŞ	263

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Bordewijk ve Kaam'ın Dört İletişim Durumu Matrisi	20
Tablo 2: www.milliyet.com.tr Haber Sitesinin İnteraktif Bağlanma Alanları	132
Tablo A 1: 1 Mart Cuma 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	134
Tablo A 2: 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	134
Tablo A 3: 3 Mart Pazar 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	135
Tablo A 4: 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	135
Tablo A 5: 5 Mart Salı 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	136
Tablo A 6: 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	136
Tablo A 7: 7 Mart Perşembe 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	136
Tablo A 8: 8 Mart Cuma 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	137
Tablo A 9: 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	137
Tablo A 10: 10 Mart Pazar 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	138
Tablo A 11: 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	138
Tablo A 12: 12 Mart Salı 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	138
Tablo A 13: 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	139
Tablo A 14: 14 Mart Perşembe 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	139
Tablo A 15: 15 Mart Cuma 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	140
Tablo A 16: 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	140
Tablo A 17: 17 Mart Pazar 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	141
Tablo A 18: 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	141
Tablo A 19: 19 Mart Salı 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	142
Tablo A 20: 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	142
Tablo A 21: 21 Mart Perşembe 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	143
Tablo A 22: 22 Mart Cuma 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	143
Tablo A 23: 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	144
Tablo A 24: 24 Mart Pazar 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	144
Tablo A 25: 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	145
Tablo A 26: 26 Mart Salı 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	145
Tablo A 27: 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	146
Tablo A 28: 28 Mart Perşembe 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri	146

Tablo A 29: 29 Mart Cuma 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri.....	147
Tablo A 30: 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri.....	147
Tablo A 31: 31 Mart Pazar 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri.....	148
Tablo B 1: 1 Mart Cuma 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	149
Tablo B 2: 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	149
Tablo B 3: 3 Mart Pazar 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	150
Tablo B 4: 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	150
Tablo B 5: 5 Mart Salı 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	150
Tablo B 6: 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	151
Tablo B 7: 7 Mart Perşembe 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	151
Tablo B 8: 8 Mart Cuma 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	152
Tablo B 9: 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	152
Tablo B 10: 10 Mart Pazar 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	152
Tablo B 11: 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	153
Tablo B 12: 12 Mart Salı 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	153
Tablo B 13: 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	154
Tablo B 14: 14 Mart Perşembe 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	154
Tablo B 15: 15 Mart Cuma 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	154
Tablo B 16: 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	155
Tablo B 17: 17 Mart Pazar 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	155
Tablo B 18: 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	156
Tablo B 19: 19 Mart Salı 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	156
Tablo B 20: 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	156
Tablo B 21: 21 Mart Perşembe 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	157
Tablo B 22: 22 Mart Cuma 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	157
Tablo B 23: 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	158
Tablo B 24: 24 Mart Pazar 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	158
Tablo B 25: 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	158
Tablo B 26: 26 Mart Salı 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	159
Tablo B 27: 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	159
Tablo B 28: 28 Mart Perşembe 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	159
Tablo B 29: 29 Mart Cuma 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	160

Tablo B 30: 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri.....	160
Tablo B 31: 31 Mart Pazar 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri	161
Tablo C 1: 1 Mart Cuma 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	162
Tablo C 2: 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	162
Tablo C 3: 3 Mart Pazar 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri.....	163
Tablo C 4: 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	163
Tablo C 5: 5 Mart Salı 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	164
Tablo C 6: 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	164
Tablo C 7: 7 Mart Perşembe 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	165
Tablo C 8: 8 Mart Cuma 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	165
Tablo C 9: 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	166
Tablo C 10: 10 Mart Pazar 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri.....	166
Tablo C 11: 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	167
Tablo C 12: 12 Mart Salı 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	167
Tablo C 13: 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri.....	168
Tablo C 14: 14 Mart Perşembe 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	168
Tablo C 15: 15 Mart Cuma 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	169
Tablo C 16: 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	169
Tablo C 17: 17 Mart Pazar 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri.....	170
Tablo C 18: 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	170
Tablo C 19: 19 Mart Salı 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	171
Tablo C 20: 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri.....	171
Tablo C 21: 21 Mart Perşembe 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	172
Tablo C 22: 22 Mart Cuma 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	172
Tablo C 23: 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	173
Tablo C 24: 24 Mart Pazar 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri.....	173
Tablo C 25: 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	174
Tablo C 26: 26 Mart Salı 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	174
Tablo C 27: 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri.....	175
Tablo C 28: 28 Mart Perşembe 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	175
Tablo C 29: 29 Mart Cuma 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	176
Tablo C 30: 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri	176

Tablo C 31: 31 Mart Pazar 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri.....	177
Tablo D 1: 1 Mart Cuma 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	178
Tablo D 2: 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	179
Tablo D 3: 3 Mart Pazar 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri.....	180
Tablo D 4: 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	181
Tablo D 5: 5 Mart Salı 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri.....	182
Tablo D 6: 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri.....	183
Tablo D 7: 7 Mart Perşembe 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	184
Tablo D 8: 8 Mart Cuma 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	185
Tablo D 9: 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	186
Tablo D 10: 10 Mart Pazar 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri.....	187
Tablo D 11: 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	188
Tablo D 12: 12 Mart Salı 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	189
Tablo D 13: 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri.....	190
Tablo D 14: 14 Mart Perşembe 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	191
Tablo D 15: 15 Mart Cuma 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	192
Tablo D 16: 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	193
Tablo D 17: 17 Mart Pazar 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri.....	194
Tablo D 18: 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	195
Tablo D 19: 19 Mart Salı 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	196
Tablo D 20: 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri.....	197
Tablo D 21: 21 Mart Perşembe 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	198
Tablo D 22: 22 Mart Cuma 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	199
Tablo D 23: 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	200
Tablo D 24: 24 Mart Pazar 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri.....	201
Tablo D 25: 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	202
Tablo D 26: 26 Mart Salı 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	203
Tablo D 27: 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri.....	204
Tablo D 28: 28 Mart Perşembe 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	205
Tablo D 29: 29 Mart Cuma 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	206
Tablo D 30: 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri	207
Tablo D 31: 31 Mart Pazar 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri.....	208

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Gazetecilik Çeşitleri Arasında İçerik ve Bağlantı	30
Şekil 2: İnternet Gazeteciliğinin Tipolojisi.....	34
Şekil 4: Norman Eylem Modeli'nin Uygulama ve Değerlendirme Döngüsü.....	64
Şekil 5: Türkiye'de Sosyal Medya Sitelerinin Kullanıcı Yoğunlukları	79
Şekil 6: Evrim Geçiren Kullanıcı Davranışı.....	101
Şekil 7: www.milliyet.com.tr Haber Alanlarının Kategorileri	133
Şekil 8: Okurlar ve Haber Sitesi Editörleri Arasındaki İnteraktivite.....	216

RESİM LİSTESİ

Resim 1: Haber Sitesindeki Okur Yorumlarının “Beğenilen ya da Beğenilmeyen Yorum” Şeklinde Tıklanmasına Örnek.....	214
Resim 2: Okurlar Arası İnteraktiviteye Örnek	215

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: www.milliyet.com.tr Haber Sitesi Manşet Alanlarındaki Haber Sayısı	209
Grafik 2: Üçlü Sürmanşet Haberlerinin Yorum Sayısı.....	210
Grafik 3: İkili Küçük Manşet Haberlerinin Yorum Sayısı	211
Grafik 4: Beşli Manşet Üstü Haberlerinin Yorum Sayısı	212
Grafik 5: Onbirli Manşet Haberlerinin Yorum Sayısı	213

GİRİŞ

Gelişmiş ya da gelişmekte olan tüm toplumlardaki bireyler gündelik yaşamlarında değişik amaçlarla yeni iletişim teknolojilerini kullanmakta, kitle iletişim araçlarının etkisi altında kalmaktadırlar. Kitle iletişim araçlarındaki çeşitlilik teknolojinin gelişmesine bağlı olarak artmaktadır. Toplumsal yaşamda ortaya çıkan ihtiyaçlara bağlı olarak gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçlarındaki çeşitlilik, medyanın kullanım biçimini, bireysel alışkanlıkları ve bunlara bağlı pek çok şeyi değiştirmektedir.

Tüm dünyada ekonomik, politik, teknolojik ve kültürel alanlarda köklü değişimler yaşanması iletişim olgusunu da değiştiren ve dönüştüren bir unsur olmuştur. Özellikle iletişim teknolojilerinde görülen gelişmeler, dünyanın birçok ülkesinde ve Türkiye’de medya yapılanmalarında kendini göstermiş ve uluslararası bilgi ve enformasyon akışı, eskisinden çok daha büyük bir hızla yayılmaya başlamıştır. Bu gelişmelerle birlikte internet, dünyadaki bilgi ve enformasyon akışını hızlandıran, bilginin sınır tanımaz bir şekilde ülkelerarası dolaşmasına neden olan bir teknolojik yenilik olmuştur.

İnternetle birlikte, iletişim ve haberleşmenin önüne geçilemez bir hızla değişim geçirdiği günümüzde, gazeteler klasik rollerini yerine getirmenin yanı sıra, daha çok okuyucuya ulaşma, dünyanın her yerinden okunabilme, anında güncellenme gibi önlerindeki engelleri internet yardımıyla aşmayı çalışmaktadır. Gelişen teknoloji doğru eksiksiz ve taze habere çok çeşitli nedenlerle ihtiyaç duyan insanoğluna cevap verebilmektedir. 21. yüzyıl insanı bir olay hakkındaki bilgiye neredeyse anında ulaşabilmektedir.

Günlük gazetelerin haber verme konusunda yetersiz kalmaya başladığı bu zamanda daha çok okura ulaşabilmek, sık güncellenmek, ekonomik açılardan avantajları olan teknoloji internettir. İnternet üzerinden yayın yapan bir gazetede de, güncel bir gelişmeyi anında okuyuculara ulaştırabilmek mümkündür.

Yazılı basının ardından medya dünyasında yerini alan ve gazetelerle bir rekabet halinde olan televizyon yayıncılığına alışan izleyici, günümüzde bilişim alanında görsel anlamda farklı bir teknolojiye sahip olan internetle de tanışmıştır. Hızla değişen iletişim ortamında birey, gazete karşısında “okuyucu” ve televizyon karşısında “izleyici” olurken, internet teknolojisi karşısında da “kullanıcı” kimliğini taşımaya başlamıştır. Televizyon iletişimde tek taraflı bir sunum söz konusu iken, internet aracılığıyla kurulan iletişimde çift taraflı bir iletişim söz konusudur. Bunun dışında internetteki sayfaların sürekli güncellenmesi, en yeni bilgileri anında duyurma ve bu bilgilere kolayca ulaşma imkânı da sunmaktadır

Günümüzde, kişisel bilgisayarların hayatımıza girmesi, cep telefonlarının insanın bir parçasıymışçasına kullanılması, internet’in sosyal bir zorunluluk haline gelmesi interaktivite, interaktif iletişim teknolojileri, interaktif haber, interaktif okuyucu gibi kavramların araştırılması ve bu kavramların iletişim içerisindeki yerlerinin tanımlanmasını beraberinde getirmektedir.

İngilizce interactivity, Almanca Interaktivitaet, Fransızca interactivité ya da Türkçe interaktivite; “benzerler arasılık” anlamı veren “inter-” ön eki ve “etkin, etkili” anlamındaki “aktif” sözcüğünün birleşimi ile oluşmuş olan uluslararası bir terimdir. Terimin birleşimlerinden oluştuğu sözcüklerin anlamlarından birebir yola çıkılarak “etkinler arasılık” anlamına ulaşılabilir. Terim dilimize “etkileşim” olarak da çevrilmiştir. Ancak çalışmamda kullanımım ‘interaktivite’ olmuştur. Türkçeye olarak dilimize giren bu kavramın ‘interaktivite’ olarak kullanılması uygun görülmüştür.

Yeni bir kavram olması nedeniyle interaktivite üzerine yapılan çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Ancak interaktivitenin okuyucunun iletişime teknolojiyle aracılanmış yeni bir boyut getirdiği, televizyon, gazete, radyo gibi kitle iletişim araçlarının ise geleneksel olarak kabul edilmesine ve yeni medya kavramının ortaya çıkmasına neden olduğu çok açıktır.

Dünyadaki tüm yeniliklerin, gelişmelerin çok hızlı bir biçimde uygulama alanı bulduğu internet gazeteciliği bu değişimin içerisinde belirleyici rol oynamaktadır. Son

yıllarda internet gazeteciliğinde interaktif olarak katılan okuyucular tarafından yorum ve haberlerle katılması tercih edilmesi de bu teknolojilerin kabul görüp, hedef kitleler tarafından kullanılmaya başladığının bir göstergesidir. İnteraktif iletişim teknolojileri habercilik alanında yeni bir medya alanıdır.

Bu amaçla tezimizin birinci bölümünde, yeni iletişim teknolojileri ile ortaya çıkan yeni medya alanı olarak internet gazeteciliği tüm yönleriyle inceleyeceğiz. Yeni medya kavramının özellikleri, değişen sosyol-kültürel yapı, interaktivite kavramı, interaktivitenin çeşitleri, işlevselliği ve interaktif çalışmalarda medyanın özellikleri açıklanmaya çalışılacaktır. Ayrıca, internet gazeteciliğinin uygulamaları ve geleneksel medya karşılaştırmasına da yer verilecektir.

Tezimizin ikinci bölümünde yeni medyanın önemli özelliği olan interaktivite kavramı genel hatlarıyla incelenerek, interaktif yaklaşımlar, başlıca interaktif iletişim modelleri olan Rafaeli, Burgoon, Norman Eylem, Heeter ve Kioussis interaktif modeller üzerinde durulacaktır. Bu anlamda çalışmamızda, interaktivitenin kavramsal açıklaması ve özelliklerini, interaktif iletişim modellerinden yola çıkarak ele alacağız. Bu kapsamda yeni iletişim teknolojileriyle ortaya çıkan gazetecilik anlayışı ve sosyal ağlar açıklanmaya çalışılacaktır.

Tezimizin üçüncü bölümünde interaktivite ile değişen gazete-okur ilişkisi ele alınarak, teknolojiye birey olarak okur ve toplum, interaktivitenin toplumsal işlevi üzerinden okur-metin ilişkisinde yorumlama süreci, metnin tamamlanmasında okurun rolü ve alımlama konuları incelenecektir.

Tezimizin dördüncü bölümünde ise Türkiye’deki basılı gazetelere ait web siteleri arasında en fazla tıklanan sitesi incelenmiştir. Web sitelerinin Google Page Rank, Alexa, Techorati vb. değerlerle popülerliği ölçülebilmektedir. Web sitelerinin tıklanma sayılarını ölçen Alexa.com adlı internet sitesine göre Türkiye’deki basılı gazetelere ait web siteleri arasında en fazla tıklanan Milliyet gazetesinin “www.milliyet.com.tr” adlı haber sitesi araştırma alanımız olmuştur. Bu nedenle, 1-31 Mart 2013 tarihleri arasında

www.milliyet.com.tr sitesinin kategorilere ayırdığı toplamda **651 habere** okurlar tarafından yapılan **13359 yorum** ele alınarak, içerik analizi yöntemiyle incelenecektir.

Milliyet gazetesinin haber sitesindeki okur yorumlarını içeriğe etkisi ve interaktivite yaşanıp yaşanmadığı üzerine yapılan bu araştırma, **1 Mart – 31 Mart 2013** tarihleri arasında kapsamaktadır. Haber metinleri yayımlandıktan sonra okur yorumlarının içeriği ve eleştirisi doğrultusunda herhangi bir değişiklik yapıp yapılmadığı tespit edilmeye çalışılacaktır. Bu araştırmanın amacı, bu temel sorudan hareketle, okur-yazar ilişkileri bağlamında bugünün haber okuyucusunun iletişimsel interaktivite içindeki konumunu ve etkisini sorgulamaktır. Üretim aktörlerinin bakış açısıyla okuyucuların konumunu tespit etmek ve muhabirlerin okurlarını tanımlama tarzlarıyla okurlarına yaklaşımları boyunca biçimlenen/çeşitlenen haber üretim kültürlerini ve yayın stratejilerini incelemek bu tezin çıkış noktasını oluşturmaktadır.

www.milliyet.com.tr haber sitesinin anasayfasında yayınlanan haberler kategorileri site tarafından belirlenen **Son dakika (Gündem), Siyaset, Dünya, Futbol, Yaşam, Magazin, Spor** ve **Ekonomi** başlıkları ile haber alanlarına **Üçlü Sürmanşet, İkili Küçük Manşet, Beşli Manşet Üstü** ve **Onbirli Manşet** başlıkları altında toplanmıştır. İnternet gazeteciliği yapan diğer haber sitelerinde anasayfadaki haber alanlarına, **Tepe Manşet, Tepe Dörtlü, Üçlü Manşet, Slider Altı, Slider, Spor Slider** gibi tanımlamalar da kullanılmaktadır.

31 gün boyunca **08.00-00.00** saatleri arasında haber metinleri ve okur tarafından yapılan yorumların tamamı kayda alınmıştır. Haberlerin altına okuyucular tarafından yazılan okur yorumları incelenerek haber metinlerinde herhangi bir değişiklikte etkilerinin olup olmadığı araştırılacaktır. Ayrıca önemli sosyal ve siyasi konularda yorumların habere katkısı ve interaktivitenin gerçekleşip gerçekleşmediği bu yorumlar üzerinden değerlendirilmeye çalışılacaktır.

Yapılan araştırmada manşetler üzerinden haberler ele alınarak okurların hangi kategoride en çok yorum yaptığı incelenecektir. Bu analiz metin-okur bağlamında irdelenecektir. Ayrıca interaktif iletişimle ortaya çıkan haberlerin okur tarafından nasıl

algılandığı ve değerlendirildiği incelenecektir. Yöntem olarak içerik analizi, görüşme, kaynak tarama yöntemleri ve veri toplama tekniği kullanılacaktır.

Araştırmada bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Öncelikle yorum yazan okurların profilini çıkarmak teknik olarak mümkün olmamaktadır. Haber sitesi yöneticileri bu yorumcuların özellikleri hakkında fazla bir bilgiye sahip değildir. Çünkü yorumcuların birçoğu kimliğini gizlemekte, sanal kimlik kullanmakta ya da misafir olarak giriş yapmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ İLE ORTAYA ÇIKAN YENİ MEDYA

Teknoloji (technology) kelimesi Yunanca sanat, el yapımı, zanaat anlamındaki *techne* kelimesi ile bir şeyi bilmek ve üzerine çalışmak anlamındaki *logia* kelimesinin bileşiminden oluşmaktadır. Esas itibarıyla teknoloji kavramının en yaygın kullanımı insan yapımı, doğal olmayan her türlü nesneyi içine alacak kadar geniştir. Teknoloji kavramı, bir ürünün tüm üretim aşamalarını beşeri boyutlarıyla birlikte içine alan anlamda; *know-how* ve yöntem anlamlarında; sadece belli fiziki yapısı olan bir donanımın üretimi değil onun kullanımını da içeren anlamda kullanılabilir.¹

Teknoloji sıkça yenilik kavramı ile ilişkilendirilir. Ancak bu yeniliğin fark yaratan bir yenilik olması esas alınmakta ve günümüzde *inovasyon* olarak kavramsallaştırılmaktadır. *İnovasyon*, Latince bir kelimedir ve kaynaklara göre *innovatus*'tan türetilmiştir. “Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması”² anlamına gelmektedir. İnsanların birbirleriyle haberleşmesini sağlayan araçlar, birbirlerinden oldukça farklı yollarla gelişmelerini sürdürmüşlerdir. Ancak mikro elektronikteki ve bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerle birlikte, iletişim teknolojisinde de değişikliklerin ve yeniliklerin ortaya çıktığı görülmektedir. İletişim teknolojileri, bireyler, organizasyonlar ve ülkelerarası etkileşimi hızlandıran, küreselleşme sürecine katkıda bulunan bilgi tabanlı teknolojik gelişmelerdir.³

Son yarım yüzyıldan bu yana teknolojik gelişmeler birçok insanı şaşkına çevirmiş ve toplumların maddi temelini yeniden şekillendirmeye başlamıştır.⁴ Yeni iletişim teknolojileri temelinde toplumu anlamaya çalışan yaklaşımlardan enformasyon toplumu yaklaşımı, toplumsal gelişmeyi ilkel toplayıcı toplum, tarım toplumu, sanayi toplumu ve

¹ S. J. Kline, **What is technology? In Philosophy of Technology: The Technological Condition An Anthology**, Scharff RC, Dusek V (eds). Blackwell, Oxford, 2003, p.p. 210-212.

² C. Marx and F. Hacklin, **Design, Product Development, Innovation: All The Same in The End? A Short Discussion On Terminology**, Journal of Engineering Design. 16(4), 2005, p.p. 414-415.

³ Adem Ögüt, **Bilgi Çağında Yönetim**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2001, s.176.

⁴ Manuel Castells, **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi**, Çev: Ebru Kılıç, 1. Cilt, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005, s. 440.

enformasyon toplumu olarak değerlendirmekte ve yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği olanaklarla birlikte son dönem toplumsal yapıyı açıklamaya çalışmaktadır.⁵ Enformasyon toplumu ve yeni iletişim teknolojileri bağlamında gelişen tartışmalarla oluşan yaklaşım enformasyon toplumunu ‘bilgisayar ve telekomünikasyon teknolojilerinin internet aracılığıyla birleşmesi, giderek yaygınlaşması ve toplumsal hayatın her yanını kuşatması’ olarak tanımlar.⁶

Bilişim ve iletişim teknolojileri, zaman, mekân ve coğrafi uzaklık faktörlerinin yarattığı sınırlılıkları ortadan kaldırmayı; ses, görüntü, hareketli görüntü ve veri biçimindeki tüm enformasyon aktarımlarını tek ve esnek bir ağ içinde bütünleştirmeyi mümkün kılacak bir biçimde gelişmiştir. Bu gelişmenin bir boyutunda sayısallaşma, uydu, fiber optik kablolar gibi gelişmelerin, iletim kapasitelerini artırması ve maliyetleri azaltması gibi niceliksel dönüşümler, diğer boyutunda ise telekomünikasyon ve bilişim teknolojilerinin yakınsaması* sonucunda, “kitle iletişimiyle, noktadan noktaya iletişim hizmetlerinin i içe geçmesi” ile ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri, yani nitel değişimler yer almaktadır.

Günümüz kültürel yapısının oluşumunda etkin bir rol oynaması ve aynı zamanda bu oluşumun ürünlerinden biri olarak ortaya çıkması bağlamında “medya” modern kültür içerisinde önemli bir rol oynamaktadır. Toplumsal sürecin içinde rolü giderek baskın bir biçimde kendini gösteren değişim ve oluşumların yansımaları, güncel iletişimi etkilemektedir.

Dünyada yeniden yapılanma süreci sanayi devrimi ile başlamıştır. Buhar makinesinin icadı ve elektriğin ortaya çıkışından sonra gelen teknolojik gelişmeler dünya üzerinde üretimi arttırmıştır. Makineleşmenin doğal bir sonucu olarak kitlesel malları daha ucuza ve daha büyük miktarlarda üretmek mümkün olmuştur. Artan retim ile beraber

⁵ Erkan Tekman, **Enformatik Sistemler ve Bilgi Toplumu**, İ. Tekeli (ed.) içinde, Bilgi Toplumu Geçiş, Ankara, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002, s.s.265-275

⁶ Gürol Irzık, **Bilgi Toplumu mu Enformasyon Toplumu mu?** İ. Tekeli (ed.) içinde, Bilgi Toplumu Geçiş, Ankara, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002, s.s.53-85

* Tek bir cihazda iki veya daha fazla farklı teknolojilerin birleşimi anlamına gelir. Yakınsamayı önceden ayrı ele alınan ses (telefon özellikleri), veri ve görüntü teknolojilerinin aynı kaynakları kullanarak birbirleriyle etkileşmesi, sinerjik olarak yeni etkinlikler yaratması olarak tanımlanır.

tüketimi harekete geçirmeyi hedefleyen firmalar, henüz 1860’larda mallarını farklılaştırmaya ve marka bağımlılığı yaratmaya çalışmıştır.⁷ Firmalar yeni ürünlerin satılabilmesi için yeni pazarlar yaratmayı hedeflemiştir. Kitle tüketimi kitle iletişimini gerekli kılmıştır. Yeni kitle pazarlarına yönelik olarak, reklam kampanyaları başlatılmış ve ulusal reklamcılığın ilk örnekleri görülmüştür. Reklam kampanyaları, yinelenen sloganlar, tüketim festivalleri, ticari primler, ticari markalar, patentli etiket ambalajları, kitlelerin dikkatini ürünlere çekmek için ortaya çıkmış yeniliklerdir.⁸

19. yüzyılda, tüketimin kitle iletişim araçları kullanılarak etkin bir biçimde kontrol altına alınmasının ardından, kitle iletişim araçları siyasal ve toplumsal amaçlı olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojileri, bu dönemde devletin egemenliği altındadır. Telekomünikasyon hizmetleri, 1970’li yılların sonuna kadar yabancı ülkelerin rekabetinden korunmuş ulusal tekeller tarafından verilmiştir.⁹ Ardından gelen serbestleşme sürecinde, devletler ellerindeki yayıncı kurumların bazılarını özel kesime satmışlar ve kamu yayıncılığı yapan kurumların yanında ticari özel yayıncılara da izin vermişlerdir. Eskiden bir iletişim alanında faaliyet gösteren bir firmanın bir başka iletişim alanında faaliyet göstermesine izin verilmezken, bu sınırlama zamanla kaldırılmıştır.

Yeni iletişim teknolojileri aynı anda üç alan üzerinde etkili olabilmektedir. Bu etkinin söz konusu olduğu ilk alan, yayım ve iletim olanaklarının hızla çoğalması ve büyümesiyle bilginin yönlendirilmesi ve iletilmesi alanıdır. Bilginin sunulması ve görselleşmesi alanı teknolojinin etkili olduğu diğer bir alandır. Bu alanda bilgisayar ekranı iletilen bilginin sergilendiği ayrıcalıklı bir araç haline dönüşmüştür. Bilginin işlenmesi ve depolanması alanında da görüntünün sayısallaştırılmasına bağlı olarak telekomünikasyon ve bilişim tekniklerindeki ilerlemeler takip edilmektedir.¹⁰

⁷ Haluk Geray, **İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, Birinci Basım. Ankara, Ütopya Yayınevi, 2003, s.30.

⁸ Geray, **a.g.e.**, s.32.

⁹ Geray, **a.g.e.**, s.56.

¹⁰ Francis Balle ve Gerard Eymery, **Yeni Medyalar**, Çev. Mehmet Selami Şakiroğlu, İstanbul, İletişim Yayınları, Cep Üniversitesi, 1995, s.34.

Yeni teknolojilerin önceden var olmayan sosyal ve ekonomik örgütlenmelere fırsat tanıdıkları su götürmez bir gerçektir.¹¹ Dijital teknoloji özellikle internet, küresel pazarda ürün fiyat ve dağıtımına ilişkin bilgilere ulaşımı eşit hale getirmektedir. İnternet müşterinin ürünü ya da hizmeti daha rahat görmesini ona ulaşmasını, ulaşması sonucunda kıyaslama yapmasını, edindiği fikirler doğrultusunda algılarını değiştirmesini kolaylaştırmaktadır.¹² İnternet artık yaşamımızda geri dönülemez bir şekilde vardır. Dünyanın en hızlı yayılan küresel ağı olarak da bunun önüne geçmek de şu an için söz konusu değil gibi gözükmektedir. Bu nedenle yaşamımızla bu platformu uyumlaştırmakta fayda vardır. Çünkü her ağ, sistemi içinde yer alanlara fırsatlar sunarken ağın içinde yer almayanları dışlar.¹³

Yeni iletişim teknolojileri ağının küresel doğası bireylerin dünyanın her yerinde yapılan gazeteciliğe ulaşp, bunu uluslararası çapta tartışma konusu yapabileceği anlamına gelmektedir. Haberlerin içindeki düşünce haklarının daha değerli hale gelmesi sonuçlardan biridir. Daha önemlisi ise, gazeteciliğin, tek yönlü geleneksel gazetecilik, çok yönlü bir güç sahası haline gelmesidir. Ayrıca, haber yapma ve yayma teknolojisinin çok daha ucuz ve basit olması nedeniyle, hemen hemen herkes gazetecilik telaşına dâhil olabilmektedir.¹⁴

1.1. Yeni Medya Kavramı ve Özellikleri

Makine çağının da getirdiği tekniklerle, 21. yüzyılda kitle iletişim biçimleri, gittikçe artan bir hızla gelişmeye devam etmektedir. 1950’lerden 2000’lere kadar kurulmuş olan haberleşme ağlarında, teknolojik gelişmeler ve buluşlarla da artık en ufak haber ve bilgiyi yaymada büyük atılımlar yapılmaktadır. Yeni medya, çoğunlukla bilgi otoyolu (information superhighway) olarak adlandırılmaktadır ve geniş bir “bilişim ağı” nı (network of networks) temsil etmektedir.

¹¹ Manuel Castells, “The Contours of the Network Society”, Foresight, 2, 2, April, 2000, 151-157.

¹² Guilherme D. Pires, John Stanton, Paulo Rita, “The İnternet, Consumer Empowerment And Marketing Strategies”, **European Journal of Marketing**, Vol. 40 Iss: 9/10, 2006, p.p.936 - 949

¹³ Castells, **a.g.e.**, s.25.

¹⁴ Ian Hargreaves, **Gazetecilik**, Çev: Yeliz Özkan, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 2006, s.170.

“Yeni Medya” kavramı incelendiğinde söz konusu kavramın açılımları çoğalması ve gün geçtikçe hızlanan kültürel yeniden-üretim (reproduction) süreçlerinin kavramsal sınırları muğlâklaştırması, konuyu sınırları açıkça belirlenmiş bir çerçevede ele almayı zorunlu kılmakta. İnsanlık tarihinin çeşitli aşamalarında özgün kültürel iletişim araçlarının gelişmekte olduğu ve “yeni” medya tanımının bu süreç boyunca gelişen ürünlere, tarzlara ve teknolojilere bağlı olarak değiştiği ve güncellendiğidir.

Yeni medya, coğrafi uzaklıkları bir engel olmaktan çıkaran, iletişimin gücünde çok büyük artışlar ortaya çıkaracak, iletişim hızının artması için olanaklar yaratacak, interaktif iletişim için çeşitli imkanlar sağlayacak, birtakım bağımsız iletişim yöntemlerinin birbirleriyle ilintilendirilmesinin önünü açacak gelişmeler olarak tanımlanmıştır.¹⁵

Manovich’e göre yeni medya, “Var olan kitle iletişim araçları ve bilgi kaynaklarının (grafikler, hareketli görüntüler, sesler, şekiller, mekânlar, metinler, v.b.) bilgisayarlar tarafından erişilebilir ve işlenebilir rakamsal verilere dönüşümü”dür.¹⁶

Whittaker bir kavram olarak “yeni medya”nın geleneksel medyadaki teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak yaklaşık 1980’lerde ortaya çıktığını dile getirmektedir.¹⁷ 1994’te Wilson Dizard’a göre, bilgisayara dayalı medya arasında yüksek tanımlı televizyon (High Definition Television-HDTV), dijital radyo yayıncılığı, multimedya bilgisayarlar, CD-ROM’lar, lazer diskler, gelişmiş kopyalama makineleri, avuç içi databank’lar, elektronik kitaplar, videotext ağları, akıllı telefonlar, direkt-eve yayın uyduları (DBS) ve taşınabilir elektronik gazeteler bulunmaktadır. 1990’ların ortasından sonra internetin ve web’in hızla yayılması küresel medyada önemli değişiklik yaratmıştır. 2000 yılında Dizard “yeni medya” tanımına internet, dizüstü bilgisayarlar, wireless

¹⁵ David Croteau & William Hoynes, **Media Society: Industries, Images and Audiences**. Oaks: Pine Forge Press, 2003, p.322

¹⁶ Lev Manovich, **The Language of New Media**, Cambridge, The MIT Pres, 2001, p.26

¹⁷ Özhan Tıngöy ve Barbaros Bostan, “Future of New Media, Towards the Uitimate Medium: Presence, Immersion and MMORPGs”, **5.International Symposium Communication in the Millennium Kitabı**, (U.S.A.), Indiana University School of Journalism, Bloomington 16-18 Mayıs 2007, s.234.

iletişim, videodiskler, tüketiciler bilgisayar ağıları ve online haber servislerini de eklemiştir.¹⁸

Yeni medya'yı, "post-medya" ya da "meta-medya" olarak tanımlayan Manovich'e göre yeni medya, iletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişimiyle ortaya çıkan kültürel nesneleri inceler. "Manovich'in yeni medyası veri gösterimi, kullanımı ve erişimi için geleneksel ve yeni sayısal yöntemleri birleştiren farklı yazılım programları tarafından kontrol edilen sayısal veriden müteşekkildir. İnsanlar tarafından yapılmış daha eski işlemsel süreçler şimdi bilgisayarların yardımıyla daha hızlı bir şekilde işlenmektedir."¹⁹

Bilgisayar, sadece basit hesaplamalar içeren değıl, aynı zamanda asimile olan eski medyadan aldığı kompleks kültür formları içerdığı çok karmaşık bir araçtır. İnteraktif medya hem artistik medyayı hem de kitle iletişim araçlarının özelliklerinin bazılarını barındırır. Ama eski medya formlarının doğası, bilgisayar kalitesi tarafından değıştirilme konusuna sahiptir ve yeni metinler içinde incelenmelidir. Zihinlerdeki eski ve interaktif medya arasındaki ilişki, yeni belli başlı özellikler oluşturmayı gerektirmektedir. Yeni medyanın özellikleri hakkında pek çok teorisyenin fikri aynıdır, ama bir kaçı interaktif medyanın asıl özelliklerinin ne olduğı konusunda belli başlı özellikleri ortaya koyar.²⁰

Martin Lister ve arkadaşlarına göre yeni medya;

- Dijitallik
- İnteraktivite
- Bağılantılı metin (hypertextuality)
- İletme
- Uygulama

¹⁸ Lyn Gorman, David McLean, **Media and Society in the Twentieth Century: A Historical Introduction**, ABD, Blackwell Publishing Company, 2003, p.p. 186-187.

¹⁹ Tıngöy ve Bostan, **a.g.e.**, s.235

²⁰ Shaleph O'Neill, **Interactive Media: The Semiotics of Embodied Interaction**, BA University of Dundee Scotland Springer-Verlag London, 2008, p.p.20-22.

Christiane Paul yeni medya özelliklerini artistik açıdan sınıflandırır:

- İnteraktivite
- Katılım
- Dinamizm
- Müşteri
- Farklı Birleşim(Recombinant)

Rondall Packer ve Ken Jordon multimedya özellikleri bir alanda kategorize etmişlerdir.

- İnteraktivite
- İleri medya
- Birleşme
- Yoğunluk
- Anlatım

Lev Manovich, “ interaktif medya dili” adlı kitabında özelliklere yer verdi,

- Sayısız sunum
- Çeşitlilik
- Makineleşme
- Kod çevrimi
- Değişme

Özetlersek 3 tane özelliği olduğunu söyleyebiliriz interaktif yeni medyanın;

1. Kitle iletişim araçlarının teknoloji ile birleşimi,
2. Eski medyanın dijitalleşmesi, soyutlaşması ve simülasyonu,
3. İnteraktivite yazarlığı ve anlam yorumlanmasıdır.²¹

²¹ O’Neill, **a.g.e.**, p.20-22.

Buna göre yeni medyayı tanımlayıcı temel karakterler olarak “sayısal, interaktif, hipermetinsel (hypertextual), sanal, ağsal (networked) ve benzetimli (simulated)” ifadelerini sıralar.

Manovich’in çalışmasında Yeni Medya beş temel prensip ile tanımlanmıştır.²²

- *Sayısalılık:* Veri girdileri sayısallaştırılarak sistem içerisinde tekrar programlanabilir bir şekilde depolanır. Matematiksel olarak tanımlanabilir. Bir yeni ortamdaki tüm veriler bilgisayarlar üzerinde yaratıldığı zaman sayılabilirler. Diğer taraftan bir yeni ortam verisi, üzerinde yapılan değişikliklerle, manipölasyonlara maruz kalabilir.
- *Modülerlik:* Ürün tasarımında genel olarak dile getirilen modülerlik kavramından farklı olarak bu tarz bir modüler yapı, bağlamından koparılmış ve ilgisiz görünen birimlerin öznel kimliklerini korumaya devam ederek anlamlı bir bütünü oluşturması şeklinde ortaya çıkar. World Wide Web tamamıyla modülerdir. Bu birimler de dijital çevrimlerden meydana geldikleri ve benzer tarz sistemlere ait oldukları için (piksel, poligon, NURBS, vb.), bir araya geldiklerinde bağlamından koparılmış bile olsa nesne orijinalliğini koyabilir.
- *Otomasyon:* Medyanın sayısal temsili ve modülerlik özelliği otomasyon prensibini de beraberinde getirir. Bilgisayar tabanlı ürünlerde otomasyonun sağlanmasındaki birincil amaç, kullanıcının arabirim üzerinde sürekli kontrolüne olan gereksinimin azaltılmasıdır. Burada ürünün yapay bir zekâ geliştirip kullanıcı adına karar vermesinden çok, kullanıcının tercihlerini ve sürekli ihtiyaçlarını saptayıp adaptasyon geliştirebilmesi amaçlanmaktadır.

²² Manovich, **a.g.e.** p.p.27-48

- *Değişkenlik:* Yeni medya aynı verinin birden fazla şekillerde ortaya çıkmasını sağlar. Bu ise sayısal temsil ve modülerliğin bir uzantısıdır. Yeni Medya'nın değişkenlik ilkesi genel olarak ilk iki ilkeyle (dijital gösterim ve modülerlik) ilintili düşünülür. Değişik platformlarda bir araya gelebilen dijital parçalar, yeni ürün tiplerinin (yazılımlar, ara yüzler vb.) kullanıcı tarafından çeşitlendirilebilmesini olanaklı kılmıştır. Tasarım alanının kavramları çerçevesinden bakıldığında bu ilke, beraberinde ürünlerin kişiselleştirilmesini de getirdiği için önemli bir konumdadır.
- *Kod Dönüşümü:* Bilgisayarın veriyi işleme ve sunma yöntemleri ile kullanıcının bilgiye erişme yöntemleri aynı değildir. İnsanlar veya kültürler arasında oluşturulmuş herhangi bir girdinin Yeni Medya'nın nesnesi olabilmesi için sayısallaştırılması ve uygun formata çevrilmesi gerekmektedir. Yeni ortamlar bilgisayarlar aracılığıyla yaratılmış olsa bile bilgisayar katmanı kültürel katmandan etkilenir. Bu durum insan ve bilgisayar bileşiminden oluşan yeni bir bilgisayar kültürünün oluşmasına yardım eder. Sisteme tanıtılan bu girdi, sistem içerisinde farklı protokoller arasında dönüştürülebilir hale gelebilir (dosya uzantısının ya da formatının değiştirilmesi, vb.).

Medya ürün formlarının (kullanıcı ara yüzleri, yazılımlar vb.) kullanıcıyla iletişiminin genel olarak görsel (kimisi zaman da diğer algı kanallarıyla) temsil yöntemine dayandığı göz önüne alınırsa, kişisel ve toplumsal düzeyde farklı algılama biçimleri görülmesi kaçınılmazdır.

Manovich, neyin yeni medya sayılamayacağı sorusuna ise şu tanımla ulaşır:

- 1) Yeni medya geleneksel medyanın sayısal gösterime dönüşmüş halidir. Fakat onun gibi sürekliliği yoktur.
- 2) Temelde hepsi sayısal kod içerir. Bu da farklı cihazlarda gösterime olanak verir.
- 3) Rastgele erişime olanak tanır. Erişimde hız yaklaşık eşittir.
- 4) Bilgi dönüşümündeki sayısal ifade aslına kıyasla bilgi kaybı oluşturur.

- 5) Geleneksel medyanın aksine kopyalar arasında bilgi kaybı olmaz.
- 6) Geleneksel medyanın aksine etkilesimlidir. Bu interaktivite kullanıcı ile ortam nesnesi arasındadır. Kullanıcı neyi hangi sırayla görüntüleyeceğini belirleyebilir. Bu yüzden kullanıcının etkileşimi benzersizdir.²³

1.2. Yeni Medya İle Değişen Sosyal-Kültürel Yapı

Bu bin yılsonunda... Yeni bir başat toplumsal yapıyı, ağ toplumunu; yeni bir ekonomiyi, bilgi/küresel ekonomiyi ve yeni bir kültürü, sanal gerçeklik kültürünü vücuda getirmiş olan... Yeni bir dünya biçimleniyor.²⁴

İletişim alanındaki değişimler sosyal ilişkileri ve dolayısıyla da toplumsal yapıyı da etkilemektedir. Aynı şekilde toplumsal yapının ortaya koyduğu ihtiyaçlar da teknolojik gelişmeleri tetikleyebilmektedir.

İnternetin tarihini inceleyen Johnny Ryan internet teknolojilerini endüstri çağının çocuğu olarak görmektedir. Ona göre dijital iletişimin ortaya çıkışından çok önce buhar gücünün kullanımı, telgraf, endüstrileşen ticaret ve savaşlar dünyanın temposunu hızlandırmıştır. Dijital çağın getirdiği değişim endüstri devriminin yarattığı kontrol ve hiyerarşiye dayalı merkezileşmiş dünya düzeninde merkezi noktaların ortadan kalkarak, ağ ve şebekeler boyunca uzanmış çok sayıda noktanın varolduğu bir yapıyı getirmiş olmasıdır. Politik ve kültürel yaşam da bu ağ yapısına göre yeniden yapılanmaktadır.²⁵

Medya, bizim iletişimde kurmak için kullandığımız bir şeydir. Başkalarına gönderdiğimiz mesajları ileterek bizim yerimize harekete geçer. Düşüncülerimizi ve fikirlerimizi ortaya koymak için kullandığımız bir araçtır. Bizim için bir yerde duran ve böylece kendimizin gördüğü ya da başkalarının iletmek için kullandığı bir şeydir.

²³ Manovich, **a.g.e.**, p.49.

²⁴ Chris Freeman & Francisco Louçã, **Zaman Akıp Giderken Sanayi Devrimlerinden Bilgi Devrimine**, Çev. Osman S. Binatlı, İstanbul, İthaki Yayınları, 2013, s.431.

²⁵ Johnny Ryan, **A History of the Internet and the Digital Future**, London, Reaktion Books, 2010, p.37.

Vücudumuz olmadan, düşüncelerimizi ifade edemezdik. Tüm medya ve fikir iletme araçları en azından bir şekilde, McLuhan'nın dediği gibi "insanoğlunun uzantısı"nın dünyada yer almasıdır. Medya o zaman fiziksel bir öğedir ve bizim dünya ile ilişkilerimizde katkı sağlar, böylece, onların daha açık olmasını sağlamak için kendi fikir ve düşüncülerimizi iyice yerleştirmemize izin verir.²⁶ Toplumlar medyaya büyük sorumluluklar yüklemektedir. Her toplumun medya sistemi farklı olsa dahi, bu sistemler özünde toplumu gerektiği ölçüde temsil etmesi, sorunları yönetim mekanizmalarına aktarması, kararları ise topluma sunması temel düşünceleri etrafında birleşmektedir.

Yeni medya kavramının kendisi zaten bir değişimden kaynaklanır. Her ne kadar tanımı teknolojik temellerle netleştirilmiş olsa da, teknoloji ve toplum birbirini etkileyen ve karşılıklı evrime sebebiyet veren unsurlar olarak birbirinden ayıramazlar. Castell'in "Teknoloji toplumu belirleyemez: onu şekillendirir. Fakat toplum da teknolojik yenilikleri belirleyemez: onu kullanır"²⁷

"Bir ortamın yarattığı kişisel ve sosyal akıbet -ki o bizim bir uzantımızdır-, uzantılarımız -ya da yeni bir teknoloji- aracılığıyla tanıştığımız yeni ölçeklerin sonucudur."²⁸ McLuhan, insanların ortamları dönüştürdüğüne ve bu dönüştürdüğü ortamlardan dolayı da dönüştüğüne dikkat çeker. Bu çift taraflı etkileşim sebebiyle, medyanın insanın bir uzantısı olarak tanımlanabileceğini öne sürer.

Castells, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle küresel anlamda ortaya çıkan böyle bir dönüşümün ağ toplumunu oluşturduğunu savunmaktadır. Castells'e göre enformasyonu ön plana çıkaran ağ toplumu bilişim teknolojileri tarafından harekete geçirilen, bilişim ağlarında oluşan ve tüm küreye yayılmış yeni bir toplumsal organizasyon yapısıdır. Bu yapı insanlar arasında kültür aracılığıyla şekillenen bir

²⁶ O'Neill, **a.g.e.**, p.9-10.

²⁷ Marianne van den Boomen, Sybille Lammes, Ann-Sophie Lehmann, Joost Raessens, & Mirko Tobias Schäfer, **In Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology**, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2009, p.105

²⁸ Marshall McLuhan, **Understanding Media: The Extensions of Man**, United Kingdom, Routledge, 1994, p.9.

etkileşim ortaya koyduğu gibi; üretim, tüketim ve güç ilişkilerini de etkilemiştir.²⁹ Ağ toplumu yapısı bunların yanı sıra sosyal ilişkileri, kişiler arası ilişkileri de ortaya koyduğu yeni iletişim yapıları ile etkilemiştir.

Dewdney ve Ride, yeni medyayı sadece kültürel içeriklerle ya da sadece teknolojik bir yaklaşımla ifade eden yazarları eleştirerek, teknik / sosyal ayrımında daha ortada bir duruş sunar. Yeni medya tanımına “teknoloji + kavram (concept) + bağlam (context)” formülünü getirirler. “Uygulamada rol oynayan etkin fikirler, teknoloji, kültürel bağlam ve kültürel kavramlardan ortaya çıkarlar [...] ve kültürel kavramları bir bağlamdan diğerine aktarırlar.”³⁰

Manovich ise yeni medya tanımı gereken netliği sağlar. Manovich, tanımını her ne kadar teknolojide odaklasa da, teknolojik özellikleri kurama indirgeyerek, kültürel ve sosyal değişime de referans olabilmektedir. Basta belirtildiği gibi “her kültür teknolojidir.”³¹

Günümüze baktığımızda yeni medyanın bireyin sosyal ve kültürel yapısına büyük değişimler yaşatmıştır. Ceplerimizde taşıdığımız cihazların pek çoğu bilgisayarlardan daha güçlü duruma gelmiştir. Bu tarz bir güç bir zamanlar sadece askeriye özelken, bu gücü artık dijital medyamızı saklamak, bulmak, oynamak, göndermek ve çoğaltmak için kullanıyoruz. Eskiden evlerimizde yer kaplayan müzik yazılımları, fotoğraflar, film klipleri, filmler, dosyalar ve evrakların hepsi artık yanımızda taşınabilir ya da kişisel ağlarımıza sayısız bağlantı noktasından girilerek ulaşılabilir durumdadır. Etrafımızı saran medya ağına neredeyse sürekli olarak bağlantıdayız. Medya gündelik hayatımızla iç içe geçtikçe günlük uğraşlarımızın pek çoğu da şekil değiştirmekte. Birbirine bağlı cihazlar ve ağlar sayesinde artık pek çok işimizi kesintiye uğramaksızın evde, metroda ya da seyahat ettiğimiz bir şehirdeki otel odasında sürdürmemiz mümkün. Bilgi kolaylıkla bir

²⁹ Manuel Castells, “Enformasyonculuk ve Network Toplumu”, **Hacker Etiği: İş Hayatına Yıkıcı Bir Yaklaşım**, Der. Pekka Himanen, çev. Şebnem Kaptan, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005, s.s. 123-133.

³⁰ Andrew Dewdney and Peter Ride, **The New Media Handbook**. New York, Routledge Taylor & Francis Group Kondon and Newyork, 2006, p. 8.

³¹ Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelly, **New Media: A Critical Introduction**, 2nd Edition, New York, Routledge Taylor & Francis Group Kondon and Newyork, 2003, p.2

noktadan diğerine taşınabilmektedir. Üstelik yanımızda taşıma zorunluluğu olmaksızın. Tek ihtiyacımız olan şey erişim.³²

1.3. İletişim Sürecinde İnteraktivite Kavramı

.... bilim adamları, yeni iletişim teknolojilerinin çoğu interaktiviteyi karşılamaya yönelik modellere yönelecektir. Bu nedenle yeni entelektüel terminolojiye ihtiyaç duyulacaktır.³³

Genel bir açıdan yeni bir terminoloji olarak interaktiflik yeni medyanın betimleyici bir özelliği olarak kullanılmaktadır Birçok yazar kavramın anahtar işareti olarak geri bildirim odaklanmaktadır Bu durumda, eğer katılımcılar kişilerarası iletişimle karşılaştırılabilen mesaj alışverişlerinde yer alabilirse, bu deneyimler interaktif olarak etiketlenmektedir. Fakat iki yönlü iletişim interaktiflik ile ilgili tek deneyim tipi değildir, çünkü birçok akademisyen biraz olsun geri bildirim dahil olduğu takdirde birden-çoğa ve çoktan-çoğa iletişim deneyimlerinin de altını çizmektedir. İletişim akışının doğrusal veya doğrusal olmayan bir şekilde gerçekleşebileceğini de belirtmek gereklidir Elbette ki tek yönlü iletişim interaktiflikte düşük olarak görülür.³⁴

Web iletişimi çalışmalarında web sayfaları ve sitelerdeki köprülerin sayısı interaktif işlevselleştirmek için kullanılmıştır. Kenney ve ark. (2000) çok yönlü bir perspektiften, hız ve dil alternatiflerine bakarak seçeneklerin karmaşıklığını değerlendirmiştir. Aynı şekilde Ha ve James (1998), renk, hız ve dil seçenekleri; merak uyandıran cihaz ve oyunların sayısı ile oyunculuk; köprüler ile bağlantı kurma; web sitelerindeki kayıtlar için bilgi toplama ve e-mail, telefon numarası vb gibi mekanizmalar

³² O'Neill, a.g.e., p.77.

³³ Jens F. Jensen, "Interactivity: Tracking a New Concept in Media and Communication Studies", **Computer Media and Communication: A Reader**, USA, Oxford University Press,1999, p.186.

³⁴ Spiro Kiouis, "Interactivity: A Concept of Explication", **New Media and Society**, Vol.4, No.3, 2002, p.366.

yoluyla karşılıklı iletişim bağlamlarında seçenekleri ölçmüştür. McMillan kullanıcılara istedikleri zaman güncelleme yapmaya yoluyla zaman esnekliğini araştırmıştır.³⁵

Aşağıdakiler literatür araştırmasında karşılaşılan açık olarak interaktivite tanımlamalardan bazılarıdır:³⁶

Rafaeli interaktiflik kavramını “belirli bir dizi iletişim alışverişinde herhangi bir üçüncü (veya daha fazla) iletimin (veya mesaj) önceki alışverişlerin daha da önceki iletimlerle ilgili olduğu derece ile bağlantılı olan ölçünün bir ifadesi olarak” tanımlamıştır.

Williams ve Ark. interaktifliğin, “bir iletişim projesindeki katılımcıların kontrole sahip olduğu ve karşılıklı söylemlerinde rolleri değiştirebildikleri düzey olduğunu” belirtmiştir.

DeFleur ve Ball-Rokeach benzer şekillerde “interaktifliğin kişiler arası iletişimin özelliklerinden bazılarını alan iletişim süreçleri anlamına geldiğini” belirtmektedir

Steuer ise interaktifliği, “kullanıcıların gerçek zamanda bağımlı bir ortamın yapı ve içeriğini değiştirme işleminde dâhil olabilecekleri seviye” olarak tanımlamıştır.

Ha ve James interaktifliğin “iletişimci ve izleyicinin cevap verebilme veya birbirinin iletişim ihtiyaçlarını karşılamada isteki olma derecesi” olduğu konusunu tartışmışlardır.

Jensen bunun, kullanıcının aracılı iletişimin içerik ve/veya yapısı üzerinde etkisi olmasına izin vermede medyanın potansiyel yeteneğinin bir ölçüsü olduğunu ileri sürmüştür. Jensen, toplumbilimsel perspektiften interaktifliğin, “belli bir durumda

³⁵ Kioussis, **a.g.e.**, p.p.366-367.

³⁶ Kioussis, **a.g.e.**, p.368.

karşılıklı olarak davranış ve eylemlerini birbirine adapte eden iki veya daha fazla kişi arasındaki ilişki” olduğunu öne sürmüştür.³⁷

İnteraktivite kavramı iletişim kavramıyla yakından ilişkilidir. Jensen, bilgi trafiğine ilişkin iki niteliğe cevap arayan Bordewijk ve Kaam’ın Dört İletişim Durumu Matrisini kullanarak interaktivite kavramını açıklamaya çalışmıştır. Matriste cevabı aranan niteliklerden ilki, bilgiyi kimin sağladığı ve bilginin sahibinin kim olduğudur. İkincisi ise, zamanlama ve içerik açısından bilginin dağıtımını kimin kontrol ettiğidir. Jensen bu iki niteliğe bağlı olarak dört farklı iletişim durumu tanımlamıştır.³⁸

	Bilgi Sağlayıcı (Kaynağı): Merkez	Bilgi Sağlayıcı (Kaynağı): Kullanıcılar
Bilgi dağıtımı bir merkez tarafından kontrol ediliyor	1) İletim (Tv-Radyo) (bilgiyi merkez kontrol ediyor tek yönlü iletişim modeli)	4) Kayıt (Bilgi sağlayıcısı kullanıcılarından topladığı bilgileri işliyor, kaydediyor ve dağıtımı kontrol ediliyor)
Bilgi dağıtımı kullanıcılar tarafından kontrol ediliyor	3) Konsültasyon (ortak fikir alış-veriş-iştişâre) (hangi bilgi ne zaman dağıtılacağına kullanıcı karar veriyor)	2) Sohbet (bilginin dağıtımını kullanıcılar kontrol ediyor. Çift yönlü iletişim modeli. E-postalar...)

Tablo 1: Bordewijk ve Kaam’ın Dört İletişim Durumu Matrisi³⁹

Bu dört iletişim durumu içerisinde, sadece iletim tipinde tek yönlü iletişim modeli kullanılmaktadır. Sohbet tipindeki iletişim ise, iletişim araştırmalarında kişiler arası iletişim olarak değerlendirilmektedir. Jensen’e göre, konsültasyon ve kayıt tipindeki iletişim durumları medya araştırmacıları tarafından göz ardı edilmiş modellerdir. Yeni medya kavramının ortaya çıkışıyla beraber, iletim tipinden diğer üç iletişim tipine doğru geçiş başlamıştır. Yeni medyanın iletişim ortamını tek yönlü iletişim modelleriyle

³⁷ Jensen, **a.g.e.**, p.186

³⁸ Jensen, **a.g.e.**, p.186.

³⁹ Jensen, **a.g.e.**, p.186.

açıklamak mümkün değildir. Sohbet, konsültasyon ve kayıt tipindeki modeller, interaktif durumları ifade etmektedir.⁴⁰

1.3.1. Çevrimiçi Etkileşim: İnteraktivite

İnteraktivite geniş anlamda gerçek zamanda katılımcının dolayımlanmış iletişim ortamında iletişimin biçim ve içeriğini değiştirme ve etkilemedeki katılımı olarak tanımlanabilir.⁴¹ İnternette interaktivitenin üç unsuru içermektedir: hız, eylemin sayısı ve kapsama. İletişimde bulunan bireylerin tepkilerini birbirlerine gönderme süreleri olarak tanımlanabilen hız, en yüksek olarak yüzyüze iletişimde kendini göstermektedir. Yeni iletişim teknolojileri interaktivite hızını en yükseğe çıkarmaktadırlar.

İnteraktivite eylemin sayısı veya miktarı iletişim ortamına etkide bulunabilecek değişim olarak tanımlanmaktadır. İnternet iletişimde kullanıcılar iletişimi başlatma ve bitirmede, içeriği değiştirmede özgürdür. Mesaj saklanabilir, değiştirilebilir. Kapsama ise iletişim sürecinde birbiriyle bağlantılı faaliyetleri tanımlamakta kullanılmaktadır. Yüzyüze iletişimle bilgisayar dolayımı iletişim arasında çeşitli farklılıklar bulunmaktadır. Elektronik ortam yüz ifadesi, jestler, bakış yönelimi gibi sözel olmayan göndermeler anlamında farklılık göstermektedir. Bireylerin fiziksel varlıklarının görülememesinden kaynaklanan ve bu tür göndergelerin bilgisayar dolayımı iletişimde yokluğu aşırılıkların ortaya çıkmasına, diğerlerinden ziyade ben'in ön plana alınmasına neden olmaktadır.⁴²

İnteraktivite araç ya da ortamla iletişimi anlatmaktadır. İnteraktiflik; seçici okuma, hiper bağlantı yeteneği, anahtar kelime ile arama, konu seçme ya da aktif kullanıcıların

⁴⁰ Jensen, a.g.e., p.186.

⁴¹ Jonathan Steuer, "Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence", Frank Biocca, Mark R. Levy (Eds), **Communication in the Age of Virtual Reality**, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1995, p.46.

⁴² Lee Sproull and Sara Kiesler, **Reducing Social Context Cue: Elektronik Mail in Organizational Communication**, Management Science, 1986, p.1495

diğer uğraşları olabilir. Değişik boyutlarda da olsa internet üzerindeki her hareket interaktivite içermektedir.

Kitle iletişiminin tek yönlü görünümüne rağmen, internet iletişimi çok yönlü, interaktif ve karşılıklı ilişki içerisinde bir iletişim düzeni sunmaktadır. Kitle iletişimde, tek bir kaynaktan geniş ve heterojen bir izleyici topluluğuna gönderilen mesajlara anında tepki almak (geri bildirim) pek mümkün gözükmemekte, en azından çok çabuk gerçekleşmemektedir. Kitle iletişimde alıcıların geri dönüşüne yönelik kanallar oldukça sınırlı iken internette farklı alternatifler bulunmaktadır. Yeni teknolojiler iletişimde interaktif iletişim imkânı getirmiştir. Artık insanlar iletişim sistemlerinin çıktılarını pasif tüketici olarak almayıp iletişim ağlarını aktif biçimde etkileyerek yeniden dolaşıma sokabilmektedir.⁴³

İnternetin gazeteciliğe sağladığı en önemli özellik interaktivitedir. Gazetecinin profesyonel rolü açısından da değer taşıyan interaktif iletişim imkânı gazeteciye okur yorumları almak ve kamuoyu araştırması yapmak gibi yöntemlerle halkın tepkisini öğrenme olanağı sağlar.⁴⁴ Geleneksel iletişim araçları geleneğinin dışında bir tanıma sahip olan ve eş zamanlı iletişim olanağı tanıyan interaktivite özelliği okuyucu ve izleyici kitlesinin soyutlandığı haber üretme sürecinin kapalılığının kırılmasında da önemli bir rol oynamaktadır.

İnternet, üç farklı düzeyi ile kitle iletişim düzeninden ayrılmaktadır. Birincisi; bilgiye erişimde hangi ortamı tercih edeceğini kullanıcılarına bırakmakta (interactivity), ikincisi; kullanıcılarına diğer kullanıcılar ve göndericilerle interaktivite imkânı sunmakta (interaction) ve üçüncüsü; medya ürünü ile ilgili olarak üreticilere geri bildirim imkânları sağlamaktadır. Bugün okuyucular online gazetede okudukları bir haberle ilgili olarak kendilerine ayrılan yorum bölümünü doldurmakta ve haberle ilgili düşüncelerini kolaylıkla haber üreticilerine, haberi okuyan diğer kullanıcılara aktarabilmektedirler. Güvenilirliği

⁴³ Hasan Çoban, **Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş**, Ankara, İnkılap Yayınevi, 1997, s.17.

⁴⁴ Peter Dahlgren, **Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and Its Publics**, The Public 3(3), 1996, p.68.

üzerinde şüpheler olsa da, kamuoyunda tartışılan bir konuda anketler yoluyla tercihini gösterebilmektedirler. Bu anlamı ile okuyucu, seçici davranabilmekte ve tepkiye yönelik eylemlerinde oldukça aktif ve eşzamanlı davranabilmektedir. Haber üretenler de bu yolla, okuyucusunun tepkisini anında görebilmektedir. Geleneksel gazete okuyucusunun bu tür bir tepkide bulunabilmesi ise hem zaman, hem yöntem bakımından bir hayli sınırlılıklar içermektedir ve farklı kanalların kullanımını zorunlu kılmaktadır.⁴⁵

1.3.2. İletişim Sürekliliği ve İnteraktivitenin Sağlanması

“İletişimde yaşanan gelişmeler küreselleşme sürecinde önemli bir role sahiptir. İletilerin gönderilmesi için kullanılan teknolojik biçimler bireylerin ve kurumların iletişim pratiklerini ve sonrasında toplumları ve kültürleri etkilemektedir. İletişimde yaşanan gelişim tüm küreselleşme süreçlerinde etkilidir. Medyanın küreselleşmenin merkezi olduğu üç boyutu vardır. İlki, medya uluslararası akışın gerçekleştiği teknolojileri ve hizmet dağıtım platformlarını oluşturur. İkinci olarak, medya endüstrisi küresel genişleme ve birleşmenin gerçekleşmesinin lideridir. Son olarak medya dünyada birbirinden uzak bölgelerde yaşayan insanların anlamlandırabildiği enformasyon içerikleri ve görüntüler sağlar”⁴⁶

İletişimin sürekliliği bir koşul olarak kendini dayatıyor. Artık bir yere gitmek biriyle interaktif olmak için, bildiğimiz zaman-mekân boyutunu hesaplamıyoruz. Yeni iletişim ortamlarının sunmuş olduğu tüm dünya ile iletişim içinde olabilme ve bu ortamın sunduğu özgür mecralarda düşüncelerini dile getirebilme imkânı pek çok düşünür tarafından olumlu bir süreç olarak değerlendirilmiştir. Ancak bilginin bu süreç içerisinde alınıp satılabilen bir şeye dönüşmesi, bilginin dönüşüm geçirip ticari bir meta olması sonucunu doğurmuştur. “Enformatik alanında yaşanan teknolojik devrim, bilginin iş

⁴⁵ Andreas H. Jucker, “Mass Media Communication At The Beginning Of The Twenty-First Century: Dimensions Of Change”, **Journal of Historical Pragmatics**, 2003, p.129.

⁴⁶ Terry Flew, Stephen McElhinney, “Globalization and the Structure of New Media Industries”, **The Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs.**, Eds. L. Lievrouw and S. Livingstone, London, Sage, 2002, p.3.

dünyasında ve toplumsal denetim amacıyla daha yaygın ve yoğun olarak kullanılmasını mümkün kılmakla kalmadı; aynı zamanda bilginin kendisini daha kolay alınıp satılabilen bir şey haline getirdi”⁴⁷

İnternetin ortaya çıkışı toplumda sesini duyuramayan kişi veya toplulukların/grupların kendilerini ifade etmeleri olanağını gündeme getirmiştir. Bu bakış açısından değerlendirildiğinde yeni iletişim teknolojilerinin özgürleştirici bir niteliğe sahip olduğu ve bu gelişim sürecinde internetin ilerleyen zamanlarda demokratikleştirici bir teknoloji olması açısından daha iyiye gideceği düşünülmektedir. Ancak “internetin insanlığı kapitalizmin ve ticari medyanın ötesine taşıyacağı düşüncesi, onun son zamanlarda hızla ticarileşiyor olmasıyla karşılıklı arz etmektedir”.⁴⁸

1.3.3. İnteraktivitenin Çeşitleri

Medya veya iletişim araçları çeşitlerinin iddia ettiği gibi az çok interaktif olduğu için etkileşimlilik - medya içerisinde mesela telsiz de düşünülebilir. İnteraktivite tanımı katılımcı iletişim ve kullanıcılar arasında içeriğin kontrolü ya da iki yönlü ya da çok yönlü iletişim mekanizmasının geri akışındaki az çok gösterişli belirteçlerdir. İnternetin gazetecilik için önerdiği interaktif seçenek çeşitleri Pavlik yeni dinleyicilere, pasif medya tüketicilerin aksine aktiftirler, hitap ederken farklı modlar olarak tanımladığı web-öncesi içerikten farklılık gösterir. Aslında ‘tüketici’ burada doğru tanım değil bunun yerine ‘son-kullanıcılar’ kullanılabilir. İnternet gazeteciliği hakkındaki edebiyat aslında internet özelliklerinin etkileşimine atıfta bulunur ki bu sadece insanların bilgi almalarına olanak tanımaz -pasif dinleyici hatırlayıp ayrıca bunu yayar.⁴⁹

⁴⁷ Edward S. Herman, **Pazarın Zaferi**, İstanbul, Pınar Yayınları, 2003, s.28.

⁴⁸ R.W. McChesney, **Küresel İletişimin Politik Ekonomisi**. R. W. McChesney, E. M. Wood ve J. B. Foster (Der.) Kapitalizm ve Enformasyon Çağı Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi, Çev. Erhan Baltacı, Nil Şebnem Çıngır ve Özge Yalçın, Ankara, Epos Yayınları s.32.

⁴⁹ Mark Deuze, “The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online”, **New Media Society**, Published by: Sage, Vol.5, No. 2, 2003, p.213.

İnteraktivite tüm aracı iletişim çeşitleri ve özelde de gazetecilik çıkarımları ile geniş tanımlı bir konsepttir. Massey ve Levy interaktifliğin internet medya üretimine uygulanmasının dört yolu olduğunu öne sürerler: mevcut seçeneklerin karışıklığı, kullanıcıya tepkiler, kişilerarası iletişim etkinlikleri ve bilgi ekleme kolaylığı. Bu dört ‘Ölçü’ web sitelerinin tasarlanmasında ayırt edici faktörler yazısının içeriği olarak çevrilebilir. Web sitelerindeki interaktivitenin üç çeşide ayrılabilir:⁵⁰

1. **Dolaşımli interaktivite:** Site içeriğinde kullanıcının dolaşımına izin verilir (örneğin ‘sonraki sayfa’ ve ‘baş’a dön’ butonları ya da menü tuşları aracılığıyla)
2. **İşlevsel interaktivite:** Diğer kullanıcılarla ya da belli bir sayfa ya da sitenin üreticileri ile etkileşime girerek kullanıcı bir dereceye kadar sitenin üretim işlemine katılır (direk mail gönderimi aracılığıyla: linkler, bülten tahtası sistemi (BBS) ve tartışma listeleri gibi)
3. **Uyarlanmış interaktivite:** Kullanıcının her eyleminin sitenin içeriğinde sonuçları vardır sitenin programlamasının her bireysel kullanıcının davranışına ve hatırlamalarına, kullanıcılarının tercihlerine kendini adapte etmesidir (kullanıcıların yükleme, açıklama ve kendi içeriklerini tartışmalarına ve şık web araçlarıyla kişiselleştirmeyi ve chat alanları sunmaya olanak tanır)

Ana haber siteleri başlıca dolaşımli interaktivite ile (bırakın mail göndermeyi birçok haber sitesi muhabirlerinin e-mail adreslerini belirtmiyor bile) uluslararası metinlerarasılık düzeyinde çalışır görünür (dıştakileri gösteren birkaç link) ve nadiren yakınsal çoklu ortam sunar. Başka bir analitik nokta da şudur: haber sitelerin gerçekten her çeşit gelişmiş çoklu ortam ya da interaktif seçenek sunduğunda nadiren ya da hiçbir zaman bunun nedenini açıklığa kavuşturmaz. Diğer bir yandan dünya web ağında bulunan içeriği ve kategorize edilmiş editoryal içeriği bir araya getirdiği için, içerik ve kategori siteleri alan dışı metinlerarasılığa dayanır. Onların interaktivitesi dolaşımli ve bağlantıdan ziyade içerik üzerinde yoğunlaşmasıyla (ana haber siteleri gibi) açıklanabilir,

⁵⁰ Deuze, a.g.e., p.214.

özellikle imgeleri (mesela uzmanlaşmış arama motorları editoryal ekler ile JPEG (*Joint Photographic Experts Group*) “Birleşik Fotoğraf Uzmanları Grubu tarafından standartlaştırılmış bir sayısal görüntü kodlama biçimi” ya da MPEG (*Moving Picture Experts Group*) Türkçe’de Hareketli Görüntü Uzmanları Birliği arama robotları gibi) işaretlemedikçe bu siteler nadiren çoklu ortamı uygular.⁵¹

Benzer şekilde, meta ve yorum siteleri çoklu ortam içeriğini sunmaz ve alan dışı linkler üzerine kurulma eğilimindedir. Bu siteler genellikle bir ya da daha fazla medya eleştirmeni tarafından yapıldığı için - ya da web bloklarındaki esinlenmiş bireyler gibi- işlevsel interaktifliği kullanır. Bunun bir çeşit hesap vermeye hizmet ettiği söylenebilir: internet kullanıcılarına geribildirim, ipucu ya da meta siteden sorumlu insanlara içerik sunar. Bu siteler ‘burada’ gazeteciliğin açıklamalı dizinine hizmet eder, metinler arasılık çoğunlukla dışsaldır.⁵²

1.3.4. İnteraktivite ve İşlevsellik

İnteraktifliğin işlevsel olarak üç temel unsurdan oluştuğu doğrulanmıştır: teknoloji özellikleri, iletişim bağlamlarının katkısı ve kullanıcı algıları. Her biri eşit olarak önemlidir ve bunlar İnteraktiflik olarak bilinen kavramı yapılandırmak için bir araya gelirler. Aksine interaktiflik bu üç boyut ile düşünülebilir veya basitçe ayrı şekilde de düşünülebilir. Fakat işlevsel tanımın herhangi bir boyutunu göz ardı etmek teorik yapının tam görünüşünü yakalamaz. Bizim işlevsel tanımımızın terimin kavramsal tanımı ile de uyduğu görülmektedir. Hız, aralık, zamanlama esnekliği ve duyuşsal aktivasyon teknolojinin yapısı ile bağlantılı niteliklerdir ve teknolojik interaktifliğin yüksek ve düşük seviyelerini hesaplamak için kullanılabilir. Üçüncü derece bağıllık ve sosyal varlık teorik tanımdakine benzerdir ve iletişim bağlamının özelliklerini uygun şekilde betimleyebilir.

⁵¹ Deuze, **a.g.e.**, p.214.

⁵² Deuze, **a.g.e.**, p.214.

Son olarak temel kişiler arası iletişim ölçütleri ve telebulunma kavramsal tanıma uyum sağlamaktadır çünkü hepsi kişiler arası iletişimin simülasyonu ile bağlantılıdır.⁵³

Genel olarak bakıldığında sunulan işlevsel tanım interaktifliğin teorik tanımının özünü betimlemekle kalmaz aynı zamanda kavramın sınırlarını genişletmeye yardımcı olur. Önceki versiyonları ile karşılaştırıldığında yukarıda sunulan interaktiflik tanımı geniştir ve medya ve kişilerin analizlerine izin verir. İnteraktiflik hem medya hem de psikolojik bir değişken olarak anlaşılmaktadır. Ayrıca interaktiflik, özel boyutları ile incelenen bir değişken veya tek, kompozit bir değişken olarak geliştirilebilir.⁵⁴

Kısaca interaktiflik, bir iletişim teknolojisinin katılımcıların hem eş zamanlı hem de ayrı zamanlarda iletişim kurabileceği karşılıklı mesaj alış verişlerinde yer alabilecekleri (üçüncü derece bağlılık) aracılı bir ortam yaratabilme düzeyi olarak tanımlanabilir.

1.3.5. İnteraktif Çalışmalar ve Medya

Günümüzde internet kullanıcıları, içerik paylaşım siteleri ile kendi ürettikleri veya başka web siteleri kapsamında beğendikleri fotoğraf ve video'ları paylaşabilir, diğer fotoğraf ve video'ları oylayabilir, yorum yazabilir ve takip edebilirler.

Bu anlamda, interaktif medyayı ve tanımını anlamak çok önemlidir. İnteraktif medya, interaktivite ile oluşan medya demektir, bu yönüyle yeni medya mecraları da geleneksel medya mecralarından ayrılır. Semiyotik, dil bilimi ve diğer semiyotik unsurları içeren tüm kodlar, interaktif medyada, diğer medyalardan farklı olarak bu kodların interaktif olarak yeniden üretilmesini sağlar.⁵⁵

⁵³ Kioussis, **a.g.e.**, p.372.

⁵⁴ Kioussis, **a.g.e.**, p.372

⁵⁵ O'Neill, **a.g.e.**, p.20-22.

Sosyal medyanın da içinde çeşitli mecralar var: twitter, facebook vs... bunlar farklı özellikleri sebebiyle aynı zamanda interaktif mecralardır. Çünkü mesajı veriyor ve anında feedback (geribildirim) alıyor. Dolayısıyla web bannerlar, aplikasyonlar (uygulamalar)... Hepsinde semiyotik kodlar kullanılıyor. Gerek görsel gerek yazınsal gerek işitsel gerekse birden çoğunun bir arada kullanılması söz konusu. Bu kodlar, sosyokültürel öğelere göre şekillenmekle birlikte, uluslararası kodlamalar, işaretler ve görüngülerle şekillenmektedir.

Dijital teknolojinin birleşim, yeni interaktif medya formatında TV, video, müzik, multimedya ve bilgisayar bir araya getirir. Televizyon ve internet gibi “ekran”lı mecraların arasındaki fark, netliğini kaybetti. Artık tv haberlerinin de bir kısmı, internette popüler olarak takip edilenler üzerinden hazırlanıyor. Bununla birlikte, tv daha “eğlendirici” olarak algılanırken, internet daha bilgilendirici, haberleşme sağlayıcı” olarak betimleniyor. Böyle bir genel görüş var. Ekran ikonları, semboller ve işaretler interaktif medyanın interaktivitesini oluşturan temel taşlarıdır.⁵⁶

Jensen, sosyolojideki “insan etkileşimi” ve iletişim çalışmalarındaki “medya etkileşimi” (interaktifliğin evrimi ile yakından ilişkili olarak görmektedir) görüşleri arasında disiplinler arası bir karşılaştırma sunmaktadır. İletişim çalışmalarında interaktifliğin diğer şeyler arasında metin ve okuyucu arasındaki ilişki ve aynı zamanda medyanın kullanımı ile bağlantılı karşılıklı insan eylemleri ve iletişimi anlamına geldiğini vurgulamaktadır.⁵⁷

Mantıksal sonucuna varıldığında bu durum interaktifliğin bir dereceye kadar kişilerin diğer insanlarla iletişim kuruyormuş gibi farklı ortamları tecrübe etme yetenekleri ile bağlantılı olduğu ipucunu vermektedir. Buna göre interaktif bir çevredeki kişilerarası iletişimin simülasyonu yalnızca insandan insana iletişim ile sınırlanmamakta aynı zamanda insan-makine iletişimini de içermektedir. Bu tür yaklaşımlardan doğan tüm interaktiflik değerlendirmeleri yalnızca teknolojinin değil kullanıcıların algılarının da uzantısıdır.

⁵⁶ O'Neill, **a.g.e.**, p.12.

⁵⁷ Kioussis, **a.g.e.**, p.8

1.3.6. İnteraktivite ve Gazetecilik

İnternet gazeteciliğinin diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak öne çıkan bazı üstünlükleri bulunmaktadır. Bunlar arasında internetin altyapısına bağlı olarak hızlı haber verebilme olanağının bulunması, haberle ilgili ayrıntılara yer sorunu olmadan yer verilebilmesi, habere ilişkin ses, resim, grafik, görüntü gibi unsurların verilmesi sayılmaktadır. Tüm bu unsurlar haberin anlaşılmasını ve ayrıntılarını anlamayı kolaylaştırırken, okuyucunun fikir ve önerilerini haberi yapan gazeteciye ya da yayın kurumuna iletebilmesi yönüyle bir etkileşim ortamı yaratmaktadır. Web üzerinden verilen haberlerde yayıncı ve okuyucu arasında bir etkileşimden söz etmek mümkündür. Ayrıca, e-posta yoluyla okuyucudan geri bildirim almak, online sohbet odalarında okuyucunun diğer okuyucularla tartışması; canlı olarak röportaj yapılabilmesi, İnternet gazeteciliğinde etkileşimi sağlayan uygulamalardan bazılarıdır.⁵⁸

Günümüzde yeni gazeteciliğin potansiyeli bağlantılılık alanında mevcut olduğu düşünülürse, gazeteciliğin rolleri ve işlevlerinin ne olduğu da dikkate alınmalıdır. Bu sebepten, monitörsel gazetecilik ve çift anlamlı gazetecilik kavramlarını tanıtmak gerekir. Ana haber medyası oldukça kapalı bir gazetecilik kültüründe- seyirciler ve diğer paydaşlar ile yapısal bağlantı raportörlerin ve editörlerin ihtiyaçlarını karşılamak için değiştirilir ve sızdırılır- çalıştığı için sağladıkları genel içerik iyi tanımlanmış ayrıca genişçe yapılanmış okura yönelik eğilim gösterir.

⁵⁸ J. Folkerts and S. Lacy, **The Media in Your Life: An Introduction to Mass Communication** (Third edition). Boston: Pearson/Allyn & Bacon, 2004, p.53.



Şekil 1: Gazetecilik Çeşitleri Arasında İçerik ve Bağlantı⁵⁹

Okuyucunun rolü bilinir, ayrıca doğal karşılanır ya da sadece düşünülür. Okuyucunun belirli istekleri ve ihtiyaçları etkili olduğu için gazetecilik insanları özellikle haber tüketiciler olarak besler -ve bu dolayısıyla daha açık (etkili, tepkisel, hesap edilebilir) bir gazetecilik kültürü gerektirir. Gazetecilik ve halkı arasındaki açık etkileşime bir örnek açık kaynak gazeteciliğidir: haber hikayelerinin taslak versiyonları online olarak önceden yayınlanır ve site kullanıcıları giriş bilgilerinin yeniden yazılmasıdır. Bir gazeteci olarak okuyucuyu bilmek ve kullanmak üzerindeki artan vurgu abartılmamalıdır.

İnteraktifliğin şunlardan oluşan beş boyutlu bir tanımını sunmaktadır:⁶⁰

- (1) İletişim yönü;
- (2) Zamanlama esnekliği;
- (3) Mekân duygusu;

⁵⁹ Deuze, **a.g.e.**, p.218.

⁶⁰ Kioussis, **a.g.e.**, p.8

- (4) Kontrol düzeyi;
- (5) Cevap verebilme yeteneği ve iletişimin algılanan amacı

1.4. İnternet Gazeteciliği ve Uygulamaları

Bir iletişim sürecinde kaynak, mesaj, kanal, alıcı ve ger bildirim öğeleri bulunmaktadır. İletişim sürecinde hedeflenen kişi ya da grupta davranış değişikliği oluşturmak üzere iletişim süreci “enformasyon kaynağı” tarafından başlatılır. Alıcıya gönderilen semboller, duygu ve düşünceler bir “mesaj” halinde enformasyon kaynağı tarafından gönderilir ve mesaj iletilirken farklı yöntem teknikler, “kaynak” kullanılır. Süreçte alıcıdan istenen tepkiyi vermesi beklenir.⁶¹

İnternet, tüm iletişim unsurlarını içermektedir. Haber, bilgi mesajına sahip bir kaynak, bunu alacak bir alıcı ve kanal olarak da internet bir araya geldiğinde klasik iletişim süreci tamamlanır. Dahası alıcının, aldığı mesajla ilgili olarak kaynağa cevap vermesi, yani “geri bildirim” internette kolayca gerçekleştirilebilir. İnternette geri bildirim doğrudandır.

İnternet gazeteciliği, internet üzerinde, kısaca web olarak adlandırılan ve html kısaltılmasıyla bildiğimiz yazılım dilinde sayfalar yazılmasına olanak veren çoklu medya ortamının kullanılmasıyla birlikte ortaya çıkan bir türdür.⁶² Metin, fotoğraf, video, grafik, ses unsurları, reklam ve yüklenebilir yazılımlar içeren web, üç ana unsurdan bir araya gelmektedir: Erişim sağlayıcıları; içerik sağlayıcıları ve kullanıcılar.

Erişim sağlayıcıları sunucuları çalıştıran şirketler iken bir web sitesi yaratan herkes içerik sağlayıcısı olabilmektedir. Türkiye’nin İnternetle tanışması, ülkenin siyasal ve ekonomik yapısıyla birlikte medya ortamındaki köklü değişimin de ivme kazandığı

⁶¹ John Fiske, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çev: Süleyman İrvan, Ankara, Bilim Sanat Yayınları, 2003, s.21-22.

⁶² Enda Brophy, “System Error: Labour Precarity and Collective Organizing at Microsoft.” **Canadian Journal of Communication**, 31(3), 2006, s. 619-638.

1990'lı yıllarda gerçekleşmiştir. 1990'dan itibaren geleneksel medyalar (gazete, televizyon, radyo, sinema vb.) dev holding şirketlerinin birer parçası durumuna gelmeye başlamıştır, yine bu çatı altında “yeni medya” olarak anılan internet gibi iletişim mecralarıyla buluşmuştur.⁶³

İnternet ile ortaya çıkan gelişmeler ve bu gelişmelerin gazetecilik açısından sunduğu imkânlar neticesinde 1995-1996 yıllarından itibaren Türk basını da, internette web sayfası edinmeye başlamış ve böylelikle sanal ortamda gazetecilik yapmaya yönelmiştir.⁶⁴

Türkiye’de internet gazeteciliğinin gelişim seyrine bakıldığında 1995 yılının milat olduğu görülmektedir. İlk olarak 19 Temmuz 1995 tarihinde Aktüel dergisi ve 2 Aralık 1995’te Zaman gazetesi internet ortamına girmiştir.⁶⁵ Aktüel dergisini aynı yılın Ekim ayında Lemar dergisi takip ederken, Ocak 1996’da sanal ortamda yayımlanmaya başlayan Xn de (Eksen), internetteki ilk sanal gazete olmuştur.⁶⁶

Sanal ortam olarak da adlandırılan internette Zaman gazetesini ise 27 Kasım 1996 tarihinde Milliyet gazetesi izlerken, buna müteakiben Hürriyet ve Sabah gazeteleri de 1 Ocak 1997 yılında internette yayıma başlamışlardır.⁶⁷ Türkiye’de 1997 yılına gelindiğinde Hürriyet ve Sabah dışında Fanatik, Yeni Yüzyıl, Türkiye, Turkish Daily News ve bundan bir sene sonra 1998 yılında ise Cumhuriyet ve Radikal internet ortamında yerini almıştır.⁶⁸

⁶³ Gülseren Adaklı, **Türkiye’de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2006, s.34.

⁶⁴ Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, 5. Baskı, Ankara, İmge Kitabevi, 2003, s.91.

⁶⁵ Halil İbrahim Gürkan, **Sanal Gazetecilik**, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları No: 31, 1999, s.160.

⁶⁶ Murad Karaduman, “İnternet ve Gazetecilik”, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, der: Sevdâ Alankuş, BIA-IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.42.

⁶⁷ Gürkan, **a.g.e.**, s.48.

⁶⁸ Erdal Dağtaş ve Gökhan Derelioğlu, “Geleneksel Yayıncılığa Alternatif Bir Medya Modeli Olarak İnternet Yayıncılığının Konumu ve Önemi”, **Kültür ve İletişim Dergisi**. (2/2), 1999, s.94.

İnternet gazeteciliği kavramı, maliyet ve işlevsel avantajları ile birlikte, ortaya çıktıktan sonra, hem geleneksel medya bu olguya dahil olmuştur; hem de yalnızca internet üzerinden yayın yapan haber portalları ortaya çıkmıştır. Ayrıca, insanların haber alma istekleri sonucunda asıl işi haber vermek olmayan çeşitli internet siteleri de ya haber siteleri açmışlar ya da en azından hızlı biçimde haberleri yansıtabilme yarışına girmişlerdir.⁶⁹

İnternet gazeteciliği uygulamaları Mark Deuze tarafından dört alanda gruplandırılmıştır.⁷⁰ Bunlar; Anaakım (main stream) haber siteleri, İndeks ve Gruplama (Index & Category) siteleri, Eleştiri ve Yorum (Meta & Comment) siteleri ve Paylaşım ve Tartışma (Share & Discussion) siteleridir.

Anaakım haber siteleri en yaygın olan alan olup, yukarıda öngörülen model çerçevesinde editör kontrollü haber sunar ve okuyucuya filtrelenmiş olarak iletişimde yer alma imkanı sağlar. Sayfalarını Web üzerine taşıyan gazetelerde bu sınıfa girer. Örnek olarak dünya ölçeğinden CNN, BBC, MSNBC yurtiçi ölçeğinden de NTVMSNBC, Hürriyet, Milliyet vb. gösterilebilir.

İndeks ve gruplama siteleri daha çok arama motorları (Yahoo vb), pazarlama ve araştırma şirketleri ile ilişkilendirilen gruptur. Online gazete bu tür siteleri daha çok yardımcı haber ve bilgi kaynağı olarak okuyucusuna vermektedir. İndeks ve gruplama siteleri başlı başına bir haber sitesi değildir, kamuoyuna birtakım bilinmesi gereken adres ve linklerin paylaşılmasını, bazı ipucu bilgilerinin aktarılmasını sağlayabilir.

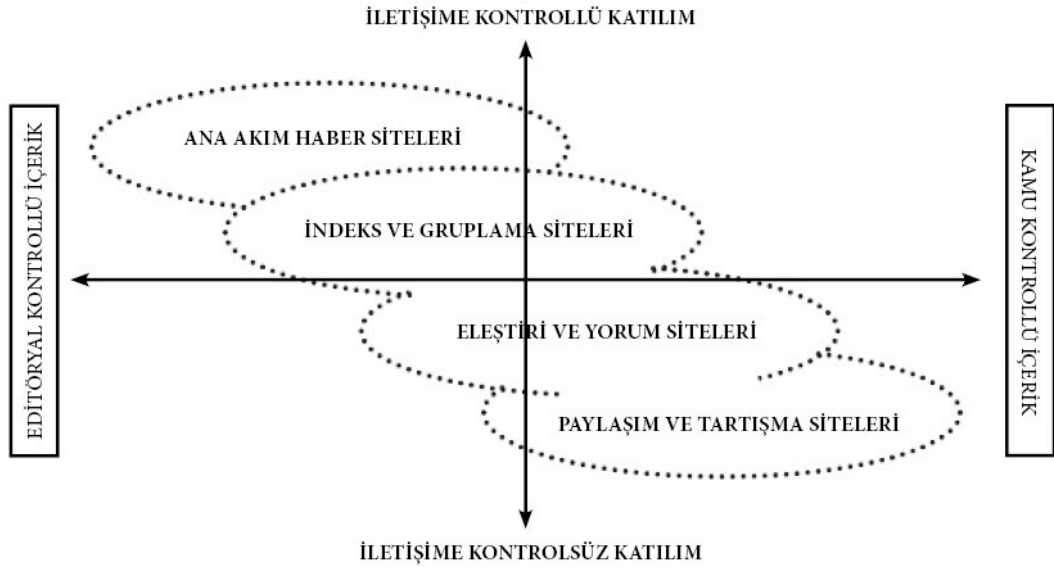
Üçüncü kategori olan *eleştiri ve yorum siteleri* daha çok medya dünyası ve haberciler hakkında bilgi veren, eleştiri ve yorum yapan sitelerdir. Bu gruba verilebilecek bir diğer isim de gazeteler hakkındaki gazeteler olabilir. Editöryel içerik birçok gazeteci ya da başka tartışma kaynaklarından sağlanmaktadır. Gazeteciliğe özeleştiri getiren

⁶⁹ Hilmi Bengi, (2005). "İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu", (Çevrimiçi) <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/36.doc>, 10.01.2012,

⁷⁰ Deuze, **a.g.e.**, p.p.205-211.

platformlar açısından da, mesleğin daha çok profesyonelleşmesine katkıda bulunmaktadır.

Dördüncü grup olan *paylaşım ve tartışma siteleri* ise online gazeteciliğin en çok algılandığı biçimdir. Burada editöryel kontrol en aza indirilirken, teknolojik (özellikle Web) olanakların kullanımı maksimize edilmiştir. Bu tür siteler kimi zaman yerel ölçekte olabileceği gibi (yaşanılan bölgeye özgü sorunlar etrafında), kimi zaman da global düzeyde karşılıklı düşünce ve yorumların paylaşıldığı ortamlar da olabilmektedir.



Şekil 2: İnternet Gazeteciliğinin Tipolojisi⁷¹

Haber sitelerinde internet gazeteciliğinde muhabirlerin ve editörlerin içerik sunumunda farklı medya teknolojilerini kullanma ve okurlardan gelen geri besleme (feedback) ölçümleri sayesinde vizyonlarını genişletmeleri mümkün olmaktadır. İnternet gazeteciliğinde bütünsel medya yaklaşımı sayesinde (görsel-ışitsel-yazı) içeriğinin

⁷¹ Deuze, a.g.e., p.p.205.

yeniden sunulması ve başlıklarında kullandığı soru sorma tekniğiyle haber ortamları arasında ayrıcalıklı hale gelmesine yol açmaktadır.⁷²

En önemliden en az önemliye doğru giden sıralama içinde haberler web sayfasında yer alırken, haberler kendi içinde de spotlar başta olmak üzere haberi özetleyerek anlatan ifadeler ilk okumada haberin algılanmasını ve anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır.

Hem yazılı hem de görsel medyanın işlevlerini yerine getirebilen, hem yazılı hem de görsel basının pahalı yatırımlarına gerek duymayan, çok küçük maliyetlerle yeni bir kitle iletişim türü olarak ortaya çıkan internet gazeteciliğine duyarsız kalamayan medya internet gazeteciliğine el atmışlardır. İnternet gazeteciliğinin sunduğu olanaklar, medya sektörünün iştahını kabartmış Türkiye'de hemen hemen tüm ulusal gazeteler, yerel basın, televizyon ve radyolar kendi internet sitelerini kurup internet haberciliğine başlamışlardır.

Medya kuruluşlarının önemli bir bölümünün birkaç büyük medya grubunun mülkiyeti ve kontrolü altında olduğu bu yeni dönemde, medyada haber kalitesi ve çeşitliliği, çokseslilik, basın özgürlüğü, medya çalışanlarının sosyal hak ve özgürlükleri gibi bir dizi alanda önemli sorunlar yaşanmaktadır. Bu anlamda internetin, toplumsal iletişime, haber üretim ve dağıtım süreçlerine yapabileceği katkı çok önemlidir ve internet, geleneksel medyada gözlemlenen gazetecilik anlayışını dönüştürebilecek bir araç ve özgün bir açılım olarak değerlendirilmelidir.

Türkiye'de geleneksel medya ortamının hâkim olan büyük medya grupları, internet gazeteciliği alanına yatırım yapmakta zaman kaybetmemişler, basılı ve elektronik ortamlar için hazırladıkları ürünlerini internete de taşıyarak kısa zamanda bu alanda da faal ve güçlü bir konuma gelmişlerdir. Bunun yanı sıra, internet ortamında yer alan haberlerin çoğunlukla geleneksel medya kuruluşları tarafından üretiliyor olması, haber üretim, yayımı ve dağıtım alanındaki sorunların internet ortamına da taşınması ihtimalini

⁷² Nurdoğan Rigel, **Yayınlanmamış Ders Notları**, 20.10.2011.

doğurmuştur. Bu durum, Türkiye'de büyük medya gruplarından bağımsız ve alternatif anlayışlarla yayın yapan bir internet medyasına olan ihtiyacı belirgin bir hale getirmektedir.

İnternet gazeteciliğinin vaat ettiği açılım, hâkim medyadan bağımsız, kendi ayakları üzerinde durabilecek ve onlarla rekabet edebilecek güçte haber siteleri olacaktır. Egemen medyaya alternatif olarak gösterilen internet yayıncılığı, mevcut gazete ve dergilerin internet ortamındaki versiyonları olarak algılanmamalıdır. Alternatif medyayı, egemen medyadan ayıran en önemli özellik, kar gözetmiyor olmasıdır. Geleneksel gazetecilikte ve internet gazeteciliğinde “okuma eylemi” öne çıkar. Yani her iki ortamda da hazırlanan yazılar, gazete okuru ya da internet kullanıcısı tarafından ‘okunur’. Ancak, gazete okuru satın aldığı gazeteyi okumakla yetinir. Kendisine verilen bilgiyi olduğu gibi kabul eder. İnternette ise interaktif bir yayıncılık anlayışı söz konusudur. Kullanıcı, okuduğu haberle ilgili duygu ve düşüncelerini dile getirebilir. Yorumda bulunabilir. Tek taraflı bir iletişim söz konusu değildir.

Gazeteciliğin oldukça süratli biçimde gelişen bir branşı olan internet gazeteciliğine, ilk başlarda elektronik veri-bilgi bankası araştırması ve bilgisayar destekli haberleşme olmak üzere başlıca iki sektör kaynaklık etmekteydi. İnternet gazeteciliği bugün de hâlâ bu öğeleri kapsamakla birlikte günümüzde internet gazeteciliğinin ana vurgusu İnternet’in; yeni kabiliyetlerin kazanımını ve elektronik uzmanlığı gerektiren bir iletişim vasıtası olarak, gazeteciliğe ilişkin çabalar ve değişimler için bir platform olarak ve bir bilgi denizi olarak kullanılması üzerine yapılmaktadır.⁷³

İnternet gazeteciliği açısından üç dönemden söz edilebilmektedir. Birinci dönem, haber içeriklerinin geleneksel gazetecilik kuruluşları için üretildiği ve gazetenin web sayfası için tekrar tasarlandığı dönem olarak değerlendirilmektedir. İkinci dönem, gazetecilerin web sayfası için özgün haber içerikleri ürettikleri dönem olarak ele alınmaktadır. Üçüncü dönemde ise internet gazeteciliği için düşünülen haber yapma

⁷³ G. G. Kopper, A Kolthoff, A Czepek, **Research Review: Online Journalism-a Report on Current and Continuing Research and Major Question in the International Discussion**, Journalism Studies, 1 (3), 2000, p.499.

biçimleriyle, okuyucuların haber içine girebilmesinin ve haberlerin içeriğinde gezebilmesinin gerçekleştirilmesi üzerinde durulmaktadır. Günümüzde internet gazeteciliğinde her üç döneme ilişkin uygulamaların da web sayfalarında sürdüğü söylenebilmektedir.⁷⁴

İnternet teknolojisinin yeni yeni kullanılmaya başlandığı bu ilk zamanlardan günümüze gelindiğinde ise şartların oturması ve daha elverişli duruma gelmesi dolayısıyla Türk basını internetin olanaklarını daha fazla kullanır hale gelmiştir. Artık Türk gazetelerinin web sayfalarında, gazetenin basılı nüshaları aynı şekilde okunabilmekte, çeşitli başlıklar altında sınıflandırılmış haberlere ve köşe yazılarına erişilebilmekte ve arşiv hizmetlerinden yararlanılarak gazetelerin eski sayılarına ulaşılabilir. Söz konusu durum, Türk medyasının yeniliklere açık olduğunun ve yeni teknolojileri kullanabilme ile uygulayabilme kapasitesine sahip olduğunun göstergesi olmaktadır.⁷⁵ Günümüzdeki mevcut durum itibarıyla yaygın basının tümünün internet ortamında yayın yapmasının internet teknolojisinin sunduğu olanaklardan imkânları ölçüsünde yararlanarak sanal ortamda yerlerini aldıkları görülmektedir.

1.5. İnternet Gazeteciliği ve Geleneksel Medya Karşılaştırması

Çeşitli teknolojik gelişmeler ışığında pek çok alanda adeta bir dönüm noktası olarak değerlendirilebilen internet teknolojisi de, farklı farklı gelişmeler kaydederek günümüze kadar evrilmiştir ve her geçen gün bünyesine yenilikler katarak gelişmeye devam etmektedir. İnternet önceleri enformasyonunun hedef kitleye ulaştırabileceği yeni bir araç olarak düşünülmüşse de, kendine özgü nitelikleri sayesinde, sadece mevcut kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayılmasına olanak veren bir araç olarak kalmamıştır. İnternet aynı zamanda enformasyonun yeniden üretildiği ve yeni biçimlerle sunulabildiği bir ortam haline gelmiştir.⁷⁶ Bu noktada, yeni iletişim teknolojilerinin demokratik potansiyeline vurgu yapılırken, aynı zamanda geleneksel gazetecilikteki

⁷⁴ Tokgöz, **a.g.e.**, s.s.81-82

⁷⁵ Tokgöz, **a.g.e.**, s.92

⁷⁶ Karaduman, **a.g.e.**, s.139.

dönüşüm, yeni ve farklı bir gazetecilik anlayışı da gündeme gelmektedir.⁷⁷ Bu noktada, internetin, özellikle iletişim ve kitle iletişimi açısından bir dönemeç niteliği taşıdığı ve dolayısıyla kitle iletişiminde habercilik ve gazetecilik pratiklerini de önemli ölçüde etkilediği gözlenmektedir.

Günümüzde birçok gazetenin yaptığı gibi internet, elektronik arşiv olarak kullanılabilmekte ve böylelikle gazetelerin okunulamayan sayılarına, eski nüshalarına ve istenilen haberlere eski arşiv bölümünden erişilebilmektedir.⁷⁸ İnternet gazeteciliğinde önemli bir hizmet olan arşiv sisteminin; tarih, konu ve kaynağa göre arama ve sıralama imkânı sunabilmesi kullanıcılar açısından büyük bir kolaylık sağlayabilmektedir. Arşiv hizmeti ve bunun getirdiği depolama olanakları, internet gazeteciliğinde kalite ve saydamlık sağlarken, aynı zamanda etkileşimliliğin de önemli bir vasıtası olmaktadır.⁷⁹

Geleneksel anlamda medya tabiri, kitle iletişim araçlarının bir kişiye veya nüfusun dar bir bölümüne yönelik değil de büyük ve homojen olmayan bir kitleye yayın yapmasını ve bu yayının kitleye aynı anda ulaştırılmasını sağlayacak teknik donanımı ifade etmektedir.⁸⁰ Geleneksel medya, iletişim teknolojilerinin tek bir merkezde toplandığı ve alıcı ile verici arasında vericiden alıcıya doğru tek yönlü bir ilişkinin var olduğu bir anlayıştır.⁸¹

İnternet gazeteciliği ile geleneksel gazetecilik arasındaki en büyük farklardan birisi de “hız”dır.⁸² İnternet ortamında, bilgiyi daha çok kişiye daha kısa zamanda ulaşılabilir. Dünyada ve Türkiye’de internet gazeteciliğinin reklama dayalı bir yayıncılık yapmaktadırlar. Son yıllarda özellikle ADSL hizmetinin yaygınlaşması

⁷⁷ James Curran, **Global Journalism: A Case Study of the Internet**, Nick Couldry and James Curran (eds), *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, Rowman & Littlefield Publishers Inc., Lanham, Maryland, 2003, p.p.234-235

⁷⁸ Gürcan, **a.g.e.**, s.112.

⁷⁹ Nihat Halıcı, “ Online Gazetecilik”, Sevdâ Alankuş (der), **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.s. 154-155.

⁸⁰ Geray, **a.g.e.**, s.17.

⁸¹ Oya Eren, “Küreselleşme, Yeni Medya ve Demokratikleşme,” **Stratejik Analiz**, Sayı: 88, 2007, s.89.

⁸² Robert N. Barger, “Metaethical Analysis of Computer Ethichs,” **The Second Annual Computer Ethics Institute Conference**. Washington DC: The Brookings Institution, 1993. p.47

ardından internet de bir reklam mecrası olarak görülmeye başlanmış ve bu konuda önemli adımlar atılmıştır.

Gazete ve televizyon gibi geleneksel medya kuruluşlarının haber merkezleri, kararların güçlü bir emir komuta zinciri içerisinde alındığı, katı bir hiyerarşiyle örgütlenmiş yapılardır. Buna karşılık, online haber merkezleri, ademi merkeziyetçi ve esnek bir örgütlenmeyi gerektirmekte ve deneysel, adapte olabilir bir yönetim kültürünü yansıtmaktadır.⁸³ Haber siteleri, içeriklerini belli bir zaman kısıtlamasına bağlı kalmaksızın, çok hızlı ve sürekli olarak güncellenmesi mümkün olabilmektedir.

Ancak geleneksel medyada olay/olgu; zamanlılık, yakınlık, önemlilik, güncellik, sonuç ve ilginçlik öğelerine dayalı olarak haber değeri kazanır. Muhabir, haber değeri olan olay/olgu hakkında topladığı enformasyonu haber haline getirir daha sonra editörler bu haberler arasında hangisinin yayınlanıp yayınlanmayacağına karar verir. Editörler sadece gündem belirleyici, eşik bekçiliği yapmakla kalmaz muhabirin yaptığı haberi kontrol eder, gerekirse düzeltir. İnternet editörleri her aşamada tek kontrol mekanizmasıdır.

İnternet, hızla veriye ulaşılmada önemli bir gelişmedir. Yeni bir medya olarak adlandırılan internetle yeni medyayı mümkün kılan yüz yüze iletişim dışında kalan bütün iletişim süreçlerinin elektronikleşmesi doğrultusunda, eskiden birbirinden ayrılan üç ortam; kitle iletişim araçları, telekomünikasyon ve bilgisayar sistemleri iç içe geçmiş ve yöndeşme** içine girmiştir. Bu yöndeşmenin doğurduğu yeni medyanın en belirgin

⁸³ J.H. Samorisi, "Unsolicited Commercial E-mail the Internet and the First Amendment: Another Free Speech Showdown in Cyberspace?" **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Cilt; 43, Sayı: 4, 1999, p.144

^{**} Tek bir cihazda iki veya daha fazla farklı teknolojilerin birleşimi anlamına gelir. Yakınsamayı önceden ayrı ele alınan ses (telefon özellikleri), veri ve görüntü teknolojilerinin aynı kaynakları kullanarak birbirleriyle etkileşmesi, sinerjik olarak yeni etkinlikler yaratması olarak tanımlanır. Yakınsama/ Yöndeşme (convergency), telekomünikasyon, medya ve bilgisayar teknolojisi ile alt-yapılarının bir araya gelmesidir. Bu birleşmeyi mümkün kılan şey ise sayısallaşmadır. Bugünün haberleşme teknolojilerinin ve kitle iletişimi, yayıncılık teknolojilerinin sayısal dönüşümleri ile bilgisayarlar arası veri iletişimini olanaklı kılan sayısal ağ yapılanmasının bir araya gelerek oluşturduğu yapılandırmadır. Ayrıntılı bilgi için Bakınız, Oğuzhan Taş, "İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri: Teknoloji, Pazar ve Düzenleme", **Kültür ve İletişim**, Yıl 9 Sayı 2, 2006.

özelliği sesin, verinin, metnin ve görüntünün tek bir alt yapı üzerinden iletilmesi, aynı ortamlarda işleme tabi tutulmasıdır.⁸⁴

Yöndeşme olgusunu mümkün kılan ilke ise sayısallaşma ilkesidir. Telefon, radyo ve televizyon yayınları baskı işlemleri ile sayısallaşmıştır. Yöndeşme ile karşılıklı etkileşim yaygınlık kazanmıştır. Bir kaynaktan alıcıya iletilen mesajlar tarzında işleyen tek yönlü iletişim sistemleri yerini hızla iki yönlü etkileşime bırakmaktadır. İnternetle birlikte kitle iletişimi, bir merkez yerine paylaşılan bir ortamda kendiliğinden mesajın içeriğine, zamanına ve hızına karar verilen konuşma temelli iletişime dönüşmüştür.⁸⁵ Bilişim teknolojilerindeki küreselleşmeyle birlikte her bilginin sayısal kodlarla ifade edildiği dijitalleşen bir dünyadan bahsedilmektedir.

İnternetle geleneksel medya karşılaştırılmasında internetin kitle iletişim araçlarındaki iletişim akış şemasını değiştirmesi önemlidir. Geleneksel iletişim araçlarının kullandığı iletişim modeline göre göndericiden heterojen bir yapıya sahip kitleye mesajlar gönderilmektedir. Mesajın üretiminde kitle etkili değildir ve iletişim süreci esnasında mesajın alıcı olarak kitleye ulaşmasından itibaren kitle geribeslemede bulunamamaktadır. Eğer geribesleme ihtiyacına girerse kitle, başka bir kitle iletişim aracına ihtiyaç duymaktadır.⁸⁶ İnternet bu duruma cevap veren bir yapıya sahiptir. İnternetin iletişim sürecine getirdiği en büyük yeniliklerden bir tanesi geribesleme imkânını verebilmesidir.

İnternet gazeteciliği, interaktif bir nitelik taşımaktadır. Hyperlinkler, Web üzerindeki bu etkileşimliliği sağlamak için başlıca mekanizmayı temsil etmektedir. İnternet gazeteciliğinde bu hyperlinkler sayesinde haber metinleri içerisinde yer alan konulara ilişkin diğer web sitelerine bağlantılar kurulmakta ve böylelikle haberlere ilişkin

⁸⁴ Aydın Uğur, “Enformasyon Toplumu ve Medya”, İ. Tekeli (ed.) içinde, **Bilgi Toplumu Geçiş**, Ankara, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002, ss.338-339

⁸⁵ Uğur, **a.g.e.**, s.340

⁸⁶ İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Öteki Kuram**, Ankara, Pozitif Matbacılık, 2002, s.89.

çeşitli bakış açılarına ve detaylara ulaşma imkânı elde edilebilmektedir.⁸⁷ Dolayısıyla hyperlinkler, interaktif iletişimi (etkileşimliliği) sağlamanın bir vasıtası olurken aynı zamanda kullanıcıların, bilgi arama süreçleri üzerindeki denetim kabiliyetlerini arttırabilmeleri açısından da önem kazanmaktadır.⁸⁸

Hedef kitlenin elektronik ortamda okuduğu haberlerle ilgili duygu ve düşüncelerini anında dile getirebilmesi sayesinde yayıncıyla okur arasında bilgi akışı ve etkileşim kolayca gerçekleşebilmektedir. İnternet gazeteciliği bağlamında söz konusu olan bu etkileşim, teknik ve sosyal etkileşim olmak üzere iki şekilde gerçekleşebilmektedir. Teknik etkileşim, kullanıcı ve internette yer alan gazeteler-medya arasındaki interaktiviteyi nitelerken, sosyal etkileşim ise kullanıcıların kendi aralarındaki etkileşimi yansıtmaktadır. Bu anlamda, internet gazeteciliğinde ağırlıklı olarak teknik etkileşim söz konusu olmaktadır.⁸⁹

İnternet ortamında gazeteler açısından interaktiflik, fikirlerin, görüşlerin paylaşımının yapıldığı ilan tahtaları ve gerçek zamanlı chat odaları gibi birçok biçimde sağlanabilmektedir.⁹⁰ İnteraktivite ve dolayısıyla bunun beraberinde getirdiği geridönüşümü (feed-back'i) sağlayabilen diğer yollar ise şu şekilde sıralanabilmektedir: E-posta, veri bankaları ve arşivde arama, formlar yanıtlama ve değerlendirme, çeşitli oyun ve yazılımların indirilmesi, haber grupları, e-posta listeleri, forum ve konuk defteri.⁹¹

İnternet gazeteciliğinde bu özellikler ile birlikte okur analizinin yapılması da söz konusu olabilmektedir. Böylelikle hangi sayfanın ne kadar okunduğu, hangi köşe yazarının ne kadar hit aldığı düzenli olarak takip edilebilmektedir.⁹²

⁸⁷ Doug Millison (2005) Online Journalism FAQ, (Çevrimiçi) <http://home.comcast.net/~dougmillison/faq.html>, 22.06.2012.

⁸⁸ Daniela V. Dimitrova, Connolly-Ahern, Colleen, Andrew Paul Williams, Lynda Lee Kaid, and Amanda Reid, "Hyperlinking as Gatekeeping: Online Newspaper Coverage of the Execution of an American Terrorist." **Journalism Studies** 4(3), 2003, p.p.403-414.

⁸⁹ Halıcı, **a.g.e.**, s.155.

⁹⁰ Dimitrova, **a.g.e.**, p.403.

⁹¹ Halıcı, **a.g.e.**, s.155-156.

⁹² Halil İbrahim Gürcan, **İnternet Gazeteciliği, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim Seminerleri**, İstanbul, Erdini Basım ve Yayınevi, 2002, s.113.

Gerek yazılı basının gerekse görsel medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymayan, diğer habercilik sektörlerine göre çok daha az maliyetlerle, hem yazılı basının hem de görsel medyanın fonksiyonlarını da içeren yapısıyla internet gazeteciliği, bu nitelikleriyle gazetecilik açısından farklı bir açılım sağlamıştır. Öyle ki gerek yazılı basın, gerekse görsel medya, kendi kulvarlarında işlevlerini yerine getirirken, bu yeni kitle iletişim türüne kayıtsız kalmamışlar, internet gazeteciliğine de el atmışlardır.⁹³ İnternet, grup ve çoklu iletişimi bir arada barındırmakta; yayıncılık için düşük maliyet yaratmakta; maliyeti az, küresel çoklu iletişime olanak vermekte; düşük maliyetli, küresel, metin temelli, kişilerarası iletişime izin veren bir iletişim tarzı oluşturmaktadır.

Özetlemek gerekirse; İnternet ve dijital teknolojilerin geldiği nokta geleneksel gazetecilikte de kırılmalar yaşanmasına neden olmuş, kendine özgü dinamikleriyle yepyeni bir gazetecilik anlayışını da doğurmuştur. Online ya da internet gazeteciliği olarak adlandırılan bu yeni gazetecilik türünü geleneksel gazetecilikten farklılaştıran nitelikleri ise şunlardır:⁹⁴

- Haberi çok hızlı bir biçimde verebilmesi ve sürekli güncellenmesi.
- Okurun habere 24 saat istediği zaman ulaşabilmesi.
- Multimedya temelinde ses-grafik-görüntü dosyalarını kullanabilme.
- Arşivdeki haberlere kolayca tekrar ulaşabilme ve istenilen haberi saklama/depolama.
- Okurla interaktif etkileşim, geri besleme yorum alabilme.
- Haberle ilgili konularda web sitelerinin linklerinin verilmesiyle, arka plan bilgilerine kolaylıkla ulaşabilme.
- Diğer medyada yer almayan farklı haberleri bulabilme.

⁹³ Hilmi Bengi, İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu, 2005, (Çevrimiçi)) <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/sunum/36.ppt#38>, 12.05.2012.

⁹⁴ Karaduman, **a.g.e.**, s. 143.

İKİNCİ BÖLÜM

2. YENİ MEDYA ve “İTERAKTİVİTE”

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler yeni iletişim teknolojileri, yeni medya, internet, sosyal medya, sosyal ağlar gibi pek çok yeni kavramı medya literatürüne sokmuştur. Bu yeni oluşumlar sosyolojik, kültürel ve ekonomik alanda da değişimlere yol açmıştır.

Yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkışı, iki ayrı koldan ilerleyen bilgisayar ve medya teknolojilerindeki tarihsel gelişmelerin biraraya gelmesiyle mümkün olmuştur. Manovich yeni medyanın ortaya çıkışını hazırlayan gelişmeleri 1830'lara kadar geriye götürmektedir. Bu süreç Charles Babbage'in “analitik makine” ve Louis Daguerre'in “dagerotip”i icadıyla başlayarak, 20. yy'ın ortasında modern dijital bilgisayarın geliştirilmesine kadar devam etmiştir. Bir yanda “analitik makine” ile bilgisayar teknolojilerindeki gelişim başlarken, bunun paralelinde “dagerotip” ile başlayan süreçte medya teknolojilerinde görüntünün, hareketli görüntünün, sesin, metnin farklı formlar kullanılarak saklanmasına tanık olunmuştur. Bu iki tarihi gelişimin birleşmesi ve tüm varolan medyanın sayısal dataya çevrilmesi sonucu yeni medya ortaya çıkmıştır. Her iki gelişme çizgisi de modern kitle toplumlarının işlemesi doğrultusunda aynı ideolojik inançları oluşturmak için insanlara aynı metinleri, görüntüleri, sesleri yayma ile onların doğum kayıtlarını, iş, sabıka kayıtlarını tutma ihtiyaçları sonucu gerçekleşmiştir. Fotoğraf, film, ofset baskı, radyo ve TV ilkini, bilgisayar ise ikincisini mümkün kılmıştır. Bu açıdan kitle iletişim araçları ve bilgi işlem birbirini tamamlayan teknolojilerdir, birlikte ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Böylece de modern kitle toplumunu mümkün kılmıştır.¹

¹ Lev Manovich, **The Language of New Media**, Cambridge, The MIT Pres, 2001, p.26

Yeni medya düzeninin artık ses getiren ve hızlı yayılan bir yapıya sahip olduğu açık bir gerçektir. Bu yeni ağ ve habercilik; düzenin belirlediği tüm kuralları delmeye örülmüş duvarları yıkmaya hazırlanan dinamik bir yapıya sahiptir. Haberlerini yayınlarken kendinden başka bir editörün olmadığı ve haberine otosansür uygulanmayacağı bir alandır. Yazılarının geri dönmediği, yazdığı yazıdan dolayı işine son verilmediği bir platformdur. Yeni medya ağı kesinlikle aşağıdan (tabandan) gelişen bir harekettir.²

İnternet hızla gelişip yayınlaırken kendinden önce varolan kitle iletişim araçları geleneksel medya olarak nitelenmesine yol açmıştır. Bu tanımlamayı gerekli kılan temel etmenlerden birisi, aynı zamanda internetin belirleyici özelliklerinden de birisi olan interaktivite'dir. İnteraktivite bir araç olan internet kullanıcısı (okuyucu-izleyici-katılımcı) geleneksel iletişim araçlarının tam aksine edilgen durumdan çıkarıp, etken bir duruma taşımıştır. İnternetin en önemli özelliği, birebir iletişim kurmasından önce 'interaktif' iletişim sağlamasıdır. İnternet ile tek taraflı bilgi vermek yerine kullanıcının taleplerine göre yönlenen bir bilgi akışı gündeme gelmiştir. İnternet haberciliğinde interaktivite ile tanışan bu duruma ayak uyduran uygulama alanlarından birisi olmuştur.

İnteraktivite yani interaktif iletişim, mesajların birbirleriyle ilişkili ve kullanıcının katılımına /müdahalesine fırsat verecek şekilde yapılanmasıdır. Diğer bir ifadeyle interaktif kavramı; etkileşimi, paylaşımı eşit oranlarda karşılıklı iletişimi ifade eder. İnteraktif iletişim, internet kullanıcılarının çeşitli yollarla aktif olarak içerik üretimine ve paylaşımına katılmaları, onların medya mesajlarının yalnızca pasif tüketicileri ya da müşterileri olma konumlarını hızla değiştirmektedir. Medya profesyonel olmayan yurttaşlar tarafından yaratılan çevrimiçi içeriğe gönderme yapan kullanıcı tarafından üretilen içerikle değişen okuyucu ortaya çıkmaktadır.

² Barış Engin, "Yeni Medya ve Sosyal Hareketler", Derleyen: Mutlu Binark, Işık Barış Fidaner, **Cesur Yeni Medya Wikileaks ve 2011 Arap İsyanları Üzerine Tartışmalar**, İstanbul, Alternatif Bilişim, 2011, s.35.

Gazeteci, okuyucu ve kullanıcı konumları yer değiştirerek habere müdahil olmaktadır.

2.1. Yeni Medya ve İnteraktivite Kavramı

Yüzyüze iletişim ile mekanik bir araç aracılığındaki iletişim arasında ayrılıklar vardır. Yüzyüze iletişimde bir bakış, bir gülüş iletinin ne tür algılandığı üzerinde anında bilgi verir. Mekanik bir araç aracılığındaki iletişimde ise geribildirimden yoksunluk iletişim etkililiğini engelleyebilir. Kitle iletişimi ise geribildirim anında alınmadığı için tekyönlü bir etkinlik olarak sürdürülmektedir. İnteraktivite kullanıcı ve sistem arasındaki iletişim yani geribildirim (feedback) ile oluşmaktadır. Papirustan interaktivitenin bilgisayar teknolojisine kadar bütün gelişmeler iletişimde etki tepki arasındaki gecikmenin kısılması ile ilgilidir.³

Sanal gerçeklik katılımcı ve uzam arasındaki bir dinamik ilişkiler ortamıdır. Dolayısıyla, kullanıcı için yüksek nitelikte oluşturulan sanal ortam, diğer bir kavram olan “interaktivite” aracılığıyla, eşzamanlı geribildirim verileriyle sistem bileşenlerinin arasındaki ilişkilerin hem anlaşılabilmesini, hem de düzenlenebilmesini sağlayarak deneyimi bir üst nitelik düzeyine taşır. Sisteme dâhil olan avatarlar (kullanıcının sanal ortamdaki sembolik varlığı) ile sistemin ona tepkilerini oluşturan yapay zekâ sistemcikleri ve diğer sistem elemanları arasındaki ilişki interaktivite kavramının ana unsurlarıdır.⁴

İngilizce interactivity, Almanca Interaktivitaet, Fransızca interactivité yada Türkçe interaktivite; “benzerler arasılık” anlamı veren “inter-” ön eki ve “etkin, etkili” anlamındaki “aktif” sözcüğünün birleşimi ile oluşmuş olan uluslararası bir

³ Celia Pearce, **The Interactive Book: A Guide to the Interactive Revolution**, Indianapolis: MacMillan Technical Publishing, 1997, s.11

⁴ Marc Cavazzaa, Jean-Luc Lugin, Simon Hartleya, Marc Le Renardb, Alok Nandic, Jeffrey Jacobsond, Sean Crooksa, **Intelligent virtual environments for virtual reality art**, Computers & Graphics 29, 2005, p.p.852-861

terimdir. Terimin birleşimlerinden oluştuğu sözcüklerin anlamlarından birebir yola çıkılarak “etkinler arasılık” anlamına ulaşılabilir. Terim dilimize “etkileşim” olarak da çevrilmiştir. “Etkileşim” sözcüğü gramer yapısı bakımından işteş bir yapıya sahiptir. Bu da sözcüğün kökünü oluşturan “etkilemek” işinin birden fazla kişi tarafından; beraber ya da karşılıklı yapıldığı anlamını doğurur. “Active” kelimesi ise Latince “ACTIVES” (aktivus) kelimesinden Fransızca’ya “actif olarak, oradan da, “aktif olarak Türkçeye girmiş bir kelimedir. Latince “AGERE” fiil kökünden gelir. AGERE, “Doğal bir durumun durağan gidişatını değiştirme” anlamında bir fiildir ve aksiyon kelimesinin de köküdür.⁵

Bu iki kelime birleştiğinde, karşılıklı hareket eden veya değişiklik yaratan anlamına gelen “interactive” kelimesini oluşturup, iki taraflı bir aktiviteye işaret eder.⁶ Türkiye’deki akademik çalışmalarda ve günlük kullanımda kavramın adının her iki kullanımına da (interaktivite ve etkileşim) rastlanılmaktadır.

Andrew Dewdney ve Peter Ride “The New Media Handbook” adlı çalışmalarında, yeni medya ortamında etkileşimselliğin sağladığı olanakların ve etkileşimselliğin gerçekleşmesini şu şekilde açıklamaktadırlar: İnteraktiflik, kullanıcı-türevli içerik üretimine olanak sağlar; interaktiflik, önceden tanımlanmış ve birbirine bağlanmış linklerle yazılımlar arasında ve içindeki seçeneklerde gerçekleşir; etkileşimsellik, arayüzeyde birçok kişinin karşılıklı eylemesine ve katılımına olanak tanımaktadır.⁷ Örneğin, bir kullanıcı arayüzeydeki metne kendi yorumunu ileterek, metni dolaşıma sokarak veya üzerinde değişiklik yaparak yeni bir metin eklemesi vb. çeşitli şekillerde metne müdahil olabilir.

Gürsel ve Gürsel’e göre interaktivite, “çoklu ortamı tanımlamada büyük önem taşımaktadır. Bilgisayar Terimleri Sözlüğü’nde “bir girdiye derhal tepki vermek” olarak açıklanan etkileşim, kullanıcı ve bilgisayar sistemi arasındaki karşıt

⁵ Merriam Webster Online, (Çevrimiçi) “Inter-”, <http://www.merriam-webster.com/> (27.06.2012)

⁶ Merriam Webster Online, (Çevrimiçi) “Inter-”, <http://www.merriam-webster.com/> (27.06.2012)

⁷ Andrew Dewdney and Peter Ride, **The New Media Handbook**, New York, Routledge, Taylor & Francis Group Kondon and Newyork, 2006, p.p.215-216.

ve karşılıklı etkin iki yönlü iletişim bütünüdür. Uygulamanın tipine bağlı olarak etkileşim çeşitli anlamlara gelebilir”.⁸ İnteraktivite birebir çevrildiğinde “etkinler arasılık” anlamına gelmektedir. Ayrıca “birbirini karşılıklı olarak etkileme işi”⁹, “birbiri üzerine hareket etmek”¹⁰ gibi genel anlamları da vardır. Fakat interaktivite kavramının tek ve kesin bir tanımı veya kullanım alanı olduğunu söylemek yanlış olur. Fen bilimleri ve sosyal bilimler alanlarında sıklıkla kullanılmakta ve her kullanımı kavramı yeni bir bakış açısı ile ele almaktadır. İnteraktivite kavramının yapılan tanımları; yazarların birincil olarak odaklandıkları süreç, özellikler, algılama veya bu üç unsuru içeren alanlara göre değişkenlik göstermektedir.¹¹ İnteraktiflik, iletişimin kendindekini yansıtması, geçmişten beslenip, geçmiş yansıtmasıdır.

Mark Stephen Meadows, *Pause and Effect: The Art of Interactive Narrative* isimli kitabında interaktivite tanımlarından birini yapar: “İnteraksiyon farklı şekillerde tanımlanabilir. Çok sayıda slogan kullanabiliriz: ‘bağlayıcı’ (engaging), ‘sarmal’ (immersive), ‘katılımcı’ (participatory), ‘yanıt veren’ (responsive) ve ‘reaktif’ (reactive).”¹²

“İnteraksiyon katılımın devamlı artmasıdır. İki yönlü bir iletişim kanalıdır. Bir cevaba yönelik bir başka cevaptır. Tam çift yönlülüktür. interaktivite iyi bir ilişkidir. Kötü bir söyleşidir. Belirsiz bir davranış, anlamsız bir sonuçtur. Pek çok şeydir, hiçbirini tek başına yapılamaz. İnteraksiyon iletişimi zorunlu kılan bir süreçtir. Bir süreci zorunlu kılan bir iletişim de olabilir. Seçenekler sunar, sürat değişimini gerektirir, siz onu değiştirirken sizi de değiştirir.”¹³

⁸ Mayda Gürsel ve İhsan Gürsel, **Büyük Bilgisayar Terimleri Sözlüğü**, Ankara, Doruk Yayınları, 1991, s.175.

⁹ İsmail Parlatır v.d., “Etkileşim”, **TDK Türkçe Sözlük**, Ankara, Türk Tarih Kurumu Basım Evi, C. 1., 1998, s.740.

¹⁰ Lawrence Lorimer, “Interactivity”, **New Webster’s Dictionary and Thesaurus of the English Language, Danbury**, Lexicon Pub, 1994, p.503.

¹¹ McMillan, J. S. & Hwang, J. S. (2002). “Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role Direction of Communication, User Control, and Time in Shaping Perceptions of Interactivity” **Journal of Advertising** 31 (3), p.p. 29–42.

¹² Mark Stephen Meadows, **Pause & Effect: The Art of Interactive Narrative**, Indianapolis, New Riders, 2003, p.37

¹³ Meadows, **a.g.e.**, p.37.

Teknik yapıdan çok sürecin bir bütün olarak kendisi ile ilgilenen Crawford, interaktivitenin derecelendirilebilir yapısına işaret ederek, başarısının (özellikle verilerin düzenlenişi ve prosedürel yapı bağlamında) üç faktöre bağlı olduğunu savunur. Bunlar ‘hız’, ‘derinlik’ ve ‘seçim’dir. Hız, anımsalılık duygusuna işaret eder. Herhangi bir veriyi giren kullanıcı, bilgisayarın bu veriye karşılık olarak verdiği çıktıyı anında görmek isteyecektir. Kimi zaman yarım saniyelik bir gecikme dahi interaksyonu kesintiye uğratabilir. Derinlik kavramı doğrudan prosedürel yapı ile ilgilidir ve interaksyonun kullanıcının sosyal algı ve mantığı ile uyumlu olması anlamına gelir. Seçim, Crawford’a göre bu üç özellik arasında en önemlisidir. “İnteraktivite kullanıcının sahip olduğu seçeneklere bağlıdır.”¹⁴ Seçeneklerin başarısı ise iki faktörle ölçülür: Öncelikle seçenekler “işlevsel açıdan anlamlı” olmalı, yani kullanıcının arzu, ihtiyaç ve ilgilerini tatmin etmelidir. Kullanım alanı olmayan seçeneklerin var olması interaksyon sürecine herhangi bir katkıda bulunmaz. İkinci faktör ise seçeneklerin kullanıcının talep etme ihtimali bulunan olasılıklarla oranıdır. Bu noktada olasılıkları karşılamayan az sayıda seçeneğin yanında, özellikle interaktif anlatılarda dramatik olasılıklar açısından işlevsiz olan çok sayıda ek seçeneğin de interaktiviteyi olumsuz etkileyeceğini savunur. Bu iki faktör ışığında interaktif sistemler kullanıcılarına doğru seçenekleri yeterli miktarda verdikleri oranda başarılıdırlar.¹⁵

2.1.1. İnteraktivite Kavramının Özellikleri ve İnteraktif Yaklaşımlar

İletişim araçlarının yüzyıllar boyunca gelişmesinin sonucunda, tarih üç döneme bölünmektedir. *Kabile çağı*nın belirgin niteliği söz kullanımı ve katılımın yoğun olduğu bir evrendir. *Matbaa çağı*, söze bağımlılıktan kopuşun çağıdır, doğrusallığa, içebakışa ve bireyciliğe götürür. Girmekte olduğumuz *Elektronik çağ* bir ölçüde, görsel-işitsel iletişim araçlarınca benimsetilen belli bir sözel kolaylığa, kabileciliğe dönüştür.¹⁶

¹⁴ Chris Crawford, **Understanding Interactivity**, San Francisco, No Starch Press, 2002, p.41.

¹⁵ Crawford, **a.g.e.**, p.p.36-45

¹⁶ Eric Maigret, **Medya ve İletişim Sosyolojisi**, Çev. Halime Yücel, İstanbul, İletişim Yayınları, 2011, s.131.

Günümüzde elektronik çağın en önemli özelliklerinden biri interaktivitedir ve iletişim alanında en çok tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin interaktif boyutu göz önüne alınırken, onun diğerlerinden ayırt edici en önemli özelliği, yeni iletişim teknolojilerinin, alıcı ile verici arasındaki kanalda interaktif iletişime imkân sağlamasıdır. Yeni iletişim teknolojilerine verilebilecek en iyi örnek ‘internet’tir. Televizyon iletişimde tek taraflı bir sunum söz konusu iken, internet aracılığıyla kurulan iletişimde çift taraflı bir iletişim söz konusudur. Bunun dışında internetteki sayfaların sürekli güncellenmesi, en yeni bilgileri anında duyurma ve bu bilgilere kolayca ulaşma imkânı da sunmaktadır. Her yeni icat edilen teknoloji ve bu teknolojinin topluma yayılmasıyla birlikte, kültürün bu araçlar tarafından yönlendirilmesi sonucu gündelik hayatta çok çeşitli değişiklikler yaşanmaya başlamıştır.

Yeni iletişim teknolojileriyle ortaya çıkan interaktif iletişim kavramı, günlük hayattaki iletişimden farklı olarak bilgisayar tabanlı bir iletişim biçimidir. İki kişi arasındaki iletişimden farklı olması belli bir konseptinin olmasından kaynaklanır. Bu konsept kullanıcının bilgisayar ortamındaki iletişimidir.

İnteraktif iletişimin özellikleri çift yönlü ve gerçek zamanlı olmasıdır. İki yönlü iletişim sağlar; çünkü bir bilgi kaynağına ulaştığımızda ve o kaynaktan geri dönüş almamız olanaklı hale gelmektedir. İletişim çift yönlü olduğunda daha etkili bir süreçtir. Bu akış içinde önemli olan yalnızca mesajların alıcıya gönderilmesi ve onun tarafından algılanması değil, bu algılamanın boyutlarının ve alıcı üzerinde yarattığı etkinin de mesajın kaynağına geri dönmesidir.¹⁷ Tek yönlü iletişimde sadece bakarız. Çift yönlü iletişim bakmak ve hissetmek şeklinde iki yönlü olur. Hem bakarız hemde hissederiz çünkü senin de dâhil olduğun karşılıklı bir iletişim vardır. Aynı zamanda gerçek zamanlı bir iletişimdir interaktif iletişim. Anında cevap alabilme şansımız vardır. msn, bloglar, internet oyunları, e-eğitim... vs. interaktif iletişime örnek olarak verilebilir.

¹⁷ Sema Tapan, Perran Akan, **Pazarlama İletişimi**, Ed. Yavuz Odabaşı, Eskisehir, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, 1996, s.31.

İletişimin tanımlamaları iki grup içerisinde incelenebilir. Birinci grupta iletişim, mesaj gönderen ve gönderilen arasında belirli bir etki ile oluşan paylaşım ve aktarım süreci olarak tanımlanmaktadır. İkinci grupta ise iletişim, böylesine matematiksel bir süreç değil ortak algılamalar sonucu oluşan anlam olarak tanımlanmaktadır.¹⁸ İnteraktif iletişim aslında kişiler arası iletişimin bir çeşididir. Tam anlamıyla interaktif özellikler taşıyan bir iletişim biçimi genellikle katılımcılarına eşitlik sağlar ve tek yönlü iletişimden çok daha fazla iletişim gücüne sahiptir. Tek yönlü iletişimde geri dönüş hemen hiç olmaz ya da çok az derecededir.¹⁹

Yeni teknolojilerin günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmeleriyle araştırmacılar ve akademisyenlerin ilgi alanına giren interaktivite kavramı üzerine yapılan çalışmalar, tam anlamıyla bir fikir birliğine varılamadığı için dağınık ve birbirinden çok farklı görünmektedir. Bu bölümde amaç interaktivite kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için, farklı disiplinlerden gelen bilim adamlarının yaptığı tanımların üzerinden özellikleri verilmesi zorunluluğu ortaya çıkarmıştır

İnteraktivite kavramının tanımlarının dayandırıldığı bu dört unsuru içeren yaklaşımın özellikleri, internet ortamında yayınlanan gazetelerin interaktif düzeylerinin tespit edilebilmesi bakımından önem taşımaktadır.

2.1.1.1. Süreç Odaklı İnteraktif Yaklaşımlar

İnteraktif iletişimin en önemli özelliklerinden biri karşılıklı bilgi alışverişini ve geri beslenmeyi olanaklı kılmasıdır. Ancak bu süreçte yeni bilgi işlem teknolojileri yer almaktadır. İnteraktivitenin belirli bir süreç dâhilinde algılanmasının temelinde elbette iletişimin bir süreç olması yatmaktadır. Ancak interaktif iletişimde temel fark yeni iletişim teknolojilerinin mesajın içeriğini, yapısını değiştirmeye

¹⁸ Nurçay Türkoğlu, **İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar**, 1. Basım, İstanbul, Babil Yayınları, 2004, s.67.

¹⁹ Tanjev Schultz, "Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploratory Study of Online Forums and Reader Email", **Media Culture and Society**, Vol. 22, No. 2, 2000, s.210.

olanak tanınmasıdır. Bu teknolojiler sayesinde mesajı alan kişi mesajın tekrar tekrar ayrıntılarına odaklanabilir ve mesajı farklı bir şekilde orijinal kaynağına geri gönderebilir ve böylece yeni bir diyalog başlatmış olur.

Bu yeni diyalog biçimi ise geleneksel iletişim türlerinde hemen hiç bulunmamaktadır.²⁰ Her türlü mesaj alışverişinde interaktif olduğu düşünülse de interaktif iletişimi diğer iletişim türlerinden ayıran, interaktivitenin mesajı değiştirebilme, biçimi üzerinde istenilen değişiklikleri yapmaya olanak tanınmasıdır.

Süreç üzerinde yoğunlaşan bilim adamları interaktivite kavramını, “kaynak ile alıcı arasındaki veya daha geniş anlamda herhangi bir sayıda kaynak ve alıcı arasındaki çok yönlü iletişim”²¹ “gerçek zamanda kullanıcının çevrimiçi iletişim ortamında, iletişimin biçim ve içeriğini değiştirme ve etkilemedeki katılımı”²² ve “bir iletişim sürecinde herhangi bir üçüncü iletimin (veya mesajın) bir öncekileri etkileme kapasitesi”²³ olarak tanımlamışlardır. Süreç bağlamında gerçekleştirilen interaktivite kavramının bu tanımları; yanıt verme, iki yönlü iletişim ve gerçek zamanlı katılım üzerinde odaklanmaktadır.

İnteraktivite kavramını süreç olarak ele alanlar, kavramı kullanıcının cevap alma, iletişimi ve mesajın içeriğini kontrol etme, tepki verme ve eş zamanlı bir şekilde iletişime dâhil olma ihtiyaçlarına dayanarak açıklamaya çalışmaktadırlar. Böyle bir süreçte iletişim içerisinde bulunan tarafların mesajın içeriğini kontrol etme, değiştirme ve sürece dâhil olma biçimleri etkileşimin derecesini artırır veya azaltır.

²⁰ The Eurostat Concepts and Definition Database, “Glossary: Cultural Participation (Interaction Process)”, (Çevrimiçi) <http://forum.europa.eu.int/irc/dsis/coded/info/data/coded/en/gl009131.htm>, 14.05.2012.

²¹ John V. Pavlik, **New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives**. (2nd edn). Boston, Ally and Bacon, 1998, p. 137.

²² Tanjev Schultz, “Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers.” **Journal of Computer-Mediated Communication**. 5 (1), 1999, p.p.27-42

²³ Sheizaf Rafaeli, “Interactivity from New Media to Communication.” **The Social Net: Understanding Human Behavior in Cyberspace**. Yair Amchai Hamburger (der.) içinde. Oxford University 2005, p.111

Dolayısıyla, kullanıcı interaktif iletişimde gönüllü olarak belirli bir çaba sarf etmektedir. Ancak interaktivite kavramını ve interaktif derecesini sadece bir süreç olarak ele almak, kişilerin kullanılan aracı algılayış biçimlerini, o araca yakınlık derecelerini göz ardı etmekte, aynı zamanda aracın teknolojik özelliklerinin interaktiviteye imkân verip vermemesini önemsememektedir.

2.1.1.2. Araç Odaklı İnteraktif Yaklaşımlar

İnternetin yeni bir iletişim tarzı getirip getirmediği konusu araç odaklı yaklaşımca ele alınmaktadır. Araç odaklı yaklaşımın teorik ve felsefi temelini McLuhan ve Innis'in yaklaşımlarına dayanır. Onlara göre, toplumsal örgütlenmenin değişimi altında yatan neden teknolojik yeniliklerdir. Toplumsal biçimlerdeki ve kültürdeki değişiklikler iletişim teknolojisindeki değişimin bir fonksiyonudur. Oysa toplumsal yapının ve teknolojinin kullanılmasının karşılıklı bir interaktivite esasına dayalı olarak bir dönüşümü söz konusudur. Bu dönüşümden toplum da teknolojik araçların kullanımına bağlı olarak teknoloji de etkilenmektedir.

Yeni teknolojiler iletişimde interaktivite imkânı getirmiştir. Artık insanlar iletişim sistemlerinin çıktılarını pasif tüketici olarak almayıp iletişim ağlarını aktif biçimde etkileyerek yeniden dolaşıma sokabilmektedir.²⁴ İnteraktivite kavramı, yeni iletişim teknolojilerinin hayatımıza girmesiyle daha fazla tartışılan ve üzerinde düşünülen bir kavram haline gelmiştir. Bu nedenle interaktivite kavramını kullanılan araç ve teknolojiden bağımsız ele almak eksik bir yaklaşım olacaktır. İnteraktif iletişimde kullanılan aracın teknolojik özellikleri interaktivitenin derecesini etkilemektedir. Bu nedenle yeni iletişim teknolojileri geleneksel kitle iletişim araçlarından farklılaşmaktadırlar. Aracın, özellikleri imkan tanıdığı ölçüde kullanıcı iletişim sürecine dahil olabilmekte, kendini ifade etmekte ve iletilerin içeriği üzerinde değişiklik yapabilmektedir. Bu noktada interaktivitenin derecesi kullanılan aracın ses ve görüntü özellikleri ile ifade edilebilir. İletişim teknolojisindeki son gelişmeler, kitlelerin

²⁴ Hasan Çoban, **Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş**, Ankara, İnkılap Yayınevi, 1997, s.17.

hedef olarak algılanması geleneğini ortadan kaldırmakta, belirli mesajların çok geniş alanlara yayılmak yerine belirli kimselere ulaştırılması yeteneğini arttırmaktadır.²⁵

Farklı özellikleri üzerinde duran bilim adamları interaktivite kavramını “bir telekomünikasyon kanalı aracılığı ile kişiden kişiye iletişim (örneğin; telefon) ve kişi ile makine arasındaki interaktiviteyi (örneğin; elektronik bankacılık işlemleri) sağlayan teknolojiler”²⁶ olarak açıklamışlardır. İnteraktivite kavramının özellikleri ele alındığında kullanıcı kontrolü ve iki yönlü iletişim üzerinde durulmaktadır.

Buna ek olarak, interaktif iletişim teknolojileri sundukları seçenekler, eğlence, bilgi edinebilme özellikleri ile kullanıcının dikkatini çekmekte ve bu süreçte dahil olmayı istemelerini sağlamaktadırlar. Bu teknolojiler kullanıcının kontrolüne olanak tanıdıkları ölçüde etkileşimin derecesi artmakta ve bu sonuç aracın özelliği nedeniyle meydana gelmektedir. McMillan, interaktivite ve aracın özellikleri arasındaki ilişkiyi, web sitelerini örnek göstererek açıklamaktadır. O’na göre bir web sitesinde bulunan sohbet odaları diğer sayfalara yönlendiren bağlantıların çokluğu, görüşlerin belirtilmesine olanak sağlayan mesajlaşma seçenekleri, kullanılan aracın-teknojinin özellikleridir. Bu seçeneklerin çokluğu kullanıcıyı interaktivite de bulunması için yönlendirir ve teşvik eder.²⁷

İnteraktivite, araç odaklı tarif edildiğinde kullanıcıdan bilgisayara ve bilgisayardan kullanıcıya aktarılan bilgi transferi olarak ifade edilmektedir.²⁸ Etkileşimi kişiler arası iletişimin simülasyonu olarak ele aldığımızda bu bilgi aktarımının belirli bir hızda ve eş zamanlı olması önem taşımaktadır. Karşılıklı iki kişi arasında geçen bir diyalogda, birincinin verdiği mesaja karşısındaki kişiden

²⁵ Haluk Şahin, **Yeni İletişim Ortamı, Demokrasi ve Basın Özgürlüğü**, İstanbul, Anadolu Matbaası, 1991, s.23.

²⁶ J. Carey, **Interactive Media**, New York, Oxford University Press, 1989, p.328.

²⁷ Sally J. McMillan and Jang-Sun Hwang, “Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role of Direction of Communication, User Control, and Time in Shaping Perception of Interactivity”, **Journal of Advertising**, Vol. 31, No. 3, Fall 2002, p.p. 31-33.

²⁸ Alan Dix and Diğerleri, **Human Computer Interaction**, Harlow, Prentice Hall, 1998, p.54.

gelen cevap gecikirse diyalogu başlatan kişinin bu süreçten sıkılması ve iletişimi sonlandırması kaçınılmazdır.

Bu nedenle, kullanılan aracın teknolojik özellikleri kullanıcıyı bekletmeyecek ve sıkmayacak nitelikte olmalıdır. Bağlantı hızı, bekleme süresi interaktivitenin derecesini etkileyen faktörlerdir, eğer kullanıcı bir web sitesine bağlanırken çok fazla bekliyorsa ya da kullandığı aracın özellikleri karmaşık ve anlaşılması zor ise belirli bir süreden sonra bu sürece dâhil olmayı istemeyecek, gönüllü olarak başlattığı iletişimi sonlandıracaktır.

2.1.1.3. Algı Odaklı İnteraktif Yaklaşımlar

İnteraktivite kavramını özellikler ve süreç bakış açılarından tanımlayan bilim adamlarının yanı sıra diğerleri interaktivite kavramı tanımının, interaktif medyayı kullanan kişilerin algılarında yattığına inanmaktadır. Algılama üzerine odaklanan bilim adamları interaktivite kavramını “cevap verme ve sörf yapma bileşenlerinin oluşturduğunu”²⁹ vurgulamışlardır. Algılama bağlamında interaktivite kavramının yapılan bu tanımları; internette sörf yapma ve cevap verme algısını ön plana çıkarmaktadır.

Bazı araştırmacılar interaktivitenin en iyi algılanan bir değişken olarak ifade edilebileceğini düşünmektedirler. İnteraktifliği böyle tanımlamak, terimi belli bir rutine indirgemekte ve onu günlük yaşamın bir parçası haline getirmektedir.³⁰ Algılanan interaktivite, özellik temelli interaktifliğin algı temelli interaktiviteden farkı veya yapısalın deneysel interaktiviteden farkı olarak incelenebilir. Aslında algı

²⁹ G. Wu, “Perceived Interactivity and Attitude Toward Websites”, **Paper Presented At The American Academy Of Advertising Annual Conference, Albuquerque, NM, March, 1999, p.22.**

³⁰ Mark Tremayne, “Lessons Learned from Experiments with Interactivity on the Web”, **Journal of Interactive Advertising, Vol 5 No 2, 2005, American Academy of Advertising, All rights reserved, Spring 2005, p.p.40-46.**

ve gerçeklik arasındaki fark felsefi bir inceleme konusu olarak düşünülse de interaktivitenin algısı ve gerçekliği farklıdır.³¹

McMillan ve Hwang, algılanan interaktivitenin ölçümlemesi üzerine yaptıkları araştırmada şu sonuçlara ulaşmışlardır: İnteraktivitenin algılanış biçimi, interaktivitenin teknolojik yapısından ziyade kullanıcının web sitesine olan yaklaşımı gibi bağımlı bir değişkenle ilgilidir. Kavrama ve bilme ihtiyacı, web sitesinin özellikleri algılanan interaktivitenin göstergeleridir. Dolayısıyla algılanan interaktif sunulan içeriğe olan yaklaşım, okurun niyeti gibi kullanıcı odaklıdır. Elbette tüm bu özelliklerin yanı sıra kullanıcıların karakterleri, interaktivite içerisinde bulundukları andaki motivasyon dereceleri önem taşımaktadır.³²

Gerçek interaktivitenin tanımı, aracın özelliklerine, interaktif bir içerik ya da mesaj yaratma kapasitesine odaklanarak yapılabilir; eğer gerçek interaktivite, bir aracın etkileşimi sağlama potansiyelini ifade ediyorsa, pek çok iletişim aracının birbirlerinden bu özellik nedeniyle farklılaşmaları doğaldır. Dolayısıyla gerçek interaktivite, interaktivitenin gerçekleşmesine imkân tanıyan özelliklerdir, kullanıcının bu özellikleri fark etmesiyle ilgilidir. Sonuç olarak algılanan interaktivite, gerçek etkileşimin şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır.³³ Bu bakış açısıyla interaktivite kavramı değerlendirildiğinde aracın yapısı ve teknolojik özellikleri istediği kadar interaktiviteye olanak versin eğer kullanıcıların algısı bu yönde değilse etkileşimin derecesi ve etkisi azalacaktır.

³¹ Guohua Wu, “The Mediating Role of Perceived Interactivity in the Effect of Actual Interactivity on Attitude toward the Website” **Journal of Interactive Advertising**, Vol 5 No 2, Spring 2005, American Academy of Advertising, All rights reserved, 2010, p.p.29-39.

³² Sally J. McMillan and Jang-Sun Hwang, “Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role of Direction of Communication, User Control, and Time in Shaping Perception of Interactivity”, **Journal of Advertising**, Vol. 31, No. 3, Fall 2002, p.p. 31-33.

³³ Wu, **a.g.e.**, p.p.29-39.

2.1.1.4. Bütünleştirici İnteraktif Yaklaşımlar

İnteraktivite kavramını aracın özelliği, kullanıcının algısı ve süreç olarak ayrı ayrı inceleyen araştırmacıların yanı sıra kavramı tüm bu etkilerin hepsinin bir sonucu olarak değerlendiren bütünleştirici yaklaşımlar, interaktivite kavramını daha derinlemesine ele almaktadırlar.

İnteraktif iletişim ortamda teknolojinin özellikleri kullanıcıyla uyumlu olmalıdır, bunun yanı sıra kullanıcı araçtan kaynaklanan hız, bağlanabilme gibi problemler yaşamamalı kullanıcıdan gelen verilerle cevap arasındaki süre mümkün olduğunca kısa olmalıdır. Ayrıca, kullanıcının mesajın içeriği ve iletişim süreci üzerindeki kontrolü yüksek olmalı ve kullanıcılar arasındaki ilişki eşitlik ilkesine dayanmalıdır. Dolayısıyla hem aracın özellikleri hem de kullanıcının algısı çift yönlü iletişime olanak tanımalı, kullanıcılar bilinçli ve gönüllü bir şekilde iletişim sürecine dahil olmalıdırlar.³⁴

İnteraktivite kavramı için yapılan tanımlamalar genel olarak değerlendirildiğinde bir fikir birliğine varılamadığı net olarak görülmektedir. Şu ana kadar anlatılardan ortaya çıkan sonuç interaktivitenin hem teknolojinin bir özelliği hem de kişinin algılayış biçimi ile ilgili olduğu ve interaktivite kavramını ele alırken sosyal, psikolojik, kültürel, ekonomik faktörlerin göz ardı edilememesi zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

2.1.2. Başlıca İnteraktif İletişim Modelleri

İnteraktivite, kullanıcı-türevli içerik üretimine olanak sağlar; interaktifliği, önceden tanımlanmış ve birbirine bağlanmış linklerle yazılımlar arasında ve içindeki seçeneklerde gerçekleşir; interaktiflik, arayüzeyde birçok kişinin karşılıklı eylemesine

³⁴ Spiro Kioussis, "Interactivity: A Concept of Explication", *New Media and Society*, Vol.4, No.3, 2002, p. 369.

ve katılımına olanak tanımaktadır.³⁵ Bir kullanıcı arayüzeydeki metne kendi yorumunu ileterek, metni dolaşıma sokarak veya üzerinde değişiklik yaparak yeni bir metin eklemesi vb. çeşitli şekillerde metne müdahil olabilir. İnteraktiflik, iletişimin kendindekini yansıtmayı, geçmişten beslenip, geçmişi yanıtlamasıdır. İnteraktiflik bilinçli olarak programlama veya girişleri kontrol altına almadır.³⁶ İnteraktivite çift ya da daha fazla yönlü bir iletişim modeli gerektirmektedir. Yeni ortamın interaktif yapısıyla geleneksel kitle iletişiminin alıcısı artık etkin bir katılımcı olarak anılmaktadır.

İnteraktivite kavramı dijital medya alanında çok yaygın biçimde kullanılan ve aynı oranda da çok tartışılan bir kavramdır. İnteraktivitenin sadece bilgisayar bilimleri ve dijital medya alanında kullanılan bir kavram olmaması; aralarında iletişimin de bulunduğu çok sayıda bilimsel alanda ve hatta günlük dilde yaygın kullanılması durumu daha da karmaşık hale getirmektedir.

McMillan ve Downes iletişimin hedefini katılımcıların iletişim ortamı üzerinde daha fazla kontrolü olmasından çok, bilgi alış verişi olduğunda, katılımcılar iletişimden tam olarak yarar sağlamak için etken bir rol üstlendiklerinde, katılımcılar çift yönlü iletişim aracılığıyla mesajlara etki-tepki verdiğinde ve iletişim ortamı bir mekan hissi uyandırdığında interaktivitenin arttığını belirtmişlerdir.³⁷

İnternetin interaktif hale dönüşmesiyle, bütün kullanıcıları eşzamanlı bir iletişim bilgiyi üreten ve kullanan konuma getirmektedir. İnternetin interaktif potansiyeli diğer özelliklerinden farklı bir şekilde ağırlıklı olarak üzerinde durulan önemli bir özelliğidir. Başarılı bir interaktivite için, kullanıcı ve sistem arasında iyi bir tercüman olmalıdır. İnteraktif iletişim modelleri iletişimde neyin gerçekleştiğini ve zorlukların kaynağını anlamada bize yardımcı olmaktadır.

³⁵ Andrew Dewdney and Peter Ride, **The New Media Handbook**, New York, Routledge, Taylor & Francis Group Kondon and Newyork, 2006, p.p.215-216.

³⁶ McMillan and Hwang, **a.g.e.**, p.p.31-33.

³⁷ Sally J. Mc Millan, Who Pays for Content? Funding in Interactive Media. Journal of Computer Mediated Magazine, 1998, (Çevrimiçi) <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1998.tb00090.x/full>, 15.05.2012.

2.1.2.1. Rafaeli İnteraktif İletişim Modeli

İletişim dünyasında internet insan hayatının vazgeçilmez bir parçası olduğu tartışılmaz bir gerçektir. İletişime yeni bir boyut kazandırarak, değişim alt yapısını hazırlayan internet interaktivitesi yüksek, hipermetinsel, eş zamanlı, veri aktarma yollarını kendisi bulan, ses video görüntüsü ve yazıyı bulunduran bir araçtır. İnternet medyasını adlandırma konusunda farklı tanımlamalar yer almakta; bunlar arasında bağımsız medya, alternatif medya, toplumsal hareket medyası ya da toplum medyası gibi adlandırmalar ön plana çıkmaktadır.³⁸

İnternet iletişiminin en baskın, belirleyici özelliğini “interaktivite” oluşturmaktadır. Kişilerarası iletişimde doğal bir kavram olarak kabul edilen interaktivite konusunda kabul gören en belirleyici tanımı Rafaeli yapmıştır, ancak internet ortamının sunduğu etkileşimi yeterince aydınlatamamaktadır. “*İnteraktivite, iletişimden yansıyan geçmişe ilişkin yanıtlar ve beslemelerdir*”³⁹ diyen Rafaeli, internette gerçek zamanlı etkileşimi hesap edememiştir.

Alıcı ile gönderici arasındaki geri bildirimin bir halkası olarak tanımlanan interaktivite, kitle iletişim teori ve modellerinin önemli bir bileşenidir. Rafaeli, interaktivite tanımında üç iletişim türünden bahseder: Çift yönlü etkileşimsiz iletişim (noninteractive: alıcı-gönderici arası tv, radyo, gazete gibi), sözde interaktif iletişim ve tam interaktif iletişim⁴⁰ internet ortamında Rafaeli’nin sözünü ettiği bütün interaktif iletişim türleri gözükmekle birlikte, interneti ayrıcalıklı kılan temel unsur ise kullanıcılarına “tam interaktif iletişim” imkânı tanınmasıdır.

İnteraktif mesajların birbirine bağımlılığıyla ilgilidir ve bu özellik teknolojinin özellikleriyle ilintili olmaktan daha fazlasıdır. Mesajların birbirine

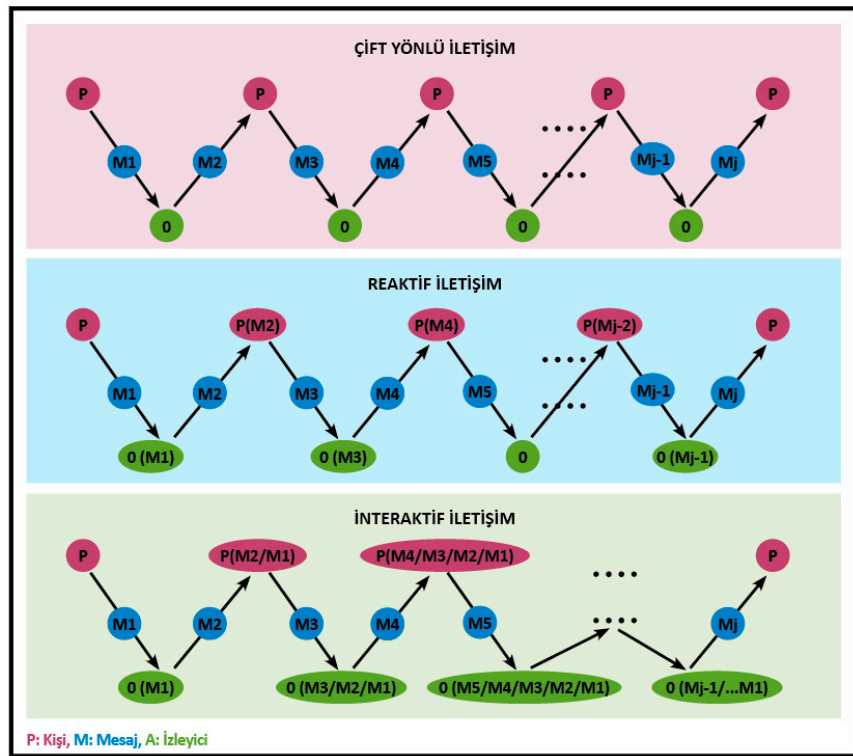
³⁸ Sevilay Çelenk, **Başka Bir İletişim Mümkün**, İstanbul, IPS İletişim Vakfı, 2008, s.14

³⁹ Merrill Morris and Christine Ogan, **The Internet as Mass Medium**, Journal of Communication, Volume 46, Issue 1, March 1996, p.p. 39–50.

⁴⁰ Morris and Ogan, **a.g.e.**, p.p. 39–50.

bağımlılığı ve takibi konusunu interaktiviteyle Rafaeli ilişkilendirmiştir. İnteraktiviteyi açıklayan en önemli modellerden biri Rafaeli'ye aittir.⁴¹

Rafaeli göre; interaktif iletişim içerisinde bulunanların birbirlerine cevap vermelerini gerektirir ancak cevap içerikleri “olağan cevap”, yani bir önceki mesaja verilen tepki ve “cevap”, yani daha önceki mesajların varlığını kabul ederek verilen cevap olmak üzere iki veya üç çeşitte gerçekleşmektedir. Dolayısıyla tam interaktivite durumu, verilen cevapların daha önceki cevaplarla veya içerikle ilgili olmasına bağlıdır. Bir önceki soruya bağımlı olarak verilmesi gereken cevabın verilmemesi, meydana gelen durumun veya aracın yarı-interaktif olarak kabul edilmesine neden olur.⁴² Kısaca interaktivite, birbirine bağlı mesajların bulunduğu, sürekliliği olan, değiş tokuşu mümkün kılan iletişim biçimidir.



Şekil 3: Cevapverebilirlik (Yanıtverebilirlik)⁴³ Modeli Tablosu

⁴¹ Kioussis, a.g.e., p.357.

⁴² Sheizaf Rafaeli, “Interactivity: From New Media to Communication”, **Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science**, Vol. 16, 1988, p.118.

⁴³ Rafaeli, a.g.e., p.120.

Yeni medya çalışmalarına iletişim bilimsel olarak bakan Rafaeli “cevapverebilirlik modeli” iletişim süreçlerini tek yönlü interaktif olmayan iletişim, yarı interaktif (reaktif) iletişim ve interaktif iletişim modeli olarak üç gruba ayırmaktadır.⁴⁴

Tek yönlü iletişim de yalnızca veri gönderme işlemi ya da yalnızca veri alma işlemi gerçekleştirilmektedir. Günlük hayatta izlediğimiz televizyon yayınları tek yönlü iletişime örnek verilebilir. Yarım çift yönlü iletişimde verilen her iki yönlü de taşınabilir. Mesajların iletimi sırasında aynı iletişim hattı kullanıldığı için verilerin iletişim hattında birbirlerini engellemelerini önlemek için iletişim hattı belli bir sırayla kullanılmaktadır. Alıcı ya da verici tarafta bulunan sistemden hangisi o an iletişim hattını kullanıyorsa sistemin karlı tarafı hattı kullanan tarafın işlemini bitirmesini beklemek zorundadır. Bu iletişime en güzel örnek telsizler ve faksler verilebilir.

“İki-yönlü iletişim mesajların iki yönlü olarak iletilmeleri ile gerçekleşir. Yarı interaktif iletişim (Reaktif) ise buna ek olarak sonraki mesajların önceki mesajlarla ilgili veya tutarlı olmalarını gerektirir. Tam interaktivitenin (cevapverebilirlik) reaksiyondan ayrıldığı noktalar ise; içeriğe, özelliklere ve forma referansları kapsamı ile ya da sadece önceki referansların varlığıdır.”⁴⁵

Tek yönlü interaktif olmayan iletişim *P1*’den *A1*’e *M1* mesajının iletimini temsil eder. Herhangi bir geri dönüş yoktur. Yarı interaktif iletişim (Reaktif) *P2*’nin *P1*’den aldığı *M1* mesajı ile ilgili, onu refere eden *M2* mesajını iletmesidir. Her mesaj sadece bir önceki mesajı referans alır. İnteraktif iletişimde ise her mesaj bütün iletişim süreci ile ilişkilidir ve bu ilişki giderek gelişmektedir. İnteraktivite; hafıza temelli, karşılıklı, derecelendirilebilir ve devamlılık gösteren bir etki-tepki sürecidir.

İnteraktivite çift ya da daha fazla yönlü bir iletişim modeli gerektirmektedir. Yeni ortamın interaktif yapısıyla geleneksel kitle iletişiminin alıcısı artık etkin bir katılımcı olarak anılmaktadır. Mcmillan ve Downes iletişimin hedefini katılımcıların

⁴⁴ Rafaeli, **a.g.e.**, p.p.111-135.

⁴⁵ Rafaeli, **a.g.e.**, p.119.

iletişim ortamı üzerinde daha fazla kontrolü olmasından çok, bilgi alış verişi olduğunda, katılımcılar iletişimden tam olarak yarar sağlamak için etken bir rol üstlendiklerinde, katılımcılar çift yönlü iletişim aracılığıyla mesajlara etki-tepki verdiğinde ve iletişim ortamı bir mekan hissi uyandırdığında interaktivitenin arttığını belirtmişlerdir. İnternetin interaktif potansiyeli diğer özelliklerinden farklı bir şekilde ağırlıklı olarak üzerinde durulan önemli bir özelliğidir.⁴⁶

Walter’a göre interaktif iletişim alanında önemli çalışmalara imza atmış Rafaeli’nin etkileşimi araçtan bağımsız bir kavram olarak ele aldığı görüşleri, eş zamanlılık kavramı devreye girdiğinde problemlidir. Çünkü interaktivite, kurulan iletişimde herhangi bir eşleme olmadığında da gerçekleşmektedir, elektronik posta buna örnek olarak verilebilir.⁴⁷

2.1.2.2. Burgoon İnteraktif İletişim Modeli

Burgoon interaktivitenin etkin çalışabilmesi için bütün örgütün iletişime katılması ve işlerin koordinasyonu, problem çözme, bilgi paylaşma ve çatışma yönetimi gibi yönetsel uygulamalar yöneticinin başarısını artırmada gerekliliğini ifade etmiştir. Burgoon, interaktif derecesini ve iletişimin şeklini anlamak için bilgisayar aracılığıyla gerçekleşen iletişim biçimlerini de içine alan ama bununla sınırlı kalmayıp kişiler arası iletişime genel perspektiften bakan bir model önermektedir.

Araştırmacılar, kişilerin sürece dahil olma biçimlerinin ve nedenlerinin kişiden kişiye değiştiğini ve bu değişiklerin duygusal, sosyal, psikolojik etmenlerle ilintili olduğunu vurgulamaktadırlar. Yönlendirme ise tamamıyla interaktif süreçte kullanılan araç ile ilintilidir.⁴⁸ Bu nedenle insan-bilgisayar interaktivitesi ve interaktif

⁴⁶ Sally J. Mc Millan, “Who Pays for Content? Funding in Interactive Media”, **Journal of Computer Mediated Magazine**, 1998, (evrimii) <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1998.tb00090.x/full>, 17.05.2012.

⁴⁷ Joseph B. Walther, Gay Geri and T. Jeffrey Hancock, “How Do Communication and Technology Researchers Study the Internet?” **Journal of Communication**, 55 3, 2005, p.p.32-57.

⁴⁸ Walter, Gay and Hancock, **a.g.e.**, p.p.32-57.

araç tasarımı dikkate alınması gereken özelliklerden biridir. İnsan-bilgisayar interaktif iletişimde kullanıcı kolaylığı prensibi, yönlendirmelere imkan tanıyan, kullanıcıyı karmaşanın ve zorlamanın içerisine taşımayan, interaktif iletişim sürecinde araç ve ortamın özelliklerini kavraya bilmesi için özel bir çaba sarf etmesine gerek kalmayan bir tasarım biçimidir.

Burgoon eş zamanlılık prensibi yerine mesaj alışverişine odaklanmaktadır. Elektronik posta örneğinin interaktif olması ve verilen cevapların eş zamanlılık prensibine uyma zorunluluğu taşımaması özelliği ile örneklendirilebilir. Zenginlik, belirtmeler ve benzeşmede insan-bilgisayar interaktif iletişimde kullanıcı kolaylığı prensibi göz önüne alındığında dikkat edilmesi gerek diğer sistem özellikleridir.

Örneğin Japonya ve Türkiye farklı zaman dilimlerinde olduğu için Japonya'daki bir kişiye e-posta yoluyla bir iletişime geçtiğimizde e-postamız mesajı attığımız anda görülmeyebilir. Kişi mesajı okuduğu an etkileşimin etkisi başlar ve etkiye uygun olarak cevap verir. Aynı durum bizim içinde geçerlidir. Bu örnekte zaman ve mekan aynı olmaksızın etkileşimin etkisi görülebilir.

Burgoon modelinde kullanıcı araç ilişkisi interaktif bütünleştirici yaklaşımla ele almaktadır. Bu nedenle sistemin belirli özelliklere sahip olması gerekliliğini vurgularken, kullanıcının sistemi kavramasının etkileşimi artıracağını ve aynı zamanda kullanıcının sürece katılımının interaktif iletişimin gerçekleşmesi için zorunlu olduğunu vurgular.

2.1.2.3. Norman Eylem İnteraktif İletişim Modeli

İnternette interaktif iletişimin ilk unsuru hızdır. İletişim sürecinde iletişime katılanların birbirlerine tepki verme süreleri ile ilgili olan hız, internette yüz yüze iletişime benzer bir sürede gerçekleşebilmektedir. Bilgisayar dolayımı interaktivitede eylemin miktarı diğer bir interaktif unsurdur. İnteraktivite iki ana katılımcı bulunmaktadır. Birincisi kullanıcı (okuyucu), ikinci sistem (bilgisayar).

Başarılı bir interaktivite için arayüz, kullanıcı ve sistem arasında iyi bir tercüman olmalıdır. Bu sebepten interaktif iletişim modelleri önemli bir yol göstericidir.

1980’lerden itibaren geliştirilmekte olan modeller ürün verimliliğini artırmak için ‘kullanıcı ihtiyaçlarının’ gözlemlenmesinin önemini ele almaya başlamıştır.⁴⁹ Burada kullanıcı ihtiyaçları ile kastedilen, tasarımcının ‘kullanıcı grubunu’ belirleyip, bu kullanıcı grubunun genel-geçer özelliklerini dikkate almasından daha öte bir noktadadır. 1986’da Donald Norman’ın kullandığı ‘kullanıcı odaklı tasarım’ kavramı, kullanıcının bir ürünü aldıktan sonra onunla yaşayacağı bütün etkileşimi kapsamaktadır.⁵⁰

Kullanıcının tasarım çalışmasına dâhil edilmesi için başvuru yöntemler, geleneksel, adapte edilmiş veya yaratıcı yöntemler olarak birbirlerinden ayrılırken, kullanıcı odaklı tasarım kavramının son dönemde sıklıkla gündeme gelen örneği, yaratıcı araştırma yöntemi, katılımcı tasarım çalışmasıdır.⁵¹ Bu yöntem, gerektiği zaman tasarımcı grubu ile gerektiği zaman da kullanıcı grubu ile yapılacak beyin fırtınası çalışmalarıyla kullanıcı merkezli tasarım kavramının günümüzdeki önemli yansımalarındandır.

En etkili modeldir çünkü insan ve bilgisayar arasındaki interaktiviteyi sezgisel olarak algılamamıza en yakındır. Uygulama ve değerlendirme döngüsünde:⁵²

- Kullanıcı yapacağına karar verir,
- Bilgisayar arayüzü ile bunu uygular,
- Uygulama sonucunu gözlemler,

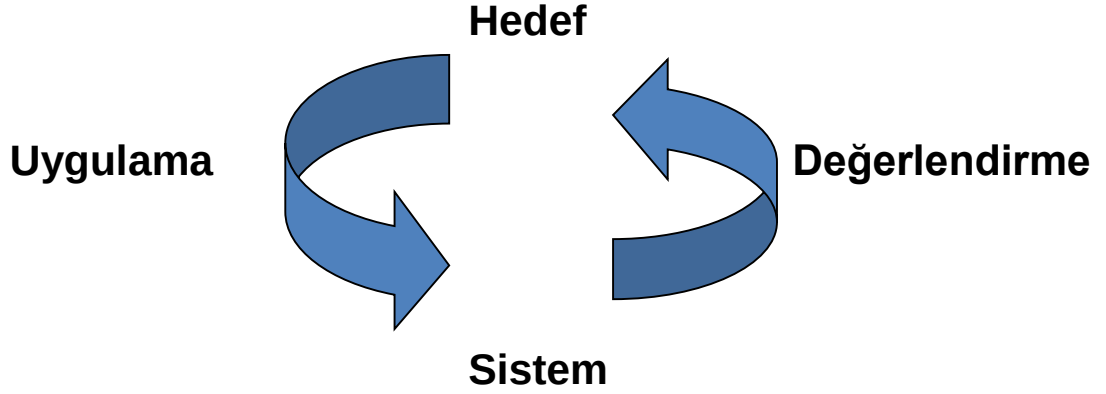
⁴⁹ Jakob Nielsen, **Usability Engineering Cambridge**, AP Professional, 1993, p.67.

⁵⁰ J. Preece, **A Guide To Usability: Human Factors in Computing**. Wokingham, Addison-Wesley, 1993, p.126.

⁵¹ Bruce Hanington, “Methods in the Making: A Perspective on e Stage of Human Research in Design”, **Design Issues (MIT)** 19, No. 4, 2003, p.p. 9-18.

⁵² Hatice Bayar, Recep Bayer, Ömer Bozok, Zeliha Çetin, Ali Sönmez, **İnsan-Bilgisayar Etkileşimi**, (Çevrimiçi) <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~htuzun/courses/bto416-2010-spring/Sunumlar/Bolum02-Bilgisayar.ppt>, 15.05.2012

- Sonucu değerlendirerek sonraki adıma karar verir.



Şekil 4: Norman Eylem Modeli'nin Uygulama ve Değerlendirme Döngüsü⁵³

Norman bu interaktif modelini neden bazı arayüzlerin kullanıcılarına sorunlar yarattığını açıklamak için kullanmaktadır. Bu sorunları uygulama uçurumları ve değerlendirme uçurumları olarak adlandırmaktadır.

Donald Norman'ın oluşturduğu bu model iki ayrı etkinlik üzerine kurulmuştur. Bunlardan birincisi fiziksel ikincisi ise bilişsel etkinliktir. Norman bilişsel süreci 7 seviyeye bölmüştür.⁵⁴

- 1) **Algılama:** İnteraktif sürecin ilk basamağı algılamadır. Örneğin ekrandaki hata mesajını görsel algı sistemi ile algılamaktadır.
- 2) **Yorumlama:** Görme yolu ile algılanan bu bilginin ikinci adımda yorumlanması gerekmektedir.
- 3) **Değerlendirme:** Ekrandaki hata mesajı zihinde sıradan mı yoksa ciddi bir mesaj mıdır şeklinde bir süreçten geçer. Buna göre bir değerlendirme gerçekleştirilir. Tüm bu adımlar değerlendirme süreci olarak adlandırılır.

⁵³ Bayar, Bayer, Bozok, Çetin, Sönmez, **a.g.m.**

⁵⁴ Yan Liu, **The interaction, Department of Biomedical, Industrial and Human Factors Engineering** Wright State University, (Çevrimiçi) <http://cecs.wright.edu/~yan.liu/IHE733/The%20interaction.pdf>, 5 Mayıs 2013.

- 4) **Hedefler/Beklenti:** Bu bilişsel değerlendirme süreci sonunda hedefin ya da beklentinin ne olduğu belirlenir ve ardından gerçekleştirme süreci başlar.
- 5) **Yapmak istenen:** Gerçekleştirme sürecinde zihinde oluşan ilk adımbirşey yapmaya ya da yapmamaya karar verilmesidir.
- 6) **Hareketin belirlenmesi:** Zihnin herhangi bir tepkide bulunacak mı yoksa bulunulmayacak mı kararı sonrası eğer sonuç tepki verilecek şeklinde olursa ardından ilgili hareketelirlenir. Bu hareket örneğin farenin sol tuşuna tıklamak ya da klavyede belli bir tuşabasılması olabilir.
- 7) **Gerçekleştirme:** Hareketin belirlenmesi sonucunda son adım olan gerçekleştirme noktasına ulaşılır. Burada vücudun ilgili kaslarına verilen emir ile bilişsel süreç fiziksel bir tepki ile sonlandırılır. Bu süreç döngüsel birşekilde sürekli olarak devam eder.

Modelin sanal ortamlara uyarlarsak, gerçek dünyadaki kullanıcı eylemi sanal dünyaya geçerek bilgisayar sisteminin girdisi haline dönüşmektedir. Sistem, kullanıcı eylemini yorumlayıp kullanıcıya ne cevap vereceğini, kısacası kendi amacını belirlemekte ve eyleme geçmektedir. Eylem sanal dünyadan gerçek dünyaya geçerek, kullanıcıya verilen cevap haline dönüşmektedir.

2.1.2.4. Heeter ve Altı Boyutlu İnteraktif İletişim Modeli

Yeni medyanın kullanıcı kavramını ortaya çıkardığını ve ‘etkileşimin yeni bir seviyesini’ ortaya koyduğu interaktivite “en az iki nesne arasındaki iletişim vasıtasıyla, nesnelerin birbirlerini davranışsal ya da biçimsel olarak değişikliğe uğratması” olarak tanımlamaktadır.

Heeter interaktivite kavramının tanımını, medyanın kaç tane ve ne tür özelliklerinin interaktif iletişime izin verdiği temeline dayandırarak yapmıştır. Heeter (1989) “interaktivitenin, var olan seçeneklerin karmaşıklığı, kullanıcının enformasyona ulaşmak için gösterdiği çaba, kullanıcıya cevap verme, enformasyon kullanımının izlenmesi, kullanıcıya sağlanan enformasyon ekleme kolaylığı ve

kullanıcılar arasında kişiler arası iletişim kurma kolaylığını içeren çok boyutlu bir kavram” olduğunu belirtmiştir. Heeter’ın yapmış olduğu etkileşim kavramının bu tanımı, bir medyayı diğer bir medyadan daha fazla neyin etkileşimli yaptığını ölçen bir standart sağlamıştır.⁵⁵

İnteraktivite çok boyutlu bir kavram olarak gören Heeter, yeni medya alanında yapılan araştırmalara da büyük katkı sağlamaktadır. “Heeter, bir aracın kullanıcıya çeşitlendirilmiş seçimler için izin veriyorsa, daha etkileşimli olduğunu savunmaktadır. İnternet seyir kalitesiyle çok taraflı ve doğrusal olmayan biçimde kullanıcılara ilgilerini takip etme izni verir. Hemen ve/veya hemen olmayan geri besleme mekanizması tartışma platformlarıyla gerçek olur.”⁵⁶ Heeter’in tanımlaması einteraktivitenin belirli, ölçülebilir boyutlarını öneren çözümlerlerden biridir. Bu boyutlar kısaca şu şekilde açıklanabilir;⁵⁷

- **Seçim karmaşıklığı:** İnternet gazete tasarımcıları hiperlink’lerin yardımıyla kullanıcılara, site aracılığıyla sörf yapmaya daha fazla şans vermek istemektedir. Daha fazla seçim sağlanmış bir kullanıcının etkileşim düzeyi artmaktadır.
- **Kullanıcıların göstermeleri gereken çaba:** Bu boyut “bir kullanıcının medyayı kullanırken gösterdiği çabanın miktarını, bilgiye erişim için sarf edilmesi gereken gayret” olarak tanımlanmaktadır.
- **Kullanıcılara yanıt verebilirlik:** Genelde muhabirler ya da editörler internet site kullanıcılarının elektronik postalarına yanıt vermektedir. Bilgisayar yanıtı olanaklıdır ve insan ve makinelerin iletişim rolleri

⁵⁵ Carrie Heeter, “Implications of New Interactive Technologies for Conceptualizing Communication,” in **Media Use in the Information Age: Emerging Patterns of Adoption and Consumer Use**, eds., Jerry L. Salvaggio and Jennings Bryant, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1989, p.p.217-235.

⁵⁶ Özgür İlke Şanlıer, Şermin Tağ, “Interactive Features of Online Newspapers and News Portals in Turkey”, **3rd International Symposium Communication in the Millennium**, University of North Carolina, Chapel Hill (U.S.A)-Elon University (U.S.A.), 11-13 Mayıs 2005, p.291.

⁵⁷ Birsen, Haluk, “Internet Politics and Internet for Political Parties: An Usability study on Turkish Political Parties’s Homepages”, **3rd International Symposium Communication in the Millennium Kitabı**, University of North Carolina, Chapel Hill (U.S.A)-Elon University (U.S.A.), 11-13 Mayıs 2005, p.347.

değiştirilebilir olduğu zaman, nihai makine etkileşimi başarılmaktadır. İnternet gazeteleri, yönergeleri programlamak, sayfalara ve hata mesajlarına yardım etmek vasıtasıyla daha az yanıt verilebilirlik düzeyini başarabilmektedir.⁵⁸

- ***Kişiler arası iletişimin kolaylaştırılması:*** İnternet teknolojisi kullanıcılara mesajlarını doğrudan gönderme ve alma olanağı sağlamaktadır. Sohbet (chat) odaları, anlık mesajlar, tele konferans ve online tartışmalar buna örnek olarak verilebilir.
- ***Ek bilginin kolaylaştırılması:*** Kullanıcılar için kitleyle iletişim kurabilecekleri bir bilgi kaynağı olmak için artan sayıda uygun durum ve uygun zaman ortaya çıkmaktadır. Bazı online gazeteler kullanıcılarına bilgi ekleme izni vermektedir. Web sayfaları, merak ve özel ilgi alanları sayfaları, duyurular, yorumlar, kültür ve eğlence olayları, bu duruma örnek olarak verilebilir.

Heeter'e göre site tasarımcıları kullanıcılara siteye enformasyon ekleme olanağı sağarlarsa onlarla olan ilişkilerini güçlendirirler. Bu uygulama sitenin amacına göre çeşitli biçimde yapılandırılabilir. Haber sitelerinin okurlarına habere yorum yapma olanağı sağlamaları, diğer kullanıcıdan yorum istemesi, hazırlanan anket uygulamaları interaktif iletişim boyutu için birer örnek oluşturmaktadır.⁵⁹

- ***Sistem kullanımını izleme:*** Bir izleme aygıtı, bir web sitesini kimin ziyaret ettiğini ve sitenin hangi bölümünün ziyaret edildiğini kaydedebilmektedir.

Heeter interaktivitenin altı boyutu olduğunu ve boyutların bir sitenin interaktiviteye sahip olup olmadığının göstergesi olduğunu belirtmiştir. Bu boyutlar,

⁵⁹ Heeter, **a.g.e.**, p.p.217-235.

sunulan seçeneklerin karmaşıklığı, kullanıcının harcaması gereken güç, kullanıcıya karşılık verilmesi, enformasyon eklemenin kolaylığı, bireyler arası iletişimin kolaylığı ve izleme sistemi kullanımıdır. Carrie Heeter'in 1989 yılında yaptığı bu sınıflama bugün bile geçerliliğini korumakta pek çok araştırmacı tarafından ayrıntılandırılabilir, ölçülebilir bir sistem getirdiği için kabul görmektedir.⁶⁰

Yeni teknolojilerle biçimlenen iletişim kullanıcıyı aktif olmaya çağırır. Heeter'in interaktiviteyi tanımlarken bahsettiği bir diğer boyut olan yanıt verebilme özelliği interaktivite içerisindeyken, kullanıcının sistem içerisindeki etkinliğiyle bağlantılıdır; sistem kullanıcıdan gelecek cevaplar ve yönlendirmeler sonucunda, kullanıcının bu iletişim sürecinden beklentilerini karşılamaktadır. Bu süreç içerisinde yine teknolojinin alt yapısıyla ilgili olarak veri ekleme, yorum yapma gibi eylemleri gerçekleştirme imkanı bulan kullanıcı, interaktivite sürecinde aktif rol oynamaktadır. Tüm bu çıkarımlar interaktivite kavramı ile ilgili yapılan tanımlamaların ister teknoloji odaklı ister kullanıcı odaklı olsun interaktifliğin özelliklerinin birbirinden bağımsız incelenemeyeceğini göstermektedir. Birbirine bağımlı olan bu özellikler araştırmacıların interaktivite kavramını benzer şekillerde ama farklı kelimelerle tanımlamalarına neden olmuştur. Heeter'a göre internet ve kişisel bilgisayarların kullanımının yaygınlaşmasından önce kitle iletişim araçları pasif izleyiciler yaratmaktaydı. Ama interaktif iletişim ortamlarında, kullanılacak bilginin satın alınması veya seçilmesi, sistemin farklı derecelerde kullanıcı aktivitesini teşvik etmesi, sistem içerisinde aktif olmanın hem aracın özellikleri hem de kullanıcıların tercihleri doğrultusunda belirlenmesi kullanıcı ve izleyici profillerinin değişimini beraberinde getirmiştir.

2.1.2.5. Kiouisis İnteraktif İletişim Modeli

⁶⁰ K. Kenny, A. Gorelik, & S. Mwangi, **Interactive Features Of Online Newspapers**, First Monday, vol.5, no.1. Retrieved October 21, 2005, (Çevrimiçi) http://www.firstmonday.org/issues/issue5_1/kenny/index.html, 5 Mayıs 2013.

Kiousis'in interaktif iletişim tanımlaması Heeter'la benzerlikler göstermektedir. Birbirlerinin tanımları aslında interaktivitenin iç içe geçmiş özelliklerini göstermektedir. Kiousis'e göre etkileşimin tanımı ile ilgi pek çok tartışma temelini Wiener'ın Sibernetik Teori'sinden alır. Sibernetik Teori, temel iletişim modellerindendir ve klasik Shannon ve Weaver Modelinden geri dönüşe verdiği önemle ayrılmaktadır. Bu bakış açısıyla, interaktivite iletişimin gerçekleştiği kanala mal edilmektedir.

Kiousis'e göre interaktivite, iletişimi gerçekleştiren dinleyiciler arasındaki cevaplar veya birbirlerinin ihtiyaçlarını karşılama isteklerinin derecesidir ve şu değişkenleri içermektedir:

- Eğlence: İnteraktif deneyimin eğlenceli özelliklerinin derecesidir.
- Seçenekler: Kullanıcının interaktif bir deneyimde sahip olduğu seçeneklerin sayısıdır. Teknoloji ile ilgili bir boyut olarak da algılanabilir.
- Bağlanabilme: Dış dünyaya bağlanabilme kapasitesinin olduğunu ve bu deneyimin genişletebileceğinin hissedilmesidir.
- Bilgi toplama: Bilgiyi boyutlandırma ve hipermetin özelliklerini içerir.
- Karşılıklı iletişim: Geri dönüşün/beslenmenin ve cevap almanın meydana gelmesidir.⁶¹

İnteraktif iletişim, kontrol edilen, eş zamanlılık özellikleri barındıran, iletişim içerisinde bulunan taraflarda var olma ve orada bulunma hissi yaratan, cevap alma, geri beslenme özellikleri taşıyan bir iletişim biçimidir. Tüm bu özellikleri nedeniyle yüz yüze iletişimin teknolojiyle şekillenmiş halidir. İletişimde teknolojinin rolüne bakıldığında etkileşim; gerçeği yakalama ihtiyacıdır, bilinenin ötesindeki yenilik arayışıdır.

Anlık geri beslenmeyi mümkün kılmaktadır. İnteraktivite içerisinde bulunan taraflar arasında iletişim iki tarafın rızası doğrultusunda kesintisiz bir şekilde devam

⁶¹ Spiro Kiousis, "Interactivity: A Concept of Explication", **New Media and Society**, Vol.4, No.3, 2002, p.p.355-383.

eder. İnternet bu anlamda anlık geri beslenmeyi mümkün kılan bir araçtır. Özellikle internet gazeteciliğinde haberin okunup yorumlanması, okuyucunun habere yalnızca okuyucu değil katılımcı iletişim olarak değerlendirilebilir.

Geri besleme aynı zamanda gelecekteki iletişim çabalarının planlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu yolla elde edilen bilgiler ışığında kaynak, iletiyi yeniden düzenleyebilir.⁶²

Kiousis, interaktivite kavramını yeni bir formüle oturtmak için aracın yapısı, iletişim çerçevesinin içeriği ve kullanıcının algısını dikkate almak gerektiğini vurgulamaktadır. Ona göre genel problem interaktivite ile ilgili yapılan tüm tanımların yukarıda bahsedilen üç boyutu birleştirmemesinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla etkileşim; iletişim teknolojilerinin kontrol edilebilen bir çevre yarattıkları ve bu çevre içerisinde katılımcıların bire bir, birden çoklu ve çoklu çoklu bir şekilde, eş zamanlı veya farklı zaman dilimleri içerisinde iletişim kurabildikleri ve karşılıklı mesaj alışverişi içerisinde bulundukları iletişim derecesidir. Kullanıcıların insanlar olduğuna dayanarak, interaktivite aynı zamanda kişilerin yaşadıkları deneyimleri kişiler arası iletişimmiş gibi algılama becerilerini tanımlamaktadır. Bu tanımlama içerisinde, iletişim basit bilgi transferlerinden video oyunlarına, internete kadar yayılmakta; doğrusal ve doğrusal olmayan iletişim biçimlerini içermektedir.⁶³

İnteraktif iletişim modellerinden de yola çıkarsak, günümüzde kullanıcılar, iletişim sürecinde aktif bir rol alırlarsa, katılımcılar mesajlara tepki verip çift yönlü iletişim içerisine girerlerse, iletişimin zamanlaması esnek ve katılımcıların isteklerine uygunsa, iletişim ortamı bir mekân hissi uyandırıyorrsa interaktifliği artmaktadır.

2.2. İnternet Gazeteciliğinde İnteraktif İletişim

⁶² Füsün Kocabaş, Müge Elden, Nilay Yurdakul, **Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle**, İstanbul, İletişim Yayınları, 1999, s.33

⁶³ Kiousis, **a.g.e.**, p.32.

İnternet “bilgi parmaklarınızın ucunda” sloganında olduğu gibi, bilgiyi bir yerden başka bir yere olağan üstü hızla taşımaktadır. Enformasyon/bilginin güç olarak algılandığı bir çağda bu teknoloji, birçok araştırmacı/uygulamacı için olağanüstü geniş imkânlar sunmaktadır. Günümüzde her yerde, teknolojinin aracı olduğu yeni interaktif iletişimin sayısız belirtilerini görmek mümkündür. Her gün bizler, binlerce bilgisayar ekranlarından ya da televizyon setlerinden geçen binlerce dijital imgelerinin bombardımanı altında kalıyoruz. Ana yayınlardan, dijital radyolardan ve yüklenebilir ortam akışından gelen sürekli haber bültenleri ile güncelleniyoruz.

Anaakım medya kurumları ve bağlantıları dışında konumlandırılan alternatif medya arayışlarına ilişkin olarak yapılan tartışmalarda sıklıkla genel anlamda yeni iletişim teknolojilerine özelde ise internete ve internetin sunduğu olanaklara göndermede bulunulmaktadır.⁶⁴

İnternet önceleri enformasyonunun hedef kitleye ulaştırabileceği yeni bir araç olarak düşünülmüşse de, kendine özgü nitelikleri sayesinde, sadece mevcut kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayılmasına olanak veren bir araç olarak kalmamıştır. İnternet aynı zamanda enformasyonun yeniden üretildiği ve yeni biçimlerle sunulabildiği bir ortam haline gelmiştir.⁶⁵ Bu noktada, yeni iletişim teknolojilerinin demokratik potansiyeline vurgu yapılırken, aynı zamanda geleneksel gazetecilikteki dönüşüm, yeni ve farklı bir gazetecilik anlayışı da gündeme gelmektedir.⁶⁶

⁶⁴ Nick Couldry, James Curran, The Paradox of Media Power, Nick Couldry and James Curran (eds), **Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World**, Nick Couldry and James Curran (eds), Rowman & Littlefield Publishers Inc., Lanham, Maryland, 2003, p.227.

⁶⁵ Murat Karaduman, “İnternet ve Gazetecilik”, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.139.

⁶⁶ James Curran, **Global Journalism: A Case Study of the Internet**, Nick Couldry and James Curran (eds), **Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World**, Rowman & Littlefield Publishers Inc., Lanham, Maryland, 2003, p.p. 234-235.

Günümüzde internet ve dijital teknolojilerin geldiği nokta geleneksel gazetecilikte de kırılmalar yaşanmasına neden olmuş, kendine özgü dinamikleriyle yepyeni bir gazetecilik anlayışını da doğurmuştur.

Geleneksel radyo dinleyicisi veya televizyon izleyicisi, iletişim aracılığıyla tek taraflı ve pasif bir ilişki içinde olmuştur. Kendisine sunulanı takip etmiştir. Bu asimetrik bir iletişim biçimidir. Yeni medyanın önemli özelliklerinden biri olan interaktif iletişim ise dinleyicinin-izleyicinin katılımcı okuyucu interaktif yararlanmayı olarak yeniden adlandırabiliriz. Radyo veya televizyon aracılığıyla sunulan hizmetlerin kullanıcıyı da aktif hale getirmektedir. "İnternet ortamı, internetin temelini oluşturan geribesleme kavramına da zenginlik getirmiş ve daha hızlı ve aktif etkileşim ortamı yaratılmasını sağlamıştır." ⁶⁷

İçinde yaşadığımız dijital çağ, diğer birçok alanda olduğu gibi kitle iletişim araçlarını da yapı ve yöntem bakımından değişime zorlamaktadır. Gazeteler varoluş nedenleri olan haber verme işlevlerini geleneksel yapısının yanısıra internet ortamında da sürdürmeye çalışan etkin bir medya ortamıdır. Haber, "toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek, gerçekliğin, kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmasıdır. Haber içinde barındırdığı çok katmanlı yapısı nedeniyle formel olarak düzenlenişi, tanımlanmasından ve kavramsallaştırılmasından daha kolay bir iletişimsel yapılanmadır." ⁶⁸

Günümüzde haber ihtiyacı genellikle internet üzerinden karşılanıyor. Ulusal gazetelerin internet sürümleri ya da arkasında finansal olarak büyük kuruluşların yer aldığı haber siteleri sıklıkla takip ediliyor. İnternet gazeteciliği sayesinde habere çok hızlı bir şekilde, herhangi bir zaman sınırlaması olmadan ulaşabiliyoruz. Haber siteleri sürekli güncel tutuluyor. Geçmiş tarihli haberlere rahatlıkla ulaşabiliyor, haber portallarının arşivlerinde istediğimiz gibi dolaşabiliyoruz. Okuduğumuz haberlere

⁶⁷ Ece İnan, **Halkla İlişkilerde Medya Yönetimi**, İstanbul, Referans Yayıncılık, 2009, s.160.

⁶⁸ Nurdoğan Rigel, **İleti Tasarımında Haber**, İstanbul, Der Yayınları, 2000, s.27.

yorum yazabiliyor ve karşılığını alabiliyoruz. Yani okurla interaktif bir iletişim kurabiliyoruz. İnternet gazetecilik anlayışına getirdiği en önemli yenilik “anındalık”tır. Bilgisayarların kullanıcıların yaptıkları değişikliklerin sonuçlarını anında görmelerine olanak sağlaması; bilgisayar ve kullanıcı arasındaki interaktivitenin yolunu açmıştır.⁶⁹ Yeni medya çalışmaları alanında temel eserlerden biri olarak kabul edilen The Language of New Media isimli çalışmasında Lev Manovich ise interaktiviteyi yine anındalık perspektifinden tanımlar: Bilgisayar ekranında görülen enformasyonun kullanıcı tarafından gerçek zamanlı manipillasyonu.⁷⁰ Günlük yaşam içinde, televizyon ve radyonun yanına internet sayesinde haberleri, olayları, bilgileri çok hızlı olarak iletme şansına ulaşmış olan gazete de eklenmiştir. Bir gazetenin, sadece internet sayfası oluşturması, bu sayfadan okuyucularına hizmet vermesi her zaman için yeterli bir durum olarak görülmeyebilir. Schultz, bu duruma bir eleştiri getirmekte ve internetin sahip olduğu interaktif yolların, internette yer alan gazete sayfalarında daha aktif biçimde kullanılmasını önermektedir. Örnek olarak, gazetedeki köşe yazarlarının direk olarak okurlarıyla bu sayfalardan hat verilen sohbet odalarında buluşabileceklerini ve ilk elden okurlarından geri bildirim, yorum, eleştiri alabileceklerini belirtmektedir. Ancak, yine kendisi, köşe yazarlarının, günümüz koşullarında bunun için çok fazla zaman ayıramayacaklarını belirtmektedir.⁷¹

İnteraktivite, çevrimiçi yayınlanan gazeteleri geleneksel yöntemler ile yayınlanan gazetelerden ayıran temel bir özellik olarak belirtilmektedir.⁷² Geleneksel iletişim ortamlarında bireyler, çoğunlukla yalnızca mesaj alıcısı konumundadır ya da iletişim sürecine ancak sınırlı müdahalelerde bulunabilmektedirler. İnternette ise, iletişim sürecinde aktif olarak yer alan birer özne haline gelmektedirler. Çevrimiçi yayınlanan gazeteler, internetin sahip olduğu interaktif iletişim özelliğini iki farklı

⁶⁹ Chris Crawford, **Understanding Interactivity**, San Francisco, No Starch Press, 2002, s.15.

⁷⁰ Manovich, **a.g.e.**, p.55

⁷¹ Schultz, **a.g.e.**, pp: 205-221.

⁷² B. L. Massey, & M. R. Levy, “Interactivity, Online Journalism and English-Language Web Newspapers in Asia”, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 1999, 76 (1), 138-151.

şekilde kullanırlar. İlk olarak interaktif iletişim, tartışma listeleri, sohbet odaları veya elektronik posta gibi yollarla iletişim süreçlerine dâhil olur.⁷³

İnternet ortamındaki interaktivitenin üç önemli özelliği vardır. Bunlardan birincisi, internetin etkileşime katılanların tepkilerini birbirlerine gönderme hızını en üst noktaya çıkarması, diğer iletişim araçlarının aksine neredeyse eşzamanlı bir iletişime olanak tanınmasıdır. İkincisi, internet ortamında kullanıcıların iletişimi başlatma ve bitirmede, iletişim sürecini kesintiye uğratmada ya da içeriği değiştirmede tamamen özgür olmalarıdır. Ayrıca kullanıcılar, iletiyi alma zamanlarını da kendileri düzenleyebilmektedirler. Üçüncü özellik ise, etkileşimin gerçekleşmesi için, telefon, mektup gibi internetin kendisinden başka bir iletişim aracına ihtiyaç duyulmamasıdır.

Geri beslemenin iletişim sürecinde yerine getirdiği en önemli görev; iletişim sürecinin sağlıklı işlemlerini sağlamaktır denebilir. Karşılık, ileti alışverişi ile oluşan döngünün kesintisiz devamını sağlar. Kitle iletişiminde hedef kitleden gelen tepkiler; bir takım araştırmalar ve belli süreçlerden sonra elde edilebilirler. Kitle iletişiminden farklı olarak kişilerarası yüzyüze iletişimde yanıtısal iletiler sözlü ya da sözsüz biçimde genellikle anında susma, baş çevirme, kaş çatma vb. gerçekleşebilir. Geri besleme aynı zamanda gelecekteki iletişim çabalarının planlanmasında da yardımcı olmaktadır. Geri beslemeyle elde edilen bilgiler ışığında kaynak, iletiyi yeniden düzenleyebilmektedir.

İnternet gazeteciliğinde kullanıcıyla iletişimin sağlıklı olmasında en büyük paya sahip olan geribildirim akıllıca kullanılması hem kullanıcıları sitede tutmaya katkı sağlarken hem de site sahibinin mevcut sorunlar ve yeni fikirler hakkında bilgi sahibi olmasına aracı olabilir.

⁷³ Hans Beyers, "Interactivity and Online Newspapers: A Case Study on Discussion Boards." **Convergence The International Journal of Research into New Media Technologies**, 2004, 10 (4): 11–20.

2.3. İnteraktif İletişimin Sağlandığı Sosyal Ağlar

Günümüzde insanların teknoloji nedeniyle asosyalleştiği, yalnızlaştığı, bireyselliğe döndüğü ortak bir kanyken, çoğu araştırma bu teknolojilerin sosyalleştirdiğini gösteriyor. Toplumlar ve çevrim içi sosyal ağlar bire bir etkileşime geçmek için iletişim alt yapısını kullanan insanlar, çoğunlukla bu ortamlarda bir araya gelirler. Son zamanlarda yazı, fotoğraf, müzik ve evde çekilen videoları göndermek için kolaylık sağlayan çevrim içi medya araçlarını sunan internet siteleri sosyal ağları hızlı bir şekilde geliştirmekte olan bir fenomene çevirdi. Sayısızca çevrim içi toplulukların binlerce ve milyonlarca üyeye sahiptir. Amatör yazarlar, müzisyenler ve film yapımcıları hızla artan takipçilerin anında cevap alma şansını sağlayan sitelerdeki ürünlerini yayınlamak için kullanıyorlar.

Sosyal Medya, son yıllarda Web 2.0'ın bir açılımı olarak hayatımıza giren kavramlardan biridir. İnternet ve web tabanlı teknolojileri kullanarak sosyal etkileşimle yayılan, erişilebilirliği yüksek içerik ve paylaşımların bulunduğu mecralara denilmektedir. Anthony Mayfield, sosyal medya türlerini sosyal ağlar, bloglar, wikiler, podcastler, forumlar, içerik toplulukları ve mikrobloglar olmak üzere 6'ya ayırmaktadır. Sosyal ağlar insanların kişisel web siteleri kurarak, arkadaşlarıyla iletişim kurmalarına ve içerik paylaşımlarına olanak sağlamaktadır. Facebook, MySpace, Wikipedia, Apple iTunes, YouTube, Twitter gibi internet siteleri sosyal ağlara örnek olarak gösterilebilmektedir. Mayfield'e göre sosyal medya insan olma özellikleriyle yakından ilişkilidir. Sosyal medyayı düşünceleri paylaşmak, biraraya gelmek, ticaret yapmak, arkadaşlar aramak, tartışmalar yapmak gibi insani özelliklerin internete yansması olarak görmekte ve çok hızlı bir şekilde yayılmasını da bu özelliğine bağlamaktadır. Teknolojilerin gelişmesiyle, dijital kameraların, fotoğraf makinelerinin ucuzlaması, hızlı internet erişiminin artması gibi bu alandaki maliyetlerin azalması ve kullanımın basitleştirilmesiyle insanlar kendi

fotoğraflarından, videolarından, düşüncelerinden, sözlerinden kendi içeriklerini oluşturarak bunları yayabilme şansı elde etmiştir.⁷⁴

Sosyal medya; sunmuş olduğu imkânlar sayesinde en üst düzeyde interaktivitenin gerçekleştiği, çevrimiçi kullanıcıların bir araya gelerek oluşturduğu en aktif ortamlardan biridir ve çeşitli öğelere sahiptir. Bu öğelerden en temel olanları şu şekilde sıralayabilmek mümkündür.⁷⁵

- Katılımcılar: Sosyal medyanın en temel ögesini katılımcılar oluşturmaktadır. Sosyal medya katılımcıları cesaretlendirir ve ilgili olan her bir kullanıcıdan geri bildirim alır.
- Açıklık: Sosyal medya servisleri, geribildirime ve katılımcılara açıktır. Bu servisler oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda cesaret aşılamaktadırlar. Çok nadir de olsa erişime yönelik engeller koyulmaktadır.
- Konuşma: Geleneksel medya tek yönlü yayına ilişkin iken (içerik aktarımı ya da dinleyiciye bilgi ulaşımı), sosyal medya iki yönlü konuşmaya olanak tanınması bakımından daha fazla önem arz etmektedir.
- Toplum: Sosyal medya topluluklara çabuk ve etkili bir oluşum için izin vermektedir. Topluluklar da böylelikle; sevdikleri fotoğraflar, politik değerler, favori televizyon gösterileri, kişisel zevk ve beğenilerini istedikleri gibi karşılıklı olarak paylaşabilmektedirler.
- Bağlantılılık: Sosyal medyanın en büyük artısı da site bağlantılarına olanak sağlamasıdır. Yani sosyal medya kapsamında yer alan web sitelerinde diğer siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilebilmektedir.

Literatürde kabul görmüş en yaygın tanımıyla ‘sosyal ağ siteleri’, bireylerin sınırları belli olan bir sistem içerisinde açık ve ya yarı açık profil oluşturmalarına izin veren, farklı kişilerle bağlantı paylaşımında bulunan kişilerin listesini, bu kişilerin

⁷⁴ Antony Mayfield, “**What is Social Media?**” eBook: Now in Chinese, (Çevrimiçi) <http://www.icrossing.com/sites/default/files/what-is-social-media-uk.pdf>, 22 Ağustos 2013.

⁷⁵ Michail Tsikerdekis, **Introduction to Social Media and Social Networks**, (Çevrimiçi) <http://tsikerdekis.wuwcorp.com/images/ISM.pdf>, September 13, 2012, 22.Ağustos, 2013, p.5.

bağlantılı olduğu diğer kişilerin listesini gösteren web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır. Sosyal ağ sitelerini özgün yapan bireylere yabancılarla tanışma olanağı sunması değil, kullanıcıların kendi sosyal ağlarını göstermeleridir. Sosyal ağ sitelerinde kullanıcıların amacı yüz yüze olarak seyrek görüştükleri ya da uzun zamandır görüşmedikleri kişileri sosyal ağlarına katmaktır.⁷⁶

Web tabanlı sosyal ağlar, katılımcıların ilişkiler kurabildiği ve diğer kullanıcılarla Web üzerinde kaynakları paylaşabildiği online topluluklardır.⁷⁷ Online topluluk türü olarak sosyal ağlar, kullanıcılar arasındaki ilişkilerin geliştirildiği web siteleri olarak ifade edilen online toplulukların en saf biçimidir.⁷⁸ Değişik sosyal ağ siteleri günümüzde global olarak en çok ziyaret edilen Web siteleri arasındadır.⁷⁹ Bu tarz siteler, yarı biçimlendirilmiş bir formda bireylerin kişisel bilgilerini yayımlamasına imkân vermektedir ve çeşitli türlerde ilişkileri olan diğer üyelere bağlantıları ifade etmektedir.⁸⁰

Sosyal medyayı yedi farklı şekilde sınıflandırabilmek mümkündür. İlki, sosyal medya uygulaması olarak bilinen ve “çevrimiçi günlükler” olarak isimlendirilen “bloglar”; ikincisi, en bilinen örneği Wikipedia olan, insanların bilgi içeriğin düzenleyebildikleri ya da bilgi ekleyebildikleri toplumsal veri tabanları olan “wikiler”; üçüncüsü, üye olunarak müzik ve video indirilebilen siteler olan “podcast”ler; dördüncüsü, sosyal medya kavamından önce kullanılarak sosyal medyanın en güçlü ve popüler parçası olan belirli konular ve başlıklar üzerinde tartışma alanı “forumlar” ; beşincisi, Flickr ve YouTube⁸¹ gibi belirli içerikleri

⁷⁶ Danah M. Boyd and Nicole B. Ellison, “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Cilt: 13, Sayı:1, 2007, p.p. 1-11.

⁷⁷ B. Carminati, E. Ferrari and A. Perego, **Rule-Based Access Control for Social Networks**, R. Meersman, Z. Tari, P. Herrero et al. (Eds.): OTM Workshops 2006, (s. 1734), LNCS 4278, 2006, p.1734.

⁷⁸ Anna Buss and Nancy Strauss, **Online Communities Handbook: Building Your Business and Brand On The Web**, USA, New Riders Press, 2009, p.16.

⁷⁹ Giles Hogben, **Security Issues and Recommendations for Online Social Networks**, Position Paper No.1, Enisa, 2007, p.3.

⁸⁰ Tim Finin, Li Ding, Lina Zhou and Anupam Joshi, **Social Networking On The Semantic Web**, University of Maryland, Baltimore County, Baltimore, Maryland, USA, 2005, p.p.418-419.

⁸¹ Youtube, “kendini yayınla (broadcast yourself)” sloganıyla Şubat 2005 yılında kurulan, video izleme ve paylaşma web sitesidir. (<http://www.youtube.com/t/about>). Video paylaşım ağları denildiğinde akla ilk gelen site/uygulama YouTube’dur. “YouTube’un çevrimiçi videoya

düzenleyen ve ve paylaşıma açan “içerik toplulukları”; altıncısı, Facebook, MySpace gibi kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturarak hazırladıkları profil sayfaları aracılığıyla arkadaşları ve diğer kişilerle içeriklerini paylaştıkları ortamlar olan “sosyal paylaşım ağları” ve günümüzde en popüler örneği Twitter olan küçük alanlı bloglar olarak tanımlanabilecek” mikrobloglar”dır. Sosyal medyanın sahip olduğu en önemli karakteristik özellikler katılım, açıklık, iletişim, topluluklar ve birbirine bağlı olmaktır. Sosyal medya iletişim kurmak, düşüncesini, haberlerini paylaşmak isteyen herkesin katılabileceği bir ortamdır. Geleneksel kitle iletişim aralarının kitleyle tek yönlü olarak kurduğu iletişim sosyal medyada çift yönlü olarak gerçekleşmektedir.⁸²

Sosyal ağlarda yer alan sayfaların içerikleri yalnızca kurumlar yerine kişinin kendisi tarafından da yüklenmekte, yönlendirilmekte ve yönetilebilmektedir. Buna ilaveten söz konusu içerik kesintisiz olarak güncellenmektedir. Öyle ki; Social Jumpstart’ın araştırmasına göre her 60 saniyede bir; Facebook’ta 700 bin mesaj gönderilmekte, Twitter’da 175 bin tweet atılmakta ve You Tube’da 2 milyon video izlenmektedir.⁸³ Elbette bu noktada hem içeriklerin hem de içerik sağlayıcısı bireylerin denetlenebilirliği yok denecek kadar azdır.

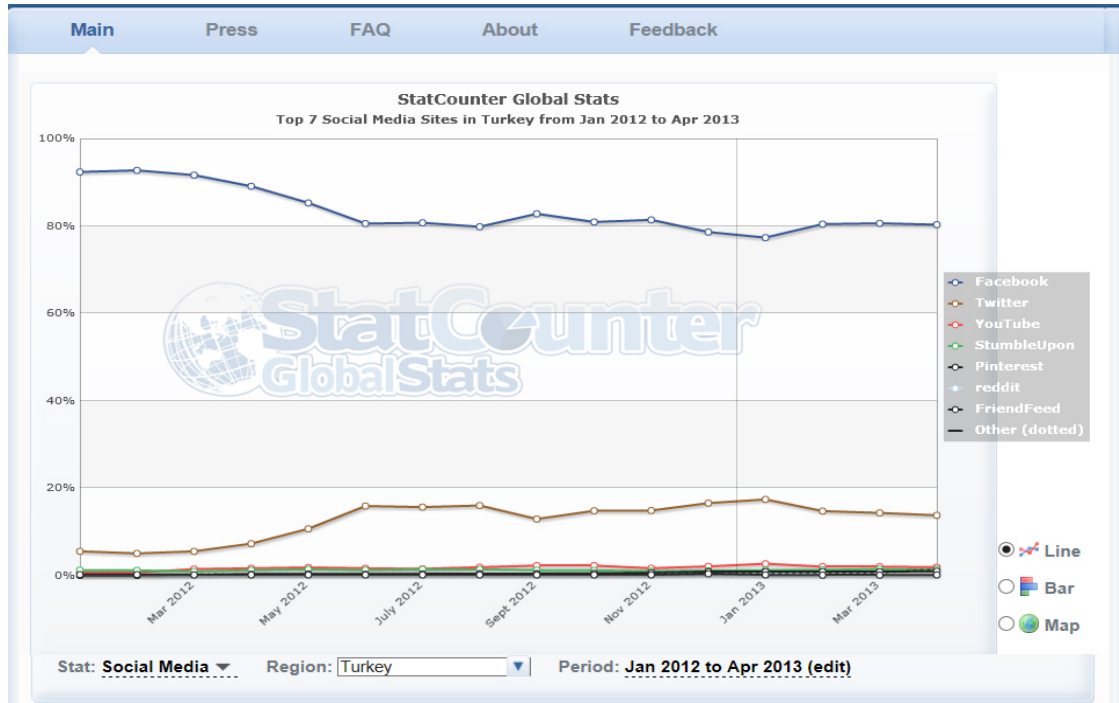
Sosyal ağ siteleri, kullanıcıların birbirleriyle bağlantı ve iletişim kurmalarına imkan veren, kişisel içeriğin paylaşılması kadar kişisel bir ağ kurmalarını sağlayan online topluluklardır. Bu sitelerde üyeler kendi kişisel profillerini yaratırlar ve başkalarına sunarlar. Sosyal ağ siteleri, bir nevi arama ve iletişim aracı yeteneği sunmaktadır. Online platformlarda sosyal etkileşime yönelen bu hareket, topluluk

hükmettiği ve pazar payının artmakta olduğu” söylenebilmektedir. Erick Schonfeld, **Is YouTube Building Market Dominance At The Expense of Building A Business?**, Friday, May 30th, 2008, (Çevrimiçi) <http://techcrunch.com/2008/05/30/is-youtube-building-market-dominance-at-the-expense-of-building-a-business/>, 14 Ağustos 2013

⁸² Beril Durmuş, E. Serra Yurtkoru, Yeşim Ulusu, Bülent Kılıç, **‘Facebook’tayız’ Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve İşletmelere Yönelik İncelenmesi: Facebook Üzerine Bir Araştırma**, 2.Baskı, İstanbul, Beta Yayınları, 2011, s.12.

⁸³ Mike Wolpert, **Every: 60 in Social Media, Millions of People Connect – this graphic shows the where and how**, February 17, 2012, (Çevrimiçi) <http://socialjumpstart.com/2012/02/60-in-social-media/> 15 Ağustos 2013

için yeni bir temel yaratmaktadır. Buna “ağ bireyciliği” adı verilebilir.⁸⁴ Çoğu sosyal ağ sitesi diğer kullanıcılarla iletişimi ilgili kullanıcıların bir rehberini sağlayarak teşvik eder. Bunun yanı sıra “öneri sistemlerini” özendirir.⁸⁵ Sosyal ağ siteleri, kullanıcılara online profiller ya da kişisel web sayfaları oluşturmaya ve online bir sosyal ağ geliştirmeye izin veren sitelerdir. Profil sayfaları, kullanıcının kendi web sitesi olarak işlev görür. Profil bilgileri içerisinde doğum tarihi, cinsiyet, politik görüş, inanç ve doğum yeri bilgilerinden, en sevilen filmlere, kitaplara ve boş zamanlarda neler yapıldığına kadar çeşitli bilgiler yer almaktadır.



Şekil 5: Türkiye'de Sosyal Medya Sitelerinin Kullanıcı Yoğunlukları⁸⁶

Türkiye'deki potansiyel kullanıcılarının “sosyal medya” kullanım potansiyeli verilmiştir. Bu grafik incelendiğinde bilgi üretme konusunda kişisel bilgi ve resimleri

⁸⁴ Albrecht Enders, Harald Hungenberg, Hans-Peter Denker, Sebastian Mauch, **The long tail of social networking Revenue models of social networking sites**, European Management Journal, 26, 199– 211 2008, p.200.

⁸⁵ Cheryl L. Coyle, Heather Vaughn, **Social networking: Communication Revolution or Evolution?**, Bell Labs Technical Journal Volume 13, Issue 2, Article first published online: 18 AUG 2008 (Çevrimiçi) <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bltj.20298/pdf>, 15 Ağustos 2013

⁸⁶ http://gs.statcounter.com/#social_media-TR-monthly-201201-201304

paylaşmada denetimsiz bir şekilde liberal olduğumuz görülmektedir. Bu durum üzerinde düşünülmesi gereken bir sorundur. Diğer uygulamalar ile açık ara fark atması bir bakıma İnternet üzerinde “sosyalleşmeye” önem verdiğini göstermektedir. Sosyal ağlarla interaktif iletişim sağlayarak çeşitli uygulamalara, özellikle profesyonel haber kuruluşlarının web sitelerine gönderme yapmaktadır. Bu sitelerde yer alan içerik, yayınlandığı andan itibaren yurttaşların (site kullanıcılarının) katılımlarına açık hale gelmektedir. Söz konusu katılım ise e-posta,*** sohbet odaları, tartışma listeleri, haber grupları, facebook ve twitter vs. gibi etkileşime dayanan çeşitli yollarla hayata geçirilmektedir.⁸⁷

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. İNTERAKTİVİTE VE OKUR

İnteraktivite, bir iletişim teknolojisinin katılımcıların –okurun hem eş zamanlı hem de ayrı zamanlarda iletişim kurabileceği (bire bir, bire çok ve çoktan çoğa) ve karşılıklı mesaj alış-verişlerinde yer alabilecekleri (üçüncü derece bağlılık) aracılı bir ortam yaratabilme düzeyi olarak tanımlanabilir. İnteraktif olarak yayını sürdüren internet gazeteciliği ile okur değişerek geri bildirim sağlandığı bir ortamda söz sahibi olarak değişimi kendi üzerinden yapmaktadır. Bu bölümde interaktif iletişim ile değişen okur ele alınarak, okurun nasıl aktif hale geldiği incelenecektir.

3.1. İnteraktif İletişim ile Değişen “Okur”

Kaynak ile alıcı arasında ortaklık kurmak amaçlı bir çaba olarak tanımlanan iletişime bir süreç olarak bakıldığında temel öğeler; iletiyi üreten ‘kaynak’, ‘ileti’ (mesaj), ‘kanal’ ve iletinin hedefi ‘alıcı’dır. İletişim sürecinin yaşandığı ‘ortam’ ve

*** E-posta hem gönderene hem de alana fayda sağlar. E-posta ile mesajlar, dünyanın her yerinde anında alınır ve gönderilir. Zamanında birçok kişiye dağıtılma imkânı sunmaktadır. Gönderenin zaman programına göre mesajlar gönderilir. Kabul edenin hattı meşgul olsa bile bilgi ulaşır. E-posta, iletişimin en popüler ve hızlı bir formudur. Peggy A. Ertmer, Carole Hruskocy and Denise M. Woods, **Education On The Internet The World Wide Classroom: Access to People, Resources, and Curriculum Connections**. New Jersey, Merrill Prentice Hall, 2003, p.10.

⁸⁷ Tolga Çevikel, “Profesyonel Haber Medyasında Yurttaş Katılımı: CNN Türk - Haberim Örneğinde Katılımcı Gazeteciliğin Sınırları”, İstanbul, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını**, 2011, Sayı: 14, s.61.

sonunda hedefin kaynağa verdiği geribesleme de iletişim süreci ögeleri arasında sayılmaktadır. Alıcının kaynak tarafından gönderilen iletilere gösterdiği tepki olan geri besleme, iletişimcinin iletisini alıcının ihtiyaçlarına ve tepkilerine göre uygun hale getirmesine yardımcı olur.⁸⁸ Teorisyenlerin üzerinde birleştiği şekliyle iletişim çift yönlü bir süreçtir. Geri besleme olmadığı takdirde, ‘iletişim’ değil sadece ‘iletim’ olmaktadır. Ancak kitle iletişiminin uygulamadaki karakteristiği tanımlanırken, ‘tek yönlü’ olmasına vurgu yapılmaktadır.

“Geri besleme hedef kitlenin (okuyucunun) kaynağa yanıt verme anıdır. Aynı zamanda okurun iletiyi nasıl anlamlandırıldığını gösterir. Geri beslemenin çalışması ile ilgili olarak hedef kitleye kaynak olma hakkı verilir. Kısacası alımlayan (okuyucu) interaktivite ile kaynağa dönüşüyor. Kaynak olma hakkı “cevap” hakkıdır. Bu iletişim sürecinin eşitler arası olmasını sağlayan bir değişkendir.”⁸⁹

İletişim sürecinde “negatif” ve “pozitif” geri bildirim olmak üzere iki tür geri bildirimde bulunulur. İletişimde mesaj alıcı tarafından anlaşılmıyor veya eksik anlaşıyor ve iletiliyorsa buna “negatif geri bildirim”; alıcı, mesajı tam olarak algılar ve bunu göndericiye doğru biçimde iletirse buna da “pozitif geri bildirim” denir. Etkin iletişim pozitif geri bildirim sayesinde kurulabilir. İletişim, geri bildirim ihtiyacı duyan çift yönlü bir süreçtir. Kişiler arası iletişimde mesaj göndericiden alıcıya, sonra geri bildirim yoluyla tekrar göndericiye iletilir.⁹⁰

Etkin iletişim olan pozitif geri bildirim yolu ile verilmek istenen iletinin anlaşılıp, anlaşılmadığı değerlendirilir. Geri bildirimin alınması verilmek istenen mesajın benimsenmesini (içselleştirilmesini) sağlayacaktır.⁹¹

⁸⁸ John Fiske, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çev., Süleyman İrvan, Ankara, Bilim Sanat Yayınları, 2003, s.40.

⁸⁹ Nurdoğan Rigel, **Yayınlanmamış Ders Notları**, 20.10.2011.

⁹⁰ Hasan Tutar, M. Kemal Yılmaz, **Genel İletişim; Kavram ve Modeller**, 3.Basım, Ankara, Nobel Yayınları, 2003, s.26-30

⁹¹ Ünsal Oskay, **İletişimin ABC’si**, İstanbul, Der Yayınları, 2001, s.36

Genel olarak bu kavram, iletişimcinin, mesaj vermek istediği alıcının mesajı alıp almadığı, almışsa tepkisinin ne olduğu hakkında bilgi temin ettiği süreci ifade etmektedir.⁹²

Etkin bir iletişim, pozitif geribildirim sayesinde kurulabilir. Pozitif geri bildirim, iletişim sürecinde şu anlama gelir;

1. Mesaj alınmıştır.
2. Mesaj algılanmıştır.
3. Mesaj doğru bir biçimde yorumlanmıştır.
4. Alıcı, gelecek adım (geri bildirim) için hazırdır.⁹³

Bugün interaktivite denildiği zaman, kullanıcının (okurun) düşüncesini anında başka bir iletişim aracına gerek duymaksızın elektronik posta, sohbet odaları ve çevrimiçi sürekli anketler ya da forumlar aracılığıyla iletmesi anlaşılmaktadır.⁹⁴

İnteraktif iletişim, okurlardaki dönüşüm açısından önemli nokta, okuyucuların, beğenilerine sunulan yayın içeriklerinden, öncelikli olarak kendi kararlarına, düşüncelerine göre seçim ve yorum yapabilme özgürlüğünü elde edebilmektedir. Okuyucu, kullanıcı olarak içeriği kontrol etme, seçme olanaklarına sahip oldu ve geleneksel tek yönlü iletişim, yerini interaktif iletişime bırakmıştır.⁹⁵ Kullanıcı tarafından üretilen içeriğin yükselişi, pek çok yazar tarafından gücün ve kontrolün okuyucuya doğru kaydığını göstermektedir. Deuze'e göre kullanıcı tarafından üretilen içerik, "*biz yazarız siz okursunuz*" dogmasının altını çizerek geleneksel gazatecilikte bir paradigma kaymasının önünü açacaktır.⁹⁶

⁹² Denis McQuail, Sven Windahl, **Communication Models**, 3 rd Impression, Longman, New York, Türkçe çevirisi için bkz. **İletişim Modelleri**, Çev. Mehmet Küçükkurt, Ankara, İmaj Yayınları, 1993, s.24.

⁹³ Tutar ve Yılmaz, **a.g.e.**, s.6.

⁹⁴ Ingo Mannteufel, "Deutsche Welle ve 31 Dilde İnternet Yayını", **İnternet Çağında Gazetecilik**, Serhan Yedig ve Haşim Akman, İstanbul, Metis Yayınları, 2002, s.105-107.

⁹⁵ İsmail Üstün, **İnternet Üzerindeki Medya: İnternet Gazeteciliği**, Araştırma Projesi, İstanbul, Üniversitesi, 2001, s.15.

⁹⁶ Mark Deuze, "The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online", **New Media & Society**, Cilt.5, Sayı. 2, 2003, s.220.

İnternet gazeteciliği interaktiftir. İnternet gazeteciliğindeki yazı, metin içinde çeşitli web sayfalarına bağlantıları içerebilmektedir. Böylece okur, yazının detayı için gerekli bağlantılara tıklayarak ilgili enformasyon kaynağına kolaylıkla ulaşılabilen; gazetelerdeki yer sıkıntısı nedeniyle sunulamayan detaylar sorunu, online gazetelerde ortadan kalkmaktadır. İnternet gazeteciliğinde interaktif iletişim kitle iletişim alanında okuyucunun aktif/pasif olma konusunu da tartışmaya açmaktadır. Aktif bir okuyucunun varlığından ve onların özgür tercihlerine göre içerikleri alınmaması ve okuması üzerine düşüncelerini dile getirirken; bazı okuyucuların ise kitle iletişim sürecinin pasif takipçileri olarak nitelendirilebilmektedir.

İnternet gazeteciliğinde okuyucular interaktif iletişimle gerçek anlamda bir geri beslemeyi kullanarak haberde geri dönüşüm sağlanabilmektedir. Okuyucu yeni teknolojiyi kullanarak onunla iç içe olan interaktif okuyucu haline gelmiştir. İnternetteki olanaklar okur için yeni açılımlar getirmiştir.

İnternet okuyucuları yazım ve editöryel süreç, zihinsel bir alışkanlık istemektedir. İnternet gazetesi okurunun, kendisine sunulan bilgidan hangisini alacağı konusunda, geleneksel haber okuruna göre da özgürdür. Geleneksel haber okuru, ilgilendiği haberle ilgili olarak gazetesinin sayfalarında ne verildiyse onunla yetinir, ancak internet gazeteciliğinde haber okuru haberle ilgili konuları haber sitesinde ya da gazetesinde bulabilir ve bununla yetinmeyerek diğer haber sitelerini ziyaret ederek ayrıntılı bilgide alabilmektedir.⁹⁷

İnternet gazetelerindeki ziyaretçileri ya da okurları dokümanla interaktif iletişim halindedirler. Bir 'tık'lama ile kolayca bilgiye ulaşabilir ya da başka bir sayfaya hareket edebilmektedirler. İnterneti doğrudan ya da dolaylı yollarla kullanmaktadırlar. Bilgiyi hızlıca okumakta, ilgilerini çekerse bu bilgiye tekrar dönmekte ve sık kullanılanlar listelerine eklemektedirler. Artık okur, kolay, rahat ya da ellerine alıp okumak istediklerinde yazıcıdan döküm almayı tercih eden bireylerdir

⁹⁷ Halil İbrahim Gürçan, **Sanal Gazetecilik**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999, s.99.

İnternet gazetelerindeki okurları, ekranı taramakta, resimlere bakarak sesleri dinlemekte, hareketli görüntüleri seyretmekte ve en önemlisi de internet yayımcılarına interaktif iletişim sayesinde geribildirimini sağlamaktadırlar. Sonuç olarak internet gazetelerinin okurları, geleneksel okur olarak nitelendirilen haber okurlarından çok farklıdır. Basılı gazete okurlarından daha özgür, daha araştırmacı, bilgiyi kullanmaya daha yatkın bireyler oldukları düşünülmektedir.

İnternet, okuyucu/izleyici ile interaktif bir yayıncılık bakımından da diğerlerine göre üstünlükler taşımaktadır. Bugün gelinen noktanın, internete ilişkin teknolojiler açısından henüz bir emekleme devresi olduğu düşünülürse bu olanakların yakın bir gelecekte, eski medya geleneklerinin olumsuzluklarını aşabilen bir perspektifle daha güçlü bir şekilde kullanılabileceği beklenmelidir.⁹⁸

3.1.1. Aktif Katılımlı Okur

Yeni teknolojiler asıl olarak okuyucuların habere ulaşma ortamlarında değişiklikler yaratmıştır. Bilginin izleyici ve okuyuculara ulaştırılması yöntemlerinde yeni olanaklar ortaya çıkmıştır. Bunlardan en önemlilerinden birisi de internettir. İnternet ile birlikte kullanıcı içeriği kontrol etme, seçme olanaklarına sahip olmakta ve geleneksel tek yönlü iletişim yerine etkileşimli (interaktif) iletişim gündeme gelmiştir.⁹⁹

İnternetin yaygın kitle iletişim araçlarından ayıran temel özelliklerinin kaynağı katılımcı niteliğinin kendine has olmasıdır. İnternetin katılımcı niteliğinin başlıca unsuru geniş coğrafi alanlara ve çeşitli kültürlerle uzanmasıdır. İnternetin yaygınlaşmasıyla yalnızca bir ülkenin farklı kesimlerinden çeşitli görüşlere sahip insanların bir ağ sisteminde yer alması değil aynı zamanda dünyanın farklı bölgelerinden insanların da aynı ağ sisteminde yer alması mümkün kılmıştır. Farklı

⁹⁸ Ümit Atabek, **Alternatif Medya ve İletişim Teknolojileri**, 2008, (Çevrimiçi) <http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/altermedya.html>, 28.10.2011

⁹⁹ Francis Bale, Gerard Eymery, **Yeni Medyalar**, Çev. Mehmet Selami Şakiroğlu, İstanbul, İletişim Yayınları, Cep Üniversitesi, 1995, s.9.

coğrafyalardan ve farklı kültürlerden insanlar zaman ve mekândan bağımsız olarak aynı platformda tartışma fırsatı yakaladılar.¹⁰⁰

Farklılıkların bir araya gelerek ifade bulduğu bu platformda alternatif görüşlerle karşılaşma olanağı bulmuştur. Bir yandan kendi görüşlerini ortaya koyup karşı tarafı etkileyen ve şekillendiren okur söz konusuyken diğer yandan karşı tarafın görüşünden etkilenip şekillenen okur söz konusudur. Böylece, ortaya çıkan interaktif süreçte bireyler kendi kültürlerini oluşturma ya da var olanı şekillendirme fırsatı yakalamaktadır.¹⁰¹ Okurlar, daha önce olduğu gibi yaygın kitle iletişim araçlarının kendisine dayattığı konuları yalnızca okumaktansa şimdi o konuya yönelik yorumlar yapabilmekte hatta kendi istediği konuyu içerik ve alan sınırlaması yapmadan izleyicisiyle kısa sürede paylaşıp geri dönüşümünü alabilmektedir.

İnternet üzerinden gerçekleştirilen iletişimde okur, iletişim süreçlerinde aktif rol alan bir öznedir.¹⁰² Teknolojik gelişmelerle birlikte tek yönlü bir iletişim anlayışının biteceği öngörülürken, daha aktif bir okuyucu kitlesi ortaya çıkmaktadır. Okuyucunun veya izleyicinin pasif olduğu medya devri kapanmaya başlamıştır. İnteraktif iletişim ile birlikte okur, çok kısa zamanda mesajın kaynağına geribildirim göndermektedir. Böylece internet teknolojisindeki kolaylıklar hedef kitleyi pasif durumdan çıkarıp aktif bir konuma getirmiş, her internet kullanıcısı birer potansiyel enformasyon kaynağı haline dönüşmüştür. Gazetede ve televizyon gibi kitle iletişim araçları söz konusu olduğunda “pasif” kabul edilen izlerkitlenin de artık “aktif” okuradönüşmüştür. Esas olarak medya profesyoneli olmayan yurttaşlar tarafından yaratılan çevrimiçi içeriğe gönderme yapan 'kullanıcı tarafından üretilen içerik' (user-generated content), enformasyon akışında belirgin bir değişiklik yaratmaktadır. Dolaşımdaki enformasyon artık yalnızca profesyonel medya kuruluşları tarafından değil, giderek artan oranda söyleyecek ve gösterecek bir şeyi olduğuna inanan sıradan

¹⁰⁰ David Harvey, **Post Modernliğin Durumu: Kültürel Değişimin Kökenleri**, İstanbul, Metis Yayınları, 2006, s.38.

¹⁰¹ Jack M. Balkin, “Digital Speech and Democratic Culture: A Theory of Freedom of Expression for the Information Society,” **New York University Law Review**, Vol. 79, No. 1, Yale Law School, Public Law Working Paper No. 6, 2004, p.4

¹⁰² Wilson P. Dizard, **Old Media- New Media: Mass Communications in the Information Age**, NY: Longman, 1994, p.4.

insanlar tarafından da üretilmektedir. Bu insanlar, enformasyon üretimi ve paylaşımını profesyonel medyanın tekelinden çıkardıkları gibi, özellikle haber niteliği taşıyabilecek türde enformasyon ürettiklerinde profesyonel gazeteciliğin sahasına da müdahil olmakta ve profesyonel gazetecilerinkine benzer bir işlev yüklenmektedirler. Böylece 'gazeteci' ve 'okuyucu/izleyici' ayrımı bulanıklaşmakta, her internet kullanıcısı haber tüketicisi olduğu kadar, en azından potansiyel olarak haber üreticisi haline de gelmektedir.¹⁰³

Geleneksel olarak üretilen haberleri tüketen kişiler giderek içerik üretmeye hazır ve istekli hale gelmişlerdir. Bu kişiler herhangi bir gazeteye ya da yayın kuruluşuna bağlı değildirler. Ancak bulundukları ortamlarda araştırma yaparak, daha fazla bilgiye erişerek profesyonel gazetecilerin yaptıklarını amatör biçimde yapmaya çalışmaktadırlar. Bir süre sonra profesyonel haber medyası bile bu kişilere imkan tanımışlardır ve kendi online gazetelerinde katılım gösterilmesi için bölümler açmışlardır. '**Haberim**', CNN Türk tv kuruluşunun "CNNTurk.com'un gönüllü muhabiri olun" çağrısıyla okuyucularını haber, fotoğraf ve video göndermeye davet ettiği bir katılımcı gazetecilik projesidir. Projenin web sitesi (cnnturk.com/ haberim) tamamıyla kullanıcı tarafından üretilen içerik ile oluşturulmakta; CNN Türk kullanıcıları "yangın, kaza, patlama vb. gibi sıcak gelişmelerin yanı sıra çevre kirliliği, doğal güzellikler, hava durumu gibi sınırsız konuda" yaptıkları haberleri siteye göndererek projeye katılmaktadırlar. Milliyet gazetesinin haber sitesi olana www.milliyet.com.tr'de yayınlanan '**Sizden size**' ve Hürriyet gazetesinin haber sitesi olan hurriyet.com.tr adresinde okur katılımını sağlayan '**Sende yolla**' kullanıcının haber içeriklerine üretilen haber siteleridir. Ayrıca Trt haber tv kanalında seyircisiniz, muhabirsiniz, haber sizsiniz sloganıyla yayınlanan '**Haber Sizsiniz**' okurun-izleyenin aktif katılım sağladığı programdır.

¹⁰³ Tolga Çevikel, "Profesyonel Haber Medyasında Yurttaş Katılımı: CNN Türk - Haberim Örneğinde Katılımcı Gazeteciliğin Sınırları", İstanbul, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını**, 2011, Sayı: 14, s.58.

3.1.2. Sanal Ortamda Kimliğin İnşası

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin, özellikle de internetin, hızla yaygınlaşmasının toplumsal, sosyal ve kültürel yapıda yarattığı değişim, kişiler arası ilişkilerde yeni ilişki ağları, bireyler düzeyinde ise yeni ve akışkan değerler sistemi, yaşam temaları ve kimlik projeleri ile ortaya çıkmaktadır.¹⁰⁴ İnternet üzerinde yer alan sosyal ağlar, sadece bir medya ortamı olarak değil, bireylerin aktif olarak birbirleriyle topluluk oluşturduğu ve kimliklerini inşa ettiği söylemsel alanlar olarak dikkate alınmaktadır.¹⁰⁵

Sanal bir dünya olarak medya, toplumsaldan, aile yapısından, toplum değer ve yargılarından ve en önemlisi toplumsal gerçeklerden uzak oluşturulmuş, egemen güçlerin hizmetinde bir araç haline gelmiştir. Baudrillard’a göre, gerçeklik ilkesinin ortadan kaybolması, yeni bir gerçeklik anlayışına yol açmak yerine, görüntüler üzerine kurulu bütünsel bir gerçeklik (simülasyon evreni, sanal bir evren) evreninin oluşmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla ilkesinden yoksun bir gerçekliğin, gerçeklik olarak algılanması mümkün görünmemektedir.¹⁰⁶

Sosyal medyanın sanal, dolayısıyla gerçek dışı olması post-modernizmle açıklanabilir. Baudrillard bunu simülaker ve simülasyon kavramları ile açıklar ve gerçeğin ortadan kalkması, sahtenin gerçek yerine geçmesi olarak ele alır.¹⁰⁷

Fizikselliğin olmadığı sanal alanlarda birey başka kimlikler üzerinden kendisini daha iyi tanımaya çalışır ve diğer bireylere ilişkin kendi davranışlarını

¹⁰⁴ Michele Willson, “Technology, networks and communities: An exploration of network and community theory and technosocial forms,” **Information, Communication and Society**, 2010, 13 (5): pp. 747-764.

¹⁰⁵ Hope Jensen Schau and Mary C. Gilly, **We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space**, Journal of Consumer Research, 2003, (Çevrimiçi) http://www.marketing.eller.arizona.edu/docs/papers/Hope%20Schau/Schau_Gilly_JCR_2003.pdf

¹⁰⁶ Jean Baudrillard, **Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği**, Çev. O. Adanır, Ankara, Doğu Batı Yayınları, 2005, s.8.

¹⁰⁷ Jean Baudrillard, **Kötülüğün Şeffaflığı**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1995, s.19.

yönetir. Kendi düş kırıklıklarını, endişe, arzu ve düşlemlerini sergileyecek bir alan olarak sanal alanı kullanır. Dolayısıyla bir izlenim yaratma aracı olarak sanal alanlar da günümüzde kullanılmaya başlanmış ve bu alanlar üzerinde sanal kimlik adı ile yeni bir kavram oluşmuştur. İnterneti gerçeklikten ayıran duvar sayesinde, online kişilikler gerçek kişiliklerden farklılaşabilir, karşımızdaki ile oyun oynayabilir, bambaşka bir kimlikle iletişim kurabiliriz. İnternet üzerinde iletişim daha çok metinler üzerinden sağlandığı için, kişinin sesi, konuşması, yüz ifadesi, mimikleri gibi cinsiyetini ele verecek ipuçları gözden kaçmaktadır. Bu durum “oynayan” kişinin online kişiliğinde cinsiyet değiştirmesine imkân sağlar, kişi karşısındakini kandırarak diğer cinsiyete bürünür ve onunla gönderdiği metinler üzerinden yakın bir ilişki başlatabilir. Böyle bir deneye girişen kişiler oyunun büyüüne kendilerini fazlasıyla kaptırmış ve kimliklerle oyun oynamaya başlamış kişilerdir. Kimlik deneyleri ile kişi, gerçek hayatta denenmesi neredeyse imkânsız olan alternatif kimlikleri denemiş olur. Bu yönüyle internet, oyuncular ve izleyicileriyle kişisel deneyler için güvenli bir laboratuvar işlevi görür. Ancak, gerçekte oyun birbirine karıştığında, kişi gerçek kişiliğinin bütünüyle dışında farklı bir kimliğe bürünüp kandırmaca öne çıktığında, siberalanın tehlike bölgesine girilmiş olur. Bu tehlike bölgesinde insanlar incinir, yoğun hayal kırıklığı yaşanır. Ancak, kimlik deneylerinin daha olumlu bir yönüne de değinmek gerekir: Gerçek hayatta içe dönük ve sessiz olan bir kişi, sanal ortamda özgüveni yüksek ve paylaşıma açık bir kimliğe bürünebilir. Eğer kişinin bu dışa açılma hamlesi, etkileşimde bulunduğu diğerleri tarafından ödüllendirilir ve saygı görürse, kişi mahcubiyeti üzerinden atıp gerçek hayatta da dışa açılmayı deneyebilir.¹⁰⁸

Bir kişinin kimliğinin cinsiyet, ırk gibi stabil özellikleri olduğu gibi ideolojik değerler, inançlar gibi değişebilen özellikleri de vardır. Çevrimiçi ortamlarda belki de hiç yüz yüze gelmeyecekleri kişilerle etkileşim kurmaktadır. Bu etkileşimlerde hiç olmadıkları kişi gibi görünüp, sanal bir gerçeklik yaratma çabası söz konusudur. Sanal kimlikler çoğu zaman belirsizdir. Akışkan ve değişken kimlikler söz

¹⁰⁸ Kemal Sayar, “Psikolojik Mekan Olarak Siberalan”, **Yeni Symposium**, 40(2):2002, s.61

konusudur.¹⁰⁹ Kimliğin görünümü olarak bedenden ayrılan dil pratiği tek başına kamusal tartışmaya dâhil olmaktadır. Ancak bir dizi ilişki aracılığıyla elektronik bir coğrafya oluşturan internet benzer düşünceleri paylaşan ve destekleyen kişilerin belirli konular etrafında politik katılımına olanak sağlamaktadır.¹¹⁰

İnternet gazeteciliği ve sosyal ağlar desteğiyle, egemen cinsiyetçi duruş kısmen de olsa kırılmakta en azından paylaşım, geleneksel araçlarda olduğu gibi tek elden yürütülmek zorunda değildir.

İnternet ve dolayimli iletişimle zaman ve mekândan bağımsız yeni iletişim biçimleri üretmektedir. Bu ilişkiler, internetin insan iletişiminde bulunabilme mekânına bir yenisini, sanal mekânı eklemiştir. Tartışma listelerine katılımın unsurlarından birisi ‘sanal alan’ kavramıdır. Buna göre, sanal alan politik eylemin fiziki ortamdan ve zamandan bağımsız olarak gerçekleştiği bir mekân olmakta ve politika yapma sürecini yeniden yapılandırmaktadır. İnternetin oluşturduğu sanal mekân ulus ötesi niteliğiyle bir ulaşım mekânıdır; insan hafızasının dolaşıma girdiği küresel bir alandır; insanlar arası ilişkinin enformasyon temelli kolektivitinin yeniden tanımlandığı bir mekândır¹¹¹

Şaşırtıcı teknolojik değişimlerin olduğu bir ortamda, hiç kimse geleceğin neler getireceğinden emin değil. Kesin olan, iletişim araçları teknolojilerindeki gelişmelerin, bu değişimlerin merkezinde yer aldığıdır. Artık internet kullanıcıları siber uzayda yaşamaktadır. Siber uzay, interneti oluşturan küresel bilgisayar ağının biçimlendirdiği etkileşim uzayı anlamına gelmektedir. Siber uzayda, bizler artık birey değil, ancak birbirimizin ekranlarındaki iletiriz. Kullanıcıların kendilerini tanımladığı e-posta dışında, internet üzerindeki hiç kimse ötekinin gerçekte kim

¹⁰⁹ Zizi Papacharissi, “The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere”, **New Media & Society**, Vol4(1):9–27, Temple University, Philadelphia, SAGE Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, 2002, p.18.

¹¹⁰ Mark Poster, **Cyber Democracy: The Internet and the Public Sphere**, In Trend, David (Ed.). Reading Digital Culture, Oxford, Blackwell Publishers, 2001, p.262.

¹¹¹ D. Porter, Introduction. In D. Porter (Ed.), **Internet Culture**, New York, Routledge, 1997, s.206.

olduğunu, onların kadın mı yoksa erkek mi olduklarını, hatta bu dünyada olup olmadıklarını bile bilmemektedir.¹¹²

Sanal alanlarda özellikle mekândan bağımsız olma isteği kişilere bir özgürlük ortamı da sunmaktadır. Bu özgürlüğün en önemli nedeni iletişim kurulacak kişilerin seçilmesi ya da reddedilmesinin gerçek yaşamda olmadığı kadar kolay ve sorunsuz olmasıdır. Bu özgürlük düşüncesi aslında beraberinde bir güvensizlik durumunu da getirmektedir: Kişilerin internet ortamında yüzyüze iletişimde söyleyemeyecekleri sözleri söylemeleri, daha rahat davranmaları, kendilerine daha az sınır koymaları “dezinhibisyon etkisi” olarak adlandırılmaktadır. Çünkü internette beni tanımazsınız, beni duyamaz ve göremezsiniz, mesajınıza anında cevap vermek zorunda değilim, canım sıkılırsa oyunu terk edebilirim ve nihayet herşey kafamın içindedir, onları ben yaratıyorum ve bunun pekâlâ farkındayım. İşte bu nedenlerle, günlük hayatta olduğunun aksine, siberalandaki daha kolay geriler, bir patron, bir öğretim üyesi v.b. olmanın kısıtlamalarını daha kolayca üzerimizden atabiliriz.¹¹³

İnternet üzerinde bireylerin birbirleriyle kurdukları iletişimin yüz yüze iletişimden farklı olması nedeniyle internette kimlik oluşumu bir sembolik etkileşim süreci ve zaman içinde değişen ve öğrenilen bir anlatı ile gerçekleşmektedir.¹¹⁴ Sanal mekânda kimliğin sınırları, teknoloji ve biyolojiden oluşan bütünleşmiş bedenleri birbirine bağlayan geri besleme zinciriyle biçimlenmektedir. Bu kurulan gerçeklik içinde kimlik, kaygan ve çoklu bir var oluş olarak yeniden kurulabilir. Kimlikleri isteğe bağlı olarak seçilip, elenebilir.¹¹⁵ “*Aidiyet tasarımı kullanılarak bileşkeklerin chat odalarındaki sanal temsilleri bireye, kimliklenme stratejisi ile dalga geçme olanağı verdiği için üzerinde durulması gereken bir ‘kimlik egzersizi’dir.*”¹¹⁶

¹¹² Anthony Giddens, **Sosyoloji**, Çev. Hüseyin Özel, Cemal Güzel, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2000, s.420.

¹¹³ Sayar, **a.g.e.**, s.61

¹¹⁴ Howard Rheingold, **The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier**, Massachusetts, Addison-Wesley Publishing Company, 1993, s.65.

¹¹⁵ N. Katherine Hayles, “Virtual Bodies and Flickering Signifiers”, <http://www.jstor.org/stable/778755>, October, Vol. 66, (Autumn, 1993), pp. 69-91, 18/04/2008, Çevrimiçi: 24.11.2012.

¹¹⁶ Mutlu Binark, “Kimlik(lenme) Dipnotsuz İletişim ve Etnik Laflama Odaları” **İnternet Toplum Kültür**, Mutlu Binark, Banş Kılıçbay (der.) Epos Yayınları, Ankara, 2005, s.120

Bilgisayar dolayımlı iletişimde kimliklerin etkileşmesi kendine özgü bir dil yaratmaktadır. Bu dil herkesin okuyabileceği bir alanda yani internette aleni bir şekilde okunmayı beklerken çeşitli etkilere maruz kalmasına neden olmaktadır. Bu etki bilgisayar iletişiminde bireylerde, kimliklerle oynamanın yeni olanaklarına erişilebilir. Cinsiyete ilişkin bilgiler görünür olmadığı için kullanıcı, cinsiyetini başkalarına tanımlamada özgür olabilmektedir. İlişkilerde hiyerarşi değişime uğrayabilir. Anonimlik bütünüyle geçerlidir. Hiç tanımadığı kişilerle birey iletişim kurabilir. İletişim kurgulanmış kimlikler aracılığıyla yapılmaktadır. Katılımcıların bireysel tarihinin olmadığı bir ortam olarak bilgisayar dolayımı ile iletişimle ilk kez insanlar eşit koşullarda bir alanda katılımı sağlamaktadır. İnternette kimlikler sabit olmadığı gibi iletişime konu olan malzemeler de televizyondan bildiğimiz türden önceden formatlanmış ve seçilmiş, kapalı uçlu hikâyeler değildir, internette iletişimin açık uçlu olduğu söylenebilir: Yeni katılanla ve yeni girilen metin ile birlikte tartışılan konuya bir ekleme daha yapılabilir ve tartışma katılımcıların isteği doğrultusunda sürekli bir oluş hali içinde evrimleşebilir. İnternet bir anlamda ‘dünyada mevcut insan sayısı kadar fikrin aracısız bir şekilde yer aldığı bir alan’ haline gelme potansiyeli taşımaktadır.¹¹⁷ İnternette temsil mekanizmasının tamamen bir tarafa bırakılması sonucu katılımcı kadar bakış açısının internete gireni karşılaması söz konusudur.

3.1.3. İnteraktivite Yazarlığı ve Anlam Yaratmak

Geleneksel insan-bilgisayar etkileşimi bakış açısından, Heath ve Luff bilgisayar destekli teknolojilerle birlikte interaktivite potansiyeli sunarlar. Heath ve Luff’un etkileşim modeli interaktif medya için geçerli iken ve gerçeği gösterirken interaktif medyanın birleşen çoklu işaret sistemleri ile etkileşimin yeni türleri daha iyi bir şekilde anlaşılmayı gerektirir. Bolter ve Gromala yeni medya teknolojisinin bize sürekli bir etkileşim türünden diğerine geçmemize izin verdiğini vurgular. Ama

¹¹⁷ Giuseppe Mantovani, “Virtual Reality as a Communication Environment: Consensual Hallucination, Fiction, and Possible Selves”, Human Relations, **Human Relations**, June 1995, Vol. 48, p.p. 669-683.

interaktif medya ile etkileşim sadece birlikte değildir. İnteraktif medya iletişimi sisteminin yorumlanması ile ilgilidir. Örneğin, geleneksel medya (televizyon, film, resim yapma) kitleler tarafından tüketim için mesajların üretiminde elit tarafından odaklanır. Asıl olay bu iken, interaktif medya tasarımcı/kullanıcı, yazar/okuyucu ve üretici/ tüketici arasındaki ilişkiye odaklandı. Artık filmler çok büyük stüdyolarda, büyük bütçelerle yapılmak zorunda değildir. Alternatif olarak birkaç insanın yapabileceği hale gelmiştir aslında. Bitmiş metinler, basım evlerine gitmek yerine, internet üzerinden görücüye çıkıyor. Filmleri ürettiğimiz ve tükettiğimiz yollar bilgisayar doğası tarafından değişti. İnteraktif filmler, farklı sıralardan sahneleri seyredebilme imkânı vermektedir. Kullanıcılar böylesi bir teknolojiye başladıklarında, kendi popüler filmlerini seçebilir ve arkadaşları ve aileleri için kendi filmlerini yaratabilirler. Bu noktada kimin yazar, kimin okuyucu olduğu net değildir. Manovich düşüncelerini şöyle ifade etmiştir; “Bir nesne bilgisayarda görüldüğü zaman, otomatik olarak interaktif olur. Bu yüzden bilgisayar medyasını “interaktif” diye adlandırmak anlamsızdır. Bu şu anlama gelir; bilgisayar hakkındaki en basit gerçeği ifade etmektir.”¹¹⁸

Ama geleneksel HCI (Human Computer Interaction) yaklaşımından yola çıkarak, Manovich tasarımcıları ve kullanıcıları ve belli hisse paylaşımcılarını arasındaki ilişkisindeki değişimi ortaya koyan interaktif medya ile asıl etkileşim noktasını anlamada başarısız olmuştur. Paul’ın ifadesine göre, “Sanat çalışmaları interaktiftir. Ama bu etkileşim geleneksel sanat formatına gönderme yapmaya gelince, izleyicilerin zihinlerinde zihinsel olaylar olarak kalır. Resmin fiziksel boyutu heykel traş izleyicilerin gözleri önünde değişmez. Ama dijital sanata gönderme yapıldığında, etkileşim zihinsel olayların ötesine giden sanata yol gösteren, sanata benzeyen ve katkıda bulunan farklı şekiller öncü olur.”¹¹⁹

¹¹⁸ Shaleph O'Neill, **Interactive Media: The Semiotics of Embodied Interaction**, BA University of Dundee Scotland Springer-Verlag London, 2008, p.23.

¹¹⁹ O'Neill, **a.g.e.**, p.23

İnteraktif medyada yorum ve interaktivite iki çeşit interaktivite kalitesi arasında bulunmaya bağlıdır.

- Birincisi medya aracılığıyla yazar tarafından oraya konulan içerikler okuyucu interaktivitesini oluşturma ifadesidir.
- İkincisi içerik yapısının manipulasyon ve değişim ile okuyucunun fiziksel etkisi var olması söz konusudur.¹²⁰

3.2. Teknolojide Birey Olarak Okur ve Toplum

Bireylerin ve toplumun gerek haberleşme ve gerekse bilgileneğinde en güçlü ve en etkili araç medyadır, hatta bazen tek basına belirleyici olabilmektedir. Bu güçlü yanlarıyla medya çağımızda bir yandan toplumu bilgilendirirken bir yandan da olayları nasıl algılayacağımızı ve ne sonuç çıkaracağımızı da söyleyerek bizi yönlendirir. Bir anlamda neyi nasıl düşüneceğimize ve hissedeceğimize karar vermektedir.¹²¹

Her yeni teknolojik araç toplumu ve insan bilincini etkiler. Örneğin bir kişi elektriği ne kadar tüketirse kamusal ve özel hayatı o kadar etkilenmiş olur.¹²² Matbaa kültürünün iletişimde dilin görsel gücünü öne çıkarmasından sonra elektrikli iletişim biçimlerinin ortaya çıkmasıyla enformasyon zamanda ve mekânda durmaksızın yer değiştirmeye başlamıştır. Böylelikle dünya herkesin herkesten haberdar olduğu “küresel köy” halini almıştır. Bunun sonucunda ise kültürel hiyerarşiler ve alan ayrımları silinmiş, yerkürenin dikey, yatay ve zamansal olarak içe patladığı bir dünyada yaşanmaya başlanmıştır.¹²³

¹²⁰ O'Neill, a.g.e., p.23-24.

¹²¹ Refia Palabıyıkoglu, **Medyada Psikoloji, İntihar Davranışı ve Medya**, Türk Psikolojisi Bülteni, 1995, s.24

¹²² Stevenson, **Medya Kültürleri**, Çev. Göze Orhon ve Barış Engin Aksoy, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2008, s.200.

¹²³ Stevenson, a.g.e., s.s.206-209.

Siyaset-medya, eğitim-eğlence, kamusal olan-özel olan iç içe geçmiştir. Bu durumda ise artık farklılıklarından bahsedilemeyecek toplumlar gelişmektedir. Bu durumda kamusal alan da yok olur ve Albert Einstein'ın daha farklı bir öngörüyü ifade etse de toplumların teknolojik geleceğiyle ilgili olarak, Üçüncü Dünya Savaşının taş ve sopalarla yapılacağını belirtmesi gibi McLuhan da ilkel zamanlardaki sözlü kültüre dönüleceğini söylemektedir. McLuhan'ın bu görüşü, iletişim teknolojilerinin geldiği son noktayı ifade etmektedir. İletişim alanında sürekli bir enformasyon bombardımanı vardır ve bu süreç içerisinde bireylere, McLuhan'ın terimiyle “sıcak araçların” sunduğu iletişim ortamında öznel yorumlama alanı bırakılmamıştır. İletişim bu haliyle yalnızca iletim modeline dönerken sürekli var edilip yok edilen bir kitle kültürü sirkülasyonu içerisinde sabit olan tek şey bireysel haz dürtüsüdür. Zygmunt Bauman'ın telekent terimiyle ele aldığı, “sanal bir gerçekliğin içerisinde bulunmanın dayanılmaz hazzı” şeklindeki kavramsallaştırma Jean Baudrillard'ın simülasyon kavramına belli çerçevede bir gönderme yapar.¹²⁴

Teknolojik gelişmelerin nasıl çeşitli toplumsal ve politik etkenlerle yaratıldığı, “toplumdaki güç dağılımı, maddi ve ideolojik denetim” ile yakından ilişkili olduğu ve egemen sınıfın çıkarlarını beslediği gerçeğidir. Teknolojiye duyulan inanç gün geçtikçe sarsılmaktadır. Modern birey, giderek kendisini yalnız hissetmekte ve dışındaki etkin güçler tarafından kontrol edildiği hissine kapılmaktadır. Geniş, gayri insani bir kargaşa içinde sürekli olarak manipüle edilen birey, ekonomik anlamda neredeyse bir meta olarak görülmeye başlanmıştır. Başlangıçta insanı, yoksulluk, ağır çalışma ve yetersiz sağlık koşullarından kurtarmanın aracı olarak geliştirilen teknoloji, şimdi onun zihinsel sağlığı ve yaşamı karşısında bir tehdit olarak görülmektedir.¹²⁵

İletişim teknolojisindeki gelişmeler var olan kitle iletişim araçlarının kullanım alanlarını genişletirken, yeni gelişmelerde günlük yaşam pratiklerini daha fazla

¹²⁴ Stevenson, a.g.e., s.238

¹²⁵ Armand Mattelart, **The Information Society: An Introduction**, CA. Sage, 2003, s.47.

arttırmaktadır.¹²⁶ İnternetin; sınırların, engellerin bulunmadığı, taşıdığınız tek pasaport olduğu bir dünyaya giden yol olması gerektiğini iddia ederken; bilişim toplumunda, insanlarda zihin karmaşası ve 'yolunu kaybetmişlik' duygusu giderek güçlenmekte ve 'nereye gidildiği' konusunda ciddi bir tedirginlik yaşanmaktadır. İnsanlar gittikçe hızlanan gelişmeler karşısında kimliğini, kültürünü kaybederek, bilinmeyen farklı bir kültür ve kimlik boyutuna sürüklenmekte ve bu nedenle de huzursuzluk hissetmektedir.¹²⁷

Teknolojinin ortaya çıkmasına yardımcı olduğu birçok toplumsal fayda, gün geçtikçe, bunların kullanımıyla ortaya çıkan toplumsal sorunlarla dengelenmektedir. Bunlar, bireyin baskı altında tutulmasından, doğal çevrenin çok yönlü yıkımına ve dünyanın sınırlı doğal kaynaklarının tüketilmesine kadar varan sorunlardır. Teknolojinin toplumsal dünyamızın ayrılmaz bir parçası ve gündelik etkinliklerimizin hemen her bölümünde temel bir öge haline geldiğini yadsıyamayız. Toplumsal alanın sınırları içindeki hemen her türlü işin gerçekleştirilmesi için bir tür makineye gerek duyulması, modern yaşamın belirgin özelliklerinden biridir. “Teknolojinin toplumdaki rolünü anlamak, yalnızca kendi içinde değil, bizzat toplumu anlamamızın bir parçası olarak da değer kazanmıştır. Teknolojiye ilişkin çağdaş sorunlar teknolojinin doğasından olduğu kadar, onun kullanımından da kaynaklanmakta; ancak teknolojinin doğası da, geniş ölçüde, teknolojinin hiçbir zaman kendilerinden bağımsız olarak düşünülemeyeceği toplumsal ve politik etmenler tarafından belirlenmektedir.”¹²⁸

Bireyler otoriter rejimlere ifade özgürlüğü üzerinden katkıda bulunabileceği gibi devletin internet yoluyla otoriter uygulamalarda bulunması da söz konusu olabilir. Devletler İnterneti bireyleri izleme, gözetleme alanı olarak

¹²⁶ Reşit Kaya, **Türkiye’de 1980 Sonrası Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksinimi**, 2001, (Çevrimiçi) <http://www.dördüncükuvvetmedya.com.tr>, 14.01.2012.

¹²⁷ Armağan Ekici, “Aziz Antonius’un Baştan Çıkarılması: Bir Kötü Alışkanlık Olarak İnternet”, **Cogito Dergisi**, S.30, (Kış), İstanbul, 2002, s.228-235.

¹²⁸ David Dickson, “Alternative Technology and the Politics of Technical Change” **Alternatif Teknoloji Teknik Değişiminin Politik Boyutları**, 1.Basım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, Çev: Nezih Erdoğan, 1992, s.235.

kullanabilmektedirler. Öyle ki bugün Facebook gibi siteler üzerinden kişinin özel hayatına ait bilgilere dahi kolaylıkla ulaşılabilmekte ve çeşitli takipler bu bilgiler üzerinden yapılabilmektedir. İnternetin sunduğu bilgiler üzerinden otoriter uygulamalara gidebilen devletin varlığı dışında İnternette oluşan katılımcı ruha paternalist bir yaklaşımla çeşitli sınırlamalar, engellemeler koyabilen otoriter tutumlarda bulunan devletin varlığından da söz edebiliriz. Bu sınırlamalar devletlerin kendi tarihi, kültürel, siyasal, dinsel, yapısal ve ahlaki değerlerine ilişkin geleneksel sınırlamaların internete yansısı şeklinde olmaktadır.¹²⁹

Birey olarak, teknolojik değişmeyi denetleyememekteyiz; bu değişimin ortada olan hızı da yaşamımızı tehdit etmektedir. “Yine de birbirine bağlanan dünyanın gelişi, şimdiye dek hiçbir durumda, Büyük Ağabey yaratmadı; tam tersine, bu adem-i merkezîyet ile bireyciliği uyardı.”¹³⁰ İnternetin gözle görülmeyen sınırlarının olmasıyla birlikte en yaygın iletişim ağı olarak küresel olmasından kaynaklanır. İnternetin mülkiyeti kimseye ait olamaz ve ne tek başına bir kurum ne de tek bir devlet onu yönetebilir.¹³¹

Bu özelliğiyle internet, yaygın kitle iletişim araçlarına hâkim olan birkaç kişinin elinde tekelleşmiş geleneksel yayın ve basın anlayışından ayrılmaktadır. Bireyler, bu platform aracılığıyla ortaya koydukları ürünleri (yazı, yorum, görüş, video, fotoğraf, müzik vs.) aracı olmadan doğrudan paylaşabilme fırsatı yakalamaktadırlar.

Tekil bir medya değil, multimedya, her şeyi yapan medya olan, internet, hem bir işlevsel ve ekonomik üstünlükleri, hem de Batı toplumlarındaki egemen değerlere yakınlığı nedeniyle sıra dışı bir başarıya ulaşır. Tüketmeye olabildiğince etkin,

¹²⁹ Yaman Akdeniz ve Kerem Altıparmak, **İnternet: Girilmesi Tehlikeli ve Yasaktır- Türkiye’de İnternet İçerik Düzenlemesi ve Sansüre İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme**, Ankara, İmaj Yayınevi, 2008, s.6.

¹³⁰ Anthony Giddens, **Sosyoloji**, Çev. Hüseyin Özel, Cemal Güzel, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2000, s.420.

¹³¹ Yaman Akdeniz ve Kerem Altıparmak, **İnternet: Girilmesi Tehlikeli ve Yasaktır- Türkiye’de İnternet İçerik Düzenlemesi ve Sansüre İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme**, Ankara, İmaj Yayınevi, 2008, s.1.

olabildiğince hızlı ve olabilirse bedava üretime iten güçlü bir yaratıcılık eksenidir. Aynı zamanda kendini elektronik posta yardımıyla, duyguların, kırgınlıkların, mutlulukların yansıtılabileceği bir kişilerarası medya gibi sunar, böylece özel toplumsallığın güçlenmesini eğilimini de onayla. Bu açıdan çağdaş bireyciliğin hem bencil, hemde anlatımsal iki büyük bakış açısına karşılık gelir.¹³²

Yeni iletişim ortamları ile birey, edilgen okuyucudan, etken kullanıcıya dönüşmüştür. Kullanıcının müdahalesi ve kullanıcı hakkında bilgi edindikçe kaynağın iletilerinin bireyselleşmesiyle, alıcının özgürlük hissi artmaktadır. Bireyselleşmeyle birlikte, yeni iletişim ortamlarının asenkron özelliği özgürlük üzerinde etkilidir. Aynı anda mesaj gönderimi gerekliliği olmamakta, farklı zaman dilimlerinde alıcı ve verici mesaj gönderimi yapabilmektedirler. Bir gruba mail atıldığında, herkesin maili farklı zamanlarda alabilmesi ve istediği zamanda yanıtlayabilmesi buna örnek olarak gösterilebilir.

Bireyselleşme internetteki forumlar ve kurulan sanal topluluklarda bazen de bireyler kendi benliklerini bile aşarak yeni kişilikler üretebilir duruma gelebilmektedir. Bireysellik hem bireyi hem de toplumu etkilemektedir.

3.2.1. İnteraktif Okurun Demokratik Katılımı

Teknoloji, içinde doğduğu ve geliştiği toplumdan bağımsız değildir. Toplumsal yapının en önemli belirleyicilerinden biridir. Teknolojinin altında ise icat ve keşif ile bunların topluma mal edilmesi için gerekli süreçler yatar. Bir yenilik, toplumda çeşitli şekillerde yayılır, bu yayılma için bir bireyden ötekine doğru bir iletişim gereklidir. Bireylerin herhangi bir yeniliği kabullenmeleri için önce haberli olmaları, ilgi duymaları, değerlendirmeleri, denemeleri, kabul etmeleri ve uygulamaya başlamalarını içeren bir süreç zorunludur. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin yaşandığı günümüz dünyasında ulaşılan teknolojik düzey, insanları, toplumları ve kültürleri

¹³² Eric Maigret, **Medya ve İletişim Sosyolojisi**, Çev. Halime Yücel, İstanbul, İletişim Yayınları, 2011, s.343.

birbirlerine yaklaştırmış, farklı kültürler ve toplumlar bile birbirleriyle etkileşim içine girmişlerdir. Bu yüzden değişimin yayılması ve benimsenmesi geçmişe oranla çok daha hızlı gerçekleşmeye başlamıştır.¹³³

Yeni iletişim teknolojileri okur katılımını içeren doğrudan ya da güçlü bir demokrasinin gerçekleşmesine izin verecek potansiyellere sahiptir. İnternetin teknolojik potansiyeli, enformasyon ve demokratikleşme arasında kurulan olumlu ilişkinin yeniden canlanmasına neden olmuştur. İnternete erişim sağlayan herkesin kendini e-posta, forumlar, sohbet gibi özgürce ifade edebileceği, bireyden bireye, gruptan gruba, bireyden gruba her yöne iletişim kurabildiği eş zamanlı paylaşıma olanak veren bir ortamdır. İnternet, günümüzde katılımcı demokrasi anlamındaki teknolojik yapılanmayı sunabilmektedir. Teknolojiye sahip olan tüm okurlar demokratikleşmeye katkı sağlayabilmekte bilgiye daha hızlı ulaşabilmektedir.

Elektronik demokrasi, yönetimde bilgisayar ağlarının, internetin kullanılması, demokratik aktivitelerin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. Bu aktivitelerin yapımında elektronik posta ve internet en basta kullanılan seçeneklerdir. Okurlar iletişim teknolojilerini kullanarak iktidara hesap sorma yolu ile kendi hakkını savunabilmekte, tepkisini göstererek de iktidardan hesap sorabilmektedir. Elektronik demokrasi, pasif okur ile yurttaş bir bütün haline sokma, pasif okuru aktifleştirip sisteme dâhil etme amacı da vardır. Elektronik demokrasi, okurlara bilgi, siyasal işlemleri kamu hizmetinin ulaşımını sağlar. Elektronik demokrasinin sağlanabilmesi teknolojik alt yapının ve özellikle toplumsallaşma düzeyinin de yeterli olmasına bağlıdır.¹³⁴

Elektronik alandaki katılımcı demokrasi ütopyası tüm teknolojik gelişmelerin ardından gündeme getirilmiş ve tartışılmıştır. İnternetin ise oldukça yaygınlaşması ile bu umutlar artarak devam etmiş, en güçlü noktasına ulaşmıştır. İnternetin demokratikleştirici bir özelliğiyle: “Herkesi hemsehri olarak kabul eden, fizik olarak tek ülkede yaşıyorsun bilgisayar ağı yoluyla dünya ile temas halindesin” şeklinde

¹³³ Emre Kongar, **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği**, İstanbul, Remzi Kitabevi Yayınları, 1996, s.26

¹³⁴ Asu Aksoy, **İnternet ve Demokrasi**, Diyalog Dergisi, Ankara, Türk Demokrasi Vakfı Yayını, 1996, s.159

tanımlanmıştır.¹³⁵ İnternetin ortaya çıkışı toplumda sesini duyuramayan kişi veya toplulukların/grupların kendilerini ifade etmeleri olanağını gündeme getirmiştir. Bu bakış açısından değerlendirildiğinde yeni iletişim teknolojilerinin özgürleştirici ve demokratikleştirici bir niteliğe sahiptir.

3.2.2. İletişim ve İnteraktivitenin Toplumsal İşlevi

İletişim genel olarak insanlar arasındaki düşünce ve duygu alışverişi olarak ele alınmaktadır.¹³⁶ İletişimin amacı, alan ve veren arasında bilgi, düşünce ve tutum ortaklığı oluşturmaktır.¹³⁷

Toplum, insan ömründen uzun yaşayan göreceli bir kararlılığa sahip olan ve kendi kendini devam ettiren bir insan topluluğu olarak tanımlanmaktadır.¹³⁸ Sosyal bir varlık olan insan için, iletişim ve etkileşim kavramları her boyutu ile yaşamın düzenleyicisidir. Bireyin olduğu kadar toplumun varoluşu iletişim ile sağlanır.¹³⁹ Bu noktada iletişimi bir ileti alışverişinden ziyade, toplumsal yapının biçimlenişine etkisi çerçevesinde düşünmek gereklidir. Birbirinden çok uzakta olan bireyler arasındaki toplumsal etkileşim, iletişim teknolojilerinin ortaya çıkıp gelişmesinden bu yana toplumsal yapıların önemli bir ögesi olmuştur.

Bireysel olarak etkileşimin temeli olan iletişim kavramının Laswell'e göre toplumsal açıdan üç temel işlevi vardır:¹⁴⁰

- Toplumsal geleneklerin sürdürülmesine yardımcı olmak,

¹³⁵ Barış Kılıçbay, "Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar: Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Kuramlarına Tarihsel Bakış". **İnternet, Toplum, Kültür içinde**, Der: Mutlu Binark, Barış Kılıçbay, Ankara, Epos Yayınları, 2005, s.27.

¹³⁶ Doğan Cüceloğlu, **Yeniden İnsan İnsana**, İstanbul, Remzi Kitapevi, 1993, s.68

¹³⁷ Kamile Ün Açıkgöz, **Etkili Öğrenme ve Öğretme**, İzmir, Biliş Yayıncılık, 2007, s.154

¹³⁸ Kongar, **a.g.e.**, s.46.

¹³⁹ Ertuğrul Özkök, **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**, Ankara, Tan Yayınları, 1985, s.11.

¹⁴⁰ Aysel Usluata, **İletişim**, İstanbul, İletişim Yayınları, 1995, s.27.

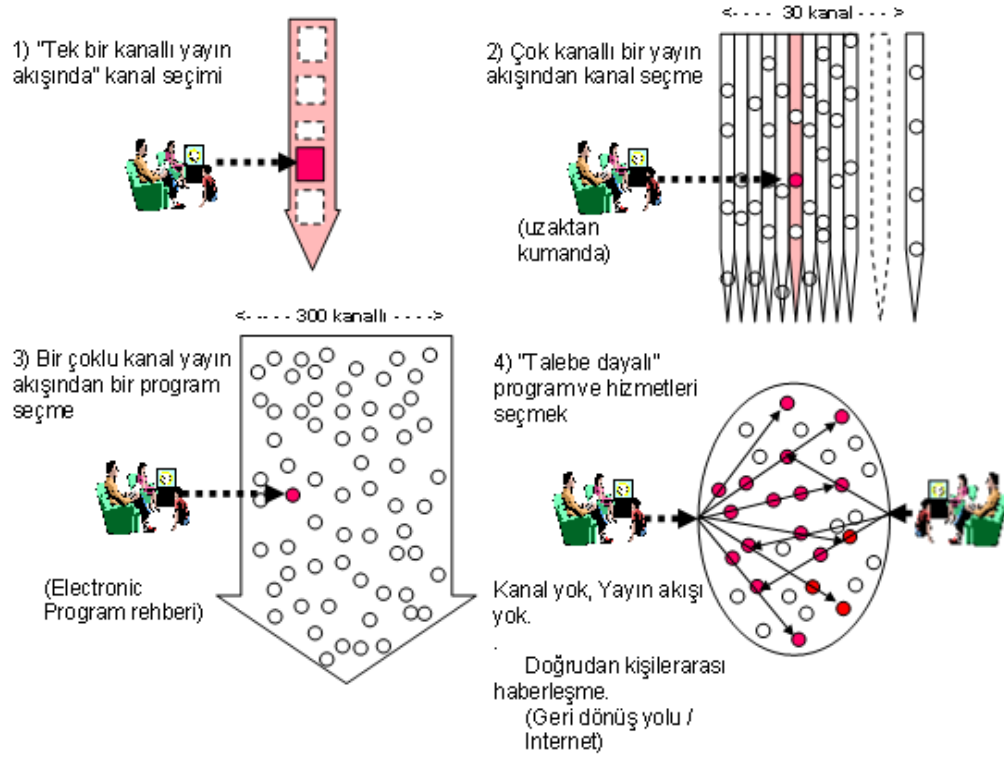
- Toplumun bireyleri arasında etkileşimi sağlamak,
- Çevreyi denetleyerek toplumun da değerlerini denetlemek

Toplumda eğitim, kültür, eğlence, tartışma ortamı hazırlama, bütünleştirme, denetleme, yönlendirme, bilgilendirme, güdüleme, toplumsal ilişki kurma, toplumsal kaygıyı azaltma, rol üstlenme, kimlik oluşturma, karar verme sürecinde kolaylık, değerleri aktarma ve yaygınlaştırma gibi niteliklerin oluşumunu iletişim ve etkileşim olguları sağlamaktadır.¹⁴¹

Howard Rheingold, sıkı toplumsal ilişkilerin yeniden canlandığı internetteki interaktivite ile sağlanan tartışma sitelerinin yeni bir toplumsallık modeli oluşturduğunu tartışmaktadır. Rheingold, bu toplumsallığı da topluluk olarak adlandırmaktadır. Sanal topluluklar, internet ortamında oynanan katılımcı oyunlardan, tartışma grupları, forumlar, yorumlar, sohbet odalarını her türlü siyasi örgütlemekten her türlü anlık ya da daimi olanı tanımlamaktadır.¹⁴²

¹⁴¹ Bülent Yılmaz, **Toplumsal İletişim ve Kütüphane**, Ankara, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt:20 Sayı:2, 2003, s.11-29.

¹⁴² Kılıçbay, **a.g.e.**, s.s.27-28.



Şekil 6: Evrim Geçiren Kullanıcı Davranışı¹⁴³

Yeni iletişim teknolojileriyle kullanıcı davranışları evrim geçirmektedir. İnternetle birlikte interaktivite kullanıcı ile sanal kişilikler arasında yahut daha ziyade sanal kişilikler ile kullanıcının tasviri arasında meydana gelebilir. Birden fazla kullanıcının sanal ortama dalması durumunda, söz konusu ortam, kullanıcıların avatarlarının da birbirleriyle interaktivite içinde olabildiği ortak bir dünya haline gelir. Burada dalma, içine gömülme, metnin içindeki hikâyeye kapılma, ideal okur rolünü icra etme anlamındadır.¹⁴⁴

Teknolojinin insancıl olmayan tarafını internette insanların bir araya toplanmasıyla ortadan kaldıran sosyal ağ siteleri, geleneksel ortamda insanlar arasında gerçekleşen yüz-yüze iletişimin yarattığı etkinin benzerini sanal ortamda

¹⁴³ Ahmet Akalın, **Radyo ve Televizyon Teknolojilerindeki Gelişmelerin Hukuki Düzenlemelere Etkisi**, T.C Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara, Ekim, 2011, s.4, (Çevrimiçi) <http://www.rtuk.org.tr/upload/ut/1.pdf>, 14 Ağustos 2013.

¹⁴⁴ Ron Burnett, **İmgeler Nasıl Düşünür?** Çev. Güçsal Pusar, İstanbul, Metis Yayınları, 2007, s.12.

meydana getirmektedir. İnternet ortamında bağlantılarıyla iletişime geçen insanlar kendilerine ait küçük bir dünya yaratmaktadırlar. İnternetteki sosyal ağlar gerçek yaşamdakinden daha kolay kabul edilebilmektedir. Bireylerin, gerçek yaşamlarında grupların içine girmesi zor olurken internet ortamındaki kişilerin sosyal ağlarına girmesi çok daha kolay olmaktadır. Gerçek yaşamdaki sosyal ağlar sık sık görüşülen ve daha iyi tanınan kişilerden oluşurken internetteki sosyal ağ sitelerinde çok da iyi tanınmayan kişileri ağa kabul etmek daha kolay olmaktadır.

3.3. Okur ve Okuma

Okuma, alımlama kavramıyla birlikte bir iletişim süreci haline gelmiştir. Böylelikle interaktif bir iletişim olarak açıklanır. Okuma eylemi, baştan sona önümüzdeki metni okuma yaşantımızın geçmişi, bugünü ve geleceği arasında bir etkileşmedir ve okuma sürecinde okur kendi kişisel konumuna, duygusal yapısına, düşüncel yetisine göre yaşar, bu açıdan bir bakıma her ‘okur’ metinde kendini ‘okur’.¹⁴⁵

İster bilimsel ve öğretici, ister yazınsal ve kurmacasal olsun her yazı gerçekte belirli bir okur kitlesine seslenir. Bu okur kesimi yapının dokusuna, yazılış ve yaratılış amacına göre değişir. “Okunan metnin niteliği ne olursa olsun, basılı ve yazılı bir sayfaya bakarak iletişim süreci içine giren o sayfayı okumaya çalışan herkese okur diyoruz”¹⁴⁶ Ancak bizim burada ele aldığımız okur tipi, okumaya çalıştığı metnin öncelikle kod’unu çözecek, sonra metnin ana konusunu belirleyerek metni anlamlandırıp kendi bakış açısına göre yorumlayacak, eleştirecek ve metinle konuşur duruma gelecek bir okur tipidir.

“Türü ne olursa olsun her yazı ya da kitap (metin) belirli bir okur kesimine seslenir. Bu yolla yazar, okurlarına sesini duyurmak, iletisini göndermek ister. Bunun

¹⁴⁵ Akşit Göktürk, **Okuma Uğraşı**, İstanbul, Çağdaş Yayınları, 1979, s.s.166-168.

¹⁴⁶ Emin Özdemir, **Okuma Sanatı**, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 1983, s.53.

için de yazı ve yapıtını biçimlendirirken dilin kendisine sunduğu olanaklardan yararlanır; kimileyin de bunlarla yetinmez, kendisi bir takım olanaklar yaratır; yeni dilsel düzenleyimlere yönelir. Böylece somut bir metin konur ortaya. Sesini de, iletisini de ortaya koyduğu metnin dokusuna sindirir. Okuma, metnin bu dokusuna sindirilmiş ses ve iletinin, okurlarca alımlanmasıdır bir bakıma. Bu yönüyle bir ucunda yazarın[verici] bir ucunda da okurların (alıcı) bulunduğu iletişimsel bir etkinliktir”¹⁴⁷

İtalyan romancı, ortaçağ uzmanı, göstergebilimci, filozof ve edebiyat eleştirmeni Umberto Eco, içeriğin yaygın türlerinden olan metinlerin aşırı-sınırsız yorumlanmaya açık olmadığı konusunda ısrarcı olduğu ‘The Limits of Interpretation’ adlı yapıtında, metinlerin üretimi ve çözümlenmesi-anlaşılarak kabullenilmesi aşamasında üç niyetin varlığından söz eder. Bunlar, metni oluşturan ‘yazarın niyeti’, ‘metnin niyeti’ ve metnin anlayarak kabullenicisi olan ‘okurun niyeti’dir. Okuyucuları ‘Ampirik Okur’, ‘Örtük Okur’ ve ‘Örnek Okur’ olarak sınıflandıran Eco, metinlerin amacının ‘Örnek Okur’u üretmek olduğunu da vurgulamaktadır.¹⁴⁸

Okuduğumuz metin yazınsal ve kurmacasal nitelikli ise okurken göstereceğimiz çaba ve etkinlik çok yönlü ve karmaşık bir özellik gösterecektir. Umberto Eco okuru şöyle tanımlar: “Örnek okur ancak örnek yazarı keşfettiğinde ve onun kendisinden istediklerini anladığında tam anlamıyla okur haline gelecektir.”¹⁴⁹ Çünkü kurmacasal metinlerin yazarlarıyla okurunun kuracağı iletişim karmaşık bir yapıyı içereceğinden daha etkin bir okumayı da beraberinde getirerek, yazar ve yaratısı olan metin ile içli dışlı bir ilişkiye girmeyi zorunlu kılacaktır.

Eco, birçok anlatı kuramlarında, estetik alımlamada, okur yönelimli eleştirel yaklaşımda, ideal okur, örtük okur, gerçek okur, meta-okur vb. şeklinde isimlendirilen çeşitli okur yaklaşımlarının bulunduğunu ifade etmektedir. Bu

¹⁴⁷ Özdemir, a.g.e., s.53.

¹⁴⁸ Umberto Eco, **The Limits of Interpretation**, Indiana University Press, 1991, p.24.

¹⁴⁹ Yıldız Ecevit, **Orhan Pamuk’u Okumak**, İstanbul, Gerçek Yayınevi, 1996, s.42.

kullanımların her zaman aynı anlama gelmediğini belirten Eco, örnek olarak kendi örnek okurunun, Wolfgang Iser'in (1973) örtük okuruyla çok benzediğini vurgulamaktadır.¹⁵⁰

Hall'un okur/okuma türleri bu çalışma açısından önem taşımaktadır. Hall'a göre kitle iletişim araçları toplumdaki kişilerin çözümlemede rol alacağı hegemonik kodlar içerir ve böylece temsil edilen ideoloji "gerçekle kurulan simgesel ilişkiyi" temsil eder.

Hall, "Encoding/Decoding" çalışmasında medya metinlerinde üç tür okuma gerçekleştirilebileceği üzerinde durmaktadır. Mesajı iletme amacıyla kitle medyasınca sunulan kodlar, okuyucu tarafından üç farklı biçimde okunabilmektedir:¹⁵¹

1) Egemen okuma 2) Müzakereci okuma, 3) Muhalif okuma.

1-Egemen Hegemonik Okuma: Yorumlayıcı bu durumda tamamen verilmek istenenin etkisi altındadır. Haberin ikna etme hedefi amacına ulaşmıştır. Egemen okuma olarak adlandırılan ve pratikte oldukça az görülen bu okuma biçiminde izleyici-okur yapımcının yeğlediği okuma biçimi içinde hareket eder.¹⁵² Egemen bakış açısında iki özellik vardır. İlki terimleriyle, toplum ya da kültürdeki bütün ilişkiler kesitinin olası anlamlarının zihni ufku, evrenini tanımlar ve ikinci olarak meşruluk mührünü taşır, toplumsal düzenle ilgili doğal- kaçınılmaz- kabul edilmiş ne varsa onunla sınırdadır.¹⁵³

2- Müzakereci Okuma: Bu durumda yorumlayıcı ile kodu ileten arasında yeni bir anlam üretimi vardır. Yorumlayıcı, kod açımı yaparken iletiyi doğrudan kabul etmez fakat ana çerçevenin dışına da çıkmaz. Müzakereli okuma biçiminde, izleyicilerin çoğu büyük olasılıkla neyin baskın tanımlandığını ve profesyonelce anlamlandırıldığını

¹⁵⁰ Umberto Eco, **Anlatı Ormanlarında Altı Gezinti**, Çev. Kemal Atakay, İstanbul, Can Yayınları, 1996, s.15.

¹⁵¹ Stevenson, **a.g.e.**, 208.

¹⁵² Süleyman İrvan, "Eleştirel Yaklaşımlarda İzleyici Araştırmaları: Bir Yöntem Olarak Alımlama Çözümlemesi," **A.Ü. İLEF Yıllık 94-95**, 1997, s. 207.

¹⁵³ Stuart Hall, **Encoding/Decoding**, (ed) S. Hall, D. Hobson, A. Lowe ve P. Willis, Culture, Media, Language, London, Unwin Hyman, 1980, p.p.128-138.

bilecektir. Bu okuma türünde izleyici, metindeki egemen tanımların meşruluğunu kabul ederken, bir yandan da daha sınırlı olarak, yerleşik düzeyde kendi kurallarını koyar. Kendi koşullarına, konumuna uygun düşen anlamlar üretir. Bu okuma türü ile ilgili olarak Hall'un klasik örneği şudur: Bir işçinin grev yapma ve ücretlerin dondurulmasına itiraz hakkını kısıtlayan bir Sanayi İlişkileri Bildirisi'ne tepkisidir. Ulusal çıkar düzeyinde kodaçımlayıcı egemen tanımları benimseyerek, 'enflasyonla mücadele için daha az para kazanmayı kabul etmeliyiz' derken kendi kişisel çıkarları doğrultusunda daha fazla para kazanması gerektiğini düşünür.¹⁵⁴

3- Muhalif Okuma: Yorumlayıcı, muhalif okuma içerisindeyken kendisine sunulan iletinin tamamen ideolojik kodlarla örüntülenmiş olduğunun farkındadır ve iletilmek istenenin etki altına girmeyerek, metne karşı çıkar. Bu okumada, izleyicinin söylemi harfî ve yan anlamsal olarak mükemmelen anlaması, ama mesajı global olarak aksi yönde kodaçımlaması mümkündür. Kişi mesajın bütüncüllüğünü bozarak, tercih ettiği kodla, alternatif bir referans çevresi içinde yeniden kurar. Kişi karşıt kod olarak adlandıracağımız bir kod içinde hareket etmektedir.¹⁵⁵ Muhalif bir anlayış sunulan perspektife pek fazla taviz vermeyip metnin temayülüne karşı çıkacaktır.¹⁵⁶ Stuart Hall, bu okuma türlerini öne sürerken bireylerin anlamlandırma süreçlerinde aktif rol oynadıklarını belirtir.

Okurlar, kültürel, dinî, ırkî, siyasî, ideolojik sebeplerden hareket ederek belli eserlerin okur kitlesi hâline gelebilirler. Bu sebepten bir okura göre gerçekçi/tarafsız görülen bir metin, diğer bir okura göre bunun tam tersi de olabilir.

3.4. Metindeki Kültürel Kodlar

Medya alıcılarının alımlamasına yönelik çalışmaların başlangıcı Kültürel Çalışmalar Geleneğine dayanmaktadır. Temelini Stuart Hall' un Kodlama- Kodaçımı

¹⁵⁴ Hall, **a.g.e.**, p.p. 128-138

¹⁵⁵ Hall, **a.g.e.**, p.p.128-138.

¹⁵⁶ Stevenson, **a.g.e.**, s.78.

(1980) çalışmasının oluşturduğu alımlama araştırmaları, alıcıların medya iletileri karşısında konumunu belirlemeye çalışmıştır.

Hall'un bakış açısı da gözetilerek "Encoding/Decoding" (Kodlama-Kodaçım) adlı makalesinin, medya kuramları açısından çok önemli olduğunu söylememiz gerekir. Kodlama, bir mesajın, iletişim kanalının özelliklerine uygun olacak şekilde, bir simgeleştirme sistemi aracılığı ile fiziksel olarak iletebilecek veya taşınabilecek bir biçime çevrilmesidir. Kodlama basit bir el hareketinden, karmaşık bir matematik formülüne kadar çok geniş bir alanı kapsayabilir. Kodaçımı, mesajların doğasını yorumlama, çözümü ve anlama süreci olarak tanımlanmıştır.¹⁵⁷

Kodlama-kodaçımı sürecinde tüm izleyici etnoğrafyaları ele alındığında şu sonuçlara ulaşılır. İzleyicilerin metinleri faal olarak okuduklarını ve kendi kullanımlarına ve zevklerine uyarladıklarını göstermektedir. Bu okumalar genelde çeşitlidir ve ırk, cinsiyet, sınıf ya da yaşam pratikleri gibi çeşitli unsurlar tarafından etkilenebilir. Metinlerin içinde yapımcıları tarafından şifrelenen mesajlar ile izleyiciler tarafından okunan mesajlar arasında zorunlu bir uyuma olmadığı kanıtlanmaktadır. Kitle toplumu hipotezleri tarafından geliştirildiği gibi, bir örnek izleyici fikrini sorgulamaktadır. Daha doğrusu farklı toplumsal nitelikleri ve günlük izleme pratikleri olan birçok izleyici türünün olduğunu öne sürerler.¹⁵⁸

Dil ve toplumlararası iletişimde kullanılan göstergeler, göstergebilimin konusunu oluşturmaktadır. Anlamı dışarıda bırakarak dille ilgili değerlendirme ya da çözümleme yapılamayacağından göstergebilim de zorunlu olarak anlamı ve dolayısıyla anlambilimi içermektedir. İnsanın sahip olduğu pek çok özellik, bilgilerin nesilden nesile aktarılması yoluyla belirlenmektedir. Miras yoluyla gelen bilginin dışında insan, bilgiyi öğrenme ve iletişim yoluyla bilinçli bir şekilde elde eder. Bu aktarıma kültür denir ve kültür terimi üzerine birçok tanım yapılmaktadır. "Terim

¹⁵⁷ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2008, s.s.184-185

¹⁵⁸ Philip Smith, **Kültürel Kuram**, Çev. Selime Güzelsarı& İbrahim Gündoğdu 2. Baskı, İstanbul, Babil Yayınları, 2007, s.237

(Kültür), aslında sanayi öncesi Avrupa'sının orta sınıf terminolojisine aittir; terbiyeyi inceliği, politesse'yi (nezaket) ve ilişki konusundaki incelikli bir rahatlığı andırır. Bu yüzden hem bireysel hem de toplumsaldır: Gelişim kişiliğin uyumlu, çok yönlü ilerleyişiyle ilgilidir; ancak, kimse bunu tek başına gerçekleştiremez. Zaten kişiliğin bireysel anlamından toplumsal anlamına geçmesine yol açan da insanların bunu tek başlarına yapamayacaklarını fark etmeye başlamalarıdır. Kültür belirli toplumsal koşullar gerektirir.¹⁵⁹ Böylece bireylerin tarihsel ve toplumsal gelişme süreci içinde kazandığı her türlü değerin ve bilginin, kuşaktan kuşağa aktarılmasıyla oluşan ikinci büyük dizge de 'kültür' adını alır.

Doğa, birbirini tamamlayan ve etkileyen belli kurallar etrafında bir araya getirilmiş büyük bir dizgedir. İnsanı da bu bağlamda doğanın bir parçası olarak kabul edebilmektedir. Çünkü "en çağdaş indirgemeciliklere katılan kültürelcilik, doğa ve kültür arasındaki diyalektikle ilgili bir mesele değildir; doğa her durumda kültürel dir."¹⁶⁰ McLuhan'a göre, "bir kültürün içinden ya da dışından bir teknoloji başlatılır ve bu teknoloji duyularımızdan birine ya da diğerine yeni bir vurgu ya da üstünlük verirse, bütün duyularımız arasındaki oran değişir. Artık ne eskiden hissettiğimizizin aynısını hissederiz, ne de gözlerimiz ve kulaklarımız ve öteki duyularımız aynı kalır. Anestezi koşulları dışında duyularımız arasında sürekli bir etkileşim vardır. Ama herhangi bir duyu, yüksek bir yoğunluk düzeyine çıkarıldığında, öteki duyular üstünde anestetik bir etki yapar"¹⁶¹

Dewdney ve Ride, yeni medyayı sadece kültürel içeriklerle ya da sadece teknolojik bir yaklaşımla ifade eden yazarları eleştirerek, teknik / sosyal ayrımında daha ortada bir duruş sunar. Yeni medya tanımına "teknoloji + kavram (concept) + bağlam (context)" formülünü getirirler. "Uygulamada rol oynayan etkin fikirler,

¹⁵⁹ Terry Eagleton, **Edebiyat Kuramı**, Çev. Tuncay Birkan, İkinci Baskı, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2004, s.19

¹⁶⁰ Eagleton, **Kültür Yorumları**, Çev. Özge Çelik, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005, s. 110

¹⁶¹ Nurdoğan Rigel, vd.; **'Kadife Karanlık' 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar**, İstanbul, Su Yayınevi, 2.Baskı 2005, s.51.

teknoloji, kültürel bağlam ve kültürel kavramlardan ortaya çıkarlar [...] ve kültürel kavramları bir bağlamdan diğerine aktarırlar.”¹⁶²

Kültürü meydana getiren en önemli etken iletişim ve iletişimi sağlayan temel araç ise dildir. İletişim, hayvanlar arasında da mevcut olan bir olgudur. “Hayvan iletişimi ile insan iletişiminin alt alta düştükleri soyutlama düzleminde davranış ya da düşünce konusunda söylenebilecek yararlı bir şey yoktur. Görünen o ki, insan dili bütünüyle farklı ilkelere dayanır.”¹⁶³

Kültürün oluşmasında en önemli etken olan dil çalışmalarına sistemli şekilde 19. yüzyılın sonlarında ve yirminci yüzyılda gerçekleşmiştir. “*Daha az kendine dönük ve bizimkinden daha az bölünmüş bir dünyada, dilin doğasının ne olduğu, dilin insanın zihinsel süreçlerini ne bakımdan yansıttığı ya da düşüncenin akışını ve karakteristik yanlarını nasıl biçimlendirdiği gibi sorular, çok değişik ilgileri, görüşleri, düşün geçmişleri olan bilginlerle yetenekli amatörlerin inceleme ve kurgulama konuları olmuştur.*”¹⁶⁴ Bu girişimlerin ardından ilerleyen süreçte Anlambilim (Semantik), Yorumbilim, Dilbilim ve Göstergebilim birbirleriyle ortak alanı olan dili kullanarak çalışmalarını sürdürmektedirler.

Umberto Eco, Saussurean ve Percian öğretilerinin üstüne yeni bir semiyotik teori inşaa etmiştir. Saussure’a göre çok yeni bir şey ortaya koymamakla beraber, sosyal, kültürel ve içeriksel konularla ilgili ve bunların birbirini çağrıştırmalarına ilişkin çalışmıştır. Örneğin: blue-sky-green-grass-feeling gibi sözcüklerin ilişkisi üzerinde durmuştur. Bu sözcükler kendi içinde birbirlerini çağrışırsalar da grup olarak yeşil gökyüzü ya da blue feeling gibi bir çağrışım yoktur. Tüm bu çağrışımlar, kültürel kodlara göre şekillenir. Kültürel kodlar, bireylerin ait olduğu kültürler ve alt kültürlerle göre zihnimizde kodlanır.¹⁶⁵

¹⁶² Andrew Dewdney and Peter Ride, **The New Media Handbook**, Routledge, Taylor & Francis Group Kondon and Newyork, 2006, p.8.

¹⁶³ Pierre Guiraud, **Göstergebilim**, Çev. Mehmet Yalçın, Ankara, İmge Yayınları, 1994, s.8.

¹⁶⁴ Noam Chomsky, **Dil ve Zihin**, Çev. Ahmet Kocaman, Ankara, Ayraç Yayınları, 2002, s. 111-112

¹⁶⁵ O'Neill, **a.g.e.**, p.p.70-71.

Daniel Chandler’a göre her metin kendi işaretlerini, kodlarını ve alt kodlarını içermektedir. Chandler bunları 3 ana kategoride toplamıştır.¹⁶⁶

- Sosyal kodlar: sözlü dil, beden kodları, eşya-mal kodları, davranış kodları
- Metinsel (textual) kodlar: bilimsel kodlar, estetik kodlar, retorik kodlar, kitle iletişim (mass media) kodları
- Yorumlayıcı (İnterpretative) kodlar: algıya ilişkin (Gestalt psikoojisi) kodlar, ideal kodlardır.

3.5. Metinlerde İçerik ve Göstergebilim

Bir dilde gösterenle gösterilen arasında kurulan ilişki o dilin kodunu verir. Bir dilin kodu, o dili konuşanlarca öğrenme yoluyla bilinir. Her toplumun üzerinde anlaştığı bir dil kodu vardır. Üzerinde uzlaşılan bu kodların sonradan değiştirilmesi zor olsa da mutlak değişmez olarak da kabul edilemez. Yeni bir uzlaşımın bağlı olarak gösterilenlerin adı değişebilir ya da yeni sözcükler ortaya çıkabilir. “Bu uzlaşım, bir kere gerçekleştikten sonra kolay kolay değiştirilemez. Aynı anadili konuşanlar bu kodu bilirler, çocukluktan öğrenirler ve kullanırlar.”¹⁶⁷

Gösterge, “Kendi dışında bir şeyi temsil eden ve dolayısıyla bu temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan her çeşit biçim, nesne, olgu vb.”¹⁶⁸dir. Niteliği, türü, işlevi ne olursa olsun bir sisteme bağlı olarak anlamlandırılabilen her şey birer göstergedir. Meselâ doğal diller, sağır-dilsiz alfabesi, çeşitli mimikler, jestler, fotoğraflar, tablolar, karikatürler, posterler, kartpostallar, bayraklar, trafik işaretleri, karayolu işaretleri, reklâm afişleri, ilânlar, tiyatro, mimarlık, sinema, müzik ile ilgili yapıtlar vs. birer göstergedir. Bunun yanı sıra hastalık belirtisi olan öksürük; tencerenin dibinin tuttuğunu gösteren bir yanık kokusu; kavga belirtisi olan bağırışma sesleri de birer gösterge örneğidir.

¹⁶⁶ O'Neill, a.g.e., p.p.70-71.

¹⁶⁷ Fatma Erkman Akerson, **Göstergebilime Giriş**, İstanbul, Multilingual Yayınları, 2005, s.98.

¹⁶⁸ Mehmet Rıfat, **Göstergebilimcinin Kitabı**, İstanbul, Düzlem Yayınları, 1996, s. 9.

Göstergebilim veya Semiyotik simge, sembol ve işaretlerin yorumlanmasını, üretilmesini veya işaretleri anlama süreçlerini içeren bütün faktörlerin sistematik bir şekilde incelenmesine dayanan bir bilim dalıdır. Fransızlar semiyoloji terimini kullanmışlardır. Semiyotik disiplinler arası bir sahadır. Anlambilim, dilbilim, fonetik, mimarlık, sosyoloji, psikanaliz ve daha birçok bilim dalı ve disiplinin oluşturduğu disiplinler arası bir disiplindir. Kültürel kodlar, gelenekler ve metni anlam süreçlerine göre düzenlenmiş işaret sistemleri diye nitelenen her şey semiyotiğin inceleme alanına girmektedir. Semioloji, yapısalcılığın modeli olarak düşünülmektedir.

Bir sözcük ya da görüntü şeklinde karşımıza çıkan göstergeler, mesaj iletme işlevine sahiptirler. Bu mesaj, iletişim, uyarı amaçlı ya da sanatsal içerikli olabilir. Aynı gösterge, içinde bulunduğu bağlama göre farklı şekillerde yorumlanabilir. Öte yandan, “Göstergebilim bu durumda, bir bilgi, temel birimi ‘gösterge’ olan bir ilişkiler dizgesi olarak dünyayı algılama biçimdir –yani göstergebilim gösterimin doğasını araştırır. Eco’nun da söylediği gibi, gösterge ‘yalan’dır; başka bir şeyin yerine duran bir şeydir.”¹⁶⁹

Semiyotik eski Yunancada işaret anlamına gelen semeıon kelimesinden gelir. Semiyotik bugünkü anlamda ilk defa John Locke tarafından “Essays Concerning Human Understanding”, (1690) başlıklı eserde kullanılmıştır. Modern semiyotik başlıca iki kaynağa dayanır. Bunlardan birincisi Ferdinand de Saussure’nin 1916’da yayımlanan Genel Dilbilim Dersleri, ikincisi ise Charles Sanders Peirce’nin yazılarıdır. En çok tanınan temsilcileri Roland Barthes, Umberto Eco, Mihail Bahtin’dir. Roland Barthes, Charles Sanders Peirce gibi isimler bu konuda yetkin yazarlar olarak anılabilirler.

Bir iletişimin gerçekleşebilmesi için verici tarafından gönderilen mesajın alıcı tarafından anlaşılması gerekir. Dolayısıyla alıcının peşinde olduğu şey göstergenin hangi maddeden yapıldığı, biçimi, hacmi ya da görüntüsü değildir. Onun için önemli

¹⁶⁹ Mark Gottdiener, **Postmodern Göstergeler**, Çev. E. Cengiz-H. Gür-A. Nur, İstanbul, İmge Yayınları, 2005, s. 15

olan, göstergenin anlamıdır. Çünkü alıcı, göstergenin ne anlattığını anlayabilirse bildiriye çözmüş olacaktır. Ancak her gösterge dizgesi aynı anlaşılabilirlik düzeyinde değildir. Çünkü anlam bazen basit yapılar; bazen de anlaşılması oldukça zor, karmaşık yapılar hâline karşımıza çıkabilmektedir.

Saussure’e göre göstergeleri anlamak, göstergelerin diğer göstergelerle yapısal ilişkisini anlamaya bağlıdır. Bu da paradigmasal (seçim yapma) ve dizimsel (birleştirme) ilişki ile mümkündür. Çünkü bütün iletiler seçim yapmayı ve birleştirilmeyi gerektirirler.

John Fiske, bu konudan bahsederken anlamın iletilerde düzgünce paketlenmiş olarak bulunacak sabit bir kavram olmadığını, anlamlandırmanın etkin bir süreç olduğunu söylemektedir.¹⁷⁰

Stuart Hall’a göre ise anlamlar kodlanmış (encoded) ve kodları çözümlenmiş (decoded) olarak var olurlar. Kodlama anlamların metin içine yaratıcısı tarafından yerleştirilme sürecidir. Anlam(lar) böylece kodlanır ve bu andan itibaren dolaylı bir biçim alır. Öte yandan, kodların çözümlenmesi okuyucunun anlam(lar)ı yeniden açıklamasıyla oluşur. Bu noktada ortaya çıkarılan anlam(lar) büyük olasılıkla yaratıcının yüklediğinden farklı olacaktır.¹⁷¹

Saussure göstergelerin kodlar içinde düzenlendiği iki yolun varlığından söz eder. Bunlardan birisi dizisel (paradigmatic), diğeri ise dizimsel (syntagmatic) olanıdır. Bir dizim (syntagm), seçilen göstergelerin birleştirildiği iletidir. Bu paradigmadan seçilen bir birim normalde diğer birimlerle birleşiktir. Bu birleşim dizim olarak adlandırılmaktadır.¹⁷² Dizim, dayanağı uzam olan bir göstergeler birleşimidir. Eklemlili dilde bu uzam çizgiseldir ve tek yönlüdür. Burada her öge değerini, kendinden önce gelen ve kendini izleyen öğelerle kurduğu karşıtlıktan alır.

¹⁷⁰ Fiske, **a.g.e.**, s.69.

¹⁷¹ Sevil Uzoğlu Bayçu ve Canan Uluyağcı, “Görsel ve Sözel Göstergeler Açısından Bir Reklam Çözümlemesi”, Ankara, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 2005/21, s.79

¹⁷² Fiske, **a.g.e.**, s.72.

Söylem dışında, aralarında ortak bir yan bulunan ögeler bellekte birbirini çağrıştırırlar ve böylece çeşitli bağıntıların egemen olduğu öbekler oluştururlar. Her öbek, gücül bir belleksel dizi, bir “bellek hazinesi” ortaya çıkarır. Her dizide dizimsel düzlemdekinin tersine, aynı anda bir arada bulunmayan ögeler birbirine bağlanır. Çağrışımlara uygulanan çözümleyici çalışma, sınıflandırmadır. İki düzlem birbirine öylesine bağlıdır ki, dizim ancak çağrışımlar düzleminden yeni birimlerin art arda öbür düzleme aktarılmasıyla ilerleyebilir.¹⁷³

Öte yandan, Saussure’a göre; göstergeleri anlamak, göstergelerin diğer göstergelerle yapısal ilişkisini anlamaktır. Bu da iki tür yani paradigmatik (seçim yapma), dizimsel (birleştirme) yapısal ilişki ile olanaklıdır. Tüm iletiler seçim yapmayı ve birleştirilmeyi gerektirirler.¹⁷⁴ Guiraud da anlamı bir bağıntı olarak tanımlamaktadır. Bu bağıntı, her anlamı yeni bir anlam içine almaktadır. Dolayısıyla göstergebilim, göstergelerin bilimi olduğuna göre bütün bilgileri, bütün deneyimleri kapsamaktadır. Çünkü her şey göstergedir, her şey gösterilen, her şey gösterendir.¹⁷⁵

Göstergebilimin temel konusunu oluşturan ‘gösterge’yi anlamadan göstergebilimin bilinen anlamsal sınırlarına yaklaşmak imkânsızdır. Gösterge, “genel olarak bir başka şeyin yerini alabilecek nitelikte olduğundan kendi dışında bir şey gösteren her türlü nesne, varlık ya da olgu” dur.¹⁷⁶ Göstergeleri inceleyen bir bilim olarak göstergebilim, insanın gösterge oluşturma, göstergelerle sistem kurma ve bunlar kanalıyla iletişimde bulunmasını araştırmaktadır. Göstergebilim, en genel tanımıyla, göstergelerin ve anlamlandırmaların kuramıdır. Anlamı tanıma, anlam oluşumunu ortaya koyma hedefinde olan göstergebilim, anlamın ne olduğundan çok nasıl yaratıldığıyla ilgilenmektedir. Gösterge, zihnimizdeki bir kavramın yerine geçen bir durum, eylem ya da varlık anlamını taşımaktadır. Bununla birlikte, “göstergebilim, diller, düzgüler, belirtiler, vb. gibi gösterge dizgelerini inceleyen bilim dalıdır.”¹⁷⁷

¹⁷³ Roland Barthes, **Göstergebilimsel Serüven**, Çeviren: Mehmet Rifat ve Sema Rifat, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1993, s.53.

¹⁷⁴ John Fiske, **a.g.e.**, s.97.

¹⁷⁵ Pierre Guiraud, **Göstergebilim**, Çev. Mehmet Yalçın, Ankara, İmge Yayınları, 1994, s.58

¹⁷⁶ Berke Vardar, **Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü**, İstanbul, ABC Kitabevi, 1988, s.111.

¹⁷⁷ Guiraud, **a.g.e.**, s. 17

“Dilin temel işlevi belli bir dilsel topluluğun bireyleri arasındaki bilgi alışverişini sağlamaktır. İki ya da ikiden çok kişi arasında gerçekleşen bir iletişim her zaman yazılı ya da sözlü bir dilsel dizgenin kullanımını gerektirmez.”¹⁷⁸

İnsanlar dildışı araçlarla da iletişimlerini sağlamaktadırlar. Saussure, dilsel göstergeyi ve onu oluşturan dizgeyi kendine örnekçe olarak seçmekle birlikte, dil dışındaki göstergelerin de varlığını kabul eder ve bunları inceleyecek semiyoloji adlı yeni bir bilim dalı kurulacağını söylemektedir. Öte yandan, “bilindiği gibi, dil-dışı iletişim dizgeleri çok çeşitlidir ve sayıları da oldukça fazladır. Bunlar ister görme, ister dokunma, işitme, hatta koku alma duyarılarımızı ilgilendirsinler, hepsinin ortak noktası insan dilinin seslerini kullanmamalarıdır. Üstelik bu dizgeler bütün iletileri de açıklayamazlar; çünkü bu dizgeler çok özel gereksinimleri dile getiren sınırlı olanaklara sahip araçlardır. Bu dil-dışı iletişim dizgelerine örnek olarak belirtileri, belirtkeleri, simge ve görsel göstergeleri gösterebiliriz.”¹⁷⁹

3.6. Okur -Metin ilişkisinde Yorumlama Süreci

Yazılı metinler bilgisayar ve internet konusunda yaşanan ve yaşadığımız gelişmelerden kendi payına düşeni almaktadır. Bir metnin paylaşımı, yaygınlık kazanması belki de bugüne dek hiçbir zaman bu kadar kolay ve hızlı olmamıştır. Sayısız diye nitelenebilecek çeşitli haber sitelerinde, yine sayısız metinler yer almaktadır. Üstelik hiçbir nitelik ve nicelik ölçüsü ya da kaygısı olmadan, denetimsiz ve sonsuz sayıda metinle karşılaşmak olanaklıdır. Haber metinleri içerik açısından birer söylemdir. Haberlerin söyleminin oluşmasında haber kaynağı, haberin üretildiği kurumun ve toplumun ekonomi politikası, editoriyal süreç belirleyici rol oynamaktadır. Haber metinleri içerisinde belli egemen düşünceler, yaklaşımlar, anlatılar öne çıkarılır. Bunun sonucunda belli dünya görüşlerini taşıyan ideolojik ve kapalı bir metin ortaya çıkar. Haberlerin en önemli dilsel özelliği gündelik yaşamda insanların

¹⁷⁸ Ayşe Kıran ve Zeynel Kıran, **Yazınsal Okuma Süreçleri**, Ankara, Seçkin Yayınevi, 2000, s. 65.

¹⁷⁹ Ayşe Kıran ve Zeynel Kıran, **Dilbilime Giriş**, Ankara, Seçkin Yayınevi, 2006, s.53.

kullandığı dili kullanmasıdır. Medya Kuruluşları belli profesyonel pratik, değer ve kodlar aracılığıyla haberleri oluştururken habere konu olan toplumsal gerçeği yeniden kurgularlar. Varolan bir durumu yeniden tanımlarlar.¹⁸⁰

Iser için bir yazınsal metnin anlamı okur tarafından keşfedilmeyi bekleyen “metne gizlenmiş nitelikler” olmayıp, “metin ve okur arasında karmaşık bir etkileşim” sonucunda ortaya çıkan, yani “okuma eyleminde üretilen” bir şeydir.¹⁸¹ Iser kendisiyle yapılan bir söyleşide, kendisini ilgilendiren sorunun “anlamın ne olduğu değil, nasıl üretildiği” sorusu olduğunu belirtir.¹⁸² Basit gibi görülse de bu soru, anlamı metne içkin bir özellik olarak düşünen metne odaklı nesnel yaklaşımlardan temel bir ayrılmaya işaret eder ve okur-merkezli tüm yaklaşımlar için olduğu gibi Iser’in de çıkış noktasını oluşturur. Anlam kavramına böyle bir yaklaşımın yorum ve eleştirinin görevinin yeniden tanımlanmasını gerektireceği açıktır. Anlamın bitmiş, tamamlanmış, metnin içinden çıkarılacak bir şey olduğu reddedildiğinde yorumcu ya da eleştirmenin ne yapacağı sorusunu Iser, “yorumcunun (...) üründen daha çok sürece” odaklanması gerektiğini ve yorumcunun “amacının bir eseri açıklamak değil, eserin çeşitli olası etkilerinin koşullarını ortaya çıkarmak” olduğunu söyler.¹⁸³

Anlamlandırmanın gerçekleşmesi için öncelikle mesajın algılanması gerekmektedir. Algılanan mesajın, anlamlandırılmama durumu da başka bir perspektiften bakıldığında bir anlam değeri taşımaktadır. İletişim istenen etkiyi vermediği zaman, iletişim çökmesi meydana gelmektedir. Eco’ya göre iletişim çökmesi, gürültü anına denk gelmektedir.¹⁸⁴ Bunu bir okuma anında bilinmeyen bir kelime ile karşılaşıldığında yazar ile okuyucu arasındaki iletişimin durduğu an olarak nitелеmek mümkündür.¹⁸⁵

¹⁸⁰ Selda Bulut, Levent Yaylagül, “Türkiye’deki Yazılı Basında Yargıtay ve Mafya İlişisine Yönelik Haberler”, Ankara, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 19, 2004, s.124-125.

¹⁸¹ Wolfgang Iser, **Prospecting: From reader response to literary anthropology**. Baltimore: The Johns Hopkins UP, 1989, p.5.

¹⁸² Iser, **a.g.e.**, p.65.

¹⁸³ Wolfgang Iser, **The act of reading: A theory of aesthetic response**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1987, p.18.

¹⁸⁴ Umberto Eco, **Açık Yapıt**, İstanbul, Can Yayınları, 2001, s.37.

¹⁸⁵ İrfan Erdoğan, **İletişimi Anlamak**, Ankara, Erk Yayınları, 2002, s.48.

Edebiyat ve sanat eserlerinde anlamın keşfinde Eco, öncelikle yapıta (ileti) ve ardından yapının okuruna (alıcı) büyük görevler yüklemektedir. Eco, ‘anlam’ın çokluğu ve göreceliğinin önce yapıttan ve ardından okuyucudan kaynaklandığını düşünmektedir. Eco’nun bu düşüncelerini betimlediği çalışması Açık Yapıt’tır. Düşünür bu çalışmasında, eser/yapıt/metin gibi yapılarda anlamın okurca çoğaltılabileceği üzerinde durmaktadır. Eco, bir yapıttan birden çok anlamın çıkmasını, bir okurun her defasında aynı metinde farklı anlamlara ulaşmasını veya her bir ayrı okurun farklı anlamlara ulaşmasını, metnin ‘açık’lığı olarak kavramsallaştırmıştır. Açık yapıt, her okunmasında okuyucuya farklı anlamlar sunan yapıttır. Eco, açık yapının bütün sanat formlarında görülebileceği üzerinde durmaktadır. Yapıtın açıklığı onun, aynı doğrultuda sınırsız sayıda okunmasına neden olabilmektedir. Fakat bütün okumalar, yapıtın ana yörüngesinde gerçekleşmektedir. Bu bağlamda yapıt bir bütünlük arz etmesi bakımından kapalı, pek çok biçimde algılanıp, yorumlanmaya elverişli olması bakımından ‘açıktır’. Eco, bu düşüncelerini ileri sürerken, eserin alımlayıcı tarafından yorumlanması sürecinde okuyucunun, ekonomik, kültürel, psikolojik vb. özelliklerinin devrede olduğunu belirtmektedir.¹⁸⁶ Eco, Açık Yapıt’ta, kendisinin estetik değerlerle donatılmış bir metnin okunmasında yorumcuların aktif bir role sahip olduğunu savunduğunu belirtmektedir.¹⁸⁷

Umberto Eco, açık yapıt kavramının bir üst aşaması olarak değerlendirebilecek bir kavram ortaya atar; bu “hareketli yapıt” (work in movement) kavramıdır. Eco hareketli yapıtı “açık yapıt tanımı çerçevesinde, planlanmamış, ya da fiziksel olarak tamam olmayan yapısal birimlerden” oluşan yapıtlar olarak tanımlar. Buna göre özü itibariyle bitmemiş olan hareketli yapıt, sanatçının seyirciye sunduğu parçalardan oluşturmakta ve seyircinin müdahalesi ile şekillenmektedir.¹⁸⁸ Örneğin haber sitelerinde yer alan bir haberin okuyucunun yorumlarıyla yeniden bir

¹⁸⁶ Umberto Eco, **Açık Yapıt**, Çev. Pınar Savaş, İstanbul, Can Yayınları, 2001, s.10.

¹⁸⁷ Umberto Eco “The Author and his Interpreters” 1996, (Çevrimiçi) http://www.themodernword.com/eco/eco_author.html, 19 Aralık 2012

¹⁸⁸ Eco, **a.g.e.**, s.21.

değişim süreci yaşaması ya da farklı açıdan ele alınması haberin okurla beraber hareket ediyor olması sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Eco'ya göre de sanat yapıtı, açıklanmış ve tüketilmiş değildir, tam tersi, açılıp genişlemekte, ortaya yeni sorunlar koymaktadır; bu durumda da gelişmekte olan, hareketli, 'açık' bir yapıttır. Eco'nun "hareketli yapıt poetikası" olarak adlandırdığı ilişki, yazara göre sanatçıyla sanat tüketicisi arasında yeni bir ilişkidir. Bu yeni ilişki düzleminde, 'açık' yapıtlar hareketlidir ve sanatçıyla birlikte yapıtı yaratmaya davet ederler.¹⁸⁹

"Einstein evreninde de olduğu gibi hareketli yapıtta da tek bir öngörölmüş bakış açısı olduğunu yadsırız. Ama bu yadsıma iç ilişkilerde bir karmaşa anlamına gelmez; ilişkileri düzenleyici kuralı içerir. Özetlersek, hareketli yapıt birçok kişisel müdahaleye olanak tanır, ama bu biçimsiz, kişiliksiz, herhangi bir müdahale olmamalıdır. Yorumcuya yapılan zorlayıcı ve tek yönlü bir davet de değildir; her zaman yaratıcı tarafından tasarlanmış bir dünya olarak kalacak bir şeye, yorumcunun yönlendirilmiş olarak katılmasına imkân tanıyan bir çağrıdır. Bir başla deyişle, yaratıcı yorumcuya tamamlanacak bir yapıt sunmaktadır: Yaratıcı yapıtın tam olarak ne biçimde sonlanabileceğini bilmemekle beraber yapıtın tamamlanmış haliyle, herhangi birinin değil, hala kendi yapıtı olarak kalacağını bilir."¹⁹⁰

Eco Açık Yapıt'ında, 60'lı yıllara girerken icracıya/okuyucuya olağanüstü bir özgürlük tanımlarıyla dikkati çeken müzikal ve yazınsal yapıtlardan hareket ederek, icracısından/okuyucusundan, müzikal/yazınsal "söylemi yaratıcısıyla neredeyse tam bir işbirliği içinde kurup yapılandırmasını" isteyen bu tür "devingen açık yapıtlar" bir yana, aslında bütün sanat yapıtlarının, "biricik tekillikleri bozulmaksızın değişik yollarla yorumlanabilecekleri, açıkça ya da örtülü bir biçimde, sonsuz bir olası okumalar zincirini içlerinde barındırdıkları anlamında 'açık' olduklarını" ileri sürüyor.¹⁹¹

¹⁸⁹ Eco, **a.g.e.**, s.s.34-37.

¹⁹⁰ Eco, **a.g.e.**, s.32.

¹⁹¹ Eco, **a.g.e.**, s.s. 11-34.

Metinlerde, bilinçli bir şekilde okuyucuya anlam tamamlama görevi bırakılabilmektedir. Fakat her defasında yapıt, kendisine özgü yorumlama ölçütleri sunmaktadır. Daha açık ifade etmek gerekirse, yapıtın farklı yorumları, ana anlamı hiçbir zaman dışlamamaktadır. Yorumların yörüngeleri farklı olsa da her birisi yapıtın merkezine odaklanmaktadır. “Bu dünyada eksik olan o kadar çok şey var ki, bir şey daha eksik olsa ona yer bulunamazdı.”¹⁹²

Eco’ya göre, bütün yorumlar (yorumcular için) yapıtın, ‘doğrudan kendisi’ anlamına geldiği için aslında önceden tanımlıdır. Yani her bir yorumu, yapıtın kendisi belirlemiştir. Benzeri şekilde, her yorumcu için kendi yorumu, her defasında daha derin yorumlara açılacağından dolayı geçicidir. Bir önceki yorum, bir sonraki yorumu göre geçicidir. Yapılan yorumlar, kesindir ve birbirlerine paraleldir. Bir yorum, yapılan diğer yorumları tamamen dışlasa da, kesin bir biçimde yadsımamaktadır.¹⁹³

Terry Eagleton, Heidegger’e göre yazınsal yorumun temelini, insan etkinliği üstüne kurulmadığını, yazınsal etkinliğin yaptığımız bir şey değil, olmasına izin vermemiz gereken bir şey olduğunu söyler. Heidegger’e göre kendimizi edilgin biçimde metne açmamız, onun tükenmek bilmez varlığına boyun eğmemiz, metnin bizi sorgulamasına izin vermemiz gerekir.¹⁹⁴

Okur-metin ilişkisi düzleminde Hans Georg-Gadamer’in Heideggerci varoluşçuluğa dayanan yorumbilimsel kuramı, anlamın oluşturulmasında okurun rolü sorununa eğilir ve her okumayı, yazarın niyetinden farklı ve bağımsız anlam üreten bir edim olarak kabul eder. Anlamanın yapısını ve evrelerini söyleşi örneğinden yola çıkarak belirleyen Gadamer’e göre, yazın metnini anlama sürecinde okur-metin ilişkisi, okurun özgür bir özne, metnin ise okurun üstüne eğildiği dural bir nesne olmayıp, her ikisinin de etkileşim içinde olduğu bir bütündür. Metin okura bir şeyler

¹⁹² Umberto Eco, **Yorum ve Aşırı Yorum**, Çev. Kemal Atakay, İstanbul, Can Yayınları, 2008, s.55.

¹⁹³ Umberto Eco, **Açık Yapıt**, Çev. Pınar Savaş, İstanbul, Can Yayınları, 2001, s.35.

¹⁹⁴ Terry Eagleton, **Edebiyat Kuramı**, Çev. Tuncay Birkan, İkinci Baskı, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2004, s. 19.

iletmek ister, okur metnin iletisini anlama sürecinde, metinle veya yazarla özleşmek zorunda değildir. Yazarın bakış açısına, söylemek istediğine, metnin nesnel konusuna yönelmelidir, Gadamer'e göre de, ortak anlama katılmalıdır.¹⁹⁵

Okur ile metin arasındaki söyleşiyi, okurun metni dışlayamayacağı, sürekli içten izleyeceği yorumbilimsel durum başlatır. Yorumbilimsel söyleşide metin, yorumbilimsel durumu oluşturan öteki ögenin, okur'un aracılığıyla dile gelebilir Ancak yorumcu aracılığıyla, dilsel göstergeler anlama dönüşür. Yorumbilimsel söyleşide metin ile yorumcuyu birleştiren ortak nokta – kişiler arası söyleşide olduğu gibi – üzerine eğildikleri konunun kendisidir.¹⁹⁶ “Yorumlama okumanın biçimidirler ve okumanın biçimi oldukları için de, metne biçimini verirler; genellikle kabul edildiği gibi, metnin içinden çıkmaz, tersine metni dışarıdan inşa ederler.” Başka bir deyişle söylemek gerekirse, “Bu stratejiler, okuma ediminden önce gelirler ve önce geldikleri için de neyin okunduğuna biçim verirler; - çoğu kez zannedildiği gibi, bunun tersi değildir.

Gadamer'e göre metni okuyan kişi anlamın bir parçasıdır. “Metnin anlamı, parça-bütün; önanlama-düzelti ilişkilerinin olduğu gibi, her söyleşinin temelini oluşturan soru-yanıt ilişkisine işlerlik kazandırmakla oluşur. Anlama sürecinde okur ve metin, sürekli soru-yanıt ilişkisi içindedirler. (...) Metni anlamak ise, metnin nelere yanıt getirdiğini ortaya koymak kadar, metnin sorduğu soruyu yakalamak, ortaya çıkarmak, daha da öte, metnin içerdiği soruyu yeniden oluşturmak demektir.”¹⁹⁷

Her yapıtta yazarın niyeti bulunmaktadır. Her metin yazarın söyleminden izler barındırmaktadır Bir anlatıcı aracılığı ile, anlatıcı, okuyucuyu bir yerlere yönlendirebilir. *“Yazar, bir şeyi betimlerken, öteki öğelerden daha dikkat çekici, çarpıcı bazı öğeleri sunmayı ve onları belli bir sıra, belli bir düzen içinde vermeyi seçer”*¹⁹⁸

¹⁹⁵ Şara Sayın, **Metinlerle Söyleşi**, İstanbul, Multilingual Yayınevi, 1999, s.14.

¹⁹⁶ Sayın, **a.g.e.**, s.14-15.

¹⁹⁷ Sayın, **a.g.e.**, s.19.

¹⁹⁸ Ayşe Kıran ve Zeynel Kıran, **Yazınsal Okuma Süreçleri**, Ankara, Seçkin Yayınevi, 2000, s. 19

Gadamer, “Metnin anlamı, herhangi bir tarihsel bireyin bilincini aşan hakikat iddiasında bulunduğu için kendisini tecrübe eden şahsı değiştiren bir tecrübe haline gelir. (...) Metin, yazarın niyetine ya da onun bilincine doğru geriye değil, fakat aksine, yorum ortamınca açılan açık alana doğru (ileriye) işaret eder. Ona göre, metnin anlamının ‘yazarın öznelliğine doğru geriye gitmek için hiçbir nedeni yoktur.” Janet Wolff da, Gadamer’in Heidegger’i izleyerek, bireyi yorumlama eyleminin dışında tutmanın olanaksız olduğunu, (şimdi’nin bakış açısından yapılacak yorumun) her zaman bir yeniden-yorumlama olduğu kanaatini taşıdığını bildiriyor. Yorumlama, Gadamer’e göre, *ufukların kesişmesidir* (fusion of horizons); - ‘geçmişle bugünün, yazarla okurun’ ufuklarının kesişmesi!¹⁹⁹

Akşit Göktürk’ün anlamaya ve yorumlamaya ilişkin değerlendirmeleri Gadamer ile aynı doğrultudadır. “Bir metne yaklaşan okur, belli bir okuma birikimi, bir toplumsal kültürel bakış, bir inançlar beklentiler yumağı ile yaklaşır. Bu birikimden kaynaklanan bir ön anlamayı da birlikte getirir. Gerçekte her okurun bir metni anlaması, kendi dünya yaşantısının, bilinç deneyinin boyutlarıyla, özellikle de dil yetisiyle doğru orantılıdır. Böylece, her yorumlama edimi biraz da kendi benliğimizin yorumlanmasıdır. İşte bu anlamda okumak yorumlamak, dilbilgisel, çizgisel, salt parçalara yönelik bir etkinlik değil, metnin önü ardı, yüzeyi derini, içerdği değişik bakış açıları, değişik anlam tabakaları kapsamında bir gezi, bir çabalama, bir uğraştır.”²⁰⁰

Metnin anlamını çıkarma, onu yorumlama konusundaki ve okurun/alımlayıcının önemini vurgulaması açısından Göktürk, “Yazın eleştirisi, bir yapıtın bir metnin üzerindeki insan damgasını, “anlam”ı, irdeleyip açıklamaya yönelik kuramlar ya da yöntemler benimsemek zorundadır. Anlamın bu açıklanıp irdelenmesi süreci, bir yapıtın anlamını “anlamak” edimi, yorumbilgisinin ana sorunudur. Yorumbilgisi anlamının, özellikle de metinleri anlamının bilgisidir.”²⁰¹

¹⁹⁹ Hilmi Yavuz, **Okuma Biçimleri**, İstanbul, Timaş Yayınları, 2010, s.s.17-18.

²⁰⁰ Akşit Göktürk, **Sözün Ötesi –Yazılar**, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 1989, s.116.

²⁰¹ Göktürk, **a.g.e.**, s.103.

Soru, anlama sürecinin çok önemli bir ögesidir. Bu süreçte metnin okura bir şeyler iletebilmesi, okurun metne soru sormasıyla olanaklıdır. Okuru, metni anlama sürecinin merkezine oturtan kuramlar, okur merkezli kuramın temelini oluşturmuştur. Jean-Paul Sartre yapıtın okur için yazıldığı konusunda kuşkuya yer görmüyor: “İlk bakışta kuşkuya yer yok: evrensel okuyucu için yazıyoruz; gerçekten de, (...), yazarın bekleyişi ilke olarak bütün insanlara yönelmiştir.”²⁰²

Bir metin, bir kez gerçekleştirildikten sonra (olası) bir okurla karşılaşmadığı sürece tamamlanmış sayılmaz; bir başka deyişle oluşumunu tamamlaması okurun varlığına bağlıdır. Bir metin, özellikle de anlatsal bir metin okurca hareket ettirmeyi bekleyen bir düzenek gibidir; içinde gücül olarak saklı bulunan bildiriye iletebilmesi için okurca “işletilmelidir”; okur bir bakıma onun işlemleyicisidir. Alımlama süreci bağlamında ele alındığında bir metin okurdan (bu okur somut olarak var olmasa bile) etkin ve bilinçli bir işbirliği bekleyişi içindedir.²⁰³

Hans-Georg Gadamer’in *Wahrheit und Methode*’de, okurla metin arasında bir yorumbilimsel dialog (hermenötik dialog) biçiminde gerçekleştiğini öne sürdüğü okuma, tam da edebiyat teorisi ile eleştiri pratiğinin birebir bir mütakabiliyet içinde bulunmadığını gösteren tipik bir örnektir. Hem okur hem de metin, anlam üretme sürecine ilişkin okumada birlikte var olurlar Gadamer’e göre, “Okurmetin ilişkisinde okuru özgür, bağımsız bir özne, metni ise öznenin üzerine eğildiği dural bir nesne olarak değil, her ikisini de etkileşim süreci içinde oluşan bir bütün olarak görmek gerekir.”²⁰⁴

Metin kendisini alımlayan okur tarafından varlık kazandığında yazınsal bir yapıt olarak gerçekleşebilir. Yazınsal çalışmaya yaşam veren, metin-okur yaklaşmasıdır. Yazarınca oluşturulduktan sonra kendini tarih süreci içinde bulan yapıt, okur tarafından anlamlandırılma sürecinde yaşayan bir nesne durumuna geçer. Okur-metin yaklaşmasında sınırsız bir keşif alanıdır metnin okurunu davet ettiği.

²⁰² Jean-Paul Sartre, **Edebiyat nedir?** Çev. Bertan Onaran, İstanbul, Payel Yayınları, 1995, s.59.

²⁰³ Sema Rifat, “**Metni Kim Oluşturur? Yazar mı? Okur mu?**”, Kuram 3, İstanbul, Kur Yayınları, 1993, s.17.

²⁰⁴ Hilmi Yavuz, **Okuma Biçimleri**, İstanbul, Timaş Yayınları, 2010, s.s.19-20.

Metinle söyleşmek, bir bakıma yeni anlam dünyalarını karşısına çıkaran metinle okurun ortaklık kurması, metnin anlam bütünlüğünü ortaya çıkarmak üzere işbirliği yapması demektir.²⁰⁵

Metin, yalnızca okurun öznel yorumuna da bırakılmaz. Metne bilimsel ve nesnel bir yaklaşım gereklidir. Bir yönlendirme söz konusu olacaktır, ama bu yönlendirme, dışarıdan gelen bir yönlendirme değil, metnin içerdiği stratejiden kaynaklanmaktadır. Metni anlamak, yorumlayabilmek için metnin verdiği ipuçlarını yakalamak gereklidir. Okur, metni okuma sürecinde tıpkı içinde yaşadığı hayatta olduğu gibi, nesnelliği olduğu kadar öznelliği, özgür alanları olduğu kadar, özgürlüğün sınırlarını da yan yana yaşama imkânına sahiptir.

3.7. Metnin Tamamlanmasında Okurun Rolü ve ‘Alımlama’

Haber üretilirken, sosyal bir evren içerisinde seçimler yapılmaktadır. Bu seçimler doğrultusunda haber metinleri kurgulanmakta, böylece alıcıya gönderilecek iletinin sınırları, kapsamı belirlenmektedir. Bilgi kaynaktan kitlelere doğru hareket etmektedir. Bilginin bu tür akışının hedef kitleyi her ne kadar tek-tipleştirildiği savunulsa da, içerisinde var olan ‘gerçekçi, eleştirel, alternatif vb. alımlama yanlısı okurlara’ takılabilmektedir. Haberin -bilinçli veya bilinçdışı olarak- eksik kalan kısımları, somut bir biçimde okurlar tarafından tamamlanabilmektedir. Bu tamamlama işine olanak tanıyan ise yeni iletişim ortamı olan interaktif medyadır.

Geleneksel kitle iletişim kuramları alımlayıcıyı genellikle edilgin olarak tasarlamaktadır. Fakat 1960’lardan bu yana yapılan alımlama çalışmaları okuyucuyu göreve davet etmektedir. Ve ileti tasarımı okuyucunun beklentilerinin etkin olduğu üzerinde durulmaktadır.

²⁰⁵ Yavuz, **a.g.e.**, s.s.19-20.

Alımlama kavramı Latince “recipiere”den gelmekte ve “karşılama, alma, bir eserin etkisi” anlamlarında kullanılmaktadır. Edebiyat biliminde ise, edebiyatın okuyucu ya da dinleyici olarak, her türlü iletişimsel edinim biçimi anlamında kullanılmaktadır.²⁰⁶ 1960’lardan sonra geliştirilen bu yaklaşımla okur, okuma uğraşı, iyi bir okuma ve okurdan beklentilerle ilgili birçok görüş ortaya atılır. Okur odaklı yaklaşımlar gelişir. Bu yıllarda metnin yazar tarafından değil, okur tarafından üretildiği görüşü büyük ses getirmiştir.²⁰⁷ Gerçekte metnin kendisinin anlamlı kılmak için okura sunulan bir davetiye; bir dizi ipucundan ibaret olduğu dile getirilir.²⁰⁸

Alımlama, alıcı kategorisinin, iletişim sürecinin dinamik bir unsuru olduğunu, dolayısıyla da alıcıların edilgin değil etkin birer katılımcı olduklarını ima etmektedir. Bu gönderici ve mesaj ağırlıklı, yani göndericiyi ve mesajı iletişim sürecinin denetleyicileri olarak kavramlaştıran klasik iletişim modellerinde tanımlanan iletişim çerçevesinden farklı bir yaklaşımı anlatmaktadır. Alımlama iletişim mesajının – metnin basitçe ve edilgin bir biçimde tüketilme anı değil, o mesajın etkin olarak yeniden üretilme anıdır.²⁰⁹

Yazılı bir şeyi okumak, o metnin anlamını ortaya koymaktır. Okur bu bağlamda metnin karşısında ve onu anlamlandıran konumdadır.²¹⁰ Metinlerin yorumlanma ve çözümlenmesinde yazar ya da metin merkezli çözümleme çalışmalarına karşı olarak, alımlama estetiği kuramı**** okuru ‘alımlayıcıyı’ birincil

²⁰⁶ Gürsel Aytac, **Genel Edebiyat Bilimi İnceleme-Araştırma**, İstanbul, Papirüs Yayınları, 1999, s.1.

²⁰⁷ Sema Rifat, “**Metni Kim Oluşturur? Yazar mı? Okur mu?**”, Kuram 3, İstanbul, Kur Yayınları, 1993, s.18-19.

²⁰⁸ Serpil Tunç Oppermann, “I. A. Richards’tan Wolfgang Iser’e: Okur Merkezli Eleştiri ve Okuma Kuramının Gelişimi”, **Kuram 4**, İstanbul, Ocak 1994, s. 38

²⁰⁹ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2008, s.23.

²¹⁰ V. Doğan Günay, **Metin Bilgisi**, 2. Baskı, İstanbul, Multilingual Yayınları, 2003, s.14.

**** Alımlama estetiği kuramı, roman dilleri ve edebiyatları bilimcisi Hans Robert Jauss’un (1921-1997) 1967 yılında Konstanz Üniversitesi’ndeki “Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft” (Edebiyat biliminin provokasyonu olarak edebiyat tarihi) başlıklı deneme dersinde ortaya konmuştur. Kuramın çıkış noktası Konstanz Üniversitesi olduğundan, Üniversite bu alanda uluslararası bir üne kavuşur ve kuramdan bahsedilirken Konstanz Okulu olarak da anılır. Konstanz Okulu’nun en önemli temsilcilerinden biri de, İngiliz Dili ve Edebiyatı bilimcisi Wolfgang Iser’dir (1926-). Iser de, 1969 yılında Konstanz Üniversitesi’ndeki “Die Appellstruktur der Texte” (Metinlerin Çağrı Kurgusu) başlıklı deneme dersindeki etki estetiği (Wirkungsästhetik) yaklaşımıyla Jauss’la birlikte okulun kuramcıları arasında yer alır. Wolfgang Iser’in (1926-2007) ve Robert

konumda tutmaktadır. Metinlerin, öncel metinlerle bağlantı içerisinde olduğu anlayışından hareket eden ve bu bağlantı inceleyen metinlerarasılık kuramı da aynı şekilde “okur” merkezlidir. Okur, metin içerisinde çok çeşitli türlerde karşımıza çıkan ilişkileri, bağıntıları açığa çıkarmak durumundadır. Alımlama estetiği kuramcılarına göre; pasif alımlayıcı konumundan aktif, anlam üreten alımlayıcı konumuna geçiş, metinlerdeki boşlukların doldurulmasıyla, somutlanmasıyla mümkündür. Tüm metinlerin birbirleriyle örüntü içerisinde olduğu temel görüşünden hareket eden metinlerarasılık kuramına göre de, bu örüntüyü açığa çıkarmaya çalışmak, metinlerin anlamlandırılma ve yorumlanmasının temelini oluşturmaktadır.

Alımlama estetiğinde, metnin anlamının ortaya çıkmasında asıl aktif taraf okurdur. “Alımlama estetiği açısından eleştiri, irdelemek, sorgulamak, bir sonuca ulaşmak, yani anlam vermektir; belirsiz alanları belirli hâle getirmek, karanlıkları aydınlatmaktır. Yapıtın iki önemli süreci vardır; üretim ve tüketim süreci. Alımlama estetiğine göre tüketim süreci, asıl yaratıcı süreçtir. Bu süreçte hayâl ve düşünce dünyası dinamiktir, sürekli üretimi besler, okurun gerçeğini önemli, en belirleyici öge hâline getirir. Yapıtlar her yüzleşmede yapıt okur gerçeğine göre değişime uğrar. Yapıt, değil farklı okurlara göre anlam kazanmak, aynı okurla farklı zamanlardaki yüzleşmelerde de farklı anlam kazanır.”²¹¹

Eco, ‘üretim’ ve ‘tüketim anı’nı ayrı iki olgu/süreç olarak ele alarak inceleyen analitik düşünceyi tersine çevirmektedir. Üretim ve tasarım anı aynı zamanda tüketim anını da içinde barındırmaktadır. Bu durum, hem sanatta hem de kitle iletişim sistemlerinde ileti tasarlanırken devrededir. Yani sanat ve kitle iletişimler, bir ileti tasarlarlarken o anda tüketim boyutunu da göz önünde tutmaktadır. Böylece okur

Jauss'un (1921-1997) altmışlı yılların sonlarına doğru ilk kez dile getirdiği alımlama estetiği yaklaşımı gizlidir. Sosyal bilimler bir bütün olarak ele alındığında, bu olgunun bütün metin türlerine uygulanabilir olduğu gözlemlenebilir. Kitap ya da metin ancak onu okuyanla birlikte var olur, okurun dimağında hangi bilgiler ve yaşanmışlıklar varsa, metin de o oranda canlanabilir. Uzmanlık metinlerinde uzmanların ortak bir düzlemde buluşmaları gerektiğinden bu yorumlama süreci daha farklı işleyecektir, ancak yorumlarda belirsizlikler yine olacaktır, kaldı ki çeviri metinlerde bu belirsizlikler - erek kültür odaklı - daha yoğun olarak kendini gösterecektir. Wolfgang Iser, *Der Akt des Lesens: Theorie ästhetischer Wirkung*. Wilhelm Fink Verlag, (Okuma Edimi. Estetik Etkinin Kuramı) München 1990, s.38. Tefik Ekiz, “Alımlama Estetiği mi Metinlerarasılık mı?”, **Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi**, 47,2 2007, 119-127

²¹¹ Yılmaz Özbek, **Postmodernizm ve Alımlama Estetiği**, Konya, Çizgi Yayıncılık, 2005, s.s. 13-14.

göz önünde bulundurulmakta ve üretime dolaylı olarak katılmaktadır. İletişim sürecinde, kitle iletişim kuramlarının genel olarak vurguladığı ‘pasif alımlayıcı’, aktif bir konuma yükselmektedir.²¹²

Eco, metinlerin okunmasında çoklu faktörleri göz önünde tutmuştur. Bir metinden ne sadece yazarı, ne sadece metnin dilsel yapısını ne de metnin alıcısını sorumlu tutmuştur. Bu üç ögenin etkileşimi, metindeki temel anlamı, yan anlamları veya olası diğer anlamları doğuran bir süreçtir. Eco’nun düşünceleri bağlamında ulaşılması gereken temel kanılardan birisi, ileti tasarımı okuyucunun dolaylı olarak devrede olduğudur. En azından, metinler kurgulanırken, alımlayıcı bir kitleye sunulacağı, her zaman yazarların aklındadır.

Alımlama estetiği, okur, yazın ve yazın yapısı üçgeninde bakışını metni alımlama/okuma sürecinde yoğunlaştırarak okur boyutunu, bu sürecin belirleyici ögesi olarak öne çıkartır. Alımlama estetiğine göre yazın metninin kendi başına bir varlığı yoktur. Ona varlık kazandıran, onu somutlaştıran okurdur. Metnin kendi başına bir anlamı da yoktur. Ancak açık ve çok anlamlı yapısıyla yazın metni okura birçok anlama olanakları sunar. “Gerçekte metnin kendisi bir dil parçasını anlamlı kılmak için okura sunulan bir davetiye, bir dizi ipucundan başka birşey değildir”²¹³ Bu davetiye ile metne yönelen okur, okuma sürecinde yazın metnini kendi alımlama koşulları, yani ön bilgi ve deneyimleri doğrultusunda kendine göre anlamlandırır/somutlaştırır/kurar. Bu saptamayı, anlamlandırma ya da somutlaştırma eyleminin okurdan okura farklılıklar göstereceğini düşünerek, şöyle de genişletebiliriz: Bir yazın metninin ne kadar çok okuru varsa, o kadar çok da yazarı vardır.

Alımlama estetiğinin bir diğer yönü de, okuma sürecini okurun etkin olduğu bir eylem olarak görmesi ve okuma eylemini okur ile yazar arasında kurulan bir iletişim

²¹² Nurdoğan Rigel, “Umberto Eco İle Metin Okuma (Metinde “Tutuklu Anlamı” Özgürleştirme Yöntemi Olarak Yankı Fazlası”, **Eco Dersleri: Yankılanan Metinler Nasıl Okunur**, Ed. N. Rigel, Ş. Çağlar, A. Cengiz, İstanbul, Anonim Yayıncılık, 2010, s.24.

²¹³ Terry Eagleton, **Edebiyat Kuramı**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1990, s.100.

olarak değerlendirmesidir.²¹⁴ Okuma sürecinde okur belli beklenti ve varsayımlarla metne sorular yöneltir. Metinle kurduğu iletişimde sorularına yanıt arar. Okuma eyleminde okuru yönlendiren öğeler ise, yazın metninin içerdiği değişik çağrışımlara ve yorumlara açık boş alanlar ve belirlenmemişliklerdir.²¹⁵ Yazın metni ile kurduğu iletişimde okur beklentilerine uygun yanıtlar da alamayabilir metinden. Okuma süreci geliştikçe, metinden edindiklerine dayanarak yeni sorular üretmek, farklı varsayımlar oluşturmak zorunda kalabilir, çünkü okur-yazın metni iletişiminde metin de okuru değiştirir. Okurun çok-anlamalı ve çağrışımlar yüklü yazın metni ile iletişime girmesi, onun yoğun bir çaba göstermesini gerektirir. Metindeki örtük bağlantıları bulmak, değerlendirmek ve her şeyden önemlisi kendi kurduklarına/bildiklerine de eleştirel bir gözle bakmak, kısacası kendi kendisinin de okuru olmak zorundadır.²¹⁶ Okuru ön plana çıkaran, onun alımlama ve yorumlama süreçlerini devindirmeyi ilke edinen bu kurama göre her okuma eylemi yeni bir anlamlandırma sürecini etkinleştirir. Çok göz, çok dünya, çoklu bakış anlayışının, okur adına kimi değerlendirme süreçlerini etkinleştireceği açıktır. Yine bu kuramın gereği, yazın eğitiminde, okur odaklı yaklaşımlar metin-yapıt- okur üçleminde okuma süreciyle paralel olarak, yazınsal metinlerin dönemin dış bileşenlerini oluşturan koşullarla ve okurun iç bileşenlerini oluşturan edimleri, deneyimleri ile yeniden boyutlanıp, yeni anlamlara kavuşturulması ve yeniden kurulması amaçtır.²¹⁷

Üretimi yapan yazar, kurduğu metin stratejisinin olası etkilerini de üretir. Bir alıcı için çalıştığının bilincindedir ve metni tasarlarken bir iletişim tasarısı da ortaya koyar. Bu iletişim tasarısının gerçekleşmesi de okuma sürecinde ortaya çıkmaktadır. Her metin kendi tasarısı yönünde okurun alımlamasını çeşitli biçimlerde, çeşitli yöntemlerle koşullamakta ve olası okurunu da üretmektedir. Okurun anlam yaratma

²¹⁴ Wolfgang Iser, **Der Akt des Lesens**, 2. Baskı, Wilhelm Fink Verlag, München, 1984, s.39.

²¹⁵ Şara Sayın, “Yabancı Dil Olarak Almanca Öğretiminde Yazın Eğitiminin Yeri”, İstanbul, **Dilbilim VIII**, İstanbul Üniversitesi, 1989, s.15.

²¹⁶ Terry Eagleton, **Edebiyat Kuramı**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1990, s.102-103.

²¹⁷ Wolfgang Iser, **Lesevorgang, Rezeptionsaesthetik**, UTB München, 1988, s. 253.

ve metni yorumlama biçiminde de etkin olabilmekte, kimi zaman bunu sınırlamakta, kimi zaman özgür bırakmaktadır.²¹⁸

Alımlama yaklaşımları, geniş bir ufuk sunmakta, devreye, gönderici-ileti-alıcı süreci ve her bir ögenin kendine özgü dinamik yapısı girmektedir. Vurgu, gönderici ve alıcının çoğu zaman dolaylı etkileşime girdiği nokta olan ‘ileti’ üzerinde tutulmaktadır. Eco’nun alımlama yaklaşımıyla ilgili olarak, “1960’lı yılların başlarından bu yana okur-yazar ikiliyle ilgili kuramların sayısı giderek arttı; öyle ki, günümüzde artık anlatan ve anlatılan kategorilerinden başka, bir yandan göstergebilimsel anlatıcılar, kurmaca anlatıcılar ve başkaları, sözceye dönüş(türül)müş sözcelemenin öznelere, odaklayıcılar, üst anlatıcılar, vb., öte yandan da bir o kadar gücül okur, ideal okur, örnek okur, üstün okur, oluşturulmuş okur, bilgilendirilmiş okur, arşiokeur (çoğulokur), örtük okur, üstokur vb. ile ilgilenmeye başladık.”²¹⁹ Eco, birçok anlatı kuramlarında, estetik alımlamada, okur yönelimli eleştirel yaklaşımda, ideal okur, örtük okur, gerçek okur, örnek okur, ampirik okur, meta-okur vb. şeklinde isimlendirilen çeşitli okur yaklaşımlarının bulunduğunu ifade etmektedir.

Eco’ya göre, Örnek Okur “metnin, işbirliğine gidecek biri olarak öngörmekle kalmayıp, aynı zamanda yaratmaya çalıştığı bir okur tipi”dir.²²⁰ “Bir metni okuduğumuzda, ampirik okur biziz, biz, siz, başka herhangi biri. Ampirik okur metni birçok biçimde okuyabilir, üstelik ona nasıl okuması gerektiğini belirtecek bir yasa da yoktur; çünkü bu okur metni, metnin dışından gelen ya da metnin onda rastlantısal olarak uyandırdığı tutkularının bir mahfazası gibi kullanır.”²²¹

Bir metindeki gerçek iletiyi alan okur’a, anlatı biliminde ideal okur diyoruz. Her yazarın bir ideal okuru vardır. İdeal olmayan, her şeyi birebir anlayan okur ise ampirik okurdur. O zaman ideal okur olmak için âlim olmaya, yani bir şeyleri bilmeye ihtiyaç

²¹⁸ Umberto Eco, **The Role Of The Reader**, Indiana University Press, Bloomington, 1979, s.27-32.

²¹⁹ Mehmet Rıfat, **XX. yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları**, Ankara, Om Yayınevi, 2000, s.28.

²²⁰ Umberto Eco, **Anlatı Ormanlarında Altı Gezinti**, Çev. Kemal Atakay, İstanbul, Can Yayınları, 1996, s. 16.

²²¹ Eco, **a.g.e.**, s.16.

vardır. Bir edebî metni anlamak ve yorumlamak için de belli bir bilimsel altyapı şarttır. Aksi hâlde sadece metinlerin yüzey yapılarında gezinir dururuz.

Bu kullanımların her zaman aynı anlama gelmediğini belirten Eco, örnek olarak kendi örnek okurunun, Wolfgang Iser'in örtük okuruyla çok benzediğini vurgulamaktadır.²²² Iser'in alımlamanın yaşandığı bir okuma sürecini gerçekleştiren "örtük okur"u, metinde söylenmeyenleri bulan, gizli anlamları anlayabilen okurdur. Iser anlayışına göre metinde anlamı oluşturacak olan okurdur. Okur ilk defa böylesine bir eylemin içerisinde yer almaktadır. Bir anlamda pasif alımlayıcı konumundan aktif, anlam üreten konumuna geçmiştir.²²³

Iser'e göre, metin ile okur arasında etkileşimin harekete geçmesi, yani oyunun başlayabilmesi için, oyunun biçimini tanımlayan ve okurun kısmen başından beri anladığı, kısmen de oynadıkça öğreneceği ve ona göre pozisyon alacağı kurallar metnin içinde bulunur.²²⁴

Metnin içerdiği bu verileri Iser "repertuar" ve "stratejiler" olmak üzere iki ana gruba ayırır. *"Metnin içinde tanıdık gelen alanın tümü" olarak tanımladığı repertuarın "daha önceki yapıtlara, ya da toplumsal ve tarihsel normlara, ya da metnin içinden çıktığı tüm kültüre yapılan göndermelerden oluşabileceğini"*²²⁵ ifade eder.

Iser, tanıdık olanla yabancı olan, metinde verili olanla okurun imgeleminde kurduğu dünya arasında gerçekleşen sürekli etkileşim ve hareketlilik okuma sürecinin ana dinamiğini oluşturur, zira edebiyat iletmek istediğini doğrudan değil, *"açık seçik olan ile örtülü olan"* ve *"belli etmekle saklamak arasında"* gidip gelen bir süreci harekete geçirerek ve okuru bu sürece katılmaya *"teşvik ederek"* iletmeyi amaçlar.²²⁶

²²² Eco, **a.g.e.**, s.15.

²²³ Wolfgang Iser, **Der Akt des Lesens: Theorie ästhetischer Wirkung**. Wilhelm Fink Verlag, München, 1990, p.274.

²²⁴ Wolfgang Iser, **The act of reading: A theory Of Aesthetic Response**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1987, p.69.

²²⁵ Iser, **a.g.e.**, p.86.

²²⁶ Iser, **a.g.e.**, p.169.

Bu süreçte okurun arayışını güdüleyen temel unsuru Iser en genel genel tanımıyla “belirsizlik” (indeterminacy) olarak adlandırırken, bu belirsizlik halini yaratmak üzere metnin iki stratejiden yararlandığını söyler: “Boşluklar” (blanks) ve “olumsuzlamalar” (negations)²²⁷

Iser boşlukları metnin okur tarafından doldurulmak üzere bıraktığı belirsizlik alanları, aynı zamanda da okurun imgelemine ve yargı gücünü kışkırtan bir unsur olarak tanımlar. Boşluklar okurun okuma sürecinde veriler ışığında oluşturduğu “bakış açıları arasındaki bağlantıları açık bırakarak okuru bu bakış açılarını düzenlemek üzere harekete geçirir”²²⁸

Okurun okuma sürecinde edindiği bakış açısını biçimlendiren bölümler arasındaki boşluk “bölümlerin birleştirilmesine olanak tanıyarak, okurun [metin içinde] gezinen bakış açısı için bir görüş alanı oluşturur”²²⁹ Bu açıdan boşluklar hem okurun oyuna katılmasını sağlayacak alanlar, hem de bu eylemi güdüleyen unsurlar olarak tanımlanabilir. Iser’e göre bu boşlukların doldurulması, diğer bir deyişle anlamlandırma, okurun metne karşı tavır ve konumunu gözden geçirmesiyle gerçekleşir ki, bu süreç “metnin okur tarafından sahiden deneyimlenmesi” anlamına gelir.²³⁰

Iser, okurun kurmaca metin içerisindeki çok çeşitli şekillerde karşılaşılabileceğimiz “boşlukları” ve “belirlenmemişlik alanları”nı anlamlandırmakla, yani somutlamakla yükümlüdür. Ancak bu boşluklar “okuyucunun mekanik olarak doldurduğu şematik boşluk” değil, “üretken bir uğraşın çıkış noktası”dır.²³¹ Modern fizikte nasıl bir masa boşluklardan oluşuyorsa edebi eser de boşluklardan oluşmaktadır. Örneğin metinde bir cümle ile diğer cümlenin bağlanılmasının okura bırakılması boşluktur. Boşluk kavramı, “Etkileri okurun yorumuna bağlı olan ve birçok şekilde, hatta

²²⁷ Iser, **a.g.e.**, p.182.

²²⁸ Iser, **a.g.e.**, p.169.

²²⁹ Iser, **a.g.e.**, p.36.

²³⁰ Iser, **a.g.e.**, p.217

²³¹ Peter V. Zima, **Literarische Ästhetik: Methoden und Modelle der Literaturwissenschaft**, Francke Verlag, Tübingen 1991, s.255.

belki de birbiriyle çelişkili olarak yorumlanabilen unsurlardır”²³² Boşluklar, metinde söylenmeyen; ancak okurun okuma eylemi sonucunda metinden çıkardıklarıdır. Iser’e göre metinde yazar her şeyi söyleyemez ve ister istemez birtakım yerlerin doldurulması okura düşer. Bunlar basitten karmaşığa, somuttan soyuta çeşit çeşittir ve özellikle basit türden olanları okur farkında olmadan doldurur. Okur yazın metnini alımlarken, önceden belirlenmiş yorumlara ve doğrulara boyun eğmek zorunda değildir. Ancak okurun özgürlüğünün sınırsız olduğu da düşünülmemelidir. Ondan beklenen, alımlama/anlama yetisini, parçadan bütüne ve yeniden parçaya dönerek sürdürmesi, böylece de metnin öğelerinin büyük bir çoğunluğunu açıklayabilecek ve birbirleriyle tutarlı bir bütüne dönüştürebilecek bir düzeye ulaştırabilmesidir. Yazın metninde saklı boşalanlar ya da belirsizlikler de böyle bir anlama çabasıyla ortadan kaldırılabilir.²³³

Okuma süreci içinde okurun yazınsal metni yeniden gerçekleştirmesi, okurun metin ile karşılıklı etkileşime dayanan bir diyaloga girmesiyle başlar. Çünkü metin içinde var olan ancak söylenmemiş şeyler, boş alanlar, okurun düş gücünü kamçılar, onu üreticiliğe iter. Ama ortaya çıkan ürün, sadece okurun düş gücünün ürünü değildir, sürekli metne bağlı olarak oluşur.²³⁴ Yazınsal metin ile metnin anlam yükünü canlandırmaya yönelik okur arasında kurulan ilişki çift yönlü eyleme dayanan bir interaktif iletişim sürecidir.

Her yazın yapıtının bir iletişim tasarısı olduğunu, okur-yapıt-yazar iletişiminin alımlama sürecinde gerçekleştiğini söyleyebiliyoruz. Yapıtın içinde barındırdığı iletişim tasarısı, kimi zaman alıcısını sınırlamakta (yalın anlamlı, kapalı metinler), kimi zamansa özgür bırakmaktadır (örtük anlamlı açık metinler). Yazar, yapıtının alımlanmasına yönelik ipuçlarını yapıtında vermekte, istediği şeyi kendi söylemine hizmet edecek biçimde seçip, ayıklayıp, yeni anlam bileşkeleri içinde bunları yoğurarak, yapıtının kendine özgü dünyasını kurgulamaktadır. Bu bağlamda “alımlayan” denildiğinde, yazın

²³² Eagleton, **a.g.e.**, s.103

²³³ Eagleton, **a.g.e.**, s.105

²³⁴ Şara Sayın, “Yazınbilim ve Alımlama Estetiği” **Bağlam**, 1979, s.116.

yapıtını salt okuyan, duyusal olarak algılayan kişi(ler) değil, yapıtın dilini, anlam yaratma bileşkelerini; göstergeleri, motifleri, singeleri ve kurgusal özelliklerini anlamaya, çözümlemeye çalışan, kendi yorumunu, düşgücünü bu bileşkelerle bütünleştirebilen, kısacası yapıtla iletişimini, düşünsel olarak da etkin kılabilen okur anlamına gelmekte. Algılarla bütünlesen bu düşünsel etkinlik de alımlama sürecini oluşturmakta ve alımlayan-yapıt-sanatçı diyalogunu başlatmaktadır.²³⁵

²³⁵ Nazan İpsiroğlu, Zehra İpsiroğlu, **Alımlama Boyutları ve Çeşitlemeleri Resim**, İstanbul, Papirüs Yayınları, 2001, s.s. 11-24.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. MİLLİYET GAZETESİ www.milliyet.com.tr HABER SİTESİ OKUYUCU YORUMLARININ İNCELENMESİ

Yaygın kitle iletişim araçlarının birçoğu bugün internet aracılığıyla da varlığını sürdürmektedir. Gazete, dergi ya da televizyon kanalları kısıtlı yer ve zaman ya da içerik nedeniyle yayınlamayamadıkları birçok şeyi sitelerinde okuyucularıyla paylaşmaktadırlar. Kişilere paylaşılan haberler üzerinden yorum olanağı sunularak da interaktif iletişim süreci başlatılmaktadır.

İnternet gazeteciliğinde okur açısından en önemli aktivite alanı, haberlerin peşi sıra konulmuş olan yorum bölümleridir. Ulaştığı haberle ilgili fikir iletmek isteyen okur, bu bölümde haberle ilgili kendi düşünce ve yorumlarını haberin olduğu sayfa içinde aktarabilme olanağına sahiptir. İnternet haber sitelerinden bazıları okurların yorum yapabilmeleri için siteye üyelik isterken çoğu haber sitesi de isteyen her okura yorum yapma olanağı verir.

Araştırmamızda Türkiye’deki basılı gazetelere ait web siteleri arasında en fazla tıklanan sitesi incelenmiştir. Web sitelerinin tıklanma sayılarını ölçen Alexa.com adlı internet sitesine göre Türkiye’deki basılı gazetelere ait web siteleri arasında en fazla tıklanan site www.milliyet.com.tr araştırma alanımız olmuştur. Web sitelerinin Google Page Rank, Alexa, Techorati vb. değerlerle popülerliği ölçülebilmektedir.

Haber sitesi hakkında veri toplama işleminde nitel araştırma tekniklerinden tarama modelinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılacak veriler, www.milliyet.com.tr haber sitesindeki haberler taranarak okur yorumları incelenmiştir. Okur yorumlarına içerik analizi¹ yöntemiyle manşetler üzerinden haberler ele alınarak

¹ Araştırmamızda var olanın tespit edilmesi amacıyla İçerik Analizi yöntemi kullanılmıştır. Berelson (1952), “içerik analizini, iletişimin görünen içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel yollardan betimlenmesidir” diyerek tanımlamaktadır. Nuri Bilgin, **İçerik Analizi**, İzmir, Ege Üniversitesi

okurların hangi kategoride en çok yorum yaptığı incelenmiştir. Araştırmamızın evreni, 1-31 Mart 2013 tarihleri arasında yayınlanan hem basılı gazetesi hem de internet haber sitesi olan www.milliyet.com.tr internet adresidir.

Çalışmamızda www.milliyet.com.tr haber sitesinin kategorilere ayırdığı haber metinlerini **Siyaset, (Son Dakika) Gündem, Spor-Futbol, Magazin, Yaşam, Dünya Ve Ekonomi** başlıkları altında sınıflandırmıştır. Bu yüzden inceleme ve yorumlamalarımızı bu başlıklar altında ele alarak gündemdeki haberler ve yorum sayısı göz önüne alınarak değerlendirilmiştir.

İnternet yayını yapan Milliyet gazetesinin www.milliyet.com.tr haber sitesinin interaktivite olarak bağlanma özelliğine baktığımızda aşağıdaki tablodaki gibidir.

İnteraktivite Alanları			
Elektronik Posta	Veri Bankaları ve Arşiv	Okuyucu alanı/profil oluşturma	Anketler
Haber Grupları	Forum ve Bloglar	Okuyucu yorum alanları	Beğen – Paylaş Facebook, Tweet

Tablo 2: www.milliyet.com.tr Haber Sitesinin İnteraktif Bağlanma Alanları

Edebiyat Fakültesi Yayınları, 2000. İçerik analizi, yöntem olarak mevcut olan metinlerin nicel ve nitel boyutlarından hareketle, mevcut olmayan yani bilinmeyen sosyal gerçeğin bazı boyut ve kesitlerine yönelik birtakım bulguları elde etmeyi amaçlamaktadır. Orhan Gökçe, **İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2006, s.20.



Şekil 7: www.milliyet.com.tr Haber Alanlarının Kategorileri

Araştırmamızda çalışma alanımız olan Milliyet gazetesinin internet yayını www.milliyet.com.tr haber sitesinin kategorilerini tanımlamadığı, **Üçlü Sürmanşet**, **İkili Küçük Manşet**, **Beşli Manşet Üstü** ve **Onbirli Manşet** başlıkları adı altında değerlendirmeye alınmıştır.

4.1. Milliyet Gazetesi İnternet Haber Sitesindeki Üçlü Sürmanşet Haberleri ve Yorum Sayısı

Tablo A 1: 1 Mart Cuma 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	ABD’li bakandan basın toplantısında Erdoğan’a mesah... ‘Aynı fikirde değiliz’	14
2. Haber	MAGAZİN	Sanatçı dostları hastaneye koştu	84
3. Haber	SKORER TV FUTBOL	Tahkim’den ceza açıklaması Terim’e kötü haber!	Yok

Tablo A1’e bakıldığında 1 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **84 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan *Magazin* kategorisi başlığı altında “Sanatçı dostları hastaneye koştu” haberi yer almaktadır.

Tablo A 2: 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Kandil bombalandığı sırada... Kandil’den Öcalan’a yanıt geldi	7
2. Haber	GÜNDEM	‘PKK 10 gün içinde serbest bırakacak’	3
3. Haber	SKORER TV FUTBOL	Şok!... Eski G.Saraylı futbolcu intihara kalkıştı	Yok

Tablo A2’ye bakıldığında 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **7 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan *Siyaset* kategorisi başlığı altında “Kandil bombalandığı sırada...Kandil’den Öcalan’a yanıt geldi” haberi yer almaktadır.

Tablo A 3: 3 Mart Pazar 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	MAGAZİN	Senaryo aynen hastanenin planladığı gibi gitti Tatlises'ten olay yaratacak 'Müslüm Gürses' iddiası	35
2. Haber	MAGAZİN	Hastane masrafları 1 milyon lira tuttu Hayranları sinir krizi geçirdi	145
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Son modaya uydu Kocaman şok etti!	142

Tablo A3'e bakıldığında 3 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **145 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Magazin* kategorisi başlığı altında "Hastane masrafları 1 milyon lira tuttu. Hayranları sinir krizi geçirdi" haberi yer almaktadır.

Tablo A 4: 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Hakkari Dağ ve Komando Tugay Komutanlığı'nda dehşet!	24
2. Haber	DÜNYA	İnanılmaz kaza Türk gemisi ezdi geçti	8
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İspanya'da yeni fenomen Elmander!	6

Tablo A4'e bakıldığında 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **24 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *birinci* sırada yer alan *Siyaset* kategorisi başlığı altında "Hakkari Dağ ve Komando Tugay Komutanlığı'nda dehşet!" haberi yer almaktadır.

Tablo A 5: 5 Mart Salı 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	YAŞAM	Arkadaşını kurtarmak için öyle bir şey yaptı ki Akıl almaz olay	38
2. Haber	SİYASET	Erdoğan talimat verdi bu kentimizde Büyükşehir oluyor	56
3. Haber	SKORER TV FUTBOL	İrkçilik davasında ilk karar verildi Emre için şok talep	Yok

Tablo A5'e bakıldığında 5 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **56 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Siyaset* kategorisi başlığı altında "Erdoğan talimat verdi bu kentimizde Büyükşehir oluyor" haberi yer almaktadır.

Tablo A 6: 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	YAŞAM	Veliler birbirine girdi Tehlikeli gerginlik!	49
2. Haber	SKORER TV FUTBOL	Herkesin eleştirdiği Çakır için UEFA ne dedi?	Yok
3. Haber	YAŞAM	İstanbul'a felaket uyarısı	40

Tablo A6'ya bakıldığında 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **49 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *birinci* sırada yer alan *Yaşam* kategorisi başlığı altında "Veliler birbirine girdi Tehlikeli gerginlik!" haberi yer almaktadır.

Tablo A 7: 7 Mart Perşembe 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	Vatandaşlarını böyle uyardı: Türkiye'ye gitmeyin!	57
2. Haber	YAŞAM	Fatih'te dehşet anları!	15
3. Haber	SKORER TV FUTBOL	Barça'dan sonra yalnızca F.Bahçe!	Yok

Tablo A7’ye bakıldığında 7 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **57 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Dünya** kategorisi başlığı altında “Vatandaşlarını böyle uyardı: Türkiye’ye gitmeyin!” haberi yer almaktadır.

Tablo A 8: 8 Mart Cuma 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Gül onayladı Erdoğan’ın 9 yıllık hayali gerçekleşiyor	Yok
2. Haber	EKONOMİ	Kritik soruşturmada karar çıktı Türkiye’nin devlerine ceza yağdı	28
3. Haber	MİLLİYET TV	Drogba’dan büyük isyan!	Yok

Tablo A8’e bakıldığında 8 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **28 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Ekonomi** kategorisi başlığı altında “Kritik soruşturmada karar çıktı Türkiye’nin devlerine ceza yağdı” haberi yer almaktadır.

Tablo A 9: 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Arap kızıyla evlenir miydim?	13
2. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ	Fatih Terim neşteri vurdu	9
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Derbinin tartışılan hakeminin yönettiği maçta olay	10

Tablo A9’a bakıldığında 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **13 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Siyaset** kategorisi başlığı altında “Arap kızıyla evlenir miydim?” haberi yer almaktadır.

Tablo A 10: 10 Mart Pazar 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER TV	Soyunma odasına indi ve... Yıldırım'la ilgili şok iddia	Yok
2. Haber	MAGAZİN	Bir “yıldız” daha kaydı İşte vasiyeti Ben çok yalnızım şimdi	110
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Kadıköy’de olay var Taraftar bıçaklandı	120

Tablo A10’a bakıldığında 10 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Üçlü Sürmanşet Haberleri’nde 120 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Kadıköy’de olay var Taraftar bıçaklandı” haberi yer almaktadır.

Tablo A 11: 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fenerbahçe’nin UEFA’dan yanıt geldi	59
2. Haber	SİYASET	Kulislerde dolaşan bomba iddia	29
3. Haber	YAŞAM	Korkunç ölüm! 24 yaşındaki genç feci şekilde can verdi	6

Tablo A11’e bakıldığında 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Üçlü Sürmanşet Haberleri’nde 59 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Fenerbahçe’nin UEFA’dan yanıt geldi” haberi yer almaktadır.

Tablo A 12: 12 Mart Salı 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER TV	Veltins Arena’da 5 müthiş gol G.Saray Almanya’da destan yazdı!	Yok
2. Haber	SİYASET	Akp’den son dakika açıklaması	6
3. Haber	EKONOMİ	Biz yerli otomobili tartışaduralım... Dünya yeni bir markayla tanıştı bile Türkiye o ismi yakında tanıyor	44

Tablo A12’ye bakıldığında 12 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **44 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Ekonomi** kategorisi başlığı altında “Biz yerli otomobili tartışaduralım... Dünya yeni bir markayla tanıştı bile Türkiye o ismi yakında tanıyor” haberi yer almaktadır.

Tablo A 13: 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER TV	Rehin uzman çavuşun bakışına dikkat! O teröristin eli havada kaldı!	Yok
2. Haber	FUTBOL	Çek basınından gelen soru Kocaman’ı şaşkına çevirdi	67
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	UEFA: ‘Pişman Hamit...’	127

Tablo A13’e bakıldığında 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **127 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “UEFA: ‘Pişman Hamit...’” haberi yer almaktadır.

Tablo A 14: 14 Mart Perşembe 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Bir destanda Fener’den!	146
2. Haber	YAŞAM	Korkunç hata Yanlış grubu kurşun yağmuruna tuttular	30
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fatih Terim’e ‘sert’ eleştiri! “Ağzından uçuşan salyalarıyla...”	147

Tablo A14’e bakıldığında 14 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **147 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi

başlığı altında “Fatih Terim’e ‘sert’ eleştiri! “Ağzından uçuşan salyalarıyla...” haberi yer almaktadır.

Tablo A 15: 15 Mart Cuma 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Mourinho’dan kura yorumu “Bu kuraya kolay diyen”	Yok
2. Haber	SİYASET	Basalım başlarına yıkalım	10
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	R.Madrid maçına gitmek hayal...	50

Tablo A15’e bakıldığında 15 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **50 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “R.Madrid maçına gitmek hayal...” haberi yer almaktadır.

Tablo A 16: 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Arınc’tan Erdoğan’ın sağlık durumu ile ilgili flaş açıklama	2
2. Haber	YAŞAM	14 yaşındaki öz oğlunu hapse attırmak istiyor	33
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İnönü’de Çakır’ı şok eden tazahürat!	Yok

Tablo A16’ya bakıldığında 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **33 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Yaşam** kategorisi başlığı altında “14 yaşındaki öz oğlunu hapse attırmak istiyor” haberi yer almaktadır.

Tablo A 17: 17 Mart Pazar 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	İmralı'ya gidecek üçüncü heyetteki sürpriz isim	9
2. Haber	EKONOMİ	'Cep'te yeni dönem 19 Mart'ta başlıyor	16
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Yıldırım'dan şok çıkış... "Onu alacak para henüz basılmadı"	Yok

Tablo A17'ye bakıldığında 17 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **16 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan **Ekonomi** kategorisi başlığı altında "‘Cep’te yeni dönem 19 Mart’ta başlıyor" haberi yer almaktadır.

Tablo A 18: 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Öcalan bir de tarih verdi... İmralı'dan bugün şu 5 mesaj geldi...	59
2. Haber	SİYASET	Savcı son sözünü söyledi!	46
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Milan G.Saraylı yıldızın peşinde	Yok

Tablo A18'e bakıldığında 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **59 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *birinci* sırada yer alan **Siyaset** kategorisi başlığı altında "Öcalan bir de tarih verdi... İmralı'dan bugün şu 5 mesaj geldi..." haberi yer almaktadır.

Tablo A 19: 19 Mart Salı 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Adalet Bakanlığı'na bomba 2 yaralı var	17
2. Haber	YAŞAM	‘Cenazede böyle konuşulur mu?’ İmamın konuşması tepki çekince dua bile edemedi gitti	47
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İsveç'i seçti olay sözler söyledi... “Ben Türk değilim”	Yok

Tablo A19'a bakıldığında 19 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **47 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Yaşam* kategorisi başlığı altında “‘Cenazede böyle konuşulur mu?’ İmamın konuşması tepki çekince dua bile edemedi gitti” haberi yer almaktadır.

Tablo A 20: 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Ceketini çıkardığı gibi...	11
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	UEFA'dan büyük şok F.Bahçe Avrupa'dan men edilecek mi?	Yok
3. Haber	YAŞAM VIDEO	Hava durumuyla ilgili korkutan tahmin!	Yok

Tablo A20'ye bakıldığında 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **11 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *birinci* sırada yer alan *Siyaset* kategorisi başlığı altında “Ceketini çıkardığı gibi...” haberi yer almaktadır.

Tablo A 21: 21 Mart Perşembe 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SIYASET	‘Türk bayrakları olması gerekirdi’ Başbakan Erdoğan’dan Öcalan’ın mesajına yanıt	48
2. Haber	SIYASET	İşte öcalan’ın merakla beklenen mesajı... Tüm metin... ‘Silahları bırakın, sınır dışına çıkın’	234
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Cüneyt Çakır için şok sözler	Yok

Tablo A21’e bakıldığında 21 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **234 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Siyaset* kategorisi başlığı altında “İşte öcalan’ın merakla beklenen mesajı... Tüm metin... ‘Silahları bırakın, sınır dışına çıkın’” haberi yer almaktadır.

Tablo A 22: 22 Mart Cuma 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	İsrail tarihinde bir ilk İsrail basını Netanyahu’nun özrünü nasıl değerlendirdi	36
2. Haber	DÜNYA	Tarihi gün İsrail Türkiye’den özür diledi	145
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Kritik maçlar arifesinde... G.Saray’a kötü haber!	Yok

Tablo A22’ye bakıldığında 22 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **145 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Dünya* kategorisi başlığı altında “Tarihi gün İsrail Türkiye’den özür diledi” haberi yer almaktadır.

Tablo A 23: 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	Karayılan Kandil'den açıklama yaptı PKK 'ateşkes' ilan etti	29
2. Haber	YAŞAM	Türkiye'nin kanını donduran üniversiteli genç kızdan şok sözler	18
3. Haber	SKORER HABER FUTBOL	Mourinho haklı mı? FIFA'da büyük skandal!	19

Tablo A23'e bakıldığında 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Üçlü Sürmanşet Haberleri**'nde **29 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Dünya** kategorisi başlığı altında "Karayılan Kandil'den açıklama yaptı PKK 'ateşkes' ilan etti " haberi yer almaktadır.

Tablo A 24: 24 Mart Pazar 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	Karayılan: Kandil'den açıklama yaptı PKK 'ateşkes' ilan etti!	29
2. Haber	YAŞAM	Türkiye'nin kanını dolduran üniversiteli genç kızdan şok sözler	18
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Mourinho haklı mı? FIFA'da büyük skandal!	19

Tablo A24'e bakıldığında 24 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Üçlü Sürmanşet Haberleri**'nde **29 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Dünya** kategorisi başlığı altında "Karayılan Kandil'den açıklama yaptı PKK 'ateşkes' ilan etti " haberi yer almaktadır.

Tablo A 25: 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	EKONOMİ	Petrol fiyatlarını alt üst edecek REZERV ‘ateşkes’ ilan etti	71
2. Haber	EKONOMİ	SKANDAL Dünya yasakladı biz afiyetle yedik	52
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İşte Aslanın gizli planı G.Saray Robben’i gösterip sol vuracak	-

Tablo A25’e bakıldığında 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **71 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Ekonomi** kategorisi başlığı altında “Petrol fiyatlarını alt üst edecek REZERV ‘ateşkes’ ilan etti ” haberi yer almaktadır.

Tablo A 26: 26 Mart Salı 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Askeri casusluk davasında Ali Ağa şoku	2
2. Haber	EKONOMİ	Bunu yapana ehliyet yok	9
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Amerikalılar çıldırdı! Burak Yılmaz	-

Tablo A26’ya bakıldığında 26 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **9 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Ekonomi** kategorisi başlığı altında “Bunu yapana ehliyet yok ” haberi yer almaktadır.

Tablo A 27: 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	EKONOMİ	Bir devin çöküşü 1200 çalışanının işine son verdi	43
2. Haber	DÜNYA	Bu fotoğrafı basına dağıttılar ama... Karedeki garipliği fark ettiniz mi?	26
3. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ	Üç dev talip... G. Saraylı yıldız Manchester United'a yakın	-

Tablo A27'ye bakıldığında 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **43 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *birinci* sırada yer alan *Ekonomi* kategorisi başlığı altında "Bir devin çöküşü 1200 çalışanının işine son verdi " haberi yer almaktadır.

Tablo A 28: 28 Mart Perşembe 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Ağaçlar deniz dolduruldu	54
2. Haber	SİYASET	Mustafa Balbay'ın çocukları ile ilgili vicdanları sızlatan iddia!	12
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	G.Saray maçı öncesi Ronaldo'ya şok	162

Tablo A28'e bakıldığında 28 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **162 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *üçüncü* sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "G.Saray maçı öncesi Ronaldo'ya şok" haberi yer almaktadır.

Tablo A 29: 29 Mart Cuma 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Erdoğan'dan Öcalan'a ev hapsi açıklaması!	17
2. Haber	DÜNYA	ABD gözdağı verdi, Rusya ABD'yi uyardı	11
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Başarı gelince taraftar çıldırdı!	114

Tablo A29'a bakıldığında 29 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **114 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *üçüncü* sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "Başarı gelince taraftar çıldırdı!" haberi yer almaktadır.

Tablo A 30: 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	Paris'ten terör alarmı	Yok
2. Haber	EKONOMİ	Başbakan talimatı verdi Edirne'den başladı	21
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Burak İbrahimoviç'i geçti	56

Tablo A30'a bakıldığında 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*'nde **56 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *üçüncü* sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "Burak İbrahimoviç'i geçti" haberi yer almaktadır.

Tablo A 31: 31 Mart Pazar 2013 tarihli Üçlü Sürmanşet Haberleri

Üçlü Sürmanşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	“Onlar yoluna biz yolumuza” Türkiye rest çekti	58
2. Haber	DÜNYA	Kuzey Kore yine rezil oldu. Gözdağı vermek için yayınladıkları iki yeni fotoğraf güldürdü	98
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Atletico’da Arda Turan Şoku!	14

Tablo A31’e bakıldığında 31 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Üçlü Sürmanşet Haberleri*’nde **98 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Dünya* kategorisi başlığı altında “Kuzey Kore yine rezil oldu. Gözdağı vermek için yayınladıkları iki yeni fotoğraf güldürdü” haberi yer almaktadır.

4.2. Milliyet Gazetesi İnternet Haber Sitesindeki İkili Küçük Manşet Haberleri ve Yorum Sayısı

Tablo B 1: 1 Mart Cuma 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ FOTOĞRAF (SLAYT)	Eboue'den saha içinde Hamit'e ilginç hareket!	9
2. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ FOTOĞRAF (SLAYT)	G.Saray'ın gözdesinden mesaj var!	5

Tablo B1'e bakıldığında 1 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*'nde **9 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Eboue'den saha içinde Hamit'e ilginç hareket!" Futbol Skorer galeri bölümüyle fotoğraf slaytları yer almaktadır.

Tablo B 2: 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Lidere Es-Es çelmesi!	172
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	G.Saray Honda ile Japonya'ya bağlanacak!	16

Tablo B2'ye bakıldığında 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*'nde **172 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Lidere Es-Es çelmesi!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 3: 3 Mart Pazar 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Gökhan Gönül ile Egemen kavga etti mi?	23
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fenerbahçe, Samandıra'ya üzgün döndü	27

Tablo B3'e bakıldığında 3 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*'nde **27 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "Fenerbahçe, Samandıra'ya üzgün döndü" haberi yer almaktadır.

Tablo B 4: 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Ümit Özat'ın derbi öncesi yorumu sosyal medyayı sallıyor!	60
2. Haber	GÜNDEM	Askeri konvoyu mayınlı saldırı!	12

Tablo B4'e bakıldığında 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*'nde **60 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *birinci* sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "Ümit Özat'ın derbi öncesi yorumu sosyal medyayı sallıyor!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 5: 5 Mart Salı 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Çakır kırmızıyı gösterdi, Ferguson çıldırdı!	234
2. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ FOTOĞRAF (SLAYT)	Galatasaray'da 5 yıldız gözden çıkarıldı!	56

Tablo B5'e bakıldığında 5 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **234 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Çakır kırmızıyı gösterdi, Ferguson çıldırdı!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 6: 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Ferguson Disiplin Kurulu'na sevk edildi	58
2. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ FOTOĞRAF (SLAYT)	Fenerbahçeli futbolcuların gece turu	6

Tablo B6'ya bakıldığında 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **58 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Ferguson Disiplin Kurulu'na sevk edildi" haberi yer almaktadır.

Tablo B 7: 7 Mart Perşembe 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Çeyrek final kapısı aralandı!	207
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	PFDK cezaları açıklandı	9

Tablo B7'ye bakıldığında 7 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **207 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Çeyrek final kapısı aralandı!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 8: 8 Mart Cuma 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Cimbom Arena’da buz kesti	88
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Arena’da ortalığı karıştıran karar!	60

Tablo B8’e bakıldığında 8 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*’nde **88 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Cimbom Arena’da buz kesti” haberi yer almaktadır.

Tablo B 9: 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Trabzon’da sessiz sinema	31
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER TV	“Hamit sözleşmeyi imzalarken huylanmışım..”	-

Tablo B9’a bakıldığında 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*’nde **31 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Trabzon’da sessiz sinema” haberi yer almaktadır.

Tablo B 10: 10 Mart Pazar 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fenerbahçe’den açıklama!	35
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fener’in ayak sesleri!	115

Tablo B10’a bakıldığında 10 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**’nde **115 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Fener’in ayak sesleri!” haberi yer almaktadır.

Tablo B 11: 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER TV	Galatasaray’ın beklediği yanıt geldi	-
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Terim: “Son cinayetden sonra...”	43

Tablo B11’e bakıldığında 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**’nde **43 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Terim: “Son cinayetden sonra...”” haberi yer almaktadır.

Tablo B 12: 12 Mart Salı 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Barcelona Milan’ı dağdıttı! Tur atladı!	56
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Burak Yılmaz tarihe geçti!	73

Tablo B12’ye bakıldığında 12 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**’nde **73 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Burak Yılmaz tarihe geçti!” haberi yer almaktadır.

Tablo B 13: 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	Yeni Papa seçildi	9
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Cüneyt Çakır'a bir zorlu görev daha!	37

Tablo B13'e bakıldığında 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **37 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Cüneyt Çakır'a bir zorlu görev daha!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 14: 14 Mart Perşembe 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	YAŞAM	İlk soruyu cevaplayamadı ikinci soruya "bilmiyorum" deyince.. Üniversiteli genç dehşeti gördü	30
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER TV	Sosyal medyayı sallayan eşleşme! Bir tesadüf daha mı?	-

Tablo B14'e bakıldığında 14 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **30 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Yaşam** kategorisi başlığı altında "İlk soruyu cevaplayamadı ikinci soruya "bilmiyorum" deyince.. Üniversiteli genç dehşeti gördü" haberi yer almaktadır.

Tablo B 15: 15 Mart Cuma 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ FOTOĞRAF (SLAYT)	Galatasaray- Real Madrid eşleşmesinde Twitter Geyikleri	25
2. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ FOTOĞRAF (SLAYT)	Fenerbahçe'nin rakibi belli oldu!	469

Tablo B15’e bakıldığında 15 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*’nde **469 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Fenerbahçe’nin rakibi belli oldu!” Futbol Skorer galeri bölümüyle fotoğraf slaytları yer almaktadır.

Tablo B 16: 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Cana: “Fenerbahçe, Türkiye’nin en güçlü takımı”	174
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Real ikinci yarıda coştı: 5-2	35

Tablo B16’ya bakıldığında 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*’nde **174 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *birinci* sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Cana: “Fenerbahçe, Türkiye’nin en güçlü takımı”” haberi yer almaktadır.

Tablo B 17: 17 Mart Pazar 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Jose’ye selam olsun!	118
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Yakup takip!	155

Tablo B17’ye bakıldığında 17 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*’nde **155 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Yakup takip!” haberi yer almaktadır.

Tablo B 18: 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Muş'taki gerginliği BDP'li Sakık engelledi	3
2. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ FOTOĞRAF (SLAYT)	Yıldızları kelepirci fiyata kadroya kattı...	23

Tablo B18'e bakıldığında 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*'nde **23 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Yıldızları kelepirci fiyata kadroya kattı..." Futbol Skorerciler galeri bölümü ile fotoğraf slaytları yer almaktadır.

Tablo B 19: 19 Mart Salı 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Ak Parti binasına roketatarlı saldırı düzenlendi	26
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İspanya Türk rekorunu kırmaya hazırlanıyor	104

Tablo B19'a bakıldığında 19 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*'nde **104 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "İspanya Türk rekorunu kırmaya hazırlanıyor" haberi yer almaktadır.

Tablo B 20: 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	YAŞAM	Karlar kalktı iğrenç manzara ortaya çıktı	13
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Galatasaray'ı üzecek haber!	113

Tablo B20'ye bakıldığında 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **113 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Galatasaray'ı üzecek haber!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 21: 21 Mart Perşembe 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	MAGAZİN	Nihat Doğan hastaneye kaldırıldı	41
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Galatasaray'a büyük davet!	108

Tablo B21'e bakıldığında 21 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **108 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Galatasaray'a büyük davet!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 22: 22 Mart Cuma 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Niyazi Koyuncu: Yazıklar olsun!	57
2. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ FOTOĞRAF (SLAYT)	Avrupa'nın en iyi 20 futbol takımı	Yok

Tablo B22'ye bakıldığında 22 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **57 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Gündem** kategorisi başlığı altında "Niyazi Koyuncu: Yazıklar olsun!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 23: 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Çözüm sürecinin ‘akil adamları’ belli oldu	36
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER TV	Burak Yılmaz imzayı attı! Avrupa’ya transferi için büyük adım...	-

Tablo B23’e bakıldığında 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**’nde **36 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Siyaset** kategorisi başlığı altında “Çözüm sürecinin ‘akil adamları’ belli oldu” haberi yer almaktadır.

Tablo B 24: 24 Mart Pazar 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Çözüm sürecinin ‘akil adamları’ belli oldu	36
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Burak Yılmaz imzayı attı! Avrupa’ya transferi için büyük adım	-

Tablo B24’e bakıldığında 24 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**’nde **36 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Siyaset** kategorisi başlığı altında “Çözüm sürecinin ‘akil adamları’ belli oldu” haberi yer almaktadır.

Tablo B 25: 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SPOR SKORER HABER	İstanbul’a olimpiyat sürprizi!	103
2. Haber	DÜNYA	Tazminatla ilgili ilk adım atıldı	Yok

Tablo B25'e bakıldığında 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **103 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Spor** kategorisi başlığı altında "İstanbul'a olimpiyat sürprizi!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 26: 26 Mart Salı 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Intel'li yıldızın menajerinden F.Bahçe açıklaması!	30
2. Haber	DÜNYA	Türkler'e "on milyonlarca dolar" ödeyecekler...	10

Tablo B26'ya bakıldığında 26 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **30 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Intel'li yıldızın menajerinden F.Bahçe açıklaması!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 27: 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Polisi tokatladı işte cezası BDP'li vekilin cezası belli oldu!	42
2. Haber	FUTBOL	Yıldız oyuncuya nazar deydi Fenerbahçe'de sakatlık şoku!	-

Tablo B27'ye bakıldığında 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**'nde **42 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Siyaset** kategorisi başlığı altında "Polisi tokatladı işte cezası BDP'li vekilin cezası belli oldu!" haberi yer almaktadır.

Tablo B 28: 28 Mart Perşembe 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Ekonomi dünyasının acı kaybı	-
2. Haber	FUTBOL	Tahkim Emre için kararı verdi!	1

Tablo B28’e bakıldığında 28 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**’nde **1 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Tahkim Emre için kararını verdi!” haberi yer almaktadır.

Tablo B 29: 29 Mart Cuma 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Öcalan’dan ilginç uyarı!	3
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Mourinho’dan G.Saray hamlesi O ismi kadroya almadı	-

Tablo B29’a bakıldığında 29 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**’nde **3 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Siyaset** kategorisi başlığı altında “Öcalan’dan ilginç uyarı!” haberi yer almaktadır.

Tablo B 30: 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Taraftarı şaşırtan sürpriz Ronaldo TT Arena’da	-
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Burak şov yaptı Galatasaray coştı	51

Tablo B30’a bakıldığında 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **İkili Küçük Manşet Haberleri**’nde **51 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Burak şov yaptı Galatasaray coştı” haberi yer almaktadır.

Tablo B 31: 31 Mart Pazar 2013 tarihli İkili Küçük Manşet Haberleri

İkili Küçük Manşet Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Top çizgiyi geçti ama... Kadıköy'de çok konuşulacak pozisyon	-
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Sırada Lazio var... Afrika 'Sow'u	6

Tablo B31'e bakıldığında 31 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *İkili Küçük Manşet Haberleri*'nde **6 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Sırada Lazio var... Afrika 'Sow'u" haberi yer almaktadır.

4.3. Milliyet Gazetesi İnternet Haber Sitesindeki Beşli Manşet Üstü Haberleri ve Yorum Sayısı

Tablo C 1: 1 Mart Cuma 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SKORER HABER SPOR	Nevin Yanıt Avrupa Şampiyonu oldu	33
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	TBF'den G.Saray ve Edirne'ye ceza	5
3. Haber	SKORER HABER SPOR	Başkent'te kırmızı var, gol yok!	2
4. Haber	FUTBOL SKORER TV-VİDEO	UEFA Baros'u seçti	-
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT) Milliyet Magazin Servisi	Öldü sanıp morga atmışlardı	3

Tablo C1'e bakıldığında 1 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri* nde **33 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *birinci* sırada yer alan *Spor* kategorisi başlığı altında “Nevin Yanıt Avrupa Şampiyonu oldu” haberi yer almaktadır.

Tablo C 2: 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fener'den yanlış anons	27
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Drogba: “1 puan için şanslıyız”	39
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	“Cüneyt Çakır silik bir hakem”	27
4. Haber	FUTBOL SKORER TV-VİDEO	Derbide kendi gölgesiyle kavga etmezse...	-
5. Haber	YAŞAM	Atama bekleyen öğretmen model oldu	3

Tablo C2'ye bakıldığında 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*’nde **39 yorum** sayısı ile en

çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Drogba: “1 puan için şanslıyız”” haberi yer almaktadır.

Tablo C 3: 3 Mart Pazar 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fenerbahçe, Samandıra’ya üzgün döndü	27
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Mamadou Nianggolle tanıştı	26
3. Haber	SİYASET	Kışanak: Öcalan özgür olacak	38
4. Haber	DÜNYA	Kan donduran haber annesinin kafasını kesip poz verdi	14
5. Haber	YAŞAM-MAGAZİN	Dolandırıcılık iddiasına yanıt verdi	1

Tablo C3’e bakıldığında 3 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri’nde 38 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Siyaset** kategorisi başlığı altında “Kışanak: Öcalan özgür olacak” haberi yer almaktadır.

Tablo C 4: 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Askeri konvoyu mayınlı saldırı!	12
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Paramparça	32
3. Haber	GÜNDEM	Kavgalı olduğu isimden sürpriz çelenk	6
4. Haber	DÜNYA	Türkiye’ye ağır suçlama	23
5. Haber	DÜNYA	İşte Rusya’nın en güzel kızı	4

Tablo C4’e bakıldığında 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri’nde 32 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Paramparça” haberi yer almaktadır.

Tablo C 5: 5 Mart Salı 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SIYASET	Köşk'te tarihi gece	Yok
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Devlerin kapışmasında gülen R.Madrid	30
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Dortmund güle oynaya!	19
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Niang'dan Sow'a Napalyonlu cevap	53
5. Haber	YAŞAM	2013'te kaç gün resmi tatil var?	Yok

Tablo C5'e bakıldığında 5 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*'nde **53 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **dördüncü** sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "Niang'dan Sow'a Napalyonlu cevap" haberi yer almaktadır.

Tablo C 6: 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Juventus, Celtic'i süpürdü!	36
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İbo'suz PSG çeyrek finalde	1
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Giray Bulak'la yollar ayrıldı	44
4. Haber	MAGAZİN	Her şey Survivor için!	32
5. Haber	YAŞAM	Bu çukurlar kıyamet alameti mi?	1

Tablo C6'ya bakıldığında 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*'nde **44 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "Giray Bulak'la yollar ayrıldı" haberi yer almaktadır.

Tablo C 7: 7 Mart Perşembe 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Rıdvan Dilmen: F.Bahçe yüzde 70 tur atlar	95
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Christoph Daum: Fenerbahçe daha da ileri gider	37
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İnter ve Chelsea avantaj kaybetti İşte gecenin sonuçları...	48
4. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ	Sarı-lacivertli oyuncunu paylaştığı fotoğraf olay oldu!	33
5. Haber	YAŞAM	Baklava kasların sırrı ortaya çıktı	4

Tablo C7’ye bakıldığında 7 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*’nde **95 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Rıdvan Dilmen: F.Bahçe yüzde 70 tur atlar” haberi yer almaktadır

Tablo C 8: 8 Mart Cuma 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fuat Çapa: Kazandık ama şansımız yanındaydı	16
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Hamit’in laneti	22
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	F.Bahçe’ye kötü haber	46
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Burak, Juve’nin listesine girdi	37
5. Haber	YAŞAM-MAGAZİN	Şöhretin bedeli	1

Tablo C8’e bakıldığında 8 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*’nde **46 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “F.Bahçe’ye kötü haber” haberi yer almaktadır

Tablo C 9: 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Beşiktaş'ta son dakika sakatlığı	9
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Schalke'de Huntelaar şoku! Sakatlandı...	60
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Aslan'dan lidere ağır darbe	6
4. Haber	MAGAZİN Magazin yazarı Ali Eyüboğlu	İşte Show Tv'nin altı yeni projesi	Yok
5. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Ünlülerin ilginç lakapları	1

Tablo C9'a bakıldığında 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*'nde **60 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "Schalke'de Huntelaar şoku! Sakatlandı..." haberi yer almaktadır

Tablo C 10: 10 Mart Pazar 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Çakar: Aziz Yıldırım operasyon yapmıştır	75
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fenerbahçe'ye Emre şoku!	19
3. Haber	GÜNDEM	Sanat dünyası yasta	6
4. Haber			
5. Haber	GÜNDEM	İşte ıssız adaya gidecek ünlü isimler!	5

Tablo C10'a bakıldığında 10 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*'nde **75 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *birinci* sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "Çakar: Aziz Yıldırım operasyon yapmıştır" haberi yer almaktadır.

Tablo C 11: 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Cruyff: Ancak Cüneyt Çakır'ın annesi bilir	51
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Mersin alev alev yanıyor!	7
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Bakan devreye girdi, derbi pazara alındı	4
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Emre'nin durumu belli oldu!	20
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT) Milliyet Magazin Servisi	Kayıp şehir veda etti	Yok

Tablo C11'e bakıldığında 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*'nde **51 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Cruyff: Ancak Cüneyt Çakır'ın annesi bilir" haberi yer almaktadır.

Tablo C 12: 12 Mart Salı 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Veltins Arena'da tartışılan Drogba pozisyonu!	69
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Hamdi Akın: Oğlum Galatasaraylı	59
3. Haber	SİYASET	Merak edilen soru yanıtını buldu	5
4. Haber	EKONOMİ	Açılış fiyatı 1,5 milyon lira!	5
5. Haber	YAŞAM	Burçlara göre seks yaşamı	Yok

Tablo C12'ye bakıldığında 12 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*'nde **69 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Veltins Arena'da tartışılan Drogba pozisyonu!" haberi yer almaktadır.

Tablo C 13: 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	Türkiye’den yeni Papa için yorum	1
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Bayern öldü öldü dirildi	16
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Malaga çeyrek finalde	31
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İşte G.Saray’ı bekleyen devler	52
5. Haber	FOTOĞRAF (SLAYT) Milliyet Magazin Servisi	Ünlülerin en yakın arkadaşları	Yok

Tablo C13’e bakıldığında 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri**’nde **52 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **dördüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “İşte G.Saray’ı bekleyen devler” haberi yer almaktadır.

Tablo C 14: 14 Mart Perşembe 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER TV-VİDEO	Stamford Bridge’de gol yağmuru vardı!	-
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İşte UEFA Avrupa Ligi tur atlayan ekipler!	61
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Aziz Yıldırım’a ceza yağdı	Yok
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Gökdeniz Karadeniz uzatmada güldü	2
5. Haber	YAŞAM	200 bin kişi günde en az 11 saat...	2

Tablo C14’e bakıldığında 14 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri**’nde **61 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “İşte UEFA Avrupa Ligi tur atlayan ekipler!” haberi yer almaktadır.

Tablo C 15: 15 Mart Cuma 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Başbakan Erdoğan’a sürpriz ziyaret	Yok
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Timsah Fırtına’yı ateşlere attı!	28
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Ronaldo’dan Galatasaray yorumu	119
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Drogba’dan kura değerlendirmesi	10
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Kamera kayıttaydı	Yok

Tablo C15’e bakıldığında 15 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*’nde **119 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Ronaldo’dan Galatasaray yorumu” haberi yer almaktadır.

Tablo C 16: 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İnönü’ye ‘Paşa’ darbesi	48
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İnönü’de Real Madrid bayrağı	210
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Galatasaray’a Kayseri’de Japon desteği	21
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Kasımpaşa’nın 3. Golü İnönü protokolünü karıştırdı	41
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	O an!	Yok

Tablo C16’ya bakıldığında 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*’nde **210 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “İnönü’de Real Madrid bayrağı” haberi yer almaktadır.

Tablo C 17: 17 Mart Pazar 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER TV-VIDEO	Salih'in attığı bu gol çok konuşulur!	-
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Mourinho soyunma odasında neler dedi?	47
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fenerbahçe'ye bir şok daha	22
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Sneijder: "Jose'ye mesaj gönderdim"	17
5. Haber	YAŞAM	Grup seks sahnesinde...	Yok

Tablo C17'ye bakıldığında 17 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*'nde **47 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Mourinho soyunma odasında neler dedi?" haberi yer almaktadır.

Tablo C 18: 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Veda ve teşekkür (Milliyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Derya Sazak'ın Milliyet köşe yazarı Hasan Cemal'e yazısı)	Yok
2. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ	Juventuslu Caceres ölümden döndü	Yok
3. Haber	GÜNDEM	Ergenekon sanıklarından ortak açıklama	4
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İşte Türkiye'nin yeni Emenike'si!	17
5. Haber	YAŞAM	Milyonerler hangi okul mezunu?	Yok

Tablo C18'e bakıldığında 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*'nde **17 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *dördüncü* sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "İşte Türkiye'nin yeni Emenike'si!" haberi yer almaktadır.

Tablo C 19: 19 Mart Salı 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Adalet Bakanı'ndan saldırı açıklaması	2
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Beşiktaş'tan görkemli kutlama	23
3. Haber	MAGAZİN	Ünlü Yıldızlı Orlando Bloom İstanbul'da	5
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Hikmet Karaman'ı utandıran transfer teklifi	16
5. Haber	FOTOĞRAF (SLAYT) Milliyet Magazin Servisi	Erol Köse'den bomba iddia!	Yok

Tablo C19'a bakıldığında 19 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri**'nde **23 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Beşiktaş'tan görkemli kutlama" haberi yer almaktadır.

Tablo C 20: 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SPOR-VOLEYBOL SKORER HABER	Galatasaray Daikin:3 – Fenerbahçe: 2	29
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Gökhan Süzen'in menajerinden sert açıklamalar...	14
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fatih Terim için Inter iddiası!	66
4. Haber	DÜNYA	Evli öğretmen öğrencisiyle yakalandı	7
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Çıplaklık itirafları	Yok

Tablo C20'ye bakıldığında 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri**'nde **66 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Fatih Terim için Inter iddiası!" haberi yer almaktadır.

Tablo C 21: 21 Mart Perşembe 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	ABD’den PKK açıklaması: “Alkışlıyoruz”	7
2. Haber	SİYASET	Bağımsız Kürdistan iptal oldu	16
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Şehmus’a 14 maç ceza!	57
4. Haber	GÜNDEM	Anonymous’dan Gökçek’e şok	5
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Radyasyondan nasıl korunabiliriz?	Yok

Tablo C21’e bakıldığında 21 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri**’nde **57 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Şehmus’a 14 maç ceza!” haberi yer almaktadır.

Tablo C 22: 22 Mart Cuma 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Andorra’dan 3 puanlık döndük	23
2. Haber	DÜNYA	Obama’dan özür yorumu ‘Bu bir başlangıç’	10
3. Haber	SİYASET	Davutoğlu’ndan flaş İsrail açıklaması	5
4. Haber	YAŞAM VIDEO MİLLİYET TV	Polisi öyle bir şeyle öldürdü ki...	-
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	“Git kendine daha genç bir kız bul”	Yok

Tablo C22’ye bakıldığında 22 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri**’nde **23 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Andorra’dan 3 puanlık döndük” haberi yer almaktadır.

Tablo C 23: 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Emre: “Küfür ettim ama”	58
2. Haber	YAŞAM	Survivor’da ölüm şoku!	-
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	45 yıllık çınar amatör kümeye düştü!	15
4. Haber	FUTBOL SKORER TV HABER	O olsa Türkiye’ye gelmezdim!	-
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Dev yaratık görüntülendi	Yok

Tablo C23’e bakıldığında 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri**’nde **58 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Emre: “Küfür ettim ama”” haberi yer almaktadır.

Tablo C 24: 24 Mart Pazar 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Emreden itiraf: “Küfür ettim ama”	58
2. Haber	YAŞAM	Survivor’da ölüm şoku!	-
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	45 yıllık çınar amatör kümeye düştü!	15
4. Haber	SKORER TV	O olsa Türkiye’ye gelmezdim!	-
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Dev yaratık görüntülendi	Yok

Tablo C24’e bakıldığında 24 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri**’nde **58 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Emre: “Küfür ettim ama”” haberi yer almaktadır.

Tablo C 25: 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	U20’de rakiplerimiz belli oldu	11
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Beşiktaş onu Arroyo!	20
3. Haber	MAGAZİN	Alemin kralı final yapıyor	31
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Roman Abramovich bilmececi sürüyor!	1
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	İşte ünlü çiftin tanışma hikâyesi	Yok

Tablo C25’e bakıldığında 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*’nde **31 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan *Magazin* kategorisi başlığı altında “Alemin kralı final yapıyor” haberi yer almaktadır.

Tablo C 26: 26 Mart Salı 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Kritik Macaristan maçında iki gol vardı.	194
2. Haber	SİYASET	Kılıçdaroğlu Erdoğan’ı o kasetle vurdu	32
3. Haber	MAGAZİN	Canlı yayında büyük kavga	3
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Eski milli futbolcu kalp krizi geçirdi	20
5. Haber	DÜNYA FOTO GALERİ SLAYT	Bu kızın çok acayip bir özelliği var	Yok

Tablo C26’ya bakıldığında 26 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*’nde **194 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında “Kritik Macaristan maçında iki gol vardı.” haberi yer almaktadır.

Tablo C 27: 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Müzakere süreci zavallılıktır!	3
2. Haber	EKONOMİ	Türkiye’ye müjdeli haber geldi!	5
3. Haber	EKONOMİ	Başbakan talimatı verdi Memura kötü haber	124
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Baroni’den çarpıcı milli takım açıklaması	80
5. Haber	DÜNYA FOTO GALERİ SLAYT	Gangnam Style’ın bu versiyonu çok konuşulur	1

Tablo C27’ye bakıldığında 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri**’nde **124 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Ekonomi** kategorisi başlığı altında “Başbakan talimatı verdi Memura kötü haber” haberi yer almaktadır.

Tablo C 28: 28 Mart Perşembe 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	Tahrik kokan olayın arkasından kim çıktı?	51
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Ziegler: ‘Kupayı G.Sarayın elinden...’	34
3. Haber	MİLLİYET TV	Hatice Sultan’dan şok çıkış	-
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Dev maçın bilet fiyatı belli oldu	29
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Milyarderin kızı sefalet içinde öldü	-

Tablo C28’e bakıldığında 28 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri**’nde **51 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Dünya** kategorisi başlığı altında “Tahrik kokan olayın arkasından kim çıktı?” haberi yer almaktadır.

Tablo C 29: 29 Mart Cuma 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Kadıköy’de alkol yasağı var!	9
2. Haber	DÜNYA	İstanbul ‘Avrupa’nın en iyisi’ seçildi!	1
3. Haber	GÜNDEM	Diyarbakır yolunda şehit sayısı 2’ye çıktı	7
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İşte Galatasaray’ın çılgın Şampiyonlar Ligi gelirleri	17
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	‘Bebeğimi aldırma zorunda kaldım’	-

Tablo C29’a bakıldığında 29 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri’**nde **17 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **dördüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “İşte Galatasaray’ın çılgın Şampiyonlar Ligi gelirleri” haberi yer almaktadır.

Tablo C 30: 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	‘Bir gece dahi Başbakan kalamazsın’	27
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Müthiş gol düellosunda 5 gol vardı!	11
3. Haber	BASKETBOL SKORER HABER	Olaylı maçtan rekor çıktı!	20
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Yok böyle bir maç TAM 11 gol!	36
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	İşte Türkiye’nin en seksi kadını	1

Tablo C30’a bakıldığında 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Beşli Manşet Üstü Haberleri’**nde **36 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **dördüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Yok böyle bir maç TAM 11 gol!” haberi yer almaktadır.

Tablo C 31: 31 Mart Pazar 2013 tarihli Beşli Manşet Üstü Haberleri

Beşli Manşet Üstü Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Dilmen konuştu! O pozisyonda hakemi...	14
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Tirübünler tepki gösterince Caner çıldırdı!	34
3. Haber	MAGAZİN	Buse Terim fena patladı	4
4. Haber	DÜNYA	Akdeniz doğalgazı İsrail'e aktarıldı	6
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	İşte Türkiye'nin en seksi kadını	1

Tablo C31'e bakıldığında 31 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Beşli Manşet Üstü Haberleri*'nde **34 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "Tirübünler tepki gösterince Caner çıldırdı!" haberi yer almaktadır.

4.4. Milliyet Gazetesi İnternet Haber Sitesindeki Onbirli Manşet Haberleri ve Yorum Sayısı

Tablo D 1: 1 Mart Cuma 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Gül'den 'Obama'nın Adamları' Hatırası	Yok
2. Haber	SPOR	"F.Bahçe taraftarı oturup düşünmeli"	25
3. Haber	DÜNYA	Yer yarıldı içine girdi	6
4. Haber	FUTBOL (VİDEO) SKORER TV	Arda Turan'dan Gangam Style Dansı!	4
5. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fenerbahçe Ateş Püskürdü	61
6. Haber	EKONOMİ	Türkiye ile ilgili çarpıcı iddia: Anlaşma an meselesi	9
7. Haber	MİLLİYET TV	Gözünü bile kırpmadan	
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	O ses Türkiye'nin yıldızı Ayda Mosharraf: "Beni kullanmaya çalıştılar"	1
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Dünyanın En Garip Canlıları	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Sadece 15 dakikaları var	1
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Fotoğrafçını gözü önünde oldu Bu görüntüler Türkiye'den değil ABD'den...	Yok

Tablo D1'e bakıldığında 1 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**'nde **61 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **beşinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Fenerbahçe Ateş Püskürdü" haberi yer almaktadır.

Tablo D 2: 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Genç Kadına Cadde Ortasında 20 dakika şiddet ve taciz	16
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Dilmen: “Terim Oyunu Çözemedi”	17
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Drogba’ya dayanamadı! 34. Dakikada...	10
4. Haber	SİYASET	Gökçek’ten Bomba İddia!	12
5. Haber	GÜNDEM	Polisler neye uğradığını şaşırdı Kadın hırsız karakolda şok etti	Yok
6. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Türkiye’nin en zenginleri	Yok
7. Haber	MİLLİYET TV	Beyaz’ın şakasına bozuldu	
8. Haber	FUTBOL SKORER TV	Arda’dan trende müthiş sow!	4
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Tiyatroda inanılmaz olay	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Bu Doğa olayları açıklanamıyor	Yok
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Çok pahalıya patladı	Yok

Tablo D2’ye bakıldığında 2 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Onbirli Manşet Haberleri*’nde **17 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında “Dilmen: “Terim Oyunu Çözemedi”” haberi yer almaktadır.

Tablo D 3: 3 Mart Pazar 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Arınç: Made in Turkey yazıyorsa, Türkiye'nin onuru bu yüzyılda budur	6
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İnönü'de tartışılan ofsayt kararı!	129
3. Haber	GÜNDEM	Demirspor'un gecesinde dansöz krizi	16
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Rıdvan Dilmen tartışılan pozisyon için ne dedi?	95
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT) Milliyet Magazin Servisi	Rüzgar yine ortaya çıktı	Yok
6. Haber	FUTBOL SKORER TV	"Fenerbahçe'nin yolunu kesmeyi başaramayacaklar"	-
7. Haber	MİLLİYET TV	Stüdyodan çılgınlıklar yükseldi Alp yapma!	-
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT) Milliyet Magazin Servisi	Acun'a 12 bin km yol kat ettiren AŞK	1
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Burlesque İstanbul göz kamaştırdı	1
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Metrobüse binmeyi merak ediyorum	10
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Millete kan kusturuyor	Yok

Tablo D3'e bakıldığında 3 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**'nde **129 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "İnönü'de tartışılan ofsayt kararı!" haberi yer almaktadır.

Tablo D 4: 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	3 aydır maaşını alamayan temizlik işçisinden insanlık dersi	54
2. Haber	GÜNDEM	Evinin önüne parkettiği araca 114 park cezası kesildi	5
3. Haber	GÜNDEM	Emre vazgeçti, Trabzonlu işadamı yaptırarak	2
4. Haber	GÜNDEM	Bu sefer şiddet mağduru ‘erkekler’ oldu	13
5. Haber	GÜNDEM	Yarından itibaren sona eriyor!	44
6. Haber	FUTBOL SKORER TV	‘F.Bahçe için 3 değil 5 gömlek küçük’	-
7. Haber	YAŞAM MİLLİYET TV	Polisleri bile şaşırtan görüntü	-
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT) Milliyet Magazin Servisi	Rüzgar yine ortaya çıktı	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Dünyanın konuştuğu fotoğraflar	5
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Müslüm Gürses’in unutamadığı anısı	1
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	İnsanın ömrüne ömür katan evler	2

Tablo D4’e bakıldığında 4 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **54 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Gündem** kategorisi başlığı altında “3 aydır maaşını alamayan temizlik işçisinden insanlık dersi” haberi yer almaktadır.

Tablo D 5: 5 Mart Salı 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	PKK köpekleri öldürdü! Mecliste vekiller birbirine girdi	17
2. Haber	GÜNDEM	Adana’da dehşet! 5 ölü çok sayıda yaralı var...	22
3. Haber	GÜNDEM	Sosyal medya bu videoyu konuşuyor. Şoförün dediğini yanlış anlayan yolcular	73
4. Haber	DÜNYA	İsrail’e korku saldı Kıyamet alameti mi? Alarm verildi	15
5. Haber	FUTBOL SKORER TV	Gülme krizine sokan diyaloglar Nijeryalı futbolcu canlı yayına bağlanırsa...	-
6. Haber	MİLLİYET TV	Ölümden döndü ardında hemen...	-
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT) Milliyet Magazin Servisi	Erol Köse’den bir bomba daha. Ünlü oyuncu o iddialara yanıt verdi!	Yok
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Gökten öyle bir şey düştü ki. Kısmetin böylesi.	2
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Bir yıl kadar bile yaşamayacak ama... Hayatın her gününü dolu dolu geçirecek	5
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Mert Fırat’ın gerçek Beren’i.	Yok
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Korkutan manzara	Yok

Tablo D5’e bakıldığında 5 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **73 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Gündem** kategorisi başlığı altında “Sosyal medya bu videoyu konuşuyor. Şoförün dediğini yanlış anlayan yolcular” haberi yer almaktadır.

Tablo D 6: 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Mecliste yumruklar uçtu!	3
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İngilizler çıldırınca... Cüneyt Çakır için suç duyurusu!	33
3. Haber	GÜNDEM	100'lerce kişi hastaneye koştu. 2 kişi ölü bulundu, durumu kritik olanlar var	7
4. Haber	SPOR	Aziz Yıldırım'ı kızdırdı! Yıldız oyuncu satılacak!	75
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Tartışılan Çakır için en farklı yorum efsanden!	-
6. Haber	MİLLİYET TV	Kaynar kahveyi yüzüne fırlattı.	-
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Bu fotoğraf Bitliste çekildi. Bu yaratıkda neyin nesi?	17
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Fatih Sultan Mehmet'in çocukluk defterini buldular	3
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ece Erken Kabus dolu günler geçiriyor. Hayatımdan endişe ediyorum	1
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Hız canavarı ilk kez görüntülendi	3
11. Haber	REKLAM	Sizi bu zayıflatır	-

Tablo D6'ya bakıldığında 6 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan ***Onbirli Manşet Haberleri***'nde **75 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **dördüncü** sırada yer alan ***Spor*** kategorisi başlığı altında "Aziz Yıldırım'ı kızdırdı! Yıldız oyuncu satılacak!" haberi yer almaktadır.

Tablo D 7: 7 Mart Perşembe 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	Yetkililer açıkladı: İşte kanıt!	11
2. Haber	GÜNDEM	Üniversite öğrencisinden şok iddia! “Çırılçıplak soyup taciz ettiler”	41
3. Haber	DÜNYA	Annesine ‘Arkadaşına gitti’ dedi ama... Dolabı açtığında dehşete düştü	2
4. Haber	EKONOMİ	Sakin 1’e basmayın!	15
5. Haber	FUTBOL SKORER TV	Çakır’ı aklayan G.Saraylı!	-
6. Haber	MİLLİYET TV	En büyük sır ortaya çıkıyor	-
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Kurnaz tilkinin ölüm oyunu	Yok
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ünlü manken hastalığını açıkladı	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ünlü işadınının kızı ortalığı karıştırdı. Paylaştığı fotoğraflar ülkede olay yarattı	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Görenler dondu kaldı	2
11. Haber	REKLAM	“Her şey on dakikada oldu!” Ebru Şallı herkesi şaşırttı	-

Tablo D7’ye bakıldığında 7 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Onbirli Manşet Haberleri*’nde **75 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Gündem* kategorisi başlığı altında “Üniversite öğrencisinden şok iddia! “Çırılçıplak soyup taciz ettiler”” haberi yer almaktadır.

Tablo D 8: 8 Mart Cuma 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Dehşete düşüren olay! Dokuz yaşındaki kızının söylediklerine inanmayınca eve gizlenip korkunç gerçeğe tanık oldu	20
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Dilmen'den G.Saray ve hakeme sert eleştiri: Bu olmamalıydı!	56
3. Haber	DÜNYA	Şimdiye kadar hiç olmadı belki 100 bin yıl daha olmayacak Bu gece mutlaka gökyüzüne bakın	14
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Plzen'li oyunculardan şaşırtan rövanş yorumu!	55
5. Haber	FUTBOL SKORER TV	İşte sebebi... Old Trafford'dan Bağcılar'a	-
6. Haber	MİLLİYET TV	Meclisin ortasında şok... Elini beline atıp	-
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Türkiye bugün bu kadını konuşuyor. Liseyi yarım bıraktı üniversiteyi açık öğretimde okudu bakın o kadın şimdi ne iş yapıyor	10
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Fotoğrafta kaç baykuş var	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Sessiz sedasız İstanbul'a geldi	1
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ekranda görüldüğü gibi değilmiş işte ünlü erkeklerin boyları	Yok
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ünlü işadınının kızı ortalığı karıştırdı. Paylaştığı fotoğraflar ülkede olay yarattı	Yok

Tablo D8'e bakıldığında 8 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**'nde **56 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Dilmen'den G.Saray ve hakeme sert eleştiri: Bu olmamalıydı!" haberi yer almaktadır.

Tablo D 9: 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	Miliyet Cadde Cadde'deki hayalet köşe yazısı	'Müslüm Baba'nın hastane gerçeği 1 milyon liralık fatura iddialarına hastaneden yanıt geldi	Yok
2. Haber	GÜNDEM	Ve bakın bu olay nerede yaşandı Şoke eden görüntüler	3
3. Haber	MAGAZİN	Acemi yönetmen rezil etti	3
4. Haber	GÜNDEM	Vatandaşlar gördükleri manzara karşısında şoka girdi "İnsanlığımızdan utanıyoruz" Edirne'de iğrenç olay!	15
5. Haber	GÜNDEM	'Kocamla ilişkiye giremiyorum' deyince... Klinikte tecavüz! 'Şehvetli bir şekilde gözlerime bak'	27
6. Haber	MİLLİYET TV VIDEO	Saçmalamanın sınırlarını zorladı	-
7. Haber	FUTBOL SKORER TV	Nereden nereye II...	-
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Dışı böyle birde içini görseniz	3
9. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Twitter'da Nihat Doğan devrimi Cenazeyi kaçırdı! Gelmeyenleri fena fırçaladı!	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	İşte yeryüzünün bittiği nokta	5
11. Haber	MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Merve Sevi fena yakalandı	1

Tablo D9'a bakıldığında 9 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**'nde **27 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **beşinci** sırada yer alan **Gündem** kategorisi başlığı altında "‘Kocamla ilişkiye giremiyorum’ deyince... Klinikte tecavüz! ‘Şehvetli bir şekilde gözlerime bak’" haberi yer almaktadır.

Tablo D 10: 10 Mart Pazar 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	EKONOMİ	Son iki ayda siparişler patladı. ABD’liler Türkiye’den bakın ne alıyor... Türk firmaları talebe yetişemiyor	21
2. Haber	GÜNDEM	Hayatının baharında aramızdan ayrıldı İçimiz yandı!	23
3. Haber	GÜNDEM	Torunun gözleri önünde... 40 yaşındaki kayınvalidenin yaptıkları kan dondurdu!	5
4. Haber	FUTBOL	Kadıköy’de tartışılan gol Yan hakem orta noktaya koşmadı!	90
5. Haber	GÜNDEM	Haberi alan koştu ama... Korkulan oldu	4
6. Haber	SPOR SKORER HABER	Avrupa’nın en büyüğü Vakıfbank!	31
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	“Seni hiç normal bulmuyorum”	Yok
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Gelin 61 damat 8 yaşında	Yok
9. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Hadise bu fotoğrafla mesaj verdi	Yok
10. Haber	DÜNYA FOTOĞRAF (SLAYT)	Uzakdoğu’nun fuhuş merkezi	Yok
11. Haber	DÜNYA FOTOĞRAF (SLAYT)	Yapım için 1.3 milyar dolar harcandı ama bu alışveriş merkezi sinek avlıyor. İşte nedeni...	2

Tablo D10’a bakıldığında 10 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **90 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **beşinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Kadıköy’de tartışılan gol Yan hakem orta noktaya koşmadı!” haberi yer almaktadır.

Tablo D 11: 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	MAGAZİN	Müslüm Gürses’e sitem dolu taziye Yerel bir gazetede çıkan taziye ilanını görenler şaşkına döndü	2
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	F.Bahçe’ye sert yanıt! “Namustan yoksun olanlar”	15
3. Haber	GÜNDEM	Öğretme kemik isteyince Tıp öğrencilerinden kan donduran rezalet!	64
4. Haber	SİYASET	BDP: Bursaspor kapatılsın	27
5. Haber	FUTBOL SKORER TV	Sergen’den şok G.Saray yorumu	Yok
6. Haber	MİLLİYET TV	Bakan Yıldız açıkladı...	Yok
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Türk komandoları işte böyle yetiştiriliyor Zorlu eğitim görüntülendi	Yok
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Türkiye’de tanınmıyor ama... Rus kadınlarının son fenomeni Adil Karaca	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Dünyada bir ilk biyonik hayvanlar	Yok
10. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	“İki gecedir rüyalarım giriyor” “Geceleri fareler yürüyor üzerimizden. Yanımızda akrepler...”	Yok
11. Haber	REKLAM	“Her şey on dakikada oldu!” Ebru Şallı herkesi şaşırttı	-

Tablo D11’e bakıldığında 11 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **64 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Gündem** kategorisi başlığı altında “Öğretme kemik isteyince Tıp öğrencilerinden kan donduran rezalet!” haberi yer almaktadır.

Tablo D 12: 12 Mart Salı 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Aslanın şok olduğu an! Acilen hastaneye kaldırıldı	45
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Şeytanın bacağına fena kırdı! Memleket havası Hamit’e yaradı	41
3. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ FOTOĞRAF (SLAYT)	G.Saray destanı böyle yazdı	3
4. Haber	DÜNYA	İki kara duman yükseldi!	4
5. Haber	FUTBOL SKORER TV	Eski fenerli 47 yaşında geri döndü	Yok
6. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Yan yana dahi durmak istemedi Survivor yolunda ilginç detay	2
7. Haber	MİLLİYET TV	Yarışmada küfür şoku Kimse fark etmedi ama...	
8. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Mini eteği zor anlar yaşattı	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Zehra’nın kıskançlık krizi Eski erkek arkadaşını yeni kız arkadaşıyla görünce...	Yok
10. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Cinsiyet değiştirdiğini açıkladıktan sonra ortadan kaybolan ünlü oyuncu ilk kez görüntülendi... Rüzgar gibi!	Yok
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Fatih Sultan Mehmet’in çocukluk defterini buldular	3

Tablo D12’ye bakıldığında 12 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **45 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Aslanın şok olduğu an! Acilen hastaneye kaldırıldı” haberi yer almaktadır.

Tablo D 13: 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Dehşetin fotoğrafı	15
2. Haber	GÜNDEM	İşte Türkiye'nin beklediği an	6
3. Haber	GÜNDEM	8 aylık hamile eşini halasının oğluyla birlikte yakaladığını iddia eden katil zanlısı eş bu sözleri duyunca 'Çabuk işini bitir'	8
4. Haber	GÜNDEM	Üsküdar'da lüks cip dehşeti	1
5. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Maçtan önce Hamit'e öyle bir şey dedi ki...	
6. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Türkiye'ye tepeden tırnağa marka olarak ayakbastı! Sadece çantası... Devrimci Nihat'ın marka tutkusu	2
7. Haber	MİLLİYET TV	Ödül töreninde Ahmet Kural'ı yıkan soru!	Yok
8. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Aşk... İhanet... İntikam...Böyle aşk üçgeni görülmedi	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	17 milyar dolarlık umut, çöp oldu!	3
10. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Cicişler 'pes'dedirtti Sonunda bunu da yaptılar	Yok
11. Haber	REKLAM	Bel, Boyun ve Eklem ağrıları Olanlar Fizik Tedaviyi Evinize Getirdik!	-

Tablo D13'ye bakıldığında 13 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**'nde **15 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Gündem** kategorisi başlığı altında "Dehşetin fotoğrafı" haberi yer almaktadır.

Tablo D 14: 14 Mart Perşembe 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Ankara'dan ABD'ye sert yanıt!	36
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Fenerbahçe'de büyük şok	30
3. Haber	GÜNDEM	İstanbul'da eşini sık sık gezmeye gönderip arkadaşlarını çağıran kişinin evine polis baskın yaptı ve... Eşini evden gönderip...	4
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	"G.Saray'ı çeyrek finale çıktığına pişman ederler..."	227
5. Haber	MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	İşıl Reçber'in paylaştığı fotoğraf olay oldu...	Yok
6. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Barcelona taraftarı seçimini yaptı...	Yok
7. Haber	MİLLİYET TV	Bu sahne şok etti...	-
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Kaleci olmak istiyor!	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Bu nasıl gelenek diyeceksiniz... Bakirelerin evlenmesi yasak olduğu için...	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Hapse götüren fotoğraflar!	1
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Bu klip yayınlanmadan olay oldu Rus şarkıcı neredeyse çırlıçıplak	Yok
1. Haber	REKLAM	Üye olan herkese çekilişsiz, şartsız Kappa T-Shirt Hediye	Yok

Tablo D14'e bakıldığında 14 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**'nde **227 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **dördüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "G.Saray'ı çeyrek finale çıktığına pişman ederler..." haberi yer almaktadır.

Tablo D 15: 15 Mart Cuma 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Mahkeme kararını aşmak için bunu da yaptı Gökçek'den bir cinlik daha!	11
2. Haber	DÜNYA	Helal Gıda'da domuz eti	Yok
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Yılmaz Vural 90'da çıldırdı	22
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Maç bitti birbirlerine girdiler!	40
5. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Real Madrid'den Galatasaraylıları kızdıracak resim!	196
6. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Terim Ronaldo'yu o isimle durduracak	Yok
7. Haber	MİLLİYET TV	Üzerine gelen kuma öz kızı olunca	-
8. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Yok böyle bir rakam Reklamdan alacağı para ortaya çıktı	1
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Gizlice Amerika'ya giden Ajda Pekkan'ın sırrı ortaya çıktı Estetiksiz bir orası kalmıştı	2
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Görenler tanıyamadı Muhteşem yakışıklının son hali	Yok
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Bu yaşamlar arasında kocaman bir fark var	1

Tablo D15'e bakıldığında 15 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Onbirli Manşet Haberleri*'nde **196 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *beşinci* sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Real Madrid'den Galatasaraylıları kızdıracak resim!" haberi yer almaktadır.

Tablo D 16: 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Bu hileye dikkat! Dolandırıcılardan şaşkınlık veren yöntem	9
2. Haber	GÜNDEM	Belde cehenneme döndü Ölü ve yaralıları var	14
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Yıldız oyuncudan çarpıcı açıklamalar ‘Ben bir mucizeyim’	41
4. Haber	DÜNYA	Bir seks skandalı daha!	4
5. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Dünya devlerini peşine takan gol makinasının... Eve dönüş yolculuğu metro ile oldu!	Yok
6. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Yengeyi gölgede bırakan dekolte	Yok
7. Haber	MİLLİYET TV	Yeni görevine başladığı an başına öyle bir şey geldi ki...	-
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Çok kötü yakalandı	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Görenler tanıyamadı Muhteşem yakışıklının son hali	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	İşte bordo bereliler	Yok
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Yolcular gözlerine inanamadı	3

Tablo D16’a bakıldığında 16 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **41 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Yıldız oyuncudan çarpıcı açıklamalar ‘Ben bir mucizeyim’” haberi yer almaktadır.

Tablo D 17: 17 Mart Pazar 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İzmir derbisinde ortalık karıştı Kırmızı kartın ardından...	49
2. Haber	GÜNDEM	Ünlü şarkıcının acı günü	11
3. Haber	GÜNDEM	Kadın çalışanlar şokta İşyerinde bulduğu hafıza kartının sahibini bulamayınca... Görüntüleri izlediğinde gözlerine inanamadı	11
4. Haber	GÜNDEM	İstanbul’da dehşet	4
5. Haber	GÜNDEM	Tübitak yarışmasında Türkiye birincisi oldular mayısta ABD’ye gidiyorlar Liseli iki gençten önemli buluş	16
6. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Sergenden yine G.Saray kurası için yorum... “Galatasaray, Real Madrid’i elerse...”	Yok
7. Haber	MİLLİYET TV	Stüdyoyu yerle bir etti!	-
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ebru Polat’tan olay fotoğraflar	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Beklenen yarışma böyle başladı... Survivor’dan ilk kareler	4
10. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	“Hapse girdim” Acun Ilıcalı’dan şaşırtıcı itiraf	1
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Çok kötü yakalandı	3

Tablo D17’ye bakıldığında 17 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Onbirli Manşet Haberleri*’nde **49 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “İzmir derbisinde ortalık karıştı Kırmızı kartın ardından...” haberi yer almaktadır.

Tablo D 18: 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Ayakları denize çakılıyor... İstanbul ile İzmir'i komşu yapacak büyük hayale adım adım...	24
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Lucescu'dan ilginç açıklama! "Türkiye'ye gitmektense..."	72
3. Haber	EKONOMİ	Bir ülke diken üstünde Kritik karar öncesi bankalar Perşembe gününe kadar kapalı	3
4. Haber	GÜNDEM	Polisler şaşıtı kaldı... Bir anda soyunmaya başladı	1
5. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Sergen Yalçından sert eleştiri... "Orta sahada kazma bir oyuncu..."	Yok
6. Haber	MİLLİYET TV	"Oyunculara güven olmuyor" Stüdyo bir anda buz kesti	-
7. Haber	SPOR FOTO GALERİ	Şimdi 5 parasız ve 2 kez intihar etmek istedi... Haftada 90 bin lira kazanıyordu	Yok
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	"Maçın kırılma anı 45 inci dakikada offsayt'tan yediğimiz 5 inci gol oldu" Hollanda'ya 11-0 yenilen San Marino teknik direktörü efsane olan sözler	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Dünya'nın en çıplak kentinde bankaya bile çıplak gidiyorlar	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Survivor teklifini duyunca... "Hadsiz kapa telefonu"	Yok
11. Haber	REKLAM	En hızlısını kim istemez Yandex browser	-

Tablo D18'e bakıldığında 18 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**'nde **72 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında "Lucescu'dan ilginç açıklama! "Türkiye'ye gitmektense..." haberi yer almaktadır.

Tablo D 19: 19 Mart Salı 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	MHP’de Akşener depremi!	17
2. Haber	SPOR SKORER HABER	İşte kura çekimindeki o şok görüntü!	134
3. Haber	GÜNDEM	4’ü korucu 1’i karakol komutanı 6 kişinin tecavüzüne uğradı İlköğretim okulunda tecavüz dehşeti!	14
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Yıldız oyuncudan yönetime rest!	12
5. Haber	FUTBOL SKORER TV	“Türkler şu an rüyada”	Yok
6. Haber	MİLLİYET TV	Sapıklığın bu kadarına da pes! Ünlü mankene güvenlik görevlisinden büyük şok!	Yok
7. Haber	DÜNYA FOTOĞRAF (SLAYT)	Piangodan çıkan milyonlar suyunu çekti. Şimdi cebinde sadece 20 lira kaldı. Peki bu kadar parayı nasıl yemeyi başardı? İşte hikayesi... 5 milyon lirayı tüketti	1
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ünlü işadamı Twitter’daki taklidini buldu. O kişiyi ofisine çağırdı ve...	1
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Gönüllüler takımındaki yarışmacı bakın kim çıktı?	4
10. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Bu kez çok farklı bir Rüzgar Geçen hafta gazetecilere saldırdı bu hafta ise...	Yok
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Hapse götüren fotoğraflar!	1

Tablo D19’a bakıldığında 19 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Onbirli Manşet Haberleri*’nde **134 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Spor* kategorisi başlığı altında “İşte kura çekimindeki o şok görüntü!” haberi yer almaktadır.

Tablo D 20: 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Hastanede oyun kuyruğu kamerada	39
2. Haber	FUTBOL SKORER HABER	F.Bahçe'yi yok saydılar Trabzon'u şampiyon ilan ettiler!	200
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Hocasından Drogba'yı üzecek açıklamal!	31
4. Haber	EKONOMİ	'Türkiye'ye bunu yaparsa bölünürüz' En büyük korkusu oldu!	18
5. Haber	MİLLİYET TV	Aysal'dan Ümit Özat'a gönderme!	-
6. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Daha önce böylesi yaşanmadı Denizden çıktı caddeyi birbirine kattı	Yok
7. Haber	SPOR FOTOĞRAF (SLAYT)	Derya Çayırhan Arda Turan... Ortak bir özellikleri var...	Yok
8. Haber	MİLLİYET TV	Türk oyuncu kırmızı halıda olay yarattı	Yok
9. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Yılın aşkında şok iddia!	Yok
10. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Ayaklıgazete sahiplerini buldu	Yok
11. Haber	REKLAM	Sizi bu zayıflatır	Yok

Tablo D20'ye bakıldığında 20 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Onbirli Manşet Haberleri*'nde **200 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve *ikinci* sırada yer alan *Futbol* kategorisi başlığı altında "F.Bahçe'yi yok saydılar Trabzon'u şampiyon ilan ettiler!" haberi yer almaktadır.

Tablo D 21: 21 Mart Perşembe 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Ak Parti Genel Başkan Yardımcısı; 300 yıl sonra bir ilki yaşıyoruz	8
2. Haber	SİYASET	Kürtçesi ile ‘pes’ dedirtti...	28
3. Haber	DÜNYA	Sarkozy’e büyük şok	Yok
4. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Milli Takım’da bir casus	14
5. Haber	GÜNDEM	İki çocuk tecavüzden tutuklandı	1
6. Haber	MİLLİYET TV	Tutuklu amiralin oğlundan beklenmedik çıkış O sözleri duyunca dondu kaldı	-
7. Haber	DÜNYA FOTOĞRAF (SLAYT)	“Eve insan kemikleri ile geldi yine de şüphe duymadım” Seri katillerin saf eşleri	Yok
8. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Bir zamanlar şöhretti şimdi köfteci	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Spikeri şoke eden yanıt “Cinsel tercihim merak ediyorsanız...”	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ağlaya ağlaya itiraf etti	Yok
11. Haber	REKLAM	En hızlısını kim istemez	-

Tablo D21’e bakıldığında 21 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **21 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Siyaset** kategorisi başlığı altında “Kürtçesi ile ‘pes’ dedirtti...” haberi yer almaktadır.

Tablo D 22: 22 Mart Cuma 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Karayılan'dan örgüt üyelerine flaş talimat	17
2. Haber	DÜNYA	İsrail'in özrü çıldırttı! Olay adamdan sert açıklama	16
3. Haber	MİLLİYET TV SİYASET	İsrail özür diledi, ama	Yok
4. Haber	MİLLİYET TV FUTBOL	Ronaldo'yu geçip G.Saraylı yıldızı seçti! Mourinho'nun aklı hala onda...	21
5. Haber	GÜNDEM	Günün iğrenç haberi İzmit'ten geldi Eski kız arkadaşının annesine...	6
6. Haber	FUTBOL SKORER TV	İkisi bir arada!	-
7. Haber	MİLLİYET MAGAZİN	Bu isim sizi çok şaşırtacak Bölüm başına aldığı 70 bin TL ile Kıvanç'ı, Beren'i, ve Kenan'ı solladı	Yok
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Yerli Adriana adada yaşananlara dayanamadı Survivor'da gözyaşı seli	Yok
9. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Drogba dansözü görünce bakın ne yaptı	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Timsahı beslerken çamura saplandı! O korkunç anlar turist kamerasında	Yok
11. Haber	REKLAM	En hızlısını kim istemez	-

Tablo D22'ye bakıldığında 22 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Onbirli Manşet Haberleri*'nde **21 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **dördüncü** sırada yer alan MİLLİYET TV **Futbol** kategorisi başlığı altında "Ronaldo'yu geçip G.Saraylı yıldızı seçti! Mourinho'nun aklı hala onda..." haberi yer almaktadır.

Tablo D 23: 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Kalabalık “Vur de vuralım, öl de ölelim” diye bağırınca MHP lideri böyle yanıt verdi “Merak etmeyin...”	59
2. Haber	GÜNDEM	Yeni bir dönem başlıyor! Bakan açıkladı! Kaldıracağız	20
3. Haber	SKORER GALERİ	İşte bu oyunun en güçlü oyuncusu	11
4. Haber	DÜNYA	39 yaşındaki kadın sekiz ay boyunca... Polis eve girince korkunç gerçekle karşılaştı	Yok
5. Haber	SKORER ÖZEL HABER	İki dev, Türk yıldız için savaşıyor	14
6. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Çok çay içen kadına bakın ne oldu! Günde ne kadar çay tüketilmeli?	Yok
7. Haber	MİLLİYET TV	Fiyatlar uçunca silahını kuşandı	-
8. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Sokakta bulduğu köpek yavrusunu iyileştirmek isterken... Genç oyuncu uyuz oldu	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ünlülerin yüz kızartan seks skandalları internette	1
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Yerli Adriana adada yaşananlara dayanamadı Survivor’da gözyaşı seli	4
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Gupse’den son haber Şaşırtan Tweet’ler “Çıkışta acaba arabanın bagajına...”	Yok

Tablo D23’e bakıldığında 23 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **59 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Siyaset** kategorisi başlığı altında “Kalabalık “Vur de vuralım, öl de ölelim” diye bağırınca MHP lideri böyle yanıt verdi “Merak etmeyin...” haberi yer almaktadır.

Tablo D 24: 24 Mart Pazar 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Kalabalık “Vur de vuralım, öl de ölelim” diye bağırınca MHP lideri böyle yanıt verdi “Merak etmeyin...”	59
2. Haber	GÜNDEM	Yeni bir dönem başlıyor! Bakan açıkladı! Kaldıracağız	20
3. Haber	SKORER GALERİ	İşte bu oyunun en güçlü oyuncusu!	Yok
4. Haber	DÜNYA	39 yaşındaki kadın 8 ay boyunca... Polis eve girince korkunç gerçeğe karşılaştı	Yok
5. Haber	FUTBOL SKORER HABER	İki dev, Türk yıldız için savaşıyor!	14
6. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Çok çay içen kadına bakın ne oldu! Günde ne kadar tüketilmeli?	Yok
7. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Fiyatlar uçunca silahını kuşandı	Yok
8. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Sokakta bulduğu köpek yavrusunu iyileştirmek isterken... Genç oyuncu uyuz oldu	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ünlülerin yüz kızartan seks skandalları internette	1
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Yerli Adriana adada yaşananlara dayanamadı Survivor’da gözyaşı seli	4
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Gupse’den son haber Şaşırtan Tweet’ler “Çıkışta acaba arabanın bagajına...”	Yok

Tablo D24’e bakıldığında 24 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan *Onbirli Manşet Haberleri*’nde **59 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Siyaset** kategorisi başlığı altında “Kalabalık “Vur de vuralım, öl de ölelim” diye bağırınca MHP lideri böyle yanıt verdi “Merak etmeyin...” haberi yer almaktadır.

Tablo D 25: 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Arınç: Bahçeli hayatının en büyük hatasını yaptı	19
2. Haber	GÜNDEM	Öz anne vahşeti kan dondurdu Baba pencereden eve girince şoka girdi	29
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	R.Madrid ve Mourinho yorumu! Fatih Terim GS TV’ye çarpıcı açıklamalar yaptı	9
4. Haber	GÜNDEM	Kültür merkezinde büyük şok	3
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Tır polemiği sürüyor! Ümit Özat’tan Aysal’a ilginç benzetme	Yok
6. Haber	MİLLİYET TV	Sefalet öldürüyordu	Yok
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ve 8 yaşındaki damat konuştu! Evliliğini ilk kez anlattı	
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Cem Yılmaz’ın anlattığı otobüs meğer gerçekmiş İşte ‘Kakabüs’	Yok
9. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Konukları şoke eden sözler “Sende bende abaza abaza...” Bu kareden sonra ortalık karıştı	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Çok konuşulan reklamda öyle bir hata var ki	3
11. Haber	REKLAM	En hızlısını kim istemez	Yok

Tablo D25’e bakıldığında 25 Mart Pazartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **29 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **ikinci** sırada yer alan **Gündem** kategorisi başlığı altında “Öz anne vahşeti kan dondurdu Baba pencereden eve girince şoka girdi” haberi yer almaktadır.

Tablo D 26: 26 Mart Salı 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	DÜNYA	Başbakan Erdoğan’a sert mektup Başbakan korkak ve aptal!	35
2. Haber	DÜNYA	Dünya, Amina için ayağa kalktı	19
3. Haber	DÜNYA	Dehşete düşüren iddia... Bebeklerini öldürüp buzlukta saklıyor!	1
4. Haber	GÜNDEM	Pis koku yayılınca köylüler jandarmaya haber verdi!	6
5. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Gecenin yıldızı Twitter’ı salladı!	44
6. Haber	MİLLİYET TV	“Kimi vuruyorsun...”	-
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Türkiye’nin en ünlü damadıydı Bakın şimdi ne yapıyor	Yok
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	İnanılmaz ama gerçek kanseri yendi ama...	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Survivor Duygu’yu nereden tanıyoruz	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Mesut Yar Dümen’e ‘Terzi söküğünü dikemez. Sizin cinsel hayatınız nasıl gidiyor?’ diye sorunca... Bu cevabı beklemiyordu!	Yok
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Eski sevgilisi sahnede öpüşünce... Tiyatroda inanılmaz olay	Yok

Tablo D26’ya bakıldığında 26 Mart Salı 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri’nde 44 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **beşinci** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Gecenin yıldızı Twitter’ı salladı!” haberi yer almaktadır.

Tablo D 27: 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	İstanbul’da patlama	5
2. Haber	EKONOMİ	Rumlara Ruslardan sert uyarı ve tehdit!	6
3. Haber	DÜNYA	‘Tarihin en büyük saldırısı’	15
4. Haber	GÜNDEM	Daha düşün bile yapmadan Eşine sokak ortasında kurşun yağdırdı	1
5. Haber	SKORER TV VIDEO	Çok şaşıracaksınız! İşte Adana’lı C.Ronaldo!	Yok
6. Haber	MİLLİYET TV	Protesto için parmağını kopardı	Yok
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	İşte Ilıcalı ailesinin muhteşem evi	Yok
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Leyla ile Mecnun’un büyük başarısı	4
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Özlem o soruyu duyunca ağlamaya başladı Sunucular zor sakinleştirdi	Yok
10. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	“Volkan’ı frenlemek zorunda kalıyorum” demişti ama kendisini frenleyemedi	2
11. Haber		Ağrılarınızdan kurtulun İLANDIR	Yok

Tablo D27’ya bakıldığında 27 Mart Çarşamba 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **15 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Dünya** kategorisi başlığı altında “‘Tarihin en büyük saldırısı’” haberi yer almaktadır.

Tablo D 28: 28 Mart Perşembe 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	CHP’li İnce’den bomba iddia “İsrail’e ne verildi biliyor musunuz?”	12
2. Haber	DÜNYA	Müslüman mahkumun önünde... Papa diz çöktü, ayak öptü!	10
3. Haber	SİYASET	İsrail’de müzakereler yapıldı mı? Dışişleri Bakanlığı’ndan ‘Gizli anlaşma’ açıklaması!	Yok
4. Haber	MAGAZİN	Beni de gaza getirdiler... Yıllar sonra gelen özür ve itiraf	21
5. Haber	DÜNYA	Gizemi çözüldü!	Yok
6. Haber	SKORER TV FUTBOL	“Gerçekten o muydu?” Çöpdemir’in milli takım isyanı	
7. Haber	FUTBOL SKORER GALERİ	Volkan Demirel’in muhteşem evi	14
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Kadınlar birlikte olacakları erkeklerde paranın önemli olmadıklarını söylüyor. Bakalım gerçekten de öyle mi? Kadınlar ne ister?	5
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Logolardaki gizli simgeleri hiç fark ettiniz mi?	1
10. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Galip Derviş’in ilk hatası Seyircinin gözünden kaçmadı	Yok
11. Haber	YAŞAMFOTOĞRAF (SLAYT)	Onu görüntüleyebilmek için...	Yok

Tablo D28’e bakıldığında 28 Mart Perşembe 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **21 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **dördüncü** sırada yer alan **Magazin** kategorisi başlığı altında “Beni de gaza getirdiler... Yıllar sonra gelen özür ve itiraf” haberi yer almaktadır.

Tablo D 29: 29 Mart Cuma 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	‘Osmanlı’da Lazistan, Kürdistan Eyaletleri vardı’ Erdoğan; referanduma gideriz	49
2. Haber	GÜNDEM	Gülderen köyünden bir depo! Jandarma ekiplerinin bile ağzı açık kaldı	10
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Kaka’dan G.Saray itirafı!	51
4. Haber	GÜNDEM	Tecavüz şurubu yok satıyor!	16
5. Haber	SKORER TV FUTBOL	Muslera büyük tehlike atlattı!	-
6. Haber	MİLLİYET TV	“Beni işe almadı!”	-
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	90’ların ünlüleri şimdi ne yapıyor? Banu’yu görünce şaşıracaksınız	Yok
8. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Fatmagül’ün hosteslikten Survivor’a yolculuğu	Yok
9. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Bizonun intikamı ağır oldu	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Gizlice Amerika’ya giden Ajda Pekkan’ın sırrı ortaya çıktı Estetiksiz bir orası kalmıştı!	1
11. Haber		Tarzını yansıtt farkını ortaya koy Reklam	-

Tablo D29’a bakıldığında 29 Mart Cuma 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan ***Onbirli Manşet Haberleri***’nde **51 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Kaka’dan G.Saray itirafı!” haberi yer almaktadır.

Tablo D 30: 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	SİYASET	Eğer süreç başarısız olursa! Bülent Arınç'tan çarpıcı açıklamalar	7
2. Haber	SİYASET	Bakan kürsüde fırçaladı “Senin yapacağın işi...”	16
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Süperlig’te alışılmadık tepki Galibiyet geldi istifa etti	26
4. Haber	EKONOMİ	Bu ilçe 3 büyükşehri solladı	Yok
5. Haber	MAGAZİN	Karşınızda ‘Muhteşem Memati!’	13
6. Haber	FUTBOL SKORER HABER TV	Rüştü Rençber den tarihi itiraf!	-
7. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ali Ağaoğlu twitlerini o atıyor	1
8. Haber	DÜNYA FOTOĞRAF (SLAYT)	Mesleğine çok şaşıracaksınız	3
9. Haber	SPOR	Efsane pankartlar	Yok
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	90’ların ünlüleri şimdi ne yapıyor? Banu’yu görünce şaşıracaksınız	Yok
11. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Bizonun intikamı ağır oldu	Yok

Tablo D30’a bakıldığında 30 Mart Cumartesi 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **26 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **üçüncü** sırada yer alan **Futbol** kategorisi başlığı altında “Süperlig’te alışılmadık tepki Galibiyet geldi istifa etti” haberi yer almaktadır.

Tablo D 31: 31 Mart Pazar 2013 tarihli Onbirli Manşet Haberleri

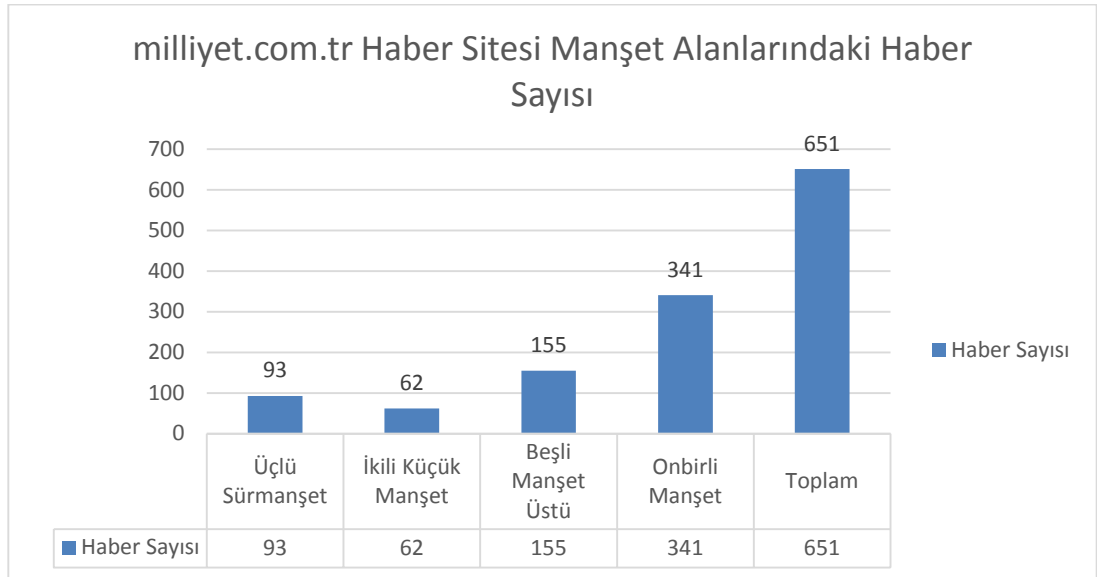
Onbirli Manşet Haberleri Sıralaması	Kategori	Haber Başlığı	Yorum Sayısı
1. Haber	GÜNDEM	Bu acıya yürek dayanmaz!	33
2. Haber	DÜNYA	Eğer doğruysa... Dengeleri değiştirecek iddia	14
3. Haber	FUTBOL SKORER HABER	Lazio maçı öncesi müjdeyi verdi!	8
4. Haber	EKONOMİ	‘Nasıl konuşuyorsun’ dedi ve telefonu Bakan’ın yüzüne kapattı	8
5. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	‘Erkek genel evinde çalışmak istiyorum’ 5 bin kişi başvurmuş	2
6. Haber	MİLLİYET TV YAŞAM	Günlük kazancı 44 TL Türkiye nefesini tuttu O’nu izliyor...	-
7. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Survivor Duygu Mehmet Aslan’la böyle birbirine girmişti ‘Sevgilisi olan insanlarla otel odalarında...’	2
8. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Kaya’dan bomba itiraf ‘Hülya aslında benim...’	1
9. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Doğukan babasını anlattı, izleyenler ağladı	5
10. Haber	YAŞAM FOTOĞRAF (SLAYT)	Ali Ağaoğlu twitlerini o atıyor	1
11. Haber	YAŞAM-MAGAZİN FOTOĞRAF (SLAYT)	Mahidevran aşka geldi Kendine hakim olamayarak önce sevgilisini boynundan...	2

Tablo D31’a bakıldığında 31 Mart Pazar 2013 tarihli www.milliyet.com.tr haber sitesinde yayınlanan **Onbirli Manşet Haberleri**’nde **33 yorum** sayısı ile en çok yorum alan ve **birinci** sırada yer alan **Gündem** kategorisi başlığı altında “Bu acıya yürek dayanmaz!” haberi yer almaktadır.

BULGULAR

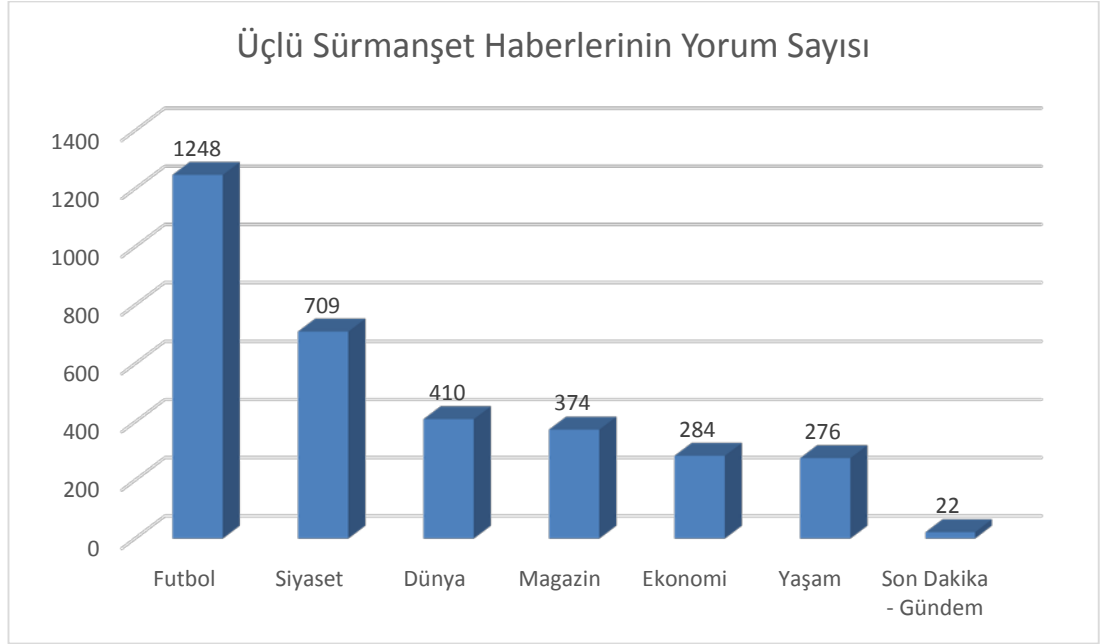
Milliyet gazetesinin haber sitesindeki okur yorumlarını içeriğe etkisi ve interaktivite yaşanıp yaşanmadığı üzerine yapılan bu araştırma, **1 Mart – 31 Mart 2013** tarihleri arasında kapsamaktadır. Haber metinleri yayımlandıktan sonra okur yorumlarının içeriği ve eleştirisi doğrultusunda herhangi bir değişiklik yapıp yapılmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. www.milliyet.com.tr adresinden **651 haber** incelenmiş, **Üçlü Sürmanşet**, **İkili Küçük Manşet**, **Beşli Manşet Üstü** ve **Onbirli Manşet** haberlerinin kategorilere göre yorum sayısı hesaplanarak, analiz edilmiştir.

Haber sitesinin anasayfasında yayınlanan haberler kategorileri site tarafından belirlenen **Gündem (Son dakika)**, **Siyaset**, **Dünya**, **Futbol**, **Yaşam**, **Magazin**, **Spor** ve **Ekonomi** başlıklar altında toplanmıştır. 31 gün boyunca **08.00-00.00** saatleri arasında haber metinleri ve okur tarafından yapılan yorumların tamamı kayda alınmıştır. Haberlerin altına okuyucular tarafından yazılan okur yorumları incelenerek haber metinlerinde herhangi bir değişiklikte etkilerinin olup olmadığı araştırılmıştır.



Grafik 1: www.milliyet.com.tr Haber Sitesi Manşet Alanlarındaki Haber Sayısı

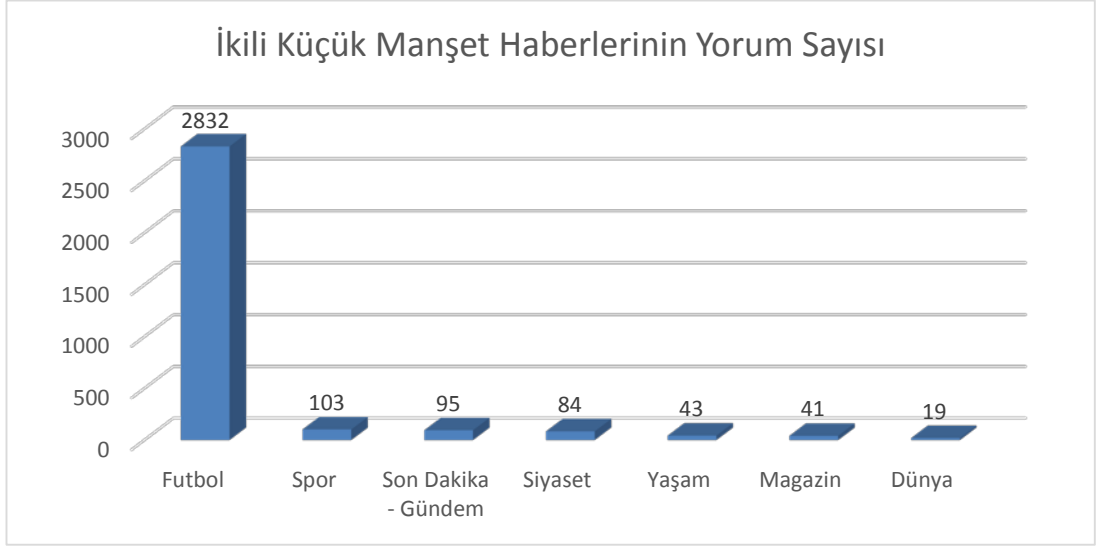
Üçlü Sürmanşet alanında toplamda **93 haber**, **İkili Küçük Manşet** alanında toplamda **62 haber**, **Beşli Manşet Üstü** alanında toplamda **155 haber** ve **Onbirli Manşet** alanında toplamda **341 haber** yayınlanmıştır.



Grafik 2: Üçlü Sürmanşet Haberlerinin Yorum Sayısı

Üçlü Sürmanşet Haberleri'nin kategorilere göre toplamda okuyucuların yorum sayısı şöyledir: **Futbol** haberlerinde **1248 yorum**, **Siyaset** haberlerinde **709 yorum**, **Dünya** haberlerinde **410 yorum**, **Magazin** haberlerinde **374 yorum**, **Ekonomi** haberlerinde **284 yorum**, **Yaşam** haberlerinde **276 yorum** ve **Gündem – Son Dakika** haberlerinde ise **22 yorum** yapılmıştır.

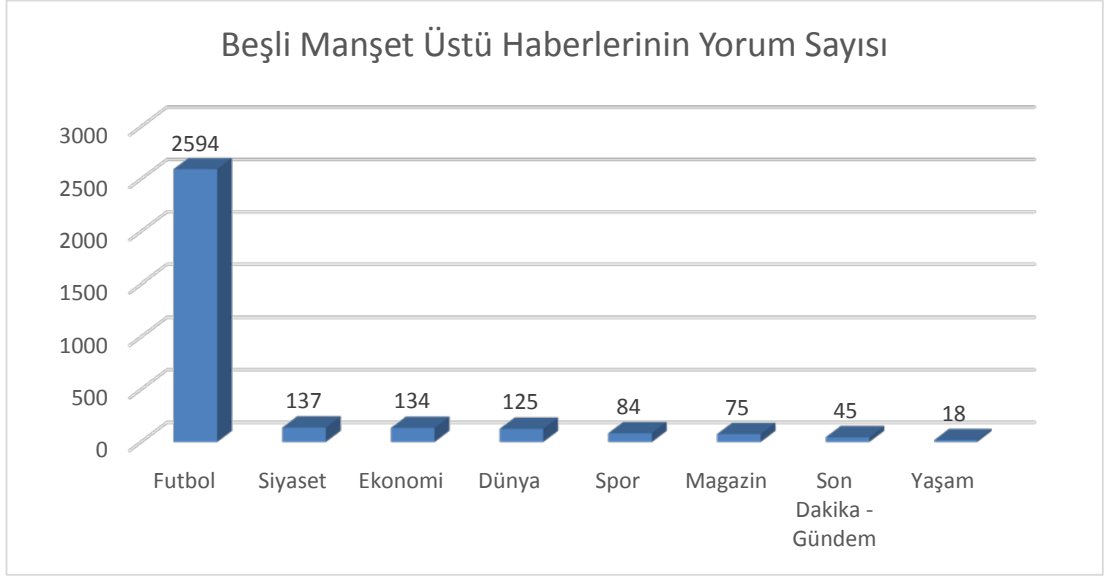
Üçlü Sürmanşet Haberleri'nin toplamda **93 haber sayısı**yla okur tarafından en çok yorum alan kategorilere göre analiz edildiğinde **Futbol** haberlerinin **1248 yorum** yapılarak **birinci** sırada yer aldığı ortaya çıkmaktadır.



Grafik 3: İkili Küçük Manşet Haberlerinin Yorum Sayısı

İkili Küçük Manşet Haberleri'nin kategorilere göre toplamda yorum sayısı ise şöyledir: **Futbol** haberlerinde **2832** yorum, **Spor** haberlerinde **103 yorum**, **Gündem – Son Dakika** haberlerinde **95 yorum**, **Siyaset** haberlerinde **84 yorum**, **Yaşam** haberlerinde **43 yorum**, **Magazin** haberlerinde **41 yorum**, **Dünya** haberlerinde **19 yorum** yapılmıştır.

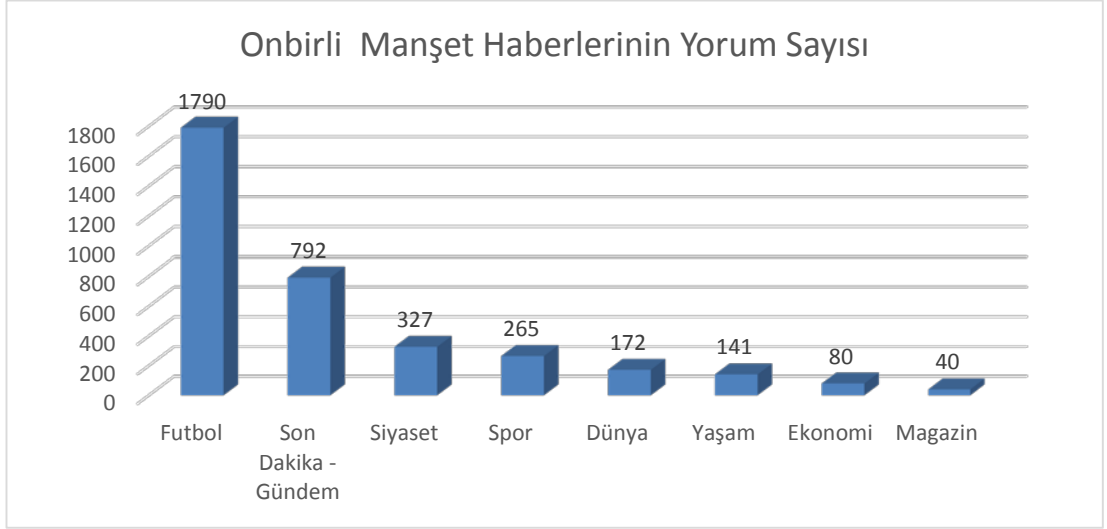
İkili Küçük Manşet Haberleri'nin toplamda **62 haber sayısı**yla okur tarafından en çok yorum alan kategorilere göre analiz edildiğinde **Futbol** haberlerinin **2832 yorum** yapılarak **birinci** sırada yer aldığı ortaya çıkmaktadır.



Grafik 4: Beşli Manşet Üstü Haberlerinin Yorum Sayısı

Beşli Manşet Üstü Haberleri'nin kategorilere göre toplamda yorum sayısı ise şöyledir: **Futbol** haberlerinde **2594 yorum**, **Siyaset** haberlerinde **137** yorum sayısı, **Ekonomi** haberlerinde **134** yorum sayısı, **Dünya** haberlerinde **125 yorum**, **Spor** haberlerinde **84 yorum**, **Magazin** haberlerinde **75 yorum**, **Gündem – Son Dakika** haberlerinde **45 yorum** ve **Yaşam** haberlerinde **18 yorum** yapılmıştır.

Beşli Manşet Üstü Haberleri'nin toplamda **155 haber sayısı**yla okur tarafından en çok yorum alan kategorilere göre analiz edildiğinde ise **Futbol** haberlerinin **2594 yorum** yapılarak **birinci** sırada yer aldığı ortaya çıkmaktadır.



Grafik 5: Onbirli Manşet Haberlerinin Yorum Sayısı

Onbirli Manşet Haberleri'nin kategorilere göre toplamda yorum sayısı şöyledir: **Futbol** haberlerinde **1790 yorum**, **Gündem – Son Dakika** haberlerinde **792 yorum**, **Siyaset** haberlerinde **327 yorum**, **Spor** haberlerinde **265 yorum**, **Dünya** haberlerinde **172 yorum**, **Yaşam** haberlerinde **141 yorum**, **Ekonomi** haberlerinde **80 yorum** ve **Magazin** haberlerinde **40 yorum** yapılmıştır.

Onbirli manşet Haberleri'nin toplamda **341 haber sayısı**yla okur tarafından en çok yorum alan kategorilere göre analiz edildiğinde **Futbol** haberlerinin **1790 yorum** yapılarak **birinci** sırada yer aldığı ortaya çıkmaktadır.

Okur yorumlarının dağılımına bakıldığında, *futbol*, *siyaset* ve *gündem* haber kategorilerine yoğun bir ilgi olduğu söylenebilir. Ancak, dünya, yaşam, spor, bilim-teknoloji, çevre, kültür, ekonomi, magazin ve dış haberler kategorilerinde oldukça az sayıda okur yorumu olduğu görülmektedir. Bu kategorideki bazı haberlere gün boyunca okur hiçbir yorum yapmaktadır.

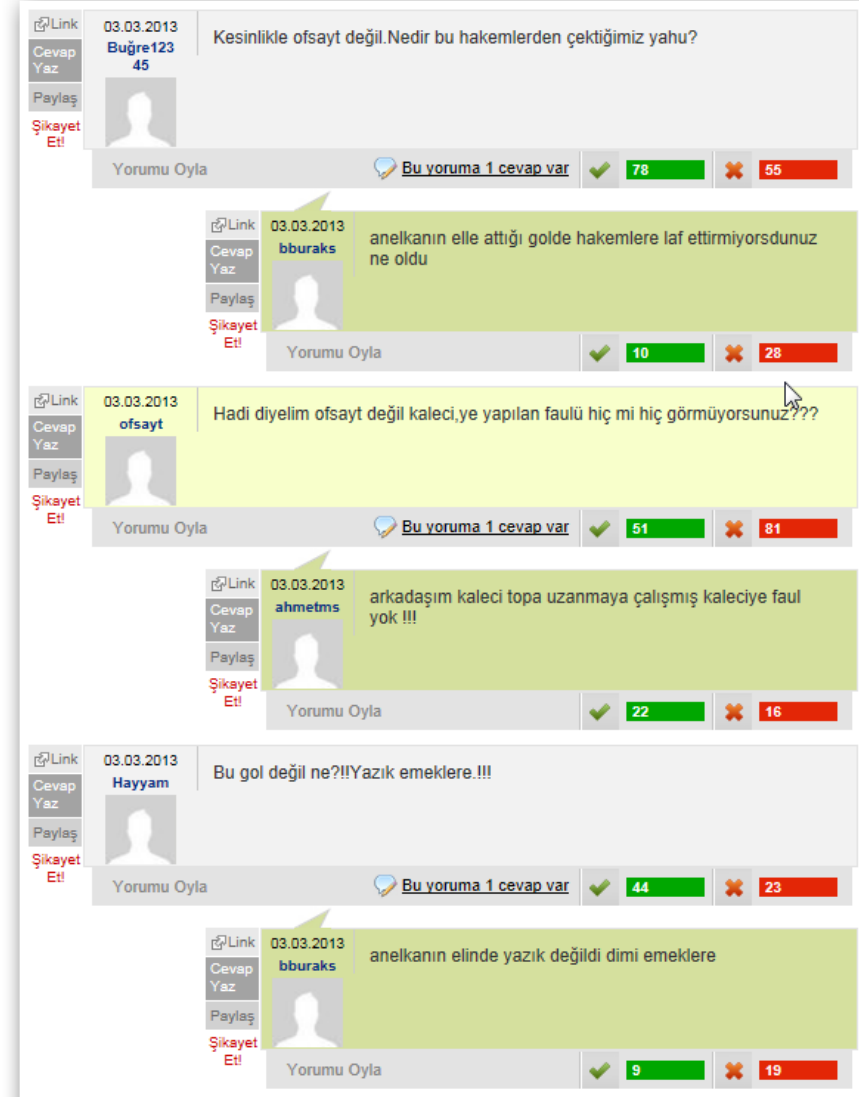


Resim 1: Haber Sitesindeki Okur Yorumlarının “Beğenilen ya da Beğenilmeyen Yorum” Şeklinde Tıklanmasına Örnek

Milliyet gazetesinin internet haber sitelerinde haberlere okurlar tarafından yapılan yorumlar yine okurlar tarafından “beğenilen ya da beğenilmeyen yorum” şeklinde tıklanmaktadır. Burada haber sitesine göre ideolojik bazı faktörler de devreye girmekte ve bu tıklanma sayısının da genelde bunun etkisinde yapıldığı görülmektedir.

Okur yorumları konusundaki önemli ayrıntılardan biride yorumcular arasında sürekli yaşanan tartışmalar oluşturmaktadır. Yorum yazılan haberlerin çoğunda yorumcular birbirlerine yönelik tepki ve eleştirilerini de dile getirmektedir. Okur, haber metninin sunmuş olduğu içeriği yorumlarıyla farklı bakış açılarıyla

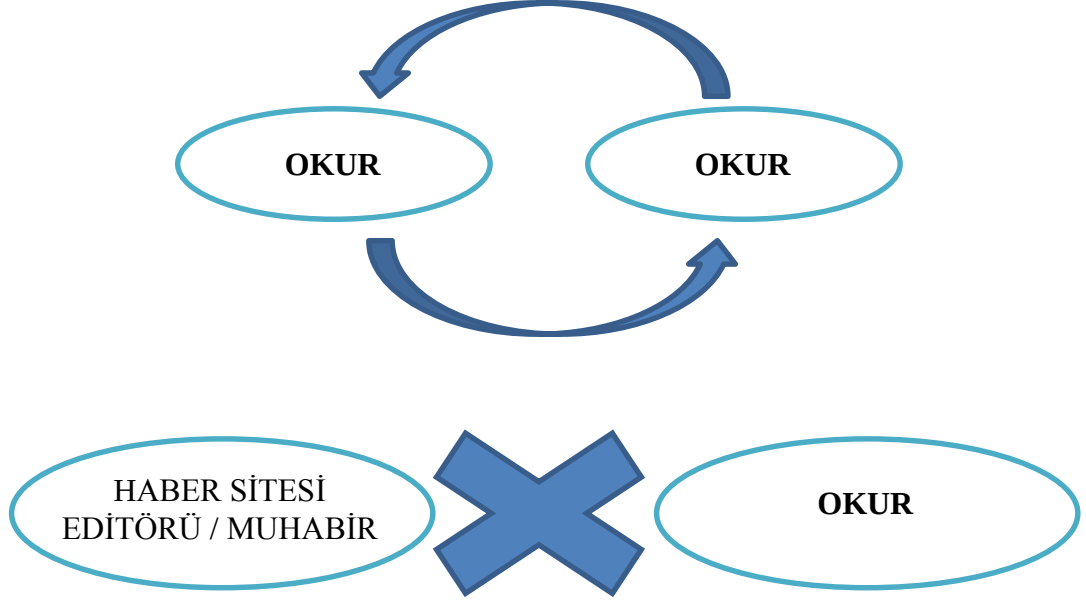
tartışabilmektedir. Fakat okur tarafından yazılan metinler ve yorumlar sonucunda haberde herhangi bir değişiklik oluşmamaktadır. Yazar ya da muhabir tarafından geri dönüşüm sağlanmamakta okurlar arası yorumlar- yazışmalar yapılarak okur kendini okumaya başlamaktadır. Kısacası interaktivite okurlar arasında gerçekleşmektedir.



Resim 2: Okurlar Arası İnteraktiviteye Örnek

Özellikle en çok yorum yapılan haber türleri olan *futbol* ve *siyaset* haberlerinde bu tartışmalar sık sık yaşanmaktadır. Bu tartışmalar uzadıkça yorumcuların yazdığı yorumlar giderek haber içeriğinden uzaklaşmakta ve farklı konuları içermeye başlamaktadır. Böylece çok sayıda okur yorumu, haberi esasını

teşkil eden konudan ilgisiz olmaktadır. Genellikle iki kişi arasında yaşanan bu tartışmalar gün içinde başka okurlar da katılmaktadır.



Şekil 8: Okurlar ve Haber Sitesi Editörleri Arasındaki İnteraktivite

Yorumlara bakıldığında okurların ihtiyaç duydukları medya da kendilerini görmeleri üzerine toplumsal katılım sağladıkları, ancak bu katılımın kendi topluluğu içinde devam ettiği ve demokratikleşmeye dolaylı olarak katkı sağlamadığı ortaya çıkmaktadır. Okurlar kendi aralarında interaktif halde bulunurken, haber sitesi editörü/muhabir – okur arasında interaktif iletişim görülmemektedir.

Yorum olanakları her ne kadar eşit olursa olsun bu kamusal bir nitelikli demokratik bir tartışma ortamı olduğunu ortaya koymamaktadır. Katılımın belli oranda sınırlı kalması ve katılımcıların gizli kimliklerinin tartışmayı ve gündemi yönlendirememesi bu oluşan alanda tartışmaların başlamasına ve sanal olarak kalması ve devam edememesine yol açmaktadır.

İncelenen haberlere yorum yazan kişilerin cinsiyetleri, yaşları, sosyal durumları ve diğer özelliklerini kendisi ya da site yönetimi gizli tutmaktadır. Çok sayıda okur üye olmadan sanal kimlikleri-takma adları ile yorum yazmaktadır. Bu

sebepten ötürü haber siteleri üzerinden sağlıklı bir okur profili oluşturmak mümkün görünmemektedir.

Haber sitelerinde okur yorumlarıyla ilgili olarak; *‘günlük’* en çok yorum alan haberler, en çok yorum yazan üyeler gibi istatistiksel sistem tarafından belirlenmekte ve **yorum.www.milliyet.com.tr** sayfası üzerinden ziyaretçilerle paylaşılmaktadır. Ayrıca dikkat çeken yorumlar milliyet yorum twitter sayfasından *‘sende katıl’* sloganıyla sosyal medyada da *en dikkat çeken yorum* ve *en beğenilen yorumlar* okurla paylaşılmaktadır.

SONUÇ

Yeni medya alanı olan internet gazeteciliğinin basılı yayınlara karşılık anlamlı bir üstünlüğü de “interaktivite”dir. Birçok haber sitesi, okurlarına yorum yapma, haberleri puanlama, konuyla ilgili anketlere katılma imkânı sunmaktadır. Toplumun çeşitli konular hakkındaki düşüncesini öğrenmek internet yoluyla kolay, ucuz ve etkilidir. Okurların görüş bildirmeleri demokrasi ve katılımcılık anlamında oldukça yararlıdır. Ancak interaktif ortam kimi okurların bilinçsizce yazmalarına neden olmakta hatta kötü niyet ve potansiyel bir tehlikeye işaret etmektedir. İnternette yüzyüze iletişimden farklı olarak katılımcıların çekinme ve şiddete maruz kalma korkusunun olmaması ve rumuzlarıyla yorum yapabilme imkânlarının olması fikirlerinin daha rahat bir üsluba dönüşmesine neden olabilmektedir.

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, özellikle de internet haberciliği yapan medyaların, yayınladıkları haberleri okurların yorumuna açmaları; bir yandan okuru haberin bir parçası haline getirirken, diğer yandan da haber veren medya üzerinde bir denetleyici konumuna ulaştırmaktadır. Haberi yalnızca okumakla yetinmeyen okur, hem haberle hem de haberin veriliş biçimiyle ilgili tavrını açık biçimde ortaya koyabilme olanağına sahiptir.

Metni tamamlayanın okur olduğundan yola çıkarak yaptığımız bu araştırmada haber metni ve okurun yorumuyla katılımı incelenmiştir. İncelemede ortaya çıkan sonuç, haber metninde yer alan boşluklar/belirsizlikler okur tarafından tamamlanmaktadır. Ancak bu boşluklar/belirsizlikler genelde futbol kategorisindeki haberlerin metni olmaktadır. Sosyal ve siyasal alanlarda yapılan haberlerde okur sessiz kalırken, futbol haberlerinde yorumlarıyla haber metninin sorulmayan sorularını soruyor, cevaplanmayan sorulara cevap arıyor, eleştiriyor ve fanatizme muhalifliğini yapıyor.

İnternet gazeteciliğinde haberlere yapılan yorumlarda dil ve üslup tarzı gündelik konuşma da dikkat edildiği kadar kontrollü değildir. Yüz yüze iletişimdeki

kontrol mekanizmalarında olduğu gibi internet üzerinden iletişimde bu kontrol mekanizmaları geçerli olmamaktadır. Haberlere yapılan yorumlarda yaşanan tartişmalarda, ortak bir mekân ve anlık iletişim yoktur. İnternet gazeteciliğinin en önemli avantajı yayınlanan haber metinleri ve yorumlar yazılı basına göre ‘*affedilen metinler*’ olarak adlandırılması daha doğru olacaktır. Nedeni ise internet sitesindeki haber metinleri üzerinde gerekli görüldüğünde değişiklik ya da düzeltme yapılabilmesidir.

İletişim çalışmalarında daha çok geribildirim terimiyle açıklanmaya çalışılan *interaktivite* kavramı, mevcut araştırmaların ortaya koyduğundan çok daha karmaşık ve kapsamlı bir yapıya sahiptir. İletişim yönünün çift yönlü veya tek yönlü olmasının yanı sıra, mesajlar üzerinde alıcıların sahip olduğu kontrol seviyesi de interaktivitenin seviyesini belirleyen niteliklerdendir. İçerik ile interaktiviteye geçen kullanıcılar için, kullanıcıların aktif veya pasif olması belirleyici bir niteliktir.

İnteraktif iletişim, geleneksel kitle iletişim araçlarındaki zayıf bir geribildirim sürecinden ibaret değildir. İnternet bağlamında interaktivite kullanıcının aradığını en kısa ve en hızlı biçimde bulabilmesi, konuyla ilgili insanlarla karşılaşabilmesi, onlarla tartişabilmesi, konuya kendi ölçeğinde katkılar yapabilmesi ve site editörleri tarafından dikkate alınıp cevaplanması, sitenin kullanıcıya göre gerektiğinde yeniden yapılandırılmasıdır. Kullanıcılar, kitle iletişiminin ‘*yarı-katılım*’ ortamını aşan bu yeni iletişim biçiminde mesaj üreticileri olarak sürece katılabilmektedir. Söylem seçkinlerinin doldurduğu eski ortamının dışında, sıradan insanların günlük yaşamlarında kendi kimliklerini kurarken hangi imgelerden beslendikleri, ‘*öteki*’ ile nasıl tartiştığı ve yorumladığı yeni iletişim ortamında farklılıklarla karşımıza çıkmaktadır.

Haber metinlerinin içeriği, interaktivite ile okur-haber arasındaki ilişkiye ve tartişmaya dayanır. İnteraktivite ile gelen gazeteciliğin ‘*biz yazarız siz okursunuz*’ düşüncesini zayıflattığı durumunu ve bu süreçte bazı değerler ve idealler üzerindeki etkisini kabul etmeksizin interaktif halinde olmanın önemi ortaya çıkmaktadır. Böyle bir süreçte interaktivite ile kamuoyunda ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz

tepkilerini, beğenilerini, eleştirilerini, beklentilerini ve hassasiyetlerini belirlenmesi oldukça büyük öneme sahiptir. Haberlere yapılan yorumlarda eleştirmek çok kolaydır. Herkes kendi görüşünü iletebilir ve eleştiri yapabilir.

İnteraktivite yorumlardan oluşan tartışma ortamında belirli bir konu ya da gündemin internet kullanıcıları tarafından tartışılmasını, görüş alışverişi yapılmasını sağlamıştır. Ancak haber konusu ile okurun tartışmaya girdiği konu bambaşka hale gelmektedir. Görüş alışverişinde daha çok okurların kendi aralarında yaşanmaktadır.

Tezimizin araştırma bölümünde web sitelerinin tıklanma sayılarını ölçen Alexa.com adlı internet sitesine göre Türkiye'deki basılı gazetelere ait web siteleri arasında en fazla tıklanan **Milliyet Gazetesi**'nin "**www.milliyet.com.tr**" adlı haber sitesi araştırma alanımız olmuştur. Bu nedenle, *1-31 Mart 2013* tarihleri arasında **www.milliyet.com.tr** sitesinin kategorilere ayırdığı toplamda **651 habere** okurlar tarafından yapılan **13.359 yorum** ele alınarak, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. **www.milliyet.com.tr** haber sitesi tarafından belirlenen anasayfadaki haber alanlarına **Üçlü Sürmanşet, İkili Küçük Manşet, Beşli Manşet Üstü** ve **Onbirli Manşet** başlıkları altında kategorilere ayrılmıştır.

İncelenen Milliyet gazetesinin haber sitesi **www.milliyet.com.tr**'de yayınlanan haber metinlerinin altına okuyucu yorumlarına izin veren pencereler açılmaktadır. Ayrıca **www.milliyet.com.tr** adresinden Milliyet gazetesinin arşivini tarama, kişisel arşiv oluşturma özellikleri bulunmaktadır. Sitede, okurların yorum yazma ve forum sayfaları açma imkânları yer alsa da yazar-internet editörü-muhabir ile canlı sohbet imkânı bulunmaması nedeniyle **eşzamanlı interaktivite** yaşanmamaktadır. Okura geri dönüş gerçekleşmemektedir.

www.milliyet.com.tr haber sitesinde yorumlarla oluşan tartışma ortamında belirli bir konu ya da gündemin internet kullanıcıları tarafından tartışılmasını, görüş alışverişi yapılmasını sağlamıştır. Tartışmalara veya yorumlara katılma durumu internet olanağına erişen her kullanıcıya açıktır.

www.milliyet.com.tr haber sitesindeki haber metinleri ve yorumları karşılaştırıldığında, söz konusu haberlerin, gerekli bazı bilgilere dair bir içerik sunmadığı fakat okurun bu eksikleri ya da eleştirileri yorumlarla tamamladığı görülmektedir. Haber sitesi www.milliyet.com.tr'nin okur yorumlarını yayınlamada az sayıda da olsa haber metinlerinde vermediği yorumları okur üzerinden vermektedir. Okur, yorumunu haberin altına yazdıktan sonra, söz konusu haber yeniden kurgulanmamaktadır. Haber metinleri oluşturulurken okurun düşünceleri dikkate alınmamaktadır. Yapılan yorumlar, sadece yorum düzeyinde kalmaktadır.

Ayrıca haber sitesinde **Üçlü Sürmanşet, İkili Küçük Manşet, Beşli Manşet Üstü** ve **Onbirli Manşet** haberleri sıralamasında da okur yorumlarının sayıları dikkate alınmamıştır. Okur haberi değil, haber okuru yönlendirmektedir.

1-31 Mart 2013 tarihleri arasında www.milliyet.com.tr haber sitesinde toplamda **651 haber** incelenmiş, **Üçlü Sürmanşetler** de toplamda **93 haber yer almakta** bu haberler arasında **1248 yorum** sayısı ile **futbol haberleri, İkili Küçük Manşetlerde** toplamda **62 haber yer almakta** bu haberler arasında **2832 yorum** sayısı ile **futbol haberleri, Beşli Manşet Üstü'nde** toplamda **155 haber yer almakta** bu haberlerin **2594 yorum** sayısı ile **futbol haberleri ve Onbirli manşetlerde** toplamda **341 haber yer almakta** bu haberlerde **1790 yorum** sayısı ile **futbol** kategorisi yine **birinci** sırada yer almaktadır.

Çalışmamızda verilerin sonuçlarına baktığımızda, okurun söz söyleme hakkı ve kendinde bu hakkı görerek özgürce düşüncelerini ifade ettiği alan futbol olmuştur. Yaşanan tüm siyasal olaylar, toplumu derinden etkileyecek haberler hakkında okuyucu sessiz kalırken, futbol haberlerine karşı kendini daha sorumlu hissetmektedir.

Araştırmada haber sitelerine yorum yapan bireyler bu alanı, farklı görüşteki bireylerin politik özneler olarak buluşma noktası olarak, kimliğini kurarken beslendiği referansları gösterebilme alanı olarak ve kısaca **'bende söz sahibiyim'** düşünce ve eylemini gerçekleştirme alanı olarak kullandıkları görülmüştür.

İnteraktiviteyle okur pasif durumdayken etken konuma geçmektedir. Okurların kahvehanelerde gazeteleri okunduktan sonra birbirleri arasında yaptıkları değerlendirmeleri şimdide sanal ortamda haberlerin altında yer alan yorumlarla yapmaktadırlar. Ancak, araştırma sonucunda okurların yorumlarıyla habere etki edip yeni yönler çizemedikleri görülmektedir. Yani okur, okur yorumlarının haber içeriklerinde ve yayın politikasında bir değişiklik yapabilecek bir işlevinin olmadığı anlaşılmıştır.

Milliyet gazetesinin haber sitesi www.milliyet.com.tr'de yayınlanan okur yorumları için ayrılmış bölümlerde içerik analizi yapıldığında, yorumcu kimliğiyle habere katılan okurlar, genellikle kendilerinden önce yapılan yorumlara karşılık vermektedirler. Okurlar kendi aralarında interaktivite kurmakta, editör-okuyucu arasında etkileşim ve haberin yeniden yazılması durumu görülmemektedir. Okur yorumları diğer okurlar üzerinde etki bırakmaktadır. Çünkü bir okurun yazdığı yorumun çoğunlukla muhatabı bir başka okur olmaktadır.

Yorum yapan okurların habere taraf olarak katılmaları da yorumlarda en çok dikkat çeken eylemlerden biridir. Haberin konusu ve habere konu olan kişi ya da olaylara ilişkin okurların takındığı tavır, çoğu zaman taraf olma hatta dozu yüksek eleştirilerde bulunmak biçiminde karşımıza çıkmaktadır. Okuyucu yorumlarında zaman zaman da haberi veren medyayla ilgili çeşitli eleştiri ve değerlendirmelere rastlanmaktadır. Milliyet gazetesi haber sitesinde fikir ve düşünceler ifade edilirken diğer yorumcuların ortaya koyduğu yorumlar üzerine yeni bir söz söylenip söylenmemesi karşılıklılık kavramının içeriğini oluşturmaktadır. Katılımcıların birbirlerine ilişkin eleştirel ve destekleyici değerlendirmeler de bulunmaları demokratik bir tartışmanın varlığına da işaretir.

Çalışmamızda incelediğimiz www.milliyet.com.tr haber sitesindeki, okurların haber süreçlerine dâhil olma düzeyini yansıtan interaktivite ile sağlanan yorum sayısı en yüksek kategori başlığı **futbol** olmuştur.

İncelemeye aldığımız dönemde yaşanan önemli sosyal ve siyasal olaylar, *‘Müzakere Süreci’, ‘Ergenekon Davaları’, ‘Öcalana Ev Hapsi’ ‘Nevruz Günü Türk Bayrağı Asılmaması Polemiği’, ‘Çözüm Sürecinin Akil Adamları’, ‘Yeni Anayasa Hazırlığı’, ‘Başbakan Erdoğan soğuk algınlığı için geldiği hastaneden ayrılması’, Fethullah Gülen’den ‘geçmiş olsun’ ilanı ve ‘Pkk’nın Ateşkes ilan etmesi’,* gibi ülke gündeminin önemli haberlerine sayı olarak az ya da hiç yorum yapılmadığı ancak futbol haberlerine çok fazla yorum yapıldığı görülmektedir. Özellikle *Fenerbahçe* ve *Galatasaray* takımlarıyla ilgili futbol haberlerine okuyuların daha yoğun ilgi gösterdiği yapılan yorumların çokluğu ile görülmektedir. Bu durumdan okurun sosyal ve siyasal olaylarla ilgilenmeyerek kendini geri çektiği başını ağrıtmayacağı *‘Ne Sağcıyım Ne Solcu Futbolcuyum’* sözünün gereğini yerine getirdiği sonucu ortaya çıkmaktadır.

Hem basılı gazetesi hem de internet haber sitesi olan farklı yayın organlarına baktığımızda sonuçlar değişmemektedir. Örneğin 3 Mart 2013 tarihli Hürriyet gazetesi internet haber sitesi olan www.hurriyet.com.tr’de yayınlanan *Siyaset* kategorisinde **“Kandil tam destek”** haberine 50 yorum yapılırken, *Futbol* kategorisinde **“Beşiktaş 3-2 Fenerbahçe”** haberine okur tarafından 515 yorum yapılmıştır. Bu sonucun *Cumhuriyet, Akşam, Sabah, Posta, Zaman* ve *Vatan* gazetelerinin haber sitelerinde aynı olduğunu söylemek mümkündür. *Vatan* gazetesinde habere yapılan yorumların yanında farklı bir uygulama olarak okura tüm haberler için mini anketler yapılmaktadır.

Popüler bir spor dalı olan futbol kimi zaman iktidarların halkı oyalamak için kullandığı bir araç olarak da işlev görmüştür. Toplumda oluşan huzursuzluğu örtbas etmek veya insanların dikkatini dağıtmak için çeşitli dikkat dağıtıcı sistemler oluşturulmuştur. Çeşitli oyunlar, eğlenceler, bayramlar veya savaşlar gibi... Toplumda huzursuzluk arttığında bunlardan biri veya birkaçı devreye sokulurdu. Hatta bu tür dikkat dağıtıcı sistemlerin bazıları sürekli kullanılarak toplumun dikkati ana sorunlardan uzaklaştırılmaya çalışılırdı. (Batı Avrupada’ki bir ülkeyi otuz yıldan fazla bir süre katı bir diktatörlükle yönetmeyi başaran bir lidere bu işi nasıl başardığı sorulduğunda verdiği cevap şu olmuştur: 3F ile! 3F= Futbol, Fiesta, Fado.

Okuyucu yorumları üzerine yaptığımız bu araştırma sonucunda, Portekiz Diktatörü Salazar'ın ünlü iktidar formülü **'3F'den "Futbol-Fiesta-Fado" (futbol-eğlence-müzik)** biri olan futbolun her türden yorumu kaldırabilen bir yapıda olması, onu hem bölen hem de birleştiren bir alan haline getirmiştir. Futbol, Portekiz'in Salazar diktatörlüğü döneminden kalan dikta rejimlerinde halkı uyuşturma formülü olarak bilinmektedir. Bu açıdan bakıldığında en çok yorum yapılan futbol haberlerinin geniş bir hareket sahası ve serbestliğine sahip olarak çoğu okurların katılımını sağlamaktadır.

Bu durum geri kalmış tüm toplumlarda hala çok yaygın ve etkilidir; hatta halk genelinde öylesine yaygındır ki, halk artık ciddi konularla hiç ilgilenmemektedir. Halkı etkileyici-yönlendirici günümüz medyasının içi boşaltılmış sadece eğlenceye yönelik programları nedeniyle toplum kendini doğrudan ilgilendiren çok önemli konulara bile sırtını dönebilmektedir.

Portekizli diktatör Salazar'ın 'ülkeyi fado-fiesta-futbol (3F) ile yönetim' veya İspanyol diktatör Franco'nun bir futbol stadı için 'bana 100 bin kişilik uyku tulumu yapın' demesi buna en güzel örneklerdir.

Futbola eleştirel bir açıdan bakıldığında kitlelerinin boş zamanlarını denetim altına alarak, yeni nesil için kitlesizleştirici toplumsallaşma biçimidir denebilir. Sonuçta futbol, kitle kültürünün kullandığı söz hakkına sahip özgürleştirici bir alan değil, insanı iktidara bağlayan eğlencedir.

Okurun yorumları sonucunda haber metninde site editörleri tarafından herhangi bir değişim yapılmamaktadır. Ancak haberde fotoğraf ve başlıklar da değişiklik yapılarak, okurun dikkati çekilmeye çalışılıyor ve haberin daha çok tıklanması sağlanmaktadır. İnternet haber sitesinde, haberlerin önem sıralamasında okurların yaptığı yorumların sayısının azda olsa etkili olduğu görülmektedir. Özellikle bu durum, futbol haberlerine yapılan yorum sayısının çokluğu sonucunda bu tür haberlerin hep ilk sıralarda yer almasına neden olmaktadır. Ancak, okur yorumları haber metinlerini etkilememekte, haber metinleri okuru yönlendirmektedir.

Muhabirin bakış açısıyla yapılan haberlere, okurların yapmış olduğu yorumlar ile haberi yeniden yorumlamak ve farklı bir bakış açısına ve düşünceye sahip olmak mümkündür. İncelemede ortaya çıkan haber metninin (muhabirin) vermediği eleştiri okurların yorumları üzerinden verilmektedir. Ayrıca, okur ve yazar arasında bir interaktivite yaşanmazken, okurların birbirleri arasında interaktivite sağlandığı görülmektedir.

Tezimizde, okur yorumları incelendiğinde, haber metinlerinde yer almayan bilgilerin, yorumlarda bulunduğu görülmektedir. Bu nedenle denilebilir ki haber metinlerinde, gerçekliği tamamlama işlevi okur üzerinden sağlanmakta veya sorumluluk kısmen de olsa okura yüklenmektedir. Çünkü günümüz haber metnlerinin ifade etmeye dahi cesaret edemediği ifadelere, okur yorumlarında izin verilmektedir. Okurun bu bağlamda sonsuz/sınırsız bir yorum yapma kapasitesine sahip olduğu söylenemez. Haber sitelerinin okuyucu yorumlarına baktığımızda içerikler yayın politikasıyla paralellik göstermektedir. Haber metinleri olası yorumların sınırlarını her zaman önceden belirlemektedir. Sadece bu ana yörüngede ifade edilmesi gereken olası gerçeklerin okurca ifade edildiği söylenebilir. İlk bakışta okur her ne kadar aktif görünse de aslında yine var olanla yetinmekte, var olana varolduğu şekliyle müdahale edebilmektedir. Gerçeklikler bağlamında metinde anlam boşlukları yaratılmakta ve okura bu boşlukları tamamlama (yorumla doldurması) görevi bırakılmaktadır.

Özetlemek gerekirse; İnterativite, yorum imkânı tanınması ve okurlarında bu imkândan faydalanıp siyasal ve sosyal alana dâhil olması ile birlikte daha da önem kazanmıştır. Diğer kitle iletişim araçlarının başaramadığı önemli bir noktayı başarabilmiştir. Bu nokta, iletişim araçları karşısındaki interaktivite edilgen okuru, etken hale getirmiştir. Farklı kimliklerin varlığı, farklı kimlikler üzerinden -açık veya gizli- alternatif bir içerik üretimi oluşturan interaktivite demokratik bir katılımı sağlamaktadır. Yorumların yoğunluğu, bir tartışma ortamına dönüşmesi, özel alanda kalan görüşlerin kamusal bir alana aktarılması demokratik bir katılımın işaretidir. Ancak araştırmamız gösteriyor ki, interaktivitenin her ne kadar okurun demokratik bir katılımını sağladığı gözükse de gerçekte öyle değil, futbol haberlerinde aktif halen

gelen okur, gündemde olan sosyal ve siyasal olaylara karşı pasif okur haline dönüşmektedir.

Çalışmada *interaktivite* ile yaşanması gereken katılımı, demokrasi bağlamında söz sahibi ve duyarlı bir okur ortaya çıkması gerekirken, www.milliyet.com.tr sayfasında yayınlanan yorumlar ve bu yorumlar üzerinden oluşturulan topluluk ile bu topluluğun yalnızca *Futbol* haberlerine üzerine tartışması, en çok yorumun *Futbol* haberlerine yapılması, okurun gündemi sarsan önemli haberlere karşı yorum yapmayarak kayıtsız kalması, bize şu anki vahim tabloyu göstermektedir.

KAYNAKÇA

Açıkgöz, Kamile Ün: **Etkili Öğrenme ve Öğretme**, İzmir, Biliş Yayıncılık, 2007

Adaklı, Gülseren: **Türkiye’de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2006

Akalın, Ahmet: **Radyo ve Televizyon Teknolojilerindeki Gelişmelerin Hukuki Düzenlemelere Etkisi**, T.C Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara, Ekim, 2011, s.4, (Çevrimiçi) <http://www.rtuk.org.tr/upload/ut/1.pdf>, 14 Ağustos 2013.

Akdeniz, Yaman ve Altıparmak, Kerem: **İnternet: Girilmesi Tehlikeli ve Yasaktır- Türkiye’de İnternet İçerik Düzenlemesi ve Sansüre İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme**, Ankara, İmaj Yayınevi, 2008

Akerson, Fatma Erkman: **Göstergebilime Giriş**, İstanbul, Multilingual Yayınları, 2005

Aksoy, Asu: **İnternet ve Demokrasi**, Diyalog Dergisi, Ankara, Türk Demokrasi Vakfı Yayını, 1996

Alexa.com: <http://www.alex.com/topsites/category/Top/News> (Çevrimiçi) Tarih:01.03.2013

Atabek, Ümit: **Alternatif Medya ve İletişim Teknolojileri**, 2008, (Çevrimiçi) <http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/altermedya.html>, 28.10.2011

Atabek, Gülseren Şendur, Atabek, Ümit: **Medya Metinlerini Çözümlemek: İçerik, Göstergebilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri**, Siyasal Yayınevi, Ankara, 2007.

Aytaç, Gürsel: **Genel Edebiyat Bilimi İnceleme-Araştırma**, İstanbul, Papirüs Yayınları, 1999

Bale, Francis, Eymery, Gerard: **Nouveaux Médias**, Çev. M. Selami Şekeroğlu, İstanbul, İletişim Yayınları, 1991

Balkin, Jack M.: “Digital Speech and Democratic Culture: A Theory of Freedom of Expression for the Information Society,” **New York University Law Review**, Vol. 79, No. 1, Yale Law School, Public Law Working Paper No. 6, 2004, p.4

- Balle, Francis ve **Yeni Medyalar**, Çev. Mehmet Selami Şakiroğlu, İstanbul, Eymery, Gerard: İletişim Yayınları, Cep Üniversitesi, 1995
- Barger, Robert N.: “Metaethical Analysis of Computer Ethichs,” **The Second Annual Computer Ethics Institute Conference**. Washington DC: The Brookings Institution, 1993
- Barthes, Roland: **Göstergebilimsel Serüven**, Çeviren: Mehmet Rifat ve Sema Rifat, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1993
- Baudrillard, Jean: **Kötülüğün Şeffaflığı**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1995
- Baudrillard, Jean: **Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği**, Çev. O. Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2005
- Bayar, Hatice, Bayer, **İnsan-Bilgisayar Etkileşimi**, (Çevrimiçi)
Recep, Bozok, Ömer, <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~htuzun/courses/bto416-2010-spring/Sunumlar/Bolum02-Bilgisayar.ppt>, 15.05.2012
Çetin, Sönmez,
Zeliha Ali:
- Bayçu, Sevil Uzoğlu “Görsel ve Sözel Göstergeler Açısından Bir Reklam ve Uluyağcı, Canan: Çözümlemesi”, Ankara, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 2005/21, s.79
- Bengi, Hilmi: (2005). “İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu”, (Çevrimiçi) <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/36.doc>, 10.01.2012,
- Bengi, Hilmi: İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu, 2005, (Çevrimiçi) <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/sunum/36.ppt#38>, 12.05.2012.
- Beyers, Hans: “Interactivity and Online Newspapers: A Case Study on Discussion Boards.” **Convergence The International Journal of Research into New Media Technologies**, 2004, 10 (4): 11–20.
- Bilgin, Nuri: **İçerik Analizi**, İzmir, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, 2000.
- Binark, Mutlu: “Kimlik(lenme) Dipnotsuz İletişim ve Etnik Laflama Odaları” **İnternet Toplum Kültür**, Mutlu Binark, Banş Kılıçbay (der.) Epos Yayınları, Ankara, 2005.
- Boyd Danah M. and Ellison, Nicole B.: “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Cilt: 13, Sayı:1, 2007, p.p. 1-11.

- Brophy, Enda: "System Error: Labour Precarity and Collective Organizing at Microsoft." **Canadian Journal of Communication**, 31(3), 2006, s. 619-638.
- Bulut, Selda, "Türkiye'deki Yazılı Basında Yargıtay ve Mafya İlişkisine Yayılagül, Levent: Yönelik Haberler", Ankara, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 19, 2004, s.124-125.
- Burnett, Ron: **İmgeler Nasıl Düşünür?** Çev. Güçsal Pular, İstanbul, Metis Yayınları, 2007
- Buss, Anna and Strauss, Nancy: **Online Communities Handbook: Building Your Business and Brand On The Web**, USA, New Riders Press, 2009
- Carey, J.: **Interactive Media**, New York, Oxford University Press, 1989
- Carminati, B., Ferrari E. and Meersman, Z. Tari, P. Herrero et al. (Eds.): OTM Workshops Perego, A.: 2006, (s. 1734), LNCS 4278, 2006
- Castells, Manuel: **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi**, Çev: Ebru Kılıç, 1. Cilt, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005.
- Castells, Manuel: **"Enformasyonculuk ve Network Toplumu", Hacker Etiği: İş Hayatına Yıkıcı Bir Yaklaşım**, Der. Pekka Himanen, çev. Şebnem Kaptan, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005, s.s. 123-133.
- Castells, Manuel: "The Contours of the Network Society", **Foresight** 2, 2, April, 2000, 151-157.
- Castells, Manuel: **Ağ Toplumunun Yükselişi- Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür**, C.I., İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005
- Cavazzaa, Marc, Lugrına, Jean-Luc, Hartleya, Simon, Renardb, Marc Le, Nandic, Alok Jacobsond, Jeffrey, Crooksa, Sean: **Intelligent Virtual Environments for Virtual Reality Art**, Computers & Graphics 29, 2005, p.p.852-861

- Chomsky, Noam: **Dil ve Zihin**, Çev. Ahmet Kocaman, Ankara, Ayraç Yayınları, 2002
- Couldry, Nick, **Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World**, Nick Couldry and James Curran (eds), Paradox of Media Power, Nick Couldry and James Curran (eds): Rowman & Littlefield Publishers Inc., Lanham, Maryland, 2003
- Coyle, Cheryl L., **Social networking: Communication Revolution or Evolution?**, Bell Labs Technical Journal Volume 13, Issue 2, Article first published online: 18 AUG 2008 (Çevrimiçi) <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bltj.20298/pdf>, 15 Ağustos 2013
- Crawford, Chris: **Understanding Interactivity**, San Francisco, No Starch Press, 2002
- Croteau, David & Hoynes, William: **Media Society: Industries, Images and Audiences**. Oaks: Pine Forge Press, 2003
- Curran, James: **Global Journalism: A Case Study of the Internet**, Nick Couldry and James Curran (eds), **Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World**, Rowman & Littlefield Publishers Inc., Lanham, Maryland, 2003
- Cüceloğlu, Doğan: **Yeniden İnsan İnsana**, İstanbul, Remzi Kitapevi, 1993
- Çelenk, Sevilay: **Başka Bir İletişim Mümkün**, İstanbul, IPS İletişim Vakfı, 2008
- Çevikel, Tolga: “Profesyonel Haber Medyasında Yurttaş Katılımı: CNN Türk - Haberim Örneğinde Katılımcı Gazeteciliğin Sınırları”, İstanbul, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını**, 2011, Sayı: 14, s.61.
- Çoban, Hasan: **Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş**, Ankara, İnkılap Yayınevi, 1997.
- Dağtaş, Erdal ve Derelioğlu, Gökhan: “Geleneksel Yayıncılığa Alternatif Bir Medya Modeli Olarak İnternet Yayıncılığının Konumu ve Önemi”, **Kültür ve İletişim Dergisi**. (2/2), 1999

- Dahlgren, Peter: **Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and Its Publics**, The Public 3(3), 1996
- Deuze, Mark: “The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online”, **New Media & Society**, Published by: Sage, 2003, p.p.205-211.
- Dewdney, Andrew **The New Media Handbook**. New York, Routledge Taylor & and Ride, Peter: Francis Group Kondon and Newyork, 2006
- Dickson, David: “Alternative Technology and the Politics of Technical Change” **Alternatif Teknoloji Teknik Değişmenin Politik Boyutları**, 1.Basım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, Çev: Neziha Erdoğan, 1992
- Dimitrova, Daniela “Hyperlinking as Gatekeeping: Online Newspaper Coverage of the Execution of an American Terrorist.” **Journalism Studies** 4(3), 2003, p.p.403-414.
- Connolly-Ahern, Williams, Andrew
Paul, Kaid, Lynda
Lee, and Reid,
Amanda:
- Dix, Alan and **Human Computer Interaction**, Harlow, Prentice Hall, 1998
Diğerleri:
- Dizard, Wilson P.: **Old Media- New Media: Mass Communications in the Information Age**, NY: Longman, 1994
- Durmuş, Beril, ‘Facebook’tayız’ Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve Yurtkoru, E. Serra, **İşletmelere Yönelik İncelenmesi: Facebook Üzerine Bir Araştırma**, 2.Baskı, İstanbul, Beta Yayınları, 2011
Bülent:
- Eagleton, Terry: **Edebiyat Kuramı**, Çev. Tuncay Birkan, İkinci Baskı, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2004
- Ecevit, Yıldız: **Orhan Pamuk’u Okumak**, İstanbul, Gerçek Yayınevi, 1996
- Eco, Umberto: **Açık Yapıt**, İstanbul, Can Yayınları, 2001
- Eco, Umberto: **The Limits of Interpretation**, Indiana University Press, 1991

- Eco, Umberto: **“The Author and his Interpreters”** 1996, (Çevrimiçi) http://www.themodernword.com/eco/eco_author.html, 19 Aralık 2012
- Eco, Umberto: **Anlatı Ormanlarında Altı Gezinti**, Çev. Kemal Atakay, İstanbul, Can Yayınları, 1996
- Eco, Umberto: **The Role Of The Reader**, Indiana University Press, Bloomington, 1979.
- Eco, Umberto: **Yorum ve Aşırı Yorum**, Çev. Kemal Atakay, İstanbul, Can Yayınları, 2008
- Ekici, Armağan: “Aziz Antonius’un Baştan Çıkarılması: Bir Kötü Alışkanlık Olarak İnternet”, **Cogito Dergisi**, S.30, (Kış), İstanbul, 2002, s.228-235.
- Ekiz, Tevfik “Alımlama Estetiği mi Metinlerarasılık mı?”, **Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi**, 47, 2 2007, 119-127
- Enders, Albrecht, **The Long Tail Of Social Networking Revenue Models Of**
Hungenberg, Harald, **Social Networking Sites**, European Management Journal, 26,
Denker, Hans-Peter, 199– 211 2008
- Mauch, Sebastian:
- Engin, Barış: “Yeni Medya ve Sosyal Hareketler”, Derleyen: Mutlu Binark, Işık Barış Fidaner, **Cesur Yeni Medya Wikileaks ve 2011 Arap İsyanları Üzerine Tartışmalar**, İstanbul, Alternatif Bilişim, 2011
- Erdoğan, İrfan: **İletişimi Anlamak**, Ankara, Erk Yayınları, 2002
- Erdoğan, İrfan, **Öteki Kuram**, Ankara, Pozitif Matbacılık, 2002
- Alemdar, Korkmaz:
- Eren, Oya: “Küreselleşme, Yeni Medya ve Demokratikleşme,” **Stratejik Analiz**, Sayı: 88, 2007, s.89.
- Ertmer, Peggy A., **Education On The Internet The World Wide Classroom:**
Hruskocy, Carole **Access to People, Resources, and Curriculum Connections.**
and Woods, Denise New Jersey: Merrill Prentice Hall, 2003
M.:

- Finin, Tim, Ding, Li, **Social Networking On The Semantic Web**, University of Zhou, Lina and Maryland, Baltimore County, Baltimore, Maryland, USA, 2005
Joshi, Anupam:
- Fiske, John: **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çev. Süleyman İrvan, Ankara, Bilim Sanat Yayınları, 2003
- Flew, Terry, “Globalization and the Structure of New Media Industries”, McElhinney, **The Handbook of New Media: Social Shaping and**
Stephen: **Consequences of ICTs.**, Eds. L. Lievrouw and S. Livingstone, London, Sage, 2002
- Folkerts, J. and Lacy, **The Media in Your Life: An Introduction to Mass**
S.: **Communication** (Third edition). Boston: Pearson/Allyn & Bacon, 2004
- Freeman, Chris & **Zaman Akıp Giderken Sanayi Devrimlerinden Bilgi**
Louçã, Francisco: **Devrimine**, Çev. Osman S. Binatlı, İstanbul, İthaki Yayınları, 2013
- Geray, Haluk: **İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni**
Medya Politikaları, Birinci Basım. Ankara, Ütopya Yayınevi, 2003.
- Giddens, Anthony: **Sosyoloji**, Çev. Hüseyin Özel, Cemal Güzel, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2000
- Gorman, Lyn and **Media and Society in the Twentieth Century: A Historical**
McLean, David: **Introduction**, ABD, Blackwell Publishing Company, 2003
- Gottdiener, Mark: **Postmodern Göstergeler**, Çev. E. Cengiz-H. Gür-A. Nur, İstanbul, İmge Yayınları, 2005
- Gökçe, Orhan: **İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2006
- Göktürk, Akşit: **Okuma Uğraşı**, İstanbul, Çağdaş Yayınları, 1979, s.166-168.
- Göktürk, Akşit: **Sözün Ötesi–Yazılar**, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 1989, s.116.
- Guiraund, Pierre: **Göstergebilim**, Çev. Mehmet Yalçın, Ankara, İmge Yayınları, 1994
- Günay, V. Doğan: **Metin Bilgisi**, 2. Baskı, İstanbul, Multilingual Yayınları, 2003

- Gürcan, Halil **İnternet Gazeteciliği, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim**
İbrahim: **Seminerleri**, İstanbul, Erdini Basım ve Yayınevi, 2002
- Gürcan, Halil **Sanal Gazetecilik**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi
İbrahim: Yayınları, 1999
- Gürsel, Mayda ve **Büyük Bilgisayar Terimleri Sözlüğü**, Ankara, Doruk
Gürsel, İhsan: Yayınları, 1991
- Halıcı, Nihat: “Online Gazetecilik”, Sevda Alankuş (der), **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.s. 154-155.
- Hall, Stuart: **Encoding/Decoding**, (ed) S. Hall, D. Hobson, A. Lowe ve P. Willis, Culture, Media, Language, London, Unwin Hyman, 1980
- Haluk, Birsen: “Internet Politics and Internet for Political Parties: An Usability study on Turkish Political Parties’s Homepages”, **3rd International Symposium Communication in the Millennium Kitabı**, University of North Carolina, Chapel Hill (U.S.A)-Elon University (U.S.A.), 11-13 Mayıs 2005, p.347.
- Hanington, Bruce: “Methods in the Making: A Perspective on e Stage of Human Research in Design”, **Design Issues (MIT)** 19, No. 4, 2003, p.p. 9-18.
- Hargreaves, Ian: **Gazetecilik**, Çev: Yeliz Özkan, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 2006
- Harvey, David: **Post Modernliğin Durumu: Kültürel Değişimin Kökenleri**, İstanbul, Metis Yayınları, 2006
- Hayles, N.: Katherine “Virtual Bodies and Flickering Signifiers”, <http://www.jstor.org/stable/778755>, October, Vol. 66, (Autumn, 1993), pp. 69-91, 18/04/2008, Çevrimiçi: 24.11.2012.
- Heeter, Carrie: “Implications of New Interactive Technologies for Conceptualizing Communication,” in **Media Use in the Information Age: Emerging Patterns of Adoption and Consumer Use**, eds., Jerry L. Salvaggio and Jennings Bryant, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1989, p.p.217-235.
- Herman, Edward S.: **Pazarın Zaferi**, İstanbul, Pınar Yayınları, 2003

- Hogben, Giles: **Security Issues and Recommendations for Online Social Networks**, Position Paper No.1, Enisa, 2007.
- İrzık, Gürol: **Bilgi Toplumu mu Enformasyon Toplumu mu?**, İ. Tekeli (ed.) içinde, Bilgi Toplumuna Geçiş, Ankara, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002.
- Iser, Wolfgang: **Der Akt des Lesens**, 2. Baskı, Wilhelm Fink Verlag, München, 1984.
- Iser, Wolfgang: **Der Akt des Lesens: Theorie ästhetischer Wirkung. Wilhelm Fink Verlag**, München, 1990.
- Iser, Wolfgang: **Lesevorgang, Rezeptionsästhetik**, UTB München, 1988.
- Iser, Wolfgang: **Prospecting: From reader response to literary anthropology**. Baltimore: The Johns Hopkins UP, 1989.
- Iser, Wolfgang: **The act of reading: A theory of aesthetic response**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1987.
- İnan, Ece: **Halkla İlişkilerde Medya Yönetimi**, İstanbul, Referans Yayıncılık, 2009.
- İpsiroğlu, Nazan, **Alımlama Boyutları ve Çeşitlemeleri Resim**, İstanbul, İpsiroğlu, Zehra: Papirüs Yayınları, 2001.
- İrvan, Süleyman: “Eleştirel Yaklaşımlarda İzleyici Araştırmaları: Bir Yöntem Olarak Alımlama Çözümlemesi,” **A.Ü. İLEF Yıllık 94-95**, 1997, s. 207.
- Jensen, Jens F.: “Interactivity: Tracking a New Concept in Media and Communication Studies”, **Computer Media and Communication: A Reader**, USA, Oxford University Press, 1999, p.186.
- Jucker, Andreas H.: “Mass Media Communication At The Beginning Of The Twenty-First Century: Dimensions Of Change”, **Journal of Historical Pragmatics**, 2003, p.129.
- Karaduman, Murat: “İnternet ve Gazetecilik”, Sevda Alankuş (ed), **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003

- Kast, Bernd: "Literatur im Anfängerunterricht", **Fremdsprache Deutsch** 2/1994, s.7.
- Kaya, Reşit: **Türkiye’de 1980 Sonrası Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksinimi**, 2001, (Çevrimiçi) <http://www.dördüncükuvvetmedya.com.tr>, 14.01.2012.
- Kenny, K. Gorelik, **Interactive Features Of Online Newspapers**, First Monday, A. & Mwangi, S.: vol.5, no.1. Retrieved October 21, 2005, (Çevrimiçi) http://www.firstmonday.org/issues/issue5_1/kenney/index.html, 5 Mayıs 2013.
- Kılıçbay, Barış: "Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar: Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Kuramlarına Tarihsel Bakış". **İnternet, Toplum, Kültür içinde**, Der: Mutlu Binark, Barış Kılıçbay, Ankara, Epos Yayınları, 2005.
- Kıran, Ayşe ve **Dilbilime Giriş**, Ankara, Seçkin Yayınevi, 2006.
Kıran, Zeynel:
- Kıran, Ayşe ve **Yazınsal Okuma Süreçleri**, Ankara, Seçkin Yayınevi, 2000.
Kıran, Zeynel:
- Kiousis, Spiro: "Interactivity: A Concept of Explication", **New Media and Society**, Vol.4, No.3, 2002, p.p.355-383.
- Kline, S. J.: **What is technology? In Philosophy of Technology: The Technological Condition An Anthology**, Scharff RC, Dusek V (eds). Blackwell, Oxford, 2003.
- Kocabas, Füsun, **Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle**, İstanbul, İletişim Elden, Müge, Yayınları, 1999.
Yurdakul, Nilay:
- Kongar, Emre: **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1996.
- Kopper, G. G., **Research Review: Online Journalism-a Report on Current and Continuing Research and Major Question in the A.: International Discussion**, Journalism Studies, 1 (3), 2000.
- Lister, Martin, **New Media: A Critical Introduction**, 2nd Edition, New Dovey, Jon, York, Routledge Taylor & Francis Group Kondon and Giddings, Seth, Newyork, 2003.
- Grant, Iain, Kelly, Kieran:

- Liu, Yan: **The interaction, Department of Biomedical**, Industrial and Human Factors Engineering Wright State University, (Çevrimiçi) <http://cecs.wright.edu/~yan.liu/IHE733/The%20interaction.pdf>, 5 Mayıs 2013.
- Lorimer, Lawrence: **New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language, Danbury**, Lexicon Pub, 1994.
- Maigret, Eric: **Medya ve İletişim Sosyolojisi**, Çev. Halime Yücel, İstanbul, İletişim Yayınları, 2011.
- Mannteufel, Ingo: "Deutsche Welle ve 31 Dilde İnternet Yayını", **İnternet Çağında Gazetecilik**, Serhan Yedig ve Haşim Akman, İstanbul, Metis Yayınları, 2002.
- Manovich, Lev: **The Language of New Media**, Cambridge, The MIT Pres, 2001
- Mantovani, "Virtual Reality as a Communication Environment: Consensual Giuseppe: Hallucination, Fiction, and Possible Selves", **Human Relations, Human Relations**, June 1995, Vol. 48, p.p. 669-683.
- Marxt C. and Hacklin, F.: **Design, Product Development, İnnovation: All The Same in The End? A Short Discussion On Terminology**, Journal of Engineering Design. 16(4), 2005.
- Massey, B. L. & Levy, M. R.: "Interactivity, Online Journalism and English-Language Web Newspapers in Asia", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 1999, 76 (1), 138-151.
- Mattelart, Armand: **The information society: an introduction**, CA. Sage, 2003.
- Mayfield, Antony: **"What is Social Media?" eBook: Now in Chinese**, (Çevrimiçi) <http://www.icrossing.com/sites/default/files/what-is-social-media-uk.pdf>, 22 Ağustos 2013.
- Mc Millan, Sally J.: "Who Pays for Content? Funding in Interactive Media", **Journal of Computer Mediated Magazine**, 1998, (Çevrimiçi) <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1998.tb00090.x/full>, 17.05.2012.
- McChesney, R.W.: **Küresel İletişimin Politik Ekonomisi**, R. W. McChesney, E. M. Wood ve J. B. Foster (Der.) Kapitalizm ve Enformasyon Çağı Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi, Çev. Erhan Baltacı, Nil Şebnem Çınga ve Özge Yalçın, Ankara, Epos Yayınları s.32.

- Mcluhan, Marshall: **Understanding Media: The Extensions of Man**, United Kingdom, Routledge, 1994.
- McMillan Sally J. “Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the and Hwang, Jang- Role of Direction of Communication, User Control, and Time Sun: in Shaping Perception of Interactivity”, **Journal of Advertising**, Vol. 31, No. 3, Fall 2002, p.p. 31-33.
- McMillan, Sally J.: Who Pays for Content? Funding in Interactive Media. Journal of Computer Mediated Magazine, 1998, (Çevrimiçi) <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1998.tb00090.x/full>, 15.05.2012.
- McQuail, Denis, **Communication Models**, 3 rd Impression, Longman, New Windahl, Sven: York, Türkçe çevrisi için bkz. **İletişim Modelleri**, Çev. Mehmet Küçük Kurt, Ankara, İmaj Yayınları, 1993, s.24.
- Meadows, Mark **Pause & Effect: The Art of Interactive Narrative**, Stephen: Indianapolis, New Riders, 2003.
- Merriam, Webster: Online, (Çevrimiçi) “Inter-”, <http://www.merriam-webster.com/> (27.06.2012).
- Michail, Tsikerdekis: **Introduction to Social Media and Social Networks**, (Çevrimiçi) <http://tsikerdekis.wuwcorp.com/images/ISM.pdf>, September 13, 2012, 22.Ağustos, 2013
- Millison, Doug: (2005) Online Journalism FAQ, (Çevrimiçi) <http://home.comcast.net/~dougmillison/faq.html>, 22.06.2012.
- Morris, Merrill and **The Internet as Mass Medium**, Journal of Communication, Ogan, Christine: Volume 46, Issue 1, March 1996.
- Mutlu, Erol: **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2008.
- Nielsen, Jakob: **Usability Engineering Cambridge**, AP Professional, 1993.
- O'Neill, Shaleph: **Interactive Media: The Semiotics of Embodied Interaction**, BA University of Dundee Scotland Springer-Verlag London, 2008, p.p.70-71.
- Oppermann, Serpil “I. A. Richards'tan Wolfgang Iser'e: Okur Merkezli Eleştiri ve Tunç: Okuma Kuramının Gelişimi”, **Kuram 4**, İstanbul, Ocak 1994.
- Oskay, Ünsal **İletişimin ABC'si**, İstanbul, Der Yayınları, 2001.

- Öğüt, Adem: **Bilgi Çağında Yönetim**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2001.
- Özbek, Yılmaz: **Posmodernizm ve Ahımlama Estetiği**, Konya, Çizgi Yayıncılık, 2005.
- Özdemir, Emin: **Okuma Sanatı**, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 1983.
- Özkök, Ertuğrul: **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**, Ankara, Tan Yayınları, 1985.
- Palabıyıkoglu, Refia: **Medyada Psikoloji, İntihar Davranışı ve Medya**, Türk Psikolojisi Bülteni, 1995.
- Papacharissi, Zizi: “The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere”, **New Media & Society**, Vol4(1):9–27, Temple University, Philadelphia, SAGE Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, 2002.
- Parlatır, İsmail v.d.: “Etkileşim”, **TDK Türkçe Sözlük**, Ankara, Türk Tarih Kurumu Basım Evi, C. 1., 1998.
- Pavlik, John V.: **New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives**. (2nd edn). Boston, Ally and Bacon, 1998.
- Porter, D.: Introduction. In D. Porter (Ed.), **Internet Culture**, New York, Routledge, 1997.
- Poster, Mark: **Cyber Democracy: The Internet and the Public Sphere**, In Trend, David (Ed.). Reading Digital Culture, Oxford, Blackwell Publishers, 2001.
- Preece, J.: **A Guide To Usability: Human Factors in Computing**. Wokingham, Addison-Wesley, 1993.
- Rafaeli, Sheizaf: “Interactivity From New Media to Communication.” **The Social Net: Understanding Human Behavior in Cyberspace**. Yair Amchai Hamburger (der.) içinde. Oxford University 2005.
- Rafaeli, Sheizaf: “Interactivity: From New Media to Communication”, **Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science**, Vol. 16, 1988.

- Rheingold, Howard: **The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier**, Massachusetts, Addison-Wesley Publishing Company, 1993.
- Rıfat, Mehmet: **Göstergebilimcinin Kitabı**, İstanbul, Düzlem Yayınları, 1996
- Rıfat, Mehmet: **XX. yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları**, Ankara, Om Yayınevi, 2000.
- Rifat, Sema: **“Metni Kim Oluşturur? Yazar mı? Okur mu?”**, Kuram 3, İstanbul, Kur Yayınları, 1993.
- Rigel, Nurdoğan: “Umberto Eco İle Metin Okuma (Metinde “Tutuklu Anlamı” Özgürleştirme Yöntemi Olarak Yankı Fazlası”, **Eco Dersleri: Yankılanan Metinler Nasıl Okunur**, Ed. N. Rigel, Ş. Çağlar, A. Cengiz, İstanbul, Anonim Yayıncılık, 2010.
- Rigel, Nurdoğan: **İleti Tasarımında Haber**, İstanbul, Der Yayınları, 2000.
- Rigel, Nurdoğan vd.; **‘Kadife Karanlık’ 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar**, İstanbul, Su Yayınevi, 2.Baskı 2005.
- Rigel, Nurdoğan: **Yayınlanmamış Ders Notları**, 20.10.2011.
- Ryan, Johnny: **A History of the Internet and the Digital Future**, London, Reaktion Books, 2010.
- Samorisi, J.H.: “Unsolicited Commercial E-mail the Internet and the First Amendment: Another Free Speech Showdown in Cyberspace?” **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Cilt; 43, Sayı: 4, 1999.
- Sartre, Jean-Paul: **Edebiyat nedir?** Çev.: Bertan Onaran, İstanbul, Payel Yayınları, 1995.
- Sayar, Kemal: “Psikolojik Mekan Olarak Siberalan”, **Yeni Symposium**, 40(2): 2002.
- Sayın, Şara: “Yabancı Dil Olarak Almanca Öğretiminde Yazın Eğitiminin Yeri”, İstanbul, **Dilbilim VIII**, İstanbul Üniversitesi, 1989.
- Sayın, Şara: “Yazınbilim ve Alımlama Estetiği” **Bağlam**, 1979.
- Sayın, Şara: **Metinlerle Söyleşi**, İstanbul, Multilingual Yayınevi, 1999.

- Schau, Hope Jensen and Gilly, Mary C.: **We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space**, Journal of Consumer Research, 2003, (Çevrimiçi) http://www.marketing.eller.arizona.edu/docs/papers/Hope%20Schau/Schau_Gilly_JCR_2003.pdf.
- Schonfeld, Erick: **Is YouTube Building Market Dominance At The Expense of Building A Business?**, Friday, May 30th, 2008, (Çevrimiçi) <http://techcrunch.com/2008/05/30/is-youtube-building-market-dominance-at-the-expense-of-building-a-business/>, 14 Ağustos 2013.
- Schultz, Tanjev: "Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers." **Journal of Computer-Mediated Communication**. 5 (1), 1999, p.p.27-42.
- Schultz, Tanjev: "Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploratory Study of Online Forums and Reader Email", **Media Culture and Society**, Vol. 22, No. 2, 2000. pp: 205-221.
- Smith, Philip: **Kültürel Kuram**, Çev. Selime Güzelsarı& İbrahim Gündoğdu 2. Baskı, İstanbul, Babil Yayınları, 2007.
- Sproull, Lee and Kiesler, Sara: **Reducing Social Context Cue: Electronik Mail in Organizational Communication**, Management Science, 1986.
- Steuer, Jonathan: "Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence", Frank Biocca, Mark R. Levy (Eds), **Communication in the Age of Virtual Reality**, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1995.
- Stevenson, Nick: **Medya Kültürleri**, Çev. Göze Orhon ve Barış Engin Aksoy, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2008.
- Şahin, Haluk: **Yeni İletişim Ortamı, Demokrasi ve Basın Özgürlüğü**, İstanbul, Anadolu Matbaası, 1991.
- Şanlıer, Özgür İlke, Tağ, Şermin: "Interactive Features of Online Newspapers and News Portals in Turkey", **3rd International Symposium Communication in the Millennium**, University of North Carolina, Chapel Hill (U.S.A)-Elon University (U.S.A.), 11-13 Mayıs 2005.
- Talimciler, Ahmet: "Bir meşrulaştırma aracı olarak futbolun Türkiye’de son yirmi beş yılı" **Toplum ve Bilim Dergisi**, Sayı 103, İstanbul, 2005.

- Tapan, Sema, Akan, **Pazarlama İletişimi**, Ed. Yavuz Odabaşı, Eskisehir, Anadolu Perran: Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, 1996.
- Taş, Oğuzhan: “İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri: Teknoloji, Pazar ve Düzenleme”, **Kültür ve İletişim**, Yıl 9 Sayı 2, 2006.
- Tekman, Erkan: **Enformatik Sistemler ve Bilgi Toplumu**, İ. Tekeli (ed.) içinde, Bilgi Toplumuna Geçiş, Ankara, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002.
- The Eurostat “Glossary: Cultural Participation (Interaction Process)”, Concepts and (Çevrimiçi) [http://forum.europa.eu.int/irc/dsis/coded/info/](http://forum.europa.eu.int/irc/dsis/coded/info/Definition Database: data/coded/en/gl009131.htm) data/coded/en/gl009131.htm, 14.05.2012.
- Tıngöy, Özhan ve Bostan, Barbaros: “Future of New Media, Towards the Ulimite Medium: Presence, Immersion and MMORPGs”, **5.International Symposium Communication in the Millennium Kitabı**, (U.S.A.), Indiana University School of Journalism, Bloomington 16-18 Mayıs 2007, s.234.
- Tokgöz, Oya: **Temel Gazetecilik**, 5. Baskı, Ankara, İmge Kitabevi, 2003
- Tremayne, Mark: “Leassons Learned from Experiments with Interactivity on the Web”, **Journal of Interactive Advertising**, Vol 5 No 2, 2005, American Academy of Advertising, All rights reserved, Spring 2005, p.p.40-46.
- Tutar, Hasan, **Genel İletişim; Kavram ve Modeller**, 3.Basım, Ankara, Yılmaz, M. Kemal: Nobel Yayınları, 2003.
- Türkoğlu, Nurçay: **İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar**, 1. Basım, İstanbul, Babil Yayınları, 2004.
- Uğur, Aydın: “Enformasyon Toplumu ve Medya”, İ. Tekeli (ed.) içinde, **Bilgi Topluma Geçiş**, Ankara, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002.
- Usluata, Ayseli: **İletişim**, İstanbul, İletişim Yayınları, 1995.
- Üstün, İsmail: **İnternet Üzerindeki Medya: İnternet Gazeteciliği**, Araştırma Projesi, İstanbul, Üniversitesi, 2001.
- Vardar, Berke: **Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü**, İstanbul, ABC Kitabevi, 1988.

- Walter, Joseph B., “How Do Communication and Technology Researchers Study Geri Gay and the Internet”, **International Communication Association**, Hancock, Jeffrey T.: 2005, (Çevrimiçi) <http://www.jstor.org/pss/10.1086/590650>, 17.05.2012.
- Walther, Joseph B., “How Do Communication and Technology Researchers Study Geri, Gay and the Internet?” **Journal of Communication**, 55 3, 2005, Hancock, T. Jeffrey: p.p.632-57.
- Willson, Michele: “Technology, networks and communities: An exploration of network and community theory and technosocial forms,” **Information, Communication and Society**, 2010, 13 (5): pp. 747-764.
- Wolpert, Mike: **Every: 60 in Social Media, Millions of People Connect – this graphic shows the where and how**, February 17, 2012, (Çevrimiçi) <http://socialjumpstart.com/2012/02/60-in-social-media/> 15 Ağustos 2013.
- Wu, G.: “Perceived Interactivity and Attitude Toward Websites”, **Paper Presented At The American Academy Of Advertising Annual Conference, Albuquerque, NM, March, 1999.**
- Wu, Guohua: “The Mediating Role of Perceived Interactivity in the Effect of Actual Interactivity on Attitude toward the Website” **Journal of Interactive Advertising**, Vol 5 No 2, Spring 2005, American Academy of Advertising, All rights reserved, 2010.
- Yavuz, Hilmi: **Okuma Biçimleri**, İstanbul, Timaş Yayınları, 2010, s.s.17-18.
- Yılmaz, Bülent: **Toplumsal İletişim ve Kütüphane**, Ankara, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt:20 Sayı:2, 2003.
- Zima, Peter V.: **Literarische Ästhetik: Methoden und Modelle der Literaturwissenschaft**, Francke Verlag, Tübingen, 1991.

EK:

Görüşme Soruları

Tarih: 27 Mart Çarşamba 2013

Saat: 18:00

Yer: İzzet Paşa Mah. Abide-i Hürriyet Cad. No:162 Çağlayan-Şişli
34387 İstanbul

Görüşülen Kişi: Milliyet Gazetesi İnternet Yayın Yönetmeni

Ercüment İşleyen

Milliyet gazetesi İnternet –Okur Editörü Kadir Sönmez

İnternet yayıncılığının gazetecilikte yarattığı dönüşüm nedir?

Ercüment İşleyen: *Aslında gazetecilikte bir dönüşüme rastladığını söylemek kolay değil. Yeni bir mecra yarattı demek daha doğru. Nasıl bundan önce sadece gazeteler varken televizyon gazeteciliği diye bir şey başladı ve kendi içinde uzmanlaştı. Nasıl radyolarda çok küçük çapta da olsa haberler başladı. Nasıl normal televizyonlarda bülten hazırlayan ekiplerin yanı sıra 24 saat haber yayını yapan televizyonlarda çalışanlar ayrı uzmanlaştı. İnternette kendi farklı bir mecra olarak kendi gazetecilerini üretti. Gazetelerin şu an itibariyle (kağıt gazetelerin) internetteki habercilik anlayışından çok etkilendiğini söylemek kolay değil. Hiç etkilemiyor demek de mümkün değil. Ama bu bir süreçtir. Bu süreci iyi değerlendiren ve hızlı değerlendiren çok uzun gerektirecek bir süreç de değil. Gazeteler gelecekte çok sağlıklı birer yapı olarak var olacaklar. Bu dönüşümü yapamayanlar çok acıdır ki kapanacaklar, tarih olacaklar. Bu kadar net.*

Nasıl bir dönüşüm peki? Dünyada nasıl işliyor?

Ercüment İşleyen: *Bilgi çağındayız. Bilgi çağının tarifi bilgili insanlardan oluşan toplum demek değildir. Bilgi toplumundaki insanlar aslında daha da cahildir. Mesela 1950’lerde insanlar daha bilgiliymiş. 2013 İstanbul’u daha cahil. Sayısal –*

orantısal olarak. Bilgi çağının toplumunda birey bilgiye istediği yerden, istediği şekilde, istediği hızda yetişebilir. Bilgi çağı, bilgi toplumu aslında birey ve bilgi arasındaki ilişkiyi tarif eden bir şeydir. Bu az önce yaptığım tarife uyan medya aracı internettir. O yüzden internet bugünün medya aracıdır. Ne televizyonlar uyar bu tarife, çünkü istediğiniz zaman değildir. O yüzden televizyonlar dünyada büyük bir akım olarak Türkiye'ye de geldi. On demand yayıncılık dediğimiz talebe bağlı-talep üzerine yayıncılık (on demand İngilizcesi) akıştan artık kopmaya başladılar. Bütün Amerika'da ve Avrupa'daki büyük kanallar. Çünkü insanlar bir akışa bağlı kalmak yerine istediği zaman izlemek istiyor istediği şeyi. Niye? Çünkü bu da yaşamın dayattığı bir şey. Akşam saat 8'de prime time kabul ettiniz ve dizi başlatacaksınız. 8 herkes için farklı bir 8. Benim için 8 işte olduğum bir saat. Eşim için yolda olduğu bir saat. Kayınvalidem için akşamın bir saati. 8 herkes için ortak 8 değil ki artık. Yaşamlar çok farklılaştı. O yüzden insanlar diyor ki eve gidip şöyle rahatlayıp televizyon karşısına geçtiğim vakit 11 arkadaş 10. Öbürü diyor ki hayır 6 da evdeyim ben 7 de bu noktadayım. Dolayısıyla isteğe bağlı yayıncılık. İstedikine istediği anda ulaşma meselesi çok öne çıkıyor. Televizyonlar bu açığı kapatmak için on demand yayıncılığa gidiyor. Ama buna birebir tarife uyan internetir. En uzak olan da gazetedir. Çünkü teknolojisi çok eskidir. 1651 - 17. Yy ait bir teknoloji ile 21. Yy insanlarına ulaşmak, ilişki kurmak aynı mantıkla devam etmek mümkün değil. Çünkü kullandığı teknoloji eski; matbaa. Hayatınızdan kâğıt çekiliyor. Sadece gazete için söylemiyoruz bunu. Mektup gitti. Ofis ortamlarında kâğıtlar dolaşırdı. Devlet dairelerinde bile kâğıtlar gider gelirdi. Her şey bilgisayar üzerinden hallediliyor. Dolayısıyla kâğıt tüketimi azalırken dünyada ağaçlar korunuyor. Kâğıt hayatımızdan çekilirken gazetelerin mantığını sürdürmesi için burada bir dönüşüm yaşanması gerekiyor. Az önce tarif etmeye çalıştığım şekillerde bir başkası çıkar bir başka tarif yapar. O da oturulup konuşulur. Çünkü dünya medyası yol alıyor, yol bulmaya çalışıyor. Bu öldürücü rekabete karşı ayakta kalmanın yollarını bulmaya çalışıyor. Ölücü lafını rastgele kullanmıyorum çünkü bu rekabete dayanamayan ölür. Gazete-marka açısından söylüyorum.

www.milliyet.com.tr. Türkiye'nin en çok tıklanan haber sitesi olmasının nedeni sizce nedir?

Ercüment İşleyen: *Bu editoryal tercihlerle ilgili. Bizim aldığımız kesitte farklı ilgi alanlarına, toplumun farklı kesimlerine dokunmaya çalışma çabası var. Önceliğimiz bu. Hep aynı şeyle ilgilenen, aynı şeyleri talep eden insanları değil farklı etnik gruptan ilgi alanına kadar her rengi yakalamaya çalışıyoruz. 1. 2-samimi olmaya çalışıyoruz. Çünkü duygu geçiyor. Her ne kadar ekran soğuk bir şey gibi gözüксе de ekrandan duygu geçer, başlığınız da geçer, fotoğrafınız da geçer. Konumlanmanızla, haberi büyütüp küçültmenizle geçer. O duygu alışverişini sıcak tutmaya çalışıyoruz. İşte sizin buraya ilk gelirken geldiğiniz zaman söylediğiniz şey devreye giriyor. Bilgi alışverişinde sağladığımız kanallardan biri de yorumlar. Bir de okuma oranları, Avrupa okuma oranları diğeri de yorumlar.*

Bir de sizin isminizin Milliyet olması yani klavyede milliyet olarak yazılmasının etkisi artı haberleri hep yeni sayfalarda açtırmanızın etkisi nedir? Teknik olarak, çünkü tüm diğer siteler bu yöntemi denemeye başladı.

Ercüment İşleyen: *Yapıyorlar ama aslında bizim yaptığımız istatistiği düşüren bir şeydir. Yani başka bir sayfaya yollayıp geri döndüğünüzde o size 3 sayfa yazar biz de 1 sayfa yazar. Yani biz bir kaybı göze alıyoruz aslında yapmayanlar artı bir şey kazanıyor.*

Ama şöyle de bir avantajınız oluyor. Tarayıcıyı yeni bir sayfada açtığında haberi okudun bitti kapattığında hala milliyetteyim.

Ercüment İşleyen: *İnsanların istediğini talep ettiğini, iletişim kanallarını açık tutulması gerekliliği bu. Doğru söylüyorsunuz bunu istediklerini biliyoruz Ama öbür türlüye dönsek istatistiklerde artar. Ya da diğerleri buna hemen dönseler düşecek. Bunu söylemek istiyorum. Klavyede F klavyede özellikle milliyet okunduğu gibi yazılıyor. Hürriyeti hurriyet yazmak zorunda ama milliyet okunduğu gibi yazılıyor. Yandex arama motoruna gitmek için insanlar Google a yandex yazıyorlar. Zaten insanlar Google a milliyet hürriyet yazıyor. Uzun uzun milliyet gazetesi hürriyet gazetesi yazmıyor. Ya favorilerine eklemiş oluyorlar. Yazmıyorlar yani. Çok*

az insan yazıyor. Ya favorilerinden ya da Google a yazıyor. Ama bu benim gözlediğim bir şey. Yandex 'e gitmek için Google a yandex yazıyorlar.

Klasik gazetecilik başlıklar 3-4 kelimeyi geçmez ve başlıktan haberi konusu anlarız. Ama internet gazeteciliğinden başlıklar farklı yöntemlerle atılıyor mesela başlıklar soru şeklinde.

Ercüment İşleyen: *Hep değil bazıları. Evet doğru. Bunun sebebi Türk toplumunun okuma tembeli olması. Çok net. Bu kadarbasit. Türk okuru başlık ve spotla yetinecek kadar okuma tembeli. O olayı başlığında anlatmadığın zaman okuyor. Anlatırsanız okumuyor.*

Televizyonda ki gibi bir uygulama az sonralar gibi haber başlıkları atılıyor.

Ercüment İşleyen: *Yani o kadar okuma tembeli ki bir olayı başlığında anlatmışsanız okumuyor. Okusunlar diye bir 'teknik' tam olarak böyle tembelliği bırak okusunlar diye böyle bir teknik uyguluyoruz.*

İnternet sayfa tasarımında gazeteden farklı manşet uygulamaları var sebepleri nedir?

Ercüment İşleyen: *Yarın başka bir şey yaparız bugün başka şimdi şöyle. Türk okuru manşet tabanlıdır. Televizyonda da gazetede de manşet ister. Çünkü Türk okuru bu önemlidir arkadaş al oku denmesinden hoşlanır. Washington Post'un tasarımına bakıp da orada işine yarayacak haberleri aramaz. O bizim insanımızın davranış biçimi değildir bunlar. Böyle bir yaklaşım içinde o yaklaşıma cevap veriyor, o talebi karşılıyor. Manşet görmek istiyor. Şöyle 10 manşet yerine tek manşet kullansanız 9 haberi aşağıda kullansanız, yukarıda kullanılan manşet ile aşağıda kullanılan manşet aynı haber içerik aynı. İçerik zenginliği açısından birebir aynı ama sunumu büyük manşet büyük fotoğraflarla sunduğunuzda Türk toplumu bunu istiyor.*

İnternet gazeteciliği biçimlendirmeyi kime göre şekil alıyor?

Ercüment İşleyen: *Aslında biçimlendiren, herşeyi biçimlendiren okurun kendisi. Okurla inatlaşmak bizim işimiz değil. Burada söyleyeceğim bir şey var. Karşı çıkabilirsiniz ama okuru eğitmek bizim işimiz değil. Biz eğitim kurumu değiliz. Biz okul değiliz. Okurun bir talebi var. İnsanın bir talebi var. Sokaktaki adam ne olmuş öğrenmek istiyor ve bunu bir çırpıda öğrenmek istiyor. Vakti yok. Bu koşuşturma içinde, iş sahasında koşuşturma içinde, evde koşuşturma içinde ve yapacak çok şey var. O sırada birçok şey öğrenmek istiyor. O talebini karşılırsınız ya da yok arkadaş bak şimdi diyorsunuz. Öyle bir talep yok ki. Öyle bir talep yaratmak bizim harcımız değil. Yapamayız. İstesek de yapamayız. Üniversitelerde yapabiliyor musunuz? Oradan yetişmiş çocukları okuryazar mı yapıyorsunuz? Okuryazarı şu anlamda kullandım. Okuma yazmayı sevmek. Hiç ilgisi var.*

Kadir Sönmez: *Yorumlarda da mesela bir esnaf. Onunla ilgili bir haber var. Ama adamın okuma yazma ile bugüne kadar işi olmamış. Biz ondan mesela gerçekten akademik bir dille yazılmış yorum beklemiyoruz. New York Times da söylediğiniz daha katı daha muhafazakâr kurallar var, kurallara sahipler. Bu da yine tartışılabilir ama biz burada çok geniş bir kitleye hitap ettiğimiz için ve o insanın da orada fikrini oluşturması gerekiyor yani çünkü çok geniş bir kitleye hitap ediyoruz ve bizim yorumlarımıza bakarak da çok kişi fikir edinmeye çalışıyor. Biz o esnaftan televizyon röportajında sokak röportajında çok iyi bir diksiyonla Türkçe bekleyemezsek çünkü o zaman ona tamamen kulağımızı ona kapatmış oluruz. Bunda da daha asgari şeyler bekliyoruz. Çünkü onu hemen yayınlamamaya değil yayınlamaya çalışıyoruz. Böyle anlatmaya çalışayım. Çok fazla ona kuralcı bir şey yaparsak mesela bazı siteler bunu yapıyor. Aaa onu yanlış yerde kullanmış. De da yı yanlış yerde kullanmış. Bunlar önemli problemler buna katılıyorum ama o insan bir kere yorum yapacak belki ve sesini duyurmak istiyor. Bir problemi var, anlatmak istiyor. Ama çok fazla katı kurallarla da ya sen git düzgün yazabildiğin zaman gel diyemeyiz. Bizim bakış açımız bu yönde. Çünkü okuru duymak gerçekten önemli.*

E- mail ile okurlara okurların düşünceleri yayıncılara ulaşıyordu. Daha sonra hızlandı bu süreç yorumlarla birlikte. Şimdi her şeyin bir anlamı var. Haberin

ne kadar paylaşıldığı, haberin ne kadar yorum aldığı, yayınlanan yorumların ne kadar oylandığı bile bir anlam ifade ediyor.

Ercüment İşleyen: *Haberin tarifi değişti. 5N1K'dır. Ama günümüzde bence 5N1K + Y dir. Y'de yorumdur. Gün içinde haberlerin içinde yaşıyorum. Akşam evde yorum okumak için giriyorum. Yani ne yazmışlar bakıyorum. Yanlış anlamında değil. Merak ettiğim için giriyorum. Bunları biliyorsunuz çünkü mesela spor alanında bir transfer haberi. Bu transfer haberine gelen yorumlardan bu camianın transferden tatmin olmadığı, memnun olmadığı tamamen anlaşılıyor. Çok mu sevinmişler, bu ne yahu mu demişler. Bu çok değerli bir şey aslında.*

Yorumlara göre haber yapıyor musunuz?

Kadir Sönmez: *Tabii tabii tabii. O zaman yorumları haber yapıyoruz. Diyelim Beşiktaş 35 yaşındaki adamı almış. Ve yorumlarda ne diyor ya ne yapıyorsunuz siz falan diyor. Beşiktaş camiası kıyamet koparttı diye onu haber yapıyoruz.*

Okuyucu yorumla katılım sağlayarak internet yayın editörleri arasında interaktif bir iletişim sağlanıyor mu? Okur yorumları üzerinden haberde bir dönüşüm olmuyor mu?

Kadir Sönmez: *Yok. Etkileşim şöyle. Bizimle hiçbir etkileşim yok. Okurla polemiğe girmiyoruz. Bizim açımızdan. Ama bizim yorumlarda yoruma yorum yazma, yazdığınız yoruma ben eğer bir şey eklemek istiyorsam sizin yorumunuzun olduğu yere cevap yazıyorum. Sizde ona cevap yazabilirsiniz ki onun içinde. Ama herkes göremiyor.*

Okuyucu Yorumlarında yayın kimliğinin yanında hangi kurallar süzgecinde eleme yapıyor, değerlendirmeye alıyorsunuz?

Kadir Sönmez: *Sitemize gönderilen okur yorumları, yorum editörlerimiz tarafından değerlendirilir. Değerlendirme sürecinde uyguladığımız kriterler; Türk Ceza Kanunu, Türkiye Cumhuriyeti kanunları ve yayın ilkelerimiz çerçevesinde belirlenmiştir. Bu değerlendirme sonucunda uygun bulunan yorumlar yayımlanır. Ayrıca yayın sonrasında, rutin olarak yaptığımız kontroller bulunmaktadır. Tek kelimeden dolayı elediğimiz yorumlarda oluyor. Çünkü o yorumu yayınlarsak bir kişiye hakaret oluyor. Onu yayınlamıyoruz veya herhangi bir şekilde de müdahale etmiyoruz. Çünkü yayıncıyı riske sokan bir şey.*

Kaç kişilik bir ekiple çalışıyorsunuz

Kadir Sönmez: *Ekip ofiste de var, ofis dışında da var. 12- 13 kişiye yakın bir ekibimiz var aslında. Ofis dışından çalışan bir de sürekli ofiste çalışanlarımız var. Dediğim gibi önceden bizim bütün ekibimiz hem fikir yani orada bütün kurallarımızı hepimiz biliyoruz. Nedir? Şiddeti öven, şiddeti insanları teşvik eden, nefreti körükleyen, cinsiyetçi, ırkçı bu şekildeki yorumu almıyoruz. Bunu da daha geneli Türkiye Cumhuriyeti Kanunlarını söylemiştim. Onları baz alarak yorumları onaylıyoruz. Hakaret, suç savunma ve iftira niteliği taşıyan suçlama mesela çok oluyor. Çünkü toplumun genelinde kabul edilen bazı şeyler var. Bazı insanlarla ilgili. Buna yorum olarak gönderildiği zaman yayınlamıyoruz. Çünkü o kişi gelip de ya tamam bu konuşuluyor ama siz bunu yayınlamışsınız dediği zaman yayıncının da belli sorumlulukları var. Orada hukuki olarak haklı o. Biz de bunları hiçbir yani hem ifade özgürlüğü korumaya çalışıyoruz ama hiç kimsenin de kişisel haklarını zedelememeye çalışıyoruz. Yorumlarla ilgi kriterlerimizde bize ulaşan okurlarımıza açık bir şekilde gönderiyoruz yani biz bunları.*

Haber öncesi ve sonrası okur yorumlarından sonra haberde gün içinde değişiklik oluyor mu?

Kadir Sönmez: *Tepkileri iletiyoruz ama orada haber ekibimiz belirleyici yani herhangi bir şekilde. oradada mesela eleştiri şeklinde yazıyorlar. oradaki yayın*

politikamız şu; eğer yayınımla ilgili bir eleştiri varsa ilgili kişiye iletiyoruz. Yayına almıyoruz.

Milliyet gazetesi ile www.milliyet.com.tr nin yayın kimliğinde bir ayrışma var mı? Örneğin gündem toplantıları oluyor. Www.milliyet.com.tr nin internetin gündem toplantısı olup ona göre mi ayarlanıyor haberler ilk 11; yoksa?

Ercüment İşleyen: *Şimdi biz sürekli yenilenmek zorunda olduğumuz için gündem toplantısını gazeteler yapar. Birer tane haber zaten bir kere yapar bitirir. Ama sürekli yayınlanan bir şeyin toplantısı olmaz. Çünkü zaten konuştuğun şey konuşurken değişiyor. Ama birlikte çalışıldığı için konuşularak oluşturuluyor. Toplantıda şunu şunu yapalım diye bir şey yok.*

İnternet gazeteciliğinden eşik bekçiliği kim tarafından yapılıyor? Sizin kontrolünüzden mi geçiyor?

Ercüment İşleyen: *Herkes kontrol ediyor. Her alanın bir sorumlusu var. Alan sorumluları var. Ekonomi, dünya, siyaset, yaşam, magazin, spor.*

İnternet sayfalarında okur yazar oldu mu?

Kadir Sönmez: *Bizim yorum anlamında tabii belli bir aşama var internet. Bize ayrıca bloklarda var. Onlardan köşe yazarlarımız var baya? İnternetin ilk döneminde yazılı iletişim bu kadar güçlü değildi. Şimdi insanlar arasında yazılı iletişim bir anlamda güç kazandı. Görebiliyoruz çok net bir şekilde. Bütün sosyal ağların da tabii bu kadar takip edilmesini besleyen şeyde aslında bu. Yazılı iletişim ciddi anlamda gelişti diye düşünüyorum ben. Yani sadece okur yorumları değil diğer alanlarda da öyle. İşte mesaj yazarken o duyguları ifade edebiliyor insanlar yani eskisi kadar soğuk değil galiba.*

En çok okunan, en çok yorum alan konuyu ve ne kadar tık alıyor takip ediyor musunuz?

Kadir Sönmez: *Aslında orada da sürekli değişen bir eğri var diyelim çünkü sabah saatlerinde çok önemli bir olay olursa okurlar tabii o saatlerde yorum yapıyorlar ama bu istatistiki soru çok geliyor. Tahmin ediyorum sabah saatleri ve öğleden sonra 3 civarı bir yoğunlaşma oluyor. Ama mesela maç olduğu akşamlarda inanılmaz bir artış yakalanıyor. Burada da gündeme bağlı tabii, yayın akışına bağlı açıkçası.*

İnternet gazeteciliği bir avantaj mı ve dezavantaj mı?

Kadir Sönmez: *Bana kalırsa avantaj tabii.*

Ercüment İşleyen: *İnternet gazeteciliği daha dezavantaj Çünkü hızlı ve doğru karar vermeniz gerekiyor. Kağıt gazete için sabah başlarsın düşünmeye akşam hatta 19:11'e kadar vakti var. İnternet gazeteciliğinde sürekli bir şey yapmak zorundasın. Bu iyi bir şey. Çünkü insanları tarife uygun bir şey yapıyorsun. Kötü bir şey sürat her yerde felakettir. 2 tane örnek vereyim. Usame Bin Ladin'in damadı İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan şube ekipleri tarafından gözaltına alınmış. Bu çok önemli bir haber. Bunu bir de doğrulatmanız lazım değil mi? Haberi doğrulatabileceğiniz en üst makam bu haberi İç İşleri Bakanı'dır. Daha üstü yok. Açıklamayı İçişleri Bakanı yaptı zaten. Ben haberi koydum. Patlattık. 45 dakika sonra bir düzeltme geldi bakandan soyadı benzerliğimiş. Biz 45 dakika sonra gözaltına alınan damadı değil soyadıymış diye toparladık falan. Ama o arada 45 dakika da girip okuyan sonra bir daha gelmeyen insanlar onu öyle biliyorlar. Mesela ben okumuşum arkadaşımınla karşılaşıyorum; diyorum ki; ya Usame bin Ladin'in damadını yakalamışlar. Böyle bir gelişme var hani. Sonra haberin doğru olmadığını öğreniyorum. Ben bu siteye olan güvenimi kaybederim. Beni kandırdı derim. İşte bakanmış falan değil ben aldığımı bakarım. Bu sürat meselesinden hata yapma şeyi çok fazla. O yüzden son zamanlarda feyk ölüm haberleri çıkmaya başladı.*

Peki orada karar verirken bu haberi doğrulatabadınız diyelim ki kesin doğru bir cevap da alamadınız. Orada yayınlamakla yayınlamamak arasında bir çizgi var. O çizgiyi yayınlamak ya da yayınlamamak tarafında kararı verirken hangisini seçersiniz?

Ercüment İşleyen: *Eğer yüzde 50 yüzde 50 ise yayınlama ve yayınlamama eğilimi, yayınlamam. Yarı yarıysa yayınlamam. Ama yüzde 60'lara varıyorsa o sizi soru işaretinden kurtarır.*

İnternet haber site genellikle kırmızı ve tonları ağırlıklı. Özellikle seçilen bir renk midir kırmızı? Sarı son dakikalar, yeni haberler için daha çok kullanılıyor?

Ercüment İşleyen: *Renk olarak sarı en hızlı renktir biliyorsunuz. En uzaktan fark edilen. Kırmızı en dikkat çekici renktir. Mavi yaptığımız zaman durağan oluruz. Enerji düşürür. Renklerin insan üzerindeki etkilerini biliyoruz ve kullanıyoruz.*

Okurun İnternet gazeteciliğinde avantajları nelerdir?

Kadir Sönmez: *İnternet gazeteciliğinde okurun şöyle bir avantajı var aslında. İnsanların birbirini tanınmasını kolaylaştırdığı için diyalogu arttırıyor. Mesela geçtiğimiz günlerde Hakkari'den bir okur aradı. Bugün de Trabzon'dan bir okur aradı. Bunu şey için söylüyorum. Oradan yazan insanlarda var. Trabzon'dan da yazan var. Dünya'nın her yerinden yazanlar var. Doğal olarak kendi bakış açılarıyla, yaşadıkları olaylardan çıkardıkları sonuçlarla bir şeyler yazıyorlar. Bu da insanların değişik coğrafyaları tanınmasını kolaylaştırıyor. Bunu ben açıkçası ciddi anlamda faydalı buluyorum. Hem yayıncı açısından faydalı hem de takip eden okurlar arasından. Şimdi sadece gazeteyi düşündüğümüz zaman okurken hiçbir şey hissedemiyoruz. Hem yayıncıyla iletişiminiz kopuk oluyor hem de diğer okurlarla iletişiminiz de kopuk oluyor. Sadece tek başınayız. Tek başına okuyoruz ve hiç kimseden haberimiz yok bir anlamda. İşte burada internet haberciliğini ve internetin*

daha doğrusu yeni medyanın büyük bir avantaj sağladığını görüyoruz. Orada insanların birbirlerini tanıması bana çok faydalı geliyor.

İnternet gazeteciliğinde okur sanal beraberlikle gerçek tek başınalık mı gerçekleşiyor?

Kadir Sönmez: Kesinlikle. Zaten internetin kırdığı şey o oldu. Tek değiliz. Başka insanlarda bu haberi okuyorlar. Bir şeyler düşünüyorlar. O düşününce bana çok gerçekten nasıl hani yıllarca o şekillerde okumuşuz gibi geliyor. Çünkü bu büyük bir körlük yaratıyor. Bunu internet sayesinde kırdık diye düşünüyoruz.

Yorumlarda size çok farklı gelen ya da yorumunun yayınlanmadığı için size ulaşanlar oluyor mu?

Kadir Sönmez: Bir değil çok kişi var. Baştan beri söylediğim gibi bizim yayınumuz ciddi anlamda takip edildiği için tek yorum nedeniyle ciddi açıklamalar yaptığımız okurlarımız var. Neden yayınlanmadı? e-mail yoluyla ulaşıyorlar. Telefonla ulaşıyorlar. Neden yayınlanmadığını soruyorlar ve sormaları da gerekiyor bana göre. Çünkü bize güvenerek düşüncesini aktarıyor. Düşüncesini aktardığı zaman bizim ona şeffaf bir şekilde cevap verebilmemiz gerekiyor. Bütün ekibimizde bunu bilir. Bir şeyi siliyorsak yayınlamıyorsak bunun mutlaka bir nedeni olmalı. O nedenle de ekibimizde herhangi bir şekilde hiçbir düşünceye karşı önyargı veya kendi düşüncemizden, öz düşüncemizden kaynaklanan silme nedeni olamaz. Okura böyle söylediğimiz zaman belki anlamı olmayabilir. Çünkü o uygulamaya bakacak. Alınıyor mu, alınmıyor mu diye. O nedenle mesela Galatasaraylı birisi 'ya sen Fenerbahçelisiniz galiba' diye uyluyor. Bizde ona öyle olmadığını anlatmak ve göstermek zorundayız. Net sebepler söylüyoruz yayınlamadığımız yorumlar için. Ciddi anlamda okur ulaşıyor bize. E-mail olsun veya telefonla olsun ulaşıyorlar. Dışarıda da karşılaştığım okurlar olursa ilk önce neden yorumum yayınlanmadı diyorlar. Bu çok ilginç ve hani bunu pek tahmin edemiyordum ama konuştuğunuz zaman milliyet olduğunu duydukları zaman yorumlarım neden yayınlanmadı şikayeti alıyorum ve bende neden yayınlanmadığını merak ediyorum o anda. Çünkü binlerce

yorum var, söyleyemem. Sistemden kontrol ediyorum. Doğru mu yanlış mı yapmışım tekrar gözden geçirmiş oluyoruz.

Kaç kişilik ekiple çalışıyorsunuz?

Ercüment İşleyen: *Teknik servisle beraber 87 den fazla. Sadece editörler bazında 44 çok fazla.*

Sosyal medyayı kullanıyor musunuz?

Ercüment İşleyen: *Biz gazete olarak www.milliyet.com.tr adı altında kullanıyoruz.*

Kadir Sönmez: *Tabii ki kullanıyorum. Sonradan da bakıyorum eleştiri varsa onları takip ediyoruz. Arşiviniz var zaten. Haberlerle birlikte yorumlar kalıyor.*

Ercüment İşleyen: *Ajansın fotoğrafını yanlışlıkla kullandığımızda hemen ceza ödüyoruz. Yerli yabancı her ajansı ve televizyon kanallarını takip ediyoruz. Daha çok televizyonlara bakıyoruz.*

Son olarak internetin haberciliğe en önemli katkısı ne oldu?

Ercüment İşleyen: *İnternetin haberciliğe kattığı en önemli şeylerden biri okuyucu yorumları oldu. Eskiden gazeteye 10-15 telefon geldiğinde santrellerimiz kilitlenirdi, şimdi ise internette bir habere binlerce yorum geliyor. Okur ile yazar arasında mesafe kıaldı. Haberciliğe demokrasi geldi, iletişim kuvvetlendi.*

BİLİŞİM TERİMLERİ SÖZLÜĞÜ

Analog: 1. Sürekli olarak gerilim ve akım değeri değişikliği gösteren. Karşıtı: digital (sayısal). 2.Verilerin sürekli olarak değişen fiziksel nicelikler yardımıyla ifade edilmesi.

Arayüz: 1. Bilgisayar yazılımlarının kullanıcı tarafından çalıştırılmasını sağlayan, çeşitli resimlerin, grafiklerin, yazıların yer aldığı ön sayfa. 2.Bilgisayarın donanım ve yazılım unsurları arasında karşılıklı etkilenme ve bağlantıyı oluşturan program bölümleridir.

Asynchronous: Asenkron. 1. Veriler için istekte bulunma anı ile verilerin alınması arasında belirli bir sabit zaman aralığının bulunmadığı bir tür iletim sağlayan alt sistem. 2. CPU veya diğer yöntem zamanlamaları ile eşzamanlı olmayan bir olay veya birim.

Asynchronous communications: Asinkron (Zaman uyumsuz) iletişim Bağlayıcı iletim hatları üzerine karakterlerin yerleştirilmesi zamanlamasının önemli olmadığı bir veri gönderme metodu. Gönderilen karakterlerin önüne bir “başlama bitti” arkasına ise bir “dur bitti” gelir ve böylece karakterler arası aralığın değişmesine olanak sağlar.

ATM Kıs. Asynchronous Transfer Mode: Asenkronize Transfer Modu ADSL üzerinde çalışabilecek ultra yüksek hızlı hücre tabanlı bir veri gönderim protokolü.

Automation: Otomasyon. 1. Otomatik araçlarla işlemlerin uygulanması. 2.Bir işlemi daha otomatik yapmanın teorisi, sanatı veya tekniği. 3. İşlemleri, otomatikleştirmek kendi kendine yürür ve kendi kendini kontrol eder hale getirme usullerinin incelenmesi, dizaynı, geliştirilmesi ve uygulanması. 4. Bir yöntemin, bir işlemin veya donatımın otomatik işleme çevrilmesi. 5.Yaşayan şeylerin çalışmasını taklit etmek üzere yapılmış olan bir makine. 6. Nispeten kendi kendine işleyen bir düzen. 7.Bir robot. 8. Otomasyon Bir süreç, makine ya da işlem dizisini otomatikleştiren yöntem, sanat ya da kuram; özdevin. 9.Özdevin Bir yordam, süreç ya da donanımı özişler kılmayı amaçlayan. Özişlerleştirme; bir sürecin özişler araçlar kullanılarak gerçekleştirilmesi; özişlerlik.

Bulletin Board System (BBS): Bülten Tahtası Sistemleri elektronik mesaj hizmetleri veren, kütük arşivleri sunan, sistemi çalıştıranın ilgi alanına giren diğer hizmet ve aktiviteleri sağlayan bilgisayar ve üzerinde çalışan yazılıma BBS denmektedir. BBS'ler şimdiye kadar

hobi olarak kullanılıyordu. Fakat Internet'e bağılı BBS'ler hızla artmakta, şu anda birçok BBS devlet, eēitim ve araştırma kurumları tarafından işletilmektedir.

Computer Mediated Communication: Bilgisayar Aracılı İletişim Bilgisayarlarla donatılmış ve videofon, videotoplantı, tıpkıbasım, teleyazma, görsel imge bellekleri gibi araçlara dayanan insanlararası iletişim türü.

Cookie: (erez) Tarayıcı tarafından kullanıcıya gönderilen ve kullanıcının sabit diskine yerleşen küçük dosyacık. Bu dosya, ziyaret edilen site hakkında tarih, kullanıcı adı, ziyaret saati gibi bilgileri içerir. Aynı sitenin bir sonraki ziyaretinde kontrol edilir.

Dezinhibisyon etkisi: Kişilerin internet ortamında yüz yüze iletişimde sylemeyeceklerini söylemeleri, daha rahat davranmaları, kendilerine daha az sınır koymaları 'dezinhibisyon etkisi' olarak adlandırılmaktadır.

Digit: Sayı/Rakam. Bir sayı sisteminin kabul edilebilir işaretlerinden biri.

Digital: Sayısal.1. Kesikli durumları olan. Sayısal mantıkla ikiden onaltıya kadar herhangi bir adette durum olabilmektedir. Ancak en çok rastlanan tip ikili mantıktır ve açık kapalı olmak üzere iki durum vardır.2.Bütün bilgilerin, açık(on) veya kapalı(of) durumlarını temsil eden 1'ler ve 0'lar şeklinde kodlandırıldığı bilgisayar teknolojisi ve veri iletişimi ile ilgili.

Domain Name: Bir internet sitesini tanımlayan adres. Her domain name bir IP adresine karşılık gelir.

Duvar: Facebook sosyal paylaşım sitesinde herkese ait bir profil vardır. Profilimizde tüm arkadaşımızın greceēi şekilde fotoğraf paylaşabilir yazı yazabiliriz. Facebook'ta bu tür paylaşımların yapıldığı yerlere ise "Duvar" deniyor. Facebook'ta paylaşım yapabileceēimiz her yer bir duvardır.

Electronic Mail (e-mail): Elektronik posta (e-posta) 1. Bilgisayar kullanıcılarının aralarındaki iletişim aēı vasıtasıyla diēer bilgisayar kullanıcıları ya da kullanıcı grupları ile mesaj alış-verişi yaptığı sistem.

Entropi: Tümüyle görsel nitelikli ve karmaşık görünümü içindeki enformasyon sisteminin zlmezliēini ifade eder.

Facebook: Facebook Inc, insanların arkadaşlarıyla iletişim kurmasını ve bilgi, fotoğraf, video vb. paylaşımı amaçlayan bir sosyal paylaşım web sitesidir. 4 şubat 2004 tarihinde Harvard niversitesi 2006 sınıfı ērencisi Mark Zuckerberg tarafından

kurulan facebook, öncelikle Harvard öğrencileri için kurulmuştu. Daha sonra Boston civarındaki okulları da içine kapsayan facebook, iki ay içerisinde Ivy Ligi okullarının tamamını kapsadı. İlk sene içerisinde de; Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tüm okullar facebook'da mevcuttu. Üyeler önceleri sadece söz konusu okulun e-posta adresiyle (.edu, .ac.uk, vb.) üye olabiliyordu. Daha sonrasında da ağ içine liseler ve bazı büyük şirketler de katıldı. 11 Eylül 2006 tarihinde ise facebook tüm e-mail adreslerine, bazı yaş sınırlandırmalarıyla açıldı. Kullanıcılar diledikleri ağlara; liseleri, çalışma yerleri ya da yaşadığı yerler itibarıyla katılım gösterebilmektedirler.

FTP (Dosya Aktarım Protokolü): FTP dosyaları Internet üzerinden aktarmak için kullanılan bir protokoldür. FTP genellikle dosyaları diğer kişilerin karşından yüklemesini sağlamak için kullanılır, ancak web sitesi oluşturmak amacıyla web sayfalarını karşıya yüklemek veya resim paylaşım sitesine dijital fotoğraflar koymak için de FTP'yi kullanabilirsiniz.

Hypermedia: Hipermedya Metnin yanı sıra grafikler, ses, video içeren bir multimedya/çoklu medya hipermetin tipi.

Hypertext: Hipermetin Çoklu medya bilgisayar uygulamalarında, belgelerin birbirlerine bağlantılandığı bir komponent.

IP (Internet Protocol- İnternet Protokol Numarası): İnternete bağlanan bilgisayarlar için bir standart. İnternet erişimine sahip olan bütün bilgisayarlara, noktalarla birbirinden ayrılan dört rakam grubundan oluşmuş tek bir adres verilir.

IP address: TCP/IP protokolü kullanan bilgisayarlara verilen 32 bit adres.

Immersion (Tamözdeşim): Immersion terimi buradaki anlamında “tamözdeşim” terimine karşılık gelir. “Bir katılımlı gözlemde gözlemcinin duruma ya da olaya, onu yasayan bireylerden ayrılmayacak biçimde katılması ya da bir topluluk üyelerinin yaşamını paylaşması.”

İnteraksiyon: İki Yönlü İletişim kanalı, interaktivite.

İnovasyon: İnovasyon, Latince bir sözcük olan "innovatus"tan türemiştir. “Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması” anlamındadır. Webster, inovasyonu “yeni ve farklı bir sonuç” olarak tanımlar. Türkçe’de “yenilik”, “yenileme” gibi sözcüklerle karşılanmaya çalışılsa da, anlamı tek bir sözcükle ifade edilemeyecek kadar geniştir. Diğer yandan “yenilik” ve “yenileme” “inovasyon” sözcüğü ile ifade edilemeye çalışılan kavramın dışında da çağrışımlara yol açmaktadır. Bu nedenle, “inovasyon”un teknik bir sözcük

olarak kabul edilip, tıpkı teknoloji” sözcüğünde olduğu gibi dilimize oturtulmasında yarar var. En basit tanımıyla inovasyon, farklı, değişik, yeni fikirler geliştirmek ve bunları uygulamaktır.

JPEG, Joint Photographic Experts Group (Birleşik Fotoğraf Uzmanları Grubu) tarafından standartlaştırılmış bir sayısal görüntü kodlama biçimidir. Bu biçim, 1994 yılında ISO 10918-1 adıyla standartlaşmıştır.

JPEG standardında görüntü saklayan dosya biçimi de çoğunluk tarafından JPEG olarak adlandırılır. Bu dosyalar genellikle .jpg, .jpe ya da .jfif uzantılıdır, ancak çoğunlukla .jpg uzantısı kullanılır. Bu dosya biçimi, WWW üzerinden görüntü iletmek ve fotografik görüntü saklamak için en popüler dosya biçimi olmuştur. JPEG / JFIF formatı, web için gerçekten de başarılı bir depolama ve veri transfer yapısına sahiptir. Çünkü bu işi yapan GIF formatı sadece 256 rengi desteklediğinden fotografik görüntülerde yetersiz kalmaktadır. PNG'nin görüntü kalitesi daha iyi olsa da web için yeterli boyut optimizasyonunu yapamadığı için büyük boyutlu resimler ortaya çıkmaktadır. Bu da fotografik resimlerin web için kullanılacağı durumlarda da JPEG'i kullanışlı ve tercih edilir bir format haline getirmektedir. Dijital ortamda, JPEG dijital fotoğraf (resim) için kayıplı sıkıştırma yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. depolama boyutu ve görüntü kalitesi arasında seçilebilir değişim sağlayan ayarlanabilir dereceli sıkıştırma. JPEG genellikle görüntü kalitesinde az algılanabilir kaybı ile 10:01 sıkıştırma sağlar.

Komponent: Unsur (zargan)

Listserv: İnsanların kendi istekleriyle üye oldukları, grup haberleşme mekanizmaları, list/mail-reflektor/bulletin-board adıyla bilinir. Bu mekanizmaları gerçekleştiren programlar çoğunlukla listserv, list-management yazılımı (listeci yazılımı, listeci servisi) olarak adlandırılırlar. Değişik konularda haberleşmelerin yapıldığı bu mekanizmalarda oluşturulan “haberleşme alanlarına” ise “liste” denir.

Link: İnternette bir kelime, resim veya bilgidene bir diğerine yapılan bağlantı.

Memex: Memex adı İngilizce ‘hafıza genişletici’ veya ‘hafıza çoğaltıcı’ anlamına gelen ‘memory extender’ kelimelerinin kısaltmasıdır.

Mikro-işlemciler: Mikro-işlemciler basitçe söylenecek olursa, bilgisayarların kalbidir. Bir mikro-işlemci -CPU yani merkezi işlem birimi

olarak da bilinir- tek bir çip üzerine yapılmış bütün bir hesaplama aygıtıdır.

Modularity: Modüllü olma Bir bilgi sisteminin küçük modüller halinde planlanması. Bazı modüller sadece bir kez ve bir tek uygulamada bazıları ise çok sayıda değişik biçimlerde kullanılırlar. Sadece bir tek yerde kullanılabilen modüller proje kontrolünün daha iyi yapılmasını sağladıkları için tercih edilirler. Modüller ayrı, ayrı yazılıp edinebildiklerinden daha iyi bir bakım ve sistem parçalarının yenilenmesinde kolaylık sağlarlar. Böylece modül kullanımı, sistem ilkelerinin bir çeşit uygulamasıdır. Modüller, gerektiğinde sistemin tamamen değiştirilmeksizin bazı ek modüllerle yenilenmesini, düzeltilmesini ve/veya büyütülüp genişletilmesini sağlarlar.

Modular System: Modüler sistem. Donanım ve/veya yazılım sistemlerini standart bağımsız parçalardan oluşturma.

Mpeg Mpeg uzantısının açılımı Moving Picture Experts Group'tur. Türkçe'de Hareketli Görüntü Uzmanları Birliği anlamına gelmektedir. Mpeg; ISO/IEC'nin sayısal olarak kodlanmış ses ve görüntü temsili için standart geliştirmekten sorumlu çalışma birliğidir.

Multimedia: Çoklu ortam/Multimedya Metin, grafik, ses, animasyon, fotoğraf görüntüleri ve video dahil olmak üzere, bilgisayar tabanlı medyanın entegre bir toplamı.

Multi-User: Çoklu Kullanıcı Bir işletim sisteminin aynı zamanda çeşitli programlar başlatarak birden fazla bağımsız kullanıcıyı destekleme kabiliyeti.

Multi-User Dungeon (MUD): Çok kullanıcıli Oyun İnternet üzerindeki macera, rol yapma oyunları ve benzetimlere verilen isim.

Network: Ağ Bilgisayar ağı değişik yerlerdeki bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan veri iletişim sistemi.

Nickname: Takma ad, kısa ad.

Online: Çevrimiçi

Pixel: Resim noktası 1. Bir video ekranında gösterilen bir resme ait noktalardan biri. 2.Bir görüntü biriminde (ekranda) kontrol edilebilecek en küçük ekran noktası.

Prototip: Prototip' adı (pro'totip) Fransızca prototype 1. İlk örnek. 2. Model. Genel terminoloji ve semantikte prototip, belirli bir kategoride ele alınabilecek herhangi bir somut nesne, varlık veya olgunun, geri kalanlar için örnek teşkil edebilme vasfına

sahip ilk ve en ilkel türevidir.

PSD Kıs. PRIME Symbloic Debugger: PRIME Simgesel Hata Bulucu. Hata bulucuyu yükleyip çalıştırmak için verilen dış komut.

Redondance: Aynı sistemden çıkan bir iletinin aktarım sıklığının yol açtığı belirsizlik payı ve enformasyonsuz tekrarı simgeler. Ayrıca enformatik sistemin bozuluşunu simgeler.

RSS Rich Site Summary (Zengin Site Özeti): RSS çeşitli internet siteleri tarafından yayınlanan haber vb. içeriğin tek bir ortamdan topluca izlenebilmesine olanak sağlayan yeni bir içerik besleme yöntemidir. XML alt yapısı ile yazılmış, günümüzde web sitelerindeki en son haberler, güncellemeler gibi bilgilerini, son kullanıcıya ulaştırmak için kullanılan veri biçimi. RSS – Real Simple Syndication, RDF Site Summary veya Rich Site Summary (Zengin Site Özeti) kelimelerinin baş harflerinden oluşan kısaltmadır. XML biçiminde olan RSS dosyaları ilk olarak NetScape firması tarafından geliştirilmeye başlanmıştır. RSS dosyalarının kullanımı her geçen gün artarak yaygınlaşmaktadır.

Simülasyon: Benzetim, simülasyon veya öğrence, teknik olmayan anlamda bir şeyin benzeri veya sahtesi anlamında kullanılır. Teknik anlamda gerçek bir dünya süreci veya sisteminin işletilmesinin zaman üzerinden taklit edilmesidir. Sistem nesneleri arasında tanımlanmış ilişkileri içeren sistem veya süreçlerin bir modelidir.

Telnet: Kullanıcıların İnternet’te bulunan herhangi bir bilgisayara bağlanmalarını veya girişleri sağlar.

Twitter: 140 karakterden oluşan tweet adı verilen internet kısa mesajlarının gönderildiği ve başkalarının mesajlarının okunabildiği bir mikro-blog servsidir. Tweet: Sözlük anlamı cıvıldamak, kıs kıs gülmek.

UD: Çok Kullanıcılı Oyun.

Usenet (Haber Grupları): Usenet, dünya üzerindeki milyonlarca ağ kullanıcısının (internet/bitnet vb) çok değişik konularda haberler, yazılar gönderdiği bir tartışma platformudur. Bu platform, konularına göre belirli bir hiyerarşide oluşturulmuş tartışma öbeklerinden (news group, haber grubu) oluşur. Kullanıcı, iletisini, içerik olarak en uygun öbeğe gönderir. Kullanıcıların gönderdiği postalar (haber, değişik konularda yazı vb) İnternet için, NNTP (Network News Transfer Protocol) isimli bir internet protokolu kullanılarak iletilir. Bir kişinin gönderdiği ileti (mail, posta) hiyerarşik bir yapıda dağıtılır ve dünya üzerinde internet erişimi

olan kişiler tarafından bir Usenet Servis sağlayıcısı aracılığı ile okunabilir. Usenet ileti trafiği internet hatlarının yanında, UUCP, BITNET gibi hatlar üzerinden de iletilebilir. Dolayısıyla, Usenet Internet'e özgü değildir ama arakesiti büyüktür. Usenet kapsamında, değişik konularda sanal platformlar oluşturulmuştur (usenet haber (news) grupları).

Uzam: Cisimlerin uzayda kapladıkları yer.

World Wide Web Dünya Çapında Ağ İsviçre parçacık araştırma merkezi tarafından yaratılmış olan hipertext tabanlı, dağıtılmış bilgi
Kıs.www veya
w3: sistemi.

Virtual: Görüntü/gölge 1.Kavramsal ya da (gibi görülen) gerçekten olmadığı halde olmuş etkisi yaratan. Verilerin yapıların veya donanımın kullanılan yazılım ile dönüşüme uğrayarak uygulama programcısına veya kullanıcıya gerçekte olduklarından farklı görülmelerini dile getiren sıfat. 2. Gerçekte ne olmadığı algılanan, genellikle gerçekten olduğundan daha “gerçek” veya somut olarak algılanan, bir cihaza, servise veya duyumsal girdiye ait.

Vlogger: Vlogger kavramı, video blog sahibi kişileri tanımlamak için kullanılmaktadır. Video bloglar, çevrimiçi video günlükler olarak tanımlanabilir.

Yakınsama/ Tek bir cihazda iki veya daha fazla farklı teknolojilerin
Yöndeşme birleşimi anlamına gelir. Yakınsamayı önceden ayrı ele alınan
(convergency): ses (telefon özellikleri), veri ve görüntü teknolojilerinin aynı kaynakları kullanarak birbirleriyle etkileşmesi, sinerjik olarak yeni etkinlikler yaratması olarak tanımlanır. Yakınsama/ Yöndeşme (convergency), telekomünikasyon, medya ve bilgisayar teknolojisi ile alt-yapılarının bir araya gelmesidir. Bu birleşmeyi mümkün kılan şey ise sayısallaşmadır. Bugünün haberleşme teknolojilerinin ve kitle iletişimi, yayıncılık teknolojilerinin sayısal dönüşümleri ile bilgisayarlar arası veri iletişimini olanaklı kılan sayısal ağ yapılanmasının bir araya gelerek oluşturduğu yapılandırmadır.

ÖZGEÇMİŞ

HÜLYA SEMİZ TÜRKÖĞLU

Fatih Mahallesi, Bahçeyolu Cad. Garden City Konutları

Esenyurt / İSTANBUL

GSM Tel: 0 505 535 3810

e-mail: hulyasemiz@gmail.com/hulyasemiz@istanbul.edu.tr

KİŞİSEL BİLGİ

Doğum Tarihi: 29.06.1983

Doğum Yeri: İstanbul

Medeni Durumu: Evli

EĞİTİM DURUMU

Lisans: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü (2001-2005)

Yüksek Lisans: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı (2006-2008)

Doktora: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı (2008-...)

Yabancı Dil: İngilizce

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü İletişim Sosyolojisi Anabilimda **Araştırma Görevlisi** (2009-...)

AKADEMİK ÇALIŞMALAR

- “E-Ticaret Ödeme Sistemlerinde Kullanılan Güvenlik Teknikleri Olası Tehditler ve Önlemler”, III. İstanbul Bilişim Kongresi “Yönetişim”, İstanbul, Türkiye, 2009, ss.124
- “Ulusal Basın Gölgesinde Yerel Basın İşletmeciliği ve Pazar Bilinirliğinin Sağlanması, Okuyucu Üzerine Bir Alan Araştırması”, 1. Uluslararası 5. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sempozyumu, Konya, Türkiye, 2009, pp.861
- “Türkiye’deki Basının Yapısı ve Basın İşletmeciliği”, Kare Yayınları, İstanbul, 2010
- “Umberto Eco ile Yürümek ve Yüzmek”, Eco Dersleri Yankılanan Metinler Nasıl Okunur?, Rigel N., Çağlar Ş., Cengiz A., Ed., Anonim Yayıncılık, İstanbul, ss.184, 2010
- “Sanal Yaşamın Sanal Kimlikleri” Fortune Türkiye, Promat Basım Yayın San., Mayıs 2013, s.154-155