

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

**KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAKİ TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN
HABER ÜZERİNE ETKİLERİ**

Doktora Tezi

ENGİN ÇAĞLAK

İstanbul, 2013

ENGİN ÇAĞLAK

**KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAKİ
TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN HABER
ÜZERİNE ETKİLERİ**

GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GENEL GAZETECİLİK BİLİM DALI

İstanbul, 2013

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

**KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAKİ TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN HABER
ÜZERİNE ETKİLERİ**

Doktora Tezi

ENGİN ÇAĞLAK

Danışmanı Prof. Dr. Şengül ÖZERKAN

İstanbul, 2013

MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

GAZETECİLİK Anabilim Dalı GENEL GAZETECİLİK Bilim Dalı DOKTORA öğrencisi ENGİN ÇAĞLAK'ın KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAKİ TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN HABER ÜZERİNE ETKİLERİ adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 05.07.2013 tarih ve 2013-25/15 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / ~~oy çokluğu~~ ile Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi ...2.../09.../2013

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

- | | |
|------------------|----------------------------|
| 1. Tez Danışmanı | Prof. Dr. ŞENGÜL ÖZERKAN |
| 2. Jüri Üyesi | Prof. Dr. CÜNEYT BİNATLI |
| 3. Jüri Üyesi | Prof. Dr. MELDA C.ŞİMŞEK |
| 4. Jüri Üyesi | Prof. Dr. CAN BİLGİLİ |
| 5. Jüri Üyesi | Doç. Dr. NECMİ EMEL DİLMEN |

İmzası

Şengül Özerkan
Cüneyt Binatlı
Melda C.Şimşek
Can Bilgili
Doç. Dr. Necmi Emel Dilmel

ÖZET

Bu çalışmada, teknolojik gelişmelerin ve dönüşümlerin haber ve habercilik üzerine etkileri araştırılmıştır. Bu çalışmada asıl amaçlanan, haberin içeriğinden daha çok haberin hangi iletişim kanallarıyla yoluna devam ettiğini saptamaktır. Bunun yanı sıra haberi üreten ve haberi hedef kitleye ulaştıran gazetecilerin de teknolojiden ne derece etkilendikleri araştırılmıştır. Araştırma evreni olarak, *Hürriyet Gazetesi*, *Hürriyet Gazetesi* internet sitesi www.hurriyet.com.tr ve Türkiye’de, İstanbul merkezli yaygın yazılı basının haber merkezinde çalışan gazeteciler belirlenmiştir. Teorik kısımda, haberin ve iletişim kanallarının, tarih boyunca izlediği yollar kronolojik olarak aktarılmıştır. Diğer taraftan örnek gazetenin ve haber sitesinin arşiv taraması yapılmıştır. Son olarak da, gazetecilerle hem mülakatlar yapılmış, hem de anket uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler; Teknoloji, Haber, Gazeteciler, Hürriyet Gazetesi, www.hurriyet.com.tr

ABSTRACT

This study investigates the effects of technological developments on news as text and journalism. The main goal of the thesis is to bring to light not the content of news but the process that defines it. In addition to that, the professionals (journalists) as a link between news and the mass, will be investigated from the point of technological developments. Our area of research consists of *Hurriyet* Daily newspaper, website of the same paper (www.hurriyet.com.tr), and journalists working there. For the theoretical part of the study, the history of news and communication systems is analyzed chronologically. On the other hand, the sample newspaper’s and web site’s archives are studied. We also interviewed journalists and gathered information by conducting a poll.

Key Words: Technology, News, Journalists, Hurriyet Newspaper, www.hurriyet.com.tr.

ÖNSÖZ

İletişim teknolojilerinde ki gelişmeler, kitle iletişim araçlarını da geliştirmiş ve dönüşüme zorlamıştır. Bu çalışmada hem bu dönüşümü ve ilerlemeyi yansıtmak hem de bununla beraber gazetecilerinde haber üretim sürecinde yaşadıkları dönüşümleri de aktarmak istedik. Bu çalışma çerçevesinde Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web sayfası incelenmiştir. Bunlara ek sektörde çalışan haber üreticileriyle de anket çalışması yapılmıştır. Bütün bu çalışmalar esnasında yardımlarını esirgemeyen danışman hocam Prof. Dr. Şengül Özerkan, dekan hocam Prof. Dr. Cüneyt Binatlı, hocam Prof. Dr. Can Bilgili, hocam Prof. Dr. Melda C. Şimşek, hocam Prof. Dr. Atilla Girgin ve üzerimde emeği olan bütün hocalarıma teşekkür ederim. Aynı zamanda çalışma arkadaşlarım, asistan ve öğrenci kardeşlerime de teşekkür ederim. Umarım ki bu çalışma daha sonra yapılacak araştırmalara kaynakça olur.

Hayatıma yön veren, yetiştiren annem ve kardeşlerime de özellikle teşekkür ederim. Çalışmayı rahmetli babam Salim Çağlak ve oğlum Ege Batuhan Çağlak'a itafederim.

Sevgi ve saygılarımla...

Engin Çağlak

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZ (ABSTRACT)	I
ÖNSÖZ	II
İÇİNDEKİLER	III
TABLO.....	VIII
ŞEKİL	IX
RESİM.....	X
KISALTMALAR	XIII
GİRİŞ.....	1
1. HABER VE GAZETECİLİK	
1.1. Haberin ve Gazeteciliğin Tanımı.....	8
1.1.1. Haberin Tanımı.....	8
1.1.2. Gazetecinin Tanımı.....	15
1.2. Haber ve Gazeteciliğin Doğuşu	17
1.2.1. Haber ve Gazeteciliğin İlk Örnekleri.....	19
1.2.2. Haber ve Gazeteciliğin Profesyonelliğe Geçişi.....	22
1.3 Haber ve Gazeteciliğin Gelişimi	25
1.3.1 Haber Ajansları.....	29
1.4 Günümüzde Haber ve Gazetecilik	33
1.4.1 Geleneksel Gazetecilik	36

1.4.2 Dijital Gazetecilik	39
1.4.2.1. Tablet ve Akıllı Telefon Gazeteciliği.....	48

2. HABER VE TEKNOLOJİ İLİŞKİSİ

2.1 “Araç” ve “Mesaj” İlişkisi	51
2.2. Geçmişten Günümüze Haberi ve Haberciliği Direkt Etkileyen Teknolojik Gelişmeler.....	54
2.2.1 Yazının İcadı	62
2.2.2 Kâğıdın İcadı.....	65
2.2.3 Matbaanın İcadı.....	68
2.2.3.1 Baskı Teknikleri.....	71
2.2.3.1.1 Tipo Baskı.....	73
2.2.3.1.2 Ofset Baskı.....	75
2.2.3.1.3 Fleksografik Baskı.....	78
2.2.3.1.4 Dijital Baskı.....	78
2.2.4 Fotoğrafın İcadı.....	81
2.2.4.1 Dijital Fotoğrafçılık.....	85
2.2.4.2 Telefotonun İcadı.....	86
2.2.5 Telgraf İcadı.....	87
2.2.6 Teleks İcadı	89

2.2.7 Telefon İcadı	91
2.2.7.1 Dijital Telefonun Gelişimi.....	91
2.2.8 Radyo İcadı.....	92
2.2.9 Televizyon İcadı.....	95
2.2.10 Faks İcadı.....	97
2.2.11 Bilgisayarın İcadı	98
2.2.12 Uydu İletişimi	103
2.2.13 İnternetin icadı	105
2.3 Değişen İletişim Kanalları ve Geleneksel-Yeni Farklılığı	109

3. HÜRRİYET GAZETESİ VE HÜRRİYET WEB ARŞİV İNCELEMESİ

3.1 Hürriyet Gazetesi'nin Doğuşu ve Gelişimi.....	132
3.2 Hürriyet Gazetesi'nin Türk Basınına Yaşattığı İlkler ve Tarihi Manşetleri.....	134
3.3 Hürriyet Web Portalının Kuruluşu.....	158
3.3.1 1997 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	161
3.3.2 1998 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	164
3.3.3 1999 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	166
3.3.4 2000 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	168
3.3.5 2001 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	171

3.3.6 2002 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	173
3.3.7 2003 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	174
3.3.8 2004 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	175
3.3.9 2005 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	176
3.3.10 2006 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	180
3.3.11 2007 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	182
3.3.12 2008 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	185
3.3.13 2009 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	187
3.3.14 2010 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	189
3.3.15 2011 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	191
3.3.16 2012 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	194
3.3.17 2013 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web.....	196
3.4 Sosyal Medyada Hürriyet.....	201
3.4.1 Facebook’da Hürriyet Gazetesi.....	201
3.4.2 Twitter’da Hürriyet Gazetesi.....	202
3.4.3 Friendfeed’de Hürriyet Gazetesi.....	203

4. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN HABER, GAZETECİLERE VE HABER ÜRETİM SÜRECİNE ETKİLERİ (ANKET ÇALIŞMASI)

4.1 Araştırmanın Önemi ve Amacı.....	204
4.2. Araştırmanın Kapsamı, Sınırlılıkları ve Yöntemi.....	205

4.3 Araştırmanın Güvenilirliği.....	206
4.4 Bulgular.....	207
4.5 Frekans Verileri.....	207
4.6 Hipotez Testleri.....	220
4.6.1. 1-H0 ve 1-H1 Hipotezlerine Ait Analiz ve Yorumlar...	220
4.6.2. 2-H0 ve 2-H1 Hipotezlerine Ait Analiz ve Yorumlar...	222
4.6.3. 3-H0 ve 3-H1 Hipotezlerine Ait Analiz ve Yorumlar...	224
4.6.4. 4-H0 ve 4-H1 Hipotezlerine Ait Analiz ve Yorumlar...	227
4.6.5. 5-H0 ve 5-H1 Hipotezlerine Ait Analiz ve Yorumlar...	230
4.7 Sonuç ve Öneriler.....	231
SONUÇ	234
KAYNAKÇA	239
EKLER	254
ÖZGEÇMİŞ	290

TABLÖLAR

	Sayfa
Tablo 2.1: Gezi Parkı Eylemi Tweeter İstatistiği	121
Tablo 3.1: Gemius SA Şirketine göre 2013 Hürriyet Web sayfası ziyaret edilme oranları	199
Tablo 4.1: Cinsiyetin Yazılı veya Dijital Basını Seçme Oranları	212
Tablo 4.2: 1-H0 VE 1-H1 Hipotezine Ait Frekans Bilgileri	221
Tablo 4.3: 2-H0 VE 2-H1 Hipotezine Ait Frekans Bilgileri	223
Tablo 4.4: 3-H0 VE 3-H1 Hipotezine Ait Frekans Bilgileri	225
Tablo 4.5: 4-H0 VE 4-H1 Hipotezine Ait Frekans Bilgileri	227

GRAFİKLER

	Sayfa
Grafik 4.1: Örneklemden Elde Edilen Haber Üreticilerinin Yaş Frekans Bilgileri	207
Grafik 4.2: Örneklemden Elde Edilen Eğitim Durumunu Gösteren Frekans Bilgileri	209
Grafik 4.3: Örneklemden Elde Edilen Haber Üreticilerinin Sektörde Çalışma Süreleri	210
Grafik 4.4: Örneklemden Elde Edilen Habercilerin Gündemi veya Haberleri Takip Etmek İçin Yazılı Basından Hangi İletişim Araçlarını Okuduklarına Ait Frekans Bilgileri	212
Grafik 4.5: Örneklemden Elde Edilen Sıcak Bir Gelişmeyi Hangi İletişim Aracından Takip Ettiklerine Dair Frekans Bilgileri	214
Grafik 4.6: Örneklemden Elde Edilen Habercilerin En Önemli Haber Kaynağı Frekans Bilgileri	216
Grafik 4.7: Cinsiyetin Yazılı veya Dijital Basını Seçme Oranları	218

RESİMLER

Resim 2.1: Kara Kutu	82
Resim 2.2: Joseph Niepche	85
Resim 2.3: Tarihin Bilinen İlk Fotoğrafi	85
Resim 2.4: Telefoto Makinesi	86
Resim 2.5: İnsan ve İletişim Teknolojisi	91
Resim 2.6: Vatan Gazetesi ve Tablet Örneği	112
Resim 2.7: Hürriyet Gazetesi ve Tablet Örneği	115
Resim 3.1: Sedat Simavi	132
Resim 3.2: Hürriyet Gazetesi (1948)	135
Resim 3.3: Hürriyet Gazetesi (1948)	135
Resim 3.4: Hürriyet Gazetesi (1950)	136
Resim 3.5: Hürriyet Gazetesi (1950)	136
Resim 3.6: Hürriyet Gazetesi (1960)	138
Resim 3.7: Hürriyet Gazetesi (1961)	139
Resim 3.8: Hürriyet Gazetesi (1965)	140
Resim 3.9: Hürriyet Gazetesi (1966)	141
Resim 3.10: Hürriyet Gazetesi (1969)	142
Resim 3.11: Hürriyet Gazetesi (1971)	142
Resim 3.12: Hürriyet Gazetesi (1973)	143

Resim 3.13: Hürriyet Gazetesi (1973)	143
Resim 3.14: Hürriyet Gazetesi (1974)	144
Resim 3.15: Hürriyet Gazetesi (1975)	144
Resim 3.16: Hürriyet Gazetesi (1979)	146
Resim 3.17: Hürriyet Gazetesi (1980)	146
Resim 3.18: Hürriyet Gazetesi (1983)	147
Resim 3.19: Hürriyet Gazetesi (1983)	147
Resim 3.20: Hürriyet Gazetesi (1986)	148
Resim 3.21: Hürriyet Gazetesi (1991)	150
Resim 3.22: Hürriyet Gazetesi (1993)	151
Resim 3.23: Hürriyet Gazetesi (1993)	151
Resim 3.24: Hürriyet Gazetesi (1995)	152
Resim 3.25: Hürriyet Gazetesi (1997)	153
Resim 3.26: Hürriyet Gazetesi (1999)	154
Resim 3.27: Hürriyet Gazetesi (1999)	154
Resim 3.28: Hürriyet Gazetesi (2002)	155
Resim 3.29: Hürriyet Gazetesi (2003)	155
Resim 3.30: 2013 Hürriyet Gazetesi Okuyucusunun Demografik Yapısı..	157
Resim 3.31: 1997 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği	161
Resim 3.32: 1998 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği...	164

Resim 3.33: 1999 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	166
Resim 3.34: 2000 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	168
Resim 3.35: 2001 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği	171
Resim 3.36: 2002 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	173
Resim 3.37: 2003 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	174
Resim 3.38: 2004 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	175
Resim 3.39: 2005 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği	176
Resim 3.40: 2006 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	180
Resim 3.41: 2007 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	182
Resim 3.42: 2008 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	185
Resim 3.43: 2009 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	187
Resim 3.44: 2010 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	189
Resim 3.45: 2011 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	191
Resim 3.46: 2012 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	194
Resim 3.47: 2013 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası Örneği ...	196
Resim 3.48: 2013 Hürriyet Web Sayfası Örneği	197

KISALTMALAR

age. Adı geçen eser

AA Anadolu Ajansı

bk. Bakınız

böl. Bölüm

bs. Baskı, basım

C. Cilt

EU European Union

Hz. Hazreti

IMF International Monetary Fund

İSO İstanbul Sanayi Odası

İTO İstanbul Ticaret Odası

K. Karar

KHK Kanun Hükmünde Kararname

mad. Madde

MÜ Marmara Üniversitesi

Nu. Numara

s. Sayfa

ss. Sayfa Sayısı

S. Sayı

TUIK Türkiye İstatistik Kurumu

yy. Yüzyıl

GİRİŞ

İlkçağlardan itibaren “Haber”, insanoğlunun hayatında her zaman öncelikli bir yere sahip oldu. Haber, ilk iletişim teknolojileriyle birlikte, kişiler ve toplumlar arasında dolaşarak işlevini yerine getirdi. Yeni icatlardan ve gelişmelerden haberdar olanlar ve bunu doğru şekilde kullananlar, habersizlerden ve rakiplerinden hep bir adım önde ve avantajlı oldular. İnsanoğlunun, “bilginin güç olduğunu” anlaması için uzun yılları tecrübe etmesi gerekecekti. Günümüzde ise haber, her birey için daha da önem kazandı. Çağımızda habersiz yaşamak neredeyse mümkün değil gibi gözükmektedir ve insanların temel haklarından biri de haber alabilmektir.

Gelişen teknolojiyle birlikte insanların yerel ve evrensel gelişmelerden haberdar olma yöntemleri de değişti. Teknoloji dediğimiz her bir yeniliği, insanoğlunun bizzat kendisi icat etmiştir ki insan, daha sonra bu yeniliklerin kullanıcısı bir nevi kölesi haline dönüşmüştür. Dönüşüm sadece insanlarla sınırlı kalmamış sosyal, ekonomik, kültürel akla gelen her şeyi etkilemiştir. Özellikle iletişim araçları ve kanallarında ki yenilikler haberi ve haberciliği dönüştürmüş ve dönüştürmeye devam etmektedir. İşte bu kitle iletişim araçlarında ki değişimler veya dönüşümler, haber üreticilerini ve tüketicilerini de değişime zorlamaktadır. Dünyanın herhangi bir yöresinde, bir insan, evden çıkmadan hava durumu haberlerine, parasını değerlendirmek için ekonomi haberlerine, demokratik katılımını sağlıklı yapmak için siyasi haberlere ve yaşamıyla ilgili birçok karara varabilmek için haberlerden haberdar olması gerekmektedir. Çünkü haber yaşamımıza ve seçimlerimize yön vermektedir.

Tabii ki insanların haberden haberdar olmaları için gerekli şartların oluşması gerekmektedir. Bu şartlar en standart iletişim kuralıyla, “Kaynak – Mesaj – Kanal – Alıcı” düzleminde oluşan haber akışı, bugün çok çeşitli kanallarla yapılmaktadır.

Unutmamamız gereken bir önemli faktör de mesajın doğru kodla çözümlenmesidir. Yani verici mesajı doğru kodlamalı alıcı da bu mesajı doğru anlamalıdır.

Geçmişte haberden haberdar olma yolları değişiklik göstermişti. Yeniliğini koruyan bir bilginin veya buluşun, haber olarak bulunduğu ortamdan başka ortamlara taşınması için çeşitli iletişim kanalları kullanılmıştır ki, bu tezin ana konusu iletişim kanallarında ki değişikliklerin haber ve habercilik üzerine etkileridir. Haberin iletimi çok önemlidir. Çünkü haberi haber yapan temel özelliklerden biri de haberin iletilmesi veya kişiler arasında dolaşımıdır. Aksi takdirde haber, haber olmaktan daha çok bir sır olarak kalacaktır. İletmek, göndermek, dolaşım ve yaymak olarak kısaca tanımlayabileceğimiz haber gönderimi, tarih içinde çeşitlilik göstermiştir. Haberin yayılması için yazının icadından önce söze dayalı iletişim kanalları kullanılıyordu. Daha sonra yazıyla birlikte maddeye dönüşen ve yeni bir ortam bulan haber, tarih boyunca, hep en son teknolojiyi zorlayarak iletişim kanallarını geliştirdi ve geliştirmeye devam etmektedir. Bu bağlamda özel ulaklarla başlayan, sonraları haber güvercinleri, duman işaretleri derken bire bir iletişimi sağlayan elektronik iletişim çağına girildi. İnsanlar haber ihtiyaçlarını, gazete, radyo, televizyon ve internet gibi yayın araçları ile gidermektedir. İşte bu teknolojik gelişmeler, haberi ve haberciliği nasıl etkilemektedir? Haberin üretim sürecine nasıl bir katkı sağlamıştır? Yakın diyebileceğimiz bir geçmişten günümüze kadar ki süreçte mesleki pratikleri nasıl etkilemiştir? Gibi sorulara yanıtlar aranmıştır.

Teknolojik olarak yazılı basında ki gelişmelerin haber ve habercilik üzerine etkileri incelemek çalışmamızın ana konusunu oluşturmaktadır. Profesyonel haberciliğin başlangıcı gazetelerle ve gazeteciliği etkileyen teknolojik gelişmelerle araştırmaya başlamak ve dijital dünya, internet haberciliği ile çalışmayı sonlandırmak amaçlanmaktadır. Bu çalışmayı yaparken haber içeriğinden daha çok, öncelikle haber kanallarının da nasıl bir dönüşüm gerçekleştirdiğini ve bu değişimi kronolojik olarak aktarmak hedeflenmektedir. Diğer taraftan yaşanan değişimin getirdikleri ve

götürdükleri bir başka deyişle eski-yeni kıyaslaması olacaktır. Bütün bu incelemelerin ve araştırmaların merkezinde ise doğal olarak haber işçileri, haber üreticileri yani gazeteciler ayrı bir öneme sahip olacaklardır. Bunu iki sebebe bağlanabilir; Birincisi, gazeteciler, gelişen ve her gün değişen iletişim teknolojilerinin merkezinde üretim yapmaktadırlar. Gazeteciler, iletişim teknolojilerini zorlayan, sürekli daha iyisini daha hızlısını arayan bir meslek grubudur ki basın sektörünün dönüşümünü en iyi ve en çok onlar hisseder. İkincisi ise okuyucular habere ulaşım kanallarında ki değişimi takip ederken gazeteciler hem haberi iletme hem de habere ulaşma kanallarında ki değişimi takip etmek zorundadırlar. Dolayısıyla haberciler toplumun yönlendiricisi konumundadır. Teknolojik yenilikleri ilk önce onlar dener kullanır ve okuyucuya sunar. Bu bakımdan teknolojik gelişmelerin haber ve habercilik üzerine etkilerini ölçmek ve değerlendirmek adına hedef kitle haber üreticileridir.

Yıllar içinde büyük kitlelere ulaşan bu haber akışının, teknolojik gelişmelerden nasıl etkilendiği veya etkilenmediği önemlilik göstermektedir. Örneğin, yüzyılın başında okuyucularına haber servisi yapan bir gazete, günde kaç haber geçiyor günümüze geldiğinde kaç haberi nasıl aktarıyor? Hangi iletişim kanallarını kullanıyorlar? Yıllar içerisinde kitle iletişim araçlarının geçirdiği dönüşüm süreci ve gelinen son teknolojik gelişmeler, şüphesiz dünya üzerindeki her bireyi dolaylı veya direkt olarak etkilemektedir. Yaşamın içinde olan “Haber” de böyle bir etkileşimden ne derece payını almış ve almaktadır.

Bu çalışmada haberciliğin doğuşu ve gelişimi tarihsel sırasıyla araştırıldı ve aktarıldı. Çalışmamızın ana konusu haber olduğu için de, haberin doğuşu, sektör haline gelişi ana hatlarıyla Birinci Bölümü oluşturacak şekilde planlandı.

Daha sonra kitle iletişim araçlarını direkt olarak ilgilendiren teknolojik gelişmelerin kronolojik sırayla tarihsel bir anlatımı söz konusu ki burada teknolojik

gelişme olarak dikkate aldığımız habere ulaşma ve haberin dağıtılma kanallarında ki değişimlerden bahsedilmektedir. Diğer taraftan zaman içinde haberin vaz geçilmez bir ögesi olan fotoğraf gibi konularda çalışmanın kapsamındadır. Ancak yazılı basın asıl çalışma sahasını oluşturduğu için ağırlık yazılı basın merkezinde olacaktır. Yazının icadından, internetin icadına kadar gelişen süreç, haber ve habercilik ön planda tutularak değerlendirilmiştir.

Üçüncü bölümde ise teknolojik gelişmelerin haber üzerine nasıl bir etki yaptığı, nelerin değiştiği, nelerin yok olduğu veya nelerin haber akışına dahil olduğu, örnek çalışma olarak belirlenen Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Gazetesi internet haber sitesinin incelenmesi ile aktarılacaktır ki bir gazetenin internet haber sitesi yayına başladığı ilk tarihinden günümüze kadar incelenmesi başlı başına özgün bir çalışmadır. Bununla birlikte gazetelerin ve haberciliğin en son görüldüğü alanlar sosyal medya ve tablet bilgisayar uygulamaları da yine Hürriyet Gazetesi uygulamalarıyla aktarılmaktadır.

Dördüncü ve son bölümde ise İstanbul merkezli yaygın basın kuruluşlarının haber merkezlerinde çalışan ve haber üretim sürecinde emeği olan kişilerle anket çalışması yapılmıştır. Bu çalışmada toplum önderleri olan gazetecilerin habere ulaşmada ve haberi iletmede, teknolojiden ne kadar faydalandıkları, ne derece kullandıklarını ölçmek istedik. Bu doğrultu da gazetecilerin öncelikle haberleri hangi mecradan takip ettikleri, hangi mecralara eğilimleri oldukları ve teknolojik yeniliklere nasıl baktıkları öğrenilmeye çalışılmıştır. Bunlarla ilgili beş tane hipotez kuruldu. Kurulan ilk hipotez de yaş ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir ilişkinin olup olmadığını araştırıldı. İkinci hipotezde kaç yıldır gazetecilik yaptıkları ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Daha sonraki hipotezde yaş ile hangi iletişim araçlarıyla en çok gündemi takip etme arasında bir ilişkinin olup olmadığına bakılmıştır. Dördüncü hipotezde haber kaynağı olarak en çok nereyi takip ettikleri ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir

ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Son olarak beşinci hipotezde hangi iletişim kanalını tercih ettikleri ile ilk önce nereden takip ettikleri arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Excel'e girilen veriler daha sonra SPSS programında değerlendirilmiştir. 110 gazetecinin katılımıyla gerçekleştirilen anket çalışması ile dikkat çekici sonuçlara ulaşılmıştır.

Çalışmanın ve araştırmanın daha sağlıklı ve ulaşılabilirliği açısından Türkiye'de faaliyet gösteren gazete olarak Hürriyet Gazetesi özellikle seçilmiştir. Çünkü geçmişle günümüz haberlerini kıyaslamak söz konusu olduğunda, uzun yayın hayatına sahip ve aynı zamanda internet ortamında yerini alan ilk gazetelerden biridir. Ayrıca Hürriyet Gazetesi, teknolojik gelişmeleri takip etmek ve uygulamak açısından da örnek oluşturmaktadır. İnternet haber sitesi ise yayın hayatı ve izlenme oranıyla www.hurriyet.com.tr'dir. Hürriyet Gazetesi'nin haber sitesi olan hurriyet.com.tr, Türkiye'nin ilk haber sitesi olmasa bile sektörün lider kuruluşlarından biri olması aynı zamanda onu, basılı gazetesiyile de kıyaslama imkânı vermesi açısından tercih edilmiştir.

Özgün araştırma için öncelikle Hürriyet Gazetesi arşivi, araştırmanın başlıca kaynakçalarını oluşturmaktadır. Hürriyet Gazetesinin hem arşiv taraması hem de saha çalışmaları için, gerek Hürriyet Kurumsal Departmanı, gerek Haber Merkezi, gerekse de Arşiv Departmanı yardımlarını ve zamanlarını esirgemediler. Hürriyet çalışanları ile yapılan mülakatlar yine özgün bir çalışma ortaya çıkardı. Hürriyet Gazetesi internet sayfası ise yayınlandığı ilk günden beri arşivini yine internet ortamından okuyucularıyla paylaşmaktadır. İnternet gazetesi arşivi başlı başına özgün bir araştırmanın sonucu olarak aktarılmakla birlikte yine internet sayfası için çalışan yazı işleri personeliyle de yapılan mülakatlar özgün bilgilere ulaşmayı sağlamıştır. Bununla birlikte daha önce okunmuş ve taranmış olan, haber ve kitle iletişim araçlarıyla ilgili her kaynak araştırmanın kapsamında olacaktır. Araştırmanın bir bölümünü basılı kaynaklar oluştururken dijital ortamdaki kaynaklardan da yararlanılmaktadır. Diğer taraftan arşiv

taramalarına da ağırlıkla yer verilmektedir. Hürriyet Gazetesinin basılı ve internet sayfasının arşiv taraması ise her seneye 4 ayrı gün ve her bir incelemede ayrı aylar ve haftanın değişik günlerindeki tarihler ele alınarak incelenmektedir.

Bütün bunlarla yetinilmemiş ve İstanbul merkezli yaygın dağıtım yapan gazetelerin haber merkezlerinde çalışan haber üreticileriyle de birebir görüşülerek anket yapılmıştır. Değerlendirilmeye alınan 110 haber üreticisine, yirmidört soru sorulmuş ve alınan sonuçlar SPSS veri programıyla değerlendirilmiştir. Bu çalışma da sadece haber üreticileriyle görüşülmüştür ki bunlar, muhabir, foto muhabir, editör, redaktör, yazı işleri müdürü, haber müdürü ve genel yayın müdürü gibi kişilerden oluşmaktadır. Yapılan anket sonucunda eksik veya yanlış cevaplamaların yanı sıra gazeteci olmayanların anketleri değerlendirilmeye alınmamıştır. 110 haberciye yapılan anket ise sağlıklı ve tutarlı veriler elde etmemizi sağlamıştır. Bu anketin sonucunda habercilerin de teknolojik gelişmelerden ne derece etkilendikleri veya ne derece dönüşüm yaşadıkları saptanmıştır.

Bu çalışmayla haberin, tarih içinde nasıl bir yol izlediği ve iletişim kanallarının nasıl bir dönüşüm geçirdiği aktarılmaktadır. Böylelikle geleceğin haber üretimine ve gazeteciliğine bir ışık tutacağı en azından bir öngörü olabileceği umut edilmektedir. Bununla birlikte bu tez çalışmasının zor ve asla bitmeyecek bir konu olduğu da açık bir gerçekliktir. Marshall McLuhan'ın "Araç Mesajdır" sözü iletişim kuramcılarında tartışma konusu olduğu gibi tez çalışmasını da genel hatlarıyla destekler niteliktedir. McLuhan'a göre, araç insanın bir uzantısıdır ve yaptığı her şey, söylediği söz, yazdıkları, giysileri, kullandığı araçlar, otomobil, tren, uçak ve diğerleri, fotoğraf, telgraf, telefon, sinema, radyo, televizyon, internet ve benzerleri mesajın kendisidir. Mesajın içeriği belli bir şekilde veya formatta zaten vardır ama araç bilinmezse mesajda bilinmez ve burada araç ortak bir kullanım yoludur ki tarafsız değildir kişilerin algılarını

değiştire bildiği gibi toplumu da değiştirebilir ve yönlendirebilir.¹ Çünkü her gün yaşanan yenilikler, dönüşümler ve yeni uygulamalar, bir önceki günü ve alışkanlıklar gibi pek çok şeyi eski kılmaktadır. Her toplum ve toplumun bireyleri farkında olsun veya olmasınlar sürekli bir dönüşüm yaşamaktadır ki buna gelişim denmektedir. Yaşlı insanlar “eskiden” diye cümlelerine başlarlar ki bugünün çocukları gelecekte muhtemel şöyle bir tespitte bulunabilir; *“Eskiden bizim dedelerimiz bir şey yazmak için kalem kullanırdı. Babalarımız ise daktilo kullandı. Bizler bilgisayar ve klavye kullandık. Sizler ise düşüncelerinizi yazıya konuşarak geçiriyorsunuz.”* Toplum gibi gazetecilerin ve okuyucuların alışkanlıkları da değişmekte, değişime ayak uydurmaktadır. Hatta toplum çoğu zaman yeniliklere ayak diremektedir. Her toplum ve birey yeniliklerden korkar çünkü ne getireceği veya ne götüreceği kesin olarak bilinmemektedir. Osmanlı İmparatorluğu’nda da matbaaya karşı gelmenin temel nedenlerinden biri de budur. Tabii ki sosyal ve ekonomik nedenlerin korkularını da bu bilinmezlik tetiklemektedir. Benzer örnekleri dünya genelinde de görmek mümkündür. Radyo, Televizyon ve İnternet’in icatları da bir önceki kitle iletişim araçları tarafından kaygıyla karşılanmıştır. Kaygıların haklı veya haksız tarafları olabilir ama sonuçta dünya dönmeye ve dönüşüme devam etmektedir.

Bu çalışmada araştırılan ve değerlendirilerek aktarılan, Hürriyet Gazetesi arşiv taraması, www.hurriyet.com.tr web arşiv taraması, gelecek nesil gazeteciliğine yön veren habercilerle yapılan mülakatlar ve yapılan anket çalışmalarının, bir sonra ki araştırmacılara kaynak olması umut edilmektedir.

¹ Derya Altay, “Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan”, **Kadife Karanlık**, Nurdoğan Rigel ve Diğerleri (hızl.) 2. Baskı, İstanbul: Su Yayınevi, 2005, ss. 13-19.

BİRİNCİ BÖLÜM

HABER VE GAZETECİLİK

1.1 Haberin ve Gazeteciliğin Tanımı

“Haber” ve “Gazetecilik” iki ayrı terim ve ikisinin de ayrı anlamları ve tanımları olmakla beraber birbirlerine kaynaşmış ve ayrılmaz bir bütün olarak algılanabilmektedir. Haber olmadan gazete ve gazetecilik olamayacağı gibi, gazetecilik ve gazete olmadan da haberden söz etmek pek mümkün değildir. Ancak önce haberi tanımlamak ve neyin haber olabileceğine karar vermek gerekir. Daha sonra Gazetecinin kim olduğunu tanımlamak daha doğru bir sıralama olacaktır ki her şey haber midir ve her haberi, bilgiyi ileten gazeteci midir? Sorularına doğru cevap verebilmek çok önem kazanmaktadır.

1.1.1 Haberin Tanımı

“Haber nedir ?” sorusuna somut bir yanıt vermek olası değildir. Haber kuşkusuz sosyal bir olaydır. Haber, Arapça bir sözcüktür. Mustafa Nihat Özön, Osmanlıca-Türkçe sözlüğünde haberi “bir olayda bulunmayanlara onun hakkında verilen bilgidir” diye tanımlanmaktadır.² Umulmadık bir zamanda meydana gelen olay, şaşırtıcı öğeler içerebilir ve birçok kesimi derinden etkileyebilir. Bu bağlamdan bakıldığında, haber toplumsal ve siyasal hayatta insanlar için her zaman önemlidir ve günümüzde vazgeçilmez hale gelmiştir.

² Rıdvan Bülbül, *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*, 1. Baskı, Ankara: Nobel Yayınları, 2001, s. 75.

Haber tanımı üzerinde kesin bir fikir birliği yoktur. Çünkü herkes habere başka bir açıdan yaklaşmaktadır ve bu da farklı tanımlamalara neden olmaktadır. Ancak her tanımda mutlaka haberin bir unsurundan yola çıkarak tanımlama yapılmaktadır. Bazı tanımlamalar haberin zamanını, bazı tanımlamalar ise olayların bir özeti olmasını öne çıkarmaktadır.

Bazı ülkelerde ve dillerde ise habere daha geniş kapsamlı tanımlamaların kısaltmaları yüklenmiştir. Her yönden gelen haber akışı veya her yönde meydana gelen olayları anlatmak için İngilizler, Nort (Kuzey), East (Doğu), West (Batı) ve South (Güney) kelimelerinin baş harflerinden meydana geldiği bilinen NEWS kelimesini haber olarak tanımlanmaktadır.³ Haberın net bir tanımı yoktur. Her habercinin, akademisyenin veya yazarın kendi tanım ve yorumları vardır. Tanımların birisi tam doğru birisi eksik denemez ama bir kaç örnekle haberi tanımlamak gerekirse, haber;

Acele kaleme alınmış edebiyattır.

Bir olayın raporudur.

Belirli bir alanda edinilmiş bilgidir.

Bir olgu üzerine edinilen bilgidir.

Gazeteciler tarafından üretilendir.

İlgi uyandıran, merak edilen, bilmek istenen her şey haberdır.⁴

Haber, bir kişiyi ya da bir topluluğu ilgilendiren bir olayın, bir başka kişi (muhabir) tarafından, tanık olunması, izlenmesi, takip edilmesi sonucu, bağlı olduğu

³ Atilla Girgin, **Haber Yazmak**, İstanbul: Der Yayınları, 2002, s. 4.

⁴ Girgin, s. 5.

kişi veya kurumun süzgecinden (editoryal süreç) geçtikten sonra, yazılı, işitsel, görsel veya dijital ortamlardan her hangi birinde yayınlanmış olmasıdır.

Hermann Schlapp, kitabında çok basit bir haber tanımı yapar. Ona göre haber, “güncel ve ilginç bir olayın olduğunca nesnel ve gerçeğe uygun bir biçimde sunulmasıdır”.⁵ Schlapp’ın bu tanımında nesnellik ve gerçeklik ön plandadır. Diğer taraftan Suat Gezgin ise “toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren, etkileyen, doğruluğundan kuşku duyulmayan herhangi bir olayın, düşünce ya da görüşün halkın anlayabileceği biçimde ve tam zamanında verilebilmesidir” diyerek zamana vurgu yapmaktadır.⁶

Atilla Girgin’e göre ise insanın olduğu her yerde ve zaman da, haber olarak adlandırılabilir olacak olaylar yaşanır. İnsanın doğası gereği yaşanan, doğum, gelişme ve ölüm arasında meydana gelebilecek başarısızlık, gerilim, karışıklık, çatışma, yakınlık, benzerlik, üstünlük, seks, doğal felaketler gibi, hayatın her aşamasında karşılaşılabileceğimiz olaylar haberin hammaddesidir. İlgi uyandıran her gelişme haberin çekirdeğini oluşturur. Peki yaşanan her gelişme, her olay haber midir? Bir olayın haber olabilmesi için ne gibi niteliklere sahip olması gerekmektedir? “Haber, bilgidir ve içeriğine göre insanları bilgilendirir, eğitir, eğlendirir, üzer, sevindirir. Haber, gerçekleri aktardığı sürece toplum üzerinde ki en etkili medya içeriğidir. Haberin amacı, meydana gelen herhangi bir olayın kitlelere aktarılmasıdır. Bu durumda olay veya bilgi haberdır.”⁷

Kemal Aslan Haberin Yol Haritası adlı kitabında bu konuya açıklık getirmeye çalışmıştır. “Haber, bir olayın aktarımıdır.” Bu tanımda öne çıkan haberi salt olay olarak görmektedir, bu da haberin içeriğinin daraltılması anlamına gelir. Sadece olay

⁵Hermann Schlapp, **Gazeteciliğe Giriş**, 5. Baskı, İstanbul: Vestfalya Eyaletler Yayınevi, 2002, s.17.

⁶Suat Gezgin, **Basın Sözlüğü**, 1. Baskı, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1998, s.34

⁷Atilla Girgin, **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği**, İstanbul: İnkılâp Kitapevi, 2000, ss. 73-75.

temelinde haberi tanımlamak deprem, sel, yangın, cinayet, terör olayları, uçak kazası, tren kazası, trafik kazası, bir konferans sırasında birinin ölümü vb. durumları haber olarak değerlendirmek demektir. Hâlbuki bir basın toplantısı, konferans, panel ya da uluslararası anlaşma, sanatsal etkinlik vb. haber olabilir. Üstelik bunlarda kamuoyunu ilgilendiren önemli kararlar açıklanabilir. Ya da bir bilimsel araştırma ya da toplumun ilgisini çekecek bir uygulama da haber olabilir. Dolayısıyla bu tanımlama, bahsi geçen unsurları yok saymaktadır.⁸

İlk dönem iletişim kuramcılarında Robert Park'ta bu konuda düşüncelerini şöyle açıklamaktadır. Haberin tanımı içinde vurgulanan, “*beklenmedik olaylar*” kavramını inceleyen Park'a göre, haberlerin tamamının beklenmedik olaylardan oluşmadığını aksine beklenen olaylarında haber olabileceğini belirtmiştir. Haber kavramının doğduğu ilk günden beri beklenen olaylar da haber olabilir. Kaza, doğal afet ve benzeri olaylara da toplum geçmişten tecrübelidir. Acı ve gözyaşı olan bu olayların içindeki umut ve korku ise onu haber yapar.⁹

Yeni meydana gelen ve olağandışı olan bir olayın habere dönüşmesi için ilk şartlardan biri de yayınlanmış olmasıdır. Bu durumda haber, daha önce bilinmeyen, yeni olan, ilgi çekici bir olayın, kitle iletişim araçlarında yayınlanmış halidir.¹⁰

Wilbur Schramm'a göre haber bir olay değildir. Olayın bildirilişi haberdur. Burada da olay hakkında bilginin iletilmediği sürece haber olamayacağı görülmektedir. Buna göre her olayın zamanlı, doğru ve tam olarak bildirilişi haberdur. Olayın kendisi haber olmayıp, olay haberin hammaddesidir.¹¹ Olay olarak nitelediğimiz haberi, daha geniş bir kapsamda değerlendirmek gerekmektedir. Olay, bir eylemin olabileceği gibi

⁸Kemal Aslan, **Haberin Yol Haritası**, 1. Baskı, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2002, s. 117.

⁹Nurdoğan Rigel, **İleti Tasarımında Haber**, 1. Baskı, İstanbul: Der Yayınevi, 2000, ss.177 – 178.

¹⁰Esra Arsan, “Haber ve Habercilik”, **Habercinin El Kitabı – 4 Gazetecilik ve Habercilik**, Sevda Alankuş (drl.) İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005, s. 137

¹¹Ünal Uyguç ve Ali Genç, **Radyo Televizyon Haberciliği**, 2. Baskı, İstanbul: Avcıol Basım Yayın, 1998, s. 108

bir söylem de olabilir. Ya da her ikisi de aynı olayın içinde vuku bulmuş olabilir. O zamanda şöyle bir ikilem karşımıza çıkar, her olay haber midir veya her haber olay mıdır?¹²

Pfaff ise haberi "Belli bir günün gerçekliğinin çabuk ve o günlük bir hikâyesidir. Mutlaka bir görüş açısından yola çıkıldığının izlerini taşıyan bir izlenimdir" diye özetler.¹³ Bu durumda haberi toplayanlar ve işleyenler kim sorusu gündeme gelmektedir. Haberin içeriğini oluşturan ve haberin olmazsa olmaz enformasyonun toplanması, yazılması, düzenlenmesi, basılması ve dağıtılmasını içeren işlerin tamamına gazetecilik denmektedir. Gazeteciyi ise "**Bilgilendirmek istediği kitle için kendince en önemli diye nitelendirdiği bilgileri derleyerek haber formatına sokan, kitleleri verdiği bilgilerle düşünmeye yönlendiren kişidir**" diye tanımlayabiliriz.¹⁴

Gelişen teknoloji ve değişen gazetecilik anlayışıyla gazetecilik tanımı da son yıllarda eklemeler olmuştur. Buna göre gazeteci; "**yazılı ya da görsel-işitsel bir iletişim aracında, haber edinen ve haberi biçime sokan, yani habercilik işlevi esas olan kişidir**" şeklinde başka bir tanımlamada özetlenir.¹⁵

W. Lippman 1920'lerde yazdığı ve bir iletişim klasiği haline gelen "Kamuoyu" adlı eserinde, haberin toplumsal koşulların ve durumun bir aynası olmadığını ama onun öne çıkmış bir boyutunun yansımaları olduğunu yazar. Günlük haberlerin o günün olaylarının temsili dökümü olmadığını belirtir. Gazeteciler bir toplumda, ülkede ya da

¹²Girgin, **Haber Yazmak**, s. 4.

¹³ William Pfaff, **Basının Değişen Görünümünde Dünya ve Siyasal Gruplarla İlişkiler, Özgür Bir Toplumda Basının Görevi**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, 1986, s. 20.

¹⁴ Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, 6. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, 2006, s. 116

¹⁵ Philippe Gaillard, **Gazetecilik**, M. Selami Şakiroğlu (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1994, s. 20.

dünyada olup biten rutin olayların büyük bir çoğunluğunu görmezden gelirler. Üstelik haber okuyucuya ulaşana kadar pek çok müdahaleye maruz kalır ve eğilip bükülür.¹⁶

Haber, haber müdürleri ve muhabirler ne derlerse odur tanımının yanı sıra, Haber toplanmaktan çok yapılır, yani sıradan bir bilgi bile haber formatında işlenir ve haber şeklini alabilir. Bu çalışma prensibi, gazetecinin önemli olduğunu düşündüğü ya da onun izleyicileri için önemli veya ilginç olabileceği fikrine dayanmaktadır. Haberin amacı ise insanlara keyif vermek, en azından belirli bir sınıra kadar kendi sorunlarını kafalarından atmalarını sağlamaktır.¹⁷

Postman ve Powers, haber nedir sorusuna yanıt ararken, şu tanımlamayı da getirmektedirler:

"Haber ya öncelikle ve en iyi biçimde bir tarih, ya edebiyat malzemesi ya toplum koşullarının bir kaydı, ya halkın tutkularının bir ifadesi ya da gazetecilerin önyargıdır. Bütün bunların hepsi olabilir ama en kötü biçimiyle bir dolgu, reklâmlar gelene kadar izleyicinin ilgisini ayakta tutan bir tuzaktır."¹⁸

Türk Dil Kurumu ise haberi şöyle tanımlamaktadır; "*Gazete her türlü okura, politika, ekonomi, kültür ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek üzere belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan büyücek boyutlu, basılı kâğıttır.*"

¹⁶ L. Doğan Tılıç, **Utaniyorum Ama Gazeteciyim Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik**, İstanbul: İletişim Yayınları, 1998, ss. 164-165.

¹⁷ Neil Postman ve Steve Powers, **Televizyon Haberlerini İzlemek**, Aslı Tunç (çev.), İstanbul: Kavram Yayınları, 1996, s. 21.

¹⁸ Postman ve Powers, s. 28.

Haber dış gerçeğin olduğu gibi aktarılmasıdır ya da dış gerçeğin belli bir şeye göre yeniden kurulmasıdır.¹⁹ Güler de, haberi tanımlarken, bilinmeyen her şeyin haber olduğunu ifade etmektedir.²⁰

Gazetecilerin tanımlamalarındaki "her şey haberdır" den, "haber müdürüm neyi istiyorsa o haberdır" e uzanan yorumlar, haberi herkesin kendi deneyimlerinden ve çıkarımlarından tanımlamaya çalıştığını söyleyebiliriz. Haberin daha kapsamlı ve doğru bir tanımı için belki bütün bu tanımlamalarda ortaya konan değişik yönleri bir araya getirmek gerekecektir.²¹

Gazete ise akademik olarak şöyle tanımlanmaktadır; *“Gazete, yeni haberleri, en geniş alanda, en kısa zamanda basılı olarak hedef kitlesine aktarırken, olaylar karşısında genel kamuoyuna yol gösteren ve yine olaylar önünde kamuoyunun etkisi altında kalan bir kuruluştur.”*²²

Gazete; bir bölgede veya dünyada meydana gelen olayları, geniş bir okuyucu kitlesine, bildirmek, onların siyasi, sosyal veya ekonomik alanlarda gelişmesini, bir fikrin olgunlaşmasını sağlamak amacıyla düzenli olarak günlük yayınlanan bir araçtır.²³

Lenin’e göre ise gazete; *“İhtilalin en güçlü silahıdır.”*

¹⁹ Ertuğrul Özkök, **Basının Değişen Görünümünde Dünya ve Siyasal Gruplarla İlişkiler, Özgür Bir Toplumda Basının Görevi**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, 1986, ss. 13-19.

²⁰ Mehmet Güler, “Haber ve Habercilik Anlayışı”, **5. Yerel Medya Eğitim Semineri**, Erzincan: 12-13 Ekim 2000, www.byegm.gov.tr, (11 Aralık 2011)

²¹ Tılıç, s. 167.

²² Bülbül, s. 15.

²³ Hasan Refik Ertuğ, **Basın ve Yayın Hareketleri Tarihi**, I. Cilt, İstanbul: Yenilik Basımevi, 1970, s.8.

Arthur Miller'e göre de; *“İyi bir gazete bir ulusun kendisiyle iletişim kurmasıdır.”*

Ziya Gökalp'de kendince şöyle yorumlamıştır; *“Her gün herkesin ayağına giden ve herkesin anlayabileceği dersleri okutan canlı bir okuldur.”*

Ahmet Emin Yalman'a göre; *“Günlük olaylara ilişkin haberleri bunlara ilişkin yorumları kapsayan ve bir haftayı aşmayan aralıklarla çokça basılan ve belirli eder karşılığında isteyenlere satılan bir yayın aracıdır.”*²⁴

1.1.2 Gazetecinin Tanımı

Peki kimler gazetecidir? Kimler gazetecilik vasfını barındırır? Sorularının cevabını ve gazeteciliğin tanımını Atilla Girgin şöyle özetlemektedir:

*“Maaşla çalışan ya da haber, yazı, sayfa, program başına ücret alan, habercilikte işlevi bulunan süreli bir yazılı, görsel, işitsel kitle iletişim aracında veya haber ajansında, haber üreten, (toplayan, araştıran, seçen, ayıklayan, biçimlendiren, yayımlayan), üretiminde payı bulunan kişilerin mesleğidir”*²⁵.

Fakat bu tanım başlı başına gazeteciye tanımlamak için yeterli değildir. Aynı zamanda mesleki açıdan da değerlendirmek ve tanımlamak gereklidir ki, bu bağlamda Robert E. Prutz'un aktardıklarını hatırlamak önemlidir. Ona göre gazetecilik “şişmiş ama gizlenen damarların, gösterilmek istenmeyen sinir krizlerinin gün ışığına

²⁴Bülbül, s.15

²⁵ Atilla Girgin, **Haber Yazma Teknikleri**, 1. Baskı, İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 1998, s.133.

çıkartılmasıdır".²⁶ Gazeteci her zaman doğrunun peşinde olmalıdır ve saklı olan gerçekleri araştırarak ortaya çıkarma yükümlülüğü vardır. Bu yüzden Ünlü Fransız gazetecilerinden Stephane Laussane'nin belirttiği gibi, "gazeteci bir nevi diyojendir. Elinde feneri, hayattan gelip geçer ve her yerde daima hakikati arar".²⁷ Yazılı olsun sözlü olsun tüm basında, haberler yönünden uyulması gerekli temel gazetecilik kuralı doğrudur. Herhangi bir haberde gazeteci o haberi oluşturan olayın bir parçası olmadığından, kendinden hiçbir zaman söz etmez. Yazdıklarını üçüncü şahıs olarak tanımlar, anlatır.²⁸

Gazetecinin asıl işi haber olduğuna göre gazetecilere "haberci" denilmesi de bundan kaynaklanmaktadır. İspirli, gazeteciye çok geniş bir çerçevede ele alır. Birçok tanımdan sıyrılıp tek bir tanımı uygun görür. Ona göre "Gazeteci habercidir. Çünkü, haber olabilecek konuları belirleyip, gerekli bilgileri elde ettikten sonra yazılı, sözlü ve görüntülü olarak ona ilk formatı veren, düzenleyen, servise koyan ve sunan, sunum sırasında da haberden haber işleyen kişi muhabir, foto muhabiri, kameraman, köşe yazarı, spiker, hülasa haberle bizzat ilgili herkeştir".²⁹

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Hak ve Sorumluluklar Bildirgesi'nde gazeteciye şöyle tanımlamaktadır;

"Düzenli bir şekilde günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli elektronik veya dijital basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca

²⁶ Ayşe Atalay, **Spor Gazeteciliği**, 1. Baskı, İstanbul: Filiz Kitabevi, 1998, s.25.

²⁷ Bülbül, s.21.

²⁸ Tokgöz, s.264.

²⁹ Muhammet İspirli, **Medya Gerçeği ve Haberciler**, 1. Baskı, Ankara: Akçağ Yayınları, 2000, ss. 255-256.

geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir.”³⁰

1.2 Haber ve Gazeteciliğin Doğuşu

Günümüz anlamıyla basın, bu aşamaya gelene kadar pek çok etkenden etkilenmiş, çok karmaşık ve uzun bir evrim geçirmiştir. Bugünkü yazılı basın, toplumsal olayların, savaşların, ekonomik çatışmaların ve teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak çeşitli değişimler yaşamıştır. Bundan sonra da değişime ve gelişimine devam edecektir.

İnsanoğlu sosyal bir varlıktır ve haberleşme ihtiyacındadır. insanlar arasında ki ilk iletişim veya karşılıklı bilgi alış verişi, sözden önce işaretleşme ile başlamıştır. Başlangıçta haber, bir olayın herkese açık bir şekilde anlatılmasıdır.³¹

Sosyalleşen insan her zaman bir merak içerisinde olmuştur. İnsanlık tarihini ve medeniyetini de oluşturan ana etkenlerden biri de bu merak duygusudur. Toplum içinde ki birey daima çevresinde olup bitenleri öğrenmek, kendi başına gelenleri başkalarına duyurmak, bunlar üzerinde düşünmek ve düşündüklerini de başkalarına iletmek ihtiyacını duymuştur. İşte insanoğlunun bilgi ihtiyacı, yani yaşanan anda olup bitenleri öğrenmek merakı iletişime geçme eylemini yaratmış bir süre sonra da haberleşme terimiyle birlikte yeni meslek grupları doğmuştur.³²

³⁰ *Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi*, www.tgc.org.tr/bildirge, (27 Haziran 2009)

³¹ Jean-Noel Jeanneney, [Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi](#), 3. Basım, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2009, s. 20

³² M. Nuri İnuğur, **Basın ve Yayın Tarihi**, 5. Basım, İstanbul: Der Yayınları, 1993, s.25.

Toplu olarak birlikte yaşamayı öğrenen insanoğulları, topluluk içinde olduğu gibi diğer topluluklarla da iletişim kurma ihtiyacı hissetmiştir. Özellikle yüz yüze olan iletişimlerde sözlü ve görsel iletişim genel ihtiyacı karşılamaktaydı. Ne zaman ki kişiler ve toplumlar arası mesafeler arttı o zaman başka iletişim araçları kullanma gereksinimi doğmuştur. Aralarında gözle temas kurabilecek kadar yakın ama birbirlerini duyamayacak kadar uzak mesafeler bulunan İnsanlar veya topluluklar, birbirleriyle haberleşme ihtiyaçlarını işaretlerle çözmüşlerdir. İlkel toplumlarda yüksek tepeler üzerine ateş yakarak veya Bazı Kızılderili kabilelerinde dumanla haberleşerek yaklaşan bir olay veya bilgiyi haber olarak uzaklara iletilebilmektedir. Fiziki şartlarda da iletişim yollarını farklılıklara itmiştir. Gözle temasın olamayacağı sık Afrika ormanlarında, Afrika yerlileri tam tam çalarak, seslerle doğrudan doğruya yapılan bu kişisel haberleşme zaman ve mekan olarak sınırlı kalmaktaydı. Zamanın ve mekanın ötesinde haberleşme ihtiyacı duyan insan, uzun mesafeler için farklı arayışlara girişmiştir. Doğrudan doğruya haberleşmenin sosyal bağın devamlılığını sağlamadaki yetersizliği karşısında, yaya veya atlı habercilerin görevlendirilmesi gerçekleşmiştir.

Marko Polo'nun aktardığı bilgilere göre, tarih boyunca haberin ulaştırılması her zaman önem arz etmiştir. Haberin önemini kavrayan Moğol İmparatorluğu, haber ulaştırma işinde iki yüz bin attan yararlanmıştı. Buna karşılık Yunanlılar kendileri koşmayı tercih etmiş ve Persleri yenilgiye uğrattığı haberini kırk iki kilometrelik bir koşudan sonra Atina'ya ulaştıran bir yaya haberci olmuştur.³³

Yazının icadından önce bilginin veya haberin aktarılabilceği tek bir kanal vardı: İnsan hafızasından destek alan ve kulaktan kulağa yayılan söz. Bu dönemi en iyi simgeleyen olay maraton koşucusunun öyküsüdür. Yazının icadına kadar geçen bu süreç sonrası haberleşme eylemi de birçok aşama geçirmiştir. Yazının icadı, kâğıdın icadı ve matbaanın icadı basın için kilometre taşları olarak sayılmaktadır.

³³ Cüneyt Binatlı, "Medya Tarihi Ders Notları", (İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi), 2011

Tarihin ilk çağlarında, Yunan sitelerinde ve özellikle Roma İmparatorluğu döneminde şehrin önemli merkezlerine asılı, taş tabletlere yazılmış haber bültenleri vardı. Bin yıl sonra savaşlardan korkan ve korunma güdüsüyle şatolarına sığınan orta çağ Avrupa'sında ise kentler ve şatolar arasında haber taşıyan sözlü habercilerden bahsedilmektedir.

Yazının bulunmasından, Sezar Dönemi Roma İmparatorluğu'nun duvar gazetelerine, el yazması gazetelerden Gutenberg'in matbaayı icat etmesine kadar, insanlar belki olayları bizler kadar erken izlemiyorlardı, ama temelde hep aynı ihtiyaç yatıyordu. İnsanoğlu her zaman kendi dışındaki insanlar ve olaylar hakkında bilgi sahibi olma ihtiyacı duydular. İşte bu haber alma ihtiyacı ilkel şekillerle çıkarılan gazetelerden günümüzün ileri teknolojisiyle, bizlere ulaştırılan gazetelere kadar sürdü.³⁴

Gazetecilik yapan kitle iletişim araçları arasında gazete, otomobil ve uçak kullanılmadan önce, tıpkı demiryolunun sahip olduğu tekele sahip olduğu söylene bilir. Tren nasıl bir zamanlar ulaşımda egemen olduysa, gazete de enformasyon alanında egemen olmuş, kendi teknolojisini geliştirmiştir.³⁵

1.2.1. Haber ve Gazeteciliğin İlk Örnekleri

İlk gazetenin nerede ve kimler tarafından çıkarıldığı hakkındaki çalışmalar ve tartışmalar devam etmektedir. Bazı kaynaklara göre; Dünyanın en eski eserlerini çatısı altında toplanmış bulunan Fransa Louvre Müzesi'ndeki III. Tomes ve III. Ramses devirlerine ait papirüs gazeteler dünyanın en eski gazeteleri sayılmaktadır. Hatta III.

³⁴ Mete Çubukçu, **Zorluklara Göğüs Geren Bir Yayın Aracı ve Dördüncü Kuvvet, Gazete Nedir? Ne Değildir? Ve Basın Özgürlüğü**, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No:26, ss. 13-14.

³⁵ Murat Aji, "Basın Teknolojisindeki Yeniliklerin Basın Hayatına Etkisi", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1986), ss. 135-136.

Thoutmes'in yetkili yardımcılarında birinin bir gazetede çıkan yalan bir haber üzerine tekzip ettiği anlaşılmaktadır. Yine bir başka mısır belgesine göre, Firavun Amarsis'in gazetelerin taşlamalarına dayanamadığı ve kahrından öldüğü yazmaktadır. Müzedeki bir diğer papirüste ise III. Ramses'e karşı muhalif ve saldırgan bir tutum sergileyen gazetelerden söz edilmektedir.³⁶

İlk gazete örneğinin milattan 1750 yıl öncesine ait olduğu da iddia edilmektedir. Herodot'ta, Firavunlara hücum eden mizah gazetelerinin özelliklerine dair 15 sayfalık bir açıklama yapar. İsrail tarihçisi Flaviüs Jesepe de, Babilonyalılar da günlük olayları kaydeden vakanüvisler bulunduğunu, bunların bazılarının şehrin merkezi yerlerine, sonradan fırınlanmış çamur tabletlerde, bildiriler, doğal ve sosyal olaylar kaydedildiğini açıklar. Bunlar duvar gazetesinin ilk örnekleri olarak kabul edilebilir.³⁷

Bir gazetenin en önemli özelliklerinden birisi de periyodik olmasıdır. Bir başka deyişle düzenli olarak yayınlanmasıdır. Bu duruma göre ilk gazeteciliğın izlerini Roma'da buluyoruz. Julius Sezar, zamanında (M.Ö. 100-44) imparatorluk genelinde bir kamuoyu oluşturmak niyetiyle senatodaki zabıtların yayınlanmasını istemiş ve "Acta Senatus" adındaki bu zabıtların yayınlanmasıyla süreli politik haberler vermeye başlanmıştır. Sezar daha sonra bugünkü anlamıyla günlük gazeteciliğe biraz daha yaklaşarak, bugünkü resmi gazetelerin ilk şekli olan "Acta Diaina Publica Populi Romani" adıyla resmi bir gazete de yayınlamıştır. Bunda günlük olayların, Roma bayramlarının, orduların zaferlerinin haberleri yer almaktaydı. Bu ilk gazete örnekleri elle kopyalanarak çoğaltılırdı. Yine Sezarın emriyle, "Acta Diurna" adıyla elle yazılan ve önemli sosyal-siyasal olaylar, evlenmeler, iflaslar, idamlar, cenaze törenleri, yangınlar, çok yaşayanlar, seçimler, kanunlar, yabancı devletlerle yapılan anlaşmalar, göktaş düşmesi, afetler, spor gösterileri, gladyatör dövüşlerine kadar pek çok günlük

³⁶ Fuat Süreyya Oral, **Türk Basın Tarihi – Osmanlı İmparatorluğu Dönemi**, İstanbul: Oral Yayınları, ss. 23-24

³⁷ Oral, ss. 23-24

olaylarla ilgili haberlere değiniliyordu. Bu haberleri de toplayan ve yetkili makamlardan bilgi alan özel memurlar vardı.³⁸

Baskı tekniklerinden biri kullanılarak kağıda basılan ilk gazete ise 911 yılında Çin 'de doğmuştur. "King Pao" adındaki bu gazete 1351 yılından sonra süreli yayınlanmaya başladı.³⁹ Çin'de yayınlanan bu en eski gazete, Roma İmparatorluğu'nda olduğu gibi, özel görevlilerce çıkartılan bir çeşit saray bildirisi olan bu ilk gazete, rapor anlamına gelen Pao adını taşıyordu.⁴⁰

Gazetenin öncüleri sayılabilecek ilk örnek ise elle yazılan **haber mektuplarıdır**. Bunlara, "**Nouvelle A La Main**" (Elde dolaştırılan haber) denen, küçük haber mektuplarının ortaya çıkışıyla başlamıştır. Artık Avrupa'da yaşayan insanlar olup bitenleri öğrenmek, çevrelerinde geçen, kendilerini ilgilendiren olaylardan haberdar olmak istemektedir. Bu arzu ve ihtiyaç, yeni iş kollarının ve çalışanlarının oluşmasına sebep olmuştur. Haber mektuplarını hazırlayıp satanların özel habercileri, yazıcıları, dağıtıcıları vardı. Venedik'te özellikle Avvisi adı verilen haber mektupları bir ticaret konusu haline gelmişti. Avvisi'ler Gazzetta denen bakırdan, en küçük Venedik parası karşılığında satıldığından, sonraları haber toplayan ve bu haberleri yayan basın ürünlerine İtalya'da bozuk para anlamına gelen gazzetta'dan türetilmiş bir sözcük olan "gazzette" adını almıştır. Haber kâğıtlarını satın almak için kullanılan madeni para, anlam kaymasıyla nesnenin kendisine adını vermiştir.⁴¹

Siyasi, ekonomik ve bölgesel çatışmalardan bilgi veren haber mektupları, ortaçağın sonlarına doğru çok büyük bir öneme kavuşmuş ve süratle tüm Avrupa'ya yayılmışlardır. Özellikle ticaretin olduğu liman şehirlerinden içeriye doğru yayılmıştır.

³⁸ Binatlı,

³⁹ Orhan R. Üreğir, *Gazete ve Gazeteci "Gazete Okuyucusunun Kitabı"*, Ankara: Mars Matbaası, 1969, s.11.

⁴⁰ Binatlı,

⁴¹ İnuğur, s.26

Dönemin en önemli ticaret ve kültür şehirlerinden biri olan Venedik'te ortaya çıkan haber mektupları, pek çok konuda bilgi aktarmışlardır. Özellikle Müslüman ve Hıristiyan çatışmalarının olduğu sırada İspanya'da çok ilgi gören haber mektupları, Almanya ve İtalya'da çok fazla kullanılmıştır.⁴²

Bu haber mektuplarının örneklerinden biri, Kanuni Sultan Süleyman dönemindeki 1536 yılında Osmanlı-Venedik Savaşları arasında yazılan ve savaş haberlerini veren Venedik mektuplarıdır. O dönem Avrupa'sında gazetenin ve gazeteciliğin temellerinin atıldığı ve belli amaçlara hizmet eden bir habercilik anlayışı vardı. Haber kâğıtları ve haber mektupları belli amaçlar için çoğaltılıp dağıtılıyordu. Haber kâğıtları aristokrasi hakkında bilgi akışı sağlarken, haber mektupları burjuvazinin ticari sebeplerle bilgi alış verişini sağlamaktadır.⁴³

1.2.2. Haber ve Gazeteciliğin Profesyonelliğe Geçişi

XV. yüzyılın ortalarında matbaanın icadıyla haber mektupları daha geniş topraklara hızla yayılmıştır. Matbaanın icadıyla daha da çoğalan haber mektupları tüm Avrupa'yı kısa sürede sarmıştır. Avrupa, karanlık ortaçağdan çıkmaya başlamış, sosyal ve ekonomik açılardan değişimler kendilerini hissettirmiştir. Bu değişim toplumun her kesiminde bilgi ve haber ihtiyacını arttırmıştır. Dağıtılması sorun olan ve çok vakit alan haber mektuplarının her yerde basılması için Avrupa'nın önde gelen şehirlerinde matbaalar kurulmuştur.

Bir yorumcu, Fransız Devrimi'ni gazeteciliğin büyük patlaması olarak nitelendirmiştir. Burada, demokratik toplumlarda gazeteciliğin her yere ulaşan bir

⁴² İnuğur, ss. 57 – 59.

⁴³ İnuğur, ss. 57 – 59.

lokomotif görevi gördüğü vurgulanmaktadır. Yine de demokratikleşme sürecindeki ülkelerde ortaya çıkan gazetelerin ilk örnekler olmadığını vurgulamak gereklidir.⁴⁴

Bugünkü anlamda ilk gazete 1609'da Strasbourg'ta haftalık yayımlanan Avisa, Relation Oder Zeitung'tur. Almanya'daki bu gelişmeleri Fransa ve İngiltere izlemiştir.⁴⁵

Basın, günümüzdeki sürece dönüşünceye kadar çok karmaşık ve uzun bir evrim geçirmiştir. Bu uzun evrim, iki toplumsal olguya bağlı olarak değişir. Okuma-yazmanın batı toplumlarında yaygınlaşması ve basım teknolojisindeki aşamalar. Bu iki olgunun birbiri üzerinde etkili oldukları açıktır.⁴⁶

Önce haber yaprakları, 1605'de ilk süreli yayın, 1660'da ilk günlük gazete çıkarılmıştır. Bu yıllar gazetecilik bakımından adeta bir patlama yaşanmıştır. Dönemin ünlü Fransız yazarı Rabelais 1530'da şöyle diyordu: “Artık okumayan kalmadı. Hırsızlar, cellâtlar, meyhaneciler, seyisler ve halkın aşağı tabakası bile eskinin doktor ve âlimlerinden daha bilgili. Kadınlar ve çocuklar bile okuyor.”⁴⁷ Yeni iletişim teknolojilerinin doğası gereği olsa gerek, ilk çıktıkları zaman inanılmaz bir talep patlaması yaşanmaktadır. Benzer bir patlama yıllar sonra internet gazeteciliğinde de yaşanacaktır. Sonra zamanla gerçek değerine oturmaktadır.

Onbeşinci yüzyıl sonrasında gelişen basım teknolojisi, özellikle onyedinci yüzyıldan başlayarak dönemin burjuva devrimlerinin bireyci, özgürlükçü ve eşitlikçi, demokratik katılmaya yönelik ekonomik yapılanmasına uygun düşmektedir. Herkes düşüncelerini yayabilmelidir ve her düşünce yaymak isteyen bir gazete çıkarmak

⁴⁴ Ian Hargreaves, **Gazetecilik**, Yeliz Özkan (çev.), 1. Baskı, Ankara: Dost Kitabevi, 2006, ss. 39 – 40.

⁴⁵ İnuğur, ss. 57–59.

⁴⁶ Aji, s.134.

⁴⁷ Orhan Koloğlu, **Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın**, İstanbul: İletişim Yayınları, 1992, s.7.

girişiminde bulunabilmelidir. Bunlar liberal düşünce sisteminin kaçınılmaz sonuçlarıdır.⁴⁸

Gazetecilik, hem Avrupa'daki hem de ülkemizdeki örnekleriyle özellikle devlet destekli başlamıştır. Örneğin, Fransa'da ilk gazetecilik örneklerinden bahsederken önemle üzerinde durulan Kral 17. Louis'in desteğiyle çıkarılan La Gazette'yi göstermek mümkündür. Ülkemizde de ilk Türkçe gazete Takvim-i Vekayi, halkın iç ve dış olaylardan haberdar olabilmesini sağlamak amacıyla hükümet tarafından ortaya atılmış ve dönemin padişahı II. Mahmud tarafından çok olumlu karşılanmıştır. Ancak, özellikle ülkemizde gerçek anlamda gazeteciliği anlatabilmek için basının "ilk kırılma noktasına" dikkat etmek gereklidir. 1860'lı yıllara kadar gazetecilerin devlet memuru olarak kabul gördüğü ülkemizde, 1864'ten sonra gazetecilik mesleği ile geçimini sağlayan basın mensuplarının yavaş yavaş ortaya çıkmaya başlamıştır.⁴⁹ Bu tarih, gazetecilikte memuriyetin bittiği ve gerçek anlamda gazeteciğin başladığı tarihtir. Tüm bu bilgilere ulaşmamızı sağlayan aslında gazetenin kendisidir. Bu bakımdan gazete, geçirdiği dönemlerde, tarihe ve önemli olaylara ışık tutan ve bizlerinde olayları derinlemesine değerlendirmemize imkân veren bir kültür hazinesidir. Bu bakımdan "gazete belki belgeseldir, ama ondan ötesi, içinde insan ögesi bulunan bir insan olayıdır" demek yerinde olacaktır.⁵⁰

Günümüz basın teknolojisi ve gazetecilik anlayışının temelleri XVII. yüzyılda oluşturulmuştur. Bu dönemde her alanda her türlü gazete örneği görmek mümkündür. Bir yandan bu yeni meslek, hükümetlerin müdahale ettiği, paranın yozlaştırdığı ve hatta belli miktarda hatır işleri gibi alışlagelmiş rakipleri karşısında özgürlük alanını genişletmeye başlamıştır.⁵¹

⁴⁸ Ersan İlal, **Yığınsal İletim Araçları ve Toplum**, 3.Basım, İstanbul: Der Yayınları, 1997, s.42.

⁴⁹ İnuğur, s. 204.

⁵⁰ Nezih Demirkent, **Sayfa Sayfa Gazetecilik**, 2. Baskı, İstanbul: Dünya Kitapları, 2003, s.91.

⁵¹ Jeanneney, s. 21.

1.3 Haber ve Gazeteciliğin Gelişimi

Gazete ve habercilik, en ilkel formundan günümüz formuna ulaşınca kadar oldukça uzun ve çeşitli aşamalardan geçmiştir. Pek çok icat ve yeni ulaşım yolları gazete ve haberciliği bu noktalara taşımıştır. Her geçen gün de yeni biçimleriyle de geleceğe taşınmaya devam etmektedir.

Ondokuzuncu yüzyıl ortalarına doğru basında büyük gelişmeler oldu politik özgürlük ortamı oldukça ayrıcalıklı kural oldu. Basın üzerindeki vergiler kalktı. Haberler gazetelere telgrafla ve daha sonra telefonla hızla gelmeye başladı. Baskı işlemleri yapılandıktan daha süratle yapılmaya başlandı. Demiryolları gazeteleri kasaba ve köylere kadar ulaştırdı.⁵² Bu yapıya varana kadar gelen dönüşümler basım teknolojisinde etkilerini onsekizinci ve ondokuzuncu yüzyıllar boyunca gösterirler; özellikle buharlı baskı makinelerine (1830) ve rotatiflere (1846) geçiş yapısal dönüşümün kilometre taşlarını oluşturmaktadırlar. Bununla birlikte, basının yapısındaki temel dönüşümü getiren gelişme teknoloji değil, ekonomiktir. Ondokuzuncu yüzyılın sonuna gelindiğinde, batının kapitalist toplumda sanayileşmenin getirdiği “*mass production – yığımsal üretim*”, arz patlaması ve tüketim toplumuna geçiş aşamasında tüketicinin kamçılanması ve reklam sisteminin çok önemli bir parçasına dönüşecektir. Bu aşamaya kadar gazetelerde küçük bedeller karşılığında yer alan ve gelirlerin çok küçük bir bölümünü karşılayan reklamlar birdenbire gazetelerin en büyük gelir kaynağı olmakta ve basının yapısını değiştirmektedirler. Bu büyük geliri elde etmek isteyen gazeteler, daha çok basmak zorundadırlar. Bu değişim, teknolojik gelişmeleri de hızlandıracaktır. Örneğin, İngiltere’de Northcliffe’in başı çektiği büyük kuruluşları, saatte 200.000 baskı yapabilen rotatifleri ve dizgiyi on kat hızlandıran lino type dizgi

⁵² Cengiz Tekiz, “İnsan İletişiminin Boyutları”, Ankara Üniversitesi Eğitim Araştırma ve Bilimsel Yayınlar Dizisi, No:3, 1988, ss.29-30.

makinaleri kullanarak, gazete maliyetlerini düşürmekte ve çok satan, yığın gazetelerini başlatmaktadırlar.⁵³

XIX. Yüzyılda da telgraf ve telefon gibi iletişim araçlarının icadı basının gelişmesinde ve şekillenmesinde büyük bir paya sahiptir. Çağdaş basının temelleri bu dönemde atılmıştır. Bu yüzyılda telgrafın icadı ve ardından XX. Yüzyılın başında ise radyonun icadı, telefotonun bulunuşu ve diğer haberleşme araçlarının gelişimiyle haberlerin iletilmesinde büyük bir hız ve kolaylık sağlamış, bu sayede önce yazı, daha sonra da fotoğraf için uzaklık anlayışı ortadan kalkmıştır. Bu sayede gazeteler, daha çok haber iletebilecek ve bu da daha çok reklam getirecektir. Bu kısır döngü, gazeteyi bir tüketim malına dönüştürecek ve amaç bilgi, haber iletiminden daha çok kar amacı güden bir kuruluş yapacaktır. Reklam gelirleri bir gazetenin gelirinin %70'ine varan oranlarına sahip olurken aynı zamanda gazetenin içeriği de bu durumdan etkilenecek ve reklamlar, gazetede büyük yer kaplayacaklardır. Ticari bir tema haline dönüşen ve reklamların çok büyük yer tuttuğu gazeteler, ticari kaygılarla parti ve fikir gazeteciliğini terk ederek yerini herkesin okuyabileceği ve kabullenebileceği bulvar gazeteciliğine dönüşmüştür. Tarafsız ve herkesin okuduğu ucuz bulvar gazetelerinin objektif duruşu basın hayatına objektiflik kavramını kazandırmıştır.

Batı dünyasını 1960-1970'li yıllar arasında, elektronik araçlar işgal edince, gazete kendini tekrar tanımlamak zorunda kalmıştır. Eskiden aşırı derecede çoğulcu rekabete dayanan gazete endüstrisi, günümüzde tekelci bir kimliğe bürünmüştür. Ucuz bir meta olarak satılan gazetenin hammaddesi olan kağıt pahalılaşmış, endüstrisi ise emeğin yoğun bir şekilde kullanımını gerektirmiştir. Gazete bilgisayarlaşınca, toplumda önemli bir kitle iletişim aracı olmak için savaş vermeye başlamıştır.⁵⁴

⁵³ Orhan Hançerlioğlu, "Düşünce Tarihi", **Büyük Fikir Kitapları Dizisi**, No:8, 1977, s.19.

⁵⁴ Hançerlioğlu, s.19

XX. Yüzyılda dizgi makinelerinin icadı, rotatiflerin işletilmesi, bugünkü modern gazeteciliği doğurmuş, basın büyük bir aşama kaydetmiştir. Bu yüzyılda icat olunan diğer kitle iletişim araçları da haber ve bilgi aktarımı yapmaktadır. Artık gazetecilik yeni formlarına girmeye başlamıştır. Ne var ki haberleşme bireysel değil, toplumun bütün kesimlerini de ilgilendirmektedir. Bu nedenle sonuçta kitle haberleşmesi ortaya çıkmıştır. Kitle haberleşmesi insanların haberleşme gereksiniminin bir sonucu olmakta ve gelişen uygarlığın ortaya çıkardığı bazı araçların haberleşmede kullanılmasını ifade etmektedir. Haberleşme bu araçlar vasıtasıyla daha etkin biçimde sağlanmakta, buna karşılık haberleşme süreci daha karmaşık bir duruma girmektedir.⁵⁵

Burada kısaca kitle iletişimin de tanımını vermek yararlı olacaktır. İnsanların haberden haberdar olma ihtiyaçları her dönemde olmuştur ve teknoloji ilerledikçe hep daha fazlasını istemektedir. Sosyal bir varlık olan insan, gerek yakın gerekse de uzak çevresinde yaşananlar hakkında bilgi almalarını, günümüzde özellikle bu amaçla geliştirilmiş ve uzmanlaşmış bazı araçlar sağlamaktadır. Bu araçlara genel bir terim kullanarak "*kitle iletişim araçları*" adını veriyoruz. Endüstri teknolojisinin gücünü simgeleyen kitle iletişim araçları kitleleri iletişim ağıyla birbirine bağlamaktadır. İnsanlar bilgi edinme başkalarından geri kalmama, hoşça vakit geçirme isteği ve eğilimi gibi birçok faktörün zorlamasıyla kitle iletişim aracının iletisine kendisini yöneltmektedir.⁵⁶

Kitle iletişim araçları zamandan tasarruf ederek, kapsama alanı içindeki yerleri genişleterek, enformasyonu taşınabilir ve saklanabilir hale getirmiştir. Bu durum, kitle iletişim araçlarını geleneksel iletişim yöntemleri yanında toplumsal etki yönünden daha güçlü kılmıştır. Kitle iletişim araçları bir değer olarak bilginin yayılması için tartışmasız gerekli araçlardır.⁵⁷

⁵⁵ Kayıhan İçel, **Kitle Haberleşme Hukuku**, 1. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 1990, s. 9.

⁵⁶ Ünsal Oskay, **Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon**, Ankara: A.Ü. BYYO Yayını, 1978, s. 68.

⁵⁷ Jean Marie Charon, **Medya Dünyası**, Oya Tatlıpınar (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1992, s. 182.

2000’li yıllar iletişim teknolojilerinin de etkisiyle bu zamana kadar bilinen her şey yeni baştan şekillenmeye başladı. Kitle iletişim araçları tek taraflı yayından karşılıklı bilgi alış verişine, geri bildirim önem vermeye başladı. Bu gelişmeler sadece iletişim teknolojilerini değiştirmede. İnternet ile daha da küçülen küresel köy, dünyanın politik ve iktisadi olarak da değişmesini etkiledi. Küreselleşme sürecinin motoru sayılan iletişim teknolojileri, maddesel dünyadan sanal dünyaya geçişi veya bir başka deyişle analogdan dijitalge geçiş yeni iletişim araçlarını doğurduğu gibi eski iletişim araçlarını da ya tarihe yazdı veya dönüştürdü. Diğer taraftan meslekleri ve çalışanları da uyum sağlamaya zorladı. Tabii bütün bunların sonucu olarak da medya içeriklerini de dönüştürmüştür.⁵⁸

Günümüz gazeteciliğinde önemli rol oynayan gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon etkin kitle iletişim araçları olarak toplumsal bir uğraş olan iletişimde yer almaktadırlar.⁵⁹ Son olarak bütün bu kitle iletişim araçları yeni bir ortam, internette yer almaya başladılar. Bu yeni ortam ve yaşananlar çok normal olarak gelişimini yavaş ama emin adımlarla sürdürmektedir. Her canlı gibi kurum ve kuruluşlarda, (gazeteler ve diğer kitle iletişim araçları) varlıklarını sürdürebilmek için yeniliklere ve dönüşüme açık olmaları gerekmektedir. İnternet, herkes için yeni bir ortam ve ne getireceğini veya ne götüreceğini henüz tam olarak kimse kestirememektedir. Ancak bir değişimin veya dönüşümün olacağına kesin gözüyle bakılmaktadır. Jo Bardoel 2002 yılında yazdığı makaleye göre Hollanda nüfusunun büyük çoğunluğunun internete bağlı olduğunu fakat internette geçirilen sürenin ortalama onbeş dakika olduğunu diğer taraftan ise genç nüfusta bu oranın iki katı olduğunu söylemektedir. Bardoel, Yeni ağ sisteminin gazetecilik ve kamu iletişimi için hatta bireyler için yeni ifade araçları sunacağını belirtmekle birlikte gelecekteki sosyal iletişim ağlarının, iletişimi ticarileştirmesi ve

⁵⁸ Cüneyt Binatlı, “Yeni Teknolojiler ve Kitabın Geleceği Üzerine Birkaç Söz”, Zeliha Hepkon (Ed.), **İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar**, içinde (13 – 20) İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 2011, ss. 13-14.

⁵⁹ Tokgöz, ss. 36-37.

metalaştırılmasının, gazetecilik, sivil-fikirlilik ve güvenilirlik açısından yeni bir tehdit olabileceğini vurgulamaktadır.⁶⁰

Başka bir açıdan unutmamız gereken ise bütün bu kitle iletişim araçlarını besleyen, gündem oluşturan, ulusal veya uluslararası haber akışlarını sağlayan, gazete ve televizyonların vazgeçemeyecekleri haber kaynakları, doğrulama adresleri, haber ajanslarıdır.

1.3.1 Haber Ajansları

Haberin ve gazeteciliğin doğuşuna paralel olarak eş zamanlı ortaya çıkmışlardır, haber ajansları. O zamanın şartlarında, her gün yeni haber verme telaşında olan gazeteler, limanlarda beklemekte, denizcilerden yeni bilgiler edinmekteydi. Yabancı denizciler veya yabancı haber mektupların ise doğru anlaşılması büyük problemdi. İşte bu dönemde kurulan tercümanlık ofisleri kısa zamanda profesyonel haber toplayan ajanslara dönüştüler.

Haber Ajansı'nın genel kabul gören en kısa tanımı, "toptancı haber üreticileri" olarak betimlenmektedir. Haber ajansları, haber niteliği taşıyan gelişmeleri, olayları, en kısa zamanda derleyerek abone kuruluş ve ilgili kişilere iletirler.⁶¹ Amerikalı yazar John Hohenberg "*Haber ajansları çağımızın anonim muhabirleridir*"⁶² demektedir.

⁶⁰ Jo Bardoel, The Internet, Journalism and Public Communication Policies, International Communication Gazette, 2002 64: 501, <http://gaz.sagepub.com/content/64/5/501>, 11 Aralık 2010, ss.1-12

⁶¹ Atilla Girgin, *Uluslararası İletişim Haber Ajansları ve AA*, İstanbul: Der Yayınları, 2002, s. 95

⁶² Bülbül, s. 244.

Haber Ajanslarının doğuşu ve ortaya çıkışı da diğer haber kuruluşlarında olduğu gibi belli bir ihtiyacı gidermek için kurulmuşlardır. Ajanslar, aldıkları bilgileri hızlı ve yalın bir biçimde abonelerine geçmekle yükümlüdürler ki, bu durum onları, hem geçmişte hem de günümüzde ulusal ya da uluslararası yayın kuruluşlarının vazgeçilmezi haline getirmiştir. Haber ajanslarından beklenen en önemli özellik ise tarafsızlıktır.

Basın tarihinin bilinen ilk haber ajansı, ticari amaçla kurulan Havas'tır. Charles-Louis Havas, 1832 yılında Paris'te "Yabancı Gazeteleri Tercüme Bürosu" açmıştır. Daha sonraları büronun ismi değişse de "Havas Ajansı" olarak benimsenmiştir. Havas, "Hızlı ve İyi" sloganıyla, Avrupa ülkelerinin borsa ve piyasa değerlerini kıtanın her yerine ulaştırmasıyla, başta gazeteler olmak üzere pek çok abonesine haberlerini ulaştırmıştır.⁶³

Havas'ı dönemin en önemli ajanslarından biri olmasının en etkin sebebi, çağın teknolojisini en etkin biçimde kullanabilmesidir. Yabancı gazeteleri herkesten önce Paris'e getiren Havas, çok geçmeden abone kaydetmek yoluyla işini geliştirmiştir. Londra, Brüksel ve Paris arasında güvercinlerle haber taşıtmış ve Avrupa'nın belli başlı şehirlerinde muhabirler çalıştırmıştır. "Çabuk haber alır, haberi çabuk ulaştırır" sözü bu ajansın simgesi olmuştur. 1845'de Paris-Rouen arasında ilk elektrikli telgrafı HAVAS kullanmıştır.⁶⁴

Daha önce Havas Ajansı'nda çalışan Bernhard Wolf tarafından, Berlin'de kurulan ilk telgraf bürosu 1849 yılında Wolf Ajansı'na dönüşmüştür. Yine daha önce

⁶³ Girgin, *Uluslararası İletişim Haber Ajansları ve AA*, ss. 9-11.

⁶⁴ İnüç, s.144

Havas Ajansı'nda çalışan Paul Julius Reuter adında başka bir memur da 1851 yılında İngiltere'de Reuter Ajansı kurmuştur.⁶⁵

1846-1848 yılları arasında New York'da yayınlanan altı gazete, haber toplamadaki güçlükleri yenmek ve ağır masrafların önüne geçmek düşüncesiyle biraraya gelerek, bir kooperatif halinde, ajans kurmaya karar vermişlerdi.⁶⁶ Bu kuruluşun ilk adı, "New York Associated Press"dir. Daha sonra 1892 ve 1900 arasında ki değişikliklerle en son olarak, "Associated Press" adını almıştır. Associated Press, 1893 yılında Avrupa haberlerinin Amerika'ya, Amerika haberlerinin Avrupa'ya iletilmesi için Reuter Ajansı ile ikili anlaşmalar yapmıştır.⁶⁷ Bu ilk haber ajanslarının ilk müşterilerini, diplomatlar ile bankerler oluşturmuştur. Günümüzde ise haber ajanslarından yalnız yazılı basın değil, sözlü basın da yerel, ulusal ve uluslararası kaynaklı haber sağlama yönünde yararlanılmaktadırlar.⁶⁸

Çok geçmeden West Associated Press, Southern Associated Press, Philadelphia Associated Press vb. grupları oluştu. New York'ta kurulu AP bunların tümüne en önemli haberleri iletliyordu. Böylelikle ajansın yöresel haber toplama örgütleri de oluşmaya başladı.⁶⁹

Aynı yıllarda Havas, Reuter ve Wolf ajansları, Osmanlı İmparatorluğu'nda ki gelişmeleri yakından takip etmek amacıyla muhabirlerini İstanbul'a yollamıştır. Bir süre sonra Havas ve Reuter 1870 yılında İstanbul'da ortak bir büro açmışlardır. Bu büro hem Ortadoğu haberlerini Avrupa'ya gönderecek hem de İstanbul gazetelerine haber satacaktır. İstanbul'un ilk yabancı haber ajansı bürosu kurulmuştur.⁷⁰

⁶⁵ İnuğur, s.145

⁶⁶ Ertuğ, s. 82-83

⁶⁷ İnuğur, s. 146

⁶⁸ İdris Adil, "Haberde Dışa Bağımlılık", **Gazeteciler Cemiyeti Yayınları**, No: 30, 1991, s. 24

⁶⁹ Yasemin Giritli İnceoğlu, **Uluslararası Medya**, İstanbul: Beta Yayınevi, 2000, ss.117-118

⁷⁰ Girgin, **Uluslararası İletişim Haber Ajansları ve AA**, s. 129.

Bu toprakların ilk yerli ajansının kurulması ise 1911 yılını bulacaktır. Uluslararası ajansların çalışmaları, ülke çıkarlarına aykırı görülünce, hükümet 1911 yılında bir telgraf ajansının kurulması için kanun sevk etmiştir. Salih Gürcü, Osmanlı Telgraf Ajansı'nı, (Agence Telegraphique Ottomane) ulusal olmaktan daha çok ticari amaçlar için kurmuştur. Bir süre sonra da Havas ve Reuter'le anlaşmalar yaparak ortaklaşa çalışmışlardır.⁷¹

Osmanlı Haber Ajansı, milli çıkarlara uymadığı gerekçesiyle kapatılır ve yerine Osmanlı Milli Telgraf Ajansı kurulur. Ancak o da İstanbul'un işgaliyle kapanır ve yerini Türkiye-Havas-Reuter Ajansı alır. 1920-1922 yılları arasında çalışan bu ortak ajans da Lozan Barış antlaşmasıyla araç-gereçlerini ve yabancı dil bilen personelinin bir bölümü de Anadolu Ajansı'na devretmiştir.⁷²

Dünyanın gördüğü iki büyük dünya savaşı, ekonomik krizler, doğal felaketler, bölgesel savaşlar ve benzeri olaylar yeni bir dünya düzeni getirmiştir. Haber ajansları da bu yeni düzene uyum sağlamışlardır.

Son yıllarda uluslararası düzeydeki haberleşme, hemen hemen beş büyük haber ajansının denetimindedir. AP, UPI, Reuter, AFP ve TASS ajanslarının yabancı ülkelerdeki bürolarının sayısı 500, muhabirlerinin sayısı da 4000'in üzerindedir. Uluslararası haber dolaşımının, bazılarına göre yüzde 80'i bazılarına göre de yüzde 97'si bu beş büyük ajansça sağlanmaktadır.⁷³

1990'lı yıllarda, beş büyük haber ajansınca üretilen ve tüm dünyaya dağıtılan haberler çoğunlukla gelişmiş ülkelerle ilgilidir. Sonra, büyük ajansların muhabirleri,

⁷¹ Girgin, ss. 130 – 131.

⁷² Girgin, s. 133.

⁷³ Adil, s. 25

sayısı ve dağılımı da onları güçlü kılmaktadır. Bu dağılıma göre, yüzde 34'ü Kuzey Amerika'da, yüzde 28'i Avrupa'da, yüzde 17'si Asya ve Okyanusya'da, Yüzde 11'i Latin Amerika'da, Yüzde 6'sı Batı Asya'da, Yüzde 4'ü Afrika'dadır.⁷⁴

Uluslararası haberleşmenin %10'unu "haberler" in oluşturduğu düşünülecek olursa, Haber Ajanslarının ne denli önemli oldukları gerçeği ortaya çıkar. Çok kısa bir süre öncesine kadar Haber Ajansları günde birkaç bin sözcük üretirken, artık günümüzde bu sayı dakikada 9000 sözcük veya daha üstüne çıkabilmektedir. Şüphesiz bunda haberleşme uydusu ile birlikte bilgisayarın uluslararası haber akışındaki kanal kapasitelerini arttırmış olmasının büyük rolü vardır.⁷⁵

1.4 Günümüzde Haber ve Gazetecilik

21. yüzyıl bilgi ve iletişim çağı olarak adlandırılmaktadır. Bilgi aktarımı ve iletişim öylesine hızlanmıştır ki, her saniye bilgiye ulaşmak ve iletişime açık olmak mümkün hale gelmiştir. İletişim alanındaki bu hızlı gelişim, doğal olarak, yazılı basında da değişime sebep olmuştur. Gazete, 2000'li yıllara gelindiğinde, yapısal ve içerik olarak, teknolojinin getirdiği yeniliklere uyum sağlamıştır.

Günümüzde teknolojik gelişmelerle birlikte haberleşme artık her yerdedir. Elektronik ya da basılı olsun tüm yayıncılık çalışmaları elektronik ortamda gerçekleşmektedir. McLuhan'ın da belirttiği gibi günümüzde insanoğlu uydu, telefon, bilgisayar gibi araçlar vasıtasıyla, bedensiz enformasyona dönüşmüş, bilgisayar vericisi

⁷⁴ Adil, ss., 26-27

⁷⁵ Giritli İnceoğlu, s.117

yardımıyla insan her yerde bulunabilir hale gelmiş ve dolayısıyla ulusal sınırlar yok olmuştur.⁷⁶

Teknolojik devrimin zorladığı iletişim araçlarında ki yaşanan dönüşümler kendi içinde eski yeni kavramını ortaya çıkarmıştır. İletişim teknolojilerinin hem zaman hem de kullanım açısından eski yeni tartışmaları her zaman olmuştur ve olacaktır. Toffler gibi bazı yazarların 1960’lardan itibaren iletişim alanındaki dönüşümleri “üçüncü büyük devrim”; Poster gibi bazı yazarların ise “ikinci medya çağı” olarak adlandırdığı gelişmeler, iletişim teknolojilerinin kullanımı, kullanım alanları, içerik aktarımı ve teknolojinin olanakları bakımından değerlendirmektedir.⁷⁷

Radyo ve televizyonun icadından sonra basılı gazeteciliğin devamı konusunda çeşitli endişeler dile getirilmiştir. Ancak haberciler ve habercilik yeni formatına çabuk uyum sağlamış yeni kitle iletişim araçlarında da gereken yerini almıştır. Özellikle televizyon haberciliğinde video kayıt yapabilen kameraların taşınabilir hale gelmesiyle bir adım öne çıktığı söylene bilinir. Basılı gazete ve habercilik bu dönemde tiraj, reklam ve itibar kaybettiği bilinen bir gerçektir. Basılı gazete bu durumdan çıkmak için çeşitli yollar, promosyon gibi, denemiştir.

İnternetin icadı ve kullanımının yaygınlaşması, yeni bir kitle iletişim aracı olarak ortaya çıkmıştır. Haber ve gazetecilik kendine yeni bir ortam bulmuştur. İnternet, kendinden önceki kitle iletişim araçları, radyo ve televizyon gibi gazeteciliğe yeni bir yapı kazandırmıştır. Ancak, internetteki inanılmaz gelişim, internet gazeteciliğini de geliştirmiştir. İnternet ortamında ki fiziki sınırların, bir önceki örneklerine göre, daha geniş olması internet gazeteciliğinin popülerliğini arttırmıştır.

⁷⁶ Derya Altay, “Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan”, **Kadife Karanlık**, Nurdoğan Rigel ve Diğerleri (hızl.) 2. Baskı, İstanbul: Su Yayınevi, 2005, s.43

⁷⁷ Nilüfer Timisi, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Ankara: Dost Yayınevi, 2003, s. 80

Günümüz gazeteleri, kendi kuruluşlarını bağlı oldukları toplumun da dışında küresel düzeyde, kendisini toplumsal ve ekonomik koşullara uydurmuştur. Basın, teknolojik açıdan saatte yüzbin adet baskı yapabilmektedir. Ayrıca bu haberlerini bir düğmeye basarak bunu anında bütün dünyaya yayabilmektedir. Böyle bir yapıya, ekonomik açıdan reklam gelirlerine ve bu reklamları veren büyük özel girişime kendi şirketleriyle de bağlı bir yapıya, içerik açısından da tüketimi amaçlayan çok satma eğilimleri, ilginç haberleri temel alan ve lotaryaları-kuponlarıyla artık basın da tüketim toplumunun isteklerine, yapısal değişikliklerle uyum sağlamıştır.⁷⁸

Gazetenin önemi, basılı yazı ve resimleri kolayca yaydığı kadar, saklanabilir olmasından da doğmaktadır. Öte yandan kamuoyu oluşturmak ve kamuoyunun sözcülüğünü yapmak görevleri basını, demokrasilerin dayandığı “güç”lerden biri durumuna getirmiş, bir sanayi dalı olmasına karşın, basına kamu görevi yapma özelliği kazandırmıştır.⁷⁹ Bununla birlikte “Güçler Birliği” ilkesine “Dördüncü Kuvvet” olarak katılmış ancak daha sonraları bunun da işlevselliği tartışılır hale gelmiştir. Hatta “Beşinci Kuvvet” olarak okuyucu kesime atıfta bulunulmuştur. İletişim teknolojilerinin geldiği son noktada ise “vatandaş gazeteciliği” veya “vatandaş muhabirliği” terimleri de iletişim literatürüne girmiş bulunmaktadır.

Gazeteler, dergiler, radyolar ve televizyonlar, ürettikleri ürünlerin tamamı haber, olay ve programların hepsi tek bir ürün olarak tek bir kaynaktan çoğul hedefe yayın yapmaktadır. Başka bir anlatımla tek bir basın yayın kuruluşu, kitlelere, topluma, çoğula hitap ederek kitle iletişim aracı olarak çalışmaktadır. Bu durumda kitle iletişim aracının, hedef kitlenin yani okuyucu, dinleyici veya izleyici her kimse onun dikkatini çekecek, ilgisini uyandıracak veya uyandırması, dikkat toplaması beklenen olay, haber ve programlara karar vermesi gerekmektedir. Hedef kitlenin yani okuyucu, dinleyici veya izleyicinin tercihi, ortamın ve haber ürününün seçimiyle sınırlı kalmaktadır.⁸⁰

⁷⁸ Hançerlioğlu, s. 19

⁷⁹ Nevzat Dağlı, **Gazete Yayınlama Teknikleri**, Ankara: İmaj Yayıncılık, 1995, s.13

⁸⁰ Osman Köroğlu, “Gazetecilik Hangi Derde Devadır?”, **Zaman Gazetesi**, 5 Ağustos 2005, s.6

Hedef kitle yani okuyucunun bu tercihi ise gazeteciliğin hangi ortamda devam edeceğini gösterecektir.

1.4.1 Geleneksel Gazetecilik

Geleneksel gazetecilik dediğimiz zaman, babadan oğula geçen, bildiğimiz baskı teknikleri kullanılarak kâğıda aktarılan, haberlerin profesyonel anlamda okuyucuya aktarılmasını kastediyoruz. Geleneksel gazetecilik ilk çıktığı günden itibaren sürekli gelişti ve çeşitlilik gösterdi. Buna rağmen temel işlevi değişiklik göstermedi. Haber veya bilgi olabilecek yeni bir şeyi kaynağından öğrenen ve bunu meslek olarak yapan profesyonel gazeteciler, topladıkları haberleri düzenli aralıklarla okuyucularına veya hedef kitlelerine aktarmaları, temelde aynı işleyişle hep aynı kaldı sadece değişen kullandıkları iletişim yollarıydı. Geleneksel ile Dijital gazetecilik anlayışı da temel de aynı olmakla birlikte çalışma ve yayınlanma alanları birbirlerinden çok farklılık gösterebilmektedir.

Matbaanın icadından günümüze basılı gazetecilik çok fazla gelişim ve çeşitlilik sergilemiştir. Bunları sınıflandırmanın pek çok yolu olabilir, boyutlarından tutunda hitap ettiği kitleye göre hatta yayın yaptığı alana göre de maddelere bölebiliriz. Bununla birlikte Dünyada genel kabul görür gazetecilik çeşitleri savundukları yayın anlayışına göre dört başlık altında sayılabilir;

A. Haber Gazeteciliği: Siyasi bir bağlantısı, bir savunumu olmayan, kar maksadı ile çıkan gazetelerdir ki fikir ve parti gazeteciliğinden sonra ortaya çıkmıştır. Haber gazeteciliği, olayları duyurmak ve insanların bilgi ihtiyacından faydalanmaktadır. Toplumun geneline hitap etmek ve daha çok satmak için bir taraf tutmamaya özen göstermiş ancak bulvar gazetesi, kaldırım gazetesi gibi terimlerle küçük görülmüştür.

Bu tip gazeteler, meydana gelen olayları, haber vermek, mümkün olduğu kadar çok ilan toplamak ve kar elde etmeyi düşündükleri için toplumla daha çok uyumludur. Bu uyum sayesinde de daha uzun ömürlü oldukları görülmüştür.⁸¹

B. Fikir Gazeteciliği: Fikir gazeteciliği bir başka deyişle Görüş gazeteciliği, Fransız İhtilaliyle başlamıştır. Kitleler savundukları fikirlerini yaymak için gazeteleri kullanmışlardır. Bu tip gazeteler hürriyet, milliyet ve demokrasi fikirlerinin yanı sıra sosyal, ekonomik ve felsefi problemlerinin çözümlerini de yine bu gazeteler de topluma duyurmuştur.⁸²

C. Parti Gazeteciliği: Gazeteler ve gazetecilik anlayışı bir toplumun aynası olarak tanımlanabilir. Toplumlar değiştikçe gazeteler ve gazetecilik anlayışı da beraberinde değişmektedir. Ondokuzuncu asırda Avrupa'daki ekonomik gelişmelerin ve toplumdaki sınıf ayrımlarının bir sonucu olarak Parti gazeteciliği ortaya çıkmıştır. İşverenlerle işçilerin arasında ki anlaşmazlıklar siyasi bölünmelere ve kendi partilerini, ilkelerini oluşturmuştur. Bu partilerde kısa zaman da kendi yayın organlarını ya ortaya çıkarmış ya da mevcut olanı yanına çekmiştir.⁸³

D. Rejim Gazeteciliği: Siyasi, ekonomik veya sosyal bir olgunun sonucu olarak yine bir tarafın fikir ve görüşlerini yaymak, savunmak için ortaya çıkan gazetecilik türlerinden biridir. Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra devrim yaparak iktidara gelen totaliter partiler, kendi rejimlerini ayakta tutabilmek için çıkarttıkları gazetelerdir ki bunun en güzel örnekleri Sovyet Sosyalist birliği zamanında görülmektedir.⁸⁴

⁸¹Bülbül, s.17-20

⁸²Bülbül, s.17-20

⁸³Bülbül, s.17-20

⁸⁴Bülbül, s.17-20

Bununla birlikte gazeteleri başka başlıklarla da tanımlamak veya sınıflandırmalara tabii tutmak mümkündür. Kağıdın boyuna göre tabloid (küçük) gazeteler, yayın sürelerine göre günlük veya günlük olmayan gazeteler, Anadilde veya yabancı dilde yayınlanan gazeteler, basım saatine göre isimlendirilen gazeteler, ilgi alanlarına göre sınıflandırılan gazeteleri pek çok isimle sıralamak mümkün olmakla beraber ilk akla gelen başlıklar şunlardır;

- Spor gazeteleri
- Magazin gazeteleri
- Ekonomi gazeteleri (finans, borsa haberleri)
- İşçi gazeteleri
- Mizah gazeteleri
- Meslek gazeteleri (tarım, maliye, çalışma vb.)
- Kamu yayınları (Resmi Gazete)
- Kadın gazeteleri
- Yarış veya müsabaka gazeteleri
- Özel sektör kuruluşlarında yayınlanan tanıtma ve iletişim kurmaya yönelik gazeteler.⁸⁵

⁸⁵Bülbül, s.17-20

1.4.2 Dijital Gazetecilik

Son yılların moda başlığıdır “dijital”. Ne var ki yadsınamaz bir gerçeği ifade etmektedir. Çağımız bilişim çağıdır ki artık her tür bilgi ve mecra yerini bu dijital ortamda hızla almaktadır. Medya tanımının içinde önemli bir yeri olan, yazılı basın bağlamında özellikle gazete, kitle iletişim araçları içinde ayrı bir önemi ve yeri vardır. Gazetenin daha köklü bir tarihi olması ve saklana bilinmesi açısından, bütün teknolojik gelişmelere ve değişimlere karşın önceliğini ve önemini korumaktadır. Bununla birlikte çağının gerektirdiği dönüşümü o da yaşamaktadır. Aksi takdirde gazeteleri hala taş tabletlerde okuyor olacaktık.

Bilgisayar teknolojisi ve iletişim kanalları veya basın sektörü arasında ilk yıllar pek bir bağlantı olmadığı görülmektedir. Daha sonra ilerleyen yıllarla ve yeni teknolojik buluşlarla, 1960’lı yıllarla birlikte bilgisayar, iletişim dünyasının içine girmiş ve bu alanda inanılmaz bir gelişim sergilemiştir. Bu birleşim günümüze kadar artarak devam etmektedir. Günümüzde telefon santrallerinin kontrolünden, sayısal iletişime kadar her konuda bilgisayarlardan ve diğer iletişim teknolojilerinden faydalanılmaktadır.⁸⁶

Teknolojik gelişmeler dünyayı değiştirmekte ve şekillendirmektedir. Daha önce ki iletişim teknolojileri gibi İnternet de kitle iletişim araçlarını pek çok yönden etkilemiştir. İnternet gazetecilerin, haber üretim süreçlerini, haber kaynaklarına ulaşmalarını ve haberlerin hedef kitleye iletilmesi gibi çeşitli alanlarda köklü değişimler ve dönüşümler yaşanmıştır, yaşanmaktadır. Okuyucu, dinleyici ve izleyici olan hedef kitlenin de geri bildirimleri, geri dönüşleri de değişiklikler göstermiştir. Bütün bu

⁸⁶Levent Eldeniz, "İletişim Teknolojilerinin Gelişim Sürecinde Bilişimin Gazetecilikteki Yeri", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996), s. 24.

değişim ve dönüşüm yeni bir gazetecilik anlayışının doğmasına sebep olmuştur. Yeni gazetecilik anlayışı İnternet Gazeteciliği olarak anılmaktadır.⁸⁷

Bilgi ve haber bombardımanını arttıran etkenlerden en önemlisi hiç kuşkusuz, pek çok alanda olduğu gibi bilgisayar ve onun arkasında ki teknolojinin, iletişim alanında da yaygın olarak kullanılması olmuştur. Enformasyon açısından değerlendirilecek olursak bilgisayar teknolojisi, diğer alanlarda olduğu gibi bu alanda da büyük kolaylıklar sağlamıştır. Verilen bilginin veya haberin arşivlenmesi, depodan geri çağırılması, yeniden kullanılabilmesi ve benzeri açıdan, zamanda ve mekanda daha rahat hareket etme olanakları sağlamıştır.⁸⁸

İletişim çağında her şey çok çabuk gelişmekte ve bir o kadar da hızlı bir şekilde eski kalabilmektedir. Çağın başında yenilik olarak kullanılan bazı iletişim kanalları bugün işlevsiz kalabilmekte ve her geçen gün önemini yitirmektedir. 90'lı yıllarla kullanıma başlanılan mikrobilgisayarların, kişisel bilgisayarların ortaya çıkmasıyla gazetelerin işlevlerinde bazı farklılıklar ortaya çıkmaktadır. ABD ve Avrupa'da bugün, viewdata ve teleteks adı verilen iki elektronik bilgi ve haber dağıtım sistemi kullanılmaktadır. Televizyon ekranının kullanılmasıyla işleyen teleteksle, merkezi bilgisayar aracılığıyla her türlü yazılı mesaj gönderilebilir. Sadece yazı olan bu mesajlar sayfalarla konulara ve başlıklara göre bölünebilmektedir. Kullanıcı televizyon kumandasıyla aradığı bilgi veya haberin kodunu girerek istediği sayfaya yönlendirilmektedir. Ancak zaman içinde önemini yitirmiş olmakla birlikte halen bazı gazete ve televizyonlar yayınlarına devam etmektedirler.⁸⁹

⁸⁷Celalettin Aktaş, "İnternet'in Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler", *Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Temmuz 2007, <http://www.selcuk.edu.tr/dosyalar/files/009/dergi/6/temmuz2007.pdf>, (25 Mart 2011) ss, 30-41

⁸⁸ Aji, s.132.

⁸⁹ Rigel, s.161

Günümüz teknolojisinin bu noktaya gelmesi bin yılların birikimiyle oluştuğu yadsınamaz bir gerçektir. “Her şey bir yazıyla başlar” cümlesi, bugünün teknolojisinin ve bundan sonraki gelişmelerin başlangıç cümlesidir. Pek çok icat ve gelişme sonucu bilgisayar doğmuş ama bilgisayarları bu kadar önemli yapan birbirleri arasındaki uluslararası bağlantıyı sağlayan “internet” isimli ağın devreye girmesi olmuştur. Geleneksel olarak adlandırılan gazetelerin yanı sıra, internetin kullanımının yaygınlık kazanmasıyla, kitle iletişim araçlarının da internetteki yerlerini almalarıyla günümüzde elektronik gazetecilik diğer bir deyişle internet gazeteciliği olarak isimlendirilen yeni bir gazetecilik anlayışı dijital platformda yerini almıştır.

Bilişim sektöründe ki teknolojik gelişmelerle habere ulaşma, yayma, kısaca gazetecilik konusunda sağladığı olanaklar ve getirdiği kolaylıklar, bu yeni teknolojiyi habercilik sektörü için vazgeçilmez bir araç kılmıştır. Bu sayede habere ulaşmak ve iletmek daha kolaylaştırmıştır. Diğer taraftan İnternet, kendine özgü imkanlarından dolayı, yalnızca var olan kitle iletişim araçlarından çıkan haberlerin yayılmasına olanak veren bir araç olarak kalmamış, aynı zamanda bilginin yeniden üretildiği ve yeni biçimlerde sunulduğu bir mecra haline dönüşmüştür.⁹⁰

İnternetin sunduğu en önemli avantaj hız, erişim imkânları ve uygulamadaki kolaylıktır. İnternetin sağladığı bu kolaylıklar, günümüz haberciliğinde her an taze haber ya da eş zamanlı habercilik kavramlarını da beraberinde getirmiştir. Zaman sınırlaması, televizyon için de söz konusudur. Görüntü üzerine kurulu habercilik anlayışının temsilcisi televizyonda bir son dakika haberinin yayınlanması yine internete göre yavaş kalmaktadır.⁹¹

⁹⁰ Hamza ÇAKIR, “Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği”, **Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 22, (Ocak 2007), s. 125

⁹¹ Necla Ataman, “Gazetecilik ve İnternet”, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı 24, (Haziran 2005), s.301.

Günümüzde elektronik gazetenin örneklerini pek çok ülkede hatta yerel basında bile görmek mümkündür. İlk örnekleri ise ABD ve Japonya'da görülmüştür. Bu ülkelerde elektronik gazeteye yönelmenin nedenleri farklılık göstermektedir. Gerçi her ikisi de zamandan tasarruf için yapılmışsa da ABD'de, özellikle dizgi ve tertip sırasında yitirilen vaktin bilgisayarlar yoluyla telafi edilmesi düşünülmüştür. Japonya'da ise, Japon alfabesinin, Romen harflerine uyarlayarak zamandan tasarruf etme ve ülkedeki baskı sisteminin yenilenmesi elektronik gazeteye yönlendirmiştir.⁹²

İnternet gazeteciliğinin ilk örneklerinin belirdiği yıllarda, daha konu ülkemiz açısından çok yeniiken, The European gazetesinde çıkan bir yorumda şu satırlara yer verilmiştir:

“Yayımcılar bugüne kadar internet olanağını, kağıda basılı yayınlarını sürdürmek için bir yan uğraş ve destek olarak görüyorlardı. Ama gelecekte elektronik yayıncılığın çok daha yaygınlaşacağına kesin gözüyle bakılıyordu. Özellikle kağıt fiyatlarının ve baskı maliyetlerinin artması, birçok yayımcıyı kağıdı tamamen terk ederek elektronik yayına geçmeye zorluyor.”⁹³

80'li yılların başında CNN'in kurucusu Ted Turner'ın, o yıllarda ki öngörüsünde; Bilinen anlamdaki geleneksel gazeteciliğin gelecekte kaybolacağını, ortaya çıkan değişim ve dönüşümlerin bunu bir anlamda zorunlu hale getireceğini söylemişti. Bugüne gelindiğinde ise geleneksel gazeteciliğin ortadan kalkmasının henüz söz konusu olamayacağı bunun çok uzun bir süreçte gerçekleşebileceği kabul edilmektedir. Ancak diğer taraftan Turner'ın bahsettiği değişim ve dönüşümlere her alanda rastlamak mümkündür. Geleneksel gazeteciliğin dönüşümü de dijital gazetecilikle artık hissedilir bir seviyede kendini göstermektedir. Bunun doğal sonucu

⁹² Aji, s. 129

⁹³ Serhan Yedig ve Haşim Akman, İnternet Çağında Gazetecilik, 1. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 2001 s.30

olarak yazılı-görsel medyanın yanı sıra da pek çok kurum ve kuruluş da kendi çalışma alanlarının yanı sıra, dijital ortamlarda kendi platformlarını oluşturmuşlardır.

İnternet 1990'lı yılların başlarından itibaren gazetecilikte kısa sürede, önemli aynı zamanda yetkin bir tamamlayıcı öge olarak değerlendirilmeye alındı. Her türlü bilgiye, haberlere, arşivlere, haritalara, müziklere, videolara ve ses kayıtlarına veya haberi destekleyici malzemeye artık internetin ve bir bilgisayarın olduğu her ortamdan ulaşmak mümkündür.

Dijital ortamları ve internet dünyasını kullanan habercilerin ve kitle iletişim araçlarının sayısı her gün artmakla birlikte sosyal medyayı ve yeni mecraları da sürekli yayın akışlarına katılmaktadırlar. Dünya üzerinde geleneksel yöntemlerle yayın yapan basın yayın kuruluşları, yeni iletişim teknolojileri sayesinde üretimlerini dijital ortama aktarmışlardır. NewsLink'in 1997 yılında yaptığı bir araştırmaya göre, dünyada 3.622 gazetenin internet ortamında yayınlandığını tespit etmiştir. Beş yıl sonra Newspaper Association of America dünya çapında yaptığı araştırmaya göre 5.000'den fazla gazetenin internet ortamında yayınlandığını belirtmiştir.⁹⁴

“1996'da internetin sadece 40 milyon kullanıcısı olduğu dikkate alındığında, bu rakamın sonraki yıllarda hep katlanarak büyüdüğü ortaya çıkmaktadır. Bir günde 345 bin kişi sanal dünyaya katılıyor. 1999 sonunda dünya internet nüfusu 300 milyona ulaştı. Bu, yılda 125 milyon kişinin internet dünyasına katıldığı anlamına geliyor ki 2003'te de 1 milyar kullanıcı sınırı muhtemelen aşılabilecek demektir.” Ancak internet gazeteciliği olarak da adlandırılan elektronik gazetecilik, geleneksel anlamda kabul gören gazete haberciliğine, mesleki pratiklerde farklı bakış açılarını da beraberinde getirmiştir.⁹⁵

⁹⁴ Aktaş, ss. 30-41

⁹⁵ Yedig ve Akman, s.30

Uluslararası ağ bağlantılarının dünyamızı sarması, McLuhan'ın deyimiyle “küresel köy” durumuna gelen dünyada, artık tüm okuyucular istedikleri zamanda ve istedikleri mekânda internet vasıtasıyla habere ve bilgiye ulaşmalarını mümkün kılmıştır. Bu gelişme, zamanlılık ve yakınlık kavramlarını yeniden yorumlamaya açarken diğer taraftan bu ve benzeri pek çok kolaylık da okuyucuyu cezbetmektedir. Örneğin; Okuyucunun, anahtar kelimeyi yazıp “ara” butonuna basarak, istediği bilgiye hızla ulaşması veya bir habere yorum yazarak geri dönüşüm bildirebilmesi veya arşivi açık olan gazetelerden geçmiş yayınlara kolaylıkla ulaşabilmesi gibi örnekleri çoğaltabiliriz.⁹⁶

Batı'da özellikle Amerika'da internet devriminin gelecekteki rolü ve basın üzerindeki etkisi uzunca bir süredir tartışılmaktadır. Bir grup araştırmacı, web siteleri ve sayfalarının bilgi verme ve haber ulaştırma işlevlerinden dolayı gelecekte basının rolünü üstleneceğini, bir süre sonra kağıt gazetelerin ortadan kalkacağını ileri sürmektedir. Yine bu grup tarafından internet destekli basının gelecekte daha aktif rol alacağı da ifade edilmektedir. Diğer taraftan basılı gazetenin hazırlanması ve çalışanlarda yeni teknolojiye ayak uydurmak zorunda kalmışlardır. Gazeteciliğin bazı meslek kolları ortadan kaybolurken bazı yeni meslek kolları da kısa sürede gelişmiştir.

Baskı öncesi bilgisayar teknolojisiyle sayfa sekreterleri, sayfalarda kullanılacak resimlerin büyüklüğünü verdikleri, komutla ayarlıyor ve böylece istediklerini her zaman düzeltmek ve değiştirmek olanağına sahip oluyorlardı. Merkezi bilgisayarın belleğine gazetenin o günkü sayfası yerleştirildikten sonra ikinci işlemde sütunlu sayfalar şeklinde hazırlanmış, düzeltilmesi yapılmış haberleri, resimleri, reklamları kağıt üzerine döker, montaj işlemi artık tamamlanmıştır. Bilgisayarlarca sayfa, dizgi ve düzeltilmesi yapılan gazete sayfaları, bir yandan lazer ışınli kalıp hazırlama gereçlerini doğrudan verilerek diğer yandan aynı sayfaları faksimile aracılığıyla basım evlerinde

⁹⁶ Yedig ve Akman, s.32

basılmaktadır. Çağımızda gelişen teknoloji gazeteciliğe de yansımakta haber iletme, dizgi, düzenleme ve baskı alanlarındaki gelişmelerden sonra dağıtımda da şaşırtıcı gelişmeler olmaktadır.⁹⁷

Bilgisayar teknolojisi, haberin hazırlanma şeklini ve hızını çok etkilemiştir. Dakikada 57 kelime yazabilen daktilolar, yanlış yazımı düzeltmek için ikinci bir işlem gerektirirken bilgisayar bu hatayı geri dönüş tuşuyla halledebilmektedir. Bu ve benzeri örnekleri çoğaltmak mümkün, telefon faks, fotokopi, yazıcılar ve bilgisayardan oluşan bir sistemde çalışan bir gazetenin haber merkezinde ki kağıt tomarları artık tarih olmuşlardır. Hatta faks ve fotokopi makineleri bile yavaşça yerlerini bırakmaktadırlar. Bu araçlar tamamen özerk veya basın, kuruluşlarının sistemine bağlı olabilirler, bu da büyük bir kullanım kolaylığı kazandırmaktadır. Bununla birlikte eski sistemler tamamen kaybolmamıştır. Fakat bilgisayarla birlikte yaşamayı kabul etmeleri gerekmektedir.⁹⁸

Artık sayfa adına her bilgi ve belge dijital ortamlarda transfer edilmekte ancak gerekli görülürse yazdırılmaktadırlar. Artık gazeteci haberini ve görüntülerini, haber merkezindeki ana makineye direkt internet aracılığıyla aktarmaktadır. Öykü kurgulandığı zaman editör, bir tuşla onaylar veya düzeltmelerini yaptıktan sonra servisi yine dijital ortamdaki yapılmaktadır. Günlük gazetelerin çoğu bu yolla eskisine oranla daha fazla haber toplayabilmekte ve servis edebilmektedir. Önde gelen uluslararası haber ajansları haberlerini, doğrudan doğruya bilgisayarlardan gazete bürolarına dijital ortamlardan ulaştırmaktadır.⁹⁹

Ülkemizde de bilgisayar teknolojisi basın sektöründe uzun yıllardır kullanılmaktadır. 1990'lı yılların başından itibaren Anadolu'daki haber bürolarında kullanılmaktadır. Bürolarda görevli muhabirler, kısa sürede bilgisayar aracılığıyla

⁹⁷ Eldeniz, s.19.

⁹⁸ Eldeniz, s.24.

⁹⁹ Nurdoğan Rigel, **Kağıt Kaplanlar**, İstanbul: Der Yayınları, 1993, ss. 156-157.

haberlerini merkeze aktarabiliyorlar. Haberin yazılmasından sonra bilgisayarın birkaç tuşuna basmak, yazının İstanbul'da ekrana yansması için yeterli olabiliyordu. Sadece yazının değil, fotoğrafın da ulaştırılmasında yine bu teknoloji kullanılmaktadır. Ülkemizin en ücra köşesinde ki bir olayın haber ve görüntüleri bir televizyon ekranında seyredilircesine bilgisayarda görülebilmektedir. Şimdilerde haberi, en çabuk, en iyi, en renkli ve en çarpıcı biçimde verebilmenin yarışı yapılmaktadır.¹⁰⁰

Gazetenin elektronik gazete şekline dönüştürülmesinde gösterilen çabaların temelinde ise, bilgisayarda haberin depolanması, tekrar geri çağırarak kullanılabilmesi, gazetenin tertip ve dizgisinde zaman tasarrufu, baskı ve dağıtımda sürat kazanması yatmaktadır. Geleceğin gazetesinin, diğer iletişim araçlarıyla rekabet edebilmesi için elektronik olması kaçınılmazdır.¹⁰¹

Bilgisayar teknolojisi ve onun uluslararası ağ sistemi olan internet, arşiv konusunda da pek çok kolaylık getirmiştir. Eskiden tozlu raflarda duran ve çok hassas olan eski gazetelere, kolaylıkla ulaşamıyor ve yararlanılamıyordu. Şimdilerde hem yeni basılan gazeteler hem de eski baskılar dijital arşive alınmaktadır. Böylelikle gazete yönetimleri veya diğer kuruluşlar arşiv için ayırdıkları metrekareleri daha elverişli kullanabildikleri gibi dijital arşivler pek çok araştırmacı için kolay ulaşılabilir, saklanabilir ve örnekleri çoğaltılabilir hale kavuşmuşlardır.

Çağımızın iletişim çağı olduğunu ve mesajın saniyeler içinde hedefe ulaştığı bir gerçektir. Kitle iletişim araçları, haberlerini ve mesajlarını dünyanın dört bir yanına yaymaktadır. Bununla birlikte web 2.0'ın kullanılmaya başlanmasıyla tek yönlü iletişimden iki yönlü yani etkileşimli iletişim başlamıştır. Burada etkileşimden bahsederken, aracısız veya aracılı etkileşimin, ne iki kişi ne de yüz yüze iletişim ile

¹⁰⁰ Bizim Gazete, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992, Sayı:21.

¹⁰¹ Aji, ss. 129-130.

sınırlı olmadığını söylemek gerekir. Etkileşimin tanımını yaparken kişiler arası ve toplumsal iletişimde farklı anlatımlar olabilir. World Wide Web üzerinde bir tarama yapmak, bir fareyi tıklayarak bir arama yapmak kendi içinde etkileşim değildir. Etkileşim bir tıklamanın çok ötesinde bir geri bildirim, mesaja mesajla cevap vermek veya dünyaya sizin de düşüncelerinizi duyurmaktır.¹⁰²

Bunların dışında da etkileşimin en çok görüldüğü, geri bildirimlerin çok sıkı takip edildiği sosyal medya, son derece aktif ve etkilidir. Ülkeler üstü, sınırlar ötesi ve daha özgür olan bu dijital dünya, tam anlamıyla bir kontrolden veya otokontrolden bahsedilememektedir. Evet küfür ve ahlaksız içeriklerin yayınlanması yasaklanabilir veya durdurulabilir ama onun haricinde pek çok şey fikir özgürlüğü olarak yayınlanabilmektedir ki bu da kötü amaçlı bilgilendirmelere de hizmet edebilmektedir. Örnek olarak Hazreti Muhammed'in hakkında yayınlanan karikatür gösterilebilir.

Teknolojinin bu noktaya gelmesi gazetecilerin de çalışma koşullarını ve şartlarını değiştirmiştir. Artık çoğu gazeteci daha nitelikli olmalı ve daha çok teknolojik aleti kullanma mecburiyetinde kalmıştır. Özellikle eski gazeteciler için bu geçiş süresi sıkıntılı olmuştur. Örneğin 60 yaşında bilgisayarla tanışan bir gazeteci için dijital ortamda bir mesaj göndermesi problem yaratabilmekteydi. Bunun yanı sıra kolaylıkları da beraberinde getirmiştir. Artık kimi gazeteciler yazılarını evlerinden bilgisayar yardımıyla gazete merkezlerine ulaştırma yolunu seçmişlerdir. Bilgisayarın insan ilişkilerine olan etkisini Zülfü Livaneli şöyle değerlendiriyor:

“Hiç farkında olmadan dünyanın görüp bildiği en hızlı değişim tanığı olduk hepimiz. Ellerimizdeki portatif bilgisayarlara yazılarımızı yazıyor ve Amerika'daki otel odasından modemle bir saniyede İstanbul merkezine geçiveriyoruz. CD ROM'lar

¹⁰² Tanjev Schultz, **Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers**, (1 September 1999), <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issuel/schultz.html>, (18 Ekim 2010), ss. 1-24

kullanıyoruz, mutlak bir iradenin karşı konulmaz senyöre olma duygusu yayılıyor içimize. Ne var ki böylesine hızlı bir değişimin travmalarını, şoklarını da yaşıyoruz. Bildiğimiz her şey değişiyor. Teknoloji insan yaşamına ait bilgilerimizi yanıltıyor. Yeni insan ilişkileri yaratıyor. Dünyayı açıklama çabalarımız yerini dünyayı anlama çabalarına bırakıyor.”¹⁰³

1.4.2.1. Tablet ve Akıllı Telefon Gazeteciliği

İlk bilgisayar icat edildiğinde kapladığı alan orta ölçekli bir oda büyüklüğündeydi. Teknolojinin gelişmesiyle boyutu küçülen bilgisayar aynı zamanda işlevselliği de ters oranda büyüdü. Masaüstü bilgisayarlar taşınabilir hale geldiğinde ise mobil iletişim ağlarını da beraberinde gelişime zorladı. Son gelenen noktada bilgisayar özelliğinin yanı sıra telefon, kamera, ajanda, hesap makinesi ve pek çok özelliği bir arada, avcumuzun içine, küçücük bir alete yerleştirdiler.

Tablet bilgisayarlar ve cep telefonlar, telefon şirketlerinin, mobil iletişim ağlarını kullanarak internet dünyasını her yere taşıdılar. Kullanıcılar interneti o kadar aktif kullanır hale geldiler ki medya kuruluşlarının yanı sıra pek çok ticari kuruluş bu medyada yer almak zorunda hissetti kendini.

İnternet gazeteciliğinden tecrübeli olan medya kuruluşları, tablet bilgisayar ve akıllı cep telefonu uygulamalarına daha çabuk geçtiler ve adapte oldular. Son günlerde çoğu medya kuruluşunun tablet uygulamaları ve akıllı telefon uygulamaları bulunmaktadır. Ancak şunu belirtmekte fayda var ki bazı medya kuruluşları, geleneksel gazete içeriklerini olduğu gibi uygulamalara aktarırken bununla yetinmeyen yenilikçi

¹⁰³ Zülfü Livaneli, “Tel Dolabı”, **Sabah Gazetesi**, 12 Ekim 1993, s.5

kuruluşlar sadece bu uygulamalara özel içerik üretmekte veya gelenekselden aldıkları içerikleri zenginleştirerek buraya uygulamaktadırlar.

Bir başka anlatımla, teknolojik alt yapısı veya personeli sınırlı olan basın yayın kuruluşları internet ortamında olduğu gibi tablet bilgisayar ve cep telefonu uygulamalarında da yerlerini almak, okuyucularına bu kanallar üzerinden de ulaşmak istiyorlar. Ancak burada bazı sorunlarla karşılaşılıyor, medya yöneticileri. Birincisi, geleneksel medya yayınladığınız içerikleri ve haberleri olduğu gibi uygulamalara aktarmak ki bu daha çok fotoğraf formatında gazete sayfalarını tek tek yerleştirmek oluyor. Burada okuyucu küçük ölçekte gördüğü gazete sayfasını isterse bir parmak hareketiyle büyütüp okuyabiliyor veya diğer sayfalara geçebiliyor. Yalnız fotoğrafta yani geleneksel basılı gazete de ne varsa onu görüyorsunuz, güncelleme veya alternatif link bağlantılar, fotoğraflar, yorumlar gibi internet kullanımları burada söz konusu değil. Tabii bir başka problem ise üretilen yüzlerce farklı marka ve ebatlarda ki tablet ve akıllı telefonlar için uygu sayfa ölçümlenmesi gerekmektedir. İkincisi ise tablet bilgisayar ve akıllı telefon uygulamaları için medya kuruluşlarının içerik üretmesi ki bunun için belli bir altyapı ve personelin çalıştığı uygulamalar var. Gazetelerin tablet ve telefon uygulamalarına baktığımız zaman gerçek uygulamanın bu olduğu kanısına hemen varıyorsunuz. Burada içerik tamamıyla tablet ve akıllı telefon için yeni baştan üretilmiş veya kodlanmıştır. Burada öne çıkan haberler veya fotoğraflar yine internette olduğu gibi çok sayfalı bir vitrin olarak hedef kitleye sunulmaktadır. Bu haberlerden birine parmaklarınızla tıkladığımız zaman haberin içeriği tüm detaylarıyla karşınıza çıkmaktadır. Hatta internetten haberciliğinden daha fazla haber ve fotoğraflar hem ebat, hem de kalite açısından çok büyük bir zenginlik sunmaktadır. Ancak burada da karşımıza şöyle bir problem çıkmaktadır. Gazete kuruluşları tablet bilgisayar ve akıllı telefon için ürettikleri haberleri ve fotoğrafları uygulama marketlerine ulaştırıyorlar. Farklı uygulama marketleri aldıkları içerikleri kullanıcılarına yayınlarken bir sorun dikkat çekiyor. A uygulama marketi farklı ölçeklerde ki ekranlar için ayrı ayrı yayın yaparken B uygulama marketi tek tip ekran ölçeği için yayın yapıyor ki bu da uygulamaların görüntülenmesinde ve çalıştırılmasında problemler ortaya çıkarabiliyor.

Diğer taraftan uygulama marketlerinin denetim farklılıkları veya anlayışları da her uygulamanın markette yer bulması veya bulamaması başka bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. HABER VE TEKNOLOJİ İLİŞKİSİ

Bu bölümde haberi etkileyen teknolojik gelişmeleri kronolojik bir sırayla ele alacağız. Teknolojik gelişmelerden kastımız ise haberle sınırlıdır. Bir başka tanımlamayla “Gelişen Teknoloji ve Değişen Gazetecilik” başlığı da olabilir. Gazeteciliği ve haberi direkt olarak etkileyen bu gelişmeler aynı zamanda insanlık tarihini de yakından ilgilendirmektedir. Bununla birlikte bazı gelişmeler ve teknolojik yenilikler de basını dolaylı yollardan etkilemektedir ki bunlarda kısa bir başlık altında değerlendirilecektir.

2.1. “Araç” ve “Mesaj” İlişkisi

Marshall McLuhan, 1967 yılında yazdığı “The Medium is the Message” Araç Mesajdır kitabı o yıllarda büyük ilgi gördü. McLuhan yaşamı boyunca kitle iletişim araçlarının gelişimini ve toplum üzerinde ki etkilerine tanıklık etti. Özellikle radyo ve televizyonun gazete karşısında ki gelişimi, toplumun ve bireyin bu durum karşısında ki tutumu çalışmalarına yansımıştır. 1980’de yaşamını yitiren McLuhan eğer yaşasaydı ve internetin gelişimine tanıklık etseydi sanırım şöyle derdi; “Ben 1967’de size bunu söylemişim.”

Marshall McLuhan, öğretmeni Kanadalı ekonomist ve iletişim tarihçisi Harold Innis’den çok etkilenmiştir. Innis çalışmalarında iletişim teknolojilerinin sosyal, ekonomik ve politik kurumlar üzerindeki etkilerini incelemiştir. McLuhan’da aynı kuram üzerinden yola çıkmış ancak iletişim teknolojilerinin etkilerini bireyler ve kişiler arası iletişimde yoğunlaşmıştır. Marshall McLuhan’ın “Araç Mesajdır” sözü iletişim

kuramcılarında tartışma konusu olmuştur. McLuhan'a göre, araç insanın bir uzantısıdır ve kullandığımız her şey, söylediğimiz söz, yazdıklarımız, giysilerimiz, kullandığımız araçlar, otomobil, tren, uçak ve diğerleri, fotoğraf, telgraf, telefon, sinema, radyo, televizyon, internet ve benzerleri mesajın kendisidir. Bu araçlar taşıdığı mesajın içeriğinden daha etkilidir. Mesajın içeriği belli bir şekilde veya formatta zaten vardır ama araç bilinmezse mesajda bilinmez ve burada araç ortak bir kullanım yoludur ki tarafsız değildir kişilerin algılarını değiştire bildiği gibi toplumu da değiştirebilir ve yönlendirebilir. McLuhan'a göre neyin söylendiği pek önemli değildir. Örneğin bir hikâyenin, kitaptan okunması, tiyatrodan izlenmesi, radyodan dinlenmesi, filmde gösterilmesi ve televizyonda seyredilmesi farklı anlamlar kazanır ki aracın doğal olarak kendine has bir dili ve eğilimi vardır. McLuhan kendi sözünü ise şöyle açıklar; "Bir medya (araç) bizim algımızı şekillendirir ve yeniden şekillendirir. Araç mesajdır diyerek bunu kastetmeye çalışırım."¹⁰⁴

McLuhan'ın bu görüşlerine doğal olarak karşı çıkanlarda oldu. Çok şiddetle karşı çıkıp ona şarlatan diyenler kadar daha yumuşak eleştirenlerde vardı. Negatif yaklaşım sergileyenlerden biri de Herbert Marcuse'du. Marcuse göre teknolojinin özgürleştirme gücü nesnelere araçlaştırılmasına ve özgürlüğü bağlanan insanın da araçsallaştırıldığını söylüyordu. Bir başka negatif yaklaşım ise Ian Reinecke ise teknoloji bu kadar iyise neden hepimiz ondan yararlanmıyoruz? Neden bilgisayarlar hayatımızı zenginleştirmek yerine daha da kısıtlayıcı ve denetleyici oluyor? Bütün işleri bilgisayarlar ve robotlar yapıyorsa işsizler ne yapacak? Niye? Neden? Niçin? gibi sorularla başlayan ve sonuçlarını teknolojiye dayandıran Reinecke bu soruları daha da düşünmemiz için soruyor.¹⁰⁵ Diğer taraftan telgrafın mucidi Samuel Morse'da, McLuhan'la aynı fikirleri paylaşıyordu üstelik bunu yüz yıl önce beyan etmişti. Ancak, Morse, McLuhan kadar popüler olmadı. Telgrafın teknolojik gücü Morse'un söylediklerini topluma yaymaya yetmedi. Çünkü Morse'un fikirleri telgrafın telleri üzerinde kaldı. Telgrafı kullanan yetkin güç sadece kendi istediklerini topluma

¹⁰⁴Derya Altay, "Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan", **Kadife Karanlık**, Nurdoğan Rigel ve Diğerleri (hızl.) 2. Baskı, İstanbul: Su Yayınevi, 2005, ss. 13-19.

¹⁰⁵Nurdoğan Rigel, **Kağıt Kaplanlar**, İstanbul: Der Yayınları, 1993, s.138.

anlatıyordu. Oysa yüz yıl sonra Radyo – Televizyon çağında konuşan McLuhan çok daha geniş kitlelere ulaştı tabii burada da yetkin gücün desteğini unutmamak gerekir. McLuhan yaygın kitle iletişim araçları tarafından o kadar çok desteklendi ki, dönemin filmlerinde boy gösterdi. Hatta Playboy dergisine röportaj bile verdi.¹⁰⁶ Burada McLuhan, çok duyulu, görsel ve işitsel duylulara hitap eden televizyonun getirdiklerini anlatırken bir peygamber benzetmesi yapılır. Televizyon çok duyulu bir araç olduğundan toplumu daha iyi güdülemekte ve yönlendirebilmektedir.¹⁰⁷

1950’li yıllarda ilk akademik çalışmalarını sürdüren McLuhan, o zamanlar yeni medyaların gelişimine düşman eleştirel ve teknoloji karşıtı bir duruş sergiliyordu. Daha sonra bir devrim olarak nitelendirdiği televizyon onun bu fikirlerini tamamıyla değiştirmiş ve teknolojinin özellikle de akıllı araçların insanlara yardım edebileceği düşüncesiyle Wiener’e yaklaşmıştır. James Carey’e göre ise McLuhan teknolojiyi hiçbir zaman fiziki bir güç olarak görmemiş onun çok daha ötesinde ürettiğimiz her türlü alet veya teknoloji, insanın uzantısı olarak görmektedir. Kullandığımız aletler bir araçtan daha fazlası bizim, gözümüz, sesimiz hatta beynimizin bir uzantısıdır.¹⁰⁸ Günümüzde teknolojinin büyük bir hızla gelişmesinin bir sonucu olarak medyanın bağlayıcı özelliğini giderek yitirdiği üzerinde de görüşler bulunmaktadır. Örneğin, Nicholas Negroponte’ye göre;

“Medya giderek dijital verilerin aktığı bir nehre dönüşecek. Dileyen dilediği zaman, dilediği yerden, dilediği habere ulaşma olanağına kavuşacak ve bunu yaparken de bugün kullandığımız türden bilgisayarlar değil çok farklı aygıtlar kullanılacak.”¹⁰⁹

¹⁰⁶ Rigel, s. 136.

¹⁰⁷ Eric Maigret, “McLuhan ve Teknolojik Gerekçilik”, Aslı Yapar Gönenç (çev.), **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 23, İstanbul, (2005), s. 26.

¹⁰⁸ Maigret, s.30.

¹⁰⁹ Hakan Kara, “İnternet, Gazetecilik ve Yeni Olanaklar”, Serhan Yediğ ve Haşim Akman (hızl.) **İnternet Çağında Gazetecilik**, İstanbul: Metis Yayınları, 2002, ss. 39-40.

Bugün geldiğimiz noktaya bakıldığında ‘çok farklı aygıtlar’ kullanılması bakımından Negroponte’ye katılmamak mümkün değil. Fakat hangi aygıtı kullanırsak kullanalım, bugün aygıtlar ve platformlar farklılaşsa da McLuhan’ın teorileri halen önemli ölçüde kaynak kabul edilmektedir. Sonuç olarak McLuhan, kitle iletişim araçlarına bakışını değiştirmiş, kitle iletişim araçlarının safi bir araç olmaktan çok daha öte mesajın kendisi olduğunu söylemiştir. Böylelikle kitle iletişim araçlarının önemi artmış, toplum bilimciler, toplum yönelimlerini ve sorunlarını bu açıdan da incelemişlerdir. Özellikle 1990’lı yıllarda internetin yaygınlaşması ile McLuhan ismi yeniden ön plana çıkmış ve internetin getirdikleri ve götürdükleri yine onun bakış açısıyla değerlendirilmiştir.

2.2. Geçmişten Günümüze Haberi ve Haberciliği Direkt Etkileyen Teknolojik Gelişmeler

İnsanoğlu, varoluşundan bu yana varlığını sürdürebilme mücadelesinde, doğayı teknik dönüşüme uğratmak için başta doğanın kendisi olmak üzere birçok araç kullanma gereksinimi duymaktadır. Teknolojik yeniliklerle dünyaya hakim olma mücadelesi veren insanoğlu, daima yeni teknolojiler icat etmek ve üretmek zorundadır. İnsanoğlu, zaman içinde, her türlü zorluğa ve koşula uyum sağlamayı başarmış bir varlıktır. Yeni icatlar ve teknolojik gelişmelerin tamamı bir ihtiyacın sonunda ortaya çıkmıştır.

İlk iletişim aracı neydi? Sorusuna tam olarak kesin bir cevap verebilmek söz konusu olamamakla birlikte, Prehistorik atalarımızın ilk iletişim biçimlerini, jestlerinin, mimiklerinin yanı sıra, ilk iletişim araçlarını hayal edebiliriz. Belki de bu türden ilk aygıt, yakınlarda ki avlanacak hayvanın sayısını belirten kuma, taşa çizilen basit bir işaret olabilir veya çentikli bir dal parçası olabilir ya da bazı taşlar ve kütüklerdir. Burada önemli olan insanoğlu, kendi iletişimini iletişim araçları yaratarak genişletmiş olmasıdır.

İletişim bilgi ve haberlerin karşılıklı bir değişimidir. İletişim, bir edimdir. Yaklaşık 100.000 yıl önceki ilk atalarımız sözsüz jestler ve dönüşen bir konuşma dili sistemi aracılığıyla iletişim kuruyorlardı. Yaşamlarının gün geçtikçe daha karmaşık hale gelmesiyle birlikte, önemli şeyleri anımsamak için grubun ortak belleğinden daha fazlasına ihtiyaç duydular. Bu ihtiyaç zaman zaman ekstrasomatik bellek diye de adlandırılan, beden dışındaki bir bellekti. Böylece “iletişimdeki” artış “iletişim araçlarının” ortaya çıkışına, hacmi artan veriyi depolayacak ve gerektiğinden yeniden elde etmeyi sağlayacak olan araçların gelişimine yol açmıştır. Bugünkü mikroçip bu tarz bir araçtır ve atalarımızın kullandığı ilk araçlar, örnek çentikli bir dal parçası onun doğrudan atası sayılabilir.¹¹⁰

Tarih boyunca da insanoğlunun geliştirdiği teknoloji, toplumlardaki değişimin sebeplerinden biri olmuştur. İlk kitle iletişim teknolojisi olarak kabul edilen matbaa, bireyin algılama biçimi üzerinde doğrudan etkiye sahip ilk teknolojidir. Asırlardır, algısını ve yaşam biçimini sözlü iletişimin gerekleri doğrultusunda şekillendiren insan, matbaa ile birlikte, kulak duyusunun ön planda olduğu işitsel alandan görsel alana geçmiştir. Duyu organlarında yaşanan değişim; insanın, devamında da toplumun değişimini beraberinde getirmiştir. Ancak o devirlerde bu değişim, kendisini, neredeyse asırlara yayılan bir süreçte hissettirmiştir.¹¹¹

İletişim ve iletişim araçları son derece değişken inceleme konuları. Gerçekten de yetki ve müdahale alanları tekniğin uygulamalarına; kişisel ve kolektif, gerçek ya da varsayılan ihtiyaçlarla çakışmasına uygun bir biçimde sürekli gelişmiştir ve bu anlamda gelişmeye sürekli elverişlidir. Ayrıca bu alanda her şey, hareketin gerçekleşmesi için kampanya planları ve stratejilerinin yapılması yeterliymiş gibi cereyan eder; söz

¹¹⁰ David Crowley ve Paul Heyer, **İletişim Tarihi**, Berkay Ersöz (çev.), 2. Baskı, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2010, s.19.

¹¹¹ Nejla Karabulut, **Yeni Medya Teknolojileri ve Halkla İlişkiler**, İstanbul: Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu Yayınları, 2009, s.11.

imparatorluğunda yaşanır ki¹¹² çoğu zaman her şey hayalle başlar. İnsanın insanca özelliklerinden biri de tekniktir. İçgüdülerinin eksikliğini nasıl zekâsıyla gideriyorsa, organlarının eksikliğini de teknikle giderir.¹¹³

Teknoloji dendiği zaman mutlaka çok karmaşık bir şey kastedilmemesi önem arz etmektedir. Bu kelime nereden geliyor? Eski Yunan medeniyetinden gelen “Techne” (Türkçe okunuşu “Tekne”dir) ve “logia” kelimelerinin bir araya gelmesi ile türemiş bir kelime. “Techne” dendiği zaman, bir şeyi yapmanın, bir şeyi üretmenin, bir şeyi de elde etmek anlamında kullanılan, eski/antik Yunanca, bir kelime. Hatta Türkçeye yerleşmiş “ekmek teknesi”nden bilinen “tekne” kelimesi de oradan gelmektedir. Dolayısıyla bir şeyi yapma, becerme, elde etme anlamında bir kelimedir. “Logia” ise mantık (lojik) kelimesinin kökü olmakla birlikte, daha çok bilmek anlamında kullanılmaktadır. Yine antik Yunan’da bir kelimenin sonuna “Logia veya Logos” geliyorsa, o biraz bilim gibi anlaşılabilir bir anlam kazanmaktadır. Başka anlamları olduğu halde, sonradan bir anlam kayması ile bilgi anlamını kazanmış bir sonek olarak da kullanılır olmuş. “logos”, “loji” halini almış ve günümüzde artık biyoloji, fizyoloji, psikoloji gibi kullanımlar ortaya çıkmıştır.¹¹⁴

Bu Teknoloji, insanı öteki canlılardan ayıran ve doğaya uyumunu sağlayan bir ögedir. Toplum kavramının geleneksel olarak yalnızca bireylerin bir toplamını değil, aynı zamanda aralarındaki ilişkileri de anlatmak üzere kullanılması gibi, teknoloji de, hem bir toplum tarafından kullanılan alet ve makineleri, hem de bunların kullanımları sonucu ortaya çıkan aralarındaki ilişkileri kapsayan soyut bir kavram olarak tanımlanacaktır.¹¹⁵

¹¹²Jean-Marie Charon, **Medya Dünyası**, Oya Tatlıpınar (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1992, s.17.

¹¹³Mehmet Özçağlayan, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, Bursa: Alfa Yayıncılık, 1998, s.4

¹¹⁴Ümit Atabek, “İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar”, **Habercinin El Kitabı – 3 Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, Sevda Alankuş (drl.), İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005, s.62.

¹¹⁵David Dickson, **Alternatif Teknoloji**, Nezir Erdoğan (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1992, ss. 28-29.

Bilim ve teknolojideki inanılmaz gelişmeler ve yaşanan dönüşüm öyle bir safhaya gelmiştir ki, günümüze damgasını vuran bilgi ve iletişim teknolojisi, yeni gelişmelerde, sentetik biyolojide, nano teknolojide ve sayılamayacak kadar pek çok dalda bilim nerede bitiyor, teknoloji nerede başlıyor, belirsizleşmiştir. Bilimsel araştırma olmadan, doğrudan bilimin ürünü olan günümüz teknolojilerine egemen olmak, teknoloji geliştirmek, sonra da geliştirilen teknolojiyi yararlanacağımız ürünlere dönüştürmek mümkün değildir. Çünkü artık moleküler ya da atomal büyüklüklerde iş gören teknolojilerden, malzemeye o büyüklükler düzeyinde egemen olabilmekten söz ediyoruz. Şu da akıldan çıkarılmamalıdır ki, yeni teknoloji üretmek ve bu teknolojiden yararlanıp yeni ürünler geliştirebilmek için bilimsel araştırma gerek şarttır amma, yeter şart değildir. Bilimsel araştırmanın ötesinde, yeni bir ürün geliştirinceye dek geçilecek bütün ARGE süreçlerinde de yetkin olmak gereklidir.¹¹⁶

Kanadalı iktisatçı Harold Innis'e göre, "Teknolojik araçların çoğu insanın fiziksel yeteneklerini geliştirmek çabası içindedir. İletişim teknolojisi düşüncenin, bilincin, insanın nadir kavramsal yeteneklerinin bir uzantısıdır; dolayısıyla, geniş anlamda simgesel temsil biçimlerini içeren iletişim araçları, gerçek düşüncenin, beyin uzantısıdır."¹¹⁷

"Çağdaş batı tarihi, iletişimin egemenliğinin ve basın üzerine kurulmuş bilgi tekelinin tarihidir. Basının gelişimi, ortaçağ kilisesinin zamansal tekeline saldırdı. Basın, milliyetçiliğin ve imparatorlukların gelişimini sağladı, bütün kurumlara girdi. Laik toplumun yaratılmasında en etkili güç oldu, sözlü geleneğin önde gelen ahlak, değer ve metafiziğini yeraltına itti, dini ekonominin ve devletin gereksinimlerini karşılayacak şekilde değiştirdi." Diyen Innis bu düşüncesiyle de insanı teknolojinin edilgen ögesi haline getirmiştir.¹¹⁸

¹¹⁶ Aykut Göker, "Politik Bilim", **Cumhuriyet Gazetesi Bilim-Teknoloji Dergisi**, sayı 1257, (22 Nisan 2011), s.6.

¹¹⁷ Korkmaz Alemdar ve İrfan Erdoğan, **İletişim ve Toplum**, Ankara: Bilgi Yayınları, 1990, s. 153.

¹¹⁸ Alemdar ve Erdoğan, s.155.

İletişim teorisyeni, McLuhan, “*araç mesajdır*” görüşü ile teknolojinin toplum üzerindeki etkisini özetlerken, bu konudaki negatif yaklaşım sahiplerinden Herbert Marcuse ise “*teknolojinin özgürleştirici gücü nesnelere araçlaştırılmasına, özgürlüğe vurulan bir pranga, insanın araçlaştırılmasına dönüşmektedir*” demektedir.¹¹⁹

Teknoloji içinde doğduğu ve geliştiği toplumdan bağımsız değildir ve toplumsal yapının en önemli belirleyicilerinden biridir. Teknolojinin özünde ise uzun çalışmaların neticesinde ki icat ve keşiflerle bunların toplum tarafından özümsemesi için gerekli süreçler yatar.

Bizim bugün bildiğimiz şekliyle bakış açısı, yalnızca birkaç yüzyıllıktır. Orta Çağ’a değin, görüntüyle olan ilişkilerimiz bugünkülerden çok ayrıydı: dünya, iktidara göre betimlenirdi. Gaston Phébus’un Av Kitabı’ndaki (1389) efendi, bu yüzden, dizgesel olarak kölelerinden daha büyüktür. Dünyanın bu betimlemesi, bizim şu anda bildiğimize uygun, daha güvenilir duruma, ancak Rönesans’ta gelir: **camera obscura** (fotoğraf makinesinin atası) aracılığıyla çoğaltılabilen bakış açısının doğuşudur bu. Pascal, 16 yaşında Konikler üzerine deneme’sini kaleme alır ve 19 yaşında sonuçlarıyla birlikte toplama ve çıkarmaları yapmaya izin veren dişliler dizgesi olan **Paskal hesap makinasını** bulur. Bu buluş, yalnızca yalın bir başarı olarak görülür: insanlar onun pek güvenilir olmadığını söylerler ve yaygınlaşmasıyla işsizliğin ortaya çıkacağını düşünerek kaygılanırlar.¹²⁰ Diğer bir bakış açısıyla da Teknoloji, ülkelerin ve toplumların sosyal ve ekonomik gelişmelerinin yanında, yeni teknolojileri icat etme, geliştirme, uygulama ve toplumun her kesimiyle bunlara uyum sağlama süreçleri anlamına gelmektedir.¹²¹

¹¹⁹ Herbert Marcuse, **Tek Boyutlu İnsan**, [y.y], Londra: 1968, s.131.

¹²⁰ Jean – Jacques Cavalier, **Medya ve İletişim Teknolojileri**, Mete Çamdereli (çev.), İstanbul: Salyangoz Yayınları, 2004, s. 275.

¹²¹ Özçığlayan, s.16.

Öte yandan teknoloji, sadece çok şık ve karmaşık isimleri olan “yeni” teknolojileri de kastetmediğimizi belirtmeliyim ki bugün özellikle iletişim teknolojisi deyince, örneğin TCP/IP, GPRS, GSM gibi çok da fazla anlamını bilmediğimiz birtakım kelimelerin kısaltılmalarıyla ifade ettiğimiz karmaşık bir dünyaya göndermede bulunuyoruz. Ancak bu çok doğru bir yaklaşım olmamaktadır. İletişim teknolojisi dediğimiz zaman, mutlaka çok karmaşık sistemlerden söz etmiyoruz. Örneğin yazı da bir iletişim teknolojisidir. Dolayısıyla, insanlar nerede bir alet kullanarak bir şeyler yapıyorlarsa orada teknoloji vardır diyebiliriz. Doğal organlarımızla yapmadığımız bir şeyi, bir aletle, örneğin mürekkepli bir kalemle bir yere, bir kağıda iz bırakarak doğal olmayan bir biçimde yapıyorsak, bir teknoloji kullanıyoruz demektir. Konuşma eylemi karşısında yazı yazma eylemi teknoloji içerir ve bu yüzden de yazı toplumsal bağlamlarda önemli değişimlere ve dönüşümlere yol açmıştır. Yazı en yaygın olarak bilinen ve en eski çağlardan beri kullanılan bir iletişim teknolojisi olarak vardır.¹²²

17. yüzyılda, Pascal’ın buluşuyla ilgilenen Leibniz, ondalık hesap dizgesinin yerine (şuanda yürürlükte olan) bir **ikili dizge** kullanmayı düşünür. Bununla birlikte, bu araştırmanın Charles Babbage tarafından (1840’lara doğru) yeniden ele alınması için iki yüzyıl beklemek gerekecektir. Babbage, yapılacak işlemleri belleğine alan delikli kartlar yardımıyla programlanabilir **çözümsel** bir **makine** tasarlayacaktır. Ne var ki Babbage’nin, tasarımı bir lokomotif büyüklüğünde olduğundan o tarihlerde üretilmeyecektir. Bir süre sonra İngiliz matematikçi George Bole, 19. yüzyılda, bütün problemleri, evet (1) ya da hayır (2) yoluyla yanıt vermenin yeterli olduğu bir dizi soruya indirgemekle gerçekleşen **bütünlükler kuramını** bulur.¹²³ Bole’un bu buluşu bugünkü bilgisayar teknolojisinin de temelini oluşturur.

Gazetenin teknolojik bir kurum olarak gelişmesini sağlayan, hiç kuşkusuz Gutenberg teknolojisidir. 17. Yüzyılda ilk çıkan gazetelerin hazırlanış ve basılışında yararlanılan kaynak basılmış kitaplar olmuştur. Gazetenin kendine göre bir teknolojisi olması, daha doğru bir deyişle kendine özgü bir baskıya kavuşması, 19. Yüzyılda sanayi

¹²²Atabek, s.64.

¹²³Cavalier, s. 275.

devriminin etkisiyle matbaacılık alanında görülen teknolojik ilerlemelerle görülebilmektedir. Tahta baskı makinesinden, buharlı baskı makinesine geçiş, elle dizgi yerine makineyle dizgi hep 19. Yüzyılın ilerlemesidir. Baskıda rotatifin, dizgide linotipin kullanımı, gazetecilik endüstrisine ve gazeteciye yeni bir görünüm kazandırmıştır. Gazetenin boyutları, sayfa düzeni, sayfa düzeninde kullanılan sütun sayıları, başlıklar, köşeler, hatta kullanılan hurufatın biçimi, boyutları yeni gelişen gazetecilik teknolojisiyle değişim geçirmiştir. Yaratıcı gazeteci ve matbaacıların deneyimleri ve katkılarıyla, gazete gelişen teknolojinin nimetlerini okuyucularına sunmuştur.¹²⁴

Yarı iletkenlerin kullanımıyla hızlı bir gelişim gösteren elektronik teknolojileri bilgisayar teknolojisiyle birleşince, çok sayıda iletişim aracı ve bu araçların sunduğu iletişim ortamları gündelik hayatımıza girmiştir. Gelişim o kadar hızlı olmaktadır ki, kullanıma sunulan araç ve ortamların hem anlamlı bir sınıflandırılması, hem de bütün yeni araç ve ortamları içeren bir listenin hazırlanması giderek olanaksız hale gelmektedir. Yapılan her liste kısa zaman sonra eskimekte, yapılacak her sınıflandırma da, çok işlevliliğin giderek artması nedeniyle, yeni iletişim araç ve ortamlarının yalnızca bir ya da birkaç yönünü dikkate almak açısından kolayca eleştirilebilmektedir. Bu yüzden burada tüm yeni iletişim araç ve ortamlarını sınıflandırma iddiasını taşımayan ve yalnızca belli başlılarını içeren bir liste yapacağız. Ayrıca bu listede, nispeten eski, ancak yeni imkanlarla kullanım değerini hala sürdüren araçlara da yer vereceğiz.

70'li yılların sonu, yeni iletişim teknolojilerinin iyileştirici erdemleri konusundaki görüşler açısından verimli oldu. Ufukta, yeni teknolojik manzarada, enformatiğin yarattığı umutlar parlıyordu; bilgisayar iletişim teknolojisiyle birleşiyor ve yazı yeni bir ortama, dijital dünyaya taşınıyor. Hemen arkasından görsel-işitsel unsurları, ekranı ve uyduyu sürüklüyor, böylece geleceğin iletişim ağının üç temel dalının kesişme noktasını oluşturuyordu. Fransa'da, Simon Nora ve Alain Minc'in

¹²⁴ Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, 6. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, 2006, s. 81.

toplumun bilgisayar düzeniyle donatılması konusundaki raporu büyük endüstri toplumunda, teknolojik düzenlemenin gerekliliğini ilk kez ortaya koyuyordu. 1978’de yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerini New Deal’in aracı gibi kutsallaştıran bu düşünceleri gündeme getiriyordu. Bu rapordan sonra, yaratıcılarının önceden haber verdiği, modern ulus boyutlarına yayılmış bu yeni enformasyon agorasına yeni teknolojileri yerleştirmeden “iletişim araçlarından” söz etmek artık mümkün olmayacaktır.¹²⁵

Yazının icadıyla başlayan ve medyanın ilk aracı olarak görülebilecek olan basın sektörü özellikle matbaanın icadı ve sonrasında büyük bir ilerleme kaydederek 20. yüzyılın başına kadar medyanın başat aktörü olarak faaliyet göstermiştir. Basın alanında yaşanan gelişmeler matbaa teknolojisindeki gelişmelerle paralel olarak incelenir. Matbaa teknolojisindeki gelişmeler basın sektörünün ilk önce birden fazla tıpatıp kopyalı yayınlar çıkartmasına sonrasında yazılı haberlerin görsel kanıtlarla desteklenmesine olanak vermiştir. Telgraf ve telefonun icadıyla beraber haberleşmede sağlanan hız basın sektörünün kısa sürede uzun mesafelerden haberler edinmesine olanak sağlamıştır.¹²⁶

Yaşanan bu gelişmeler ve değişimler gazeteciliği de çeşitli formlara ve kalıplara sokmuştur. Jo Bardoel, gazeteciliğin formlarını dört başlık altında sıralamaktadır. Bardoel’e göre yazılı, radyo ve televizyon gazeteciliğinin yanına son olarak internet, bir başka deyişle “ağ gazeteciliği” şeklini almıştır.¹²⁷

Teknolojik gelişmeler gazeteleri, gazeteciliği ve gazetecileri değiştirmiştir ki bunu birkaç başlık altında toplayabiliriz.

¹²⁵Charon, s.17.

¹²⁶Z. Beril Akıncı Vural (Ed.), **Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları**, Ankara: Nobel Yayınevi, 2006, s.10

¹²⁷ Jo Bardoel, **The Internet, Journalism and Public Communication Policies, International Communication Gazette**, 2002 64: 501, <http://gaz.sagepub.com/content/64/5/501>, 11 Aralık 2010 ss.1-12

- Gazetenin hazırlanması ve gazetecilerin işlerini yapma şekilleri ve donanımları
- Haber içeriğinin şeklini
- Gazete ve haber merkezlerinin yapısı ve organizasyonunu
- Gazete kuruluşları ile yayın yaptıkları kitle, kamu, denetleyicileri ve reklam verenleri arasındaki ilişki olarak sıralayabiliriz.

Bu değişimler doğal olarak medyanın bütününde çok yönlü ve kapsamlı bir dönüşüm meydana getirmiştir. Bu teknolojik gelişmeler gazetelerin de çoklu kullanımını yani multimedya özelliğini de gündeme getirmiştir. Gazete kuruluşları multimedyanın her alanını kullanım yollarına gitmiştir. Gazeteler, hazırladıkları haberleri, sunum yeri olarak web sayfasını kullanırken, yazılı metnin yanı sıra fotoğraf, müzik, hareketli ve kalıcı imajlar ve grafik animasyonlar kullanmaktadır. İkincisi ise web sayfalarının dışında farklı medyaları, haber sunum alanları olarak kullanmaktadırlar. Bunlara örnek olarak, haber grupları, e-posta, SMS, radyo, televizyon, teletext, sosyal mecralar (Facebook, twiter vb.) gösterilebilir.¹²⁸

2.2.1 Yazının İcadı

İnsanlık tarihi yazının icadıyla başlar ki, bu icat artık sözü kaydedebilmeyi ve kendinden sonraki nesillere aktarabilmeyi mümkün hale getirmiştir. Bir atasözümüz bunu çok iyi anlatır, “Söz uçar, yazı kalır”. Tarih öncesi insanlarda bir sopa ya da çubuk parçasını hatta kökboyalarını kullanarak muhtemelen bir toprağa veya mağara duvarlarına şekiller, resimler çizmesiyle, tarih sayfasına eserlerini kazımışlardır.

¹²⁸ Akıncı Vural, s.8

İnsanoğlunun iletişim teknolojisini kullanarak verdikleri ilk örnekleri olarak bunları kabul edebiliriz.

Yazı, bizim düşünce, duygu ve isteklerimizi, ikinci veya üçüncü şahıs topluluklarına, iletmek ya da unutulmamak için kullanılan işaretler sistemidir. Yazıyla, düşünce ve söz maddi bir hale bürünmüş ve kişiler arası aktarılma imkanı doğmuştur. Yazının icadıyla fikirler, olaylar ve haberler, kişilerin hafızalarından kurtulup, belgelere aktarılmış, unutulmaktan kurtulmuş ve ölümsüzleşmiştir.¹²⁹

Leroi-Gourhan tarafından yapılan incelemeler (*Batı Sanatının Tarihöncesi*), ilkin resimlerden çok soyut göstergelerin var olduğunu ortaya koyar. Bu da ilkyazı arayışının çoktan var olduğunu kanıtlar. Zaman içinde, bu resimlerin biçimlemeleri giderek karmaşıklaşır. İsa'dan yaklaşık üç bin yıl önce, insan, dillendirilen düşünceyi göstergelerin biçimiyle çağrıştıran ve böylece, yazılı göstergeyi kullanan herkesçe görsel olarak anlaşılması gereken düşün yazıyı (ideogram) bulur. Günümüzde hiyeroglif dediğimiz bu yazı türü başlangıçta insanlar tarafından ilahi olaylarla ilişkilendirmiştir. Museviler yazıyı, Musa Peygamber'in Allah'tan aldığını savunmuşlar, Mısırlılar ise Tanrı Thoth'a mal etmişlerdir. O zamanın uygarlıkları için, kutsal ve sonsuz olmanın yolu yazılı olarak gösterildiğini vurgulamaktadır. Oysa söz ve konuşma dili bayağıdır ve önemi yoktur. İncil'de bulunan ilksel söylemler bunu bize doğrular: *Babil Kulesi* ve *dillerin karışması*, insanların konuşma diline verdikleri iğretiliği göstermesine karşın, tanrısal buyrukları yazı yoluyla toplayan *On Emir*, sonsuz ve kutsaldır.¹³⁰

Önceleri mağara duvarlarındaki resimlerin üstlendiği iletişim görevini, sonraları pişirilmiş kil tabletler üzerindeki işaretler sürdürmüş; kâğıdın bulunması ile de

¹²⁹ M. Nuri İnuğur, *Basım Yayın Tarihi*, 5. Basım, İstanbul: Der Yayınları, 2005, s. 28.

¹³⁰ Cavalier, s. 15.

görev, tarihsel şansını yakalayan yazının olmuştur. Yazı, iletişimin sağlanması, kültürün yaşatılması ve yayılmasında en önemli rolü üstlenen aktördür.

Yazıyı kaleme alanlar, göstergelerle sözcüğün soyutlanmasından yazının oluşumuna çok çabuk geçerler. Bu çabuk geçişin nedenini anlayabilmek için, hiyeroglif göstergelerin kaçının yazıya uygun olduğunu gözlemlemek gerekmektedir. Hiyeroglif göstergeler, en açık görsel biçimleriyle bütünler içinde yazılırlardı. Bu gelişmeler bile henüz basım tekniğinden söz etmek için çok erkendi. Yazı, daha hızlı yazılabilir ve anlaşılabilir bir alfabe olacak ardından yazar-okur o kadar çok olacak ki daha çok kitap ihtiyacı hissedilebilir bir seviye gelmesi için daha çok uzun senelere ihtiyaç duyulacaktır.¹³¹

İlkyazı benzeri işaretlere M.Ö. 8000 yıllarında rastlanmaktadır. Ancak bunlar tam anlamıyla yazı olarak kabul edilmemektedir. Bilim adamlarına göre, yazının icadı M.Ö. 3500 yılları genel olarak kabul edilmektedir. Mısırlıların ilkyazı örnekleri olan Hiyerogliflerini taşlara ve piramitlere yazmışlardır. Bu örnekler “Resim Yazı’nın” bilinen ilk örnekleridir. Aynı dönemlerde Sümerler, yazı için ince kilden yapılmış levhalar üzerine, heceleri belirten işaretlerden yararlanarak resim-yazıdan, şekil-yazıya geçmişlerdir. Sümerlerin kullandığı bu yazıya çivi yazısı denmektedir. İşlenmesi açısından yumuşak olan kil tablet üzerine demir çubuklarla yazı yazıldıktan sonra fırında pişirilmekte böylelikle yazı formu sertleşerek korunmaktadır. Bu yazı örneğini daha sonra Akadlar ve Babilliler öğrenmişler ve yakın coğrafyaya kısa sürede yayılmış ve kullanılmaya başlanmıştır.¹³²

Yazının evrimi ve bugünkü haline ulaşması ise, Fenikeliler’in, Sümerler’in yazı sistemi üzerine geliştirdiği sembollere dayanmaktadır. Fenikeliler bugünkü Lübnan

¹³¹Cavalier, s. 16

¹³²İnuğur, s.29

çevresinden deniz ticareti yoluyla, Akdeniz'e açılırlar. Fenikelilerin alfabesi bu sayede dönemin önemli uygarlıklarından biri olan Yunan uygarlığına ulaşmıştır. Yunan uygarlığının, yazıya yani alfabeye en büyük katkısı ise “sesli harfleri” alfabe almalarıdır. Bu alfabe bugünkü yazı sisteminin temelini oluşturmuştur. Yunan Uygarlığından sonra bayrağı devralan Roma İmparatorluğu ise 21 karakterli Latin alfabesine son şeklini vermiştir ve bu alfabe, ortaçağın sonuna kadar Avrupa'nın ortak alfabesi olmuştur.¹³³

Yazının icadı ile bilgi veya haber, maddeye bürünmüştür. Bu sayede bir araya getirilebilen, aktarılabilen ve depolanabilir hale gelmiştir. Matbaanın icadı ile beş bin yıl biriken bilginin bütün dünyaya yayılması gerçekleşir. Bilgisayarın icadı ile bilginin yeniden işlenmesi gerçekleşmiştir.¹³⁴

2.2.2 Kağıdın İcadı

Pek çok buluşta olduğu gibi Kağıt da ihtiyaç üzerine bulunmuştur. Sümerlerin, taş tabletler üzerine yazdıklarını bir yerden bir başka yere götürmek için en az iki adam gerekmektedir. Taş veya kil tabletler o kadar ağır ve kullanışsızlardır ki o zamanın bilginleri bunun daha kolay bir yolu olmalı diye düşünmeye başlamışlardı. Hem üzerine kolaylıkla yazılmalı hem de taşınması da bir o kadar kolay ve hafif olmalıydı. İşte kağıt böyle bir ihtiyaç üzerine bulundu.

Kağıt, üzerine elle bir şeyler yazmak, baskıyla bir şeyler yazmak ve çoğaltmak, resim, işaret ve benzeri şekiller yapmak amacıyla, çeşitli bitkisel veya kimyasal

¹³³Inuğur, s.29

¹³⁴Cüneyt Binatlı, “Medya Tarihi Ders Notları”, (İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi), 2011, s.8.

maddelerden imal edilen ince bir tabakadır.¹³⁵ Kağıt, günümüzde pek çok alanda pek çok amaç için kullanılmaktadır. Ancak en önemli kullanım alanlarından biri basındır. Günümüzü kadar basının başlıca hammaddesi olmakla beraber, bu gün yerini yavaş yavaş dijital ortama bırakmaktadır.

Kağıt, olayların ve fikirlerin yazı haline dönüşmesiyle başlayan uygarlıkların yeryüzündeki yayılışında en önemli paya sahiptir. Eğer yazı taşınmaz bir materyal üzerinde kalsaydı, uygarlıklar bu noktaya gelmek için daha çok uzun senelere ihtiyaç duyardı. Kağıdın atası veya ilk bilinen şekli Papirüs'tür. Mısırlılar MÖ. 2000 yılında "Cyperus Papyrus" olarak adlandırılan bir cins kamış bitkisinden, üretilen ve üzerine resim-yazı olarak bilinen ve "Hiyeroglif" olarak adlandırılan yazıları, ince tabakalar halinde yapmışlardır.¹³⁶

Papirüs, yazının aktarıldığı bir platform olan taşın aksine son derece hafiftir. Sadece Nil deltası bölgesinde yetişen "Cyperus Papyrus"un sapları uygun uzunluklarda kesilir ve yeşil kabuğu soyulurdu. Sonra bunlar kalın şeritler halinde kesilir ve birbirine paralel olarak dizilirdi. Bunun üzerine aynı şekilde benzer bir tabaka dikine yerleştirilir ve uzunca bir süre tahta çekiçe dövülür böylelikle tabakalar birbirine yapışır ve kurutulmaya bırakılırdı.¹³⁷

Bugünkü özelliklere sahip ilk kağıt örneğine, M.Ö. 200 yılında Çin'de rastlanmıştır. Ts'ai Lun isimli bir saray çalışanı, bu tarihte Çin hanedanına buluşu aktarmıştır. Keten ve pamuk parçaları ıslatıldıktan sonra hamur haline getiriliyor, özel bir dibekte iyice dövüldükten sonra keçeler arasında kurutulmaya bırakılarak bir çeşit kağıt elde ediliyordu. Orta Asya'dan elde edilen bilgiler doğrultusunda ve Semerkantlı

¹³⁵İnuğur, ss. 29-31.

¹³⁶İnuğur, ss. 29-31.

¹³⁷Harold Innis, "Antik İmparatorluklarda İletişim Araçları", **İletişim Tarihi**, David Crowley ve Paul Heyer (drl.), Berkay Ersöz (çev.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, ss. 48-57

Ali Bin Mehmed'e göre, ipek kozasından yapılan ve üzerine mürekkeple yazı yazılabilen ince katmanlara "Kağıt" denildiği ve dilimize de buradan anlamı yerleştiği anlaşılmaktadır.¹³⁸

Kağıdın diğer uluslar tarafından öğrenilmesi ve yapılmasına ancak VII. Yüzyılda başlanabilmiştir. Semerkant bölgesindeki Arapların, kağıt yapımını Çinlilerden öğrendikten sonra hızla Arap Yarımadası'na, oradan da Endülüslerce Avrupa'ya taşındığı bilinmektedir. Özellikle matbaanın icadı ile birlikte kağıda olan ihtiyaç hızla artmıştır. Bunun sonucunda kağıdın hammaddesi olarak alternatif yollar denendi ve 1800'lü yılların ortasına doğru ağaç, kağıt üretiminde kullanıma başlandı.¹³⁹

İlk kağıt makinesi 1798 yılında icat edilmiştir. Ancak bu çok kullanışlı ve randımanlı olmayan bir makineydi. Fıçıdaki kağıt hamurundan geniş bir kayışla alınan hamur lapası ince kağıt haline getirilmekte ancak her seferinde tek bir kağıt yapabilmektedir. Daha sonra silindirli olarak adlandırılan makine 1809 yılında John Dickinson tarafından geliştirilmiştir.¹⁴⁰

Bugün kağıt üretimi ileri teknoloji ürünü makinelerle tam otomatik olarak yapılabilmektedir. Ancak, üretimin temel esası aynı mantıkla yapılmaktadır. Kağıtların kalitesini ve çeşitliliğini ise kullanılan lif türleri, kimyasallar ve sentetik malzemeler belirlemektedir.

¹³⁸Inuğur, s.30.

¹³⁹Inuğur, s.30.

¹⁴⁰Binatlı, s.11.

2.2.3 Matbaanın İcadı

Teknoloji dediğimiz olgu gecedен gündüze bir anda ortaya çıkmıyor. Çok uzun birikimlerin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır ki her bir yenilik bir başka yeniliği doğurmakta o da bir başkasına öncülük etmektedir. Yazı bulunmasıyla atalarımız bilgi ve birikimlerini bir sonraki nesle aktarmayı başardı. Kağıdın bulunmasıyla da yazdıkları bilgi ve birikim kavimler, ülkeler ve kıtalar arasında taşındı, saklandı, aktarıldı. Şimdi sıra bu yazılanları, el yazısından daha hızlı bir şekilde çoğaltmaya geldi. İşte matbaanın icadı da böyle bir ihtiyaçtan doğdu. Tabii matbaa da bir birikim sonucunda ortaya çıktı.15. yüzyılda Gutenberg matbaayı bulmadan önce damga, blok ve oynar (müteharrik) harf dönemleri yaşanmıştır.

Damganın kullanılmaya başlanması yazının icadına dayanır. Yazıyı icat eden eski Mezopotamya uygarlıkları, kil, taş ve madenlerden yaptıkları damgaları, papirüslere, parşömenlere basmışlardır. Tarihte pek çok alan kullanılan damga halen günümüzde de kullanılmaktadır.

Blok baskıların kullanılması ise kağıdın yaygın olarak kullanılmaya başlamasıyla görülmektedir. Tahta bloklar üzerine kazılan yazı, şekil ve resimler mürekkeplendikten sonra blok olarak kağıda basılmaktadır. Tahta yüzeye negatif kazılan yazı ve şekiller basıldığı zaman pozitif baskı verirdi ki bugünkü klişelerin atası sayılabilir. Bu teknikle basıldığı bilinen ilk kitap MS 600 yılından sonra Çin'de basılmıştır. Avrupa'da ise 700 yıl sonra 14. yüzyılda Hollandalı Laurens Coster tarafından basılmış 8 sayfalık bir kitaptır.¹⁴¹

¹⁴¹İnuğur, s.32

Oynar (müteharrik) harfleri yapan ve bununla ilk baskı yapanlar 9. yüzyılda Uygurlar olmuştur. Daha sonra Çinliler geliştirmişlerdir. İlk başlarda tahtadan yapılan oynar harfler daha sonra demirden yapılmıştır. Bu sistem Moğol akınlarıyla batıya taşınmıştır.¹⁴²

İnsanı diğer canlılardan ayıran en önemli özelliklerinden biri de kültür yaratmak, yarattığı kültürü yaşatmak ve yaymak önemli bir yet tutar. Kültürün yaratılması, yaşatılması ve yayılması da insanlar arası iletişime bağlıdır. İnsan doğası gereği sosyal bir varlıktır ve yaşamında hava ve su ne kadar önemliyse, kendini ifade edebilme ve karşısındakini anlayabilme yani kısacası iletişimde o derecede önemli sayılabilecek bir ihtiyaçtır.

Basın veya baskı işlemini kısaca tanımlarsak, bir yazının, resmin ya da şeklin kağıt, karton, kumaş ve benzeri gibi malzemelerin üzerine çeşitli yöntem ve makinelerle renkli ya da renksiz nakledilip çoğaltılma işlemidir. Bilindiği gibi basım işlemi bulunmadan önceki dönemlerde, mağara devrinin ilk insanları, anlatım ve haberleşme için duvarlara yaptıkları hayvan ve ağaç resimlerini kullanmışlardır.¹⁴³

Tamamen el becerisi ve insan gücü ile çalışan ilk matbaanın makineye dönüşmesi yine Alman asıllı Frederich Koenig tarafından gerçekleştirilmiştir. Koenig demir ve tahtadan yaptığı baskı makinesinde, baskı kalıbı ile kâğıdı daha çabuk ve üstelik de daha az emekle karşılaştırabiliyordu.¹⁴⁴

¹⁴²Binatlı, ss.12-14

¹⁴³M. Niyazi Yeşil, **Baskı Sistemleri ve Temel Kavramları Ders Notları**, İstanbul: Mısırlı Matbaacılık, 1996, ss. 9-10.

¹⁴⁴Nevzat Dağlı, **Gazete Yayımlama Teknikleri**, Ankara: İmaj Yayıncılık, 1995, s.59.

Kağıdın kullanımı, taş tabletlere göre, büyük yenilik ve kolaylık getirmişti ancak yazılı bir metnin, basımı ve çoğaltılması için çok hassas ve çabuk yıpranabilen bir yapısı vardır. İlk başlarda tahtadan oyma harflerle basılması dünyanın birçok yerinde düşünülmüş ve uygulanmıştır. Ancak tahta kalıplar veya tahtadan yapılan oynar harfler çok çabuk yıpranmakta ve deforme olmaktadır. 1430'lu yılların sonunda Alman asıllı kuyumcu kalfası Johann Guttenberg, kağıdı delmeyecek kadar yumuşak ve kendi de bozulmayacak kadar sert bir metal, kurşun ve antimuan bileşimini bulmasıyla bu problemi çözmüş oluyordu. Guttenberg'in getirdiği en önemli yenilik, dayanıklı ve hareketli harfler, matbaanın önemini arttırmıştır.

Matbaa sayesinde çok sayıda yazı, kitap ve gazete kısa sürede basılarak çoğaltılmış ve bütün Avrupa'ya dağılmıştır. Özellikle İncil'in çok sayıda basılması, Avrupa'nın karanlık ortaçağdan çıkmasının, Reform Hareketi'nin, Fransız Devrimi'nin ve günümüz dünyasının temellerinin atılmasına sebep olmuştur.

Orta çağlarda matbaacılığa karşı çıkanlar, insanlar arasındaki haberleşmenin belgesel değer kazanmasından ve zaman içinde kuvvet kazanmasından endişe etmişlerdir. Aslında genelde toplumdaki erkler yeniliklerden her zaman korkmuşlardır. Bunun nedenlerinden biri de yönetimin, yeniliği ve getirdiklerini kontrol altında tutamayacakları korkusudur ki pek de haksız sayılmazlar. Matbaanın icadı Avrupa'da pek çok olayın, savaşın ve yeniliklerin sebebi sayılabilir.

“Dün olduğu gibi bugün de geleceğe bırakmak istediğimiz her şeyi, kağıda dökmeniz lazımdır. Yayıncılığı sınırlamak isteyenler olabilir, ama matbaacılığın sınırlanması düşünülemez. En kötü şartlar altında bile matbaacılık yaşayacaktır. İşte bu nedenlerden ötürü yazılı basın-televizyon tartışmalarında matbaanın gücü ortaya

çıkılmaktadır. Çünkü televizyon gelecek kuşaklara yeterli belgeseli bırakmayacak, buna karşılık matbaalarda basılan kağıtların her biri arşiv belgesi olarak saklanacaktır.”¹⁴⁵

Demirkent, Matbaanın önemini böyle savunmuştur ancak son yıllarda teknolojinin sunduğu imkânlarla da yazılı, görsel ve dijital dokümanların arşivlenmesi de mümkün hale gelmiştir. Hatta hacimsel olarak daha az yer kaplamaktadırlar.

Matbaanın icadından sonra baskı teknikleri de kendi içinde bir takım değişikliklere ve yeni buluşlara sebep olmuştur. Matbaanın icadından bu yana geçen 600 sene de insanlar hep daha iyisini, daha hızlısını istemişlerdir. İlk matbaalarda basılan siyah-beyaz tek sayfa, yerini renkliye ve daha çok sayfaya bırakmıştır. Saatte 100 adet baskı yapan matbaalar yerlerini yüz bin baskı yapan makinelere bırakmışlardır. Bu doğrultuda matbaa başlığı altında baskı tekniklerinin de gelişimini kısaca vermekte yarar görülmektedir. İlk baskı tekniğinden günümüze kadar önemi görülen baskı tekniklerine değinilecektir.

2.2.3.1 Baskı Teknikleri

Canlıların büyük çoğunluğunda içgüdüsel veya yaratılışlarında olduğu gibi insanoğlu da edindiği bilgi ve tecrübelerini kendinden sonraki nesillere aktarmak ister. Anne aslan, yavrusuna nasıl avlanacağını gösterirken, anne ceylan ise sürekli tedbirli olmasını yavrusuna öğretmektedir. Bu yaşamanın ve nesli devam ettirmenin kuralıdır. İnsanoğlu da deneyimlerini bir sonra ki kuşağa anlatmaktadır ama bununla yetinmeyen insan, torunlarının torunlarına deneyimlerini anlatmak istemiş olmalı ki mağara duvarlarına nasıl avlandığını resmetmiştir. İşte insanı insan yapan ve diğer canlılardan ayıran temel özelliklerden biri de budur. Sözlü iletişimin uçup kaybolduğunu çabuk

¹⁴⁵Nezih Demirkent, **Sayfa Sayfa Gazetecilik**, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1982, ss. 213-214

kavrayan insanoğlu, önce resimlerle, imgelerle ve sonunda yazıyla yazdı tarihini. Bütün bunlar yetmedi daha çok yazmak için matbaayı icat etti. Daha sonraları o da yetmeyecektir.

İnsan, barınaklarını, tapınaklarını, yerleri, soyut olduğu gibi değişmeceli göstergelerle çabucak imlemeye çalıştı. İlk insanlar kıvıll toprak ve tükürük karışımından ürettikleri, daha sonra kaya duvarına uygulayacakları kalın damgayı bulgulayacaklar ve buluşlarıyla baskı tarihine ilk kaydı düşeceklerdi. Basıldığı sanılan ilk metin, Girit'te, Minos'da bulunan İ.Ö.1700 tarihli **Phaistos Kursudur**; kile iyice yerleştirilen kırk beş tahta ve metal kaşe aracılığıyla basılmıştır.¹⁴⁶ Fakat zamanında yeteri kadar ilgi görmemiş olmalı ki yeterli gelişmeyi göstermemiştir. Baskı sistemlerinin oluşması için 3000 seneni geçmesi gerekmiştir.

Bazı kaynakçalara göre baskı tekniklerinin beşığı Phaistos mudur, yoksa daha çok Çin ve Kore midir? En son yapılan buluşlar ve yazılanlar Asya'nın bu teze daha yakın olduğunu göstermektedir. Bu ülkeler, gerçekten de, çağımızın VII. Yüzyılına doğru, baskı düz çıksın diye, tersine yerleştirdikleri kazınmış tahta bloklar yardımıyla basılan yapıtlar üretiyorlardı. Teknik düzeyde, metal, kazınmış tahta, hatta taş mühürler kullanmaktadırlar. Ancak baskı tekniklerine hız kazandıran, özellikle Çinlilerin İ.S. II. yüzyıldan başlayarak kağıdı ve matbaa mürekkebini bulmalarıyla gerçekleşir ki Çinliler bu buluşu yüzyıllarca gizlemişlerdir.¹⁴⁷

Raşideddin, İbn Batuta, Guillaume de Rubrouck, Marco Polo ve tarihe mal olmuş diğerleri, kağıdı, Çin'den dönüşlerinde yanlarında getirirlerse de, Arapların

¹⁴⁶ Cavalier, s. 15.

¹⁴⁷ Cavalier, s.15.

Semerkant'ta Çin ordularını bozguna uğratmaları ve kağıdın yapılmasını öğrenmeleri 751 yılına rastlar.¹⁴⁸

İlk insanın mağara duvarlarında resim yapma anlayışıyla başlayan ve yüzyıllar boyu yaşanan evrim sonunda bugün beş tür baskı uygulaması şekillenmiştir. Ancak bu bölümde gazete basımında daha çok kullanılan Tipo, Ofset ve Flexrografik baskı çeşitleri, yayıncılığı hızlandıran ve büyük kolaylıklar getiren, lazer yazıcıları ve dijital baskıyı, yeni makineleri ve dizgi sistemleri ile birlikte kısaca değinilecektir.

2.2.3.1.1 Tipo Baskı

Yüksek Baskı olarak da adlandırılan Tipografi, kâğıda baskı yapan kalıp yüzeyi ile baskı yapmayan yüzeyler arasında ki yükseklik farkından dolayı böyle adlandırılmaktadır. Bu baskı sisteminde, kalıp olarak kullanılabilen el dizgi, makine dizgi, çinko klişe ve fotopolimer klişelerin baskı yapan ve yapmayan kısımları arasındaki girinti çıkıntı prensibiyle çalışmaktadır. Yüksek yerler mürekkebi alır ve baskı da sadece yüksek yerler çıkar.¹⁴⁹

Tipografik baskı sisteminde kağıt, mürekkebi harf çıkıntılarında almaktadır. Harf çıkıntıları üzerinde yuvarlanan merdanelerin bulaştırdığı mürekkep, ağır bir silindir kazanın altında kağıtla buluşarak harflerin ve işaretlerin kopyasını kağıda basılmasını sağlar. Bu sistemde kullanılan harfler veya şekillerin çıkıntıları, klasik daktilo makinelerindeki harf biçimlerinin benzerleridir.¹⁵⁰

¹⁴⁸ Cavalier, s. 18.

¹⁴⁹ Baskı Teknikleri, www.grafikerler.org/teknik-bilgiler/4644-baski-nedir-baski-teknikleri.html, (5 Mart 2013)

¹⁵⁰ Yeşil, s. 39

Guttenberg'den, Tipo baskı sisteminde ki yazı dizme makineleri bulunana kadar harflerin baskıya hazırlanması için elle dizgicilik yapılıyordu. Tipo, baskıda kullanılan ve teknolojik gelişmeye paralel olarak geliştirilen bir sistemdir. Bu sistemde sıcak dizgi sistemi olarak adlandırılan bir teknik kullanılmaktadır. Buna göre baskı yapılacak yazılar tek satır olarak veya harfler tek tek döküm yapılmaktadır. Tek satır halinde dizgi yapan modellere Linotype veya Intertype denmektedir. Harfleri tek tek dökerek yapan modellere ise Monotype adı verilmektedir.¹⁵¹

Monotype sistem makineler daha çok kitap ve benzeri materyallerin dizilmesinde tercih edilmektedir. Blok satır dizen makinelerin ise daha çok gazete, dergi gibi sütun esasına göre sayfa düzenlemesi yapan ve zamana karşı yarışan yayın organları tarafından tercih edilmektedir.¹⁵²

Türkiye'de uzun süre bu sistem kullanılmıştır. Avrupa makine teknolojisi açısından yapmış olduğu yeniliklerle özellikle Almanya'daki eskimiş teknolojiyi ülkemize satmıştır. Avrupa'da hizmet dışına çıkan yüzlerce Tipo baskı makinesi bedelsiz ithalat çerçevesinde ülkemize getirtilmiştir. O zaman bunu bir fırsat olarak gören gazete patronları kısa bir süre sonra gelişimin ve teknolojinin karşısında boyun eğmişlerdir. Tipo baskı sisteminin Avrupa'da teknolojisi yok denecek kadar azalmış olup, yerine daha modern makinelere çoktan bırakmıştır.¹⁵³

1990'lı yılların başında Fransa'da kurşundan dökme harf kullanımı tamamıyla sona ermiştir. Fransa'nın önde gelen ulusal günlük gazetesi "Le Monde"un ofset baskıya geçişi ile basında tipografi 1989'da sona ermiştir.¹⁵⁴ Ancak bazı gazete kuruluşları tipo baskı sistemlerinin geliştirilmiş modellerini halen tercih etmektedirler.

¹⁵¹ Yeşil, ss. 39-40

¹⁵² Nevzad Dağlı, **Gazete Yayınlama Teknikleri**, Ankara: İmaj Yayıncılık, 1995, s. 60.

¹⁵³ Oktay Duran, "Basım Sanayimiz ve Kâğıt-Kartonun Ülkemizdeki Durumu", (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1989), s.13.

¹⁵⁴ Jean-Marie Charon, **Medya Dünyası**, Oya Tatlıpınar (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1992, s.116.

Bunlardan biri de İngiliz gazetesi “The Guardian”, anilox tipoyu benimsemiştir. Anilox tipo sistemi, çok akışkan bir mürekkep içinde hareket eden silindir sisteminden ibarettir. Anilox tiponun, fireyi de önemli ölçüde azalttığı söylenmektedir.¹⁵⁵

Tipo baskı sisteminin bir diğer gelişmiş makinesi de rotatif sistemidir. Genellikle yüksek tirajlı gazete ve dergilerde kullanılmaktadır. Bugün saatte 50 binin üzerinde devir yapan rotatifler bulunmaktadır. Modern bir rotatif üzerinde her şey bilgisayarla kontrol edilmektedir. Kağıttan mürekkebe, formaların birleştirilmesinden çıkış örneklerine kadar pek çok kademe bir bilgisayar tarafından programlanmakta ve gerçekleştirilmektedir. Bu otomasyon sistemi getirdiği yenilik ve kolaylıklara rağmen matbaa çalışanlarının bir kısmının da işsiz kalmasına sebep olmuştur.¹⁵⁶

2.2.3.1.2 Ofset Baskı

Ofset baskı sistemi, tipo baskı sisteminden farklılık göstermektedir. Bu sistemde baskı yapılacak satıh ile yapılmayacak satıh aynı seviyededir. Bu yüzden bu sistemin bir başka adı da düz baskıdır. Sistemin çalışma esası suyun mürekkebi itmesine dayalı olarak çalışır. Orijinal kalıptan çekilen film, ışığa hassas ofset plakasına aktarılarak, kalıp hazırlanır. Bu sistemde, kalıp kazanı, kauçuk kazanı ve baskı kazanı olmak üzere üç bölüm vardır.¹⁵⁷

Ofset baskı sisteminin Avrupa’daki ilk kullanım alanları bölgesel basın olmuştur. Ouest-France bir gazete çıkardı ve onun bünyesinde birçok gazeteyi biçimlendirdi. Ulusal Ouest-France için bir forma, Bölgesel Ouest-France için bir

¹⁵⁵Niyazi Yeşil, -Milliyet Gazetesi Dergi Grubu Müdürü- “Baskı Teknolojisinde ki Gelişmeler” konulu görüşme, İstanbul: 14 Nisan 2013

¹⁵⁶Charon, s. 118.

¹⁵⁷Baskı Teknikleri, www.grafikerler.org/teknik-bilgiler/4644-baski-nedir-baski-teknikleri.html, (5 Mart 2013)

diğeri, hatta bir beldeye yönelik son bir forma. Bu önemli forma sayısı, bölgesel basını erkenden ofsete geçmeye zorladı. Ulusal gazetelerse, renkli reklamın gelişmesi ve talebin artmasıyla ofsete geçmişlerdir.¹⁵⁸

Tipografi yöntemi gibi klasik ofset de rotatif üzerinde kurumama üstünlüğüne sahip yağlı mürekkep kullanmaktadır. Bu sistemde kağıda basılacak, yani mürekkep verecek ve vermeyecek, yüzeyler aynı seviyede tutulmuştur. Sistem, yağlı olan mürekkebin suyla karışmaması ve onu itmesi, prensibinden yararlanılarak geliştirilmiştir.¹⁵⁹

Sistemde çok kısa aralarla birbirini izleyen yenilikler çağdaş gelişmenin hızına ayak uydurmaya çalışmaktadır. Soğuk dizgide birinci nesil olarak adlandırılan toplu dizgi makineleri ve manyetik bantlı dizgi makineleri 1970'li yıllarda yerini yavaş yavaş fotodizgi makinelerine bırakmaya başlamışlardır. İkinci nesil adı verilen, dakikada 80 satır dizebilen ve karakter şablonlarıyla yeni karakterler oluşturan ekranlı fotodizgi makineleri, güçlü iç bellek sistemleriyle bir milyon karakter kapasitesinde olan bilgi tutma plakalarını basım dünyasının hizmetine sunalı bir hayli zaman geçmiştir. Üçüncü neslin elektronik dizgi sistemleriyle bilgisayar kendi varlığını basım dünyasına iyice kanıtlamış olmaktadır. Bu dizgi makineleri milyonlarca karakter tutma kapasitesi olan bellek birimleriyle, resim ve özel işaretler dahil olmak üzere bir gazete sayfasını tümüyle yaratmaya yetecek güçte olduklarını göstermişlerdir. Elektronik bilgisayarlı dizgi sistemlerinin geliştirilmesi yazıların dizilme zamanını kısaltmış, değişik karakterde yazı uygulamaları için büyük esneklik getirmiştir. Ancak dizginin hemen baskıya girmesi için önce film haline getirilmesi ardından da alüminyum, çinko benzeri plakalara kopya edilmesi gerekmektedir ki ilk başlarda bu madeni plakaların ağırlıkları 24 kg iken son zamanlarda bu 350 grama kadar düşmüştür. Ofset baskı sisteminin

¹⁵⁸Cavalier, s. 43.

¹⁵⁹Yeşil, **Baskı Sistemleri ve Temel Kavramları Ders Notları**, s. 19.

başarısını ise renkli baskıyı mümkün kılan “kroma” makinesidir. Bu makine, bilgisayarında desteğiyle en hassas renk ayrımlarını bile basabilmektedir.¹⁶⁰

Türkiye'nin basın tarihini anlatan “Rüzgârlı Sokak” belgeselinde Rotatif Ustası Selahattin Onursal, zamanının çalışma şartlarını bakın nasıl aktarıyor; “*Çalışma süremiz çok uzundu. Akşam saat 5'te iş başı yapardık, sabah iş bitimine kadar devam ederdi. 15-20 kişiydik. Kurşun kalıplar dökülürdü, bir sayfanın ağırlığı 25 kg kadardı. Her sayfa için ayrı bir kalıp, düşünün işte 25 kg'lık kalıpları alıp, makineye takıp, baskı bittikten sonra şehir baskılarını tekrar çıkartmak, baya ağır bir iş koluydu. Bütün kalıplarımız kurşunla yapılıyordu, sağlığa olan zararı malumunuz.*”¹⁶¹

1989'da Le Monde, bir iş gününde 80-85 tonluk kağıt tüketimi için yeni Ivry basımcılığına 350 milyon yatırdı. Oradaki sürekli kâğıt yığını 5000 tondur ve her şey radyo ışınlarıyla birleştirilir. Dönerbasar, bir Wifag'tır (İsviçre ofset makinesi).¹⁶²

Bugün önde gelen yaygın gazeteler, yüksek tirajları için saatteki baskı sayılarını inanılmaz rakamlara yükseltmişlerdir. Hatta bölgelere göre kurulan basımevleri merkezden gelen baskı formatlarıyla bölgelerine daha kısa zamanda haber ulaştırabilmektedirler. Saatte yüzbin üzerinde baskı yapan bu sistemlerde artık baskının her aşaması bilgisayar denetiminde yapılmaktadır. Bilgisayar başındaki operatör bu sistemi bir tuşla kontrol edebilmektedir.

¹⁶⁰Dağlı, s.62.

¹⁶¹Korkmaz Alemdar (Yapımcı), *Rüzgârlı Sokak, Cumhuriyetin Basın Tarihi (Belgesel Film)*, (Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Ankara), 2007, 35 Dakika.

¹⁶²Cavalier, s. 43.

2.2.3.1.3 Fleksografik Baskı

Fleksografik baskı sistemi genelde ambalaj sanayinin basımında kullanılmaktadır. Düzgün olmayan yüzeylere de uygulanan sistemle, büyüklü küçüklü karton, kraft, oluklu mukavva, plastik ambalaj ürünleri gibi pek çok alanda uygulanabilmektedir. 1990'lı yıllarla gelişme gösteren flekso baskı sistemi hem kaliteli baskı hem de kısa süreli işlerde ofset baskı sistemiyle rekabet edebilir konumdadır.¹⁶³

Aynı zamanda kauçuk ya da plastik gibi yumuşak maddelerin kabartmasıyla ve akıcı mürekkeple de baskı yapılabilmektedir. Herhangi bir şeklin kopyası mürekkeple baskı yapılacak materyalin üzerine çoğaltılması da bu sistemle mümkün kılınmaktadır. Görüntünün olduğu yerler mürekkebe bezenirken görüntünün olmadığı yerler mürekkepsiz kalacaktır. Amerika Birleşik Devletleri'nin önde gelen bazı gazeteleri, bu sistemi benimsemişlerdir. Bu sisteminin makineleri bir matbaaya göre çok daha küçük boyutlarda olabilmektedir.¹⁶⁴

2.2.3.1.4 Dijital Baskı

Dijital baskı tekniği, kısaca bir baskının bilgisayar destekli ortamlarda yapılması olarak tanımlanabilmektedir. Geleneksel ofset baskı tekniğinden oldukça farklılık göstermektedir. Ofsette kullanılan film ve baskı kalıbı gibi klasik baskının iki önemli etkeni tamamen ortadan kalkmıştır. Bununla birlikte negatif veya pozitif basılmış, basılmamış her fotoğrafın dijital ortama atılmasıyla üzerinde her türlü oynamanın ve değişiklikler yapmak mümkün hale gelmiştir. Dijital ortamda bulunan, metin, fotoğraf, grafik, çizim ve benzerleri dijital baskı makinası yardımıyla doğrudan

¹⁶³ *Baskı Nedir?*, <http://ambalajvekaagit.blogspot.com/2010/06/flekso-baski-nedir-nasil-yapilir.html>, (5 Mart 2013)

¹⁶⁴ **Baskı ve Kağıt Dünyası**, "Piyasadaki En Küçük Filekso Baskı Makinesi", İhlas Yayıncılık, No:5, 1999, s.25.

istenilen materyale baskı yapılması bu sistemle mümkün hale gelmiştir. Bilgisayar ortamında her türlü düzenlemenin ve düzeltmenin yapılabilmesi büyük bir yeniliktir.¹⁶⁵

Dijital baskı tekniği bilgisayarlı baskı yani “Computer to Press” olarak da adlandırılır. Kalıbın işlevini ve asıl kontrolü RIP yazılımlarının üstlendiği direkt kâğıda görüntü işleyebilen donanım ve yazılımlar birlikteliğidir.¹⁶⁶ Geleneksel baskılarda tekrar edilebilir şekilde basılabilmesi için fiziki kalıplar ya da matrisler, dijital veriler olarak sanal formlarındadırlar.¹⁶⁷

Dijital baskının üç aşaması vardır ve bu üç aşama dijital baskının sistematikliğini oluşturmaktadır. İlk önce kullanılacak bilgisayar ve destek üniteleri, programlar (software) ve baskı yapacak makinelerdir.¹⁶⁸

Baskı makineleri, bilgisayar ortamında üretilen yazı, fotoğraf, şekil ve grafiğin kâğıda aktarılmasını sağlayan araçlardır. Dijital baskı makinelerinin sınıflandırılmasında temel ölçüt, karakterlerin ve görüntülerin basımında kullanılan teknolojik farklılıktır. Bir dijital baskı makinesinin kalitesini belirleyen ölçütler ise, baskı hızı ve birim alandaki nokta yoğunluğudur.¹⁶⁹ Nokta vuruşlu baskı makineleri, günümüzde bulunan dijital baskı makineleri arasında en ucuzu olduklarından en yaygın olarak kullanılan makinelerdir. Kimi kaynaklarda “iğneli” ya da “matris” diye de adlandırılırlar.¹⁷⁰ Matris şeklinde düzenlenmiş baskı iğnelerini bilgisayardan gelen veriler doğrultusunda elektromıknatıs yardımıyla kâğıt ile yazıcı kafası arasında gergin duran mürekkepli şeride nokta vurarak baskı yapan yazıcılardır.¹⁷¹

¹⁶⁵ *Dijital baskı terimleri*, www.universiteliler.com.tr/index_dosyalar/matbaaterimlerisozlugu13.htm, (26 Şubat 2009)

¹⁶⁶ *Dijital baskı nedir?*, www.dijitalbaski.gen.tr, (12 Ocak 2009)

¹⁶⁷ Harold Johnson ve Thomson Course, **Mastering Digital Printing**, Second Edition, Boston: 2005, s 13

¹⁶⁸ *Dijital Baskı*, <http://digitalassociation.org>, (15 Nisan 2011)

¹⁶⁹ *Yazıcı Türleri*, www.bakimi.com/bakimlar/yazici-nedir-yazici-turleri-ve-ayarlari.html, (15 Nisan 2011)

¹⁷⁰ *Yazıcı Türleri*, <http://www.masterhack.com/yazicinin-turleri-t180611.html>, (15 Nisan 2011)

¹⁷¹ *Yazıcılar*, tr.wikipedia.com, (15 Nisan 2011)

Karakter baskı makineleri, daktilo makinesinden yazıcıya dönüşen türdür. İlk örnekleri tamamen daktilo yapısında olan bu tür yazıcıların daha sonraları bir satırı bir defada basan, üzerinde tüm yazı karakterlerinin yer aldığı döner silindirlerin bulunduğu türleri de üretilmiştir.¹⁷² Bu yazıcılar grafikleri ve farklı yazı tiplerini ancak özel bir grafik baskı çarkıyla basabilirler.¹⁷³ Yeni şekiller ve karakterler için farklı kafa ihtiyacı, yavaş kalması ve grafik baskı için yetersizliği kullanım ömrünü kısa tutmuştur.

Mürekkep püskürtmeli yazıcılar, nokta matrisli baskı makinelerindedir. Ancak bu baskı makineleri şerit kullanmazlar. Bunun yerine resmi ve karakterleri oluşturmak için vuruşsuz bir yöntem kullanırlar. Baskı kafası kağıda değmez. Bunun yerine kafa kağıda mürekkep damlacıkları püskürtür. Bu püskürtücü uçların çapı, 1 milimetrenin 20’de biri kadar küçüktür.¹⁷⁴ Mürekkep püskürtmeli makineleri de kendi aralarında ısı püskürtmeli yazıcılar, piezoelektrik püskürtmeli baskı makineleri ve sürekli püskürtmeli baskı makineleri olarak üçe ayrılırlar.¹⁷⁵

Lazer baskı makineleri, son geliştirilen baskı makinesi türüdür. Sessiz, yüksek baskı kalitesine sahip ve diğer baskı makinelerine göre daha hızlıdır. Bilgisayardan gelen sayısal kodlar, lazerle ışığa duyarlı baskı silindiri (davul-drum) üzerine çizilir. Silindirdeki elektrikli alanlara baskı tozu parçacıkları (toner) yapışır. Yapışan toner, dönmekte olan baskı silindiri tarafından baskısı gerçekleştirilir. Baskı tozu 150 °C derece civarında kurutulur ve hemen ardından soğutulur.¹⁷⁶ Lazer yazıcılar, şu ana kadar üretilenler içinde, hızlı ve kaliteli baskı yapabilen, en iyi yazıcılardır. Bu yazıcılardan,

¹⁷² *Yazıcılar*, tr.wikipedia.com, (15 Nisan 2011)

¹⁷³ *Yazıcı Türleri*, <http://www.masterhack.com/yazicinin-turleri-t180611.html>, (18 Nisan 2011)

¹⁷⁴ *Yazıcılar*, <http://www.ppt2txt.com/r/c627c78e/>, (21 Nisan 2011)

¹⁷⁵ Candan Cengiz, “Dijital Baskı Teknolojileri ve Mürekkepler 2”, **Print Market Dergisi**, Sayı:1, Temmuz-Ağustos 2009, S:58-59,

¹⁷⁶ *Yazıcılar*, [http://tr.wikipedia.org/wiki/Yazıcı_\(bilgisayar\)#Karakter_yazıcılar](http://tr.wikipedia.org/wiki/Yazıcı_(bilgisayar)#Karakter_yazıcılar), (16 Nisan 2011)

matbaa kalitesinde çıkış alınabilmekte ve böylelikle baskı öncesi çalışmalar daha da hızlı yapılabilir olmuştur.¹⁷⁷

Son baskı sistemlerini masamızın kenarına kadar taşıyan teknoloji, kalite olarak normal baskı sistemlerini aratmasa da özel ve miktarlı baskı gerektiren broşür ve kataloglar için üretim maliyeti açısından da ofset ve tıfdruk baskı sistemleri tercih olarak görülmektedir.¹⁷⁸

2.2.4 Fotoğrafın İcadı¹⁷⁹

Fotoğrafın icadı, gazetecilik ve haber için ayrı bir önemi vardır. Fotoğrafın gazetelere basılabilir hale gelmesinden sonra haberin ve gazeteciliğin, vazgeçilmez unsurlarından biri haline gelmiştir. 1800'lü yılların sonuna kadar basın veya haber fotoğrafçılığında söz edilememektedir. Bu döneme kadar gazeteler daha çok çizerlerle olayları veya haberleri resmederlerdi. Fotoğrafın gazeteye girmesi bu dönemde hem pratik değildi hem de çok maliyetli oluyordu. 1890'lı yıllarda yarım ton baskı kalıbı ile basın fotoğrafçılığı gelişmeye başlamıştır. Öyle ki fotoğraf haberin tamamlayıcısı olmuştur. Hatta günümüzde fotoğrafsız haber bir yanı eksik olarak görülmektedir çünkü bir fotoğraf bazen sayfalar dolusu yazıdan çok daha fazlasını anlatabilmektedir.¹⁸⁰

Fotoğraf kelimesi, Yunanca photo yani *ışık* ve Latince graph yani *iz bırakmak* sözcükleri birleştirilerek türetilmiş bir isimdir. Kelime anlamı, ışık yardımı ile iz bırakmaktır. Fotoğraf cisimlerden yansıyan elektromanyetik radyasyonun daha kısa

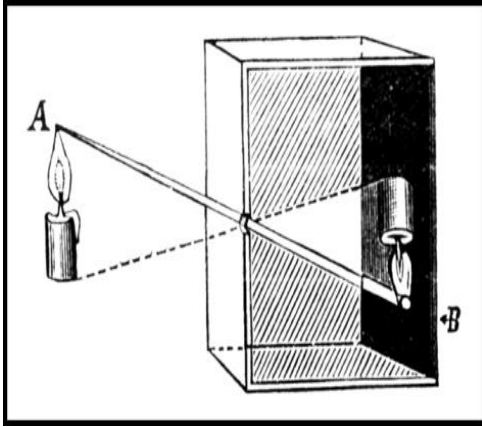
¹⁷⁷ *Dijital Baskı*, www.dijitalbaski.gen.tr, (21 Nisan 2011)

¹⁷⁸ Hasan Fehmi Ketenci ve Can Bilgili; **Yongaların 10000 yıllık gizemli dansı Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, 1. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2006 , s.135

¹⁷⁹ Engin Çağlak, "Temel Fotoğrafçılık Ders Notları", (İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi), 2011

¹⁸⁰ Ulrich Keller, "Fotoğraf Haberciliğinin İlk Zamanları", **İletişim Tarihi**, David Crowley ve Paul Heyer (drl.), Berkay Ersöz (çev.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, ss.241-251

anlatımla ışığın toplanıp odaklanmasıyla kimyasal bir yüzeyde iz bırakmasıyla oluşturulur.



Resim-2.1: Kara Kutu

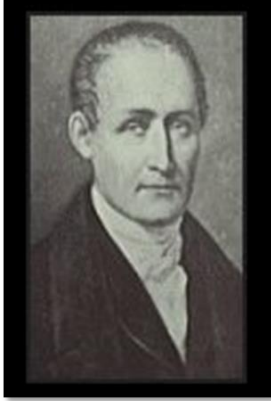
Her teknolojik gelişme gibi Fotoğrafın ortaya çıkması çok uzun yılların birikimi sonucu olmuştur. Birincisi, fiziğin ve optiğin kurallarına bağlı kalır, diğeri kimyanınkiler; bu ikisinin birleşmesi sonucunda fotoğraf ortaya çıkmıştır. Ne kadar kompleks olursa olsun, aslında fotoğraf makineleri temelde ışık geçirmez birer kutudurlar.

M.Ö. 384–322 yılında Aristo, herhangi bir delikten bakarak güneşin ya da ayın resmini muhafaza etme olanağından söz ederken Arap Alhazen de (965–1038) karanlık oda hakkında bilgi vererek; herhangi bir görüntünün kutudaki delikten geçerek karşı duvara ters olarak düştüğünü söylüyordu. Daha sonraları, Rönesansın ünlü ve çok yönlü üstadı Leonardo Da Vinci (1452–1519) el yazmalarında siyah oda sorununa temas ettiği görülür. 1550 yılında, Jerome Cardan karanlık odadaki küçük deliğe cam bir disk yerleştirdi. 1650'den sonra karanlık odanın hacmi ufaldı ve taşınabilir bir duruma geldi, ayrıca, odak uzaklıkları farklı mercekler sayesinde resim, yağlı bir kâğıda yansıtılabiliyordu.

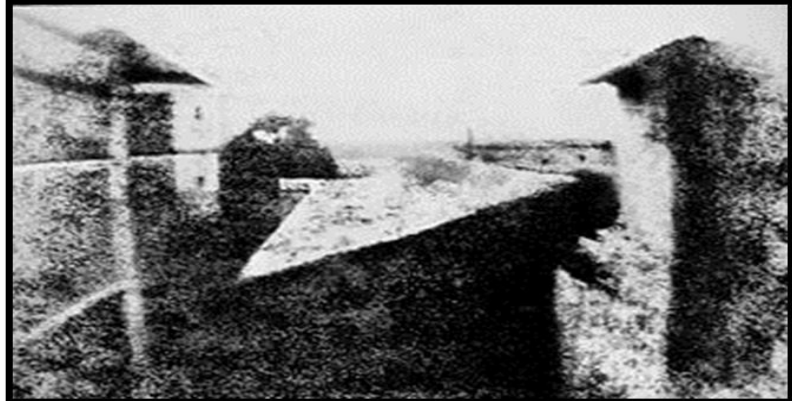
Işığın duyarlı bir yüzey üzerindeki etkisinin insan zihnini kurcalaması, belki de ortaçağ simyacılarına kadar uzanır. İlk önemli çalışmalar Johan Heinrich Schulse'la başlamaktadır (1687–1774). Nuremberg yakınında Altdorf Üniversite'sinde anatomi profesörü olan bu zat bir şişeye tebeşir, gümüş ve nitrik asit doldurup sallayınca bu karışımın ışığa gelen yanının karardığını görmüş ve bu kararan maddeye scotophore yani karanlıkları getiren adını takmıştır.

Humphry Davy 1802 yılında Büyük Britanya kraliyet kurumu gazetesinde bir deneme yayınladı. Bu denemede, cam üstünde çizilmiş tabloları kopya etmek ve ışığın gümüş nitrat üzerindeki etkisiyle bu tabloların resmini elde etmek için gerekli metotlar ele alınıyordu.

Çağların yoğurduğu bir düş, insanoğlunun kabına sığamadığı aydınlık bir çağda Fransız fizikçisi Joseph Nicéphore Niepce'le en belirgin şekli olarak buluş haline geliyordu. Niepce, evinde motorlar, renk veren maddeler, pancar şekeri gibi şeyler üzerinde bilimsel deneyler yapıyordu. Joseph bu çalışmalarında gravürleri, duyarlı bir maddeye batırılmış satıh üzerine ışık vererek kopya etme fikri geldi aklına. Böylece, 1816'dan itibaren gümüş klorürlü kâğıt üzerinde gerçek fotoğraflar elde edildi.



Resim-2.2: Joseph Nicéphore Niepce (1765–1833)



Resim-2.3: Tarihin bilinen ilk fotoğrafı, Niepce'nin penceresinden çekilmiştir. Joseph Nicéphore Niepce-1826.

Joseph Nicéphore Niepce Tarihin bilinen ilk fotoğrafı, Joseph Nicéphore Niepce (1765–1833) tarafından 1826'da çekilmiştir.

1878'e doğru, Amerikalı' Charles E. Bennet, negatif plakaların, özellikle enstantaneler için yeterli bir hız sağlıyordu. Öyle ki, bu yöntemle fotoğraf makinesi artık rahatlıkla elde taşınabilir bir duruma gelmişti. Nihayet 1888 yılında George

Eastman'nin pelikülleri ticari bir madde haline getirmesiyle modern fotoğrafçılık doğmuş oldu. George Eastman fotoğraf makinesine KODAK adını vermişti.

Eastman ilkin duyarlı kâğıtlar, sonra da selüoit filmleri kullanıyordu. Artık insanoğlu mutlu ve mutsuz olayların gözlemcisi olabiliyordu ve en önemlisi, geçmiş zamanı olaylarıyla birlikte belli kesitlerle dondurabilip kalıcı kılabilirdi.

Fotoğraflar, hem haberlerin hem de sayfa düzeninin önemli unsurları haline geldi. (televizyonun ve bulvar baskısının etkisi). Fotoğraflar yeterince büyük (mektup pulu kadar değil) ve bilgilendirici olmalıdır. Bir metindeki habere görsel açıdan anlamlı bir katkı sağlamalıdır. Çoğu zaman metne canlılık kazandırdıkları gibi, bir olaya yönelik kanıt özelliğini de taşırlar.¹⁸¹ Gazetede fotoğraf, okurların fotoğraf albümlerine koydukları fotoğraflardan farklı olmalıdır. Bir aile reisi, yalnızca oto parkta yaşanan kabusu göstermek yerine, ailesini arabasıyla hiçbir zarar görmeden eve ulaştırdığı anı görüntülemek ister. Editörler okuru bir sahneye doğru çekmelidirler. Önemli olan bölümü seçer ve tüm ikincil derecedeki öğeleri keser çıkarırlar. Bir dizi gereksiz ayrıntı içinde kaybolmuş heyecanlı bir olay, fotoğrafta etkisiz hale gelebilir. Fotoğrafı ilginç kılan, belleğimizin saklayamadığı bir anı dondurmasıdır. Fotoğraf gerçek değildir, gerçeğin kopyası da değildir, gerçeği yalnızca resmeder ve yorumlar. Bir fotoğrafın seçimi ve sayfadaki yeri konusunda editör titiz bir çalışma sergilemelidir.¹⁸²

¹⁸¹ Hermann Schlapp, **Gazeteciliğe Giriş**, Işık Aygün (çev.), İstanbul: İst. Üniv. İletişim Fakültesi Yayınları No:15, 2002, s. 129.

¹⁸² Wolf Schneider ve Paul-Josef Raue, **Gazetecinin El Kitabı**, Işık Aygün (çev.), İstanbul: İst. Üniv. İletişim Fakültesi Yayınları No:16, 2002, ss. 134-135.

2.2.4.1 Dijital Fotoğrafçılık¹⁸³

Fotoğraf teknolojisi de diğer alanlara paralel olarak çok hızlı ilerlemektedir. Geleneksel fotoğrafta kimyasal tepkimelere uğrayan film yerini dijital yani sayısal fotoğrafçılığa bırakmaktadır. Dijital fotoğrafın temelleri 1970’li yılların sonlarında Amerika’da uzay araştırma merkezi olan NASA’nın öncülüğünde başlamıştır. Uzaya giden astronotların uzayda çektikleri filmleri geri getirirken, uzay ortamından ve radyasyondan dolayı bozulması sonucunda NASA, bu problemi çözme yollarını araştırmaya başlamasına neden olmuştur. Araştırmanın amacı film kullanmadan uzayda çekilen bir fotoğrafı bilgisayar verisi olarak elde etmek ve bu verileri filme yazdırılabilmektedir. Böylelikle elde edilen görüntü bozulmayacak şekilde, Cymbolic Science firmasının da yardımlarıyla ilk film yazıcısı imal edilmiştir. Bu şekilde dijital fotoğrafa ilk adım atılmıştır.¹⁸⁴

Bir görüntünün, kimyasal bir etki sonucu bir film veya baskı tabelalarına yansımaları ardından da çoğaltılması veya aktarılmasının, 0 ve 1’den oluşan dijital ortama geçirilmesi ve işlendikten sonra aktarılması veya basılmasının tamamı dijital fotoğrafçılığı kapsamaktadır. Bir başka deyişle;

“Dijital fotoğraf, fotoğrafçılar için filmsiz, banyosuz ve karanlık odaya girmeden son görüntüye ulaşmak anlamını taşıırken, karanlık odacılar için görüntünün geliştirilmesi veya iyileştirilmesi doğrultusunda bir yöntem; arşivciler için görüntünün elektronik olarak saklanarak yerden tasarruf ve kolay ulaşılabilirlik; rötüşçüler için kolay ve kusursuz sonuç elde etmek; renk ayırmacılar için ise ‘scannerci’ veya ‘diaci’ya

¹⁸³ Çağlak, “Temel Fotoğrafçılık Ders Notları”

¹⁸⁴ Umut Demirel, “Dijital Fotoğraf Baskı Tekniği”, **Photo Digital**, Sayı:1, (1999), s.35.

artık ihtiyacın ortadan kalkarak dijital ortamda son durumuna getirilmiş işlerin sadece çıkışını almak ve tasarrufu ifade ediyor.”¹⁸⁵

İlk çıkan dijital fotoğraf makineleri 2 megapiksel görüntü alabilirken şimdi cep telefonlarının bazı modelleri 8 megapikselin üzerinde görüntü oluşturabilmektedirler. Bunun yanı sıra profesyonel anlamda kullanılan dijital fotoğraf makineleri de “full frame” olarak adlandırılan 35mm film kalitesinde görüntü verebilmektedirler. Üstelik bu görüntüler kablolu veya kablosuz olarak direkt baskıya verilebildiği gibi internet üzerinden dünyaya da yayılabilmektedir. Fotoğrafın icadı ve ardından yaşanan yeni gelişmelerle fotoğraf, gazetelerde boy göstermeye başlamıştır. Fotoğrafın etkisi haberciler ve gazeteciler tarafından kısa zamanda anlaşılınca hemen hemen her haber fotoğrafla birlikte okuyucusuna ulaştırıldı. Ancak uzak mesafeler için fotoğraf gönderimi bir sorun olarak ortaya çıkmıştır.

2.2.4.2 Telefotonun İcadı

Şehirlerarası veya uluslararası haber takibine giden muhabir ve fotoğrafçılar, takip ettikleri haberleri telgraf, telefon veya radyo kanallarıyla gazete merkezlerine bildiriyorlardı fakat haberin fotoğrafını gönderemiyorlardı. Aynı iletişim hatlarını kullanarak fotoğrafın da yollanabileceği düşünüldü. Bu fikir, Edouard



Resim-2.4: Telefoto Makinesi

¹⁸⁵ Vasken Değirmentaş, “Zoom’dan Dijital Ortama Yenilikler: Dicommed...”, **Fotoğraf Dergisi**, Sayı 13, (1997), s.88.

Belin adında Fransız bir mucit tarafından 1907 yılında, Belin Belinographe ismiyle hayat buldu. Phototelegraphic cihazı, telefon ve telgraf ağları üzerinden fotoğraf göndermek için bir sistemdi ki bu buluş, Telefoto adıyla 1914 yılından beri gazetecilerin fotoğraflarını göndermek için kullanılmıştır. Daha sonra 1921 yılında geliştirilen makineyle radyo dalgaları ile görüntü iletimi sağlamak mümkün hale gelmiştir.¹⁸⁶

2.2.5 Telgrafın İcadı

Telgrafın bulunuşu iletişim teknolojilerinde bir devrim yaratmıştır. Bu zamana kadar yazılan bilgi veya haber, basıldığı yerden bir başka yere transferi bildiğimiz klasik yollarla oluyordu. Bilginin veya haberin taşınması da ciddi bir zaman problemi oluşturuyordu. Gerçi eski toplum ve medeniyetler bu soruna basit çözümler üretmiştir. Afrika toplumları davullarla, Amerika yerlileri dumanla, bazı toplumlarda ise ışığın yansıtılmasıyla, denizciler flamalarla mesajlarını gönderiyorlardı. Ama bu çözümlerde mesafe çok kısa kalıyordu, görme mesafesini geçemiyordu. Marshall McLuhan, telgrafın bulunuşunu ise şöyle yorumlamaktadır, “Telgraftan itibaren, mesajlar artık habercilerden daha hızlı yol alabiliyorlardı.” Bu gelişmeyle, iletişim, kuramsal olarak ulaşım tarzlarından ayrılmanın ilk örneğini gösterdi ki bu bir başlangıçtır.¹⁸⁷

Bir mesajın, bir atın dörtlüye yol almasından, daha hızlı iletilebilmesi fikri telekomünikasyonun temelini oluşturur. Çok eski çağlardan beri toplumlar, mesajlarını iletilebilmek için ateşten ve güneş ışığından yararlanmışlardır. Bunun pek çok örneği vardır ama tam anlamıyla sistematik ve birçok koddan oluşan bu sisteme 1700’lü yılların sonunda Fransa’da rastlanmaktadır. Claude Chappe’nin Fransa’da kurduğu bu sistem “Optik Telgraf” olarak adlandırılmaktadır. Kodlardan oluşan işaretler serisi hızlı olmasına rağmen tam anlamıyla çalışması iklim şartlarına bağlıydı. Özellikle kışın

¹⁸⁶Telefoto’nun İcadı: Edouard Belin, http://en.wikipedia.org/wiki/%C3%89douard_Belin, (22 Temmuz 2013)

¹⁸⁷Crowley ve Heyer, s. 182

kapalı veya sisli havalarda hiçbir işe yaramıyordu.¹⁸⁸ Diğer taraftan optik telgraf düzeneği, başta Avrupa olmak üzere dünyanın pek çok bölgesinde kurulmuştu. Her mevsim ve hava koşulunda çalışmaması yanı sıra çok ciddi bir problem olan yetmiş insan gücünün azlığı mucitleri yeni bir iletişim teknolojisine itmiştir.

Telgraf, elektrikle çalışan ilk iletişim aracı olma özelliğini taşımaktadır. Eski ve demode olmuş bir iletişim aracı olmasına rağmen bazı kullanım alanları halen mevcuttur. Amerikalı Samuel Morse tarafından icat edilen telgrafın ilk kez 1837’de İngiltere’de kullanılmaya başlanması birçok bakımdan iletişim tarihinde bir dönüm noktasıdır. Telgrafta, çizgi ve noktalardan oluşan basit bir kodlama alfabesi olan Mors alfabesi kullanılmaktadır. Mors alfabesi aracılığıyla işleyen iletişim, bugün dijital çağın en önemli unsuru olan iki tabanlı (binary) sayı sistemiyle işleyen ilk iletişim sistemidir. Bilgisayarların yalnız iki değişik durumu algılayabilen elektrikli aletler olması nedeniyle yaygın olarak kullandıkları iki tabanlı sayı sistemine bağlı olarak ortaya çıkan dijital iletişimin, temelini çok basit haliyle telgrafla başladığını söylenebilir. Bu sistem çok uzun yıllar hem askeri hem de sivil iletişim için kullanılmıştır. Telgrafın iletişim tarihi bakımından bir başka önemi de ilk büyük iletişim tekelini ABD’de ortaya çıkartan teknoloji olmasıdır: Western Union, daha sonra birçok tekel için örnek teşkil edecektir. İlk uluslararası iletişim örgütü de telgraf teknolojisi üzerine kurulmuştur. ITU 1865’de 20 Avrupa ülkesi tarafından kurulduğunda adı Uluslararası Telgraf Örgütü idi, bu örgüt daha sonra 1932 yılında telli ve telsiz iletişimini kapsayarak Uluslararası Telekomünikasyon Örgütü adını alacaktır. Osmanlı’da da telgraf Eylül 1855’de İstanbul-Edirne-Şumnu hattının açılmasıyla başlamıştır. Telgrafın yayılmasında Osmanlı yönetiminin askeri ve yönetsel nedenleri ön planda tutmalarına karşın, Londra-Bombay hattının, büyük ölçüde Osmanlı-İngiliz ticari ilişkilerinin önemi bakımından, Osmanlı topraklarında telgrafın yayılmasına vesile olduğu düşünülmektedir.¹⁸⁹

¹⁸⁸ Daniel Headrick, “Optik Telgraf”, **İletişim Tarihi**, David Crowley ve Paul Heyer (drl.), Berkay Ersöz (çev.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, ss.186-198

¹⁸⁹ Ümit Atabek, **İletişim ve Teknoloji**, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2001, s.60.

Mors alfabesi bu gün popülaritesini yitirmiş gibi gözükse de hala en sağlıklı ve güvenilir iletişim araçlarından biridir. Mors alfabesi ile bilgisayar klavyesi ve radyo dalgaları üzerinden çok uzak mesafelere mesaj gönderilmeye devam etmektedir. Özellikle tüm diğer iletişim olanaklarının kaybolduğu olağan üstü durumlarda Mors alfabesi, basit ancak güvenli bir iletişim sistemidir. Ayrıca bilgisayarlar yardımıyla dakikada 40 kelime ile mesaj iletilerek hızını da arttırmıştır. Günümüzde deniz ve havacılıkta güvenli seyir ve rotalar için Mors alfabesi kullanılmaktadır. Bununla birlikte sosyal hayatta da mutluluklarımızı ve üzüntülerimizin, bir diğer bildirim şekli de yine telgraf olabilmektedir.¹⁹⁰

2.2.6 Teleks İcadı

Teleks, görece olarak eski, ancak hala kullanılan iletişim araçlarından biridir. Maniplenin yerine bu kez, insan-alet etkileşiminin en bilinen yöntemi olan klavye kullanılarak, telgrafta olduğu gibi yine tel hatları üzerinden ve iki tabanlı sayı sistemine uygun olarak uzak mesafelere mesajların gönderilmesi amacıyla geliştirilen bir teknolojidir. 1950'li yıllardan itibaren ticari alanda geniş kullanım alanı bulan teleks, haber ajanslarının ve basın kuruluşlarının da demirbaş iletişim aracı olarak uzun yıllar kullanıldı. Günümüzde bazı haber ajansları hala özel hatlar üzerinden teleks hizmeti vermektedir. 1960'lı yıllardan sonra teleks mesajları haber ajansları tarafından radyo dalgaları üzerinden (RTTY) yayımlanmış, daha sonraları ise bu yöntem de terk edilerek uydu frekansları kullanılmaya başlanmıştır. Bugün artık büyük ajanslar yayınlarını uydu frekanslarına taşımıştır. Ancak özellikle denizcilik alanında RTTY, ARQ, FEC, SITOR, ve NAVTEX gibi kodlama yöntemleriyle radyo dalgaları üzerinden mesaj iletimi kullanılmaya devam etmektedir. Gerek uydu frekansları, gerekse de radyo frekansları üzerinden yapılan teleks yayınlarında bilgisayar kullanımıyla, özel şifreleme yöntemleri geliştirilerek hem iletim güvenliği hem de iletim hızı artırılmıştır. Ayrıca pactor ve

¹⁹⁰ Atabek, s.61.

clover adı verilen yeni yöntemlerle mesajların çok hızlı, güvenilir ve ucuz bir şekilde birden fazla alıcı ve verici grupları arasında iletimi olanaklı hale gelmiştir.¹⁹¹

Teleks Türk basınında da oldukça etkin kullanılmıştır. Gazeteci Cengiz Çandar, Arap-İsrail savaşını takip ederken teleks kullanımı ile ilgili hatıratını şöyle aktarmaktadır:

“İsrail Savunma Bakanlığı sözcüsü, bakanlığın bir açıklamasını teybe okuyor ve kaset bilgisayara veriliyor. Bilgisayar kendisine bağlı ne kadar haber bürosu ve gazete varsa hepsini telefonla otomatik olarak arıyor ve açıklamayı yapıyor. Yirmi saniye sonra savunma sözcüsünün bir açıklamasını vereceğiz. Lütfen ses kayıt cihazlarınızı hemen açın. Bir ajansın telefonuna bağlı teyp, savunma sözcüsünün açıklamasını bir dakikalık sürede kayıt ediyor. Ajansta görevli gazeteci ekranda haberi bir kez daha okuduktan, bilgisayarı aracılığı ile bir iki sözcüğü değiştirdikten sonra, teleksin düğmesine basıyor ve Londra’ya bağlanıyor. Haber o anda Londra’ya geçiliyor. Haber tümü daha Londra’ya ulaşmadan da, ajans dünyadaki tüm abonelerine bu haberi dağıtmaya başlıyor.”

Bu teknoloji gazetecilere ve gazetelere büyük kolaylık ve sürat kazandırmıştır. Dünyanın bir ucunda yapılan basın açıklaması veya haber, dakikalar içerisinde haber merkezlerine ulaşmaktadır.¹⁹²

¹⁹¹ Atabek, ss. 62-63.

¹⁹² Dağlı, ss. 67-68.

2.2.7 Telefonun İcadı

Graham Bell'in ilk telefonu çalıştırdığı 1876'dan günümüze kadar telefon, inanılmaz bir gelişim göstermiştir. Bu gelişim ve teknolojinin doğru kullanılmasıyla telefon halen en etkili kişisel iletişim araçlarından biri olma özelliğini korumaktadır. 135 yıl önce sesini uzaklara duyurabilen insan, bugün hem sesini, hem görüntüsünü hem de pek çok bilgiyi telefonları aracılığıyla göndermekte ve alabilmektedir. Graham Bell'in ilk telefon patentini aldıktan sonra Bell telefon şirketini kurmuştur. Daha sonra bu şirket, AT&T (American Telephone and Telgraph) ismini almıştır ve telefon sektöründe bir tekel olmuştur. Pek çok iletişim teknolojisinde olduğu gibi telefonun icadının ardından da arz talep patlaması olmuştur. Bunun sonucunda da telefon servisi vermek ve telefon cihazları satmak üzere 6000'den fazla şirket ortaya çıkmıştır. Çok sayıda telefon üreticisinin olması ve farklı şebekeler arasında ki uyumsuzluk kısa sürede büyük sorun olmuştur. Örneğin 1890'larda Hawaii'de Mutual ve Bell şirketlerinin müşterileri birbiriyle iletişim kuramaz hale gelmişlerdi. Bu durumu lehine çevirmeyi başaran ve birçok şirketi bünyesinde toplayabilen AT&T, 1913 yılına gelindiğinde piyasanın önemli bir bölümünü kontrolü altında tutuyordu ki bu durum 1984 yılına kadar devam etmiştir.¹⁹³

2.2.7.1 Dijital Telefonun Gelişimi

1984 yılında AT&T'nin veri işleme alanına girebilmesi için bölgesel telefon hizmetlerinden feragat etti. ABD'de iletişim sektöründe kuralların kaldırılması döneminin başlangıcı olarak kabul edilen bu olay aynı zamanda telefon ve bilgi işlem dünyasının artık iç içe olacağını ve bundan sonrada birlikte gelişeceklerini gösteriyordu.

¹⁹³ Atabek, ss.63-64.

Telefon hizmetlerinin dijital hatlarla verilebilir olması birçok telefon hizmeti ve uygulamasını da beraberinde geliştirmiştir. Bu sayede telefon hatları, ticari pazarlama, siyasi propaganda, şirketler için müşteri ilişkileri ve acil telefon servisleri amacıyla kullanılmaktadır. 1980’li yıllarda telsiz telefon (wireless telephone) diye adlandırılan ve kısa mesafeler içinde telefon şebekesine mobil cihazlarla ulaşmayı mümkün kılan teknoloji ortaya çıkmıştır. Telefonun radyo dalgaları kullanılarak mobil iletişime olanak tanınması, 1980’li yılların sonunda geliştirilen ve “araç telefonu” diye de adlandırılan analog mobil telefon teknolojisi sayesinde olmuştur. NMT (Nordic Mobile Telephone) diye adlandırılan araç telefonu Türkiye’de 1986 yılında Ankara ve İstanbul’da başlamıştır. 1990’lı yılların başından itibaren ise dijital hücreli telefon sistemleri ve santralleri geliştirilmiş ve sesi dijital veri haline getirmiştir. Sesi dijital ortama aktarılması, telefon kullanıcılarını daha da özgür kılmıştır. Dijital ses verileri, santral dışında, havada frekanslarla iletişimin sağlanması ile “cep telefonu” diye isimlendirecek kadar küçük boyutlarda GSM (Global System for Mobile Communication) dijital cellular taşınabilir, mobil telefonlar kullanıma sunulmuştur.¹⁹⁴

2.2.8 Radyo İcadı

Daha önceki konu başlıklarında dikkat çekilen teknoloji birikimi, radyonun icadında da karşımıza çıkmaktadır. Ses dalgaları, şiddeti ve elektrik ile bulunan mikrofonun bulunmasının ardından radyo icat olunmuştur. Hava, genellikle sesin maddesel taşıyıcısıdır. Bunu gösterebilen Diyaazon, titreşimler yayarak “La” notasını veren 1711’lerden kalma eski metal bir ayardır. Hertz ise sesin şiddetini belirleyen ölçümlemedir ki İnsan kulağı, 20 Hz (0 desibel) ile 18 000 Hz arasında ses şiddetini duyabilir.¹⁹⁵ Mikrofon ise ses titreşimlerini, elektrik titreşimlerine dönüştürmektedir.

¹⁹⁴ Atabek, ss.64-65.

¹⁹⁵ Cavalier , ss. 111-114.

Elektrik titreşimleri, vericiler, yükselticiler ve hoparlörler aracılığıyla, disk üzerinde, mıknatıslı bant üzerinde ya da doğrudan hertz dalgaları üzerinde saptanabilecektir.¹⁹⁶

1878’de, mıknatıslı dalgaları, radyo dalgasını iletme aracı olarak sezinleyen Hertz, bu dalgalara ismini vermiştir. Bu buluş, Fransız Edouard Branly’nin 1890’da radyo iletkenini bulmasını sağlamıştı. Ardından 1895’de, Rus Alexandre Popov, 250metrelik bir uzaklığa mors alfabesiyle ilk telsiz iletisini ulaştırın anteni buldu. Aynı yıl, İtalyan fizikçi Guglielmo Marconi, bütün bu buluşları, telsiz telgrafla kodlanmış elektromıknatıslı bir ileticiyi iletme için tasarlamıştır. Marconi, ilk olarak iki İtalyan gemisi arasında, sonra 1901’de İngiltere ve Newfoundland arasında telsiz telgrafla bir bağlantı kurmuştur. Aynı yıl içinde, ABD sözlü bir iletinin ilk telsiz yayınıyla telsiz telgrafı resmen bulur. Bu dönemde Marconi Company’nin İngiltere’de yaptığı izlenice yayınları, her ne kadar yaklaşık üç yüz İngiliz “telsizci” tarafından galenli alıcılar aracılığıyla dinleniyorsa da, gerçekte ilk düzenli radyo yayınları ABD’de başlar. Pittsburg’da, mühendis Frank Conrad **K.D.K.A**’yı (ilk özel yayaç) yaratır ve 1920’de reklamlarla bütünlenen düzenli, gerçek bir radyo izlencesi yayınlar.¹⁹⁷

1921’de ilk düzenli Fransız radyo yayını Eiffel Kulesi’nden yapılmıştır. Bu yayında ilkin hava durumu, sonra hammaddelerle tarım ürünlerini içeren borsa kurlarının yayını gerçekleştirilmiştir. Emekleme devresini atlatan radyo, bütün dünya da hızla koşmaya başlamıştır. İnsanlar, kitleler halinde radyo haberlerini dinlemek için radyo başında toplanıyorlardı. Dönemin liderleri radyonun gücünü kısa zamanda kavramışlardı. Özellikle II. Dünya Savaşı yıllarında radyo etkin bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Radyonun, belirli sabit bir mekânda bulunanlar tarafından topluca dinlenilmesini zorunlu kılan lambalı teknolojisi onun kitlelere hitap etmesini sağlıyordu. Transistörün icat edilmesiyle radyo artık portatif olarak kullanılabilen, dolayısıyla da tek tek bireylerce dinlenilebilen bir kitle bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir.¹⁹⁸ 1933

¹⁹⁶ Cavalier , s. 119.

¹⁹⁷ Cavalier , ss. 129-130.

¹⁹⁸ Atabek, s.75.

yılında parazitsiz yayın olanağı veren FM (Frequency Modulation) yönteminin, 1960'lı yıllarda da ses derinliği olanağı veren stereo yayın yönteminin bulunmasıyla ses kalitesini artıran radyo, haberlerin ve propagandanın yanı sıra müzik yayınlarına yönelmiştir.

Teknolojik gelişmeler radyo yayıncılığın da birçok yenilik ve gelişme sergilemiştir. Özellikle radyo alıcıları cebe sığacak kadar küçülmüşlerdir. Diğer taraftan bilgisayar destekli radyo yayını yapmak için küçük bir oda ve bir bilgisayar yeterli olmaktadır. 1980'ler radyoyu, dijital ortama taşıyan gelişmelerin yaşandığı yıllar olmuştur. Radyo dalgaları üzerinden sayısal kodlu bilgilerin iletebilmesi ile radyo dijital ortamla birleşmiştir. Bu gelişme daha yeni kullanım şekillerine olanak tanımaktadır. Bunların yanı sıra radyo, ses verisini dijital olarak çok yüksek kalitede iletmek üzere uydu frekansları da kullanılmaktadır. Aynı zamanda internet üzerinden de radyo yayınları daha uzaklara seslerini duyurabilmektedirler.¹⁹⁹

Radyonun icadı ve kullanımının hızla yayılması, kendinden önceki iletişim teknolojileri arasında ki bağlantıyı yinelemiştir. Sözlü kültürden yazılıya, oradan basılı kültüre ve sözlü elektronik kültüre geçişi sağlayan iletişim teknolojisi olarak, kitleler üzerinde yeni egemenlik ilişkilerinin kurulmasına öncülük etmiştir. Sözlü iletişim tekrar yazılı iletişim karşısında bir önem kazanmıştır ancak bu çok uzun sürmeyecektir. Hemen ardından gelen görüntülü iletişim daha da güçlü yerini alacaktır. Eski kültürden sıyrılan sözlü radyo teknolojisi, kendi kitlesini kısa sürede oluşturmuş ve kendi çağının etkin aktörü olarak bir rol almıştır.²⁰⁰

¹⁹⁹ Atabek, ss. 76-77.

²⁰⁰ Akıncı Vural, s.11

2.2.9 Televizyon İcadı

İlk hareketli resimlerin hayali onyedinci yüzyıla dayanmaktadır. Bu yıllarda Avrupalı mucitler hareketli resimleri hayaletmişler ve yaptıkları basit projektör fenerlerle de tanımlamışlardır. Ancak bu rüyanın gerçeğe dönüşmesi 1800'li yılların sonunu bulmuştur. Bu yıllarda Thomas Edison ve yardımcısı W.K.L. Dickson, ilk hareketli resim kamerasını (kinetograf) ve gösterim makinesini (kinetoskop) icat etmişlerdi. Bu ilk buluşlar bir zemin hazırlamış ve eksiklikleri zaman içerisinde giderilmişlerdi. Bu eksiklikler arasında film, kamera, ışık, objektif ve gösterim cihazlarıyla, gösterim yerleri zaman içinde gelişti ve gelişmektedir.²⁰¹

Zaman içerisinde hareketli görüntü sinema ismini almıştır. İlk başlarda kısa ve sessiz olan sinema, kısa zamanda sesli uzun metraj filmlere dönüşmüştür. Tüm dünyada çığ gibi büyüyen sinema sektörü, radyo dalgalarını kullanarak kablosuz görüntü aktarmayı başarmıştır.

Hareketli görüntülerin elektromanyetik dalgalar üzerinden iletimi konusunda çalışmalar 20. Yüzyılın ilk çeyreğinde gerçekleştirilmişti. Ancak televizyonun bir kitle iletişim aracı olarak yaygınlaşması 1950'li yıllarda oldu. Televizyon, tıpkı radyonun ilk yıllarında olduğu gibi, fiziki boyutları, şebeke elektriğinden beslenmesi gibi nedenlerde evlerimizin başköşelerinde topluca izlenilen bir kitle iletişim aracı olarak kullanıldı. Teknolojik gelişmeler artık şebeke elektriği yerine küçük bataryalardan beslenen küçük boyutlu portatif televizyon alıcılarını olanaklı kılıyor. Ancak yine de televizyon, izlenirken ya da en azından seyredilirken başka bir işle uğraşmamızı kısıtladığı için radyonun yerine bütünüyle geçemiyor. Görüntü kalitesindeki artış ve daha büyük ekranların geliştirilmesi de diğer rakibi sinemayı alt etmesine yetmiyor. Bütün bunlara

²⁰¹ Daniel Czitrom, "İlk Hareketli Resimler", **İletişim Tarihi**, David Crowley ve Paul Heyer (drl.), Berkay Ersöz (çev.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, ss.261-272

karşın televizyon insanların bir biçimde saatlerce karşısında durmalarını sağlayan en yaygın kitle iletişim araçlarından biridir. Televizyon teknolojisinde görüntü ve ses kalitesi artırmaya yönelik sürekli yenilikler yapılmaktadır. Bunların bir kısmı televizyon yayıncılığı biçim ve içerik bakımından derinden etkileyecek önemdedir. Bu teknolojik yeniliklerden üzerinde en çok tartışılanı HDTV (high definition television: yüksek tanımlı televizyon) teknolojisidir. Normal televizyon yayınlarında resim 625 satırdan oluşur. Daha yüksek netlikte bir görüntü elde etmeye yarayan HDTV’de ise 1125 satır sayısına eşdeğer bir görüntü kalitesi olanağı, standart 4:3 ekran formatı yerine 16:9 formatında sunulmaktadır. Bu sayede sinemadaki sinemaskop görüntüye yakın bir görüntü elde etmek olanağı vardır. Ancak HDTV’de iki sorunla karşılaşmış ve bu nedenle bu teknoloji bir türlü günlük kullanıma geçememiş hatta başlamadan terk edilme tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Sorunlardan biri HDTV standartının nasıl olacağıdır ve bu konuda ABD, Avrupa ve Japonya elektronik sanayicileri arasında büyük tartışmalar çıkmıştır. İkinci sorun ise mevcut televizyon alıcıların ne olacağı sorunudur. Bu konuda ACTV (Advanced Compatible Television: ileri Uyumlu Televizyon) ve EDTV (Enhanced Definition Television: Gelişmiş Tanımlı Televizyon) teknolojileri çözüm önerileri olarak gündeme getirilmiştir. Ancak tartışmalar ve belirsizlik sürmektedir. Ekran görüntüsünün iyileştirilmesine ilişkin bir diğer teknolojik yenilik de çok uzun süredir kullanımda olan CRT (Cathode Ray Tube: Katot Işınlı Tüp) teknolojisinin yerine LCD (Liquid Crystal Display: Sıvı Kristal Ekran) teknolojisinin kullanılmasıdır. Japon Sharp şirketi tarafından tüketici elektroniği piyasasına 1975 yılında sokulan bu teknoloji, bir yandan CRT teknolojisinin getirdiği sağlık sorunlarını taşımamakta, diğer yandan da ince bir tabaka halinde üretebildiği için az yer kaplayarak duvara tablo gibi asılabilen bir monitöre olanağı sunmaktadır. Benzer bir teknolojik yenilik de plasma ekranlarıdır. Ancak bir yandan elektronik sanayicilerinin tüp teknolojisine yaptıkları yatırımlardan hemen vazgeçememeleri, diğer yandan da LCD görüntüsünün yüksek çözünürlükteki görüntü kalitesini daha pahalıya sunması nedenleriyle LCD teknolojisi henüz tam yaygınlaşmamıştır. Televizyon izleyicilerinin izleme biçimlerini etkileyen teknolojik bir diğer yenilik de uzaktan kumanda (remote control) aygıtlarıdır. Televizyon alıcılarında dijital teknoloji kullanımı sayesinde, avuç içine sığan bir aygıtle, istediğimiz bir programı, yerimizden kalkmadan seyrebiliriz. Bu teknoloji, izleyicinin bir programdan vazgeçmesini ve diğerini seçmesini

kolaylaştırmakta, dolayısıyla da reklam verenlerin işini zorlaştırmaktadır. Televizyon teknolojisindeki yeniliklerden son olarak, şifreli yayın teknolojisine değinelim. Bu teknolojiyle, görüntü ve ses sadece yayıncının pazarladığı kod çözücülerle (decoder) izlenebilir. Böylelikle yayın izlemek için abone olmak zorunluluğu ortaya çıkar ve yayıncı yayınından dolaysız kazanç sağlar. İzleyici ise olağan televizyon yayınları dışında, reklamlarla bölünmeyen özel programlara ulaşma olanağını elde eder. Bu teknoloji, bir yandan televizyonu sinema ile olan rekabetinde konumunu bir anlamda güçlendirebilmesine yol açarken diğer yandan da ihtisaslaşmış tematik yayın programlarıyla farklı bir izleyici grubunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ancak şifreleme yöntemleri zamanla çözülebilmektedir, birçok çeşit şifreyi çözebilen ve de-scrambler adı verilen cihazların yanı sıra şifre çözen bilgisayar programları aracılığıyla yayıncılar önemli parasal kayıplarla karşılaşmaktadır.²⁰²

2.2.10 Faks İcadı

Günlük gazeteler teknolojik devrime paralel olarak haber alma kaynaklarından, bilgisayar ve elektronik data işlemlerini kullanarak yeni düzenlemelere gitmişlerdir. Artık günlük gazeteleri oluşturmanın yolu sayfalar dolusu yazı kullanmakla değil, elektronik sistemlerin kullanılmasıyla gerçekleşmektedir. Gazetecilerin haberlerini, köşe yazarlarının makalelerini faks ya da modemle gazetelerine gönderdikleri, günümüzde ise gazetelerin okuyuculara bilgisayar ile ulaşması olası hale gelmiştir.²⁰³

Baskı makinelerine sürekli kâğıt tomarları veren işçileri saymazsak, yaratılan bir düşünceyle basılan sayfa arasındaki son insan aracılığı bir düğmeye dokunmadır. Bu dokunmayı sağlayan ise uydularla gelen faks iletimi ve bilgisayarlardır. Faks iletimi 1950'lerden beri kullanılmaktadır. Telefaks basılı sayfaları gözden geçirip, telefon hattı ya da uydularla iletilebilen sinyallere dönüştürür. Veriler diğer uca ulaşınca bir baskı

²⁰² Atabek, s. 80.

²⁰³ Şengül Özerkan, "Bilgisayar ve İletişim", **Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, No:3, (1993), s.151.

levhasına aktarılır ve makinelere yerleştirilir. Faks sistemindeki tercih, gazetenin baskı saatini erken zamanlara çekmesi ve dağıtım için vakit bırakmasıdır. Uyduların ve faks güdümlü baskı makinelerinin kullanılması, gazete sahiplerine, diğer yayıncıların karlı bölgelerine girme şansı verir.²⁰⁴

Faks iletişimindeki bağlantı bozuklukları, transferin yavaşlığı ve resim kalitesindeki yetersizlik bu konuda yeni bir teknolojiye gereksinimi ortaya çıkarmıştır. Bu ihtiyaçlara cevap verebilecek bir sistem 1980 yılında geliştirilmiştir. Hızlı tarama sistemi denilen bu sistemde uydulardan yararlanılmıştır. Gazeteler günümüzde de faks ve iletişim ağları ile resim yollama yöntemini kullanmaktadır. Örneğin, Norveç Aften Posten Gazetesi fiber optik bağlantılar kullanarak Oslo'da bulunan merkez binasından 6 mil yarıçapındaki bir daire içerisinde bulunan banliyölere tüm zorluklara karşın trafikten ve hava koşullarından etkilenmeden ulaştırılmaktadır. Faks aynı zamanda, coğrafya ya da iklim koşullarının normal iletişim koşullarını zorlaştırdığı ya da rastlantılara bağlı hale getirdiğinde kullanılmaktadır. Örneğin; Japonya'da sayfaların bütün adalara iletilişinde ya da İsveç'te Stocholm gazetelerinin Grand Nord'a naklinde olduğu gibi.²⁰⁵

2.2.11 Bilgisayarın İcadı

Bugün tarihe dönüp geri baktığımız zaman icatların tamamına yakını bir ihtiyacın sonucunda bulunduğunu görmekteyiz. İnsanoğlu doğa ve toplum yaşamı içerisinde ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirdiği teknoloji veya bir başka deyişle uzuvlarının uzantısı ve tamamlayıcısı olan aletler hayatımıza girmiştir. Bu teknoloji ürünleri çoğu zamanda hayatımıza girmekle kalmamış kültürlerimizi

²⁰⁴ Nurdoğan Rigel, **Kâğıt Kaplanlar**, İstanbul: Der Yayınları, 1993, s.154.

²⁰⁵ Charon, s.114.

şekillendirmişlerdir. Bir zamanların teknolojik yenilikleri de ihtiyaç kalmadığı zaman sessizce tarih sayfalarında ki yerlerini almışlardır.

Bilgisayarın icadı da yine bir ihtiyaç sonucunda ve çok uzun yıllar süren birikimlerin sonucunda olmuştur. Tez çalışmamızın başından beri söylediğimiz gibi hiçbir teknolojik yenilik bir anda ortaya çıkmamış olgunlaşma süreçlerini, karmaşık yapılarıyla orantılı olarak belli bir zamanın ve birikimle tamamlamışlardır.

Yerleşik düzene geçen ve zamanla ticarete başlayan insanoğlu hesap yapma gereksinimini, **Abacus** denilen ve bilgisayarın temellerini oluşturan bu hesaplayıcı M.Ö 1000 yıllarında ilk defa Çinlilerin kullandığı kabul edilmektedir. Hesap makinesi sayılabilecek ilk ciddi icat için ise 2642 yıl geçmesi gerekmiştir. Fransız matematikçi Blaise Pascal, Pascalline adını verdiği hesap makinesi toplama ve çıkarma işlemlerini yapabiliyordu. Bu icattan 30 yıl sonra Alman matematikçisi olan Gottfried Wilhelm Leibniz, 1671 yılında Leibniz Çarkı adlı aygıtı ile toplama ve çıkarma işlemlerinin yanı sıra bölme, çarpma ve karekök alma işlemlerini de yapabiliyordu. İngiliz hükümetinin desteği ile Charles Babbage, uzun süren çalışmalar sonunda Fark Makinesini 1830 yılında icat etti. Babbage, daha sonra Analitik Makine adını verdiği projeye buhar gücünü kullanarak daha fazla fonksiyona sahip bir makine yapma düşüncesindeydi ancak 1871 yılında öldü. Babbage analitik makinede mantıksal işlem birimi, veri depolama birimi, giriş çıkış üniteleri kullanmayı planlıyordu. Bu mantık günümüzdeki bilgisayarın temel prensibi olmuştur. Bu sebepten dolayı Babbage'ye bilgisayarın babası denilmiştir.²⁰⁶

Amerikalı istatistikçi Herman Hollerith 1890 yılı nüfus sayımında geliştirdiği Mark-I isimli makine kartlarda ki deliklere göre çalışıyordu. Mark -I ile sayımın

²⁰⁶ R Orçun Madran, *Bilgisayar Teknolojilerine Giriş Bilgisayarın Tarihçesi*, http://moodle.midas.baskent.edu.tr/file.php/3/ek_kaynaklar/bilgisayarın_tarihçesi.pdf, (8 Ocak 2013)

değerlendirme süresi dörtte bire düştü. Herman Hollerith'in daha sonra 1896 yılında kurduğu "Tabulating Machine Company" adlı şirket başka bir firma ile birleşerek IBM ismini aldı. Harvard Üniversitesinden Howard H. Aiken, kısaca ASCC olarak adlandırdığı projesi ile IBM firmasına gitti. 1944 yılında MARK – I üretildi ve saniyede 5 işlem yapabiliyordu. 18 metre uzunluğunda, 2,5 metre yüksekliğinde devasa bir makineydi. Mark-I, insan müdahalesi olmadan sürekli olarak, hazırlanan programı yürüten ilk bilgisayar olma özelliğini taşısa da elektronik bir bilgisayar değildi.²⁰⁷

Birkaç yıl sonra Pensilvanya Üniversitesinden John Mauchly, ENIAC (Elektronik sayısal Hesaplayıcı ve Doğrulamayı - Electronic Numerical Integrator And Computer) isimli sayısal elektronik bilgisayarı 1946 yılında tamamladı. Bilgisayar 18000 vakum tübü, 70000 direnç ve 5000000 lehim noktasına sahipti. 160 kilowatt elektrik gücü tüketen makina Philadelphia daki ışıkların sönmeye başlamesine neden oluyordu. ENIAC, Mark I e göre 1000 kez daha hızlı bir bilgisayardı. ENIAC, 50 ton ağırlığıyla 167 m2 yer kaplamaktaydı. Askeri amaçlara hizmet etmesi için üretildi ve top mermilerinin menzillerini hesaplamak için kullanıldı. Aynı yıllarda matematikçi John Von Neume, EDVAC (Elektronik Soyut Değişken Otomatik Bilgisayar - *Electronic Discrete Variable Automatic Computer*) adını verdiği yeni bir bilgisayar üretildi ve ENIAC 'dan on kez daha küçük ve yüz defa daha hızlı çalışabiliyordu. Bu bilgisayarda verilerde program gibi hafızada tutulmaya başlandı. Bu sayede bilgisayar durdurulduğu noktadan çalışmaya devam edebiliyordu. Bu hafızaya depolama olayının doğmasına neden oldu. EDVAC'dan sonra 1951 yılında UNIVAC isimli bilgisayar yapıldı. UNIVAC, ilk defa manyetik teyp kullanarak verileri depolayan bilgisayar idi.²⁰⁸

1947 Transistörün kullanılmasıyla ikinci nesil bilgisayarlar devri başlamıştı. Transistörler sayesinde bilgisayarlar daha kullanışlı hal almaya başlamışlardı. 1960'dan sonralar entegre devreler üretilmeye başlandı. Entegreler binlerce transistörden

²⁰⁷ Geçmişten Günümüze Bilgisayar Tarihi, Bilgisayarların Tarihteki Gelişim Aşamaları, <http://www.bilgizenginleri.com/bilim-ve-teknoloji/10539-bilgisayarın-tarihcesi.html>, (9 Ocak 2013)

²⁰⁸ Madran, a.y.

oluşmaktaydı. Entegrelerin kullanılması bilgisayarın boyutlarının küçülmesinin, maliyet azalmasına ve işlem hızının artmasına sebep oldu. 1947 yılı sonlarında Birleşik Devletler ve İngiltere'deki çeşitli laboratuvarlarda en az dokuz bilgisayar yapılmıştır. New Jersey'deki İleri Araştırma Enstitüsü'nde dünyaca ünlü matematikçi John von Neumann, bütçesi kısmen ABD hükümeti ve kısmen de RCA Corporation tarafından karşılanan, paralel işlem yapma özelliklerine sahip, yeni hesaplamaları ardışık olarak değil de eş zamanlı olarak yapabilen ilk dijital bilgisayarı yapacak olan ekibin başında bulunuyordu. Projeler her geçen yıl artarak devam etti. Örneğin bir elektronik parça üreticisi olan Raytheon Corporation, 1950 nüfus sayımının çizelgelenmesine yardımcı olması için Nüfus Bürosu'na elektronik bir hesap makinesi sağlamak amacıyla Ulusal Standartlar Bürosu ile bir anlaşma yaptı.²⁰⁹ Bu yıllardan sonra manyetik diskler üretilmeye başlandı. Entegrelerin kullanımı ile merkezi işlem birimleri üretilmeye başladı. 1960'lı yıllarla işyerlerinde, üniversitelerde, ikinci nesil bilgisayarlar kullanılmaya başlandı. İkinci nesil bilgisayarlara yazıcılar, disk birimleri, hafıza, işletim sistemi ve programlar ilave edildi.²¹⁰

1970'den sonra entegreler birleştirilerek chipler üretilmeye başlandı. Chiplerin üretilmesiyle üçüncü nesil bilgisayar devri başlamış oldu. Bilim adamları yarı iletken olarak adlandırılan küçük bir yonga (chip) üzerine pek çok parçayı yerleştirerek yönetmeyi başardılar. Bu sayede üçüncü nesil bilgisayar daha da küçülmüş oldu. Bu işletim sistemi etrafında pek çok programın çalışması mümkün oldu ve bilgisayar hafızası bu programlar tarafından ortak olarak kullanılmaya başlandı.

Çok kısa bir süre sonra dördüncü nesil olarak adlandırılacak olan bilgisayarlar sisteme dahil oldu. 1971 yılında Intel 4004 yongasını ürettiğinde çok küçük bir yonga üzerinde merkezi işlem birimini yani CPU (Central Processing Unit) ile hafıza, girdi ve çıktı yönetimini toplamıştı. 1975 yılında piyasaya çıkan apple iki üniversite öğrencisi

²⁰⁹ Ruth Schwartz Cowen, "Elektronğin Toplumsal Gelişimi", **İletişim Tarihi**, David Crowley ve Paul Heyer (drl.), Berkay Ersöz (çev.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, ss.456-466

²¹⁰ Bilgisayarın İcadı, <http://www.bilgisayarinicadi.com>, Erişim: 8 Ocak 2013

tarafından bir evin garajında üretilmiştir. Günümüzde de söz sahibi olan IBM firması ilk kişisel bilgisayarını 1981 yılında piyasaya sürdü. 1981 de 2 milyon olan PC sayısı 1982 de 5,5 milyona ulaştı. On yıl sonra 65 milyon PC kullanılmaya başlandı. Artık dünyanın her tarafında IBM uyumlu bilgisayarlar üretilmeye başlandı. Üretimi uzak doğu ülkelerinde daha yaygın olarak yapıldı. Yazılımlar da IBM PC uyumlu olarak yazılmaya başlandı. Bu dönemden günümüze kadar bilgisayar teknolojisi akıl almaz bir hızla ilerledi. Bilgisayarlar küçüldükçe küçüldü ve ceket cebine girecek boyutta olmasına rağmen yapabilecekleri ve hızları aynı orandan daha fazla büyüdü ve gelişti. Bilim adamları çalışmalarını kendi kişisel bilgisayarlarında kaydedebiliyorlardı ama bilginin paylaşılması ihtiyacı, iki bilgisayarı bir birine bağlama veya tanıtmayı gerektirdi. İlk önceleri birbirine mekânsal olarak akın bilgisayarları daha etkili kullanılabilmesi için birbirlerine bağlanmaya başladılar ve böylelikle ilk bilgisayar ağları kurulmaya başlandı. Ağ üzerindeki her bir bilgisayar diğer bilgisayarların hafızalarını, programlarını bilgilerini paylaşmaya başladı. Bu tür birbirlerine bağlı bilgisayarların oluşturduğu ağlar (Local Area Network-LAN) diğer bilgisayar ağlarına bağlandılar. Böylece tüm dünyaya yayılan dijital bir ağ, İnterneti oluşturular.²¹¹ Beşinci nesil bilgisayar henüz icat edilmedi ama hakkında pek çok roman yazıldı ve filmler çekildi. Hayal edilen bu bilgisayar, Kendi kendini programlayabilen, konuşabilen, düşünebilen, çıkarımlar yapabilen ama aslında insana ve insanlığa hizmet etmesi için düşünülen bir sistem olmakla beraber, bilimkurgu yazarları bu hikâyenin sonunda bilgisayarlarla insanoğlunun ölüm kalım mücadelesini aktarmaktadırlar.

Özetle bilgisayar, yalnızca depolama bakımından değil, askeri, endüstriyel ve ticari bilginin dolaşımı bakımından, örneğin, telgrafın kablolu bir dünyayı yaratmış olmasıyla karşılaştırılabilir. Crowley ve Heyer'e göre, borsaların ve döviz alım satımının bilgisayarlar üzerinden küresel düzeyde birbirine bağlanması bir yüz yıl önce telgrafın ürün fiyatlarını ve piyasa sistemini dönüştürmekte oynadığı rolü anımsatır.²¹² Şeker'e göre de, Bilgisayarlar arasında bilgi transferi yapabilmek amacıyla çok sayıda

²¹¹ *Geçmişten Günümüze Bilgisayar Tarihi, Bilgisayarların Tarihteki Gelişim Aşamaları*, <http://www.bilgizenginleri.com/bilim-ve-teknoloji/10539-bilgisayarın-tarihcesi.html>. (9 Ocak 2013)

²¹² Crowley ve Heyer, s.439.

ulusal bilgisayar ağının yanı sıra, uluslararası ağlar da hızla yaygınlaşmaktadır. Büyük bilgi ve enformasyon bankalarının paylaşımı bu teknoloji ile mümkün olmaktadır. En yaygın olarak kullanılan internet bilgisayar ağı yardımıyla isteyen her bilgisayar kullanıcısı dünyanın herhangi bir yerindeki bilgi bankasına ulaşıp ondan faydalanabilmekte, isterse kendi bilgisayarına bilgi aktarabilmektedir.²¹³

2.2.12 Uydu İletişimi

İnsanlar, tarihin ilk çağlarından beri aralarındaki iletişimi çeşitli yollardan sağlamaya çalışmışlardır. Özellikle, yirminci yüzyılda iletişim elektriksel sinyaller yardımı ile telgraf, telefon, teleks, telefaks, telsiz radyo, televizyon olarak karşımıza çıkmaktadır. İletişim teknolojisinde güçlü radyo, televizyon ve vericilerinin ve telekomünakasyon sistemlerinin yeterli bir yörüngede yer alan uydular, sadece radyo ve televizyon sinyallerini, dünyanın diğer kesimlerine göndermekle kalmayıp, aynı zamanda yüzlerce telefon, teleks, telefaks haberleşmelerini sağlamakta ve daha bir çok değişik amaçla kullanılmaktadır.²¹⁴

Yapay ve tabii (Örn. Ay) uydular olmak üzere iki türe ayrılan uydular bilgi çağının otoyolu olarak nitelendirilmekte, sınırları kaldıran uyduların en önemli etkisi SSCB'nin dağılmasında kendini göstermiştir.²¹⁵ İletişim uyduları sayesinde uzaklık da bir maliyet unsuru olmaktan çıkmıştır. 1954 yılında Arthur Clarke; bugünkü iletişim şebekelerinin uydular sayesinde temellendirileceği fikrini ilk ortaya atan kişidir.

²¹³Tulay Bektaş Şeker, "Bilgi Teknolojilerinden Gelişmeler Çerçevesinde Bilgiye Erişimin Yeni Boyutları", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.13, (2005), ss.379-380.

²¹⁴Aytekin Can, "Uydu Yayıncılığı ve Kablo TV Televizyon", **Marmara İletişim Dergisi**, Sayı.6, (1994), ss.154-155.

²¹⁵Ahmet Şahinkaya, "Güncel Medya Teknolojisi ve Mevzuatı", (Basılmamış Ders notları, M.Ü. İletişim Fakültesi, İstanbul, 1998) s.8.

İlk gerçek iletişim uydusu Early Bird'ün ABD tarafından yörüngeye oturtulmasından sonra, daha iyi ve daha büyük iletişim ve yayın amaçlı uydular uzaya fırlatılmıştır. 1965 tarihinden bu yana iletişim uyduları patlaması yaşanmaktadır.²¹⁶

Uydu ile haberleşme iletişimin en etkili yolu gibi görünmektedir. Bunun en önemli sebeplerinden biri ise lojistik unsurlardır. "Christian Science Monitor" hali hazırda kullanılan basım yöntemlerini uydu iletişimi ile desteklemiş ve bu yönde de anlaşmalar yapılmıştır. Uydu ile iletişimde hat sıralaması yapılarak telefon şirketlerinden hat kiralanmıştır. Basıma geçilecek tarih belirlenmiş, fakat işe başlama tarihine iki ay kala telefon şirketleriyle yapılan anlaşma bozulmuştur. Bu gelişmeden kısa bir süre sonra ise gazete olimpiyatlar için hazırlanan iletişim şebekesini yapan şirket ile anlaşmıştır. Böylece daha kalıcı ve daha kullanışlı bir bağlantı Boston'da kurulmuştur. Uydu iletişimin bir diğer avantajı telefon ve link sistemlerine göre uydu iletişimin daha ucuz ve güvenilir olmasıdır. Talep arttıkça uydu ile iletişimin ücreti de düşmektedir. Diğer bir avantaj da donanımdaki esneklik ve kapasitenin artırılabilmesidir.²¹⁷

Uydu patlaması, hem global ölçeklerin ulusal ve bölgesel ölçeklerin yerini almasını hem de enternasyonal bazı yapılanmaların, ulusal taleplerdeki artışlarla el ele yürüyen bir yeniden yapılanma sürecine girmesini bir arada açıklayabiliyor. Uydu yayıncılığı uluslararası sembol trafiğini alt üst etti. Gerçekten de bilgisayar ve uydu teknolojisinin bugün vardığı aşamada, Baltık Cumhuriyetleriyle Azerbaycan, Bulgaristan'la Afganistan arasındaki sembol trafiğini Pravda'yla, İzvesta'yla denetim altında tutmak mümkün değildir.²¹⁸ Uydu hayranları teknolojilerini savunurken, suçlanması gerekenin donanımları değil, bunu kullanan kişilerin toplumsal öncelikleri olduğunu söylüyorlar. Amaç, araç ve mesaj arasındaki zaman, düşünce ve paranın orantılı yatırım dağılımı, kendi tarafsızlığını yaratmaktadır. Uydu teknolojisi şimdiki

²¹⁶ Hülya Yengin, **Ekranın Büyüsü, Batıda Değişen Televizyon Yayınlarının Boyutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar**, İstanbul: Der Yayınları, 1994, s.22

²¹⁷ Levent Eldeniz, "İletişim Teknolojilerinin Gelişim Sürecinde Bilişimin Gazetecilikteki Yeri", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996), s. 14

²¹⁸ Nabi Avcı, **Enformatik Cehalet**, Ankara: Rehber Yayınları, 1990, ss. 137-138.

hızını, gelişmesini sürdürürse, toplumsal değeri giderek azalan mesajların yayılması da artacaktır.²¹⁹

2.2.13 İnternetin icadı

İnternet'in tarihsel kaynağı ABD ile Sovyetler Birliği arasındaki Soğuk Savaş Dönemine kadar uzanır. Arphanet, Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı tarafından 1969 yılında başlatılmış bir projeydi. 1960'lı yıllardan itibaren ünlü eğitim kurumu M.I.T.'nin (Massachusetts Institute of Technology) liderliğinde olası bir savaş ve karışıklık durumunda, tek bir ana bilgisayar ünitesinden bağımsız olarak çalışabilen bir bilgisayar ağı kurulabilmesi amacıyla çeşitli çalışmalar yapılması gündeme getirmiştir. ABD Savunma Bakanlığının araştırma bölümlerindeki yoğun çalışmalar sonucunda ARPHANET adı verilen askeri bir bilgisayar ağı kurulmuştur.²²⁰ Amacı, hem bilgisayarları güvenilir bir ağla birbirlerine bağlamak, hem de üniversiteler, silahlı kuvvetler, araştırma kurumları gibi organizasyonlar arasında bilgi alışverişini güvenli, ucuz ve hızlı bir yoldan sağlamaktır. Daha sonraları bu amaçları ve güvenilirliği tartışmalara sebep olacaktır.

Arphanet sistemi o kadar büyük bir başarı sağladı ve doğal olarak da o kadar büyük bir yankı uyandırdı ki, bir anda ülkedeki bütün üniversiteler bilgi alışverişinin büyümesine kapılıp, Arphanet sistemine bağlanmak istediler. Sistem bir anda hiç beklenmeyen boyutlarda genişlemeye başladı. Bütün bu gelişmeler sonunda Arphanet ikiye bölündü. Parçalardan biri Milnet adını aldı, diğeri ise yine Arphanet kaldı. Bu sıralarda IP (Internet Protocol) terimi doğdu. Bu iki parça birbirleri ile IP üzerinden haberleştiler. Bu iki iletişim ağı diğerkonularda birbirlerinden tamamen bağımsız

²¹⁹ Ian Reinecke, **Elektronğin Büyüsü**, Fatih Elmalı (çev.), İstanbul: İnsan Yayınları, 1992, s.131.

²²⁰ Kayıhan İcel, **Kitle Haberleşme Hukuku, Basın Radyo-Televizyon-Sinema-İnternet**, 5.Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2001, ss.209-210.

olmalarına rağmen aralarındaki bilgi akışı hep sağlandı. Ve serbest kalan Arphanet büyük katılımlarla bir anda dev boyutlara ulaşmaya başladı.

Dünyanın dört bir köşesinden insanlar kişisel bilgisayarlarıyla internete katılmaya ve katkıda bulunmaya başladı. Çok kısa sürede internet kullananlar veya internette gezinenlerin sayısı milyonları aştı. İnternet'in gelişmesi bu IP protokolünü yaratanlar sayesinde oldu. Bunun nedeni, sadece iki tane ağ varken binlerce ağ birbirine bağlayacak protokoller zinciri yaratılmasıdır. Dolayısıyla aynı sistem temel alınarak bütün ağlar birbirlerine bağlanmaya başlandı ve yavaş yavaş internet oluştu. Bugün Arphanet artık yok ama onun kurulmasına öncülük ettiği internet her geçen gün daha da büyüyor.²²¹

İletişim teknolojisinde ki gelişmeler dünyayı değiştirdiği gibi insanlar arası iletişimi de değiştirmiştir. Örneğin telefon



Resim-2.5: İnsan ve İletişim Teknolojisi

Grahmbell'in bulunduğu gibi kalsaydı yani hiç geliştirilmeseydi, iki sabit tel hattının ucunda kalacak ve bugünkü anlamda kullandığımız iletişimden çok daha uzak olacaktık. İnternetin icadından sonra da çok fazla gelişim yaşanmıştır. İnternet, ilk çıktığı günden çok daha büyük ve çok daha kullanışlı bir hale gelmiştir. Üstelik bu gelişim halen devam etmektedir. İnternetin ilk zamanlarında bir çok servis sağlayıcısı bulunmaktaydı. Gopher, FTP, TELNET, HTTP gibi servislerden öne çıkan http veya diğer adıyla World Wide Web tüm dünyada kabul görmüştür.²²² İnternetin mucidi Tim Berners-Lee ve bazı bilim adamları, internetin kısa tarihini birkaç döneme ayırmaktadır. Bugün dönüp

²²¹ Serkan Kırılı, "Davranış Bilimlerinde Yöntem ve Yaklaşımlar", (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001), ss. 8-9.

²²² Levent Eldeniz, "İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0", İkinci Medya Çağında İnternet, Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz (drl.), İstanbul: Alfa Yayınları, 2010, ss. 18-35.

internetin tarihine baktığımızda çoğu insanın kabul ettiği iki dönem öne çıkmaktadır. Web 1.0 ve Web 2.0, World Wide Web'in erken kullanım biçimleri ve internetin ilk yılları Web 1.0 olarak adlandırılmaktadır. 2002 yılından sonra Web 2.0'dan bahsedilebilir çünkü iki dönem arasında kesin bir çizgi veya geçiş yoktur. İki dönem arasında ki geçiş zaman için de olmuştur. Bu tarihlerde ise yine bir geçiş dönemi içinde bulunmaktayız. Web 3.0 dönemine ise 2010 – 2020 yılları arasında geçileceği tahmin edilmektedir.²²³

İnternet, CERN'de çalışan bilim adamlarının, bir birleriyle daha rahat iletişim kurmaları ve çalışmalarını paylaşabilecekleri bir ortama ihtiyaç duymalarından ortaya çıkmıştır. İnternet ilk kullanıldığı yıllar Web 1.0 sürümü olarak bahsedilmektedir ki, bu zamanlarda sadece tek taraflı bir iletişimden söz etmek mümkündür. Web siteleri daha çok kurum ve kuruluşların veya ürünlerinin tanıtımının yapıldığı statik bir yapıdaydı. İnternet tüketicilerinin ise web sitesine, site sahibi kuruluş veya kişiye doğrudan bir eleştiri veya yorum yapmasına olanak yoktu. Web 1.0'da geri bildirim sağlamanın tek yolu sadece e-posta ile mümkün olmaktadır.²²⁴

1990'lı yılların başında Amerika Birleşik Devletleri'nde ki teknolojik alt yapı ve hukuki düzenlemeler sayesinde internet sivil kullanıma açılmıştır. Birkaç yıl sonra internet kullanıcıları yüz milyonlara ulaşmıştır. Daha sonra ki yıllar kullanıcı sayısı yavaşlamış olsa da mobil iletişim araçları, cep telefonları ve taşınabilir bilgisayarlar sayesinde, internete bağlı kalma sayısı giderek artmaktadır. Tabii insanların bu kadar internete ihtiyaç duyması ve bağlı olmak istemelerinin sebebi, internetin direkt birey için evrimleşmesini gösterebiliriz.

²²³ Levent Eldeniz, "Siyasal İletişimin Yeni Açılımı: Semantik Web ya da WEB 3.0", **Seçenlere ve Seçilenlere Politik Dünya**, Ece İnan (drl.), İstanbul: Referans Akademik Kitaplar, 2010, ss. 199-207.

²²⁴ Gözde Öymen Dikmen, "Tüketen Üreticiden Üreten Tüketicieye Dönüşümde Sosyal Medyanın Rolü", Zeliha Hepkon (Ed.), **İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar** içinde, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 2011, ss.156-175

Web 2.0 terimi ise ilk olarak O'Reilly Media tarafından düzenlenen bir konferansta anılmıştır. Burada yeni bir teknolojiden daha çok yeni tasarım anlayışı, yeni iletişim kültürleri, sosyal medya, wiki'ler, bloglar gibi yenilikler kastedilmektedir. Burada daha çok insan odaklı yeni bir web tasarımından söz etmek mümkündür. Artık tek taraflı internet yayını geride kalmış daha çok katılımcı, daha çok geri bildirim olanakları sunan yeni uygulamalar ortaya çıkmıştır. Bu değişim haber sitelerine ve gazetelerin internet sayfalarına da yansımıştır. Artık dijital ortamda ki her haber, her yazı, her fotoğraf ve hatta her video diğer kullanıcılar tarafından paylaşmakta ve altlarına yorumlar yazılabilmektedir. Kötü kullanımlar ise yeni bir otokontrol sistemiyle engellenmeye çalışılmaktadır.²²⁵ Web'de yayımlanan bir bilgi, haber, fotoğraf veya videonun ulaştığı kişi sayısı, diğer kitle iletişim araçları için inanılmaz rakamlardır. Tarihe baktığımızda radyo 38 yılda 50 milyon kullanıcıya ulaşırken, Televizyonun bu kullanıcı sayısına ulaşması daha kısa sürmüştür 13 yıl almıştır. İnternet ise 4 yıl da 50 milyon kullanıcıya ulaşırken, ipod müzik çalar aynı rakama 3 yıl da, sosyal paylaşım sitesi Facebook ise 2 yılda bu rakama ulaşmıştır.²²⁶ Web 3.0 bir başka deyişle semantik yani anlamsal ağ, web'in bir sonraki adımı için isimlendirilmiştir. Web'in mucidi Tim Berners Lee'nin öngördüğü web'in en ileri aşaması web 3.0, gerçekleşmesi beklenen bir gelişmedir. Web'in bu en son haliyle internet denilen, uluslararası dijital ağ, "Anlamsal Ağ" haline dönüşecek ve bilginin işlenmesi, düzenlenmesi, depolanması ve sorgulanması ile internet üzerinde ki bütün bilgilerin anlamlı ve ulaşılabilir olması hedefindedir. Kısaca dünyanın iletişim teknolojileriyle küresel bir köy haline dönüştüğünü savunan Kanadalı iletişim bilimci Marshall McLuhan, yeni iletişim teknolojilerinin insanları daha da özgürleştirdiği, her bireyi eşit şartlara sahip bir konuma getirdiği, bilginin veya haberin herkesçe üretilebilen, ulaşılabilen ve yararlanılabilen bir konuma gelmesinin dünya demokrasisinin daha da güçlendiğini vurgulamıştır. Günümüzde milyarlarca insan bir şekilde dolaylı veya direkt olarak internet aracılığıyla bilgiye ve habere daha kolay, daha ucuz, daha hızlı ve daha güvenilir bir şekilde ulaşabilmektedir.²²⁷

²²⁵ Eldeniz, ss. 199-207.

²²⁶ *Bunları biliyor musunuz?*, http://www.computerworld.com.tr/bunlari-biliyor-musunuz-blog_2068.html, (17 Şubat 2012)

²²⁷ Şeker, ss.384-385.

2.3 Haberi ve Gazeteciliği Dolaylı Yollardan Etkileyen Gelişmeler

Teknolojik gelişmeler ve yeni buluşlar bireylerin ve toplumların yaşamlarını etkilemektedir. Bu icatların veya yeniliklerin bazıları hissedilir derecede hayatımızın için de yer edinir, bazılarının ise etkileri daha dolaylı ve daha uzun bir zaman diliminde etkisi görülebilir. Bu bölümde ağırlıklı olarak haberi ve gazeteciliği direkt olarak etkileyen yeniliklere ağırlık verdik ama bir de direkt etkilemeyen gelişmeler bulunmaktadır. Elektriğin icadından buharlı makinenin icadına kadar aklımıza gelmeyen birçok icat, haberin akışını ve gazeteciliği dolaylı olarak etkilemiş olabilir.

Çok önemsiz, çok basit bir buluş, bir alet bile bir sonrakilere ilham kaynağı olabilmektedir ki bildiğimiz tel ataç, uzay mekiğini yakıt tanklarının üzerine tutturma fikrinin esin kaynağı olmuştur. Bununla birlikte elektriğin bulunması ve insanlığın hizmetine sunulması çağımızın pek çok buluşunun temel taşı oluşturur. Aynı şekilde ulaşım ağlarının bu kadar gelişmiş olması haberi ve haberciliği çok etkilemiştir. Düşünün bir kere içten yanmalı motor icat edilmemiş olsaydı gazeteleri halen atlarla veya at arabalarıyla dağıtıyorduk.

Dağıtım gazetecilik ve haber için çok önemli bir etkidir. Okuyucularınıza ulaştıramadığınız her haber veya gazete, amacına ulaşmamış, gazete olamamıştır. İsteddiğiniz kadar baskı gerçekleştir hatta en kaliteli kağıda milyarlarca gazete basın ama dağıtamadığınız sürece geriye kalan sadece hurda kağıt değerinden başka bir şey olmayacaktır. Sezar döneminde bugünkü resmi gazetelerin ilk şekli olan “Acta Diaina Publica Populi Romani” adıyla resmi bir gazete de yayımlanmıştır. Bunda günlük olayların, Roma bayramlarının, orduların zaferlerinin haberleri yer almaktaydı. Bu ilk

gazete örnekleri elle kopyalanarak çoğaltılırdır ki sayıları çok sınırlıydı.²²⁸ Matbaanın ve profesyonel gazeteciliğin ilk yılları baskı sayısı az olduğu için olsa gerek dağıtım çok sorun değildi çünkü haber yaprakları sadece basıldığı il veya kasabada elden meydanda dağıtılırdı. Ne zaman baskı sayısı arttı ve daha çok satmak isteyen gazeteciler diğer vilayetlere ve ülkelere yöneldiler o zaman dağıtım sorun olmaya başlamıştır.

Türkiye'nin ilk gazete örneklerinden 1831 yılında yayınlanan Takvim-i Vekayi, sadece 250 adet basılmaktadır. Sınırlı sayıda yapılan bu baskılarda, yalnızca devlet büyüklerine, bilim adamlarına, yüksek rütbeli memurlara, taşradaki yöneticilere ve elçiliklere ulaştırılmaktadır. Takvim-i Vekayi'den sonra 1840'ta çıkan Ceride-i Havadis ve 1860'ta çıkan Tercüman-ı Ahval'de, çağının ve ülkenin teknik kapasiteleri dolayısıyla baskı sayısı birkaç bini geçmemiştir. 1862' yılına gelindiğinde ise Anadolu toprakları üzerinde ilk kez gazete dağıtımı başlamıştır. Basılan gazeteler, ücretli çalışan personel tarafından, daha önceden belirlenmiş yerlere götürülüp bırakılmakta ve okuyucular bu noktalardan gazeteleri almaktaydılar.²²⁹

Daha sonra birbiri ardına çıkan ve sayıları hızla artan özel gazeteler, bastıkları haberlerini okuyucularına iletebilmek için her biri farklı olanakları ve kendi imkanları ölçüsünde gazetelerini dağıttıkları örgütsüz bir dönem yaşamışlardır. Bu süreç 1959 yılına kadar devam etmiştir. Bu tarihten itibaren gazeteler kendi aralarında dağıtım ortaklığı yapmışlardır. Gazete dağıtımının gelişmesinde ülkemizde ulaşım yollarının gelişmesinin kara ve demir yollarının yapılmasının çok önemli payı vardır. Bu yıllarda gazetelerin, tren ve deniz yoluyla gönderilmesi satışları olumsuz etkiliyor ve dağıtımların hızlı yapılamaması satışların çok düşük kalması sonucunu doğuruyordu.²³⁰

2.4. Değişen İletişim Kanalları ve Geleneksel –Yeni Farklılığı

²²⁸ Orhan R. Üreğir, *Gazete ve Gazeteci “Gazete Okuyucusunun Kitabı”*, Ankara: Mars Matbaası, 1969, s.11.

²²⁹ *Yayın Dağıtımın Tarihçesi*, <http://www.yaysat.com.tr/kurumsal/tarihce.html>, (3 Mart 2013)

²³⁰ *Yayın Dağıtımın Tarihçesi*

Gazeteci Fuad Emircan, hatıralarını anlattığı *Babıali'nin Yarım Asırlıkları* kitapta, bir gazetenin baskı aşamasına hazırlandıktan sonraki kontrolleri sırasında olanları şöyle aktarır: “*Haber gazetesinde sütunların uzunluğu belli bir iple ölçülür ve sabit aylık dışındaki ücretler bu ölçüye göre ödenirdi. (...) Parayı alacak gazeteci ise gözünü dört açar, sütunlar üzerine konan ipin birkaç satırı ‘güme getirmemesine’ dikkat ederdi.*”²³¹ Gazetecilerin ürettikleri haberler açısından ek olarak yapılan ödemelerle ilgili bir konu bile olsa, muhabirin haberini iple ölçmek, teknolojik gelişmeler açısından gelinen nokta dâhilinde değerlendirilirse bugünün gazetecisine hayli komik gelebilir. Yine benzer bir anı Nadir Nadi'nin anılarında bulunmaktadır. Nadi, gazetelerin basımı ve dağıtımındaki zorlukları aktardığı anlatımında İstanbul'da basılan gazetelerin uzak yerlere gönderilmesindeki sorunların çözümünde gazetecilerin bulduğu ilginç yöntemleri de gözler önüne serer:

*“Hemen bütün gazeteler İstanbul'da çıkar, buradan memlekete ulaştırılırdı. Ancak Eskişehir'den itibaren, bugün çıkan gazete yarın okunurdu. Çünkü ulaşım olanakları çok zayıftı. Birçok gazete, Anadolu'da gönderildiği gazetelerin üzerine bir gün sonrasının tarihini atar, böylece günü gününe gelmiş hissi uyandırılmaya çalışırdı.”*²³²

Gazetelerin, kamyonlarla, trenlerle veya uçaklarla gönderilmesi çok ciddi bir planlama gerektiriyordu. Gazete baskı merkezinden uzak yerlere gidecek gazetelerin baskıları ilk yapılırdı. Türkiye'de şark (doğu) baskısı terimi bu nedenle ortaya çıkmıştır. Uzak yerlerin baskısı biter, paketlenir yola çıkarken, İstanbul ve Ankara baskısı daha geç saatlere kadar son dakika haberleri için bekletilirdi. Akşamüstü şark baskıları, hızlı ve gözü kara şoförlerin kullandığı kamyonlarla uzak noktalara ulaştırılırdı. 1958 yılında ise matrisin uçakla veya taksiyle Ankara'ya gönderilmesi ve orada basılması fikri hızla

²³¹ Günvar Otmanbölük, *Babıali'nin Yarım Asırlıkları*, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1986, s.64.

²³² Otmanbölük, s.104.

kabul gördü. Yine aynı dönemde fotoğrafların daha hızlı nakledilmesi için de telefoto makineleri kullanılmaya başlandı.²³³ Haberi ve gazeteleri ulaştırma telaşı, bir yaşam biçimi haline gelmişti. Hatta 1964 yılında “*Hızlı Yaşayanlar*” isimli bir Yeşilçam filmi çekilmişti. Yıllar sonra 2007 yılında, “*Rüzgarlı Sokak, Cumhuriyet’in Basın Tarihi*” adlı belgeselde; Gazeteci Metin Gören, “*Babamın rahatsızlığı için acil Adana’ya gitmem gerekiyordu. O saatte bulabildiğim tek araç gazete dağıtım aracıydı. Rüzgar Selami’nin kamyonuyla Ankara’dan Adana’ya 4 saat 12 dakikada gittik.*” Şoför Süleyman Tezcan ise o yılların dağıtımını şöyle özetliyordu; “*Deli Fikret, Fetih diye arkadaşlarım vardı. 8 silindir Ford marka arabaları çok süratli kullanırlardı. Rüzgâr gibi giderdik.*”²³⁴ Daha sonra özellikle ülkemizde hava yolları ulaşımının artmasıyla, gazeteler uzak yerlere ve Avrupa’nın belli başlı kentlerine uçakla gönderilmeye başlanmıştı. Ancak bu gazetelerin gönderim bedelleri, gazetelerin bedellerini ve amaçlarını çok fazla aşmıştı. Daha sonra teknolojik gelişmelerin katkısıyla baskı plakaları taşınıla bilinir bir hal alınca plakaları göndermek, oradaki matbaalarda bastırmak ve dağıtmak daha ekonomik bir çözüm sunmuştu.

Şevket Rado ise gazeteciliğin baskı teknolojileri konusunda bizim çalışmamız açısından önemli bir takım noktalara işaret etmektedir. Gazetelerin tipo rotatiflerle basıldığını belirten Rado, ofsete geçişle birlikte Avrupalı gazetecilerin bile Türk gazetelerindeki renkli baskı açısından yaşanan gelişmeleri şaşkınlıkla izlediklerinden bahsetmektedir.

“ ...gazete sahipleri, tipo rotatif makinelerinin renkli baskı yapmasını Türkiye’ye getirmişlerdi. O devirde, Almanya’daki meşhur Franketal fabrikasını ziyaret etmiştim; Avrupa’da renkli basan rotatif makinesinin yalnız Türkler tarafından sipariş edildiğini bana söylemişlerdi. O zaman renkli rotatif bizde renkli resim basmak için değil, ilanların renkli basıp daha cazip hale getirmek için kullanılıyordu. Elli yıl önceki

²³³ Orhan Koloğlu, *Osmanlı’dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi*, İstanbul: Pozitif Yayınları, 2006, s. 127.

²³⁴ Korkmaz Alemdar (Yapımcı), *Rüzgârlı Sokak, Cumhuriyetin Basın Tarihi (Belgesel Film)*, (Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Ankara), 2007, 35 Dakika.

Türk gazeteciliğinin çalışma tarzına gelince, o zaman da her gazetecinin bir rotatif makinesi vardı. Tirajlar nadiren 25-30 bini geçtiği için, bu rotatifler gece saat 24.00'ten sonra bir, bir buçuk saat kadar çalışır, sonra bütün gün sakın yatarlardı. Bir makine, önde gelen dört beş gazeteyi basabilecek güçte olduğu halde, gazete sahipleri, haberleri çalınır korkusuyla, aynı makinede basılmaya razı olmamışlardı."²³⁵

Babıalî basını, teknolojisini ve kendini yenilerken, 1980'li yıllara kadar öncelik ve önem baskıdaydı. Baskı öncesi çalışmalar ve teknikler daha çok göz ardı edilirdi. O tarihlerde dizgi normal daktilolarla yapılıyor, gazete sayfaları ise klasik montajla tertip ediliyordu.²³⁶ Ne zaman ki bilgisayar baskı teknolojisine girmeye başladı o zaman baskının önemi de azalmaya başladı. Ülkemizde bu alanda ki ilk uygulamayı Dinç Bilgin, Yeni Asır Gazetesi'ne getirmiştir. 1972'de "compugraphic dizgi"ye, 1977'de de "edit-write", yani ekranlı dizgiye geçmiştir. Bu teknoloji baskı süresini de çok etkilemiştir. O dönemde bazı gazeteler bir sayfayı 45 dakikada hazırlarken, Yeni Asır Gazetesi bu süreyi 7 dakikaya indirgemeyi başarmıştır.²³⁷ Geçmişten günümüze teknolojik yenilikler ve yatırımlar sayesinde gerek haber üretiminde ve gerekse yayıncılıkta mükemmele varan derecede bir kaliteye ulaşılır. Günümüzde teknolojinin getirdiği yenilikler sayesinde yayıncılık dijital ortama kaymaya başlamıştır. Sabah gazetesi Matbaalar Müdürü Kemal Erginsoy, yayıncılıktaki bu değişimi takip edip yararlarını vurgulamakla birlikte geleneksel yayıncılığın da psikolojik nedenler dolayısıyla daha uzun süre bitmeyeceğini savunmaktadır.

"Viyana'da İFRA Fuarı'ndaydım. İki hol vardı. Bir holde baskı makinası satan arkadaşlar vardı. Bir diğer holde elektronik yayıncılık ürünleri satanlar vardı. Elektronik yayıncılıktaki arkadaşlar diyorlardı ki, 'artık yan hole gitmenize gerek yok, baskı işi bitti'. Avrupa'da 2030'ların sonunda bu iş kalmayacak bu iş dijital olacak. Baskı holündekiler ise 'yan tarafa gitmeyin orası ölecek' diyorlardı. Bunun birkaç tane

²³⁵ Otmanbölük, s.139-140.

²³⁶ Atilla Girgin, **Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik**, İstanbul: İnkılap Kitapevi, 2001, s. 153

²³⁷ Girgin, s. 153.

sebebi var. Birincisi basılı ürünler kolay kolay yok olmayacak, elektronik kitap olsa dahi... Bir cisme dokunabilmenin hazzı bazen çok gelişmiş duygulara yol açabiliyor. Gazete için belki bu tür psikolojik unsurları ön planda tutabilirsiniz. Yazarları takip edebilmek mesela, elinizdeki bir tablet ile daha hızlı okuyabilmenize olanak tanımaktadır. Ancak bunun yanında bugün birçok materyal basılı, örneğin evlerimizdeki kullanma klavuzları gibi. Cep telefonları ya da ipad'lerin bile kullanma klavuzları basılı materyal. Bu bağlamda bile düşünüldüğünde yayıncılık biraz zor ölecek denilebilir. Baskı, eski gümüşlü kalıpların ve kurşun tozlarının çıktığı yerler değil, inanılmaz teknolojik imkânların olduğu ve kullanıldığı, işlerin gerçekten hızlı yürüdüğü ama iyi yetişmiş profesyonellere ihtiyaç bulunduğu bir dal haline geldi.”²³⁸

Erginsoy'un da belirttiği gibi teknolojik gelişmeler yeni bir sorunu gündeme getirmiştir. Erginsoy'a göre artık en önemli sorun yetişmiş insan gücüdür. Çünkü bu teknolojiyi kullanabilecek ve geliştirebilecek insan gücünü bulabilmek günümüzde bile zordur. Dolayısıyla Yeşil'in de belirttiği gibi bilgisayar kullanımı, sistemi önemli ölçüde pratik hale getirmiştir.²³⁹ Ama aynı geleneksel yayıncılıkta olduğu gibi günümüzün teknolojik ve büyük ölçüde bilgisayara bağlı uygulamalarını yaratabilmek için eğitim önemlidir. Örneğin, masaüstü çıktı cihazları “PageMaker” veya “Illustrator” gibi bir masaüstü yayıncılık yazılımları bu konuda eğitim almış ve kendini geliştirmiş kişiler tarafından kullanılabilir. Karaçor'a göre de bu çok karmaşık ve özel eğitim gerektiren ve özellikle de programlamanın yanı sıra renk uyumu gibi konularda da deneyimli insanlara gereksinim vardır.²⁴⁰

Bugünün yeni iletişim teknolojileri, alışılmış radyo ve televizyon yayınlarının ötesinde çok farklı alanlara yayılmışlardır. Yeni iletişim teknolojileri dediğimiz zaman geleneksel basından ayrılan ve daha çok dijital dünyanın nimetlerinden yararlanan iletişim kanalları kastedilmektedir. Nedir bunlar, videotext, teletext, kablolu televizyon,

²³⁸ Kemal Erginsoy, -Sabah gazetesi Matbaalar Müdürü- “Türkiye’de Dergiciliğin Bugünkü Durumu” konulu görüşme, İstanbul, 10 Eylül 2012

²³⁹ Yeşil, s.55.

²⁴⁰ Bilgisayar Magazin, “Masaüstü Yayıncılıkta Baskı Öncesi Çalışmalar”, Sayı:10, (Kasım 1991), s.94.

veri iletişim, elektronik mektup, iletişim uyduları, internet dünyası ve onun alt mecraları gösterilmektedir. Dijitalleşme ve teknik ilerlemeler direkt olarak yeni iletişim teknolojilerini etkilemektedir. Özellikle bilgisayar tabanlı cihazların kapasitesi, iletişim ağları ve data saklama sistemleri, harddiskler geçmişe oranla hızla büyümekte ve ters oranda daha ekonomik bir hal almaktadır. Buna paralel olarak alt yapı sahibi Telekomun fiyatları da her geçen gün daha kabul edilebilir seviyelere düşmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinden biri olan internet, bilgiye ulaşmak, geri bildirim sağlamak ve genel nedenlerle yeni iletişim teknolojilerinin kapasitesinin dönüşümünü sağlamaktadır. Geleneksel profesyonel gazetecilikte, interaktif iletişim bir başka deyişle geribildirim için iyi bilinen araçlar, özellikle baskı gazetecilikte, editör veya ombudsmana gönderilen okuyucu mektuplarıdır. Okuyucular, medyanın mesajlarına bir tepki olarak mektup yazardı ama reaktif bir iletişim süreciydi. Aynı süreçleri radyo ve televizyon programları da sık sık kullanmıştır. Web 2.0'la bu süreç birazda aktif kullanılmaya başlanmıştır.²⁴¹ Örneğin 1994 yılında San Francisco depreminin internet aracılığı ile duyurularak yayınlanmasının, CNN'i dahi geride bıraktığı bilinmektedir.²⁴²

Türkiye'deki duruma bakıldığında teknoloji ve internet kullanımının dünyadakine paralel olarak her geçen yıl arttığı fark edilmektedir. Örneğin;

“2012 yılı Nisan ayında gerçekleştirilen Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye genelinde hanelerin %47,2'si evden İnternete erişim imkânına sahiptir. Bu oran 2011 yılının aynı ayında %42,9 idi. Evden İnternete erişim imkânı olmayan hanelerin %27,6'sı evden İnternete bağlanmama nedeni olarak İnternet kullanımına ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir. İnternet erişim imkânı olan hane oranı kentsel yerlerde %55,5 iken, kırsal yerlerde %27,3'tür. İstatistik Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) Düzey-1'e göre %60,5 ile TR1-İstanbul,

²⁴¹ Tanjev Schultz, **Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers**, 1 September 1999, <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html>, (18 Ekim 2010), ss. 1-24

²⁴² Z. Beril Akıncı Vural ve Mikail Bat, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yaşar University*, 2010, No:20/5, http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/08/3_BVural_MBat.pdf, (14 Mart 2013) ss.3348-3382

%49,7 ile TR2-Batı Marmara, %60,6 ile TR4-Doğu Marmara, %57,5 ile TR5-Batı Anadolu bölgesinde İnternet erişim imkânı olan hane oranı Türkiye ortalamasının üzerindedir. 2012 yılı Nisan ayında hanelerin %43,2'sinde genişbant İnternet erişim imkânı bulunmaktadır. ADSL, %31,3 ile tüm haneler, %66,4 ile İnternet kullanılan haneler arasında en çok kullanılan bağlantı türüdür. 3G bağlantı ise tüm hanelerin %13,9'unda, İnternet kullanılan hanelerin %29,5'inde İnternet erişim imkânı sağlamaktadır. Öte yandan, 2012 yılı ilk üç ayında (Ocak-Mart 2012) bireyler interneti en çok %72,5 ile çevrimiçi haber, gazete ya da dergi okuma, haber indirme için kullanırken, bunu %66,8 ile e-posta gönderme/alma, %61,3 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi arama, %49,1 ile oyun, müzik, film, görüntü indirme ve oynama takip etmektedir."²⁴³

Aytekin ve Sütçü'nün araştırmalarına göre 1994'te hayatımıza giren cep telefonu, toplam nüfusun 65 milyonu tarafından kullanılan bir hizmet haline gelerek internet kullanım oranını geçmiştir. Bu sayının 13 milyonu akıllı telefon dediğimiz cihaz kullanıcısına aittir ve 8 milyonu da cep telefonundan alışveriş yapmaktadır. Bu rakamlar toplumda bilgisayarlaşmanın ve internet kullanımının mobil cihazlar tarafında da hızlandığını göstermektedir.²⁴⁴

Görüldüğü üzere Türkiye'de her geçen yıl bilişim teknolojilerine yönelik ilgi gittikçe artmaktadır. Geleneksel gazeteye alternatif olarak ortaya çıkan ve ücretsiz olması ve her hangi bir yerden masaüstü ya da portatif bir bilgisayar aracılığıyla, internete erişebilme imkânı olan web siteleri bugün sayıları milyonu geçen insan tarafından tercih edilmektedir. Hiç kuşkusuz bu uygulamaların ücretsiz olmasının yanı sıra, pek çok gazeteye aynı anda ulaşılabilmesi ve ötesinde bu web sitelerinin basılı veya görüntülü haberciliğe göre daha hızlı güncellenebilmesi, okuyucuları çeken önemli unsurlardır. Geleneksel bir basılı gazete ile aynı gazetenin web sitesini içerik ve nitelik

²⁴³ Türkiye İstatistik Kurumu, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2012, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=10880>, (25 Ekim 2012)

²⁴⁴ Çiğden Aytekin ve Cem Sefa Sütçü, "Yeni Medya ve Ağ Nesli: Türkiye Örneği", **Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Sayı 3, (2012), s.2.

olarak sonraki bölümde karşılaştıracacağız. Her ne kadar çalışmamızın kapsamına girmese bile tablet gazeteciliği konusuna da burada yer vermek yerinde olacaktır. Tablet bilgisayarların kullanımının gittikçe artmasıyla bugün birçok haber ajansı, gazete, televizyon ya da radyonun tablet uygulamaları hazırlanarak kullanıcılara sunulmuştur. Özellikle gazeteler açısından ele alındığında tablet uygulamaların kullanım bakımından önemli avantajları olmasının yanı sıra (örneğin arşiv yapma ve önceki sayılara ulaşabilme) basılı gazetenin fotoğraflanıp sayfa sayfa tabletlere ya da akıllı telefonlara uygun yazılımlar vasıtasıyla uyarlanmasından farklı bir yenilik getirmediği anlaşılmaktadır. Yani tablet ve akıllı telefon uygulamaları geleneksel gazeteciliğin teknoloji kullanarak yeni platformlarda yansımından başka bir şey olmadığı, tablet uygulamalarındaki gazetelerin web sitelerinde olduğu şekliyle güncelleme konusunda sıkıntı yaşadığı hemen anlaşılacaktır. Konunun daha iyi anlaşılabilmesi için aşağıda Vatan gazetesinin 19.07.2013 tarihli sayısı, hem basılı hem de tablet uygulamasından iki örnek yan yana verilmiştir.



Resim-2.6: Vatan Gazetesi ve tablet örneği.

İspanyol asımlı ünlü gazete sayfa tasarımcısı Mario Garcia, geleneksel basının geleceğini ve tablet gazeteciliğini şöyle aktarmaktadır;

“Gelecek tabletlerdir. Bu şekilde çalışmaya alışalım. Tablet çıktığı zaman bilgiyi sunacak platformlar tamamlanmış oluyor. Geleceği düşünen her gazetenin tablet

versiyonu olmalı. Bir yıl sonra belki 40-60 tablet seçeneği olacak. Bu, basılı medyanın ortadan kalkacağı anlamına gelmiyor”²⁴⁵

Kendisini bir tasarımcı olarak değil, ‘görsel gazeteci’ olarak tanımlayan Garcia, Sabah Matbaası Müdürü Erginsoy’dan yaptığımız alıntılardakine benzer bir şekilde, gazetelerin gelecekte yok olacağı söylentilerine inanmıyor. Garcia’ya göre geçmişten bugüne hiçbir mecranın, bir diğerini öldürmemiştir:

*“Radyo ve televizyon çıktığında gazeteyi nasıl öldürmediyse iPad ve tablet devrimi de yazılı medyayı bitirmeyecek. Yazılı medya kalıcı olmaya ve anne sütü gibi temel görevini sürdürmeye devam edecek. iPad ve ötesindeki zamanlarda ayakta kalmak, uyum sağlayarak olacak.”*²⁴⁶

Tablet bilgisayarların temelinde taş tabletlerin olduğu söylenebilir. Her ikisi de dört köşesi olan ve içinde bilgi veya haber barındıran iletişim araçlarıdır. Pek tabii ki taş tablet daha ağırdır. Bilgisayarlı tabletler ise çeşitli ebatlara ve ağırlıklara sahip, dokunmatik ekranlı, internet bağlantılı, harddiskli ve daha bir çok özellikleri barındıran iletişim araçlarıdır. Tablet bilgisayarlar getirdikleri yenilikler ve kullanım kolaylığı sayesinde hayatın ve gündelik yaşamımızın her alanına girmiş bulunmaktadır. İnternet erişimi, ses dinleyebilme, mail gönderebilme, video izleyebilme ve çekebilme, e-kitap okuyabilme gibi özellikler tablet bilgisayarları daha da cazip kılmaktadır.²⁴⁷ Dünyada tablet gazeteciliği bakımından ilk uygulama Hürriyet gazetesi Tablet Editörü Levent Erdem’e göre “Daily” gazetesiyle başlar. Erdem, Apple ile Murdock ortaklığı ile başlayan uygulamanın çok fazla tutmadığı ancak yavaş yavaş tüm gazetelere yayıldığını

²⁴⁵Kamil Eryazar, “Tablet Medya ve Dijital Gazetecilik”, *Farklı Bir Bakış*, 26 Mart 2013, <http://www.farklibirbakis.com/tablet-medya-ve-dijital-gazetecilik/>, (3 Nisan 2013)

²⁴⁶Tuğba Kaplan, “iPad devrimi, yazılı medyayı bitirmeyecek”, *Zaman Gazetesi*, (25 Haziran 2011), s.5

²⁴⁷Melike Aydemir, Sevda Küçük ve Selçuk Karaman, “Uzaktan Eğitimde Tablet Bilgisayar Kullanımına Yönelik Öğrenci Görüşlerinin İncelenmesi”, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2012, Cilt 1, No:4, <http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/18a.aydemir.pdf>, (9 Mart 2013), ss. 153-159

belirtmektedir. Erdem'e göre bunun en önemli nedeni çok sayıda tablet bilgisayarın bulunması, bunların çok çeşitli boyutlarda olduğu ve hatta tabletlerde kullanılan uygulamaların akıllı telefonlarda da kullanılması neticesinde gazete sayfalarının bu akıllı aletlere "uyarlama" sorunlarından bahsetmektedir. Ona göre her ne kadar sorun bile olsa gazetelerin kâğıt masrafından, baskıdan, dağıtım işlerinden kurtulmaları ve bunun çok büyük bir avantaj sağladığı görüşündedir. Erdem, tablet gazeteciliğinin okuyucular arasında yaygınlaştırılmasını; "*Tutarsa da hem gazeteler hem de okur tarafı için büyük bir kolaylık*"²⁴⁸ sözleriyle ifade etmektedir.



Resim-2.7: Hürriyet Gazetesi tablet

Özetle Türkiye’de tablet gazeteciliğinde ilk farklı uygulamayı Hürriyet gazetesinin başlattığını fark ediyoruz. Diğer gazetelerden farklı olarak tabletler için iki tür uygulama geliştiren Hürriyet gazetesinin, biri geleneksel biçiminin dijital ortamda korunduğu “pdf versiyonu”nu devam ettirdiğini ve diğer taraftan ise hem işlev hem tasarım olarak farklı bir uygulama hazırladığı görülmektedir. Hürriyet tablet uygulamasına bakıldığında, anasayfada dikkat çeken ilk nokta manşet olan habere ait büyük bir fotoğraf kullanılarak yayına başlandığıdır. Ana sayfada bir son dakika gelişmesi yer alırken manşet haberin hemen yanında Vodafone reklamı bulunuyor. Bu reklamın üzerine dokunulduğunda ekrana bir video geliyor ve söz konusu şirketin reklam filmi izlettiriliyor. Ortalama 25 sayfadan oluşan tablet uygulamasında zaman zaman ve özellikle hafta sonları değişkenlik gösterse de ortalama 11 güncel haber, 2 ekonomi haberi, 4 spor haberi, 5 magazin veya kültür sanat haberi yer alıyor. Tablet

²⁴⁸ Levent Ertem, -Hürriyet Gazetesi Tablet Editörü- “Tablet Gazeteciliği” konulu görüşme, İstanbul: 11 Mart 2013

uygulamasında gazetenin basılı sayısında yer alan köşe yazarlarının her birine değil, her gün farklı kalemlerin yazılarına yer verildiği görülüyor. Haberler ise geleneksel gazeteden ve web sitesinde yer alan haberlerden farklı olmamak üzere editoryal açıdan farklı başlıklar ya da fotoğraflarla sunulduğu dikkat çekmektedir. Tablet uygulamasının daha çok yeni olduğu düşünülürse, önümüzdeki yıllarda Hürriyet tablet uygulamasının ayrı bir araştırma konusu olması kaçınılmazdır. Hürriyet gazetesi tablet gazeteciliğine bir buçuk yıl önce başlamıştır. Bu ilk başlangıç pdf versiyondur. Hürriyet gazetesi Tablet Editörü Levent Ertem bu farklılığı şöyle aktarmaktadır:

“Şu anda tablette biz normal gazete baskısının yanı sıra, tablette yayıncılık ikiye ayrılır; Bir, normal PDF görüntüsüdür. Bu, kâğıda basılı gazeteyi oradan okumak içindir. Almanya’da yaşayan bir Türk bile Türkiye’de ne olup bittiğini bu PDF’lerle takip edebilir. İnternet sitelerine girdiğinizde çok karışık olabiliyor. Neyin ne olduğunu anlayamaya biliyorsunuz örneğin hangi haber manşet hangi haber ikinci manşet... Yeni kuşak tablet gazetesinde ise, tabletlere özel şekil yapılmaya başlandı. Yani normal gazete baskısı değil. Fotoğrafları ön plana çıkararak, videodan diğer görsel şeylerden faydalanan ürünler çıkmaya başladı.”²⁴⁹

Ertem’e göre web uygulamalarının halen daha tablete göre daha hızlı işlemektedir. Ancak ona göre bu hız, kontrolsüzlüğü de beraberinde getirmektedir. Ertem’e göre;

“Web’de her saniye her an her şeyi girebilirsiniz. Mesela Düzce’de deprem diye bir şey geliyor. Hemen giriyor haber. Sonra devamını ekliyor daha sonra 3.4 büyüklüğünde diye son nokta konuyor. Son örnek Müslüm Gürses, ‘öldü ölmedi’ tartışmalarında görüldü. İnternette çok kontrol olamıyor aslında ama bu biraz da doğası gereği. Zamanla yarış var, haberin heyecanına fazla kapılanıyor. Bir kişi daha

²⁴⁹ Ertem, a.g.

'ölmeden, öldürüle biliniyor.' Tabii bu sadece bizim için değil, bütün web gazeteciliği için geçerlidir. İnternette artık tıklanma rekabetimi diyelim ne diyelim bilmiyorum ama orda bir kontrolsüzlük var”²⁵⁰

Dolayısıyla Mario Garcia'nın bir internet sitesinde yer verilen röportajını burada anmak gerekir. Garcia'ya göre önemli olan haberdır;

*“Gazetecilikte önemli olan aslında hikâyenin ne olduğudur. Tablette hikâye daha uzun bir şekilde aktarılabilir. Haberin daha uzun bacakları olabilir. Şöyle ki habere video eklenebilir, galeri koyabiliyorsunuz, bunlarda haberi daha da derinleştiriyor ve etkili hale getiriyor aslında zenginleştiriyor da diyebiliriz. Ayrıca tablette resim kalitesi de daha yüksek olabilir, gazetede tasarımsal olarak yapamadığınız bir hareketi tablette çok rahat bir şekilde gerçekleştirebiliyorsunuz. Olayları daha canlı bir şekilde aktarabiliyorsunuz.”*²⁵¹

Yeni iletişim teknolojileri; iletişimde etkileşime olanak tanıyan yapısıyla önem kazanmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği en önemli özelliklerden birisi de etkileşimdir. İnternet bağlantılı bilgisayar teknolojisi sayesinde iletişim kanallarında ki zaman ve mekan sınırlarını tamamen ortadan kaldırmıştır. Bu sayede etkileşim kanalı her daim açık kalmaktadır ki bu özellik, geleneksel iletişim araçlarından hiçbirinde bulunmamaktadır. Günümüz dünyasının bilgi toplumu olduğu göz önünde bulundurulursa yeryüzündeki insanların kendisini dünyada ki yaşanan olaylardan tamamen soyutlaması istisnai durumlar hariç neredeyse imkansızdır. Çünkü yeni iletişim teknolojileri sayesinde yeryüzünün en yoksul insanı bile geçen yüzyılda ki en zengin insanın ulaşamayacağı bilgilere çok daha kolay şartlarda ulaşabileceği bir

²⁵⁰ Ertem, a.g.

²⁵¹ Kaan Biter, “Tablet Devrimi Gazeteleri Bitirecek mi?”, *On5Yirmi5 Haber Sitesi*, 25 Haziran 2011, <http://oku.on5yirmi5.com/haber/guncel/medya/47675/tablet-devrimi-gazeteleri-bitircek-mi.html>, (2 Mayıs 2013)

gerçektir.²⁵² İnsanlar sınır tanımayan yeni iletişim teknolojileri ve iletişim ağları sayesinde küresel köyün her noktasını rahatlıkla takip edebilecek olanağa sahiptir. Bu açıdan yeni kitle iletişim araçlarının en önemli üstünlüklerini Everett M. Rogers üç başlık altında toplamaktadır:

“-Karşılıklı İletişim: Bu özellik yeni iletişim teknolojilerinin klasik iletişim araçlarının tek yönlü işleyişlerine karşı en önemli avantajlarını oluşturmaktadır.

-Kitlesizleştirme: Tek tek bireylere özel mesajlar iletme ya da alma şeklinde mesaj değişimi sağlayacak özelliktedirler.

-Asenkron Olabilme: Yeni iletişim teknolojilerini kullananlar iletişimi istedikleri zaman başlatabilmekte, dondurmakta ya da bitirebilmektedir. Zamanlama ve iletişim sürecinde etkin olma kontrolünü kaynaktan alıcıya doğru kaydırmaktadır.”²⁵³

McLuhan'ın “global köy” olarak işaret ettiği ve birbirinden giderek daha fazla haberdar olan insanların, sınırları aşarak gerçekte ve deneyimde birbirlerine daha fazla bağlı duruma getiren süreç, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin ekonomik, kültürel, siyasal alanın yeniden yapılanmasındaki aracılık rolü ile doğrudan bağlantılıdır. Bu bağlamda internet teknolojisinin açtığı sanal dünya, fiziksel dünyanın mekânsal ve zamansal sınırlarından bağımsız olarak işler ve küresel bir düzenin iletişim ortamı olarak değerlendirilebilir.²⁵⁴ Dolayısıyla başta internet olmak üzere her türlü etkileşimli medyanın gerek birebir iletişim, gerek bireyin medya organı ile iletişimi, gerekse bu ortamda gerçekleşen sosyal ağlar aracılığı ile bir kamusal alan oluşturduğu rahatça söylenebilecek bir duruma gelmiştir. Bu ortamda yurttaşların görüşlerini karşılıklı paylaşımları yanında, etkin biçimde haber alışverişi de gerçekleşmektedir. Böylece haber tüketicileri de haber üreticisi haline gelebilmektedir. Çalışır'ın Utley'den

²⁵² Süleyman Karaçor, “Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi”, **Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Sayı:16 , (2009), s. 122.

²⁵³ Karaçor, s.125.

²⁵⁴ Mehmet Güzel, “Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü”, **Küresel İletişim Dergisi**, Sayı:1 (Bahar 2006), ss.2-4.

aktardığı kadarıyla; “Bugün herkes muhabirdir. Basit bir kamera ve bilgisayar düzeneğine sahip herkes, dünyanın her noktasından video görüntü ve olay hikâyeleri gönderebilir.”²⁵⁵ Teknolojik gelişmelerin yarattığı bir sonuç olarak haberin üretildiği ve tüketildiği ortamlar sınırsızlaşmıştır. Hiç kuşkusuz Utley’in bu tespitine, sosyal medya açısından bir değerlendirme getirmek, çalışmamız açısından kısa da olsa yer vermek yerinde olacaktır. Eski kitle iletişim araçlarının aksine kullanıcıların etkileşim içinde olmasına olanak veren çevrimiçi araçlar olarak da ifade edilen sosyal medya araçlarına, “forumlar, bloglar, wikiler, paylaşım siteleri, sosyal ağ siteleri, mikro-blog siteleri ve çevrimiçi sanal dünyalar” örnek olarak gösterilebilir.²⁵⁶ Vural ve Bat’a göre çağımızın en önemli kitle iletişim araçlarından biri olan internetin, alt mecralarından biri olan sosyal medya, her sosyo-ekonomik çevreden ve her demografik yapıdan kullanıcıların, sosyal taleplerine yanıt vermekte ama aynı zamanda da bu ortamı eleştirenlerin hedef tahtası haline gelmektedir. Sosyal medya, sosyalleşme kavramına yenilikler getirmiştir. Bu kadar popüler olmasının nedenleri arasında, sürekli güncel olması, çoklu girişe izin vermesi ve kişilerin kendilerini daha rahat ifade etmelerini söylenebilir. İnsanlar sosyal medyada ortamında kendilerini daha iyi ifade edebilmektedir. İnsanlar kimliklerini gizleyerek her türlü düşünce ve fikirlerini açıkça beyan edebilmektedirler. Ayrıca kişisel bilgilerinin yanında çeşitli fotoğraflar, videolar, paylaşabilmekte, sosyal ve ekonomik ilişkileri bakımından hemen hemen aradığı pek çok şey burada bulunabilmekte.²⁵⁷ Bilişim Dergisi’nde Aslıhan Bozkurt’un yaptığı incelemeye göre, sosyal medyanın güçlü bir şekilde ortaya çıkması İran’daki seçim krizi haberleri ile başlamıştır. Bu haberler Twitter ve Facebook üzerinden yoğun bir biçimde paylaşılmıştır. Bir başka örnek olarak, 2008’deki Çin ve Haiti depremlerindeki ilk haberler de ilk kez sosyal medya üzerinden gelmiştir. Bozkurt’a göre,

“Doğu’yu önemli ölçüde etkileyen siyasi değişimlerinde sosyal medya, sivil toplumu organize etti, ortak hareket etmelerine zemin hazırladı ve kitleleri oldukça

²⁵⁵ Gülsüm Çalışır, “Küreselleşme Sürecinde Haber Kavramında Gerçekleşen Bir Dönüşüm: Küresel Haber Kavramı”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Sayı 4, (2012), ss.114-118.

²⁵⁶ Mehmet Emin Babacan, İrfan Haşlak ve İsmail Hira, “Sosyal Medya ve Arap Baharı”, **Sakarya Üniversitesi Akademik İncelemeler Dergisi**, Sayı 2, (2011), s.68.

²⁵⁷ Akıncı ve Bat, s.3349.

*fazla etkiledi. Bu süreçte sosyal medya araçları kullanılarak atılan mesajlar, bir kartopu gibi büyüyerek insanları tetikleyip bir kelebek etkisi yarattı. Hatta kullanım kolaylığı ve etkili yayılımı nedeniyle bu ağlar, kullanıcılarına asimetrik bir güç kazandırdı. Washington Üniversitesi araştırmacılarınca özellikle Tunus ve Mısır odaklı yapılan bir araştırma, Facebook, Twitter ve YouTube'da eşsiz bir veri tabanı oluşturulduğu ve "Arap Baharı"nda sosyal medyanın kritik rol oynadığını kanıtladı.*²⁵⁸

Korkmaz'a göre, Sosyal medyanın geleneksel medyaya göre önemli farklılıkları bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, bu faaliyetin büyük ölçüde ücretsiz ya da çok düşük maliyetli oluşudur. İkincisi; sosyal medya araçlarının büyük kitlelere ulaşabilme imkânı sunmasıdır. Üçüncüsü; kullanımın kolaylığıdır. Dördüncüsü; kitlelere hızla ulaşabilmesidir. Sonuncusu; kullanıcının, güncellemeler yapabilme avantajına sahip olmasıdır. Dolayısıyla Korkmaz, aynı Bozkurt gibi sosyal medya incelemeleri sonucunda şöyle bir sonuca varmıştır:

"21. yüzyılda devrimler televizyon veya radyodan duyurulmaya gerek kalmadan önce tweetlenecek, bloglanacak, Facebook'ta paylaşılacak ya da YouTube'da yayınlanacaktır. En son yaşanan devrimler için yapılan bilimsel bir araştırmada 3 milyondan fazla tweet, binlerce blog gönderisi ve yüzlerce gigabyte'lık YouTube videosu incelenmiştir. Sonuçta, sosyal medyanın Arap Baharında ki siyasi tartışmaların şekillenmesinde oldukça merkezi bir rol oynadığı ve büyük olaylar öncesinde sık sık devrim hakkında online konuşmalar yapıldığı ispatlanmıştır. Özellikle Tunus ve Mısır odaklı bu araştırmada, facebook, twitter ve youtube'ndan toplanan verilerle, Mısır'daki siyasi web siteleri, Tunus'un tüm blog küresinde gerçekleşen politik diyaloglar ve devrim esnasında gerçekleşen ve filtrelenen 3 milyon tweet

²⁵⁸ Aslıhan Bozkurt, "Sosyal Medyanın 'Gezi'deki Rolü", **Bilişim Dergisi**, Sayı:156, (2013), s.51.

*değerlendirmeye alınmıştır. Ortaya çıkan sonuçta, Arap Baharında sosyal medyanın kritik rolü kanıtlanmıştır.*²⁵⁹

Türkiye'ye döndüğümüz zaman kısa bir süre önce yaşanan “Gezi Parkı” olaylarında da sosyal medyanın ne denli güçlü olduğu fark edilmiştir. Bilindiği gibi nüfusunun yüzde 40'ından fazlası Facebook (socialbakers.com verilerine göre, 31 milyon 247 bin) kullanıcısı olan Türkiye, dünya genelinde 6. sırada yer alırken Avrupa'da zirvede bulunuyor. Dünyada 555 milyon Twitter kullanıcısı varken Türkiye'de bu sayı 10 milyon civarında ve Türkiye'de 6 milyona yakın kişinin aktif kullanıcı olduğu bildiriliyor.²⁶⁰ Bu bağlamda değerlendirildiğinde aynı önceki deneyimlerde görüldüğü gibi ülkemizde de Taksim Gezi Parkı Eylemleri, sosyal medya üzerinde bir patlama yaşanmasına neden oldu. New York Üniversitesi Sosyal Medya ve Siyasi Katılım laboratuvarı, Türkiye'de yaşanan Gezi protestoları sırasında Twitter üzerinde yaşanan iletişim trafiğini ölçtü. Bu ölçüme göre, 31 Mayıs gününü kapsayan araştırma, protestoyla ilgili 24 saatte en az 2 milyon tweet atıldığını tespit etti. Türkiye'nin birçok kentinde devam protestoların kıvılcımının çıktığı Cuma günü, Türk kullanıcılar 24 saat içinde protestolarla ilgili en az 2 milyon tweet attı. Atılan 2 milyon tweet'in büyük kısmı üç 'hashtag' altında belirdi. Bunlar;

#direngeziparkı: 950 bin tweet,

#occupygezi: 170 bin tweet,

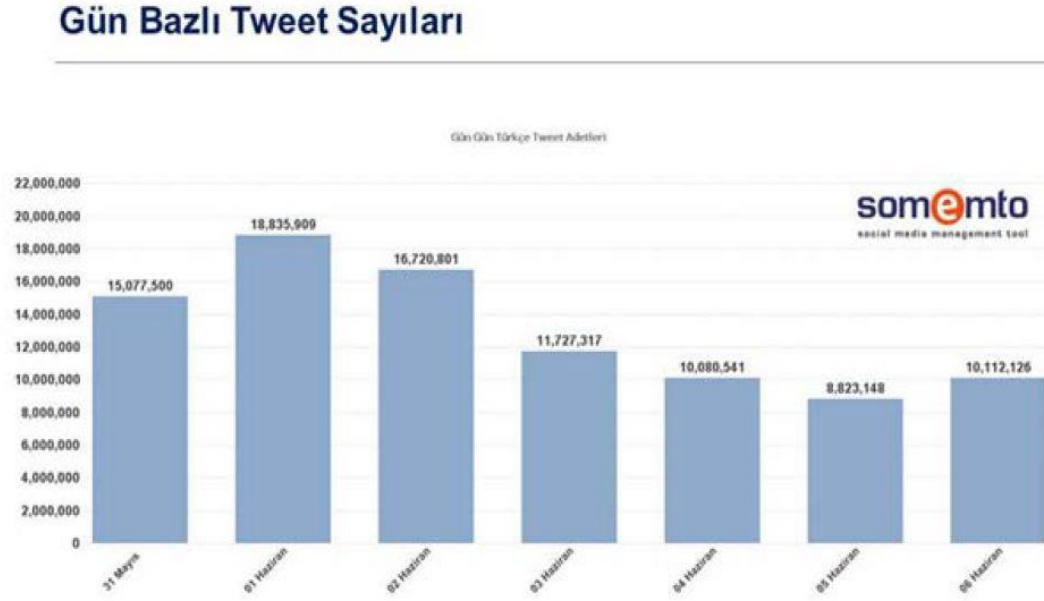
#geziparki: 50 bin tweet.²⁶¹

²⁵⁹ Ali Korkmaz, “Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü”, **International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges (ISLC)**, <http://www.inlcs.org/online/Book14.pdf>, 2012, (13 Mayıs 2013), ss.2150-2151.

²⁶⁰ Bozkurt, **a.g.e.**, 52.

²⁶¹ Bozkurt, **a.g.e.**, s.62.

Aşağıda, Bilişim Dergisi'nden verdiğimiz tabloya göre de gezi olaylarının başladığı ilk günden itibaren gün gün Twitter üzerinden ne kadar sayıda mesaj atıldığı gözler önüne serilmektedir.²⁶²



Tablo-2.1: Somemto - Gezi Parkı Eylemi Tweet

Sosyal medyanın gücünü her geçen gün arttırması, yayın kuruluşlarının diğer alanlarda olduğu gibi bu alanda da hizmet vermesine neden olur. Örneğin Hürriyet gazetesinin Web Koordinatörü Bülent Mumay sosyal medya alanındaki uygulamalarını şöyle ifade etmektedir:

“Sosyal medyada kullanıcı reflekslerine göre haber paylaşıyoruz. Sosyal medya editörümüz bazı haberleri sadece tweeter’da paylaşıyor. Çünkü bazı haberler sadece Twitter’da daha iyi. Niye Twitter’da daha iyi? Genelde anlık veriler, hızlı bir gelişme olarak kullanılacak haber türleri var. Sayı söyleyemem size ama çok da fazla

²⁶² “TBD’den Karadağ: İşe, sosyal medyayı öğrenme ve öğretmekle başlanmalı, düzenlemeler kısıtlama yönünde olmamalı”, **Bilişim Dergisi**, Türkiye Bilişim Derneği, Ankara: 2013, Sayı 156, s.73.

paylaşmamaya çalışıyoruz ki insanların ‘timeline’ını çok doldurmayalım. Facebook’da ise zaman sınırı yok ama insanlar Twitter’da ki kadar sık girmiyor facebook’a. İnsanların çok taze olmayan ama kaçırmak istemeyecekleri haberleri giriyoruz. Örneğin, Yılmaz Özdil’in bir köşe yazısı, ilginç bir video, ilginç bir konuşma, ilginç bir magazin videosu gibi gece boş ve kaliteli vakitlerini doldurmak için kullanacakları içerikleri orada paylaşıyoruz ki orada interaksyon daha çok olsun...”²⁶³

Mumay, sosyal medya alanında okuyucuların haberler karşısındaki yorumların adedi konusunda ellerinde net bir bilgi olmadığını belirterek, herhangi bir habere en az 7000 yorumun ulaştığını söylemektedir. Twitter ortamında ise tek habere gelen yaklaşık 2000-3000 yorumun reddedildiğini belirten Mumay, sosyal medyada okuyucu yorumlarını denetleyen ve düzenleyen fiziksel engelli 10 çalışanları olduğunu ve bu kişilerin gazeteye gelmeden evlerinden işleri devam ettirdiği bilgisini vermektedir. ‘Yorum editörleri’ denilebilecek bir çalışma yapan bu çalışanların ise net olmamakla birlikte yaklaşık 10 binin üzerinde yorumu okuduklarını ve uygun gördüklerini yayınladıklarını belirtmektedir.²⁶⁴

Basın kuruluşları teknolojik gelişmeleri çok yakından takip etmek zorundadırlar. Bu bağlamda geleneksel yayın ortamlarının dışındaki birçok yeni uygulamayı çok yakından takip edip ürettikleri haber, yorum, fotoğraf vb. ürünleri bu yeni ortamlarda okuyucusuna ulaştırmak durumundadırlar. Teknolojik gelişmeler şu satırları yazdığımız şu saatlerde bile ‘gerçek’ anlamda baş döndürücü bir hızda sürmektedir. Ancak, teknolojik gelişmelerin özellikle haber üretimi yapan profesyoneller üzerindeki etkileri açısından değerlendirilmesine bakmak çalışmamızın ana noktasını oluşturduğundan ağırlıklı olarak bu noktanın üzerinde durmamız gerekmektedir. Öyleyse şöyle denilebilir; teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan yeni habercilik pratiklerinde, temelde gazetecinin haber verme amacında herhangi bir

²⁶³ Bülent Mumay, - Hürriyet Gazetesi Web Koordinatörü- “Hürriyet Gazetesinde Web, Sosyal Medya ve İçerik Yönetimi” konulu görüşme, İstanbul: 11 Mart 2013

²⁶⁴ Mumay, a.g.

değişiklik yoktur, ancak haber toplama teknikleri, haber yazma teknikleri ve haberi yayınlama teknikleri çeşitli değişim ve dönüşümlere uğramış olarak karşımıza çıkmaktadır. Sütçü, Akyazı ve Dilmen'e göre çevrimiçi hıza ulaşan haberciliğin en büyük avantajı, sloganı olarak da tanımlana bilinecek olan; *"TV kadar hızlı, Gazete kadar ayrıntılı"* cümlesinde yatmaktadır.²⁶⁵ Gönenç'e göre ise, iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte basılı geleneksel medyadan sanayileşmiş medyaya, günümüzde ise etkileşimli interaktif medya ortamına dönüşümü sağlanmıştır. İletişim teknolojilerinin getirdiği yeniliklerle kitle iletişim araçları daha da yaygınlaşmanın yanı sıra haber anlayışını da değişikliğe uğratmıştır. Her yeni teknoloji yeni bir iletişim aracının doğmasına ve gazeteciliğin de dönüşmesini sağlamıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte iletişim kanalları da beraberinde gelişmiştir. Bu sayede habere ulaşım ve haberi iletme daha da kolay olmuştur. İnternetin yaygın kullanımıyla birlikte medya sektöründe çalışanların bu yeniliklere uyum sağlamaları adına bir dönüşüm yaşamaları kaçınılmaz bir gerçektir. Çağımız gazetecileri, teknoloji sayesinde, haber ve fotoğrafları dünyanın herhangi bir yerinden internet kanalıyla haber merkezine ulaştırabilmektedir. Yine Gönenç'e göre *"unutmamak gerekir ki iletişim teknolojileri olmadan haberciliğin bu denli gelişmesi"*²⁶⁶ de mümkün olmayacaktır. Sütçü, Akyazı ve Dilmen yaptıkları araştırmada geleneksel gazetecilikte haber toplama ve yayma örneklerini belirttikten sonra teknolojinin sağladığı yararları ve yarattığı yeni çalışma koşullarını ortaya koymaya çalışmışlardır. Çalışmalarında konuyu internet ya da çevrimiçi gazetecilik bağlamında değerlendiren akademisyenlerin tespitleri, teknolojik imkânlar göz önüne alındığında bizim çalışmamız açısından da önemli örnekler barındırmaktadır. Onlara göre; internet gazeteleri genelde muhabir istihdam etmemektedir. Her internet kullanıcısı haber gönderebilmektedir. Son yıllarda yaygınlaşan "yurttaş muhabir" kavramı da aslında bu durumu ifade etmektedir. Muhabir istihdam edilmemesi finansal giderlerde maliyet yönünden de önemli avantajlar sağlamaktadır. İnternet gazeteleri, haberleri genelde ajanslardan ve geleneksel medyadan alıp, çoğunlukla aynen web ortamına aktararak yayın yapmaktadır. Aslında bu durum internet gazetelerinin en çok

²⁶⁵ Cem Sütçü, Erhan Akyazı ve Necmi Emel Dilmen, "Teknolojik Değişim ve Dönüşümlerin Gazetecilik Üzerindeki Etkilerinin Tarihsel Süreçte Değerlendirilmesi", 2009, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, <http://www.sertacogut.com/blog/wp-content/uploads/2009/03/teknolojik-degisim-ve-donusumlerin-gazetecilik-uzerindeki-etkilerinin-tarihsel-surecte-degerlendirilmesi.pdf>, (19 Nisan 2013)

²⁶⁶ Aslı Yapar Gönenç, "İletişim Teknolojilerinin Medya Üzerindeki Etkileri", 2004, <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130847878.pdf>, (4 Şubat 2013)

eleştirildiği noktalardan biridir. Bazen birçok internet sitesinde kelimesi kelimesine aynı haberlerin hatta aynı yazım hatalarıyla görülmesi aslında haber ajanslarından alınan ve bir otomasyon programıyla yayına aktarılan herhangi bir editörün gözünün önünden bile geçmeyen haberlerin olmasının sonucudur. Bu durum Bagno Reggio'nun bahsettiği yazarı tanımına karşılık gelmektedir. İnternet gazetelerinde foto muhabiri de istihdam edilmemektedir. İnternet üzerinde fotoğraf aslında en rahat bulunan öğelerden biri olmasına karşın bu konuda önemli olan olayın gerçek fotoğrafını sayfaya yerleştirmektir. ABD'nin Afganistan savaşında çekilmiş asker fotoğraflarının şu an halen Irak'ta olan çatışma haberinin fotoğrafı olarak yayına verilmesi doğru ve etik bir gazetecilik anlayışı olamayacaktır. Ancak bu internet gazetelerinde zaman zaman rastlanan bir olumsuzluk olarak gözümüze çarpmaktadır. İnternet gazetelerinde köşe yazarları da istihdam edilmemektedir. Basılı gazetelerde çıkan köşe yazılarını yazarlar çeşitli haber sitelerine göndermektedir. Diğer yazarlar ise editörler, yöneticiler veya dışarıdan hobi amaçlı veya profesyonel olarak yazan "freelance" yazarlardır. İnternet gazetelerinin haber üretim maliyetleri düşüktür. Gider kalemleri olarak, editör ve web tasarımcılarının istihdamı, ajans aboneliği, web hosting ücretleri, büro giderlerini sayabiliriz. Tiraja veya enformasyonun büyüklüğüne göre olmayan, tamamen sabit bir maliyet vardır. Haberciler arşiv veya kütüphanelere gitmeden, evdeki veya iş yerindeki bilgisayarlarından anahtar sözcükler yardımıyla birçok bilgiye ulaşabilmektedirler. Haberci, çeşitli dijital arşivlerden ve evrensel düzeydeki dijital kütüphanelerden sadece bir bilgisayar ve internet bağlantısı ile maksimum seviyede yararlanabilme imkânına sahip olmuştur. Haberlere hızlı erişim ve hızlı güncelleme imkânı zaten internet gazetelerinin en göze batan ve onu öne çıkaran öğelerinden biridir. İnternet gazeteleri etkileşimli bir ortam sağlaması itibarıyla okurlarının tepkilerini anlık olarak alabilmektedir. Bunlar forumlar veya e-posta vasıtasıyla olabileceği gibi yine etkileşim temelinde habere not verme, haberi arkadaşına yollama gibi seçenekler de okuyuculara sunulmaktadır. İnternet gazetelerinde yayınlanan haberle ilgili çeşitli detayların ve başka verilerin bulunduğu web sayfalarına linkler verilebilmektedir. İnternet gazeteleri, bugüne kadar gazetelerde ayrıntılı yer bulamamış, hava tahminleri, yol, deniz durumlarını anlatan raporlar, tren, metro, uçak tarifeleri gibi pek çok ayrıntılı bilgiye okurun kolay erişimini sağlamaktadır. Eskiden bu bilgiler için hangi bilgi kaynağından yararlanacağı konusunda fazla bilgisi olmayan okuyucu günümüzde interneti özellikle

bu konularda vazgeçilmez bir dayanak olarak görmektedir. Bireyselleştirme özelliği de internet gazetelerinin önemli bir özelliği olarak göze çarpmaktadır. Bu sayede, okur sadece ilgilendiği haberlere erişebilmektedir, daha doğrusu gazeteler IP (Internet Protokol) numaraları aracılığıyla kendileriyle bağlantı kuran okuyucuları ve onların ilgi alanlarını tespit ederek, siteyi ziyaretlerinde ilgi duydukları konuları önlerine getirmektedir. Bu konu sadece okuyucu açısından değil, reklam verenler açısından da önemle değerlendirilmesi ve altı çizilmesi gereken bir durumdur. Anahtar kelimeler aracılığıyla gazetelerin arşivlerinde dolaşabilmek ve aranılan bilgiye hiper bağlantılar yoluyla erişebilmekte önemlidir.²⁶⁷

Özetle Jean Marie Charon'un 1992 yılında sorduğu bir soruya geri dönmek ne kadar doğru olacaktır? Tartışılır. Charon, *Medya Dünyası* adlı kitapta yer alan makalesinde, "Gelecekte Dünya Çapında Gazeteler mi Olacak?"²⁶⁸ şeklinde ki sorduğu soruya bugünün teknolojik imkanları dahilinde sanırım cevap vermeye bile gerek yoktur.

²⁶⁷ Sütçü, Akyazı ve Dilmen, a.y.

²⁶⁸ Jean Marie Charon, *Medya Dünyası*, Oya Tatlıpınar (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1992, s. 81

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. HÜRRİYET GAZETESİ VE HÜRRİYET WEB ARŞİV İNCELEMESİ

Teknolojik yenilikler bir gün eski sıfatıyla anılarak tarih sayfasında yerlerini alacaktır. Eskimeyen tek şey ise teknoloji kelimesinin kendisidir. Bir zamanların teknolojik yenilikleri, harikaları yerlerini yeni teknolojik gelişmelere ve ilerlemelere bırakmaktadır. Tarih bunun örnekleriyle doludur. Yazı, sözün yerini almış ve insanlık tarihinin oluşmasını sağlayan bir yeniliktir. Daha sonra yazının kullanıldığı platformlar değişim göstermiştir ki taş tabletten, bilgisayar tablete uzanan çok uzun bir gelişim öyküsüdür.

Tabii ki her öykünün farklı kahramanları ve karakterleri vardır. İşte basının gelişim öyküsü de buna benzer. Bilginin veya haberin gereksinimleri beraberinde başka ihtiyaçları doğurmuştur. Haberin önemini yitirmeden yani bayatlamadan hedef kitleye veya kişilere ulaşması için farklı yollar denenmiştir. Daha sonraları sadece haberin içinde yazı yeterli olmamış ki tanık olarak fotoğraf, bir başka karakter veya etken olarak haberin içinde yer almıştır. Sonra bu da yetmemiş olmalı ki fotoğrafa hareket ve ses eklenerek film ortaya çıkmış ve bu da kısa bir zaman sonra haberde ki yerini almıştır.

Her icat her yenilik doğal olarak kendi ekonomisini ve şartlarını oluşturuyordu. Bu yenilikleri takip etmek ve uygulayabilmek ise belli bir sermaye gücü gerektiriyordu. Bu gücü elinde bulunduran ve iyi değerlendiren girişimciler kuruluşlarının devamlılıklarını sağlayabiliyorlardı. Yenilikleri takip etme becerisi veya gücü olmayan her bir kuruluş ise yok olup, unutuluyordu. Basın sektörü de böyle acımasız bir çalışma sahasıdır. Sürekli gelişen hemen her gün yeni bir gelişmenin yaşandığı basın sektörü sürekli gelişim, yatırım ve takip gerektiren bir alandır. Sürekli yenilenmek, daima ihtiyaçlara ve çağımızın gereklerine cevap vermeniz gereken bir çalışma sahası aksi takdirde kaybedeceğiniz bir iş koludur, gazetecilik.

3.1 Hürriyet Gazetesi'nin Doğuşu ve Gelişimi²⁶⁹

1940'lı yıllar gerek dünya tarihi gerekse Türkiye tarihi açısından önemli yıllar olmuştur. Hürriyet Gazetesi, yayın hayatına böylesine önemli yıllarda başlamıştır. Bu tarihlerde Dünya ve Türkiye tarihi yeniden biçimlenmeye başlamıştır. Dünya tarihine en acımasız savaş olarak damgasını vuracak İkinci Dünya Savaşı yeni bitmiş, milyonlarca insan hayatını, evlerini ve yurtlarını kaybetmiştir. İnsanlık atomun yok edici kuvvetiyle tanışmıştır. Batılı ülkeler, komünizm ve Sovyetler Birliği tehdidine karşı NATO'nun çatısı altında birleşmeyi kabul etmiştir. Birleşmiş Milletler Meclisi'nde "İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi" kabul edilmiş, Avrupa Birliği'nin temelleri ekonomik işbirliği adı altında atılmış ve "Avrupa Konseyi" önerisi de bu yıllarda gelmiştir. Türkiye ise II. Dünya Savaşı'na girmemiş olmasına rağmen, hemen yanı başında ki büyük savaş, kıtlık ve yokluk olarak memleketi çok etkilemiştir. Diğer taraftan da demokrasinin gereği olarak çok partili döneme geçiş yıllarıdır. Toplumsal değişimlerin ve gerginliklerin olduğu bu yıllarda, 1948 yılında Hürriyet Gazetesi yayın hayatına başlamıştır.²⁷⁰



Resim-3.1: Sedat Simavi

Hürriyeti Gazetesi, çok ileri bir teknoloji ve aynı zamanda modern gazetecilik anlayışıyla, Sedat Simavi tarafından, 1 Mayıs 1948 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. 1896 yılında İstanbul'da doğan Simavi, genç yaşına rağmen *Hande* adlı haftalık mizah dergisinin imtiyaz haklarını alarak basın sektöründe patron olarak çalışmaya başlamıştır. Sedat Simavi'nin, imtiyaz sahibi olacağı son gazeteyi ise 1948 yılında çıkaracaktı. 1947'nin son günlerinde Çağaloğlu'nun Cemal Nadir Sokağı'ndaki binada yeni bir günlük gazetenin hazırlıkları iyiden iyiye ilerlemişti. Gazetecilik yaşamı boyunca 58 yayın girişimi olan Sedat

²⁶⁹Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyetkurumsal.com/tr/tarihce.asp>, (24Ekim 2012)

²⁷⁰Orhan Cemil Gündoğmuş, Perrin Ögün Emre, Şengül Özerkan, Volkan Ekin, Bülent Kabaş ve Ece Baykal, "Hürriyet Gazetesi", Şengül Özerkan (Ed.), *Haber Analizi ve Arşiv İncelemeleriyle Türkiye'de 9 Gazete* içinde (53-90), Ankara: Nobel Yayınevi, 2009, s.54

Simavi, o günlerde dostlarına gazetenin adını açıklamıştı: "Hürriyet" Ve de eklemiş "Hürriyet, benim 59'uncu ve son imtiyazım olacaktır" demişti.²⁷¹

O günleri ve Sedat Simavi'nin ünlü sözlerini, Nebil Özgentürk şöyle aktarmaktadır; Simavi'nin, gazeteciliğin anayasası, ibret vesikası bir ders gibi sözleri vardı; "*Gazeteci arkadaşım... Uşak olmamaya gayret et... Kalemini kır, sakın satma... Zor meslektir bizimkisi...*" Bir başka meslektaşı ise Orhan Koloğlu ise; "Bizde haberci gazeteciliği en sistematik hale getiren Simavi olmuştur." diye anmaktadır.²⁷² Hürriyet 1 Mayıs 1948 Cumartesi günü yayın hayatına başlarken Türk basınında bir şeylerin değiştiğinin ve daha da değişeceğinin habercisiydi. Sıra dışı bir gazeteydi. Haberleri bol fotoğraflarla veriyor, hatta resimli roman bile yayımlayan ilk günlük gazete oluyordu. Türk okuru, bu gazeteyi çok sevmiş kendinden, hayatından bir şeyler bulmuştu.

Sedat Simavi o günkü başyazısında, "*Memleketimizde gelişmeye başlayan demokrasi zihniyetini kökleştirmek ve müdafaa etmek için ortaya atılıyor... Doğru havadis veren, hakkı gözeten dürüst bir gazete çıkarabilmek için geldik. Bu gayeye varabilmek için doğruyu seven, riya, iftira ve haksızlıktan nefret eden okuyucularımızla el ele yürümek istiyoruz*" diyerek gazetenin yayın politikasını ve duruşunu okurlarına açıklıyordu.²⁷³ Yıllar sonra Haluk Şahin, Hürriyet Gazetesi için; "*1 Mayıs 1948, Hürriyet Gazetesi'nin çıktığı tarihtir. Bu Türkiye elit gazeteciliğinden kitle gazeteciliğine geçişin tarihidir. Halk gazetesi, şimdiye kadar olmayan bir gazete çıktı.*" demektedir.²⁷⁴

Hürriyet Gazetesi'nin ilerleyen yıllarında Genel Yayın Yönetmenliğini üstlenen Ertuğrul Özkök ise; "*Türk basınında modernleşme eğilimlerinin başlamasını belirleyen tarih 1948'de Hürriyet'in kurulmasıdır... Gerçekten Hürriyet'in kurulmasıyla bir devrim başladı, teknolojik anlamda, zihniyet anlamında, insan faktörünün gazete haberlerine girebilmesi bakımından, bir devrimdir.*" O yılları böyle tanımlamaktadır.²⁷⁵

²⁷¹ Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyetkurumsal.com/tr/tarihce.asp>, (24Ekim 2012)

²⁷² Nebil Özgentürk, **Cumhuriyetten Günümüze Basının Kısa Tarihi**, İstanbul: Alfa Basın Yayın, 2008, s. 20

²⁷³ Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyetkurumsal.com/tr/tarihce.asp>, (24Ekim 2012)

²⁷⁴ Özgentürk, s. 22

²⁷⁵ Özgentürk, s. 23

Sedat Simavi, 1916 yılında 20 yaşındayken çıkardığı ilk dergi “Hande”yle başladığı meslek yaşamına onlarca dergi ve gazetenin yanı sıra oyun, öykü, roman, çeviri ve telif olmak üzere 97 kitap sığdırmıştı.²⁷⁶ Simavi’nin 11 Aralık 1953 tarihinde ölümünden sonra gazete, oğulları Haldun ve Erol’un denetimine geçti. Haldun Simavi, iyi bir eğitim almıştı. Galatasaray Lisesi’nin ardından Amerika’da gazetecilik eğitimini tamamlamıştı. Haldun Simavi 27 yaşında başladığı Hürriyet yöneticiliğinde almış olduğu eğitimlerinde katkısıyla gazetenin karakterini ve çizgilerini ana hatlarıyla belirlemişti. Daha sonraları kardeşi Erol Simavi’yle olan anlaşmazlıklar sonucu 1968 yılında gazeteden ayrıldı. Erol Simavi, abisinden devraldığı yönetimi uzun bir süre yürüttükten sonra, 1994 yılında gazeteyi bugünkü sahibi Aydın Doğan’a sattı.²⁷⁷

3.2 Hürriyet Gazetesi’nin Türk Basınına Yaşattığı İlkler ve Tarihi Manşetleri²⁷⁸

Hürriyet Gazetesi, ilk çıktığı günden bugüne kadar yaşattığı ilkler ve yaptığı yatırımlarla, Türk Basınının lokomotif gibi çalışmaktadır. Hürriyet, geçmişte ortaya koyduğu gazetecilik anlayışını bugün de aynı disiplinle sürdürmeye çalışmaktadır. İnternetin yaygınlaşmasıyla hürriyet.com.tr’yi ve webhürriyettv’yi yayın hayatlarına başlamışlardır. Yazılı ve görsel haberlerini sosyal medyanın mecralarına aktarmıştır. Hürriyet, gazetecilik anlayışındaki "halk için halkla beraber" sloganını, eğitimden sağlığa, müzikten spora her alanda önyak olduğu sosyal sorumluluk projeleriyle ve yayıncılık teknolojisinde sunduğu ilklerle Türk Basının önde kuruluşlarından biridir. Hürriyet bu zaman diliminde pek çok yayın yönetmeni, 7 başlık, 3 logo ve tasarım değişiklikleri yapmıştır.

Gazetenin kullandığı teknolojik alt yapıların yanı sıra haberciliğe ve gazeteciliğe de yeni bir bakış açısı getirmiştir. “Hürriyet her şeyden önce çok modern bir baskı makinesiyle işe başlamıştır. Sedat Simavi Hürriyet’in ilk hazırlıklarını yaparken, daha 1946’da Amerika’ya, saatte beş renk üzerinden kırk dört bin sayı basabilecek bir rotatif

²⁷⁶ Atilla Girgin, **Türk Basın Tarihi’nde Yerel Gazetecilik**, İstanbul: İnkılap Kitapevi, 2001, ss. 149-150

²⁷⁷ Gündoğmuş, Öğün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, ss. 54-55

²⁷⁸ Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyetkurumsal.com/tr/tarihce.asp>, (24Ekim 2012)

ısmarlamıştır.”²⁷⁹ Hürriyet Gazetesi, Türk basınında o güne kadar görülmemiş yeni alt yapı yatırımları ve sürekli olarak giriştiği yeni biçim arayışlarıyla diğer gazetelerden farklı olacağını açıkça gösteriyordu. Sedat Simavi, yaşadığı toplumun nabzını tutabilen, halkın ne istediğini bilen bir gazeteciydi. Zamanında yayınlanan fikir gazeteleri, sadece elit bir kesime hitap ediyordu. Latin harflerin kabul edilmesinin üzerinden 20 sene geçmesine rağmen halkın okuma ve yazma oranı hala istenilen seviyeye gelmemişti. Simavi, bütün halkın anlayabileceği ve takip edebileceği bir gazete basmak istiyordu. Sedat Simavi’nin oğullarından Erol Simavi, 1988 yılının Mayıs ayında gazetesine verdiği bir demeçte bunu açıkça vurguluyordu.

“Hürriyeti çıkarırken amacımız fotoğrafı bol bir gazete olmasıydı. Niçin? Çünkü Türkiye’de o günlerde okuma yazma oranı çok düşüktü. Yeni Türkçe bilenlerin sayısı belki yüzde onbeş-yirmi falandı. Birçok insan eski yazıyı biliyordu ama yeni Türkçeyi öğrenememişti. Biz bol resimli bir gazete çıkarınca avantajlarını hemen gördük. Adam gazeteyi alıyor, resimlerine bakıyor, belki alt yazılarının heceleyle heceleyle okuyor; ama haberi çıkarabiliyordu. Yani bol resimle yeni bir okuyucu yaratmış olduk.”

Sedat Simavi, “Bu amaca ulaşmak için “flaş haberlere” geniş yer veren, dünya olaylarını anında bol fotoğraflarla okuyucuya ileten, fikir yazılarını büyük halk kitlelerinin anlayabileceği kadar basitleştiren bir gazete tasarlamıştı.”²⁸⁰ Gazeteciliğe ressamlıktan ve karikatüristlikten geçen Sedat Simavi, sayfa düzenlemesine yani sıradan mizanpajın dışında renk ve biçim vermesini biliyordu. Ayrıca daha gazete çıkmadan fotoğrafların çokça yer alacağı belliydi. Bu sebeple çok iyi bir fotoğraf ekibi kurulur. Bu da Hürriyet’in haberlerde bol fotoğraf kullanan ilk gazete olmasında önemli bir etkidir.

Hürriyet Gazetesi’nin bu denli yenilikçi ve farklı haber anlayışı ile Türk Basını içinde yer alması dönemin gazete satışlarını da çok etkilemiştir. 1946 yılında günlük tirajları 100 bine yaklaşan 202 gazete ve 302 dergi vardır ki bu bin kişiden 5.2 gazete

²⁷⁹ Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyetkurumsal.com/tr/tarihce.asp>, (24Ekim 2012)

²⁸⁰ Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyetkurumsal.com/tr/tarihce.asp>, (24Ekim 2012)

okuyor anlamına gelmektedir. 1955 yılına gelindiğinde ise nüfus artışına rağmen bu oran 10 sene de binde 28'e çıkmıştır.²⁸¹

Türk Basın Tarihi yazarlarından Hıfzı Topuz'un anlatımıyla Hürriyet Gazetesi, olaylardan yararlanmasını bildiği gibi olayları da yerinde takip eden bir gazete olmuştur. Tarihsel olayları veya sıradan gibi gözükken durumları okuyucunun ruhuna hitap edecek şekilde işlemesi Sedat Simavi ve ekibinin başarısıdır. Gazete yayına başladığı yılın ağustos ayında Londra Olimpiyatları yapılmıştı. Türk Basın Tarihi'nde ilk defa bir gazete, Hürriyet Gazetesi, olimpiyatları izlemek üzere birkaç muhabirini Londra'ya gönderdi. Türk güreşçileri de olimpiyatta başarılar kazanınca, ay yıldızlı milli forma renkli basılmıştı ve Hürriyet'te başarıyı yakalamıştı. Ardından, ilk kez Kıbrıs sorununa değinilmiş ve okuyucunun duygularına yönelik yayın yapılmış. Daha sonra Kore Savaşı çıkmış ve Hürriyet, savaşı yakından takip etmiştir. Hürriyet Gazetesi'nin olayların içinden aktardığı fotoğrafların da etkisiyle kısa sürede tiraj, on binlerce okuyucu sayısına ulaşmıştır.²⁸² Diğer taraftan sıradan bir ritüeli okuyucularına nasıl yansıtacağını iyi bilen Hürriyet, Hac röportajları yayımlayarak, Kabe'nin fotoğrafını ilk sayfada vererek tirajını daha da arttırmıştır.²⁸³ Hürriyet, Türk basın tarihinde pek çok yeniliğe ve uygulamalara öncü olmuştur. Bununla birlikte Türkiye Cumhuriyeti'nin yakın tarihi Hürriyet sayfalarına nasıl yansıdığını kronolojik sıralamayla görmekte fayda vardır.

1948

1 Mayıs

Hürriyet Gazetesi'nin ilk sayısı altı sayfadan ibaretti ve siyah beyazdı. İlk yılında 48 kişi tarafından hazırlanan gazete, yayımlandığı ilk yıl 50 bin tirajına ulaşmıştır. Gazetenin yönetiminde Semih Tiryakioğlu vardır.²⁸⁴



Resim-3.2: 1948
Hürriyet Gazetesi

²⁸¹ Orhan Koloğlu, **Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi**, İstanbul: Pozitif Yayınları, 2006, s. 125

²⁸² Hıfzı Topuz, **II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi**, 1. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi, 2003, s.186

²⁸³ Girgin, s.150

²⁸⁴ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 58

"Halk için halkla beraber" sloganıyla yayın hayatına başlayan gazete, sekiz sütunlu birinci sayfanın ilk manşeti, "Ürdün ve Irak orduları Filistin'e girdi."

3 Ağustos

Türk basınında renkli fotoğraf basan ilk gazeteler arasında Hürriyet Gazetesi'de vardır. Londra Olimpiyatları'na giden Türk Milli Güreş Takımı'na ilişkin haberlerde kullanılan fotoğraflar (boyama tekniğiyle) renklendirilmişti ve bu o dönem için önemli bir yenilikti.²⁸⁵ Bir başka ilk de Türkiye'de flaşın kullanılmasıydı.²⁸⁶



Resim-3.3: 1948
Hürriyet Gazetesi

31 Aralık

Hürriyet Gazetesi, Türkiye'nin ilk "yeni yıl" ekini vermiştir ki bu gelecekte basılacak eklerin ilk sinyalidir. Diğer taraftan bu dönemin gazetelerinde olduğu gibi Hürriyet Gazetesi'nin sayfalarının önemli bir yüzdesi, roman, hikaye tefrikaları ve çizgi diziler gibi içeriklerden oluşmaktaydı. İlerleyen yıllarda fotoğrafın daha çok kullanılabilir olması, daha çok haber akışının sağlanması, daha çok reklam alınması gibi nedenlerle bu yayınlar yerlerini yenilere bırakacaktır.²⁸⁷

1950



Resim-3.4: 1950
Hürriyet Gazetesi

Türkiye'de ilk kez Hürriyet muhabirleri daktilo kullanmaya başlamışlardır.²⁸⁸ Ek olarak Hürriyet Pazar Gazetesi, basılmıştır. Hürriyet Pazar karikatür formatındadır. Hürriyet ile birlikte verilen bu ek "Türkiye'nin yeni Pazar tutkusu olacak..." sloganıyla lanse edilmiştir. Yıllar içerisinde içerik ve görsel olarak yenilenen Hürriyet Pazar Gazetesi; Hürriyet Pazar İlavesi, Pazar Extra, Pazar Kelebek, Kelebek Pazar gibi isimlerde

²⁸⁵ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 56

²⁸⁶ Girgin, s.150

²⁸⁷ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 59

²⁸⁸ Girgin, s.150

yayınlanmıştır. Hürriyet ile birlikte bugüne kadar verilen ek, kalabalık yazar kadrosu ve zengin içeriğiyle 24 Nisan 2011 tarihinde ek formatından gazete formatına dönüştürülmüştür.

14 Mayıs

Tek parti dönemi kapandı

Ülkenin içinde bulunduğu pozitif durum doğal olarak Hürriyet Gazetesi'ne de yansdı. "Emniyetli ve sükun içinde" bir seçim için her türlü tedbirin alındığını okuyucularına duyurdu. Genel seçimlerde Demokrat Parti iktidar oldu.

30 Eylül

Hürriyet Gazetesi sosyal sorumluluk projeleri için de sürekli çalıştı. İlk örneği ise Bulgaristan'dan gelen göçmenlere bir köy kurmak için 10 bin lira gibi o zamanının büyük bir maddi değeriyle yardım kampanyası başlattı.



Resim-3.5: 1950
Hürriyet Gazetesi

Aralık

Dünyanın gözü Kore'de

Hürriyet Gazetesi'nin getirdiği önemli yeniliklerden biri de yurt dışına haber takibi için muhabir ve fotoğrafçı yollamasıydı. İlk olarak Londra Olimpiyatlarında başarısını gösteren bu uygulama Türkiye'nin Güney Kore'ye gönderdiği askerlerin durumunu anlatan haberlerle pekişti. Direkt olarak cepheden, savaşın içinden bildiren muhabirleriyle Hürriyet, Mehmetçiği adım adım takip etti.

Her gün baş sayfadan yayınlanan haritayla "son askeri vaziyet" bildiriliyordu. Bunun sonuçları kısa sürede tirajlara yansımış ve bu yılda tiraj 83 bini bulmuştur.

1951

Hürriyet Gazetesi veya bir başka deyişle Sedat Simavi, halkın nabzını tutmayı iyi biliyordu ve her fırsatı çok iyi değerlendiriyordu. Hatta Simavi, gazetesinin sesini daha fazla duyurabilmek için sürekli bahaneler arıyordu denebilir. Buna en iyi örnek, Haziran

ayında sınıflarını pekiyi ile geçen onbinlerce öğrenciye, Türk Meşhurları Ansiklopedisi dağıttı. Bu yılda tiraj 100 bin hedefini geçmiştir. Ama gazetenin bu tirajı yakalamasında ki en önemli etken fotoğrafla birlikte verilen haberlerdi. Londra’da ki başarıyı tekrarlamak isteyen gazetenin ilk foto röportajı Yeni Zelanda’da yapılmıştır. “Dünyanın Öbür Köşesine: Avustralya ve Yeni Zelanda” röportajı, Hikmet Feridun Es imzasıyla 9 Aralık 1951 tarihinde yayınlanmıştır. Bu yıl içerisinde ki bir başka yenilik ise ilk sürmanşet 23 Ekim tarihinde yayınlanmıştır. Manşetin konusu Mısır ayaklanmasıdır ama haberin sürmanşet olmasının sebebi Hürriyet iki büyük fotoğrafla duyurmasıdır. Fotoğrafların altında ise “Bu resimler, Mısır Hükümetinin koyduğu sıkı sansüre rağmen gazetemize Roma kanalıyla radio ve tele-foto ile hususi surette gönderilmiştir” yazmaktadır.²⁸⁹

1952

Sedat Simavi, başından beri fotoğrafın önemini biliyordu. Özellikle yurt dışına giden foto muhabirler, çektikleri fotoğrafları günün şartlarını zorlayarak merkeze iletebiliyorlardı. Hatta fotoğrafın olmadığı zamanlarda karakalem çizimlerle olaylar resmedilmekteydi. Böylelikle okuyucu olaylara tanıklık etmekteydi ama bu seferde sorun olayı resmeden ressamın hayal gücüne bağlı olmasıydı. Bu sorunu giderebilmek için Türkiye’ye ilk telefoto makinesini Hürriyet Gazetesi getirdi ve kullandı. Böylece, telgraf, telefon veya radyo kanallarıyla merkeze ulaşan haberlerin, fotoğrafları da kısa zamanda baskıya girmiştir. Bol fotoğraflı spor haberleri de bu tarihten itibaren gazetede yer almaya başlamıştır.

1954

Gazetelerin yayın hayatlarını devam ettirebilmeleri için reklam ve ilan sayfaları büyük önem göstermektedir. Baskı sayısını ve hızını arttıran matbaa yatırımları ile birlikte bol fotoğraflı haber anlayışı meyvelerini vermeye başlamıştır. 1 Temmuz tarihinde ilk “Seri İlanlar” yayımlanmıştır. Hatta ilanları almak için gazete, reklam ve ilan masası kurmuş buraya tahsis edilen telefon hattıyla da Türkiye’de ilk defa seri ilanlar bu yolla

²⁸⁹ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 60

toplanmaya başlamıştır. Bir süre sonra bu uygulama da yeni bir iş kolu olarak ortaya çıkacaktır.

1955

6-7 Eylül

İstanbul yağmalandı

Hürriyet Gazetesi, Türkiye'nin ve dünyanın gündemini yakından takip etmektedir. 1955 sonbaharında yaşanan bu üzücü olay ise gazeteye bu satırlarla yansımıştır: *“İstanbul modern tarihinde tanık olmadığı yağma ve şiddet olayları yaşadı. Azınlık gruplara ait işyerleri, ibadethaneler, mezarlıklar saldırılara uğradı. Olayları önlemek için sıkıyönetim ilan edildi, tanklar İstiklal Caddesi'ne çıktı.”*

1960

27 Mayıs - Ordu yönetiminde

Hürriyet, o günlerde yaşanan olaylar ve çatışmaların ardından gelen askeri darbeyi şu satırlarla yansımıştır: *“...Bugün onların (Üniversiteli şehitlerimizin) göğüslerini kurşunlara siper ederek istedikleri "Hürriyet", Kahraman Türk Ordusu tarafından sağlanmıştır. Böyle bir günde o kahraman şehitlerimizin ruhlarını şad etmek en ulvi vazifemiz olmuştur.”*



Resim-3.6: 1960
Hürriyet Gazetesi



Resim-3.7: 1961
Hürriyet Gazetesi

Diğer taraftan aynı yıl Hürriyet Gazetesi haber merkezi, “Sesli Haberler Servisi” adlı bir radyo programı hazırlandı ve İstanbul Radyosu da bu programı yayınlamaya başladı.

1961

9 Temmuz

Yeni Anayasa oylandı

Askeri Darbenin ardından 61 Anayasasını, Hürriyet manşetten

vermiştir: *"İhtilalden 13 ay 13 gün sonra ikinci Cumhuriyetin temel taşı Anayasa'ya bugün oy veriyoruz."*

17 Eylül

Türkiye'nin 15. Başbakanı Adnan Menderes'in idamı basında büyük yankı uyandırmıştı. Haber, Menderes'in son sağlık durumuna ilişkin bilgi ve fotoğraflarla birlikte yorumsuz olarak verildi.

1962

Hürriyet Gazetesi bir başka sosyal sorumluluk projesi, "Halk Üniversitesi" büyük ilgi görmüştür. Hürriyetin giriştiği bu eğitim seferberliğiyle 258 bin okuyucu bu üniversiteyi takip etmiştir.

1963

Mayıs

Hürriyet Gazetesi, batıda yaşanan uygulamaların bazılarını Türkiye'ye taşımıştır. Türkiye'de ilk defa Anneler Günü kutlamalarını gündeme getirdi. Yine aynı yılın Haziran ayında Babalar Günü için yarışma açtı.

12 Eylül

Ekonomik gelişmelerde gazete manşetlerinde yerini almıştır. Ortak Pazara Girdik. Türkiye ile AET arasında Ortaklık Anlaşması Ankara'da imzalandı.

1965

5 Ocak

Hürriyet Gazetesi, sanat ve magazin dünyası için de çeşitli



Resim-3.8: 1965
Hürriyet Gazetesi

çalışmalarda bulundu. Halkın istediği veya eğilimi nereyi gösteriyorsa o yöne doğru adım atan gazete, Türkiye'ye pek çok ses sanatçısı kazandıran Altın Mikrofon Yarışması'nı başlattı.

10 Ekim

Demirel iktidarda

Diğer taraftan siyaseti de yakından takip eden gazete, iktidar kadar muhalefete de haberlerinde yer vermiştir. 1965 genel seçim sonuçlarının detaylarıyla birlikte iktidarın başarısını manşetlerine taşıırken aynı gün muhalefetin seçimlerde neden bozguna uğradığını araştıran bir yazı dizisi yayınlamıştı.



Resim-3.9: 1966
Hürriyet Gazetesi

1966

13 Ocak Johnson Mektubu

Araştırmacı gazetecilik, kapalı kapılar arkasındakini bilmek ve okuyucusuna aktarmak önemli bir özelliktir. Dönemin Türkiye'sinde, İsmet İnönü'nün kararıyla Kıbrıs'a çıkarma yapma hazırlığı içindeydi. Ancak çıkarmadan bir anda vazgeçildi. Bir süre sonra ünlü "*Johnson Mektubu*" haberi Hürriyet'te Cüneyt Arcayürek imzası taşımaktadır.

1969

16 Nisan

Türkiye'nin her yerine ulaşmayı hedefleyen gazete sadece bununla yetinmemiş Türk insanının ve okuyucusunun olduğu her yere ulaşma hedefi koymuştur. Avrupa'da yayımlanan ilk Türk gazetesi olan Hürriyet, Almanya'da yayın hayatına girmiştir. Böylelikle Avrupa'da yaşayan gurbetçi vatandaşlarımız memleketlerinden haberleri

daha taze daha zamanında öğrenebilecektir. Bu yıl gazetenin satışı inanılmaz rakamlara ulaşmıştır. 1969 yılında Hürriyet Gazetesi'nin tirajı bir milyondur.²⁹⁰

21 Temmuz

“Asrın Resmi” büyük puntolu manşettin altında tek ve tam sayfa bir fotoğraf yer alıyordu. Bir gün önce Amerikalı astronotlar Ay'a ayak basmışlardı. Fotoğrafi çeken,



Resim-3.10: 1969
Hürriyet Gazetesi

Hürriyet'in yurtdışındaki ünlü röportajcılardan, Sipa Press fotoğraf ajansının kurucusu Gökşin Sipahioğlu, “İnsan için küçük, insanlık için büyük adımı” NASA ekranlarından fotoğraflamıştır.

1970

29 Şubat

Hürriyet Gazetesi, toplumun tamamına yayın yapan bir kitle gazetesiydi. Bu amaçla çocukları da okuyucu hedef kitesinde gören gazete, ilk kez küçük okuyucuları için bir tam sayfa ayırdı ve Hürriyet Çocuk Kulübü'nü kurmuştur. Ancak gazete satışlarında büyük bir düşüş yaşanmıştır. Gazetenin bu yıl ki tirajı 320 bin adettir.²⁹¹ Bunun önemli oranda etkeni, gazete yönetimine atanan 1960 ihtilalinin kurmay binbaşısı Orhan Erkanlı'dır. Erkanlı'nın “Yassıada Komutanı Bendim” adlı yazı dizisine okuyucu tepkisini satışlarda göstermiştir.²⁹²

²⁹⁰ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 76

²⁹¹ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 76

²⁹² Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 77

1971

Matbaa teknolojisi bir yenilik yaşamış ve ofset baskı teknolojisi tüm dünyaya hızla yayılmıştır. Türkiye’de bazı gazeteler 1960’lı yılların başlarında ofset baskıya geçmiştir. Hürriyet, bazı sebeplerden dolayı, tipo baskıyı terk etmesi ve ofsete geçmesi 10 yıl gibi bir süre almıştır. İzmir’de kurulan “CottrelV-25” modeli makineyle ofset baskı tekniğine ancak 1970’li yılların başında geçmiştir. Gazete bu dönemde ortalama on sayfadır ve dış haberler, kültür-sanat, magazin-cemiyet, şehir ve spor sayfaları boy göstermektedir.²⁹³

Toplumun her kesimine önem veren gazetecilik anlayışı dönem dönem ön plana çıkmaktadır. 1970’lerin ilk yıllarında Hürriyet Gazetesi, çocuklara ve onların eğitimine önem vermiştir. Bu amaçla 1971 yılında Çocuk Kulübü adlı bir sayfayı işin uzmanlarına hazırlatmış ve olumlu rol modellerini yayınlamıştır.²⁹⁴



Resim-3.11: 1971
Hürriyet Gazetesi

12 Mart

Ordu muhtıra verdi

61 Anayasası’nın getirmiş olduğu özgürlük ortamı kısa zamanda bazı gruplar aşırıya varan eylemler düzenlemişlerdir. Öğrenci hareketleri, 70’lerin başında çeşitli grupların silahlı eylemlerine dönüşmüştür. Ordu bir kez daha siyasi arenada boy göstermiş ve dönemin hükümetine muhtıra vermiştir. Başbakan Süleyman Demirel istifa etmiştir.

1972

Ocak

Okuyucusuna çok önem veren Hürriyet Gazetesi, bir başka sosyal sorumluluk projesinde ise Hürriyet Yayınları’nı kurmuştur. Bu yayın kuruluşunun ismi altında ise

²⁹³ Gündoğmuş, Öğün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 77

²⁹⁴ Gündoğmuş, Öğün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 73

ilk dört eseri okurlara sunulmuştur. Bununla birlikte gazete, BBC ile işbirliği yaparak çocuklar için İngilizce öğreten bir sayfa hazırlamış ve eğitim dizisi başlatmıştır.²⁹⁵

14 Mayıs

CHP'de Ecevit dönemi

71 Askeri Muhtırası'nın ardından siyasi mekanizmaların çalışmaya başlaması ile CHP'nin sola yönelme çabalarının sonucu olarak ortaya çıkan ortanın solu hareketinin parti içindeki temsilcisi Bülent Ecevit 1972'de partinin genel başkanı seçildi.

10 Eylül

Türkiye'de ki okuyucu kitlesini genel okuyucu anlayışından daha özele indirgeyen gazetecilik anlayışıyla “Ev ve Kadın Gazetesi” olarak nitelendirilen ve en çok okunan ek olarak ön plana çıkan “**Kelebek**” eki yayın hayatına başlamıştır.



Resim-3.12: 1973
Hürriyet Gazetesi

1973

25 Aralık Milli Matem

Atatürk'ün silah arkadaşı, Türkiye'nin 2. Cumhurbaşkanı İsmet İnönü vefat etmiştir. Hürriyet Gazetesi, Milli Şef'in ölümünü birinci sayfayı tamamen siyah beyaz basarak yas ilan etmiştir. O gün sayfada renkli olan tek şey Türk Bayrağı'dır.

Aynı yıl içerisinde sinemadan müziğe, televizyondan tiyatroya uzanan geniş bir yelpaze içinde, okurların oylarıyla yılın sanatçılarının seçildiği Altın Kelebek Yarışması'nı başlamıştır. Bu yarışma günümüze kadar devam etmektedir. Diğer



Resim-3.13: 1973 Hürriyet Gazetesi

²⁹⁵ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 73

tarafından Hava Durumu bölümü arka sayfada renkli olarak yayınlanmaya başlamıştır. Bu yıl gazete 16 sayfadır ve spor sayfası da 2. sayfadan arka sayfaya renkli baskıya alınmıştır.²⁹⁶

Hürriyet Gazetesi çocuklar için bir şeyler yapmaya kararlıdır. Bu yıl içerisinde "Açıl Susam Açıl" adlı bir eğitim dergisi hazırlanmış ve ilkokulların her sınıfı için ayrı olarak hazırlanan, derslere yardımcı kaynak olarak tasarlanan "Okul Dergisi", 31 Ağustos 1973 tarihli gazetede birinci sayfanın tamamında tanıtılmıştır.²⁹⁷



Resim-3.14: 1974
Hürriyet Gazetesi

1974

22 Temmuz

Türk Askeri Kıbrıs'ta

Kore Savaşı'nın ardından Mehmetçik bir kez daha savaş alanında başarı göstermiştir. 20 Temmuz Kıbrıs Barış Harekatı başladıktan 48 saat sonra gazeteye ulaşan ilk Kıbrıs fotoğraflarında Lefkoşe alevler içindeydi. Hürriyet başyazısında: *"Dünya kamuoyu artık şunu bilmelidir ki, bu bir savaştır... İnsancıl olsak da yaşamak için öldürecek, bu uğurda elbette şehit vereceğiz."* Kıbrıs Savaşı sırasında kendi

gemimizi yanlışlıkla bombalamıştık. Bu acıyı dindirmek isteyen gazete, "Yeni Bir Yavuz İstiyoruz" kampanyası başlatmış ve yeni gemi donanmaya teslim edilmiştir.

1975

1 Haziran

Gazete bu dönemde bir yenilik bir değişiklik arayışı içine girmiştir. Gazetenin açtığı yarışmanın sonucu, "Bülent Erkmen'in "H" harfini esas alan ve dünyayı çağdaş bir anlayışla sembolize eden eser, Hürriyet'in amblemi



Resim-3.15: 1975
Hürriyet Gazetesi

²⁹⁶ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 77

²⁹⁷ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 73

seçilmiştir" diye okuyucularına duyurmuştur. Gazetenin bu yıl ki tirajı 650 bin adedi bulmuştur.²⁹⁸



Resim-3.16: 1979
Hürriyet Gazetesi

1979

1 Şubat

“Abdi İpekçi’yi Öldürdüler”

Hürriyet Gazetesi, bu sefer bir gazeteci için yas ilan etmiştir. Birlik, beraberlik ve barış düşüncesinin savunucusu, Milliyet Gazetesi Genel Yayın Müdürü ve Başyazarı Abdi İpekçi, uğradığı silahlı saldırı sonucu yaşamını yitirdi. Bu olayı ve aylardan beri durmaksızın tırmanan terörü kınamak için Hürriyet ertesi gün siyah başlıkla çıkmıştır.

Mayıs

Hürriyet Gazetesi, Türk Basınına getirdiği yeni habercilik ve gazetecilik anlayışını "Yaratıcı Gelişmedeki Üstün Başarısı" başlığı altında Uluslararası Altın Merkürü ödülünü; baskı kalitesindeki başarısından dolayı da Whittaker Altın Ödülü'nü kazanmıştır.



Resim-3.17: 1980
Hürriyet Gazetesi

1980

Terör tırmanıyor

Yurtiçinden veya yurtdışından bir takım grupların kışkırtmaları sonucu toplum içinde bazı çatışmalar, dönem halinde yaşanmaktadır. 1970'lerin sonunda yine benzer olaylar baş göstermiştir. Ülkenin kan gölüne dönmesine sebep olan sağ-sol kavgası ve terör olayları çok acılara sebep olmuştur. 12

²⁹⁸ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 76

Eylül’de ordu bir kez daha yönetime el koymuştur. Bu dönemde gazete baş sayfada ki sesleniş yazısında, Hürriyet'in Atatürk'e ilişkin hassasiyetini yansıtıyordu: *"Ne sağ, ne de sol... Atatürk Türkiye'si doğrultusunda bir ülkenin haysiyetli kişileri olarak birlik içinde, dipdiri ve senin yolundayız."* Diğer taraftan gazetenin satışları, darbe döneminde, bir kez daha düşüş göstermiştir. 500 bin Hürriyet'in tirajıdır.²⁹⁹

1981

27 Ağustos

Avrupa'ya açılan gazete, yenedünyada da ismini duyurmuştur. Hürriyet New York bürosu, ünlü 5. caddenin 42.sokak ile kesiştiği köşede bulunan 500 numaralı binada yerini almıştır. Hürriyet'in Amerika baskısı 29 Ekim'de yayın hayatına girmiştir.

1982

7 Kasım

Yeni Anayasa oylandı

61 Anayasası ve 71 muhtırasının ardından da benzer anlayış ve yaklaşım 82 Anayasası'nda da kendini göstermiştir. O günün başlık ve spotu, aslında bir öncekinden çok da farklı değildi: *"Güzel bir gün... Demokrasiye doğru bir adım daha... Sandık başındayız... Evet, söz milletin"*



Resim-3.18: 1983
Hürriyet Gazetesi

1983

“Kara Elmas Şehitleri” için kampanya başlatıldı. Zonguldak Kozlu'da grizu faciasında ölen 96 kişinin ailelerine yardım çağrısı gazete aracılığıyla tüm dünyaya yayıldı ve yardımlar yerini buldu.

²⁹⁹ Gündoğmuş, Öğün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 76

6 Kasım

Özal Başbakan

Daha önce ki seçimlerde de tarafsızlığını korumaya çalışan Hürriyet Gazetesi, "huzur içinde yapılan seçim" sonuçlarını yorumuz verdi: "Seçmen 'Özal' dedi"



Resim-3.19: 1983
Hürriyet Gazetesi

1986

Mayıs

Dünya çapında büyümeye devam eden gazete, 26. Yurtdışı Bürosunu, dünyaya demir perdelerini aralamaya karar veren Sovyetler Birliği'nin başkenti Moskova'da açmıştır. Gazete satışlarını pozitif çeviren gazetenin bu dönemde ki tirajı 644 bin adettir.³⁰⁰

Aralık

Hürriyet Gazetesi, toplumun hassasiyet gösterdiği her konuda kampanya başlatmıştır. Bunlardan bir tanesi de Bulgaristan'dan Türkiye'ye kaçan ünlü halterci Naim Süleymanoğlu için "Süleyman'a Yuva" kampanyasıdır.



Resim-3.20: 1986
Hürriyet Gazetesi

1987

Tam üyelük umudu

Türkiye'nin Avrupa Birliğiyle olan ilişkileri inişli çıkışlıdır. O zaman ki ismi Avrupa Ekonomik Topluluğu olan birliğe tam üyelük heyecanı yeniden alevlenmiştir. Böylece 12 Eylül 1980'de dondurulmuş olan ilişkiler yeniden başlamıştır.

1988

³⁰⁰ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 76

Gazetenin kendini yenileme arayışı bir kez daha ortaya çıkmış ve 1 Mayıs günü Hürriyet logosu bir kez daha değiştirilmiştir.

1990

Hürriyet bir kez daha okuyucularının peşinden gitmiştir. Bir zamanların demir perde ülkelerinden Eski Doğu Almanya topraklarında ki bayilerde satışa sunulan ilk Türk gazetesi olmuştur.

1991

Bölgesel farklılıkların önemini kavrayan gazete yönetimi, merkeze ulaşan her haberin kendi bölgesinde ki değerini sayfalarına taşımak için bölgesel ekler çıkarmıştır. İstanbul, Ankara, Ege, Akdeniz, Karadeniz, ve GAP olmak üzere Türkiye'nin ilk bölge gazeteleri ek olarak verilmeye başlanmıştır. Hatta Bursa'ya özel sayfalar yapılmıştır.



Resim-3.21: 1991 Hürriyet Gazetesi

24 Eylül

Kore Savaşı'ndan kalan gelenek bozulmamış çatışma bölgelerinden sıcak haber takibi yapılmaya devam edilmiştir. Ermeni çeteleriyle Azeri Türkleri arasındaki iç savaşın başlamasının ardından, dünya basınından Karabağ'a giren ilk gazete Hürriyet Gazetesi olmuştur. Karabağ'ı baştan sona geçerek haberi yapan muhabir Muammer Elveren'dir.

1992

18 Ağustos

Savaş gibi baskın

Güneydoğu Anadolu bölgesinde tırmanan terör olayları, gazetenin uzun süre gündeminde kalacaktır. PKK'nın bin 500 militanıyla Şırnak'a yaptığı baskın günlerce Hürriyet sayfalarına yansımıştır. Ertuğrul Özkök o günkü makalesinde, "Şırnak olayı hükümet çevrelerinde tam bir şaşkınlık yaratıyor. Çünkü son MGK toplantısında askerler Güneydoğu'da işlerin yolunda gittiğine dair güvence veriyorlar " diye yazıyordu. Bu dönemde gazetenin sayfa sayısı 30'a çıkmış buna paralel olarak gazetede

yer alan haber başlıkları da kapladıkları sayfa sayıları artmıştır. Örneğin spor sayfası 26 ve 29 sayfalar arasını doldurmaktadır.³⁰¹

1993

24 Ocak

Hürriyet bir kez daha, bir başka basın şehidi için yas baskısı yapacaktır. Kalın siyah bir çerçeve içinde basılan haber, baş sayfada şu satırlarla yer almıştır: *“Meslek yaşamı mafya, aşırı İslamcı kesim ve yolsuzluklarla savaşıyla geçen gazeteci-yazar Uğur Mumcu saat 13:26'da otomobiline yerleştirilen bombanın patlaması sonucu öldürüldü.”*



Resim-3.22: 1993
Hürriyet Gazetesi



Resim-3.23: 1993
Hürriyet Gazetesi

2 Temmuz

Sivas olayları

1993 yılı kanlı olaylara sahne olmuştur. Pir Sultan Abdal etkinlikleri için Sivas'a gelen Aziz Nesin'in, "Bin yıllık Kurana neden inanayım. Bu yüzden Müslüman değilim" konuşması üzerine Cuma namazından çıkan 3000 kişi Madımak otelini yakmış etkinliklere katılan 35 kişi ölmüştür.

1994

Mart

Yerel seçimlerde Refah şaşkınlığı

Hürriyet Gazetesi, ilk kez bir seçim sonrası taraf olduğu veya olmadığı yanı belli etmiştir. *“Seçimlerden Tayyip Erdoğan zaferle çıktı. Refah partisi İstanbul'la birlikte 5 büyükşehir, 26 ili kazandı.”* Ertuğrul Özkök'ün makalesi Refah'ın bu yükselişine karşı laik kesimin hassasiyetini dile getiriyordu: *“...Refah, insanların kafasında hayat tarzlarına müdahale edeceği korkusunu veriyor.”* Diğer taraftan aynı yıl içerisinde Demokrasi Partisi, bir önceki partinin devamı olarak aynı suçlardan dolayı kapatılmıştır.

³⁰¹ Gündoğmuş, Öğün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 82

28 Haziran

Hürriyet Gazetesi bu tarihte baştan aşağıya bir büyük yenilik yaşamıştır. Gazete, Doğan Grubu yani Aydın Doğan'a satılmıştır. Aynı zamanda bir başka gelişme de ise İstanbul'da ilk kez İstanbul baskısının haricinde üç ayrı bölge gazetesi verilmeye başlanmıştır.

1995

1 Ekim

Gazetenin verdiği eklere bir yenisi eklenmiştir. Türkiye'nin ilk "İnsan Kaynakları" eki yayın hayatına girmiştir.

1996

Şubat

Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin Trabzon'daki basım tesisleri birleştirilip bu tesis Doğan Printing Center adını almıştır. Daha sonra aynı süreç, Ankara, İzmir, Antalya, Adana ve son olarak İstanbul'da tekrarlanarak bütün basım işleri DPC çatısı altında toplanmıştır. İstanbul DPC, kapasite bakımından Türkiye'deki en büyük ve Avrupa'daki ikinci büyük basım merkezidir.



Resim-3.24: 1995 Hürriyet Gazetesi



Resim-3.25: 1997 Hürriyet Gazetesi

1997

Hürriyet Gazetesi, www.hurriyet.com.tr alan adıyla internet üzerinden de yayımlanmaya başlamıştır. Hürriyet gazetesinin internet haber sitesi Türkiye genelinde Şubat 2011 istatistiklerine göre en çok ziyaret edilen siteler sıralamasında 7. sıradadır. Dünya genelinde ise 474. sıradadır. Comscore verilerine göre, yine

aynı yıl içerisinde www.hurriyet.com.tr Türkiye’de en çok ziyaret edilen haber sitesi olmuştur.

28 Şubat

Asker, bir kez daha siyasi alanda boy göstermiş ve endişelerini dile getirmiştir. Post-modern darbe olarak anılan bu süreçte Laik bakış açısını koruyan Hürriyet, bir gün önce de Cumhurbaşkanı Demirel’in Erbakan'a rejim konusundaki endişelerini dile getirdiği "şok" mektubu açıklamıştı.

26 Ocak

Doğan Printer Center zinciriyle baskı kalitesini ve sayısını arttıran Hürriyet, Türkiye'nin en çok sayfa sayısına sahip gazetesi olan "Gazete Pazar" çıkarmaya başlamıştır. Böylelikle hem baskı öncesi hem baskı hem de baskı sonrası gelinen en yenilikler, gazetelerin hem içeriklerini hem de fiziki şartlarını maksimum seviyede zorlamaktadır. .



Resim-3.26: 1999
Hürriyet Gazetesi

1999

16 Subat

APO yakalandı

1980’lerin başından beri Güneydoğu Anadolu’da baş gösteren terör olaylarının lideri Abdullah Öcalan tutuklanarak Türkiye’ye getirilmiştir. Hürriyet, terörist başının Türkiye getiriliş operasyonunu aynı gün yıldırım baskı ile duyurmuştur.

Hürriyet Avrupa; Türklere yönelik yayım ve yayınlar yönetmek üzere DYH International kurulmuştur. 125 bin adetlik tirajıyla Hürriyet Gazetesi, yalnızca Avrupa’da en çok satan Türk gazetesi olarak değil, kıtanın en çok satan yabancı gazetelerinden biri olarak, büyük bir başarı göstermiştir.



Resim-3.27: 1999
Hürriyet Gazetesi

Ağustos

17 Ağustos depremi bütün Türkiye'yi derinden yaralamıştır. Hürriyet, bu yaraları sarmak için "Bir Tuğla da Siz Koyun" kampanyasını başlatmıştır ki bu o güne kadar Türkiye'de düzenlenen en büyük yardım kampanyası olmuştur.

2000

Gazete bu yıllarda elli sayfa, renkli baskısıyla, farklı ilgi alanlarına özel yan yayınları, arşivinden derlenen kitapları, "Hürriyetim İnternet" haber portalıyla dünyada Türkçe konuşan herkes için doğru haber, dürüst yorum ve etik yayın anlayışıyla, kurumsal ve toplumsal sorumluluklarının bilincinde bir marka değerine ulaşmıştır. Bütün bunları tescilleyen ise uluslararası alanda tanınmış derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings olmuştur. Bu medya sektöründe değerlendirmeye alınarak kredi notuyla derecelendirilmiş Türkiye'nin ilk ve tek firma olma özelliklerini kazandırmıştır. O yıldan beri düzenli olarak kredi değerlemesi yapılıyor.

14 Mayıs

Pazar günü verilen ek gazetelere bir yenisi eklenmiştir. Pazar Ekonomi adı altında yeni bir ek gazete yayın hayatına başlamıştır. Yılsonuna doğru Gala ismiyle bir ek daha basın hayatı içinde yerini almıştır.

2001

Hürriyet'in internet sitesi hurriyet.com.tr, Haziran'da 9,5 milyon ziyaretçisiyle Avrupa'da en çok ziyaret edilen 4'ncü haber sitesi olmuştur. Comscore'un raporuna göre, Daily Mail, Guardian ve Bild gibi gazetelerin ardından 4'ncülüğe yerleşen hurriyet.com.tr'nin ardından Milliyet'in haber sitesi de 5'nci sırada yer almıştır.³⁰²

³⁰² Hürriyet Gazetesi, <http://hursiv.hurriyet.com.tr/gosterprintnews.aspx?DocID=18540156>, (20 Ekim 2011)

2002

2002 yılı Hürriyet Gazetesi ve bağlı bulunduğu grubun pek çok ek gazete çıkardığı yıldır. Bilim, Keyif, Tarih ve Cuma ekleri bu yıl içerisinde boy göstermiştir. Diğer taraftan Doğan Grubu bünyesinde bulunan ve Türkiye'nin önde gelen dağıtım şirketlerinden biri olan Yaysat, kullanmaya başladığı bilgisayar sistemiyle daha etkin bir



Resim-3.28: 2002
Hürriyet Gazetesi

dağıtım sistemi kurmuştur. Dağıtımın yanı sıra satış sonuçları gibi istatistiksel verilerde günlük olarak merkeze ulaştırılmaya başlanmıştır.

3 Kasım

AKP iktidarda

Tayyip Erdoğan liderliğindeki AKP tek başına iktidar olmuştur. Hürriyet'e göre sonuçlar memleketin durumuna ayna tutmuştu: *"Ekonomik krize ağır fatura kesildi. Sosyal patlama sandıkta oldu."*

2003

5 Mayıs

Türkiye'nin deprem gerçeği bu sefer bir başka ilimizde bizi yasa boğmuştur. Bingöl Depremi'nde okulların yıkılması üzerine, Hürriyet, bu sefer de "Okullarımız Yıkılmasın" başlığıyla büyük bir kampanya başlatmıştır.



Resim-3.29: 2003
Hürriyet Gazetesi

4 Temmuz

Türk Askeri'ne Amerikan baskını

Süleymaniye'deki Türk Özel Harekât Timi bürosunu basan 100 kadar Amerikan askerinin 11 Türk askerini tutuklayarak Kerkük'e götürmesi Ankara ile Washington arasında krize yol açtı.

Hürriyet, bu olay "Türk-ABD ilişkilerini "Johnson Mektubu" kadar sarstı" diye yazmıştı.

2007

Hürriyet Gazetesi'nin başarısı hem satış adediyle hem de reklam pastasından aldığı payla ortaya çıkmıştır. Günlük ortalama satışı 572 bin adetle Hürriyet, 2007 yılı verilerine göre, tüm reklam gelirlerinin %12,2'sini, toplam gazete reklam gelirlerinin ise %39'unu elde etmiştir.

3 Eylül

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings (Fitch) yaptığı açıklamada; Hürriyet'in uzun vadeli yabancı para cinsinden kredi notunu "BB", görünümünü "durağan" olarak belirtmiştir. Fitch aynı zamanda uzun vadeli yerel para cinsinden kredi notunu "BB" ve görünümünü "durağan"; ulusal kredi notunu "AA" ve görünümünü ise "durağan" olarak teyit etmiştir. IMKB kapanış fiyatları esas alındığında, gazetenin 2007 sonundaki piyasa değeri 1,3 milyar ABD dolarıdır.

Nisan

Doğu Avrupa ülkeleri ve Rusya'nın lider reklam yayıncılığı şirketi Trader Media East'in (TME) yüzde 67,3'ünü Londra Borsası'ndan çağrı yolu ile satın alan Hürriyet, böylece Rusya dahil dokuz ülkede reklam yayıncılığının bölgesel oyuncularından biri haline gelmiştir. İlk kez bir Türk şirketinin kendi pazarında lider konumundaki bir uluslararası şirketi satın aldığı bu dev yatırımla birlikte, Avrupa Birliği üyesi Polonya, Macaristan ve Litvanya ile Rusya, Ukrayna, Hırvatistan, Belarus ve Kazakistan'da faaliyet gösteren TME, Hürriyet bünyesine katılmıştır. 31 Aralık 2007 tarihi itibarıyla Hürriyet'in cirosu 914 milyon YTL, net dönem kârı 94 milyon YTL ve çıkarılmış sermayesi 421 milyon YTL olarak gerçekleşmiştir.

2010

Hürriyet Kampüs gazetesi çıkarılmaya başlanmıştır. Hürriyet bu gazeteyle genç nüfusa yönelik yayın yapmakta ve bu sayede çeşitli festivaller ve etkinliklere sponsor olarak destek vermektedir. Gazetenin bu dönemde ki tirajı ortalama olarak 490 bin

civarındadır. Beş yıl öncesine göre tirajda düşüş gözlemlenmekte bunun da sebebi internet gazeteciliğine bağlanmaktadır.³⁰³

2013

Hürriyet Gazetesi, internet haber portalı ve sosyal medya sayfalarının ardından yeni bir platform olan tablet bilgisayar ve akıllı telefon uygulamaları için de içerik üretmeye ve bu platformlarda da yayın yapmaya başlamıştır.

Hürriyet Gazetesinin yaptırmış olduğu bir araştırmaya göre, okurlarının %60'ı düzenli okurdu. Okurların %65'inden fazlasını ise yüksekokul mezunu ve üst gelir grupları oluşturduğunu beyan etmektedir. Yine kendi web sayfasında ve kurumsal iletişim sayfalarında, Doğan Yayın Holding Temel İlkeleri ve Yayın İlkeleri ile çelişmeyen her türlü görüşün sergilendiği özgür bir platform niteliği taşıdığı vurgulanmaktadır. Diğer taraftan Türkiye'nin en geniş muhabir ve yazar kadrosunun yanı sıra İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Antalya ve Trabzon bölge temsilcilikleri ve



Resim-3.30: 2013 Hürriyet Gazetesi okuyucusunun demografik yapısı

³⁰³ Gündoğmuş, Ögün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s. 83

Doğan Haber Ajansı'nın yurtiçi ve yurtdışındaki, 52 büro ve 600 muhabirden oluşan geniş haber ağı ile hizmet verdiği belirtilmektedir.³⁰⁴

Güçlü ve geniş bir haber ağına sahip olan Hürriyet Gazetesi ve bağlı olduğu grup, doğal olarak güçlü ve geniş bir baskı sistemine de sahip olmalıydı ki bunu Türkiye'de altı ilde ve Almanya Frankfurt'ta kurduğu, "Doğan Printing Center"la başardı. Basılan yayını da dağıtmak için güçlü bir dağıtım ağına sahip olması gerekiyordu ki bunu da 1994 yılından beri Yaysat'la başarıyla yapmaktadır.

3.3 Hürriyet Web Portalının Kuruluşu

İnternet'in yaygınlaşması ve daha da ulaşılabilir olması gazeteleri de dijital platforma taşıdı. Batı dünyasının önde gelen gazeteleri birer birer internet sayfalarını oluşturdu. Wikipedia'dan alınan bilgiye göre, dijital ortamda yayınlanan gazete ya da derginin erken bir örneği, "Haber Raporu", 1974 yılında Bruce Parrello tarafından oluşturulan bir online gazete olan PLATO sistemi Illinois Üniversitesi'nde görülmektedir. Onu takip eden ilk örneği ise 1987 yılında, Brezilya gazetesi "Jornaldodia" daha sonra ise 1990'ların sonlarına doğru, ABD'de yüzlerce gazete internet dünyasında yerini bulmuştu. Amerika'nın önde gelen gazetelerinden New York Times ise 1996 yılında dijital ortamda yayına başlamıştı. Türkiye'de ise ilk örneğini 1995 yılında Zaman Gazetesi gösterdi.

Dünya üzerinde ki toplumların çoğu yeni olan her şeye temkinli yaklaşabilir, eleştirel bakabilir. Gazete kuruluşlarının ve gazetecilerin de gazete dışında ki kitle iletişim araçlarına bakışları da böyledir tıpkı internet dünyasına baktıkları ilk yıllar gibi. Türkiye'de internet kullanımının yayılmaya başladığı ilk yıllarda bazı gazete kuruluşları, gazetelerine bastıkları haberleri, internet sitelerinde yayınlamamaktadırlar. Bunun önemli sebeplerinden biri de tiraj korkusudur. O zaman ki gazete yöneticileri, gazete satışlarının düşeceği kaygısıyla böyle bir tutum sergilemişlerdir. Bu ne demektir? Eğer gazetenin satışı düşerse reklam pastasından aldığı pay azalacak, gelir kaybı

³⁰⁴ Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyetkurumsal.com/tr/tarihce.asp>, (24 Ekim 2012)

yaşayacaktır. Evet, ilk zamanlar böyle bir düşünüş söz konusu olabilir ama daha cesur ve girişimci yöneticiler bu açığı kısa zamanda kapamışlardır. Çünkü, tiraj yerini tıklanma sayısına ve reklam gelirlerine bir yenisi, “İnternet Reklamları” da katılmıştır. Hatta internet reklamlarının gelirleri hatırı sayılır oranda artmıştır.

Hürriyet Gazetesi'nin internet dünyasında yer alması ise 1997 yılını buldu. Hürriyet web fikri 1 Ocak 1997'de Hürriyet'in dokümantasyon servisi ki o zaman bilgi sistemlerinin başında bulunan, bilgi sistemleri koordinatörü olan şimdinin CEO'su ve icra kurulu başkan yardımcısı olan Ahmet Dalman'ın fikri ile ortaya çıktı. Bu tarihten itibaren sadece günlük gazetenin öne çıkan başlıkları web sayfasında yer bulmaya başladı. İlk yıllar basılı gazetenin içeriği kısmen aktarılıyordu. Gün içerisinde sıcak bir gelişme olsa bile web sayfası değiştirilmiyordu. Daha sonra 1998 yılında bu göreve Arzu Çakır getirildi. Çakır'ın gelmesiyle beraber, sadece web sayfası için editoryal bir ekip kuruldu. Eskiden böyle bir ekip yoktu, arşiv çalışanları gazeteyi olduğu gibi kodlarını alıp internete taşıyorlardı. Ancak gazetenin tamamını aktaramıyorlardı. Çünkü kısıtlı bir alanları vardı. Hatta ilk yıllar fotoğraflar tek tük ve çok küçük boyutlarda kullanıla biliniyordu. Web sayfasının editoryal ekibi internete uygun haber girmeye, anlık olayları girmeye ve güncellemeler yapmaya başladı. Daha sonra bu göreve Fatih Çekirge ve en son olarak Bülent Mumay getirildi.³⁰⁵

Hürriyet'in basılı gazetesinin ön sayfasında, yayın döneminin başından bu yana, logonun hemen altında yer alan Kurucusu Sedat Simavi ibaresi, 2009 yılı başında kaldırılarak, yerine web Hürriyetin adresi olan hurriyet.com.tr yazısı yerleştirilmiştir. Bu da gazete yönetiminin İnternet gazeteciliğine önümüzdeki günlerde vereceği öneme işaret etmektedir.³⁰⁶

Comscore verilerine göre, 2011 yılında Türkiye'de en çok ziyaret edilen siteler arasında Hürriyet Grubu tüm internet siteleri içinde ilk 10 arasında yer alırken; www.hurriyet.com.tr Türkiye'de en çok ziyaret edilen haber sitesi olmuştur. Yine

³⁰⁵ Bülent Mumay, - Hürriyet Gazetesi Web Koordinatörü- “Hürriyet Gazetesinde Web, Sosyal Medya ve İçerik Yönetimi” konulu görüşme, İstanbul: 11 Mart 2013

³⁰⁶ Gündoğmuş, Öğün Emre, Özerkan, Ekin, Kabaş ve Baykal, s.90

Comscore verilerine göre 2013 yılında kullanıcı sayısını yüzde 31 arttıran Hürriyet İnternet Grubu, Türkiye’de Google, Facebook ve Microsoft’tan sonra dördüncü sırada yer almaktadır. Hürriyet.com.tr ise en yüksek erişim oranına sahip haber sitesi olarak birinci sıradadır.³⁰⁷ Gazetenin internet portalı içerik açısından kapsamlı bir nitelik taşımaktadır. Dünya gündeminden ekonomiye; emlakta sağlığa; otomobil dünyasından insan kaynaklarına ve gazetenin yerel baskılarına kadar, pek çok alanda enformasyona ulaşılabilir. Ayrıca gündeme ait haberler haricinde pek çok konu başlığı altında haber, fotoğraf ve videolara ulaşmak mümkündür.

Diğer taraftan hürriyetweb, zaman zaman eleştiri oklarının da hedefi olmaktadır. Bunlardan bir tanesi de gazetenin İnternet sayfalarında fotoğraf albümleri fazlaca cinsellik içerdiği yönünde ki eleştirilerdir. Bu konuyla ilgili Fatih Çekirge 2007 yılının ilk yarısında, *“Biliyoruz ki internet siteleri eğer haber verecekse yalnızca haber vermelidir. Biliyoruz ki internet sitelerine girebilmek çok kolaydır. Yani pornografik ve kadın teşhirine dayanan, üstelik hiçbir haber değeri olmayan fotoğraflara ne yazık ki çocuklarımız da kolayca ulaşabilmektedir. Bunun için de kaldırıyoruz.”* Demişse de kısa süre sonra İnternet sayfalarına yine kadın fotoğrafları yerleştirilmiştir.

³⁰⁷ Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/24406363.asp>, (29 Temmuz 2013)

3.3.1. 1997 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.31: 1997 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Hürriyet Gazetesi yayına başladıktan 39 yıl sonra internet ortamında da yayına başlamıştır. 16 yıllık internet gazeteciliği deneyimi de pek çok yenilik getirmiş ve getirmeye de devam etmektedir. Gazeteciliğin yaşam alanı bulduğu veya gelişime açık yeni iletişim kanalları, ilk yıllar kısıtlı imkanlara sahiptir. Daha sonra ihtiyaçlar belirir ve bu ihtiyaçların giderilmesi için teknik çalışmalar başlar. Belli bir zaman sonra gelişen yenilikler, gazetecilere ve habere daha çok yer açar, imkanlar sunar. Tarihe dönüp baktığımız zaman da bu gelişmelerin bu sırayla yaşandığını görmekteyiz. Örneğin ilk gazete örneği çıktığı zaman 36 sayfa, tamamı renkli ve bol fotoğrafı olarak kuşe kağıda basılmamıştı. Tek yüze bir sayfa ve sadece düz bir yazıdan ibaretti. Benzer örneği gazetelerin ilk web sayfaları için de gösterebiliriz. İlk haber mektupları çıkmaya başladığı ve gazeteciliğin ilk yıllarında olduğu gibi gazetelerin web sayfaları da ilk yıllar oldukça kısıtlı ve dar bir alana sahiptir.

İnceleme alanımız Hürriyet Gazetesi web sayfası da ilk yayınlandığı yıllara baktığımız zaman, basılı olarak çıkan gazetede ki haberlerin çok az bir kısmının özetlenerek dijital ortama aktarıldığı görülmektedir. Gece baskıya giren gazetenin küçük bir örneği gibidir. Gazetenin web sayfası bu dönem dar bir alana ve imkanlara sahiptir. Çok az haber ve hatta sadece bir küçük fotoğraf ancak yayınlanabilmiştir. Ama bu dönemin en önemli problemlerinden biri web sayfasının güncellenmiyor olmasıdır. Yani gece ne basılıyorsa

web sayfasında da aynısı gün boyunca kalmaktadır. Gün içerisinde gelişen sıcak olaylar veya haber merkezine yeni ulaşan haberler web sayfasına hemen aktarılamamakta veya bilerek aktarılmamaktadır. Bu ilk yıllarda gazete yöneticileri alışık olmadıkları bu yeni yayın anlayışı karşısında bocalamışlardır. Bazı genel yayın yönetmenleri basılı gazetenin tiraj kaygısı nedeniyle haberleri saklamakta bazıları ise henüz internet gazeteciliğini kavrayamamıştır. Diğer taraftan böyle bir içerik hazırlamak için insan kaynakları veya yetişmemiş iş gücü çözülmesi gereken bir problemdi.

1997 yılında Hürriyetin Gazetesi'nin web sayfası mavi zemin üzerinde beyaz sayfa olarak tasarlanmış. Hürriyetin klasik logosunun yanı sıra dergi grubunun da logosu sayfanın sol üstünde yerini almaktadır. Sayfanın sol tarafında mavi sütun üzerinde yer alan Ana sayfa, Gündem, Ekonomi, Dünya, Yaşam, Dizi, Spor ve Yazarlar bölümü olmak üzere sekiz ayrı link olarak yer verildiği gözlemlenmektedir. Ana sayfada yer alan beş haber ağırlıklı olarak gündem ve siyasi haber içeriklidir.

Ana sayfada yer bulan en uzun haber tek sütunda 40 ile 50 kelime kullanılmaktadır. Ayrıca haberin devamını okumak için ayrıca bir link verilmediği görülmektedir. Yine ana sayfada tek kare küçük bir fotoğraf kullanılmakta bazen bu sayı iki olabilmektedir. Diğer taraftan spor sayfasında daha çok fotoğraf kullanılmakta ancak bunlarında çözünürlükleri ve boyutları çok küçük ve sınırlı ebatlardadır.

Gündem linki açıldığı zaman Altı çizili mavi başlıklarla 20 civarında gündeme ilişkin haberler karşımıza çıkmaktadır. Ancak ana sayfa haberlerinde farklı olarak bu sefer haber başlıklarına tıkladığınız zaman haberlerin devamı okunabilmektedir. Haberi yazan muhabirin adı da ancak haberin içeriği tıkladığı zaman görülebilmektedir. Bu sayfada genelde fotoğraf kullanılmazken haberler de yine tek sütun ve 3-4 satır uzunluğunda kullanılmaktadır.

Ekonomi linkinde ise on ve üzeri haberin yanı sıra İMKB seansları, Altın ve serbest döviz fiyatları, Merkez Bankası döviz kurları ve yatırım fonlarına ait bağlantı linkleri verilmektedir. Dünya linkinde ise diğerlerine göre daha az sayıda habere

rastlanmaktadır. Haberlerin başlığına tıklandıktan sonra haberin devamına ve haberin kaynağına ulaşılabilir.

Yaşam bağlantısına tıkladığında daha çok fotoğrafın kullanıldığı hemen gözüne çarpmaktadır. Ancak bu fotoğraflar da diğer sayfalarda kullanılanlardan daha büyük veya daha kaliteli değildir. Bu sayfadaki haberlerin içeriği daha çok kültür, sanat ve magazin ağırlıklı olmakla beraber haber sayısı genelde 10-15 arasında değişmektedir. Bu sayfada yer alan haberler tıkladığı zaman haberin devamı okunabilmektedir. Diğer taraftan kullanılan fotoğraflar içerikte daha büyük kullanılmaktadır. Bu sayfadaki bazı haberlerde kaynak veya muhabirin adına rastlanmazken hiçbir fotoğrafta da fotoğrafçının adına veya kaynağına rastlanmamıştır.

Dizi linki tek başlık ve tek bir yazıyla dikkat çekmekte ancak kaynak veya yazar adına rastlanmamaktadır.

Spor bağlantısına tıkladığınız zaman yine karşınıza küçük, pul kadar, ama bol fotoğraflardan oluşan bir haber sayfası karşınıza çıkmaktadır. 10-15 arası kadar haberlerin ağırlıklı kısmı, klasik medyada olduğu gibi, futbol oluşturmaktadır. Muhabir veya kaynağa yine haberlerin içeriğine tıklandıktan sonra görülebilmekte ancak fotoğrafın kaynağına yine ulaşamamaktadır. Yazarlar linkinde ise köşe yazarlarının günlük yazılarına ulaşılabilir. Bu dönemde de Oktay Ekşi, Ertuğrul Özkök, Bekir Çoşkun, Emin Çölaşan, Mümtaz Sosyal ve Doğan Hızlan gibi gazetenin köşe yazarları bu bağlantıda da yer almakta. Yine yazarın küçük fotoğrafı yazının içeriğinde yer almaktadır.

1997 yılının sonlarına gelindiğinde ana sayfada haber sayısında önemli bir değişiklik olmadığını söyleyebiliriz. Ancak diğer taraftan ana sayfada logunun hemen altında bir anket yapıldığı görülmektedir.

3.3.2 1998 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.32: 1998 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

1998 yılına gelindiğinde Hürriyet Gazetesi kendi içinde yeni bir yapılanmaya gitmiştir. Bundan böyle Arzu Çakır yönetiminde hürriyet.com.tr web sayfası için çalışacak editöryal bir ekip vardır. Yani Hürriyet Gazetesi muhabirlerinin ürettiği haberler veya Doğan Haber Ajansı muhabirleri ve gruba bağlı diğer yayıncı kuruluşların ürettiği haberler ortak havuzdan çekilerek web içeriğine uygun hale getirildikten sonra yayına verilecektir. Gazetecilikte ve haberin yayımında teknolojik gelişmeler ne kadar önemli ise yetişmiş insan gücü de o kadar önemlidir. Bu yıl içerisinde yaşanan gelişmede teknolojiye insanın katkısı açıkça görülmektedir. Gelişen teknolojiyi kullanabilecek, yönetebilecek insan kaynağınız yoksa bir bakıma teknolojiniz de yok demektir. Bu takviye internet sayfasında hemen göze çarpmaktadır.

Hürriyet web sayfası, düz mavi zemin üzerine beyaz sayfa olarak tasarlandığı ve sayfa boyunun biraz uzadığı gözlemlenmektedir. Sayfanın en üst orta kısmında Hürriyet gazetesinin logosu yine yerini korumaktadır. Sayfanın sol tarafında mavi sütun üzerinde yer alan kısımlar geçtiğimiz senenin arşivine göre gelişim göstermiştir. Bu mavi sütun

üzerinde Ana sayfa, Gündem, Ekonomi, Dünya, Olay, Spor, Dizi, Yaşam, Yazarlar olmak üzere dokuz ayrı linke yer verildiği gözlemlenmektedir. Bunun yanında yine aynı sütunda alt kısımda Piyasalar, Hava Durumu, Spor, Panorama, Günlük Bulmaca kısımları yer almaktadır. Bu sırada Hürriyet gazetesinin magazin eki olan Kelebek kısmı da mavi sütunda yer almaktadır. Kelebek kısmının da kendi içerisinde alt linkleri bulunmaktadır. Bunlar; Haberler, Sinema, Tv. Programları, Fal, Yazarlar kısmıdır. Bir önceki seneye göre haber sayısının arttığı söyleyebiliriz. Ancak haber uzunlukları ve fotoğrafın kalite ve sayısı da geçen seneden farkı görülmemektedir. Bu senede haberler, gündem, siyasi, dış ve yaşam haberleri yer almaktadır.

Mavi sütunda bulunan linklere tıkladığımız zaman kısımların daha ayrıntılı, daha çok ve daha farklı haberler içerdiğini görebiliriz. Bu haberlerin bazılarının içinde fotoğraf kullanılmış bazılarında ise kullanılmamıştır. Fotoğraflar geçen senenin arşivine göre çok da gelişim gösterememiştir. Fotoğraflar yine küçük ve net olmayan fotoğraflardır. Web sayfa da bulunan en kaliteli en net fotoğraflar yazarlar kısmındaki yazarların kendi fotoğrafları olmuştur ancak bu fotoğraflar olması gerektiği gibi küçük kullanılmıştır. Ana sayfada yer alan en uzun haber geçtiğimiz senenin arşivine göre çok daha fazla kelime kullanılarak uzatılmıştır. Burada haberlerin devamlarının okunması için alt kısımlarında ek linkler verilmiştir. Ana sayfada gündem haberlerinden sadece birinde küçük, tek kare portre fotoğrafı kullanılmış. Genellikle başlıklar daha büyük daha kalın ve kırmızı renkle yazılmış. Ayrıca gündem haberlerinin orta kısmında yer alan iki ayrı haber küçük bir çerçeve içine alınarak bu haberlerin önemi vurgulanmış. Sağ kısımda ince bir çizginin oluşturduğu çerçeve içine Ertuğrul Özkök'ün yazmış olduğu "Günün İçinden" kısmına yer verilmiş. Bazı günler Oktay Ekşi'nin de fotoğrafı ve yazısının başlığı yine burada yer almaktadır. Yazarların hemen altında ise, "Gündem Zoom" başlığı altında birkaç farklı haberin sadece kısa halleri yer almış daha uzununa ulaşmak için linkler kullanılmış. Bu linklere tıkladığında haberlerin daha ayrıntılı daha uzun olduğunu gözlemlemekteyiz. Ayrıca haberlerin bir kısmında küçük fotoğraflar kullanılırken bir kısmında hiç fotoğraf kullanılmamış. Yine bu çerçevenin en alt kısmında o haftanın Sayısal Loto ve Milli Piyango sonuçları verilmektedir.

3.3.3 1999 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.33: 1999 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Bir önce ki senenin sonuna doğru kurulan, gazetenin internet sayfasını düzenleyen, editör ekip, bu yıl etkisini daha da hissettirmiştir. Bu tarihte web sayfası düz açık mavi zemin üzerine beyaz sayfa olarak tasarlandığını ve sayfanın giderek aşağıya doğru büyüdüğünü, bağlantı linklerinin arttığı ilk göze çarpan gelişme olarak görülmektedir. Editör ekibin yanı sıra teknik ekip ve alt yapıda bu gelişmelere ayak uydurmuştur.

Web sayfasına baktığımızda ise Hürriyetin klasik logosu sayfanın en baş kısmında, ortada tüm yazıların üstünde olduğu görülmektedir. Sayfanın sol tarafında eski arşive oranla daha açık mavi renkte bir sütun kullanılmış. Bu açık mavi sütunun üzerinde Ana sayfa, Son Dakika, Haber İndeksi, Gündem, Ekonomi, Dünya, Olay, Spor, Yaşam, Yazarlar olmak üzere on bir adet link bulunmaktadır. Bu linklerin altında ek

olarak TV Programları, Astronet, Hava Durumu kısımları yer almaktadır. Ayrıca Hürriyet gazetesinin magazin eki olan Kelebek'in ve bu dönemlerde yeni çıkmaya başlayan İstanbul ekinin linkleri de ayrıca verilmiştir. Bu mavi sütunun en alt ve en son dört linki de gazetenin, İnsan Kaynakları, Teknonet, Seri İlanlar ve E-mail linkleri olmuştur. Ana sayfadaki haberlere baktığımız zaman geçen senenin arşivine göre manşetler daha büyük puntolarla ve koyu atılmaktadır. Daha alt haberlerde daha küçük puntolar kullanılmaktadır. Ayrıca haberlerin altında verilen bağlantı linkleriyle artık haberin detayına ulaşılabilir. Yine geçen senenin arşivine göre ana sayfadaki haberler kısmında fotoğraf kullanımı biraz daha arttığı dikkat çekmektedir. Genelde ana sayfada 3-4 adet fotoğraf kullanıldığı gözlemlenmiştir. Hatta zaman zaman iki fotoğrafın üst üste kullanıldığı görülmektedir. Ancak fotoğraflar günümüze göre net olmayan ve soluk renkli karelerdir. Ana sayfanın en sağ tarafında ise son dakika haberleri yer almaktadır. Bunun altında 1999 depreminde evleri yıkılan insanlara yardım etmek amacıyla bir kampanya başlatılmış ve bağlantı linki animasyonlu logo olarak tasarlanmıştır. Bu linke tıkladığında insanların yardım etmesi için bankaların hesap numaralarının verildiği görülmektedir. Ve son olarak bu kısmın altında Yasemin Boran'ın yazmış olduğu "Astronet" küçük bir fotoğraf çerçevesinde bağlantı linki olarak verilmektedir.

Haberlerin alt kısmına bakıldığında Net Yorumu, Haftanın Anketi kısmı bulunmaktadır. Net Yorumu kısmına tıkladığında Hürriyet okurlarının çeşitli haberler için yaptıkları yorumlar, yolladıkları mesajlar yer almaktadır. Bu yorum kısmına atılan mesajlar ise en fazla yüz kelimeyi bulmaktadır. Net Yorumu ve Haftanın Anketi kısmının altında Yazarlar kısmı ayrıca yer almaktadır. Bu kısımda Oktay Ekşi, Bekir Coşkun, Mümtaz Soysal, Doğan Hızlan, Sedat Ergin, Kurthan Fişek, Enis Berberoğlu ve Hadi Uluengin gibi yazarların yazıları 10'ar kelimeler halinde özetlenmiş ancak yazının diğer kalan kısmının okunması için linkler verilmektedir.

Yazarlar kısmının altında, açık pembe bir renkte olan ince dikdörtgen bir çubuğun üzerine siyah renkle yazılmış olan o güne ait İMKB değerleri ve altın kurları link halinde verilmektedir. Bu kısmın hemen altında da **Süper Spor, Dizi, Kelebek, Eğitim** gibi eklerin linkleri bir tablo şeklinde sunulmaktadır. Sayfanın en aşağı kısmına ise

Hürriyet arşivinde arama yapmak için arama çubuğu eklendiği görülmektedir. Aynı zamanda yine en alt kısma o haftanın Sayısal Loto ve Milli Piyango sonuçları küçük logolar bağlantı linki olarak verilmektedir. Ancak bu tasarım bu yılın son günlerinde biraz daha renklenecektir.

3.3.4 2000 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.34: 2000 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

2000 yılı Hürriyet Gazetesi'nin web sayfası için ayrı bir önemi vardır. Bu tarihten itibaren hurriyet.com.tr, kendi kanatlarını çırpmaya başlamış ve artık yuvadan uçmaya hazırdır. Bu zamana kadar sıcak gelişmeleri girmeyen, güncelleme yapmayan haber sitesi değişime ayak uydurmuştur. Gazetenin web sayfası ile basılı gazete gün içerisinde farklılık göstermeye başlamıştır.

Geçtiğimiz senelerin web arşivlerine göre bu sene Hürriyet'in web sayfasının daha da renklendiği görülmektedir. 1999 yılının son günlerinde değişime giden web tasarımı 2000'li yıllara hem şekil olarak hem de içerik olarak zengin başladığını söyleyebiliriz. Beyaz zemin üzerine, konu başlıkları mavi kutu dışı font yazılmıştır. Hürriyet logosu ise sarı dikdörtgen bir çerçeve içinde kullanılmıştır. Yılın başlarında "Hürriyetim" olarak kullanılan bu logo, el yazması olarak italik olarak kullanılmıştır ama daha sonra yine klasik normal yazımına dönüştürülmüştür. Hatta bu dönemde biri küçük biri büyük olmak üzere iki adet logo kullanılmıştır. Büyük olan logo sadece Hürriyet ibaresini kullanırken, küçük olan logoda Atatürk ve Türk Bayrağı da logonun yanında yer almıştır. Bu senenin arşivini incelediğimizde en dikkat çekici yenilik olarak "Son Dakika" linkini söyleyebiliriz ancak daha sonra bu link kaldırılmış onun yerine, hemen büyük logonun altında, "son güncelleme saati"ni görmekteyiz. Daha önceki senelerde web sayfası bir kere hazırlanıyor ve gün içindeki sıcak gelişmeler güncellenmiyordu. Bu senenin yaz aylarından itibaren gün içindeki sıcak gelişmeler web sayfasında yayınlanmaktadır. Bu tarih önemlidir çünkü Hürriyet'in web sayfası, basılı klasik gazeteden ayrılmaya başlanmıştır. Diğer taraftan son güncelleme saatinin yanında yazan saat Hürriyet web'in son halini göstermektedir. Aslında bu durum araştırmacılar için sakıncalıdır çünkü gün içindeki diğer haberler yok sayılmakta ve arşive web sayfasının en son hali kaydedilmektedir. Her geçen sene hatta her geçen gün değişiklik gösteren web sayfası sürekli bir yenilik ve gelişim göstermektedir.

Sayfanın sol tarafında koyu lacivert bir sütun üzerine "Ana sayfa, Son Dakika, Haber İndeksi, Türkiye, Ekonomi, Dünya, Spor, Yaşam, Dizi, Yazarlar, Hürriyet İstanbul, Hürriyet Ege, Hürriyet Akdeniz, Kelebek ve İnsan Kaynakları" kısımları olmak üzere on altı link verilmiştir. Hürriyet İstanbul, Hürriyet Ege, Hürriyet Akdeniz bölgelere ait gazeteler olduğu bilinmektedir ancak arşive bu tarihlerde yeni eklenmiştir. Lacivert sütunun hemen altında yine o sütuna benzer ancak sarı renkte bir sütun yer almaktadır. Bu sütun üzerinde ise "Piyasanet, Teknonet, Astronet, Eğlence, Şehir Rehberi, Hava Durumu, Televizyon, Bulmaca, Seri İlanlar" gibi daha gündelik konular dokuz adet link halinde verilmiştir. Ana sayfadaki haberlere baktığımız zaman haber sayılarında oldukça bir artış olduğu gözlemlenmektedir ancak yine çok uzun olmamakla beraber daha fazlasının okunması için link haline getirilmiştir. Haberler, haber

başlıklarıyla aktarılmakta, haberin devamını okumak isteyenler başlığa tıklamaktadır. Haberin içeriğinde ise detaylar verilmekte çoğu zaman küçük bir fotoğraf haberi desteklemektedir. Haberi yazan muhabirin ismi kullanılmış ise başlığın altında yer almaktadır. Diğer taraftan “Türkiye, Dünya, Spor, Eğitim, Dizi, Ekonomi, Yaşam” haberleri ayrı ayrı başlıklar altında yer almıştır. Burada ki link bağlantıları tıklandığında ise yine web sayfasının sol tarafında bulunan lacivert sütundaki linklerle aynı sayfa açılmaktadır. Bu kısımların hemen aşağısında ise Yazarlar bölümü yer almaktadır. Aynı kısım yine soldaki lacivert sütun üzerinde bulunmaktadır. Ancak ana sayfadaki Yazarlar kısmında yazarların isimleriyle, yazılarının başlıkları link halinde alınmıştır. Yine her zaman gözlemlediğimiz gibi ana sayfanın en orta ve en aşağı kısmında o ayın “Sayısal Loto” ve “Milli Piyango” sonuçları ufak logolarıyla beraber yer almıştır. Sayfanın hemen sağ tarafında bulunan yukardan aşağı olan kısmın hemen en başında Hava Durumu değerleri dört ayrı şehir için gözükmektedir. Ancak bu link tıklandığında daha fazla şehrin ve farklı ülkelerin sıcaklık değerleri daha ayrıntılı bir şekilde bulunmaktadır. Bu kısmın hemen altında “Cv’nizi oluşturun” adlı hareketli bir link bulunmakta. Bu linke tıklandığında Hürriyet’in, insanların iş bulmasına yardım ettiği, kendi sitesi olan “Yenibiriş.com” sayfasına yönlendirmektесiniz.

Ve son olarak en alt kısımda, sayfanın sol kısmında da bulunan sarı sütunun içindeki linkler yani “Piyasenet, Teknet, Astronet, Eğlence, Şehir Rehberi, Hava Durumu, Televizyon, Bulmaca, Seri İlanlar” kısımlarının daha açık halleri verilmiştir. Buradan yine aynı linklere bağlanılmaktadır. Fotoğraf açısından değerlendirilecek olursa geçen senelere göre genel olarak daha az ve daha küçük fotoğraflar kullanıldığı söylenebilir ancak çok önemli olaylarda habersiz, tek kare büyük fotoğraf örneklerine de rastlanmaktadır. Örnek olarak Galatasaray’ın Avrupa şampiyonluğunu gösterebiliriz.

3.3.5 2001 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.35: 2001 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Geçtiğimiz senelerin arşivlerine göre bu senenin web sayfa tasarımının çok daha gelişmiş olduğu açıkça gözlemlenmektedir. Ana sayfa beyaz bir zemin üzerine daha çok açık mavi haber kutucuklarının ve başlıkların mavi olduğu bir sayfa olarak tasarlanmıştır. Eski arşivlerde Hürriyet logosu sağ en üst köşede yer alırken bu senede Hürriyet logosu yine en üstte açık sarı olan bir dikdörtgen sütun üzerine koyulmuştur. Hemen Hürriyet logosunun sağ tarafında Hürriyet'in o seneler de yeni yeni oluşturmaya başladığı "Haber Alarmı" kısmının hareketli küçük bir logosu kullanılarak bir link oluşturulmuştur.

Yine ana sayfanın sol tarafına bakıldığında açık mavi bir sütunun üzerinde daha koyu bir mavi renkle yazılan bölüm başlıklarının (Gündem, Politika, Dünya, Ekonomi, Spor, Yaşam, Teknonet, Tüm Haberler, Yazarlar, Kültür Sanat, Magazin, Özel Dosyalar, Hava Durumu, Astronet, Televizyon linklerinin yanı sıra Hürriyet USA başlığında Hürriyet Amerika'nın link bağlantısı verilmektedir. Bunların altında ise

sırayla, Hürriyet Ekleri, Otoyaşam ve Seyahat linkleri, Okur Temsilcisine Mektuplar, bağlantısı görülmektedir. Ana sayfanın genelinde yazılan haberlere bakıldığında fotoğrafların eskiye oranla artmadığını ancak fotoğrafların kalitelerinin daha iyi olduğunu söyleyebiliriz. Bu dönemde hareketli logoların arttığı da ana sayfada açıkça gözükmemektedir. Sayfanın tam ortasında Hürriyet gazetesinin magazin eki olan “Kelebek” hareketli reklam logosu yer almıştır. Bu tarihten itibaren Hürriyet’in eki Kelebek’de internet yayınlanmaya başladığı duyurulmuştur. Haber başlıkları incelendiği zaman “Günün Manşetleri” başlığı altında o günün en önemli haberlerine yer verildiği gözlemlenmektedir. Haberlerin içeriğine bakıldığında ise manşet haberlerinin içeriği aktarılmaktadır. Manşette çarpıcı ve büyük boy fotoğraflara verilen haberlerin içeriğinde daha fazla ve değişik fotoğraflar görmek mümkün olmaktadır. Diğer taraftan manşet haberlerinin altında günün öne çıkan başlıkları da burada yer almaya başlamıştır. Böylelikle bir önceki seneye göre web sayfasının boyunun daha kısa ve haberlerin, haber başlıklarının, linklerin ve diğerlerinin daha derli toplu, bir arada olduğu tespit edilmiştir.

Sayfanın tam ortasında yer alan hareketli reklam bandının altında ise küçük fotoğraflarla yer verilmiş iki haberin altında ise yine konu başlıkları ve haberleri bağlantı linkleriyle verilmektedir. Hemen yan tarafına bakıldığında ise o haftanın “Sayısal Loto” ve “Şans Topu” numaraları verilmiştir. Sayfanın son kısmında ise Gündem, Dünya, Ekonomi, Spor, Teknet, Spor, Yaşam başlıkları altında daha fazla habere ulaşmak için link bağlantıları verilmiştir.

3.3.6 2002 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.36: 2002 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Bir önceki yılları kıyasladığımız zaman tasarım olarak çok bir farklılık olmadığını yine tek sayfada derli toplu ve sade bir şekilde haberlerin sunulduğu dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra yenilikler de kendilerini göstermektedir. Dikkati çeken yeniliklerden ilk olarak haberlerin güncelliği ön plana çıkmaktadır. Bir süredir güncellenen haberler ve manşetlerin köşelerine “Yeni Manşet” ibaresi gündemin dakika dakika takip edildiğini vurgulamaktadır. Diğer taraftan manşetin hemen altında yer alan haber başlıkları ise bu sene giderek sayıları artmaktadır. Bununla birlikte Serdar Devrim, fotoğrafıyla ve yazısının başlığıyla ana sayfada görünen tek yazar olduğunu belirtmek gerekmektedir. Sol tarafta “Bugünkü Hürriyet Gazetesi” bağlantısının altında yer alan haber sayfası başlıkları ve diğer bağlantı linklerine yenileri eklenmiştir. Bunlar sırasıyla English, yenibir.com, Genç Hürriyetim, Agora bağlantı linkleri görülmektedir. Ancak şunu belirtmekte fayda vardır ki, geriye dönük olarak yaptığımız bu web araştırmasında, bu link bağlantıları tıkladığı zaman bugün bağlantılı olmadığı anlaşılmaktadır.

Yine sayfanın tam ortasında yer alan hareketli reklam bandında, Kelebek ekinin internet reklamını görmekteyiz. Hürriyet'in internet sayfasının arşiv taramasında bugüne kadar incelenen sayfalarda, kendi reklamının haricinde başka bir reklam almadığı da başka bir ayrıntıdır. Reklam bandının altında ise yine haber sayfalarının başlıkları ve onların da altında haber başlıkları mavi renkle yazılmış link bağlantıları verilmiştir.

3.3.7 2003 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.37: 2003 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

2003 yılında Hürriyet web sayfası genel anlamda bir önceki senenin aynısını yansıtmaktadır, ufak tefek eklemeler haricinde. Sol tarafta yer alan haber sayfası başlıklarının altında yer alan Hürriyet Ekler'in altına önceki senelere ek olarak, Otoyaşam ve Seyahat linklerinden sonra Bilim, Pazar ve Kelebek eklerinin link bağlantıları verilmektedir. Haber başlıklarının sayısı da her geçen gün birer birer artmaktadır. Bununla birlikte daha çok haberde fotoğraf kullanıldığı ancak fotoğrafların boyutları özellikle çok küçük tutulmakta ki web sayfasının sınırlarını ancak bu kadarına

müsaade etmektedir. Reklam bandının altında yer alan ve öne çıkartılan haber başlıkları yanlarında küçük fotoğraflarla verilmektedir. Bu haberlere tıkladığında açılan sayfada ise fotoğraf kalitesi ve ebatları pek farklılık göstermemekle birlikte haberin içeriği daha geniş verilmektedir. Haberın detaylarının verildiği bu sayfada Anasayfanın Hürriyet başlığı ve sol tarafta yer alan sayfa başlıkları ile diğer bağlantı linkleri yine yerlerini ve bağlantılarını koruduğu gözlemlenmiştir.

3.3.8 2004 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.38: 2004 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Bu yıla gelindiğinde web sayfasının daha da renklendiği, manşetteki fotoğrafın daha büyük daha kaliteli ve fotoğraf üstü yazılarla, ilerleyen yıllarda görülecek olan vitrin mantığının temellerinin bu yıllarda atıldığını söyleyebiliriz. Bununla birlikte yine manşetin altında ki haber başlıklarının sayılarının arttığını söyleyebiliriz. Diğer taraftan bu tarihe kadar yayınlanan kurum içi reklam bandına artık kurum dışı reklamlarda eşlik etmektedir. Hareketli reklam bandının hemen altında yer alan Serdar Devrim kutucuğunun yanında yer alan reklam kutusunda Amerika Birleşik Devletleri'ne göçmenlik başvurusu olan "Green Card" reklamı görülmektedir. Bu yıl içinde yenilik

olarak adlandırabileceğimiz bir başka çalışma ise “Fotoğraf Albümleri”dir. Belli bir konuda veya başlık altında toplanmış pek çok fotoğraf bir albüm gibi peşi sıra verilmektedir. Örnek olarak seçtiğimiz 20 Eylül 2004 tarihli hurriyet.com sayfasında “Atatürk’ün Renklendirilmiş Fotoğrafları” görülmektedir. Ancak arşiv sayfası bunun bağlantısını sağlamamaktadır. Yine bu sene web sayfasında yer bulan ekler görülmektedir. Sol tarafta yer alan haber sayfası başlıklarının altında yer alan Hürriyet Ekler’in altına önceki senelere ek olarak, Otoyaşam, Seyahat, Bilim, Pazar, Kelebek eklerine e-yaşam, Cumartesi ve Cuma eklerinin link bağlantıları verilmektedir.

3.3.9 2005 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.39: 2005 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

2005 yılı Hürriyet Gazetesi web sayfası için yenilik yılıdır. Gazetenin web sayfası Ekim ayından itibaren web2.0’ye geçiş yapmıştır. Aslında 2002 yılından beri var olan web2.0, yayıncı kuruluşlar tarafından zaman içinde kullanılmaya başlanmıştır.

Kullanıcıların pek fark etmediği bu yeni web anlayışının en önemli özelliklerinden biri de geri bildirim kodlarının herkese açık olmasıdır. Web1.0’de okuyucu haberle ilgili bir yorum veya geri bildirim yapmak ihtiyacı hissettiği zaman e-posta yollaması gerekiyordu. Yıllar önce bir çalışmada Newhagen, Cordes ve Levy, tarafından yapılan araştırmaya göre, okuyucu veya izleyicilerin yorum göndermek için teşvik edilmesine rağmen bir haber programının editörleri bile, kendi izleyicilerinin e-postalarına bakmadığını ortaya çıkardı.³⁰⁸ Web2.0’de ise artık okuyucu her haberin altına direkt olarak yorum ve görüşlerini yazabilmekte ve bunu yayıncı kuruluşun sayfasında yer alan haberin altında açılan pencereden, bütün dünyaya duyurabilmektedir. Ancak zaman içinde bu uygulamanın da problemleri görülmüştür. Özellikle argo yorumlar veya hakarete varan yorumlar ve suç teşkil edebilecek yorumlar gazete yayını için sorun olabilmektedir. Bu problemi aşmak için Hürriyet Gazetesi Web Koordinatörü Bülent Mumay, görüşmemizde çözümlerini şöyle aktarmıştır;

“Tam olarak kaç yorum geri dönüyor elimizde bununla ilgili net bir sayı yok ama onaylanan ve yayınlanan yorumlarla ilgili bir rakam verebilirim. Günde yaklaşık 7000 yorum geliyor ama bunlar sadece herhangi bir haberin altında ki yorumlar. Yani facebook’da herhangi bir linkin altına eklenmiş yorumları saymıyoruz. Kaç tane tweet var? Onunla ilgili bir done de yok elimizde. Ama muhtemelen 2000-3000 kadar yorum ret ediliyordur. Bununla ilgili 10 özürlü editörümüz var. Bu arkadaşlar gazeteye gelmeden internet üzerinden bizim için çalışıyorlar. Gelen ortalama 10 bin yorumu okuyorlar ve uygun gördüklerini yayınlıyorlar.”³⁰⁹

Mumay’ın açıklamış olduğu editörlerin denetiminde ki otokontrol sisteminin yanı sıra gazete yönetimi, okuyucu yorumlarından doğabilecek hukuki sorumluluklar için de bir sözleşme hazırlamıştır. Hürriyet Gazetesi ve okuyucu arasında ki “*Hurriyet.com.tr Sitesi Üyelik Sözleşmesi*” ile gazete, hukuki olarak kendini koruma altına almıştır. Bu sözleşmenin, “4. Maddesi Hak ve Yükümlülükler” başlığının alt

³⁰⁸ Tanjev Schultz, **Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers**, 1 September 1999, <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html>, (18 Ekim 2010), ss. 1-24

³⁰⁹ Bülent Mumay, - Hürriyet Gazetesi Web Koordinatörü- “Hürriyet Gazetesinde Web, Sosyal Medya ve İçerik Yönetimi” konulu görüşme, İstanbul: 11 Mart 2013

maddesi “4.2. “Site” Üzerinde Yer alan İçerik” maddesinin “4.2.1. “Üye”, “HÜRRİYET”in, “Site”de yer alan her türlü, bilginin, içeriğin ve görselin gerçekliğini, orijinalliğini, güvenliğini, doğruluğunu araştırma, bu içerik ve ilanların internet üzerinden teşhirinin hukuka uygun olup olmadığını tespit etme sorumluluğu bulunmadığını, söz konusu içerikler sebebiyle ortaya çıkabilecek zararlardan dolayı “HÜRRİYET”in, “HÜRRİYET” çalışanlarının ve yöneticilerinin sorumluluğu bulunmadığını kabul ve beyan eder.”³¹⁰ Demektedir ki böylelikle okuyuculardan gelen her türlü içeriğin ve bilginin sorumluluğunun yorum sahibine ait olduğunun altını çizmektedir.

Bütün sorumluluk ve hukuki bağlamlarına rağmen okuyucunun katılımı, internet gazeteciliği için dönüm noktalarından biri olarak kabul edilebilir. Bu zamana kadar gazete sayfalarında pek görmediğimiz veya kaç tane geldiğini ve nasıl bir seçim yapılıp gazeteye aktarıldığını bilmediğimiz okuyucu mektupları veya yorumları, editör kontrolünden sonra her haberin altında kendini göstermeye başlamıştır.

Hürriyet başlığının yanına Hürriyetin kendine ait Hürriyet haber alarmının hareketli reklamı yerleştirilmiş bu web sitesinin en üst kısmında yer almaktadır ama bu tasarım yılın sonlarına doğru değişim gösterecektir. Ekim ayı ile birlikte Hürriyet logosu daha büyük ve sola doğru yer bulurken yanında ise Yenibiriş, hurriyetemlak.com, Haber Alarmı, Yazarlar, Arşiv, Arşivden Bugün, Seri İlanlar ve Bütün Servisler link bağlantısı olarak yer almaktadır. Hürriyet başlığının hemen altına günün manşetleri yer almakta bu manşetler beyaz zemin üzerine yerleştirilmiş. İlk manşet siyasetle ilgili bu yılda siyaset ve gündemi meşgul eden haberler doğal olarak ön planda tutulmuş. Bu tarihlerden itibaren hurriyet.com.tr iyiden iyiye kendini basılı gazeteden ayırmaya başladığı gözlemlenmektedir. Sıcak haber ve gelişmeler “Yeni Manşet” etiketiyle hemen web sayfasında yer bulabilmektedir. Bununla birlikte basılı gazetenin manşeti ve diğer haberleri de kendi başlıkları altında yerlerini korumaktadırlar. Ancak ikinci planda kaldıkları söylene bilinir. Bu dönemde de haberler ayrıntıları görebilmemiz için link şeklinde hazırlanmıştır linkler açıldığında

³¹⁰Hürriyet Gazetesi, <http://haberyorumlari.hurriyet.com.tr/Default.aspx?HaberID=24466711>, (6 Ağustos 2013)

haberler hakkında ayrıntılı bilgiler önümüze çıkmaktadır. Manşet haberlerinin altında ise yine gündeme ilişkin başka bir başlık atılmış ancak bu haber daha küçük ve genelde fotoğrafsız olarak yer bulmuştur. Bu yılın sonuna doğru yaşanan tasarım değişimi burada da kendini göstermiş manşet haberinin yanında ve altında kısa kısa daha çok habere yer verilmiştir.

Sayfanın sol köşesinde mavi bir sütun üzerinde 15 tane ayrı link bir önceki sene gibi yerini korumaktadır. Bu linkler; English, yenibir.com, Genç Hürriyetim, Agora, Gündem, Avrupa Birliği, Dünya, Ekonomi, Spor, Yaşam, Teknonet, Tüm Haberler, Yazarlar, Kültür Sanat, Magazin, Özel Dosyalar, Hava Durumu, Astronet, Televizyon ve Hürriyet USA şeklinde başlıklardan oluşmaktadır. Böylelikle insanların haberlere kolay ulaşması sağlanmış. Bu linklerin hemen altında Hürriyet Eklerinin isimleri yine link bağlantısı sağlanarak yazılmıştır. Bu bağlantılardan da Hürriyet eklerine kolaylıkla ulaşılabilir. Daha sonradan bunların altına “Okur Temsilcisine Mektuplar” kutucuğu eklenmiştir. Sayfanın tam ortasında Kelebek ekinin hareketli reklamı yerini korumaktadır. Reklamın hemen altında ise yine Serdar Devrim’in fotoğraflı, yazısının başlığı görülmektedir. Hemen yanında ve altında yer alan kutucuklarda ise, fotoğraf galerileri, Almanak, Bilgilendirme yazıları çerçeve içinde link bağlantısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunların altında ise 6 ile 8 kutu şeklinde gündemden bazı haberlere yer verilmiş bunlar kısa tutulmuş ancak üzerlerine tıkladığında haberler hakkında ayrıntılı bilgiler verilmiş, bu haberlerin kimler tarafından hazırlandığını da ancak habere tıklayınca görebilmekteyiz. Ekim ayında gelen tasarım değişikliğiyle burada ki haber kutucuklarının tamamı küçük fotoğraflarla desteklenmiştir. Onların altında ise yine konu başlıklarının altında konuya ilişkin haber başlıklarını link bağlantısı olarak verilmektedir. Bunların sağ yanında ise pek çok konu hakkında “Anket” yapıldığı dikkat çekmektedir. Sayfanın en alt kısmında gündemdeki tüm başlıklar gündem başlığının altına, Ekonomide ki tüm başlıklar Ekonomi başlığının altına, Spordaki tüm başlıklar Spor başlığı altına, Dünyadaki tüm başlıklar Dünya başlığı altında, Teknonette ki tüm başlıklar Teknonet başlığı altında verilmiştir. Sayfanın sağ üst köşesinde Dünyadan bir habere ve onun altında da Enflasyonla ilgili bir habere yer verilmiş. Sayfanın alt sağ köşesinde ise sayısal loto ve şans topunun sonuçları yer almaktadır.

3.3.10 2006 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.40: 2006 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Bir önceki senenin sonuna doğru değişen tasarım olduğu gibi bu yıla aktarılmış. Ancak bu yılın Ekim ayında yeniden bir tasarım dönüşümü yaşanmıştır. Geçen sene Ekim ayında yapılan tasarım değişikliği 12 ay sonra yeniden yenilenmiştir. Hürriyet logosunun yanında Hürriyetemlak.com, Yenibiriş, Haber Alarmı, Yazarlar, Arşiv, Arşivden Bugün, Seri İlanlar, Bütün Servisler başlıkları küçük kutular içinde yer alıyor. Yılın sonuna doğru ise Hürriyet logosu sol tarafta yer alırken altında ise mavi renkte E-Gazete, Haber Alarmı, Seri İlanlar, Yenibiriş, hürriyet emlak.com, Yorumcular, Agora, Arşiv ve Sen de yolla başlıkları yer almaktadır.

Göze çarpan yeniliklerden birisi olarak Hürriyet logosunun hemen altına gri bir şerit içine yerleştirilen “Piyasenet” dikkati çekmektedir. Burada İMKB, Dolar, Euro ve Altın hakkında bilgiler verilmektedir. Yılın sonuna doğru ise bu satır yayından

kaldırılmıştır. Sayfanın sol üst köşesinde turuncu zemin üzerinde Anasayfa, mavi zemin üzerinde English, Yazarlar, Dünya, Ekonomi, Spor başlıkları link şeklinde yer almaktadır. Magazin ve Kültür Sanat bu başlıklardan ayrı yazılmıştır, Hürriyet Ekler kısmı kırmızı bir kutu içinde ve Magazin, Kültür Sanat linklerinin hemen altına yazılmıştır. Bu bölümde yılsonuna doğru değişiklik göstermiş, Kültür Sanat ve Hürriyet Kurumsal linkleri burada yerlerini almıştır. Piyasane'tin hemen altında beyaz zemin üstünde manşet habere yer verilmiş, yine gündemin en çok konuşulan haberi ilgili resimle desteklenmiştir. Yeni Manşet başlığı altındaki bu haberin hemen altında Günün Manşetleri başlığı yer almakta burada Dünya, Gündem veya diğer haber konuları başlıkları hakkında iki haber yer almakta bu haberler link şeklinde yazılmış ayrıntılı bilgilere haberlere tıklayarak ulaşmamız sağlanmıştır. Bunların yanında ise yine gündemin öne çıkan haberleri küçük fotoğraflarla ve başlıklarıyla link bağlantısı olarak verilmektedir. Ekim ayında ki yeni tasarımla manşetin yanında daha büyük fotoğraflar dikkat çekmektedir. Günün manşetlerinin altına 10 kutu şeklinde gündemden bazı haberlere yer verilmiş. Bu haberlerin ayrıntısını ve kimin hazırladığını görmek için üzerlerine tıklayıp ayrıntıları görebilmemiz sağlanmıştır. Her geçen yıl ise haber sayısının ve kullanılan fotoğraf sayısının ise arttığını tekrar burada görmekteyiz. Bu artış ise 1-2 haber ve fotoğraf artışı olarak dikkat çekmektedir. Yılsonuna doğru ise bu artış iki katı olarak 20 haber ve üzeri sayıya ulaşmıştır. Haberlerin tamamı ise küçük de olsa fotoğraflarla desteklenmiştir.

Sayfanın en alt kısmında gündem haberleri gündem başlığının altına, Ekonomideki tüm haberler Ekonomi başlığının altına, Spordaki tüm haberler Spor başlığı altına gibi konusuna göre her haber kendi başlığı altında link bağlantısıyla verilmektedir. Bununla birlikte haberlerin yanına yeni ibaresi de dikkat çekmektedir. Bir başka yenilik ise bu başlıkların altında yılsonu kendini göstermektedir. Hürriyetin ekleri Agora turuncu, Yaşam yeşil ve Kelebek kırmızı kutular içinde tek kare fotoğraf ve birkaç konu başlığıyla dikkat çekmektedir. Sayfanın sağ üst tarafında ise konu başlıklarına göre farklılık gösterebilen, gündemde öne çıkan iki önemli habere yer verilmektedir. Bunlar çoğu zaman spor veya ekonomi olmakla beraber kadın temalı haber ve fotoğraflar da bu yıl ön plana çıkmaya başlamıştır. Sayfanın sağ alt kısmını ise anketlere ayırmışlar burada gündem konuları hakkındaki söylentilerin doğru olup

olmadığı insanlara sorulmuştur. Burada toplam 11 anket sorusu yer almakta. Anketin altında Spor Programlarına yer verilmiştir. Burada da televizyonlarda yayınlanan spor müsabakalarının yayınlandığı saat ve kanal isimleri verilmektedir. En alt satırda ise “Copyright 2006 Hürriyet” ibaresi yer almaktadır. Bunun altındaki küçük kutucuklarda ise sırasıyla; Hürriyet Kurumsal, Hürriyet USA, Hürriyet emlak.com ve yenibiriş bağlantı linkleri yer almaktadır.

3.3.11 2007 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.41: 2007 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Hürriyet Gazetesi internet sayfası, hem Türkiye’de hem de Dünya genelinde istatistiksel bilgilerde üst sıralarda yer almaktadır. 2007 yılında alexa.com adlı istatistiksel veri sitesi Türk basını arasında en çok tıklanan gazete olarak Milliyet Gazetesini birinci sırada verirken Hürriyet ikinci sırada yer almaktadır. Ancak ismi geçen sitenin 2007 yılının sonuna doğru yayınladığı bilgilere göre Hürriyet Gazetesi, Almanya’da 395. sırada yer alırken ABD’de 2776. Sırada yer almaktadır. Bu verilere göre Hürriyet Gazetesi, yurtdışında en çok takip edilen Türk gazetesidir. Yine bu verilere göre, Almanya’da ki Türk basını şöyle sıralanmaktadır. 726. Milliyet, 2371. Sabah, 3316. Zaman, 3931. Habertürk. ABD’de ki sıralama da ise bazı gazetelerin sıralamada yer

değiştirdiği görülmektedir. 3016 Milliyet, 9897. Zaman, 14148. Sabah, 18209. Habertürk.³¹¹

Hürriyet Gazetesi, son birkaç yıldır, genelde son bahar aylarında web sayfasını yeniden tasarlamakta ve yenilikler eklemektedir. Ancak 2007 yılına gelindiğinde Hürriyet, son baharı beklememiş ve yeniliklerini 12 Nisan 2007’de web sayfasında yayınlamıştır. Yılın ilk ayları Hürriyet logosunun hemen altında mavi renkte E-Gazete, Haber Alarmı, Seri İlanlar, Yenibiriş, Hürriyet emlak.com, Yorumcular, Agora, Arşiv ve Sen de Yolla başlıkları, bir önceki senenin ekim ayında yapılan yenilikleriyle, bu sene de yerlerini korumaktadırlar. Bu satırını altında ise kırmızı zemin üzerine son dakika satırı bulunmaktadır. “Son Dakika” başlığına tıkladığımızda saatleriyle birlikte haber başlıklarına yer verilmiş bu başlıklara tıkladığında haberlerin ayrıntısına ulaşabilmekteyiz. Son dakika haberleri Gündem, Spor, Dünya, Ekonomi gibi çeşitli haber konularından seçilen haberlerden oluşturulmuştur.

Son dakika başlığının altında ise manşet üstü haberler veya derleme fotoğraflar göze çarpmaktadır. Özellikle “Atlas Dergisi” fotoğraflar konusunda oldukça çok hürriyetweb’de yer bulmaktadır. Yine bu yılda yenilik olarak haberlerin videosunun da verildiği de dikkat çekmektedir. Her geçen gün artan fotoğraf sayısı bu yıl kendini fazlaca hissettirmektedir. 12 Nisan’dan itibaren ise manşet haberlerinin yer aldığı alan 7 ayrı pencerede, her haber konusunun öne çıkan haberleri, manşet olarak verilmektedir. Bu manşetler gündemden, spora kadar haberlerden oluşmaktadır ve beyaz zemin üzerine yerleştirilmiştir. Bununla birlikte yine manşet üstü fotoğraflara, haber başlıklarına ve manşet yanında fotoğraflara ve haber başlıklarına yer verilmektedir. Manşetlerin altına Günün Manşetleri ve Haftanın Manşetleri adı altında 2 seçenek yerleştirilmiş bunlara tıkladığında o haftanın öne çıkan manşetlerine ya da günün manşetlerine kolaylıkla ulaşabilmekteyiz. Bu manşetler daha sonra 7 bölmeli manşetlere aktarılmıştır. Sayfanın orta kısmında iki mavi kutuda magazin ile ilgili habere yer verilmiş. Magazin haberlerinin altında Dünya’nın ve Türkiye’nin gündem haberleri bulunmakta, toplam 21 haber burada yer almakta bunlara tıkladığında haberlerin

³¹¹ Aydın Tiryaki, *Gazetelerin internette tıklanma yarışı*, <http://blog.milliyet.com.tr/gazetelerin-internette-tiklanma-yarisi--alexa-com-siralari-BlogBlogNo=78072>, (29 Ocak 2013)

ayrıntısı ve kimin tarafından yapıldığı karşımıza çıkmaktadır. Bu bölümde ki haberlerde daha sonra sayıları artmış ve görsel olarak çok daha fotoğraf ön plana çıkartılmıştır.

Yılın ilk ayları, sayfanın alt kısmı Gündem, Ekonomi, Yaşam, Spor, Teknonet ve Dünya ile ilgili haber başlıklarına ayrılmış, başlıklara tıkladığında habere ulaşılmaktadır. Hürriyet kendi eklerinin yani Agora'da Buluşma, Yaşam ve Kelebek'inde haber başlıklarına yer vermiş. Nisan ayından itibaren ise başlıklar ve ekler tamamen ortadan kalkmış ve yerlerini küçük kutular içinde her konudan haber fotoğraflarla birlikte verilmiştir. Dikkat çeken ise kadın fotoğraflarının cinselliği ön planda olan fotoğraf sayısıdır.

Sol üst köşede mavi kutu içinde English, Yazarlar, Dünya, Ekonomi başlıkları yer almakta, Ankara ve Kültür Sanat başlıkları bu başlıklardan ayrı tutulmuşsa da daha sonra hepsi mavi zemin üzerinde birlikte yazılmıştır. Bunlara ek olarak 3.Sayfa, Sağlık ve e-çizgi burada yer bulmuştur. Ergin Asyalı "e-çizgi" ile gündeme ilişkin konularda karikatürler çizmektedir. E-çizginin sabit bir yeri bulunmamaktadır. O günkü tasarıma göre yeri değişiklik gösterebilmektedir. Yine sol köşede Hürriyet Eklerinin başlıklarına yer verilmiş bu başlıklara tıklayarak eklere ve haberlere kolaylıkla ulaşabilmekteyiz.

2007 yılında "Son Dakika" bölümünün, logonun en üstüne bir satır olarak eklendiği ve yanına ise sırasıyla Hava Durumu, Piyasane, Sinema, TV, Astroloji, Sende Yolla ve Diğer başlıklı bağlantı linkleri oluşturulmuştur. Alt satırda ise Bumerang, Yarışma, Kişisel Hürriyet, Sosyal İlanlar, Doğum Günü Sayfası, Seri İlanlar küçük kutular içinde link bağlantıları verilmiştir. En alt satırda ise "Copyright 2006 Hürriyet" ibaresi yer almaktadır. Bunun altındaki küçük kutucuklarda ise sırasıyla; Hürriyet Kurumsal, Hürriyet USA, Hürriyet Avrupa, Hürriyet Emlak, Yenibirış.com, Anneyiz Biz, Hürriyet Oto, İddia Oyna, Avrupa Birliği ve DYH bağlantı linkleri yer almaktadır.

Diğer taraftan gazetenin internet sayfalarında fotoğraf albümleri fazlaca cinsellik içerdiği yönünde eleştirilmektedir. Bu konuyla ilgili Fatih Çekirge 2007 yılının ilk yarısında, özellikle web gazetede kadın fotoğraflarına yer verme uygulamasını

sonlandıracaklarını ve gerçek anlamda bir haber gazetesi olacaklarını belirtmişse de; kısa süre sonra İnternet sayfalarına “seksi fotoğraflar için tıklayın” linkleri bir iki kez daha yerleştirilip kaldırılmıştır. Çekirge, “Kadın teşhirini reddediyoruz” başlıklı yazısında, “Biliyoruz ki internet siteleri eğer haber verecekse yalnızca haber vermelidir. Biliyoruz ki internet sitelerine girebilmek çok kolaydır. Yani pornografik ve kadın teşhirine dayanan, üstelik hiçbir haber değeri olmayan fotoğraflara ne yazık ki çocuklarımız da kolayca ulaşabilmektedir. Bunun için de kaldırıyoruz.” diye aktarmıştır. Ancak Çekirge’nin bu girişimi rakip basın kuruluşları tarafından farklı yorumlanmış ve Hürriyet Gazetesi’ni internetin filtre uygulamalarından sızma yapmakla suçlamışlardır. Diğer taraftan bir süre sonra kadın fotoğrafları uygulamasına devam edildiği görülmekle beraber pornografiye girebilecek fotoğraflar buzlanarak verilmiştir.³¹²

3.3.12 2008 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.42: 2008 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Hürriyet web sayfası bu yıl logosunun üstünde, Ana Sayfa, Son Dakika, Haber, Yaşam, İlanlar, Arşiv başlıklarına link bağlantısı vermiştir. Son Dakika başlığının

³¹²Fatih Çekirge, “Kadın teşhirinin rekabetini reddediyoruz”, **Hürriyet Gazetesi**, 22 Haziran 2007, <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/6753140.asp?gid=180>, (7 Ocak 2013)

yanında son dakika haberleri slayt şeklinde geçmektedir. Hürriyet logosunun altında 4 kutuda haberlere yer verilmiş. Bu haberler genellikle gündem, ekonomi ve spor haberlerinden oluşmaktadır. Sayfanın sol üst köşesinde Kanallar başlığı altında English, Yazarlar, Teknoloji, Ankara, Ege, Sağlık, Kültür Sanat, Cuma, Cumartesi, Pazar, Seyahat ve Doğum Günü Sayfası başlıkları bulunmaktadır. Bu linklere tıklandığında dünyadaki ve Türkiye'deki tüm gelişmelere ulaşabilmekteyiz. Sayfanın sağ üst köşesinde Günün Sıcak Gelişmeleri ve Sporda sıcak gelişmelere yer verilmiştir. Günün sıcak gelişmelerinde siyasetten gündemdeki bütün konulara kadar tüm haberlere yer verilmiş.

Sayfanın ortasında üst kısmında ise 7 bölmeden oluşan “manşet vitrini”ne, bir başka deyişle “Carousel-Atlı Karınca”ya yer verilmiştir. Bölmelerin ilk beşi gündem haberlerine, 6.sı Web TV'ye, 7.si ise Magazin haberlerine ayrılmıştır. Diğer 5 manşet ise siyasetten spora kadar çeşitli konularda olabilmektedir. Bu yıl dikkati çeken önemli yeniliklerden biri de “Web TV” ile görüntülü-sesli haberlerinde yer almaya başlamasıdır. Gazete bir zamanlar liderliği kaptırdığı televizyon karşısında ön plana çıkma şansı bulmuştur. İnternet sayesinde gazete, yazılı haberciliğine sesli ve görüntülü haberciliği de ekleyerek, radyo ve televizyondan bir nevi rövanşı almış sayılabilir. Vitrin manşet, uygulamasıyla sayfa düzeninde tasarruf sağlandığı gibi bununla birlikte öne çıkan, en çok okunan haberlerde kendilerini göstermektedir. Vitrinin hemen altında o gün ki tüm siyasi, toplumsal haberlere ve magazinle ilgili haberlere özet şeklinde ve irili ufaklı fotoğraflarla yer verilmiştir. Haberler link şeklinde tasarlanmış, üzerlerine tıklandığında haberlerin ayrıntılarına ulaşılabilir. Ayrıca fotoğraf derlemelerinin yanı sıra Kelebek ekinin öne çıkan haberi dikkat çekici bir fotoğrafla birlikte verilmektedir. Altına doğru inildiği zaman da Sende Yolla, Yazar Kafe, En İyi On, Bumerang, Yarışma, Kişisel Hürriyet, Sosyal İlanlar, Doğum Günü Sayfası, Seri İlanlar küçük kutular içinde link bağlantıları verilmiştir. En alt satırda ise Hürriyet Gazetesi, telif haklarını korumak amacıyla “Copyright Hürriyet – Doğan Yayın Holding Tüm Haberler” ibaresine yer vermektedir. Bunun altındaki küçük kutucuklarda ise sırasıyla; Hürriyet Kurumsal, Hürriyet USA, Hürriyet Avrupa, Hürriyet Emlak, Yenibiriş.com, Anneyiz Biz, Hürriyet Oto, İddia Oyna, Avrupa Birliği ve DYH bağlantı linkleri yer almaktadır.

Bu yıl hürriyetin web sayfasında dikkat çeken en önemli değişiklikleri şöyle özetleyebiliriz. Birincisi “manşet vitrini”dir. Bununla birlikte haber sayısı ve kullanılan fotoğrafların sayısı ve kalitesi de hissedilir oranda bir artış göstermiştir. İkincisi ise yazılı-fotoğraflı haberlerin yanına bir de sesli-görüntülü haberlerin gelmesidir. Yine bu yılda cinselliği ön planda olan kadın fotoğraflarına oldukça fazla yer verilmiştir. Tiraj kaygısı her dönemin etken faktörü olarak gözlemlenmektedir.

3.3.13 2009 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.43: 2009 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

2009 yılının ilk ayları Hürriyet web sayfası için bir önceki yılın devamı niteliği taşıdığını söyleyebiliriz. Bununla birlikte ilk aylarda dikkat çeken yenilikler ise sayfanın alt kısmında yer alan 20 ve üzeri bulunan fotoğraflı haberlerin tam ortasında “Günün Ülkesi” tanıtımı yer almaktadır ki tıkladığı zaman ilgili ülkenin fotoğraflarıyla tanıtımı yapılmaktadır. Yine bu aylara denk gelen yerel seçimler dolayısıyla da büyük şehir

belediyesi adayları içinde bağlantı linkleri bulunmaktadır. 2008'in Mayıs ayı ile birlikte ise web sayfasında göze çarpar değişiklikler görülmektedir. 7 bölümlü manşet vitrinin yanına 4 bölümlü küçük bir manşet vitrini daha yerleştirilmiştir. Sayfanın sağ üst kısmında yer alan küçük vitrin, dört sayfadan oluşmuş, bu sayfalarda ağırlıklı olarak Hürriyetin eklerindeki magazin ve spor haberlerine yer verilmiştir. Vitrinin birinci sayfasında futbol haberine yer verilmiş. Habere tıklayınca Hürriyet Spor ekine de ulaşabilmekteyiz. İkinci sayfasında ise Hürriyet Trendy ekinin öne çıkan magazin haberlerine yer verilmiş, bu sayfaya tıkladığında Hürriyet Trendy'nin Trendy, Eğlencelik, Moda, Müzik, Güzellik, Star bölümlerine de ulaşabilmekteyiz. Vitrinin üçüncü sayfası Hürriyet Kelebek ekinin haberinden oluşmuş bu sayfaya tıkladığında da ekin bölümlerine ulaşabilmekteyiz.

Günün Sıcak Gelişmeleri ve Sporda Sıcak Gelişmeler bölümüne sağdaki küçük vitrinin hemen altında olduğu yerini korumuştur. Bu bölümlerde vitrinde olduğu gibi sayfadaki yer tasarrufuna yardımcı olmuşlardır. 2009 yılının hatta Hürriyet web sayfasının belki de en önemli yeniliklerinden biri de kurum dışı reklamlar yayınlamaya başlamasıdır. Sporda Sıcak Gelişmeler başlığının hemen altında yer alan bu reklam kutusu link bağlantısı ile satılan ürünün ana sayfasına bağlantı sağlamaktadır. Bu bir başlangıç sayılabilir çünkü ilerleyen yıllarda bu sayı giderek artacak ve gazetelerin web sayfaları da reklam gelirleri elde edeceklerdir. Bu yılın sonlarına doğru ise reklam kutusunda yer alan reklamlar, hareketlilik kazanmaya başlamışlardır ki bu daha çok reklam ve gelir anlamına gelmektedir.

Hürriyet web sayfası sıcak haberleri girmeye başladığı günden itibaren basılı gazetesinden ayrılmaya başlamıştır. Hürriyet web'in ilk günleri haber sayısı basılı gazeteden daha azdır. Ne zaman ki web sayfası sıcak haberi ve fotoğrafları yayınlamaya başladı ve sayfasını gün içinde sürekli güncellediğinden beri, haber sayısı basılı gazeteyi kısa sürede geçmiştir. Web sayfasının arşivlenirken günün son saati dikkate alındığından önceki güncellemelerde yer alan haberler gözükmemektedir. Dolayısıyla sağlıklı bir haber sayısı ve bilgisi verilememektedir. Diğer taraftan web sayfasının ana hatlarıyla, haberleriyle ve link bağlantılı başlıklarıyla bir önceki seneden pek bir fark göstermediği söylenebilir.

3.3.14 2010 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.44: 2010 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Hürriyet web sayfası 2010 yılının ilk aylarına bakıldığında bir önceki senenin ana hatlarını yansıttığı söylene bilir. Tasarım değişikliği bu sefer Mart ayında görülecektir. Yine en üstte Ana Sayfa, Son Dakika, Haber, Yaşam, İlanlar, İnteraktif ve Arşiv başlıklarının olduğu link bağlantıları yer almaktadır. Onun hemen altında Hürriyet logosu ve onun da altında üç kutu içinde öne çıkan gündem haberleri yer almaktadır. Sol üst köşede ise Kanallar başlığının altında, Yazarlar, Teknoloji, Planet, Ekonet, Ankara, Ege, Cumartesi, Pazar, Seyahat ve Doğum Günü Sayfası link bağlantıları Mart ayından sonra ise en üstte Web TV, E-Gazete, English, Hava Durumu, Yazarlar, Teknoloji, Planet, Ekonet, Ankara, Ege, Cumartesi, Pazar, Seyahat bağlantıları bulunmaktadır. Bunların altında ise Servisler başlığının altında, Bilgi yarışması, Anketler, At Yarışı sonuçları, İddia programı, Canlı Maç sonuçları, Canlı Maç anlatımı, Mind, Benim Sayfam, Bumerang, Haber Alarmı ve Ekran Koruyucu gibi bağlantılar yer almaktadır. Onların da altında, Hürriyet Eğitim, Yenibiriş, Hürriyet Emlak, Hürriyet

Oto, Gazete Seri İlanları, Hürriyet Kıyasla, Yakala Co bağlantıları verilmiştir. Bunların altında ise Gazete-Bölge Ekleri başlığı altında Kelebek, Cuma, Cumartesi, Pazar, Seyahat, Oto Yaşam, Hürriyet IK, Ankara ve Ege eklerinin bağlantıları görülmektedir. Daha sonra ise Hürriyet Kurumsal, Reklam, Bize Ulaşın ve Künye/İletişim bağlantıları verilmiştir. Tam ortada yer alan manşet vitrini yine 10 bölümden oluşmaktadır. Onun hemen sağ yanında ise yine 4 bölümlü bir başka vitrin manşetleri yer almaktadır. Bunun altında ise yine Günün ve Sporun sıcak gelişmeleri başlıklar halinde aktarılmaktadır.

10 bölümlü vitrinin altında ise küçük kutular içinde yine küçük fotoğraflarla 6 habere yer verilmekte bunların yanında ise hareketli reklama ek olarak sabit fotoğraflı daha geniş bir reklam bandının yer aldığı gözlenmektedir. Bunların altında ise konu başlıklarının altında öne çıkan haberler fotoğraflarla verilmektedir. Bunların altında ise Web Tv, Kelebek Galeri ve Foto Analiz gibi ilgi çekici görüntüler ön plana çıkmaktadır. Bu görsel bandın altında ise yine konu başlıklarına göre öne çıkan haberler fotoğraflarla desteklenerek verilmektedir. Sayfadan aşağıya doğru inildikçe haberler gündemden, kültür-sanat haberlerine doğru bir akış izlemektedir. Sayfanın sonuna varıldığında ise Yazar Kafe, Bumerang, Yarışma, Sosyal İlanlar, Doğum Günü Sayfası, Seri İlanlar, Mind ve Benim Sayfam küçük kutular içinde link bağlantıları verilmiştir. En alt satırda ise Hürriyet Gazetesi, telif haklarını korumak amacıyla “Copyright Hürriyet – Doğan Yayın Holding Tüm Haberler” ibaresine yer vermektedir. Bunun altındaki küçük kutucuklarda ise sırasıyla; Hürriyet Kurumsal, Hürriyet USA, Hürriyet Avrupa, Hürriyet Emlak, Yenibiriş.com, Hürriyet Aile, Hürriyet Oto, İddaa, Avrupa Birliği ve DYH bağlantı linkleri yer almaktadır.

3.3.15 2011 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.45: 2011 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Hürriyet web sayfası 2011 yılında da bol haber, fotoğraf ve videolarıyla dolu ve renkli bir sayfa halini almıştır. Hürriyet Gazetesi'nin içeriğinde yer alan bütün haberler, yazılar, fotoğraflar, ilanlar, ekler ve sayfalar olduğu gibi web sayfasında da görmek mümkün. Hatta gazetenin web sayfasında daha da fazlası vardır. Reklam videoları, servisler, yararlı linkler, web TV, kurumsal, e-gazete, günün sıcak gelişmeleri, sporun sıcak gelişmeleri gibi sürekli kendini yenileyen ve sıcaklığı sıcaklığına haberleri okurlarıyla paylaşan web sayfası, ana hatlarıyla kendi çizgisini oluşturmuştur. Hürriyet Gazetesi'nin internet portalının başarısı uluslararası firmalar tarafından da kabul edilmekte ve dünyayla paylaşılmaktadır. İnternet istatistik firması comScore, Kasım 2011'e ait Avrupa'daki internet kullanımının dağılımını gösteren bir tablo açıkladı. Veriler, Avrupa nüfusunun neredeyse yarısının haberleri internet üzerinden takip ettiklerini gösterirken, en çok ziyaret edilen haber siteleri arasında hürriyet.com.tr üçüncü sırada yer aldı. En çok tıklanan haber siteleri arasında birinci sırayı 20.1 milyon ziyaretçiyle İngiliz bulvar gazetesi Daily Mail aldı. İkinci sırada, 15.7 milyon

ziyaretçiyle bir diğer İngiliz gazetesi Guardian yer aldı. Bu iki gazetenin ardından, hurriyet.com.tr 10 milyon 429 bin ziyaretçi ile üçüncü geldi.³¹³ Comscore analiz şirketi Ağustos 2011 verilerine göre 9,5 milyon tekil ziyaretçi ile 4. Olan hurriyet.com.tr, geçen bu süre zarfında yaklaşık bir milyon kişi artışıyla 10 milyonu geçmiş oldu.³¹⁴

Hürriyet Gazetesi, on sene önce yakaladığı Avrupa birinciliğini, Dünya birinciliğine yükseltti. www.hurriyet.com.tr, sayfa görüntülemeye New York Times, Der Spiegel, The Guardian gibi gazete ve dergileri geride bıraktı. İnternet trafiğinin izlendiği Alexa.com verilerine göre, www.hurriyet.com.tr, sayfa görüntülemeye 30-35 milyonla gazeteler liginde dünyada birinci sıraya kadar çıktı. Sayfa görüntülemeye(PV) birinci olan hurriyet.com.tr, tekil ziyaretçide (UV) ise, 1 milyon 250 binle dünyada ilk 10'a girdi. PV sayısına göre sıralamada hurriyet.com.tr'yi, 22-26 milyonla Alman Der Spiegel, 13-16 milyonla Amerikan New York Times, 10-12 milyonla İngiliz The Guardian izledi.³¹⁵

Küçük bir Hürriyet logosunun altında sür manşet diyebileceğimiz üç – dört fotoğraflı haberin altında 10 sayfadan oluşan büyük fotoğraflı vitrinde ise öne çıkan haberleri görmek mümkündür. Mart ayı yine Hürriyet web sayfası için yenilik ve değişim ayıdır. Bu aydan itibaren vitrin sayısı 10'dan 12'ye çıkmıştır. Bununla birlikte yanda yer alan 4 bölümlü vitrin ise yerini küçük fotoğraflı haber başlıklarına bırakmıştır. Büyük vitrinde yer alan bu haberler genelde en çok okunan haberlerden oluşmaktadır. Haberlerin içeriğini ise iç veya dış politika, Türkiye gündemi, dünya gündemi ve ilginç haberler oluşturmaktadır. Logonun üstünde ince bir satırda ise Ana sayfa, Arşiv, Daily News, Ekler, Alternatif Erişim Yolları, E-iş linkleri yer almaktadır. Vitrin haberlerinin altında ise küçük bir satırda Piyasa net linki verilmiştir. Bunun altında ise “Viplay” başlığı altında ilginç videolar, belgeseller, kamera şakaları ve astroloji linkleri verilmiştir. Bu karenin yanında da yine gündemde öne çıkan haberlerin yanı sıra Hürriyet Emlak'ın bağlantı linkleri verilmiştir. Web sayfasında aşağıya doğru inildikçe Spor, Sağlık, Teknoloji, Kültür-Sanat, Magazin, Web TV, gibi konu başlıkları

³¹³ Hürriyet Gazetesi, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=19723776>, (20 Ekim 2012)

³¹⁴ Hürriyet Gazetesi, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/gosterprintnews.aspx?DocID=18540156>, (20 Ekim 2012)

³¹⁵ Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/7155420.asp>, (12 Aralık 2012)

altında küçük fotoğraflarla birlikte haber başlıkları verilmektedir. Burada fotoğraflar büyürken, haber başlıkları daha küçük puntolarla yazılmaktadır. Sayfanın sonuna varıldığında ise Yazar Kafe, Bumerang, Yarışma, Sosyal İlanlar, Seri İlanlar, Mind, Benim Sayfam, Hürlist ve Hürriyet Arşivinden küçük kutular içinde link bağlantıları verilmiştir. Bu yılın yeniliği diyebileceğimiz bağlantı linki ise bunların yanında verilmiştir. Hürriyet sosyal medya bağlantılarını Facebook ve Twitter kendi logolarıyla burada vermektedir. Hürriyeti e-posta takip etmek isteyenler için de bir bağlantı linki yine burada bulunmaktadır. Bunların altında ise çok küçük puntolarla, Gündem, Ekonomi, Kelebek, Spor, Planet, Piyasanet, Yazarlar, Sağlık, Teknoloji, Kültür – Sanat, Sinema, Astroloji, Tv Rehberi, Foto Galeri, Kelebek Galeri, Foto Analiz, En İyi On, Hürriyet Aile, Yazarkafe, Hava Durumu, E-Gazete, Okur Temsilcisi, Şans Oyunları, Gazete Seri İlanlar, Canlı Maç Sonuçları, Stadyum, İddaa, Bilgi Yarışması, Anketler, Mind, Oyunlar, Yeniçarşım, Benim Sayfam, Bumerang, Hürlist, Haber Alarmı, Ekran Koruyucu, Yenibiriş, Hürriyet Emlak, Basın İlan Kurumu İlanları, Hürriyet Oto, Hürriyet Eğitim, Bigpara, Yakala.co, Tipeez, Hürriyet Avrupa, Tüm Haberler, Künye gazetesinin tüm bağlantı linkleri burada yer almaktadır.

3.3.16 2012 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.46: 2012 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

2012 yılında gazete satışlarına baktığımız zaman Hürriyet Gazetesi, 402 binlik tirajıyla Türkiye genelinde üçüncü sırada yer almaktadır.³¹⁶

Küçük bir Hürriyet logosunun altında vitrin manşetlerinin üstünde üç – dört fotoğraflı haberde gündemde öne çıkan haberler aktarılmaktadır. Bu yıl dikkati çeken ilk özellik ise logonun yer aldığı kırmızı bantta sol tarafta yer alan küçük reklam kutucuğudur. Vitrin üstü haberlerin altında yer alan 12 sayfadan oluşan büyük fotoğraflı vitrinde ise öne çıkan, dikkat çekici haberleri görmek mümkündür. Genelde Mart ayında yapılan tasarım değişiklikleri bu sene Eylül ayında yapılmaktadır. Bu aydan itibaren vitrin sayısı 12'den 15'e çıkmıştır. Büyük vitrinde yer alan bu haberler genelde en çok okunan, en çok tıklanan haberlerden oluşmaktadır. Haberlerin içeriğini ise iç veya dış politika, Türkiye gündemi, dünya gündemi, Spor, Kültür-Sanat ve ilginç haberler oluşturmaktadır. Logonun üstünde ince bir satırda ise Ana sayfa, Arşiv, Daily News, Ekler, Alternatif Erişim Yolları, E-iş linkleri yer almaktadır. Logonun altında ise Planet,

³¹⁶ Kanal7 Haber Sitesi, <http://www.haber7.com/gundemhaber937930-gazete-tirajlari-deklarasyona-ragmen-dustu>, (29 Ocak 2013)

Ekonomi, Spor, Kelebek, Yazarlar, WebTV, Sağlık ve Teknoloji eklerinin link bağlantıları verilmiştir. Bunların altında daha küçük puntolarla ise Hava durumu, Sinema, Astroloji, TV Rehberi, Piyasenet, E-Gazete, Canlı Skor, En iyi On, Pasaj, Foto Galeri, Okur Temsilcisi ve Şans Oyunları bağlantı linkleri verilmektedir. Vitrin haberlerinin altında “Vıplay” başlığı altında ilginç videolar, belgeseller, kamera şakaları ve astroloji linkleri verilmiştir. Bu karenin yanında da yine gündemde öne çıkan haberlerin yanı sıra Hürriyet Emlak’ın bağlantı linkleri verilmiştir. Bunların altında ise bu senin yeniliği olarak kabul edebileceğimiz, haber gibi gözüken, gizli reklamlar vermeye başlanmıştır. 6 fotoğraf ve altlarında birkaç satır haber gibi verilmiştir. Bunların genelde biri gündem, biri spor, biri kültür-sanat, biri magazin haberi yer alırken iki tanesi ilan olarak verilmiştir. Bunların hemen yanında ve altında ise hareketli reklam kutucukları yerlerini korumaktadırlar. Ayrıca Hürriyet Gazetesi’nin Facebook ve Twitter logoları yanlarında “Beğen” ve “Takip Et” tuşlarıyla birlikte bağlantı verilmiştir. Bu bağlantılar sayfa sonunda tekrar verilmiştir. Diğer taraftan gazetenin ekleri ve e-iş içinde kısa yol bağlantıları burada bulunmaktadır.

Web sayfasında aşağıya doğru inildikçe bol fotoğraf ve bağlantı linkleri devam etmektedir. Sırasıyla Planet ve Ekonomi haberleri verilmekte altlarında ise yine 5 bölümden oluşan magazin vitrin manşetleri fotoğraflarla verilmiştir. Spor, Sağlık, Teknoloji, Kültür-Sanat, Magazin ve Web TV ise aşağıya doğru bol fotoğraflarla verilmektedir. Sayfanın sonuna varıldığında ise Yazar Kafe, Bumerang, Yarışma, Sosyal İlanlar, Seri İlanlar, Mind, Benim Sayfam, Hürlist ve Hürriyet Arşivinden küçük kutular içinde link bağlantıları verilmiştir. Bu yılın yeniliği diyebileceğimiz bağlantı linki ise bunların yanında verilmiştir. Hürriyet sosyal medya bağlantılarını Facebook ve Twitter kendi logolarıyla burada vermektedir. Hürriyeti e-posta takip etmek isteyenler için de bir bağlantı linki yine burada bulunmaktadır. Bunların altında ise çok küçük puntolarla, Gündem, Ekonomi, Kelebek, Spor, Planet, Piyasenet, Yazarlar, Sağlık, Teknoloji, Kültür – Sanat, Sinema, Astroloji, Tv Rehberi, Foto Galeri, Kelebek Galeri, Foto Analiz, En İyi On, Hürriyet Aile, Yazarkafe, Hava Durumu, E-Gazete, Okur Temsilcisi, Şans Oyunları, Gazete Seri İlanlar, Canlı Maç Sonuçları, Stadyum, İddaa, Bilgi Yarışması, Anketler, Mind, Oyunlar, Yeniçarşım, Benim Sayfam, Bumerang, Hürlist, Haber Alarmı, Ekran Koruyucu, Yenibiriş, Hürriyet Emlak, Basın İlan Kurumu

İlanları, Hürriyet Oto, Hürriyet Eğitim, Bigpara, Yakala.co, Tıpeez, Hürriyet Avrupa, Tüm Haberler, Künye gazetenin tüm bağlantı linkleri geçen seneki yerlerini korumaktadırlar.

3.3.17 2013 Yılında Hürriyet ve Hürriyet Web



Resim-3.47: 2013 Hürriyet Gazetesi ve Hürriyet Web Sayfası

Araştırmamızın son senesi 2013 yılına gelindiğinde hürriyet.com.tr, internet haber siteleri arasında ki yerini iyice sağlamlaştırmıştır. Comscore verilerine göre Türkiye'nin lider haber sitesidir. Tabii gazetenin bu başarısının altında ciddi bir ekip çalışması yatmaktadır. Gazetenin web koordinatörü Bülent Mumay çalışmalarını ve yenilikleri şöyle aktarmaktadır; *“Hürriyet Dünyası olarak geçen yıl başlattığımız GO2015 projesiyle, okuru yayıncılığımızın tam merkezine aldık. O an Türkiye ve dünyada ne yaşıyorsa, tüm mecralarımızda okurlarımızla 360 derecelik bir etkileşime giriyoruz. Haber portallarının sadece anlık sıcak haberde değil, nitelikli yayıncılık çizgisiyle de başarılı olabileceklerine inanıyoruz.”* Bu dönemde hürriyet.com.tr, Türkiye’de ki okur sayısını 17.6 milyona yükseltirken, dünyada ise bu sayı 19.6 milyona ulaşmıştır. Hürriyetin bu başarısını Dünyanın 39 ülkesinde faaliyet gösteren IAB (Internet Advertising Bureau) Türkiye ayağı olan IAB Türkiye’nin, ölçümleme partnerleri Gemius ve IPSOS KMG firmalarının ölçümlerine dayanarak her ay açıkladığı rapora dayandırmaktadır. Raporun 2013 Haziran ayı verilerine göre

hurriyet.com.tr, 8.1 milyon gerçek kullanıcının (Real User) erişimiyle hurriyet.com.tr lider konumundadır.³¹⁷

Diğer taraftan yılın ilk ayının gazete tirajlarına baktığımız zaman Hürriyet Gazetesi 422 bin adetlik satışıyla, Zaman Gazetesi ve Posta Gazetesi'nin ardından üçüncü sırada yer almaktadır.³¹⁸



Resim-3.48: 2013 Hürriyet Web Sayfası

İncelememizin son senesine bakıldığında ilk göze çarpan yine logo yanındaki yenilikler oluyor. Kırmızı bantlı bu zeminde logonun hemen yanında her okuyucunun kendi şehri için güncelleyebileceği hava durumunu, tarihi ve saati görebiliyoruz. Yanında ise Hürriyet web içerisinde “Arama” kutusu ve bağlantısı bulunmaktadır. Hürriyet web içerisinde aratmak istediğiniz bir haber veya bir kelimeyi buradan bulabiliyorsunuz.

Kırmızı bantın üstünde yine ince bir satırda ise Ana sayfa, Arşiv, Hürriyet Emlak.com, Hürriyet

oto.com, Yenibiriş.com, Daily News, yakala.co, Üye Girişi, Üye Ol ve Benim Sayfam bağlantıları yer almaktadır. Logonun altında ise Gündem, Planet, Ekonomi, Spor,

³¹⁷ Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/24406363.asp>, (29 Temmuz 2013)

³¹⁸ Hürriyet Gazetesi, <http://www.gazete-mansetleri.org/gazete-tirajlari.html>, (22 Ocak 2013)

Kelebek, Kùltür-Sanat, Yazarlar, Hürriyet TV, Sağlık-Yaşam ve Teknoloji eklerinin link bağlantıları verilmiştir. Bunların altında daha küçük puntolarla ise Hava durumu, Sinema, Astroloji, TV Rehberi, Piyasenet, E-Gazete, Canlı Skor, En iyi On, Pasaj, Foto Galeri, Okur Temsilcisi, Eğitim ve Ekler-Bölgeler bağlantı linkleri verilmektedir.

Bunların altında ise bütün sayfa boyunca yer alan büyük bir “Son Dakika” veya gündemde çok öne çıkan bir haber bandı bulunmaktadır. Bunun altında ise yine küçük bir son dakika kutusu yanında ise ön plana çıkan iki haber kutusu bulunmaktadır. Bunların altında büyük fotoğraflarla sunulan 15 bölümlü vitrin haberleri, gündem, siyaset, spor, magazin ve ilgi çeken her türlü haber burada en çok okunma sayısına göre yer bulmaktadır. Yine bu son yılların dikkat çeken özelliklerinden biri de bunların hemen yanında yer alan, ince uzun, hareketli ve sürekli değişen bir reklam kutusu bulunmaktadır. Bu reklam da kurum dışı ve tamamıyla gelir amaçlıdır. Diğer taraftan haber içeriklerine tıkladığı zaman da açılan yeni sayfada haberin detaylarını ve daha çok büyük fotoğraflarını gözlemleyebiliyorsunuz. Genelde haberi yapan muhabir isimlerine pek rastlanmamaktadır. Haberin altında ise “Yorumlar” başlığı altında haberle ilgili okuyucu yorumlarını okuyabilmektesiniz. Ancak son yıllarda asıl dikkati çeken, haberin detayını okumak için tıkladığınız da açılan yeni sayfanın çerçevesi tamamıyla reklamlardan oluşmaktadır. Reklamlar zamanda içinde hareketlilik kazanmış ve sürekli yeni firma ve markalar gösterilmektedir. Bununla birlikte sayfanın üstünde yer alan ince satırlarda konu başlıkları bağlantı linki olarak verilmektedir. Ayrıca, Facebook ve Twiter bağlantı linkleri yine haberin yanında bulunmaktadır. Okuduğunuz haberin altında ise “Diğer Haberler” başlığı altında ilginizi çekebilecek başka haberlerde bulunmaktadır. Ana sayfanın en altında yer alan bağlantı linkleri burada da yerlerini korumaktadır.

Sayfayı aşağıya kaydirdıkça yine “Vıplay” başlığı altında ilginç videolar, belgeseller, kamera şakaları ve astroloji linkleri verilmiştir. Bu karenin yanında da yine gündemde öne çıkan haberlerin yanı sıra Hürriyet Emlak’ın bağlantı linkleri verilmiştir. Bunların atında ise geçen seneden devam eden ve yer buldukça yayınlanan, gizli reklamlar verilmektedir. Genelde ise 6 fotoğraf ve altlarında birkaç satır haber gibi verilmiştir. Bunlar gündem, spor, kùltür-sanat, magazin ve öne çıkan diğer haber

başlıkları olmaktadır. Bunların hemen yanında ve altında ise hareketli reklam kutucukları yerlerini korumaktadırlar. Ayrıca Hürriyet Gazetesi'nin Facebook ve Twitter logoları yanlarında “Beğen” ve “Takip Et” tuşlarıyla birlikte bağlantı verilmiştir. Bu bağlantılar sayfa sonunda tekrar verilmiştir. Bu senenin dikkat çeken bir başka yeniliği ise “Yazarlar” arama kutucuğunun buraya yerleştirilmiş olmasıdır. Böylelikle okur, yazarlara ana sayfa üzerinden istediği yazara hızlıca ulaşabilmektedir. Diğer taraftan gazetenin ekleri ve e-iş içinde kısa yol bağlantıları burada bulunmaktadır. Daha sonra konu başlıkları bol fotoğraf ve bağlantı linkleriyle devam etmektedir. Sırasıyla Planet ve Ekonomi haberleri verilmekte altlarında ise yine 5 bölümden oluşan magazin vitrin manşetleri fotoğraflarla verilmiştir. Spor, Sağlık-Yaşam, Teknoloji, Kültür-Sanat, Magazin ve Hürriyet TV ise aşağıya doğru bol fotoğraflarla verilmektedir.

Yine bir başka yenilik ise “Günün Haber ve Video Trendleri” başlığı altında, “En Çok Okunan, En çok Yorumlananlar, En Çok İzlenenler, En Çok Puan Alanlar” ilk beş sraya girenler burada gösterilmektedir. Bunların altında ise yine Viplay başlığı altında sayısı 5 ile 20 arasında değişen ve gün içinde de değişkenlik gösteren video linkleri bir bant gibi verilmektedir. Daha sonra ise “Hürriyet Aile”, “Yazarkafe” ve “Tipeez” başlıkları altında küçük fotoğraflarla bağlantı linkleri verilmiştir. Ardından ise sırasıyla yine, Yakala.co, Yeniçarşım, Bigpara, Yenibiriş, Hürriyet.Emlak, Hürriyet.Oto bağlantıları ve ön plana çıkmış birkaç fotoğraflı ilan da burada görülmektedir. Devamlarında ise yine Yazarkafe ve Bumerang başlıkları altında 4-8 arası değişen yazı başlığı bağlantı linki olarak verilmiştir.

Sayfanın sonuna varıldığında ise yine Yazar Kafe, Bumerang, Yarışma, Sosyal İlanlar, Seri İlanlar, Mind, Benim Sayfam, Hürlist ve Hürriyet Arşivinden küçük kutular içinde link bağlantıları verilmiştir. Bu yılın yeniliği diyebileceğimiz bağlantı linki ise bunların yanında verilmiştir. Hürriyet sosyal medya bağlantılarını Facebook ve Twitter kendi logolarıyla burada vermektedir. Hürriyeti e-posta takip etmek isteyenler için de bir bağlantı linki yine burada bulunmaktadır. Bunların altında ise çok küçük puntolarla, Gündem, Ekonomi, Kelebek, Spor, Planet, Piyasane, Yazarlar, Sağlık, Teknoloji, Kültür – Sanat, Sinema, Astroloji, Tv Rehberi, Foto Galeri, Kelebek Galeri, Foto

Analiz, En İyi On, Hürriyet Aile, Yazarkafe, Hava Durumu, E-Gazete, Okur Temsilcisi, Şans Oyunları, Gazete Seri İlanlar, Canlı Maç Sonuçları, Stadyum, İddaa, Bilgi Yarışması, Anketler, Mind, Oyunlar, Yeniçarşım, Benim Sayfam, Bumerang, Hürlist, Haber Alarmı, Ekran Koruyucu, Yenibiriş, Hürriyet Emlak, Basın İlan Kurumu İlanları, Hürriyet Oto, Hürriyet Eğitim, Bigpara, Yakala.co, Tipeez, Hürriyet Avrupa, Tüm Haberler, Künye gazetenin tüm bağlantı linkleri geçen seneki yerlerini korumaktadırlar.

Diğer taraftan Hürriyet Gazetesi web sayfasının bu yıl içerisinde ki ziyaret edilme oranları ve istatistiki bilgileri aşağıda ki gibidir.

Source: Ipsos KMG - Gemius SA: Internet Audience Measurement, 2013-04 (12+ inland audience).

04.2013

	Real users	Page views	Avg. time spent per visitor [hr:min:s]	Reach-Internet	Unique visitors	Reach-Total Population
hurriyet.com.tr	7.228.020	1.115.610.591	01:58:02	27,01%	24.209.768	12,01%
hurriyet.com.tr-Anasayfa	3.826.958	176.841.384	01:54:45	14,30%	15.805.886	6,36%
hurriyet.com.tr-Gundem	3.464.119	63.658.853	00:26:21	12,94%	10.173.938	5,75%
hurriyet.com.tr-Magazin	2.782.150	486.529.312	00:38:46	10,40%	8.842.440	4,62%
hurriyet.com.tr-Spor	2.457.303	36.370.249	00:19:26	9,18%	6.626.130	4,08%
hurriyet.com.tr-WebTv	2.232.096	28.458.207	00:15:31	8,34%	6.421.361	3,71%
hurriyet.com.tr-Galeriler	2.197.748	236.416.318	00:21:44	8,21%	6.221.437	3,65%
hurriyet.com.tr-Ekonomi	2.128.645	19.899.068	00:12:45	7,95%	5.604.029	3,54%
hurriyet.com.tr-Planet	1.921.108	16.825.349	00:10:04	7,18%	5.022.358	3,19%
hurriyet.com.tr-Other	1.542.593	21.603.476	00:08:23	5,76%	2.597.788	2,56%
hurriyet.com.tr-Teknoloji	1.204.025	3.424.549	00:02:18	4,50%	2.146.268	2,00%
hurriyet.com.tr-Saglik	1.008.113	4.244.975	00:04:59	3,77%	1.967.633	1,67%
hurriyet.com.tr-Kultur Sanat	853.338	2.691.994	00:03:39	3,19%	1.459.976	1,42%
hurriyet.com.tr-Hur Arşiv	395.736	1.396.691	00:03:25	1,48%	713.405	0,66%
hurriyet.com.tr-Hurriyet Yasam Ekler	254.348	747.132	00:03:19	0,95%	416.482	0,42%
hurriyet.com.tr-Arama	247.030	737.334	00:02:43	0,92%	444.261	0,41%
hurriyet.com.tr-Hava Durumu	239.642	947.789	00:04:26	0,90%	443.787	0,40%
hurriyet.com.tr-TV Rehberi	207.510	3.361.239	00:07:27	0,78%	439.489	0,34%
hurriyet.com.tr-Ankara	198.892	1.448.809	00:08:11	0,74%	381.252	0,33%
hurriyet.com.tr-Izmir	87.738	506.752	00:05:48	0,33%	155.297	0,15%
hurriyet.com.tr-Sinema	49.300	201.646	00:03:03	0,18%	88.330	0,08%
hurriyet.com.tr-Benim Sayfam	31.775	3.916.969	01:28:26	0,12%	67.120	0,05%
hurriyet.com.tr-Seri İlanlar	31.478	684.941	00:26:15	0,12%	88.015	0,05%
hurriyet.com.tr-Bilgi Yarismasi	9.447	1.710.344	00:37:44	0,04%	18.317	0,02%

Tablo-3.1: Gemius SA şirketine göre 2013 Hürriyet Web sayfası ziyaret edilme oranları.

3.5. Sosyal Medyada Hürriyet



İletişim bilimlerinde “Medya” çoğulu ifade ederken, “Medium” veya “Mecra” tekili anlatır. Daha da açacak olursak, kitle iletişim araçlarının tamamı medyadır. Gazete, TV, internet ve benzerleri medyumdur, mecradır. Ancak medyumlarda kendi alt mecralarını oluşturabilmektedirler. İnternet de kendi içinde alt mecraları barındırabilmektedir. Tüm internet sayfaları, sosyal paylaşım siteleri, bloglar ve diğerleri internetin alt mecralarıdır. Bu durumda sosyal paylaşım sitelerinin her birinin medyum olduğu tamamına ise sosyal medya demek daha çok kabul görmektedir.

Hürriyet Gazetesi, 1997 yılında www.hurriyet.com.tr adıyla internet ve dijital çağa açıldıktan sonra çağın gerektirdiği, okurunun ve gelecek nesil okurlarının büyük bir kısmının bulunduğu, sosyal medyalarda da hızla yerini aldı. Bunlar arasında Facebook, Twitter, friendfeed isimli siteler bulunmaktadır.

3.5.1 Facebook’da Hürriyet Gazetesi

Hürriyet Gazetesi’nin facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde sayfası bulunmaktadır. Gazete, ilk olarak 10 Ağustos 2009 tarihinde facebook sayfasında www.facebook.com/hurriyet ismiyle yer almıştır. Gazetenin facebook sayfasında haberler küçük fotoğraflar ve kısa sunum yazılarıyla birlikte verilmekte ayrıca haberin link bağlantısı ve hurriyet.com.tr adresi gösterilmektedir. Mart 2013 itibariyle bu sayfayı beğenenlerin sayısı 360 bini geçmiş bulunmaktadır. Aynı zamanda yine aynı tarihte 22 bin kişi de bu sayfa hakkında konuşuyor gözükmektedir. Hürriyet Gazetesi bu sosyal paylaşım sitesinin sayfasında, haberlerine, köşe yazılarına, fotoğraflarına ve

videolarına yer veriyor. Sosyal paylaşım sitesinin doğası gereği de okuyucular, yorum ve beğenilerini, her haber, yazı, fotoğraf ve videonun altında paylaşıyorlar.³¹⁹

Hürriyet Gazetesinin facebook sayfasında yazarlar için de ayrı ayrı sayfalar bulunmaktadır. Köşe yazarları, köşesinde yayınlanan yazılarını burada da paylaşmaktadır. Yalnız burada ilginç bir detay ön plana çıkmaktadır. Yılmaz Özdil, facebook'da ki sayfasında 761 binden daha fazla kişi yazarı beğenmiş ve 26 binden fazla kişi de yazar hakkında konuşuyor gözükmektedir. Özdil'in, sosyal medya da, gazetesinden daha çok takip edildiği dikkat çekmektedir. Ayşe Arman ise, 105 bin kişi tarafından beğenilmekte, 3251 kişi de hakkında konuşmaktadır. Ahmet Hakan ise, 40 bin kişi tarafından beğenilmekte, 885 kişi ise hakkında konuşmaktadır. Ertuğrul Özkök ise, 21 bin kişi tarafından beğenilmekte, 427 kişi de hakkında konuşmaktadır. Şükrü Kızılot ise, 19 kişi tarafından beğenilmekte, 440 kişi de hakkında konuşmaktadır. Fatih Çekirge ise 11 bin kişi beğenmekte ve 155 kişi hakkında konuşmaktadır.³²⁰

3.5.2 Twitter'da Hürriyet Gazetesi

Hürriyet Gazetesinin Twitter sayfasında 742 binden fazla takipçisi olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra 49 da takip ettiği bulunmaktadır. Takip ettiği 49 kullanıcıya bakıldığı zaman, Hürriyet Gazetesinin kendi kuruluşlarını, eklerini ve yazarlarını takip ettiği görülmektedir. Ayrıca gazete bugüne kadar 43 bin 508 adet tweet attığı yine bu sayfada yazmaktadır.³²¹

140 karaktere haberlerinin tamamını sığdıramayan gazete, haberin başlığını ve bağlantı linkini buradan yayınlayarak, haberin içeriğini ve daha geniş bilgiyi okuyucularına duyurmaktadır. Böylelikle gazete her mecrada sesini duyurabilmektedir. Bunun önemli nedenleri ve nedenlerin doğurduğu önemli sonuçları bulunmaktadır. Birincisi, okuyucu kitlesini kaybetmek istememesi olabilir. İkincisi, habere ihtiyaç duyulan, açık olan, yeni olan her alanda sesini duyurmak güçlü kuruluşların özelliğidir.

³¹⁹ Facebook, <https://www.facebook.com/hurriyet>, (8 Mart 2013)

³²⁰ Facebook, <https://www.facebook.com/hurriyet>, (8 Mart 2013)

³²¹ Twitter, <https://twitter.com/Hurriyet/following>, (8 Mart 2013)

Bunların sonuçlarında ise kendi haber sitesine çektiği okuyuculardan daha çok kendi haber sitesine reklam verenler, neden sonuç ilişkisini açıklayabilir.

3.5.3 Friendfeed’de Hürriyet Gazetesi

Hürriyet Gazetesinin friendfeed sayfasında yine gazeteden gelen haberler fotoğraflarla birlikte yer almaktadır. Gazetenin bu sosyal paylaşım sayfasında 770 abonesi olduğu görölmektedir. Diğer taraftan yine bu sayfada günlük ortalama 30 gönderi yapıldığı da okuyucularla paylaşılmaktadır.³²²

Diğer sosyal paylaşım sitelerine göre daha çok yenidir. Diğerleri kadar popüler olmasa da gazete buradan da haberlerini okuyucularına iletmektedir.

³²² Friendfeed, <http://friendfeed.com/hurriyet>, (8 Mart 2013)

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN HABER, GAZETECİLER VE HABER ÜRETİM SÜRECİNE ETKİLERİ

Tez çalışmasının birinci bölümünde haberin ve gazeteciliğin tarihçesine kısaca değinilmiştir. İkinci bölümde ise basını direkt olarak ilgilendiren teknolojik gelişmeler kronolojik sırayla verilmiştir. Üçüncü bölümde ise örnek çalışmaların arşiv taraması ve değerlendirmeleri yapılmıştır. Haber ve gazeteciliğin dönüşümlerini ve gelişmelerine tanıklık ettikten sonra haber üreticilerinin de bu değişime ve gelişmelere katkıları olup olmadığını ölçümleyebilmek diğer taraftan teknolojinin de gazeteciler üzerinde ne gibi etkileri olduğunu öğrenebilmek için yapılan anket çalışması, dördüncü bölümde aktarılmıştır.

4.1 Araştırmanın Önemi ve Amacı

Çalışmanın amacı, merkezi İstanbul'da bulunan ve geniş bir yayın ağına sahip gazetelerin, haber merkezlerinde görev yapan haber üreticilerinin, mesleki pratiklerinde ve haber üretim süreçlerinde, teknolojik yeniliklerin etkisini veya rolünü belirleyebilmektir.

Çalışmanın önemi ise, çeşitli yayın organlarının haber merkezlerinde görev yapan gazetecilerin, haber üretimi, haber takibi ve haber kaynakları açısından teknolojiyi ne derece kullandıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda haber üreticilerinin, haberlerini takip ederken veya haber kaynaklarına ulaşırken, teknolojiyi bir başka deyişle İnternet'i kullanıyorlar mı sorusuna cevap aradık. Diğer taraftan mesleğe yeni başlamış genç gazetecilerin de büyüklerine oranla teknolojiye daha yatkın olduğunu yine bu çalışmayla ortaya konulmuştur.

4.2. Araştırmanın Kapsamı, Sınırlılıkları ve Yöntemi

Araştırmanın kapsamı, Türkiye ve İstanbul ili olarak sınırlandırılmıştır. Anket çalışmasının ana kütesini ise İstanbul ilinde bulunan, bir çok haber merkezi çalışma alanını oluşturmuştur. Hürriyet Gazetesi haber merkezi çalışanlarına yapılan 50 anket, Haber Müdürü Celal Korkut aracılığıyla yapılmıştır. Sabah Gazetesi haber merkezi çalışanlarına yapılan 25 anket Editör Tuncay Kurtuluş aracılığıyla yapılmıştır. Milliyet Gazetesi haber merkezi çalışanlarına yapılan 15 anket, Genel Yayın Yönetmeni Derya Sazak aracılığıyla yapılmıştır. Zaman Gazetesi haber merkezi çalışanlarına yapılan 15 anket, eski Halkla İlişkiler Müdürü Saadet Uğurlu ve bir çok spor gazetesinin çalışanlarına yapılan 5 anket ise Fotogol Gazetesi Spor Muhabiri İrfan Yirmibeş aracılığıyla yapılmıştır. Anketlerin büyük bir kısmı yüz yüze, basılı kağıtlara doldurtulmuştur, bir kısmı da e-posta yoluyla yaptırılmıştır. Çalışanları tanımlayacak olursak da kısaca haber üreticileri denebilir ki bu kişilerde, muhabir, editör, web uzmanı, tablet uzmanı, haber müdürü, web koordinatörü ve genel yayın yönetmeni gibi habercilikle ilgili aklınıza gelebilecek diğer çalışanları kapsamaktadır. Tez konusunun çalışma alanı dışında kalan, radyo, televizyon, dergi veya bağımsız internet haber portallarının çalışanları bu araştırmaya dahil edilmemiştir.

Anket çalışmasına başlamadan önce ilk aşamada hazırlanan örnek sorular onbeş haber üreticisi üzerinde test edilmiş, konunun uzmanı akademisyenlerle fikir alışverişinde bulunulmuş ve bunların sonucunda gerekli düzeltmeler yapılarak anket çoğaltılmıştır.

Anket sorularının hazırlanması aşamasında öncelikle dikkat edilen nokta, tez konusunun amacına uygun olmasıdır. Daha sonra ise konu ile ilgili önceden yapılmış tez çalışmaları ile bazı kurum ve kuruluşların yaptırdığı anket çalışmaları incelenmiştir. Bu doğrultuda otuz soruluk ham bir anket formu oluşturulmuştur. Anketin, en gerçekçi sonucu vermesi ve kolay uygulanabilir açısından, gerek konunun içeriği gerekse de almak istenilen cevaplar ışığında belli bir mantık süzgecinden geçirilen otuz soru yeniden tasarlanmış ve ankete son şekli verilmiştir. Toplam 24 sorudan oluşan soru kağıdı, birebir kişisel görüşme yöntemi ile 110 haberciye uygulanmıştır. Denekler

tamamen keyfi örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Ayrıca örnekleme, tesadüfî örnekleme methodu ile belirlenmiştir. Karışık stratejilere sahip ve algılanamaz nitelikteki bulgular araştırmada veriler üzerinde perdeleme yaratmış olması diğer bir sınırlılıktır.

Anketlerin sonuçları önce Microsoft Excel programına girilmiştir. Ardından elde edilen veriler, SPSS 15.0 for Windows paket programına aktarılmıştır.³²³ SPSS işleminin ardından elde edilen sonuçlar, Microsoft Word ve Adobe Reader programına aktarılarak düzenlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar genellenemez çünkü bu araştırma sadece İstanbul il sınırları içerisinde ve sadece gazetecilere yapılmıştır. Bunların dışında ki yerel basına veya televizyonculara, internet haber portallarına, blog sahiplerine yönelik bir çalışma yapılmamıştır. Dolayısıyla Dünya ve Türkiye üzerine bir genelleme yapmanın doğru bir sonuç vermesini beklemek yanlışlık olacaktır.

4.3 Araştırmanın Güvenilirliği

Araştırmada yer alan ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için, Cronbach's Alfa Katsayısına bakılmıştır.³²⁴ Yapılan ölçüm sonucu Cronbach's Alpha Katsayısı 0,83 bulunmuştur. Sosyal Bilimlerde, Cronbach's Alfa Katsayısının 0.70 ve üzeri değeri araştırmanın güvenilir olması için yeterli görülmektedir. Dolayısıyla anket çalışmasının sonuçları güvenilir denebilir.

Mümkün olduğu durumlarda, bu çalışmada kullanılan her bir değişkeni ölçmek için birkaç ölçü ve daha önce yayınlanan skalalar kullanılmıştır (gerektiğinde üzerlerinde değişiklik yapılarak). Her skala için güvenilirlik endeksleri ve Cronbach alfaları sunulmaktadır. Tüm skalalar için yüksek iç tutarlılıklar elde edildiği tablodan görülebilmektedir (tüm alfalar 0,83'den büyüktür). Hatırlama ve bilişsel tepki

³²³ Darren George ve Paul Mallery, **SPSS for Windows Step by Step; A Simple Guide and Reference** 14.0 Update, Boston: Pearson Education, 2008, s.7

³²⁴J. Cronbach Lee, "Coefficient alpha and the internal structure of tests", *Psychometrika*, 1951, Vol. 16, No.3, http://psych.colorado.edu/~carey/courses/psyc5112/readings/alpha_cronbach.pdf, (12 Ağustos 2013), s. 297

ölçülerinin güvenilirlik endeksleri iki bilirkişi tarafından Perreault ve Leigh'in (1989) geliştirdiği formüle dayanılarak hesaplanmıştır.

4.4 Bulgular

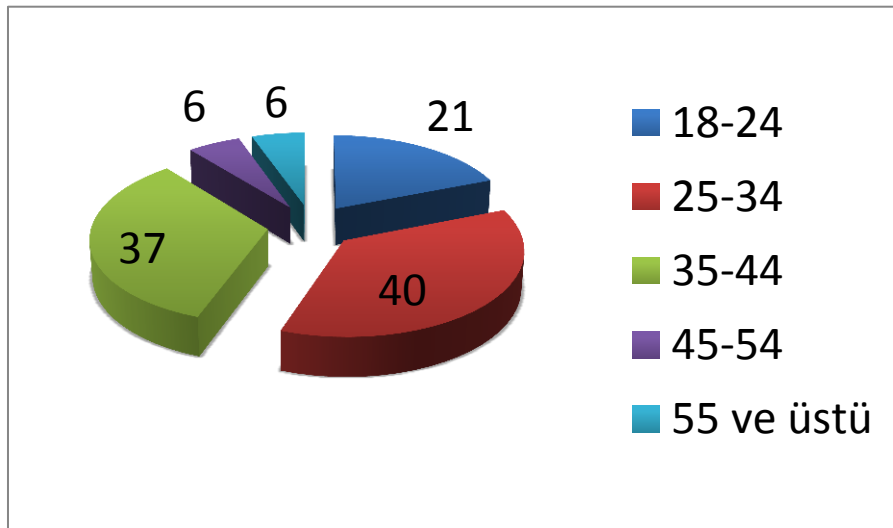
Tüm örneklemin kodlama formu ile değerlendirilmesiyle örnekleme ait frekans tabloları elde edilmiştir. Ayrıca hipotez testleri için Ki-Kare ve uyum iyiliği testi ile değişkenlerin ilişki güçleri için Phi ve Cramer's V testleri gerçekleştirilmiştir. Hipotez analizlerinde daha sağlıklı ve net sonuçlar alınabilmesi için de gereken yerlerde detay analizlerine de başvurulmuştur.

Araştırmaya dahil edilen örneklemin frekans verileri ile hipotezlere yönelik testleri kapsayan bu bölümde, araştırmanın örneklemini ile ilgili bilgilerin aktarılması ve araştırma hipotezlerine yönelik bulgularla, analiz yapılması amaçlanmıştır.

4.5 Frekans Verileri

Daha önce de bahsedildiği gibi araştırma örneklemini için 110 haber üreticisinin anketi doldurması sağlanmıştır. Örneklemini oluşturulması için yararlanılan habercilere ait frekans bilgileri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

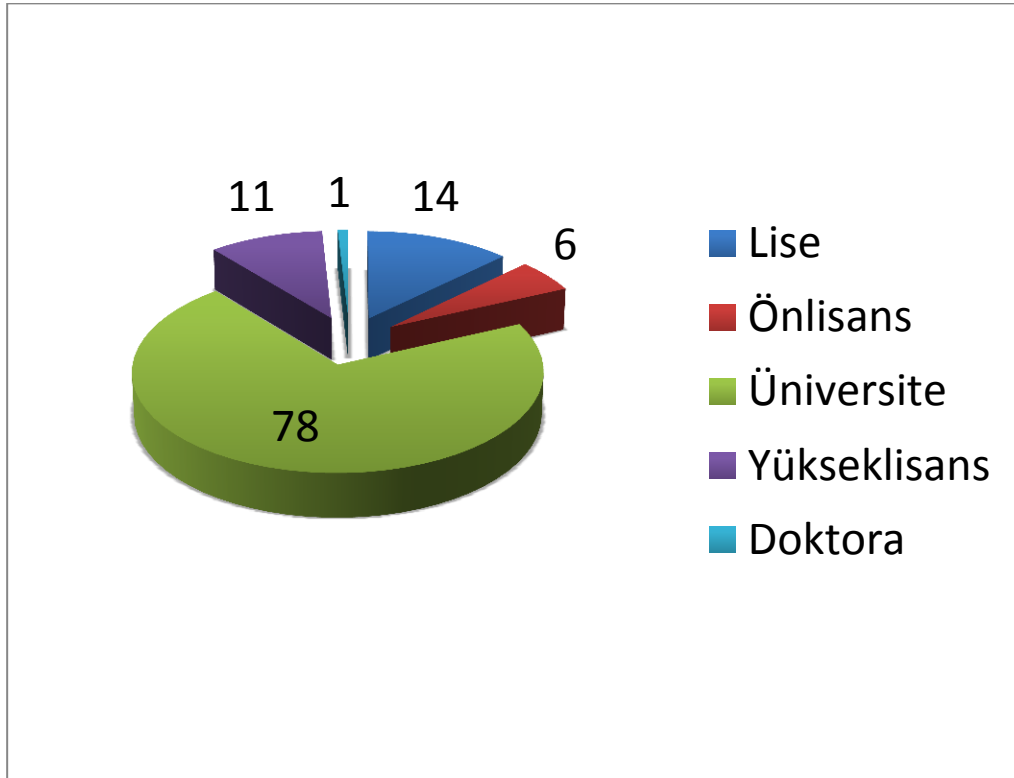
Grafik 4.1: Örneklemden elde edilen, haber üreticilerinin yaş frekans bilgileri aşağıda ki gibidir;



Araştırmaya 110 haber üreticisi katılmış ve 110 anket değerlendirilmeye alınmıştır. İstatistiki bilgilere aktarılan 110 anket elde edilen ilk bilgilere göre, deneklerin 54 tanesi kadın, 56 tanesi de erkektir. Bu durum da ankete katılan gazetecilerin cinsiyet oranları, yaklaşık olarak yarı yarıyadır.

Araştırmaya katılan deneklerin eğitim seviyelerine bakılacak olunursa, haber üreticilerinin büyük bir kısmının yüksek öğretim aldığı tespit edilmiştir. Deneklerin %70'lik bir bölümünün eğitimi üniversite iken yalnızca %12'lik kesim lise olarak saptanmıştır.

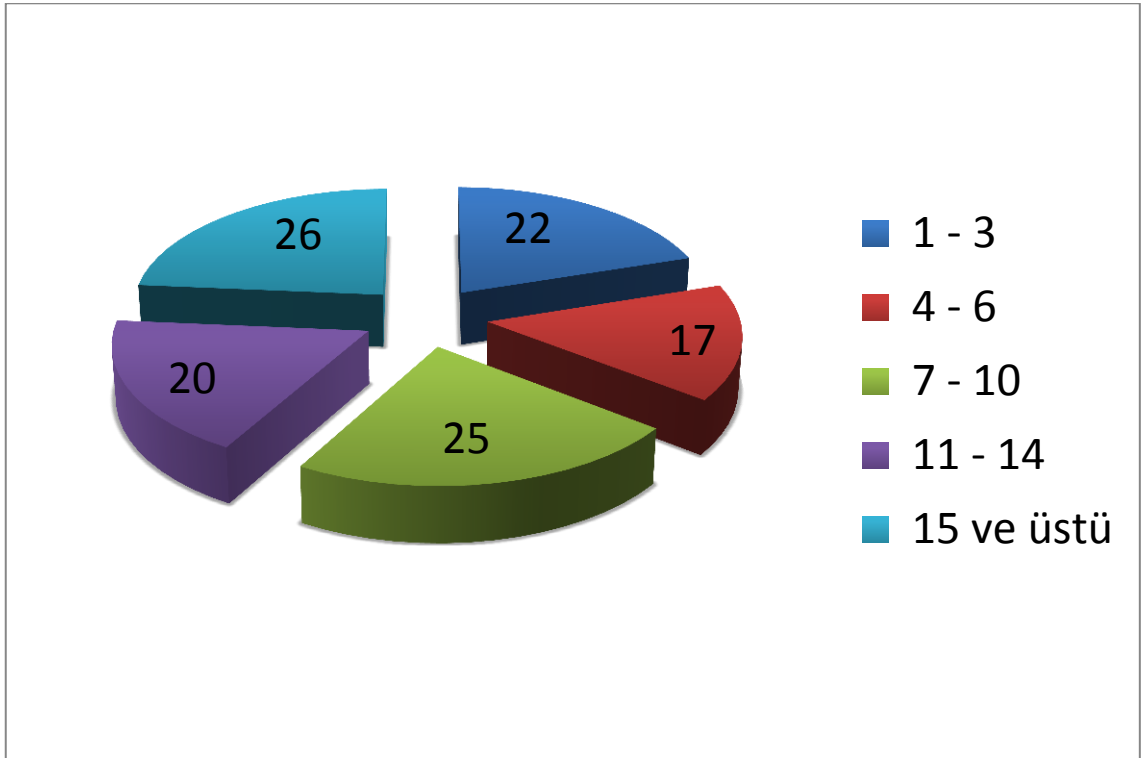
Grafik4.2: Örneklemden elde edilen, eğitim durumunu gösteren frekans bilgileri aşağıda ki gibidir;



Araştırmanın en önemli demografik bilgilerinden biri de, deneklerin kaç yıldır bu sektörde çalıştıklarıydı. Genel olarak baktığımızda oranlar birbirine yakındır, ancak

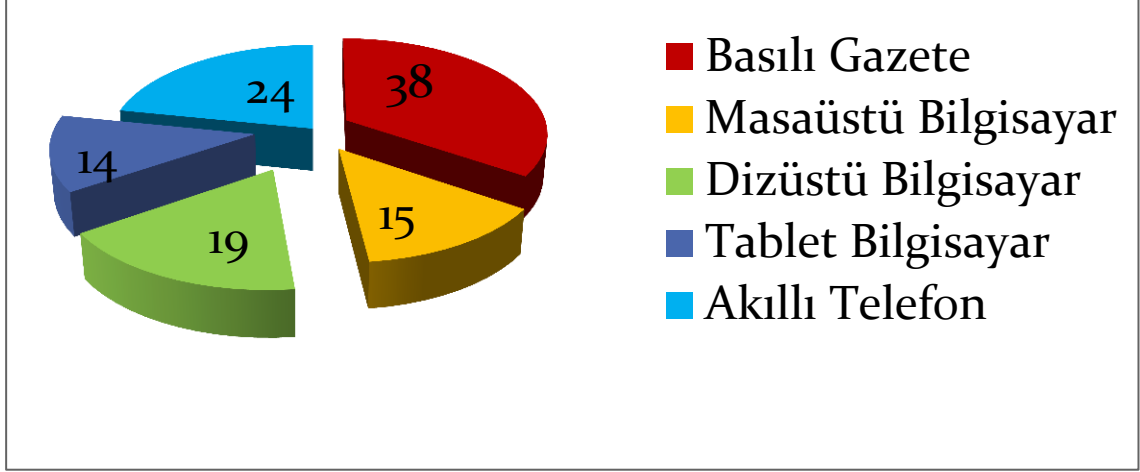
en yüksek oran %23 ile 15 yıldan fazla süredir çalışan habercileri kapsamaktadır. Diğer taraftan %20'lik bir kesim ise 1 ile 3 yıl arasında çalışan habercileri kapsamaktadır.

Grafik 4.3: Örneklemden elde edilen, haber üreticilerinin sektörde çalışma sürelerini gösteren frekans bilgileri aşağıda ki gibidir;



Araştırmanın demografik bilgilerini verdikten sonra, deneklerden öğrenmek istenen ve çalışmanın omurgasını oluşturan asıl konular ise istatistiki bilgiler ışığında aşağıda verilmektedir. Öncelikle gazetecilerin, gündemi takip etmek veya kendi haberlerinin yayınlarını görmek adına, gazeteyi okumak için hangi iletişim kanalını tercih ettiklerine bakılacak olunursa;

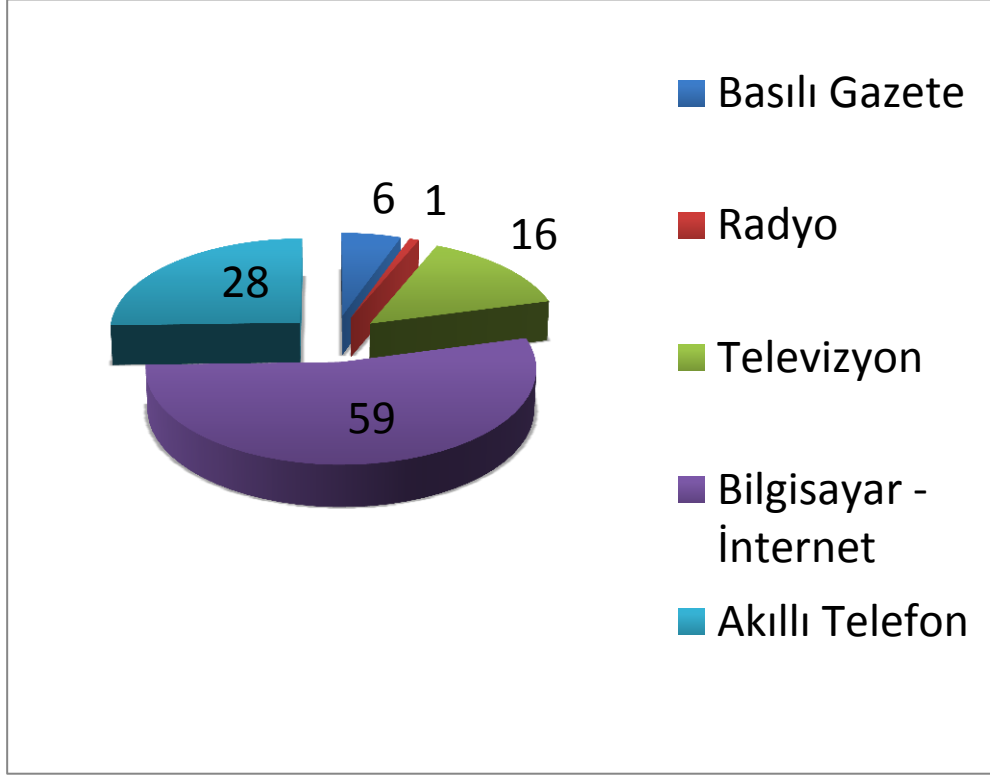
Grafik 4.4: Örneklemeden elde edilen habercilerin, gündemi veya haberleri takip etmek için yazılı basından, hangi iletişim araçlarını okuduklarına ait frekans bilgileri aşağıda ki gibidir;



Habercilerin, gazeteyi okumak ve gündemi takip etmek için çoğunlukla tercih ettikleri aracın basılı, geleneksel gazete olduğu görülmektedir. Teknolojinin gün geçtikçe yaşamın her alanına girmesine rağmen habercilerin büyük bir kısmı gazeteyi hala basılı olarak okuduklarını ifade etmişlerdir ki bu oran yaklaşık %35'dir. Ancak istatistiki bilgileri tersinden değerlendirilirse habercilerin, gazeteyi veya gündemi takip ettikleri araçların %65'i, teknolojik gelişme olarak kabul edilen ve geleneksel basılı gazetenin haricinde ki, dijital ortamlar olduğu görülmektedir. Bir başka deyişle, her üç haberciden ikisi gazeteyi, dijital dünyanın araçları olan bilgisayar, tablet ve akıllı telefonlardan takip etmektedir. Bir başka dikkat çeken oran ise "Akıllı Telefon"un haber takibi için %21 oranının da kullanılıyor olması azımsanmayacak bir rakam olarak görülmektedir. Ayrıca her an elimizin altında ve her an internete bağlı olan bu cihazlar, taşınması daha zor olan bilgisayarları çok geride bıraktığı anlaşılmaktadır. İlerleyen yıllarda "Akıllı Telefon"un haber ve haberciler için çok daha yüksek oranlarda öneme sahip olabileceği söylenebilir.

Habercilerin sıcak bir gelişmeyi veya olağanüstü bir olayı, hangi iletişim aracından takip edersiniz diye sorulduğunda ise cevaplar şu şekilde sıralanmaktadır;

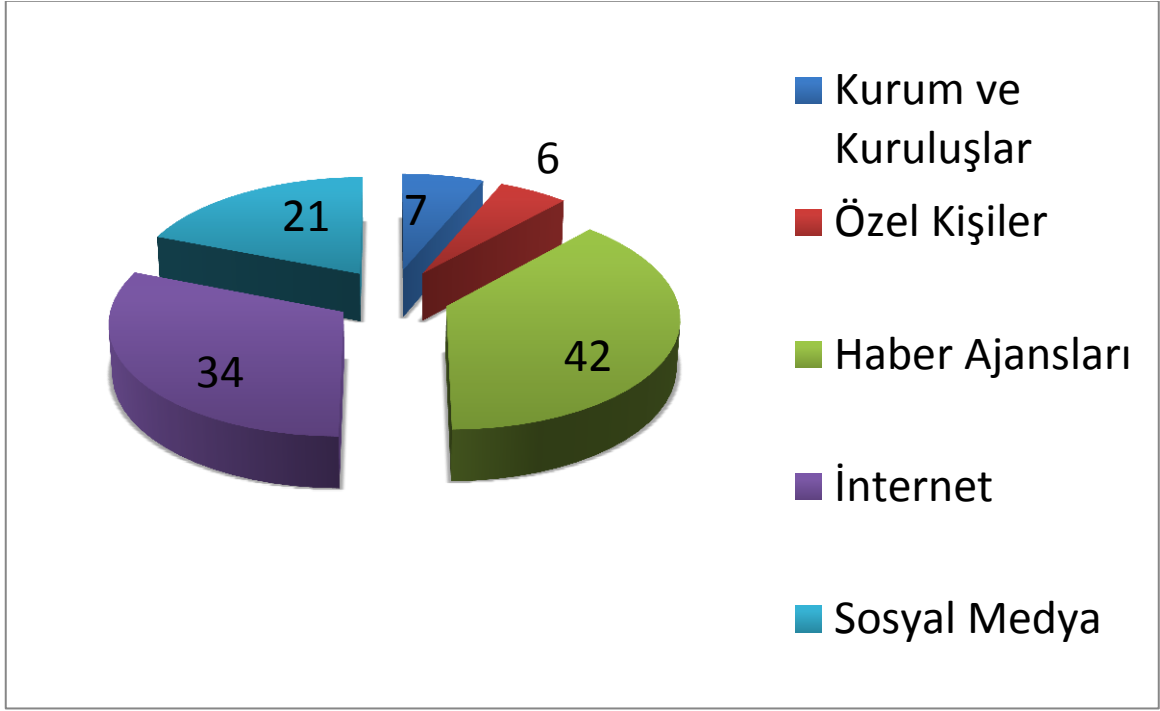
Grafik 4.5: Örneklemeden elde edilen, sıcak bir gelişmeyi hangi iletişim aracından takip ettiklerine dair frekans bilgileri;



Habercilerin sıcak bir gelişmeyi veya olağanüstü bir olayı hangi kitle iletişim aracından takip edersiniz diye sorduğumuzda geçmişin en önemli haber kaynaklarından biri olan radyonun günümüzde artık çok da önemli olmadığını rahatlıkla söyleyebiliriz. Anketimize katılan sadece bir kişi “Radyo”yu haber kaynağı olarak takip etmektedir. Günümüzde gelişen teknolojiyle beraber habercilerin en önemli haber kaynağı internet olarak görülmektedir. Araştırmaya katılan habercilerin yaklaşık %54’ü internete bağlı bilgisayarını, en önemli haber kaynağı olarak göstermiştir. Dijital iletişim araçlarını, bilgisayar-internet ve akıllı telefonları aynı potada değerlendirirsek, sıcak bir gelişmeyi veya olağanüstü bir olayı öğrenmek için tercih edilme oranları yaklaşık %80’le çok büyük bir paya sahiptir. Bu da her beş haberciden dördü sıcak bir gelişmeyi teknolojik cihazlarla takip ettiğini göstermektedir.

Haber üreticilerine en önemli haber kaynağı sorulduğunda ise aşağıdaki bilgilere ulaşılmıştır;

Grafik 4.6: Örneklemden elde edilen bilgilere göre habercilerin en önemli haber kaynağı frekans bilgileri aşağıda ki gibidir;

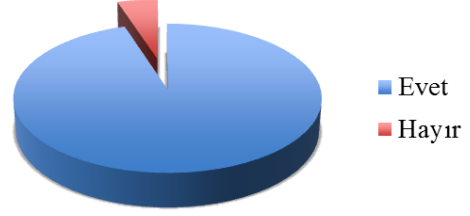


Haber üreticilerine en önemli haber kaynakları sorulduğunda ise en önemli haber kaynaklarının büyük bir oranla haber ajansları olduğu görülmektedir. İnternet ile sosyal medyaya bakıldığında ise %30 ve %19'luk gibi bir oranı teşkil etmektedir. Bunların toplamı yaklaşık %50 etmektedir. Bu da her iki haberciden birinin, en önemli haber kaynağı internet ve sosyal medya olarak görülmektedir. Ancak tek başına %38'lik bir payla en önemli haber kaynağı olarak haber ajanslarının ortaya çıkması, basında güvenin ne derece önemli olduğu bir kez daha tespit edilmiştir. Çünkü, profesyonel haber üreticileri, duyumunu aldıkları haberi, yayınlamadan önce doğrulamak ister ki bunun en kolay yollarından biri haber ajanslarıdır. Örneğin toplumsal bir olayda yaralı sayısını yazmadan önce bunun en kolay doğrulayabilmenin yollarından biri de haber ajanslarıdır. Geriye kalan %11'lik kesim ise en önemli haber kaynağı olarak kurumve kuruluşlar ile özel kişileri görmektedir.

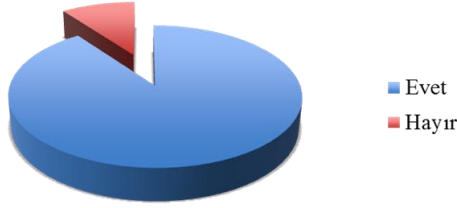
Bunların yanında diğer frekans bilgileri aşağıda ki gibidir;

- Habercilere sosyal ağlarda kişisel profiliniz var mı diye sorduğumuzda; habercilerin yaklaşık %95'i sosyal ağlarda bir profili olduğunu söylerken, yaklaşık %5'lik kesim ise bulunmadığını söyledi.

Gazetecilerin sosyal ağ kullanımı



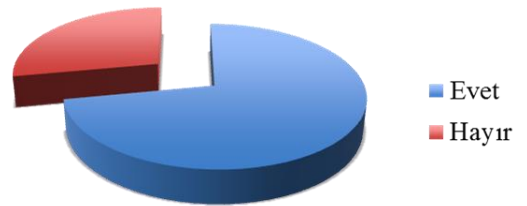
Gazetecilerin sosyal medya içeriklerini günlük takibi



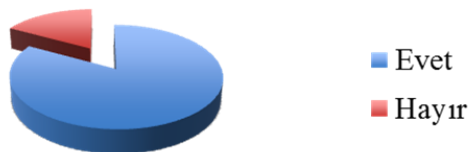
- Habercilere sosyal medyadaki içerikleri günlük olarak takip eder misiniz diye sorulduğunda; habercilerin %90'ı günlük olarak takip ederken yalnızca %10'u günlük olarak takip etmediklerini belirtmişlerdir.

- Habercilere sosyal medyadan hiç haber kullandınız mı diye sorulduğunda; yaklaşık %72'lik bir kesim sosyal medyadan haber kullandıklarını, yaklaşık %28'lik kesim sosyal medyadan haber kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

Sosyal medyadan hiç haber kullandınız mı?



Sosyal ağları haber kaynağı olarak takip ettiniz mi?



- Habercilere sosyal paylaşım sitelerinden haber kaynağı olarak takip ettiğiniz kişiler var mı diye sorulduğunda; yaklaşık %83'lük kesim sosyal

paylaşım sitelerinden haber kaynağı olarak takip ettikleri kişiler olduğunu, yaklaşık %17'lik kesim de sosyal medyada haber kaynağı olarak takip ettikleri kişiler olmadığını belirtmişlerdir.

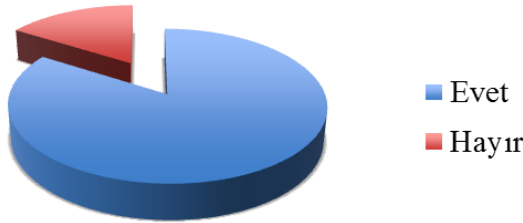
- Habercilere devlet büyüklerini veya toplumun ileri gelenlerinin twitter hesaplarını takip eder misiniz? diye sorulduğunda; yaklaşık %85'lik kesim devlet büyüklerini veya toplumun ileri gelenlerinin twitter hesaplarını takip ettiklerini, yaklaşık %15'lik kesim ise takip etmediklerini belirtmişlerdir.

Devlet büyüklerini veya toplumun ileri gelenlerini twitterdan takip ediyor...



- Habercilere sosyal medya haberciliğe olumlu etkiler katmış mıdır diye

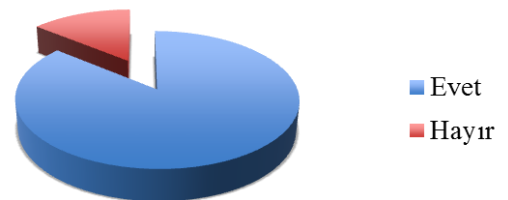
Sosyal medya haberciliğe olumlu etki katmış mıdır?



sorulduğunda, habercilerin %84'lük kısmı sosyal medya haberciliğe olumlu etkiler kattığını, %16'lık kısmı ise sosyal medyanın haberciliğe olumlu herhangi bir katkı katmadığını söylemiştir ki bir kaç soru önce sosyal medyayı takip eden haberci sayıları da %1 sapma payıyla aynı oranları tutturmuşlardır.

- Habercilere sosyal medya haberciliğe etik sorunlar getirmiş midir diye sorulduğunda, habercilerin %86'lık kısmı sosyal medya

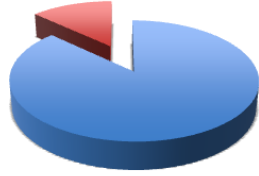
Sosyal ağlar, haberciliğe etik sorunlar getirmiş midir?



haberciliğe etik sorunlar getirmiş diye cevaplarırken, %14'lük kesim ise sosyal medyanın haberciliğe herhangi bir etik sorun getirmediğini belirtmişlerdir. Bu da bize göstermektedir ki evet, sosyal medya haber ve haberciler için önemlidir ama bununla beraber bir güven problemi de olduğu açıktır.

- Habercilere cep telefonu ile haber için fotoğraf, ses ve video kaydı yaptınız mı

Haber için cep telefonu ile video, ses, fotoğraf kaydı yaptınız mı?



■ Evet
■ Hayır

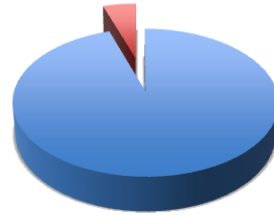
diye sorulduğunda; habercilerin %87'lik kısmı cep telefonu ile haber için fotoğraf, ses ve video kaydı yaptıklarını. Bunun habercilik için zorunlu olduğunu belirtmişlerdir. Bunun aksine %13'lük kesim ise cep telefonu ile haber için fotoğraf,

ses ve video kaydı yapmadıklarını bunun haberciliğe zarar verdiğini belirtmişlerdir.

- Habercilere vatandaşın yolladığı, haber değeri olan haber fotoğraf ve videoyu

yayınlar mısınız diye sorulduğunda; habercilerin %95'lik kısmı vatandaşın yolladığı, haber değeri olan haber fotoğraf ve videoyu yayınlayacaklarını ancak %5'lik kesimin yayınlamayacağını belirtmişlerdir.

Vatandaşın yolladığı haberi yayınlar mısınız?



■ Evet
■ Hayır

Teknolojik gelişmeler haberi ve haber içeriğini olumlu etkilemiş midir?



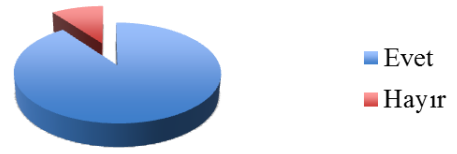
■ Evet
■ Hayır

- Habercilere teknolojik gelişmeler haberi ve haber içeriğini olumlu etkilemiş

midir diye sorulduğun da; habercilerin %90'lık kısmı teknolojik gelişmeler haberi ve haber içeriğini olumlu etkilediğini ancak %10'luk kısmı ise teknolojik gelişmelerin haberi ve haber içeriğini olumlu etkilemediğini belirtmişlerdir.

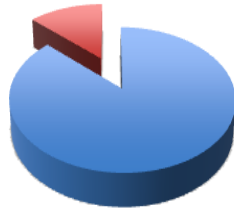
- Habercilere teknolojik gelişmeler haber üretimini olumlu etkilemiş midir diye sorduğumuzda; habercilerin %90'lık kısmı teknolojik gelişmelerin haber üretimini olumlu etkilediklerini, %10'luk kısmı ise olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir.

Teknolojik gelişmeler haber üretimini olumlu etkilemiş midir?



- Habercilere teknolojik gelişmeler haber fotoğraflarının kalite ve sayısını

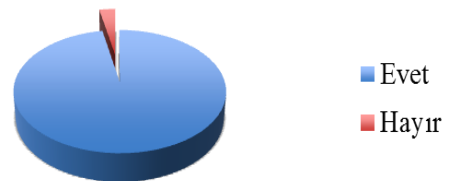
Teknolojik gelişmeler haber fotoğrafının kalite ve sayısını arttırmış mıdır?



arttırmış mıdır? Diye sorduğumuzda; habercilerin %87'lik kısmı teknolojik gelişmelerin haber fotoğraflarındaki kalite ve sayısını arttırmış olduğunu ancak %13'lük kesim ise teknolojik gelişmelerin haber fotoğraflarının kalite ve sayısını arttırmadığını belirtmişlerdir.

- Habercilere teknolojik gelişmeler haber kaynaklarına ulaşmayı kolaylaştırmış mıdır diye sorduğumuzda; habercilerin %97'lik kısmı teknolojik gelişmelerin haber

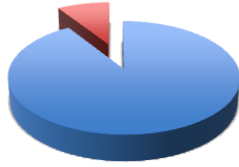
Teknolojik gelişmeler haber kaynağına ulaşmayı kolaylaştırmış mıdır?



kaynaklarına ulaşmayı kolaylaştırdığını, ancak %3'lük kısım ise teknolojik gelişmelerin haberciliğini kolaylaştırmadığını söylemektedir. Yani habercilerin tamamına yakını teknolojinin haber kaynağına ulaşmayı kolaylaştırdığını söylemektedir.

- Habercilere teknolojiyi haber üreticilerinin çalışma koşullarını olumlu etkilemiş

Teknolojik gelişmeler haber üreticilerinin çalışma koşullarını olumlu yönde...

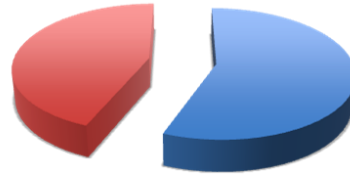


- Evet etkilediğini, %9'luk kısmı ise bunun tam tersini belirtmişlerdir.
- Hayır

- Habercilere yazılı basın mı yoksa dijital basın mı diye sorduğumuzda;

habercilerin yaklaşık %56'lık kısmı dijital basını tercih ederken, yaklaşık %44'lük kesim ise yazılı basını tercih etmektedir.

Yazılı basın mı dijital basın mı?



- Dijital
- Yazılı

- Habercilere haberin ve gazeteciliğin geleceği dijital dünya mıdır diye

Haberin ve haberciliğin geleceği dijital dünya mıdır?

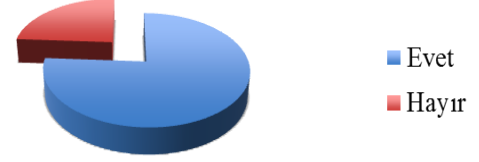


- Evet
- Hayır

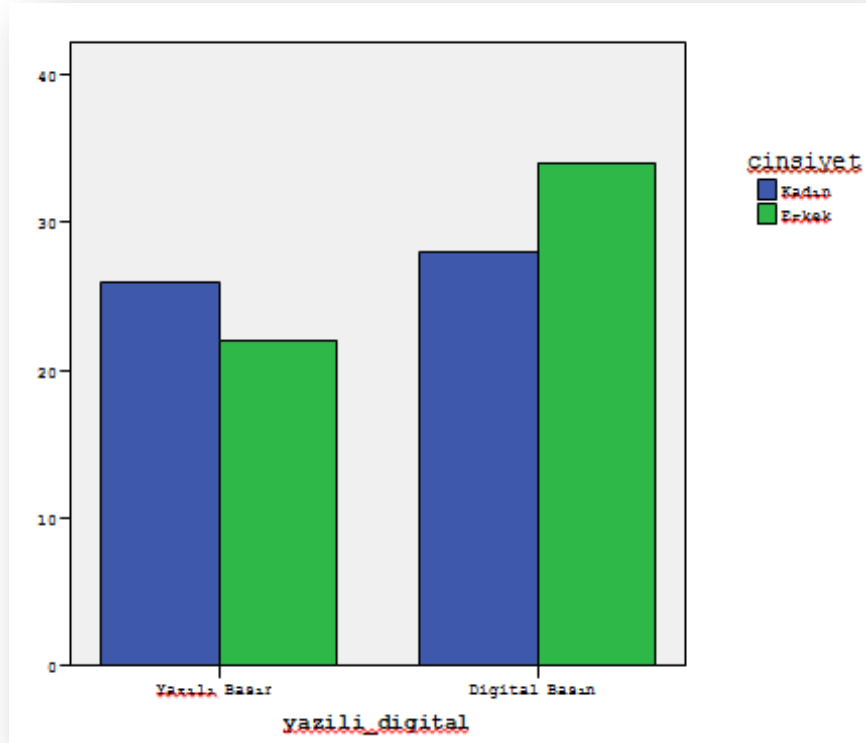
sorduğumuzda; habercilerin %90'lık kısmı haberin ve gazeteciliğin geleceği dijital dünya olarak tanımlarken, %10'luk kısmı ise haberciliğin dijital dünya olamayacağını söylemiştir. Habercilerin çok büyük bir kısmı gelişen teknoloji ile haberciliğin geleceğinin dijital habercilik olacağını belirtmişlerdir.

- Habercilere sosyal medyayı haber yayma amacıyla kullanıyor musunuz diye sorduğumuzda; habercilerin yaklaşık %76'sı sosyal medyayı haber yayma amacıyla kullandıklarını, %24'lük kısmı ise sosyal medyayı haber yayma amacıyla kullanmadıklarını söylemiştir. Yani her dört haberciden üçü sosyal medyayı haber yayma amacıyla kullanmaktadır.

Sosyal medyayı haber yayma amacıyla kullanıyor musunuz?



Diğer taraftan araştırmamıza dahil olan deneklerden 54'ü kadın 56'sı erkek çıkmıştır. Özellikle kadın veya erkek diye ayrı bir değerlendirme yapılmamıştır. Çünkü, denek sayısı 105'in altında olacağı için sonuçların güvenilirliği tartışılabilir. Buna rağmen araştırmaya katılan 54 kadından 28'i dijital basını, 26 kadın ise yazılı basını tercih ettiği gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılan 56 erkekten 34'ü dijital basını, 22 erkek ise yazılı basını tercih etmektedir. Erkeklerdeki fark kadınlara göre daha fazladır.



Grafik-4.7: Cinsiyetin Yazılı veya Dijital basını seçme oranları

	cinsiyet		Total
	Kadın	Erkek	
Yazılı Basın	26	22	48
Dijital Basın	28	34	62
Total	54	56	110

Tablo-4.1: Cinsiyetin Yazılı veya Dijital basını seçme oranları

Tüm bu yaklaşım ve bilgilerden hareketle aşağıda verilen araştırma sorularıyla hipotezler oluşturulmuştur.

1-H0: yaş ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır.

1-H1: yaş ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

2-H0: Kaç yıldır gazetecilik yapma ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır.

2-H1: Kaç yıldır gazetecilik yapma ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

3-H0: Yaş ile hangi araçla en çok medyayı takip etme arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır.

3-H1: Yaş ile hangi araçla en çok medyayı takip etme arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

4-H0: Haber kaynağı olarak en çok nereyi takip etme ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır.

4-H1: Haber kaynağı olarak en çok nereyi takip etme ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

5-H0: Hangi araçla tercih etme ile ilk önce nereden takip etme arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır.

5-H1: Hangi araçla tercih etme ile ilk önce nereden takip etme arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

4.6 Hipotez Testleri

Bu bölümde örnekleme ait veriler hipotezler doğrultusunda analiz edilerek, bulgulara yönelik açıklamalar getirilmesi amaçlanmıştır.

4.6.1. 1-H0 ve 1-H1 Hipotezlerine Ait Analiz ve Yorumlar

Habercilere sorduğumuz sorularla çeşitli hipotezler kurduk. Öncelikle, yaş ile dijital basın veya yazılı basın arasında bir fark var mıdır? Bu iki değişken birbirinden bağımsız mıdır? Bu sorunun hipotezini oluşturduk;

1-H0: yaş ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır.

1-H1: yaş ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

Hipotezleri kurduktan sonra spss programdaki verilere baktık. Ortaya çıkan veriler, %25'in değeri 5 sayısının altında olduğu için, 45-54 ve 55 ve üstü yaş gruplarını yeterli kişi olmadığı için dataya dönüp bunlara kategorileştirme yaptık. Yani hücreleri daraltıp, 5'ten düşük çıkma olasılığını ortadan kaldırdık.

Tablo-4.2: 1-H0 ve 1-H1 Hipotezlerine Ait frekans bilgileri aşağıda ki gibidir;

Yaş		Yazılı Basın	Dijital Basın	Total
18 - 24	Hesap	8	13	21
	Beklenen Hesap	9,2	11,8	21,0
	Kalan	1,2	1,2	
25 - 34	Hesap	18	22	40
	Beklenen Hesap	17,5	21,5	40,0
	Kalan	,5	,5	
35 - 44	Hesap	16	21	37
	Beklenen Hesap	15,1	20,9	37,0
	Kalan	,9	,1	
45 - 54	Hesap			
	55 ve üstü	7	5	12
	Beklenen Hesap	5,6	5,4	6,0
Total	Kalan	,4	,6	
		48	62	110
		49,0	61,0	110,0

Ki-Kare=5.548, p= 0.000, Cramer's V=.20, p= 0.000

1H0 ve 1H1 hipotezlerine ait çapraz tablo verilerine bakıldığında, yaş arttıkça dijital basını seçim azalmaktadır. Bir başka deyişle geleneksel basının içinden gelen orta yaş üstü haber üreticiler, alışkanlıklarından kolay vaz geçemiyorlar. 25-34 ve 35-44 yaşları arasındaki haberciler ise daha çok dijital basını tercih etmektedirler. 45-54 ve 55 ve üstü yaş grubuna baktığımızda yazılı geleneksel basını tercih ettiğini görmekteyiz.

Kategoriler arasında ki farklar çok fazla olmamakla birlikte 45 ve üstü yaşında ki haber üreticileri hariç diğer tüm kategorilerde dijital basın tercih edilmektedir.

Verilere yönelik Cramer's V değeri 0.20'dir ve bu değer değişkenler arasındaki farkın istatistiki olarak anlamlı olmadığı, ilişkinin ise zayıf ile orta (0.1 ile 0.3) arasında bir değere sahip olduğunu belirtmektedir.³²⁵Hipoteze yönelik verilere bakıldığında, 1-H0'ın açık bir şekilde desteklendiği gözlemlenmemektedir. Yani 1-H0 reddedilir. 1-H1 kabul edilir, yaş ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

4.6.2. 2-H0 ve 2-H1 Hipotezlerine Ait Analiz ve Yorumlar

Kaç yıldır gazetecilik yaptığı süreç ile dijital basın veya yazılı basın arasında bir fark var mıdır? Bu iki değişken birbirinden bağımsız mıdır? Bu sorunun hipotezini oluşturduk;

2-H0: Kaç yıldır gazetecilik yapma ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır.

2-H1: Kaç yıldır gazetecilik yapma ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

Hipotezleri kurduktan sonra SPSS programda ki verilere baktık. Ortaya çıkan veriler, %25'in değeri 5 sayısının altında olmadığı için hücreleri daraltıp bir kategorileştirme yapılmasına gerek yoktur.

³²⁵ Julie Pallant, SPSS Survival Manual, Fourth Edition, McGraw-Hill Education, 2010, s. 220

Tablo-4.3: 2-H0 ve 2-H1 Hipotezlerine Ait frekans bilgileri aşağıda ki gibidir;

Kaç yıl gazetecilik yapıyor			yazılı_dijital		Total
			Yazılı Basın	Dijital Basın	Total
1 - 3	Hesap		10	12	22
	Beklenen Hesap		9,6	12,4	22,0
	Kalan		,4	-,4	
4 - 6	Hesap		7	10	17
	Beklenen Hesap		7,4	9,6	17,0
	Kalan		-,4	,4	
7 - 10	Hesap		8	17	25
	Beklenen Hesap		10,9	14,1	25,0
	Kalan		-2,9	2,9	
11 - 14	Hesap		9	11	20
	Beklenen Hesap		8,7	11,3	20,0
	Kalan		,3	-,3	
15 ve üstü	Hesap		14	12	26
	Beklenen Hesap		11,3	14,7	26,0
	Kalan		2,7	-2,7	
Total	Hesap		48	62	110
	Beklenen Hesap		48,0	62,0	110,0

Ki-Kare=25.654, p= 0.000, Cramer's V=.73, p= 0.000

2H0 ve 2H1 hipotezlerine ait çapraz tablo verilerine bakıldığında, sektörde çalışma süresi 15 yıl ve üzeri olan habercilerin yazılı basını tercih ettikleri görülmektedir. Bunun yanında bu çalışma süresinde olan habercilerin bir çoğunda dijital basını seçtiği ve dijital basının da çok önemli olduğunu görmekteyiz. Özellikle sektörde tecrübeli sayılan 7-10 yıl arasında çalışan kişilere baktığımızda çoğunluğun dijital basını seçtiği, yazılı basını seçenlerin sayısı dijital basını seçenlerin yarısından bile az olduğu görülmektedir. Genel olarak bakarsak haberciler yazılı basın yerine dijital basını tercih etmektedir. Yazılı basını seçen habercilerin sayısı 48 iken dijital basını seçen habercilerin sayısı 62'dir.

Verilere yönelik Cramer's V değeri 0.73'dür ve bu değer değişkenler arasındaki farkın istatistiki olarak anlamlı olduğunu, ilişkinin ise kuvvetli bir değere sahip olduğunu belirtmektedir.³²⁶ Hipoteze yönelik verilere bakıldığında, 2-H0'ın açık bir şekilde desteklendiği gözlemlenmektedir. Yani 2-H0 kabul edilir. Kaç yıldır gazetecilik yapma ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır. Özellikle 1-3 ve 15 ve üstü yıldır çalışan gazetecilere bakacak olursak aralarındaki rakamlar birbirine çok yakındır. 2-H1 reddedilir ancak hipotezin tam olarak desteklenmediği gözlemlenmekle birlikte, tam olarak reddetmek de mümkün değildir.

4.6.3. 3-H0 ve 3-H1 Hipotezlerine Ait Analiz ve Yorumlar

Yaş ile hangi araçla en çok medyayı takip etme arasında bir fark var mıdır? Bu iki değişken birbirinden bağımsız mıdır? Bu sorunun hipotezini oluşturduk;

3-H0: Yaş ile hangi araçla en çok medyayı takip etme arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır.

3-H1: Yaş ile hangi araçla en çok medyayı takip etme arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

³²⁶ Pallant, s.220

Hipotezleri kurduktan sonra SPSS programdaki verilere baktık. Veriler, beş değişkenli olduğu için yirmi beş kategori ortaya çıktı. Bunların %25'i 5'in altında olmaması gerekiyordu. Ortaya çıkan veriler, %25'in değeri 5 sayısının altında olduğu için, 45-54 ve 55 ve üstü yaşı gruplarını ve masaüstü bilgisayar ve dizüstü bilgisayar kategorilerini yeterli kişi olmadığı için dataya dönüp bunlara kategorileştirme yaptık. Yani hücreleri daraltıp, 5'ten düşük çıkma olasılığını ortadan kaldırdık. Kategorileştirme yaptıktan sonra, 16 hücreden, 3'ü 5'in altında olduğu için bir sorun olmadı. Güven endeksi olarak %25'in altında.

Tablo-4.4: 3-H0 ve 3-H1 Hipotezlerine Ait frekans bilgileri aşağıda ki gibidir;

							Total
Hangi aracı tercih edersiniz?			Basılı Gazete	Masa/Dizüstü Bilgisayar	Tablet Bilgisayar	Akıllı Telefon	
Yaş 18 - 24	Hesap		5	10	2	4	21
	Beklenen Hesap		6,3	6,5	2,7	5,6	21,0
25 - 34	Kalan		-1,3	3,5	-,7	-1,6	
	Hesap		12	13	7	8	40
	Beklenen Hesap		13,8	12,4	5,1	8,7	40,0
35 - 44	Kalan		-1,8	,6	1,9	-,7	
	Hesap		16	8	4	9	37
	Beklenen Hesap		12,3	11,4	5,2	8,1	37,0
45 - 54	Kalan		3,8	-3,4	-1,2	,9	
	Hesap		5	3	1	5	14
	Beklenen Hesap		5,1	2,6	1,6	3,9	6,0
55 ve üstü	Kalan		-,1	-,8	-,6	-,3	
	Hesap		38	15	14	24	110
	Beklenen Hesap		38,0	34,0	14,0	24,0	110,0

Ki-Kare=11.526, p= 0.000, Cramer's V=.78, p= 0.000

3H0 ve 2H1 hipotezlerine ait çapraz tablo verilerine bakıldığında, sektörde 25-34 ve 35-44 yaş arasında çalışan habercilerin ilk haberleri öğrendikleri mecralara bakacak olursak genelin 1/3 oranında basılı gazeteyi seçtiklerini görmekteyiz. 25-34 ve 35-44 yaş arasında çalışan habercilerin basılı gazeteyle öğrenme oranları akıllı telefonla öğrenme sayısı ile eşit. Bu durumda yaşın ilerlemesi haberciler için teknolojiyi takip

etmelerini engellememiştir. Akıllı telefonu en çok 35-44 yaş haberciler kullanmaktadır. Tableti en çok 25-34 yaş arası haberciler kullanmaktadır. Masaüstü veya dizüstü bilgisayırı en çok 25-34 yaş arası haberciler kullanmaktadır. Tüm oranlara bakıcak olursak, teknolojiyle haberleri kullananların sayısı 72 iken basılı gazeteyi kullananların sayısı 38'dir. Yani basılı gazete haberciler için hala çok önemli bir yer işgal etmektedir.

Verilere yönelik Cramer's V değeri 0.78'dir ve bu değer değişkenler arasındaki farkın istatistiki olarak anlamlı olduğunu, ilişkinin ise kuvvetli bir değere sahip olduğunu belirtmektedir.³²⁷ Hipoteze yönelik verilere bakıldığında, hipoteze yönelik verilere bakıldığında, 3-H0'ın açık bir şekilde desteklendiği gözlemlenmektedir. Yani 3-H0 kabul edilir. Yaş ile hangi araçla en çok medyayı takip etme arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır. Özellikle 45-54 ve 55 ve üstü yaş grubuna bakarsak haberleri basılı gazete ve akıllı telefonlarla takip etme oranları aynıdır. Tüm teknolojik cihazla haberi takip etmeye bakarsak, basılı gazeteyle arasında 1/3'lük bir oran vardır. 3-H1 reddedilir ancak hipotezin tam olarak desteklenmediği gözlemlenmekle birlikte, tam olarak reddetmek de mümkün değildir.

4.6.4. 4-H0 ve 4-H1 Hipotezlerine Ait Analiz ve Yorumlar

Haber kaynağı olarak en çok hangi iletişim kanalını takip etme ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark var mıdır? Bu iki değişken birbirinden bağımsız mıdır? Bu sorunun hipotezini oluşturduk;

4-H0: Haber kaynağı olarak en çok nereyi takip etme ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır.

4-H1: Haber kaynağı olarak en çok nereyi takip etme ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

³²⁷ Pallant, s.220

Hipotezleri kurduktan sonra SPSS programdaki verilere baktık. Veriler, beşe iki değişkenli olduğu için on kategori ortaya çıktı. Bunların %25'i 5'in altında olmaması gerekiyordu. Ortaya çıkan veriler, %25'in değeri 5 sayısının altında olduğu için, kurum ve kuruluşlarla özel kişiler kategorilerini yeterli kişi olmadığı için dataya dönüp bunlara kategorileştirme yaptık. Yani hücreleri daraltıp, 5'ten düşük çıkma olasılığını ortadan kaldırdık. Kategorileştirme yaptıktan sonra, 8 hücreden, hiç biri 5'in altında olmadığı için bir sorun olmadı.

Tablo-4.5: 4-H0 ve 4-H1 Hipotezlerine Ait frekans bilgileri aşağıda ki gibidir;

En Çok Hangi haber kaynağı		yazili_dijital		Total
		Yazılı Basın	Dijital Basın	Total
Kurum ve Kuruluşlar	Hesap	5	8	13
	Beklenen Hesap	5,7	7,3	7,0
	Kalan Hesap	,7	-,7	
Haber Ajansları	Hesap	21	21	42
	Beklenen Hesap	18,3	23,7	42,0
	Kalan Hesap	2,7	-2,7	
İnternet	Hesap	15	19	34
	Beklenen Hesap	14,8	19,2	34,0
	Kalan Hesap	,2	-,2	
Sosyal Medya	Hesap	7	14	21
	Beklenen Hesap	9,2	11,8	21,0
	Kalan Hesap	-2,2	2,2	
Total	Hesap	48	62	110
	Beklenen Hesap	48,0	62,0	110,0
	Hesap			

Ki-Kare=3.895, p= 0.000, Cramer's V=.42, p= 0.000

4H0 ve 4H1 hipotezlerine ait çapraz tablo verilerine bakıldığında, sektörde çalışan habercilere baktığımızda genel eğilim dijital basından yana, dijital basını seçen habercilerin sayısı 62 iken yazılı basını seçen habercilerin sayısı 48 dir. Çalışan habercilerin haberleri öğrenirken ilk tercih ettiği yer, haber ajanslarıdır. Haber

ajanslarını seçen 42 kişinin yarısı dijital basını seçerken, yarısında yazılı basını seçmiştir. İnternet ve sosyal medyayı ilk tercih olarak seçen gazetecilere baktığımızda, dijital basını tercih edenlerin toplam sayısı 33 iken yazılı basını tercih edenlerin sayısı 22 dir. Yani %60'lık kısım dijital basını seçerken, %40'lık kesim de yazılı basını seçmişlerdir. Kurum ve kuruluşlar ile özel kişileri tercih eden habercilere baktığımızda, yaklaşık %62'lik kısım dijital basını tercih ederken, yaklaşık %38'lik kesim de yazılı basını tercih etmektedir. genel olarak bakarsak internet ve teknoloji sayesinde haberciler haberleri daha çabuk öğrenmektedir. Bu habercilerin çoğunluğu da dijital basını tercih etmektedir.

Verilere yönelik Cramer's V değeri 0.42'dir ve bu değer değişkenler arasındaki farkın istatistiki olarak çok da anlamlı olmadığı, ilişkinin ise orta ile kuvvetli arasında ortaya daha yakın (0.3 ile 0.7) bir değere sahip olduğunu belirtmektedir.³²⁸ Hipoteze yönelik verilere bakıldığında, 4-H0'ın açık bir şekilde desteklendiği gözlemlenmemektedir. Ama sonuç olarak zayıf da olsa 4-H0 kabul edilir. Haber kaynağı olarak en çok nereyi takip etme ile yazılı basın veya dijital basını seçmek arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır. Özellikle sosyal medya, internet, kurum ve kuruluşlar ile özel kişilerin genel tercihi dijital basın olsada bu çok anlamlı değildir ve bu anlam farkını bozan haber ajanslarını tercih eden habercilerin seçimlerinin eşit çıkmasıdır. 4-H1 tam olarak reddedilemez ara bir değer vardır ve hipotezin tam olarak desteklenmediği gözlemlenmekle birlikte, tam olarak reddetmek de mümkün değildir.

4.6.5. 5-H0 ve 5-H1 Hipotezlerine Ait Analiz ve Yorumlar

Hangi araçla tercih etme ile ilk önce nereden takip etme arasında bir fark var mıdır? Bu iki değişken birbirinden bağımsız mıdır? Bu sorunun hipotezini oluşturduk;

5-H0: Hangi araçla tercih etme ile ilk önce nereden takip etme arasında bir fark yoktur. Birbirinden bağımsızdır.

³²⁸ Pallant, s.220

5-H1: Hangi araçla tercih etme ile ilk önce nereden takip etme arasında bir fark vardır. Birbirinden bağımsız değildir.

Hipotezleri kurduktan sonra spss programdaki verilere baktık. Veriler, beş değişkenli olduğu için yirmi beş kategori ortaya çıktı. Bunların %25'i 5'in altında olmaması gerekiyordu. Ortaya çıkan verilerin, %50'sinden fazlasının değeri 5 sayısının altında olduğu için ve kategorileştirme yapılamadığı için bu hipotez geçersiz olmuştur. Bununla beraber Phi Cramer's V sonucunda, 037'dir ve bu değer değişkenler arasındaki farkın istatistiki olarak anlamlı olmadığı, ilişkinin ise zayıf (0.1) bir değere sahip olduğunu belirtmektedir.³²⁹

4.7 Sonuç ve Öneriler

Tez dahilinde gerçekleştirilen anket sonuçlarına bakıldığında, habercilerin teknolojiyi yakından takip ettikleri görülmektedir. Yapılan araştırmayla ilgili bir takım hipotezler kurulmuştur. Hipotezleri incelediğimiz zaman daha ileri yaşlara sahip tecrübeli habercilerin, yeni teknoloji dijital basının yerine geleneksel yazılı basını tercih edeceğini düşünülebilir. Ancak araştırmanın sonuçları göstermektedir ki yaşça büyük habercilerin de daha genç haberciler kadar teknolojik gelişmeleri yakından takip ettikleri ve uyguladıkları görülmüştür. Bir başka hipotezde, gazetecilik yapma süresiyle dijital basın veya yazılı basını tercih etme arasında bir bağlantı olmadığı görülmüştür. Bu hipotez ilk hipotezle benzer sonuçlar vermesi, çalışmanın tutarlılığını bir kez daha göstermiştir. Bir sonar ki hipotezde ise yaş ile haber takibi için tercih edilen araç arasında bir bağlantının olup olmadığı araştırıldı. Alınan sonuca göre haber üreticilerinin, iletişim teknolojilerini yakından takip ettikleri belirlenmiştir. Dördüncü hipotezde ise gazetecilerin tercih ettikleri haber kaynakları ile dijital basını ve yazılı basını seçme arasındaki ilişki incelendiğin de bir bağlantı bulunmaktadır ancak kuvvet değeri çok düşüktür. 0,4 Cramer değeri de ilişkinin kuvvet değerini göstermektedir. Son olarak beşinci hipotezde ise gazetecilerin, gündemi takip ettikleri iletişim kanalları ile

³²⁹ Pallant, s.220

ilk önce nereden takip ettikleri arasında hiç bir bağlantının veya ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan hedef kitlenin homojen bir grup olmasına dikkat edilmiştir. Kadın ve erkek oranı, birbirine hemen hemen eşittir ve medya sektörünün haber mermezinde çalışan kişilerin, eğitimleri de oldukça iyi durumdadır. Genç nesil habercilerin, büyük bir kısmı üniversite mezunu hatta yüksek lisans yaptıkları tespit edilmiştir.

Teknolojik gelişmelerin haberciler tarafından takip edildiği ve uygulandığı görülmektedir. Haberciler, haber üretim pratiklerinde en son iletişim teknolojilerini kullanmaktadırlar. İletişim teknolojilerinde ki gelişmeler çok hızlı bir şekilde ilerlerken eski haber kaynakları da tamamen unutulmamaktadır. Haberciler hala haber kaynağı olarak kişileri ve kurumları kullanmaktadır ama bunun yanında internet teknolojisinin alt mecrası olan sosyal medyada ki twitter, facebook gibi programları da yakından takip etmekte ve kullanmaktadır. Tabii ki gelişen iletişim teknolojileri gelenekseli tamamen ortadan kaldırmayacaktır ama kullanım oranlarında önemli bir azalma olduğu gözlemlenmektedir. Araştırma göstermiştir ki haber üretiminden tüketimine kadar artık dijital basın yazılı basına göre daha ön plandadır.

Bu araştırma yalnızca İstanbul'da görev yapan habercileri kapsamaktadır. İstanbul dışında diğer il merkezlerinde ve taşrada görev yapan yerel habercilerle de yapılabilir. Bu sayede Türkiye'de ki iletişim teknolojilerinin, yaşanan gelişmelerin ve dönüşümlerin habercilik üzerine etkileri hakkında daha büyük bir veri elde edilebilir. Bu sayede genelleme yapılabilir, dünya çapında ki meslektaşları arasında bir karşılaştırma olabilir.

Diğer taraftan gelecekte ki araştırmacılara ışık tutabilmek veya kaynak olabilmek adına Türk Basın Tarihi'ne ek olarak "Türk Dijital Basın Tarihi" başlıklı bir çalışma yapmak yerinde bir karar olacaktır. Öncelikle yaygın gazetelerin daha sonra araştırma genişletilerek bölgesel ve yerel basın da dahil edilerek her basın yayın kuruluşunun, internet portalları kapsamlı bir araştırma konusu olabilir. Daha önce basılı

yayın organları için yapılan çalışmaların bir benzeri internet gazeteleri için de yapılabilir ki, gelecek nesil araştırmacılar için ciddi bir başvuru kaynağı olur.

SONUÇ

Tez çalışmasının sonucunda çıkarım yapabilecek ilk fikir olarak, teknolojiden ve gelişmelerden bahsediyorsanız, tez çalışmanızın asla tam anlamıyla bitmeyeceğidir. Hatta ilk satırları yazmaya başladığınız andan itibaren teknolojiyle ilgili bir çalışmanın, tarih olduğunu, bulunan yeni icatlar ve dönüşümlerin kendinden önce ki her şeyi tarih sayfasına yazdırdığı bir gerçektir. Bu araştırmanın da günümüz yani 2013 sonbaharı itibariyle geçmiş teknolojilerin haber ve habercilik üzerine etkilerinin bir araştırması olacaktır.

Çalışmamızın en başından beri vurgulanan ve kronolojik bir sırayla aktarılan iletişim teknolojilerinin, gazetelerin, gazetecilerin ve haber üretim süreçlerinin sürekli bir değişim yaşadığıdır. Tıpkı bir bayrak yarışı gibi haber ve habercilik elden ele ama sürekli ileriye doğru taşınmaktadır. İlk çağlarda ki sözlü iletişim bir süre sonra tahtını yazılı iletişime bırakmıştır ki onun da hakimiyetini kıran yine sözlü bir iletişim kanalı olan Radyo olmuştur. Daha sonra söz, görüntüyle birleşmiş ve yepyeni bir ortam büyüdü ekran Televizyon, kitleleri etkisi altına almıştır. Otuz yıl önce yazılan iletişim kuramları, radyonun ve televizyonun toplum üzerine etkilerinden bahseder ve toplumun bu gelişmelere verdiği tepkileri mercek altında inceler. Henüz televizyonun etkileri ve sonuçları tartışılırken bu sefer daha da güçlü bir medyum çıka gelmiş ki adına Bilgisayar denmiştir. Bilgisayar tek başına birkaç basit işlemi yapmanın ötesinde kablolarla birbirine bağlanan ağ sistemi sayesinde bütün dünyayı kısa zamanda sarmıştır. Kitlelere yayılan internet bağlantılı bilgisayar iletişim kanalları adına bilinen bütün özellikleri kendi bünyesinde toplamıştır. Sözlü, yazılı ve görüntülü iletişim. Üstelik bütün bunları zaman ve mekân gözetmeksizin yapabilmektedir.

Yaşanan bu değişim ve gelişmeler hayatın her alanına etki etmiştir. Doğal olarak her gün tükettiğimiz habere ulaşım kanallarımız nasıl değiştiyse haber üreticileri de aynı oranda bu dönüşüme ayak uydurmuşlardır. Değişime direnen, dönüşümü yapamayan

medya kuruluşları ise tarihteki yerlerini almışlardır. Bu çalışmanın sonucunda çok net söylene bilir ki teknolojik gelişmeler, yenilikler ve yaşanan dönüşümler hem haberi hem de haber üretim sürecinde görev alan çalışanların çoğunu olumlu etkilemiştir. Olumsuz etkilenen bazı çalışanlar ise sistem içerisinde farklı mesleklere yönelmişlerdir.

Öncelikle iletişim teknolojisini ilgilendiren her yeni buluş, habere ulaşmayı, bilgiyi daha kolay elde etmeyi sağlamıştır. Bununla birlikte haberin dolaşımı da hem hız bakımından hem de ulaşılabilirliği açısından teknolojinin bütün nimetlerinden faydalandığı gözlemlenmektedir. Diğer taraftan haber üreticileri, gazeteciler ise bu gelişmelere ve dönüşüme uyum sağlamışlar hatta iletişim teknolojilerinin yayılmasında toplum önderleri olduğu söylenebilir. Aynı zamanda gazetecilerin de çalışma koşulları ve haber üretme süreçleri bir öncesine göre hep daha iyi olmuştur. İletişim teknolojilerinin tarihsel dönüşümü düşünüldüğün de taş tablet haberciliğinden tablet bilgisayar gazeteciliğine inanılması güç bir süreç yaşanmıştır. Şimdinin kıdemli matbaacılarının kurşun levhaların ağırlığından ve çalışma koşullarının zorluklarından bahsettiklerini duyarsınız her zaman ama onlardan önce de kurşun dökme harflerin tek tek dizildiği zahmetli bir meslekti matbaacılık. Daha da önce taş tabletlere çivi yazısı işleyen yazı işleri çalışanın ofisi muhtemelen bir taş ocağıydı. Bir başka örnek de haberlerin ulaştırılması veya dağıtımını aktaralım; 40 kilometre haber için koşan haberciler veya kamyonlarla gazeteleri dünyanın ücra köşelerine taşıyan şoförlerin çalışma koşullarını hatırlatalım. Sonra bir parmak hareketiyle, bir tuşa basma işlevini yerine getirmekle, aynı anda dünyanın öbür ucuna haberin, bilginin nasıl kolay yollandığını ve bu hızlı iletişimin artılarının, eleştirilebilir yanlarından çok daha fazla olduğu inkar edilemez bir gerçektir.

Diğer taraftan toplumdan bazı kesimler veya kişiler, teknolojik yeniliklere ve getirdiklerine bakmak yerine daha çok götürdükleriyle ilgilenmektedirler. Özellikle bilgisayarın her iş koluna girmesi ve işleyişi ele geçirmesi istihdam sorununu gündeme getirmektedir ki çözülmesi gereken gerçek bir problemdir. Ancak unutulmaması gerekir ki matbaa da kendinden önce ki el yazıcılarını kenara itmiştir. Bu problem iyi bir yapılanmayla çözülebilir. Diğer taraftan en büyük eleştiri haberin kendisine

gelmektedir. Haberin hızla yayılması beraberinde hataları da getirmektedir. Haklılık payı oldukça yüksek olmakla beraber hızlı haber verirken yapılan hatalar, yine aynı hızla düzeltilebilmektedir. Düzeltme için ertesi gün beklenmemektedir. Bir başka eleştiri ise dezenformasyon daha açıkça yanlış bilgilendirmedir ki kontrolsüz bir şekilde yayılan internet, gazeteciliğin doğduğu yıllarla benzerlik sergilemektedir. Basılı gazetenin de ilk yılları herkes gazete çıkartabilmekte, her aklına geleni yazabilmektedir. Basını düzenleyen kanun onun ardından gelmiştir. İnternet de benzer hataları sergilemiş ve kanuni düzenlemelerde onu arkadan izlemektedir.

Teknolojik gelişmelere ve onun getirdiği olumlu katkılara rağmen, her yenilikte olduğu gibi toplum ve toplumun önde gelenleri, yeni olan her şeye genelde temkinli yaklaşmışlardır. Bu tutumlarının hem ekonomik hem de sosyal boyutları ve nedenleri olabileceği gibi asıl nedenlerden biri de geleceğin dünyasını görememek olabilmektedir. Tarih bunun örnekleriyle doludur. Hatta bazı toplumlar, yenilikleri tamamen dışlayarak çağının gerisinde bırakmıştır kendilerini. Buna en somut örnek Osmanlı'nın matbaayı onlarca yıl sonra kabullenmesi gösterilebilir. Geleneksel gazetecilik olarak adlandırdığımız basılı gazete kuruluşları ve gazete çalışanları da önce radyoya ardından televizyon ve internete mesafeli yaklaşmışlardır. Hatta gazete, yeni kitle iletişim araçlarını kendine bir tehdit olarak algılamış ve yeni dünya düzeninde var olma savaşı içine girmiştir. Ancak tarih göstermiştir ki ne gazetecilik ne de habercilik yok olmuştur. Bununla beraber yeni buluşlar ve icatlarda iletişim teknolojilerini dönüşüme zorlamaya devam etmektedir. Haber ve gazetecilik, kendinden sonra gelen diğer kitle iletişim araçlarıyla çoğu zaman ortak bir payda da buluşmuşlardır. Geleneksel bir geçmişe ve güce sahip olan gazete ve gazete sahipleri yeni iletişim kanallarını bünyelerine katmışlar, varlıklarını yeni iletişim kanallarından da devam ettirmişlerdir. Tek bir medya çatısı altında birçok iletişim kanalı faaliyet göstermektedir. Örnek olarak Hürriyet Gazetesi, Radyo D, Kanal D Televizyonu ve Hürriyet.com.tr gibi iletişim kanalları gösterilebilir. İnternet karşısında da bocalayan basılı gazete kuruluşları ilk başlarda tiraj kayıplarını gidermek için çeşitli yollar denemişlerdir. İnternetin ilk yılları bu kadar çok kullanıcısı olmamasına rağmen gazetelerin tiraj ve reklam gelirlerinde gözle görülür bir azalma olmuştur. Ancak kısa zamanda kendine internet dünyasında yer bulan gazeteler, kaybettiklerinden fazlasını bu yeni ortamda kazanmaya

başlamışlardır. Tirajın yerini kısa zamanda yeni terimler ve yeni ölçüm, değerlendirme kriterleri almıştır. Tıklanma sayısı, tekil ziyaretçi, on-line süresi gibi değerlendirme kriterleri reklam verenlerin dikkatini çekmiştir. Bu noktadan itibaren internet gazeteciliği, geleneksel medyanın karşısında sürekli artan bir değer kazanmaya başlamıştır.

İnternet gazeteciliğinin artan önemi ve yükselişi, gazetecileri ve gazete kuruluşlarını da bu yöne sevk etmiş bu doğrultuda yeni bir yapılanmaya gidilmiştir. Bu bağlamda haber üreticileri de yenilikleri yakından takip etmekte ve dönüşüme katkı sağlamaktadırlar. Artık her haber anlık olarak değerlendirilmekte ve internet haber sitesine sevk edilmektedir. Sahada olayı takip eden gazeteci, yazdığı haberi işleyen ve aktaran iletişim teknolojileri sayesinde tanıklığını anında bütün dünyaya duyurabilmektedir. Gazetecilerin çalışma koşulları genel anlamda iyileşmiştir. Pek tabii ki gazetecinin çalışma sahası halen aynı zorlukları ve şartları korumaktadır. Ancak habere ulaşması ve aktarması artık bilgisayarlar aracılığıyla çok daha kolaydır. Aynı şekilde bir fotoğrafı çekmek ve haber merkezine yollamak da artık saniyelerle ölçülmektedir.

Yapmış olduğumuz ölçümlerde bize göstermiştir ki haber üreten genç nesil gazeteciler kadar orta yaş ve üstü gazetecilerde yeni teknolojilere hakimdir. Bugün haber merkezinde çalışan bir gazeteci, haber üretim sürecinde, bilgisayar, tablet bilgisayar ve akıllı cep telefonlarını, internet üzerinden aktif bir şekilde kullanmaktadır. Dünya genelinde ve özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan bu değişimlerin ve dönüşümlerin bir sonu olacak mıdır? Tarih göstermiştir ki hiçbir zaman değişim ve dönüşüm son bulmamaktadır. Ama kimi zaman bu süreler çok uzun yıllar almıştır. Bununla birlikte teknolojiler arasındaki geçiş süresi günümüze yaklaştıkça kısalmıştır. Yenilikler ve dönüşüm olması gerektiği gibi yaşanacaktır bazen çok yavaş bazen de çok hızlı.

McLuhan'ın dediği gibi zaten haber bir Şekilde vardır. Önemli olan haberin hangi iletişim kanalıyla iletildiğidir. Pek tabii ki haberin içeriği önem arz etmektedir ancak aynı haber içeriğini taşıyan güvercinlerin ilettiği haber mi? Twitter'dan iletilen haber mi daha etkilidir? Posta güvercininin bacağına yazacağınız haber metni ile twitter'da yazacağınız haber metni boyut açısından birbirlerine yakındır. Ortalama 140 karakter civarındır. Peki, hangisiyle daha çok kişiye ulaŐabilirsiniz? Ya da hangisi daha hızlıdır? Hangisi daha hızlı geri dönebilir? Bu soruları daha da çoğaltabiliriz ama cevap hep aynı olacaktır. Yeni nesil gazetecilerde artık twitter'ın kuŐundan gelen haberleri takip etmektedir. Onlarında haber kaynaklarına ulaşma ve haberlerini iletme, yayma kanalları çağımızın gereklilikleri çerçevesinde olmaktadır.

KAYNAKÇA

Kitap

Akıncı Vural, Z. Beril (Ed.), **Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları**, Ankara: Nobel Yayınevi, 2006.

Alemdar, Korkmaz ve İrfan Erdoğan, **İletişim ve Toplum**, Ankara: Bilgi Yayınları, 1990.

Altay, Derya. “Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan”, **Kadife Karanlık**, Nurdoğan Rigel ve Diğerleri (hızl.), İstanbul: Su Yayınevi, 2005.

Arsan, Esra. “Haber ve Habercilik”, **Habercinin El Kitabı – 4 Gazetecilik ve Habercilik**, Sevda Alankuş (drl.) İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005. S.137

Aslan, Kemal. **Haberin Yol Haritası**, 1. Baskı, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2002.

Atabek, Ümit. **İletişim ve Teknoloji**, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2001.

Atabek, Ümit “İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar”, **Habercinin El Kitabı – 3 Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, Sevda Alankuş (drl.). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005. s.62.

Atalay, Ayşe. **Spor Gazeteciliği**, 1. Baskı, İstanbul: Filiz Kitabevi, 1998

Avcı, Nabi. **Enformatik Cehalet**, Ankara: Rehber Yayınları, 1990.

Binatlı, Cüneyt. “Yeni Teknolojiler ve Kitabın Geleceği Üzerine Birkaç Söz”, Zeliha Hepkon (Ed.), **İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar**, içinde İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 2011, ss.13-20.

Bülbül, Rıdvan. **Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar**, 1. Baskı, Ankara: Nobel Yayınları, 2001.

Cavalier, Jean – Jacques. **Medya ve İletişim Teknolojileri**, Mete amdereli (ev.), İstanbul: Salyangoz Yayınları, 2004.

Charon, Jean Marie. **Medya Dünyası**, Oya Tatlıpınar (ev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1992.

Cowen, Ruth Schwartz “Elektroniğin Toplumsal Gelişimi”, **İletişim Tarihi**, David Crowley ve Paul Heyer (drl.), Berkay Ersöz (ev.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 201, ss.186-198

Crowley David ve Heyer, Paul. **İletişim Tarihi**, Berkay Ersöz (ev.), Ankara: Phoenix Yayınevi, 2010

Czitrom, Daniel “İlk Hareketli Resimler”, **İletişim Tarihi**, David Crowley ve Paul Heyer (drl.), Berkay Ersöz (ev.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, ss. 261-272

Dağlı, Nevzad. **Gazete Yayınlama Teknikleri**, Ankara: İmaj Yayıncılık, 1995.

Demirkent, Nezh. **Sayfa Sayfa Gazetecilik**, 2. Baskı, İstanbul: Dünya Kitapları, 2003.

Demirkent, Nezh. **Sayfa Sayfa Gazetecilik**, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1982.

Dickson, David. **Alternatif Teknoloji**, Nezh Erdoğan (ev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1992.

Dikmen, Gözde ymen “Tüketen üreticiden üreten Tüketiciye Dnşimde Sosyal Medyanın Rolü”, Zeliha Hepkon (Ed.), **İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar** içinde, İstanbul: Kırımızı Kedi Yayınevi, 2011, ss.156-175.

Eldeniz, Levent “Siyasal İletişimin Yeni Açılımı: Semantik Web ya da WEB 3.0”, **Seçenlere ve Seçilenlere Politik Dünya**, Ece İnan (drl.), İstanbul: Referans Akademik Kitaplar, 2010, ss.199-207.

Eldeniz, Levent “İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0”, **İkinci Medya Çağında İnternet**, Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz (drl.), İstanbul: Alfa Yayınları, 2010, ss.18.35.

Ertuğ, Hasan Refik. **Basın ve Yayın Hareketleri Tarihi**, I. Cilt, İstanbul: Yenilik Basımevi, 1970.

Gaillard, Philippe. **Gazetecilik**, M. Selami Şakiroğlu (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1994.

Gezgin, Suat. **Basın Sözlüğü**, 1. Baskı, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1998.

George, Darren ve Paul Mallery, **SPSS for Windows Step by Step; A Simple Guide and Reference** 14.0 Update, Boston: Pearson Education, 2008

Girgin, Atilla. **Türk Basın Tarihi’nde Yerel Gazetecilik**, İstanbul: İnkılâp Kitapevi, 2001.

Girgin, Atilla. **Haber Yazma Teknikleri**, 1. Baskı, İstanbul: İnkılâp Kitapevi, 1998.

Girgin, Atilla. **Haber Yazmak**, İstanbul: Der Yayınları, 2002.

Girgin, Atilla. **Uluslararası İletişim Haber Ajansları ve AA**, İstanbul: Der Yayınları, 2002.

Girgin, Atilla. **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği**, İstanbul: İnkılâp Kitapevi, 2000.

Gündoğmuş, Orhan Cemil, Perrin Ögün Emre, Şengül Özerkan, Volkan Ekin, Bülent Kabaş ve Ece Baykal, “Hürriyet Gazetesi”, Şengül Özerkan (Ed.), **Haber**

Analizi ve Arşiv İncelemeleriyle Türkiye’de 9 Gazete içinde Ankara: Nobel Yayınevi, 2009, ss.53-90.

Hargreaves, Ian. **Gazetecilik**, Yeliz Özkan (çev.), Ankara: Dost Kitabevi, 2006.

Headrick, Daniel “Optik Telgraf”. **İletişim Tarihi**, David Crowley ve Paul Heyer (drl.), Berkay Ersöz (çev.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, ss.186-198.

Innis, Harold “Antik İmparatorluklarda İletişim Araçları”, **İletişim Tarihi**, David Crowley ve Paul Heyer (drl.), Berkay Ersöz (çev.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, ss. 48-57.

İçel, Kayıhan. **Kitle Haberleşme Hukuku, Basın Radyo-Televizyon-Sinema-İnternet**, 5.Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2001.

İçel, Kayıhan. **Kitle Haberleşme Hukuku**, 1. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 1990.

İlal, Ersan. **Yıgınsal İletim Araçları ve Toplum**, 3.Basım, İstanbul: Der Yayınları, 1997.

İnceoğlu, Yasemin Giritli. **Uluslararası Medya**, İstanbul: Beta Yayınevi, 2000.

İnuğur, M. Nuri. **Basın ve Yayın Tarihi**, 5. Basım, İstanbul: Der Yayınları, 1993.

İspirli, Muhammet. **Medya Gerçeği ve Haberciler**, 1. Baskı, Ankara: Akçağ Yayınları, 2000.

Jeanneney, Jean-Noel. **Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi**, 3. Basım, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2009.

Johnson Harold ve Thomson Course, **Mastering Digital Printing**, Second Edition, Boston: 2005.

Kara, Hakan “İnternet, Gazetecilik ve Yeni Olanaklar”, Serhan Yediğ ve Haşim Akman (hzl.) **İnternet Çağında Gazetecilik**, İstanbul: Metis Yayınları, 2002.

Karabulut, Nejla. **Yeni Medya Teknolojileri ve Halkla İlişkiler**, İstanbul: Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu Yayınları, 2009.

Keller, Ulrich “Fotoğraf Haberciliğinin İlk Zamanları”, **İletişim Tarihi**, David Crowley ve Paul Heyer (drl.), Berkay Ersöz (çev.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, ss.241-251.

Ketenci, Hasan Fehmi ve Can Bilgili. **Yongaların 10000 yıllık gizemli dansı Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, 1.Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtm A.Ş., 2006.

Koloğlu, Orhan. **Osmanlı’dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi**, İstanbul: Pozitif Yayınları, 2006.

Koloğlu, Orhan. **Osmanlı’dan Günümüze Türkiye’de Basın**, İstanbul: İletişim Yayınları, 1992.

Oral, Fuat Süreyya. **Türk Basın Tarihi – Osmanlı İmparatorluğu Dönemi**, İstanbul: Oral Yayınları, 1968.

Oskay, Ünsal. **Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon**, Ankara: A.Ü. BYYO Yayını, 1978.

Otmanbölük, Günvar. **Babıali’nin Yarım Asırlıkları**, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1986, s.64.

Özçağlayan, Mehmet. **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, Bursa: Alfa Yayıncılık, 1998.

Özgentürk, Nebil. **Cumhuriyetten Günümüze Basının Kısa Tarihi**, İstanbul: Alfa Basın Yayın, 2008, s. 20.

Özkök, Ertuğrul. **Basının Değişen Görünümünde Dünya ve Siyasal Gruplarla İlişkiler, Özgür Bir Toplumda Basının Görevi**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, 1986.

Pallant, Julie. **SPSS Survival Manual**, Fourth Edition, McGraw-Hill Education, 2010.

Pfaff, William. **Basının Değişen Görünümünde Dünya ve Siyasal Gruplarla İlişkiler, Özgür Bir Toplumda Basının Görevi**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, 1986.

Postman, Neil ve Powers, Steve. **Televizyon Haberlerini İzlemek**, Aslı Tunç (çev.), İstanbul: Kavram Yayınları, 1996.

Reinecke, Ian. **Elektronığın Büyüsü**, Fatih Elmalı (çev.), İstanbul: İnsan Yayınları, 1992.

Rigel, Nurdoğan. **İleti Tasarımında Haber**, 1. Baskı, İstanbul: Der Yayınevi, 2000.

Rigel, Nurdoğan. **Kağıt Kaplanlar**, İstanbul: Der Yayınları, 1993.

Tılıç, L. Doğan. **Utanyorum Ama Gazeteciyim Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik**, İstanbul: İletişim Yayınları, 1998.

Timisi, Nilüfer. **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Ankara: Dost Yayınevi, 2003.

Tokgöz, Oya. **Temel Gazetecilik**, 6. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, 2006.

Topuz, Hıfzı. **II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi**, 1. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi, 2003.

Uyguç, Ünal ve Ali Genç, **Radio Televizyon Haberciliği**, 2. Baskı, İstanbul: Avcıol Basım Yayın, 1998.

Üreğir, Orhan R. **Gazete ve Gazeteci “Gazete Okuyucusunun Kitabı”**,
Ankara: Mars Matbaası, 1969.

Yedig, Serhan ve Akman, Haşim. **İnternet Çağında Gazetecilik**, 1. Baskı,
İstanbul: Metis Yayınları, 2001.

Yengin, Hülya. **Ekranın Büyüsü, Batıda Değişen Televizyon Yayınlarının
Boyutları ve Türkiye’de Özel Televizyonlar**, İstanbul: Der Yayınları, 1994.

Gazete, Dergi Makalesi

Adil, İdris. “Haberde Dışa Bağımlılık”, **Gazeteciler Cemiyeti Yayınları**, No:
30, 1991, s.24.

Akıncı Vural, Z. Beril ve Mikail Bat, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal
Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, **Journal of
Yaşar Universty**. 2010, No:20/5, ss.3348-3382.

Ataman, Necla. “Gazetecilik ve İnternet”, **Marmara Üniversitesi Sosyal
Bilimler Dergisi**, Sayı 24, 2005, s.301.

Aytekin, Çiğdem ve Cem Sefa Sütçü. “Yeni Medya ve Ağ Nesli: Türkiye
Örneği”, **Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Sayı 3, 2012, s.2.

Babacan, Mehmet. Emin - İrfan Haşlak ve İsmail Hira, “Sosyal Medya ve Arap
Baharı”, **Sakarya Üniversitesi Akademik İncelemeler Dergisi**, Sayı 2, 2011, s.68.

Baskı ve Kağıt Dünyası, “Piyasadaki En Küçük Filekso Baskı Makinesi”,
No:5, 1999, s.25.

Bilgisayar Magazin, “Masaüstü Yayıncılıkta Baskı Öncesi Çalışmalar”,
Sayı:10, 1991,s.94.

Bizim Gazete, İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Sayı:21, 1992.

Bozkurt, Aslıhan “Sosyal Medyanın ‘Gezi’deki Rolü”, **Bilişim Dergisi**, Sayı:156, 2013, s.51.

Can, Aytekin “Uydu Yayıncılığı ve Kablolulu Televizyon”, **Marmara İletişim Dergisi**, Sayı.6, 1994, ss.154-155.

Cengiz, Candan “Dijital Baskı Teknolojileri ve Mürekkepler 2”, **Print Market Dergisi**, Sayı:1, 2009, s.58-59.

Çakır, Hamza. “Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği”, **Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 22, Ocak 2007, s.25.

Çalışır, Gülsüm. “Küreselleşme Sürecinde Haber Kavramında Gerçekleşen Bir Dönüşüm: Küresel Haber Kavramı”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Sayı 4, 2012, ss.114-118.

Çubukçu, Mete. **Zorluklara Göğüs Geren Bir Yayın Aracı ve Dördüncü Kuvvet, Gazete Nedir? Ne Değildir? Ve Basın Özgürlüğü**, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No:26. ss.13-14.

Demirer, Umut. “Dijital Fotoğraf Baskı Tekniği”, **Photo Digital**, Sayı:1, 1999, s.35.

Göker, Aykut “Politik Bilim”, **Cumhuriyet Gazetesi Bilim-Teknoloji Dergisi**, sayı 1257, 2011, s.6.

Güzel, Mehmet “Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü”, **Küresel İletişim Dergisi**, Sayı:1, Bahar 2006. Ss.2-4.

Hançerlioğlu, Orhan. “Düşünce Tarihi”, Büyük Fikir Kitapları Dizisi, No:8, 1977. s. 19

Kaplan, Tuğba “iPad devrimi, yazılı medyayı bitirmeyecek”, **Zaman Gazetesi**, 25 Haziran 2011, s.5.

Karaçor, Süleyman. “Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi”, **Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Sayı:16, 2009, s.122.

Köroğlu, Osman. “Gazetecilik Hangi Derde Devadır?”, **Zaman Gazetesi**, 5 Ağustos 2005, s.6.

Livaneli, Zülfü. “Tel Dolabı”, **Sabah Gazetesi**, 12 Ekim 1993, s.5.

Maigret, Eric “McLuhan ve Teknolojik Gerekecilik”, Aslı Yapar Gönenç (çev.), **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 23, İstanbul, 2005, s.26.

Özerkan, Şengül. “Bilgisayar ve İletişim”, **Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, No:3, 1993, s.151.

Schlapp, Hermann. **Gazeteciliğe Giriş**, Işık Aygün (çev.), İstanbul: İst. Üniv. İletişim Fakültesi Yayınları No:15, 2002. s.17.

Schneider Wolf ve Paul-Josef Raue, **Gazetecinin El Kitabı**, Işık Aygün (çev.), İstanbul: İst. Üniv. İletişim Fakültesi Yayınları No:16, 2002. ss. 134-135.

Sütçü, Cem, Erhan Akyazı ve Necmi Emel Dilmen, “**Teknolojik Değişim ve Dönüşümlerin Gazetecilik Üzerindeki Etkilerinin Tarihsel Süreçte Değerlendirilmesi**”, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul, 2009.

Şeker, Tülay Bektaş “Bilgi Teknolojilerinden Gelişmeler Çerçevesinde Bilgiye Erişimin Yeni Boyutları”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.13, 2005, ss.379-380.

Bilişim Dergisi, Türkiye Bilişim Derneği, Sayı 156, 2013, s.73.

Tekiz, Cengiz. “İnsan İletişiminin Boyutları”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Araştırma ve Bilimsel Yayınlar Dizisi**, No:3, 1988, ss.29-30.

Vasken Değirmentaş, “Zoom’ dan Dijital Ortama Yenilikler: Dicomed...”, **Fotoğraf Dergisi**, Sayı 13, 1997, s.88

İnternet

Aktaş, Celalettin. “İnternet’in Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler”, **Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, Temmuz 2007, <http://www.selcuk.edu.tr/dosyalar/files/009/dergi/6/temmuz2007.pdf>, (25 Mart 2011).

Aydemir, Melike - Sevda Küçük ve Selçuk Karaman, “Uzaktan Eğitimde Tablet Bilgisayar Kullanımına Yönelik Öğrenci Görüşlerinin İncelenmesi”, **Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi**, 2012, Cilt 1, No:4, <http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/18a.aydemir.pdf> , (9 Mart 2013).

Bardoel, Jo. “The Internet, Journalism and Public Communication Policies”, *International Communication Gazette*, 2002 64: 501, <http://gaz.sagepub.com/content/64/5/501> , (11 Aralık 2010).

Baskı Nedir?, <http://ambalajvekagit.blogspot.com/2010/06/flekso-baski-nedir-nasil-yapilir.html> , (5 Mart 2013).

Baskı Teknikleri, www.grafikerler.org/teknik-bilgiler/4644-baski-nedir-baski-teknikleri.html , (5 Mart 2013).

Bilgisayarın İcadı, <http://www.bilgisayarinicadi.com> , Erişim: (8 Ocak 2013).

Geçmişten Günümüze Bilgisayar Tarihi, Bilgisayarların Tarihteki Gelişim Aşamaları, <http://www.bilgizenginleri.com/bilim-ve-teknoloji/10539-bilgisayar-in-tarihcesi.html> , (9 Ocak 2013).

Biter, Kaan “Tablet Devrimi Gazeteleri Bitirecek mi?”, *On5Yirmi5 Haber Sitesi*, 25 Haziran 2011, <http://oku.on5yirmi5.com/haber/guncel/medya/47675/tablet-devrimi-gazeteleri-bitircek-mi.html> , (2 Mayıs 2013).

Bunları biliyor musunuz?, http://www.computerworld.com.tr/bunlari-biliyor-musunuz-blog_2068.html , (17 Şubat 2012).

Çekirge, Fatih “Kadın teşhirinin rekabetini reddediyoruz”, *Hürriyet Gazetesi*, 22 Haziran 2007, <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/6753140.asp?gid=180> , (7 Ocak 2013).

Dijital baskı nedir? www.dijitalbaski.gen.tr , (12 Ocak 2009).

Dijital baskı terimleri,

www.universiteliler.com.tr/index_dosyalar/matbaaterimlerisozlugu13.html , (26 Şubat 2009).

Dijital Baskı, <http://digitalassociation.org> , (15 Nisan 2011).

Dijital Baskı, www.dijitalbaski.gen.tr , (21 Nisan 2011).

Eryazar, Kamil “Tablet Medya ve Dijital Gazetecilik”, *Farklı Bir Bakış*, 26 Mart 2013, <http://www.farklibirbakis.com/tablet-medya-ve-dijital-gazetecilik/> , (3 Nisan 2013).

Facebook, <https://www.facebook.com/hurriyet> , (8 Mart 2013).

Facebook, <https://www.facebook.com/hurriyet> , (8 Mart 2013).

Friendfeed, <http://friendfeed.com/hurriyet> , (8 Mart 2013).

Geçmişten Günümüze Bilgisayar Tarihi, Bilgisayarların Tarihteki Gelişim Aşamaları, <http://www.bilgizenginleri.com/bilim-ve-teknoloji/10539-bilgisayarin-tarihcesi.html> , (9 Ocak 2013).

Gönenç, Aslı Yapar. “İletişim Teknolojilerinin Medya Üzerindeki Etkileri”, 2004, Anadolu Üniversitesi, <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130847878.pdf> , (4 Şubat 2013).

Güler, Mehmet. “Haber ve Habercilik Anlayışı”, **5. Yerel Medya Eğitim Semineri**, Erzincan: 12-13 Ekim 2000, www.byegm.gov.tr , (11 Aralık 2011).

Teknolojik değişim ve dönüşümlerin gazetecilik üzerindeki etkilerinin tarihsel süreçte değerlendirilmesi,(t.y.) <http://www.sertacogut.com/blog/wp-content/uploads/2009/03/teknolojik-degisim-ve-donusumlerin-gazetecilik-uzerindeki-etkilerinin-tarihsel-surecte-degerlendirilmesi.pdf> , (19 Nisan 2013).

Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyetkurumsal.com/tr/tarihce.asp> , (24Ekim 2012).

Hürriyet Gazetesi,
<http://haberyorumlari.hurriyet.com.tr/Default.aspx?HaberID=24466711> , (6 Ağustos 2013).

Hürriyet Gazetesi,
<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=19723776> , (20 Ekim 2012).

Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/24406363.asp> , (29 Temmuz 2013).

Hürriyet Gazetesi,
<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/gosterprintnews.aspxDocID=18540156> , (20 Ekim 2011).

Hürriyet Gazetesi, <http://www.gazete-mansetleri.orggazete-tirajlari.html> , (22 Ocak 2013).

Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyet.com.trekonomi7155420.asp> , (12 Aralık 2012).

Kanal7 Haber Sitesi, <http://www.haber7.comgundemhaber937930-gazete-tirajlari-deklarasyona-ragmen-dustu> , (29 Ocak 2013).

Korkmaz, Ali “Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü”, International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges (ISLC), <http://www.inlcs.org/online/Book14.pdf> , 2012, (13 Mayıs 2013).

Lee, J. Cronbach. "Coefficient alpha and the internal structure of tests", *Psychometrika*, 1951, Vol. 16, No.3,

http://psych.colorado.edu/~carey/courses/psyc5112/readings/alpha_cronbach.pdf, (12 Ağustos 2013)

Madran, R Orçun. “Bilgisayar Teknolojilerine Giriş Bilgisayarın Tarihçesi”, (t.y.) Başkent Üniversitesi,
http://moodle.midas.baskent.edu.tr/file.php/3/ek_kaynaklar/bilgisayarin_tarihcesi.pdf ,
(8 Ocak 2013)

Schultz, Tanjev. **Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers**, (1 September 1999),
<http://jcmc.indiana.edu/vol5/issuel/schultz.html> , (18 Ekim 2010).

Telefoto'nun İcadı: Edouard Belin,
http://en.wikipedia.org/wiki/%C3%89douard_Belin , (22 Temmuz 2013).

Tiryaki, Aydın. *Gazetelerin internette tıklanma yarışı*,
<http://blog.milliyet.com.tr/gazetelerin-internette-tiklanma-yarisi--alexa-com-siralari-BlogBlogNo=78072> , (29 Ocak 2013).

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, www.tgc.org.tr/bildirge ,
(27 Haziran 2009).

Türkiye İstatistik Kurumu, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2012, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=10880> , (25 Ekim 2012).

Twitter, <https://twitter.com/Hurriyet/following> , (8 Mart 2013).

http://journal.yasar.edu.tr/wpcontent/uploads/2012/08/3_BVural_MBat.pdf ,
(14 Mart 2013).

Yayın Dağıtımın Tarihçesi, (t.y.)
<http://www.yaysat.com.tr/kurumsal/tarihce.html> , (3 Mart 2013).

Yazıcı Türleri, (t.y.) <http://www.masterhack.com/yazicinin-turleri-t180611.html> , (15 Nisan 2011).

Yazıcı Türleri, (t.y.) <http://www.masterhack.com/yazicinin-turleri-t180611.html> , (18 Nisan 2011).

Yazıcı Türleri, (t.y.) www.bakimi.com/bakimlar/yazici-nedir-yazici-turleri-ve-ayarlari.html , (15 Nisan 2011).

Yazıcılar, (t.y.) [http://tr.wikipedia.org/wiki/Yazıcı_\(bilgisayar\)#Karakter_yazıcılar](http://tr.wikipedia.org/wiki/Yazıcı_(bilgisayar)#Karakter_yazıcılar) , (16 Nisan 2011).

Yazıcılar, (t.y.) <http://www.ppt2txt.com/r/c627c78e/> , (21 Nisan 2011).

Yazıcılar, (t.y.) tr.wikipedia.com , (15 Nisan 2011).

Görüşme

Erginsoy, Kemal -Sabah gazetesi Matbaalar Müdürü- “Türkiye’de Dergiciliğin Bugünkü Durumu” konulu görüşme, İstanbul, 10 Eylül 2012.

Ertem, Levent -Hürriyet Gazetesi Tablet Editörü- “Tablet Gazeteciliği” konulu görüşme, İstanbul: 11 Mart 2013.

Mumay, Bülent - Hürriyet Gazetesi Web Koordinatörü- “Hürriyet Gazetesinde Web, Sosyal Medya ve İçerik Yönetimi” konulu görüşme, İstanbul: 11 Mart 2013.

Yeşil, M. Niyazi. -Milliyet Gazetesi Dergi Grubu Müdürü- “Baskı Teknolojisinde ki Gelişmeler” konulu görüşme, İstanbul: 14 Nisan 2013.

Ders Notları

Çağlak, Engin “Temel Fotoğrafçılık Ders Notları”, (İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi), 2011.

Binatlı, Cüneyt. “Medya Tarihi Ders Notları”, (İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi), 2011.

Yeşil, M. Niyazi. “Baskı Sistemleri ve Temel Kavramları Ders Notları”, İstanbul: Mısırlı Matbaacılık, 1996.

Yayınlanmamış Tezler

Aji, Murat. “Basın Teknolojisindeki Yeniliklerin Basın Hayatına Etkisi”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1986.

Duran, Oktay. “Basım Sanayimiz ve Kâğıt-Kartonun Ülkemizdeki Durumu”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1989.

Eldeniz, Levent "İletişim Teknolojilerinin Gelişim Sürecinde Bilişimin Gazetecilikteki Yeri", **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996.

Kırlı, Serkan “Davranış Bilimlerinde Yöntem ve Yaklaşımlar”, **Yüksek Lisans Tezi**. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001.

Belgesel Film

Alemdar, Korkmaz (Yapımcı). *Rüzgârlı Sokak, Cumhuriyetin Basın Tarihi* [Belgesel Film], (Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Ankara), 2007.

EKLER

EK-1

MÜLAKATLAR;

Anıl Demir, Web editörü, 6 senedir gündem sayfasını yönetiyor... (ses17)

Kaç haber yayınlanıyor hürriyet webde?

- Ortalama 200 – 300 haber sadece anasayfada yayınlanıyordur. Tamamını sayarsak, Gündem, Kültür-Sanat, Ekonomi sayfaları var. Diğer taraftan linkler ve web tv var. Bu sayfaların tamamını saymamız veya bir sayı söylememiz zor. Burada öyle kaç haber girdi-çıktı gibi istatistiki bir bilgi yok. Ancak tek tek saymak lazım ama o da anlık bir bilgi olur genelleme yapamayız. Günün yoğunluğuna göre haber sayısı değişiyor. Maç günü daha çok haber girer veya önemli hadiselerin olduğu günler daha fazla haber girer. Yine bin haber olmasa da hatırı sayılır bir haber sayısına ulaşıyoruzdur. 500 haberin üzerindedir. Ama bu haberlerin tamamı ana sayfada olmayabilir. Alt başlıklarda da olabilir. Eklerinde ana sayfaları oluyor. Haber sürekli oluyor her bölümde.

- Fotoğraf sayısı hiç bilinmez. Ajanslardan kullanıyoruz, İnstigram uygulamasından fotoğraflar alıyor, magazin servisindeki arkadaşlar. Ajanslardan gelen fotoğrafları hemen yeri geliyor 10, 20 veya 50 fotoğraf kullanabiliyoruz. Örneğin Genel Kurmay Başkanlığı sitesinden 100 kare fotoğraf kullandık. Sosyal medyadan da, tweeter'dan, instigram'dan fotoğraflar çekiliyor. Günden güne bu sayıda değişir.

Kaç kere güncelleniyor sayfa?

- Sürekli güncelleniyor. Öyle belli bir frekans aralığı yok. Ama refresh olarak soruyorsanız 5 dakika da bir sınırim. Ama yeni haber geldikçe hemen sayfaya alınır.

(Ses 18)

Sosyal medyada ki sayfalarınız ne kadar zamanda güncelleniyor?

- Bütün haberlerimizi sistem otomatik olarak sosyal paylaşım sistemine atıyor.

Peki kaç tane facebook veya tweet kullanıcıını takip ediyorsunuz?

- Bizim birim olarak takip ettiğimiz bir sosyal paylaşım sayfası yok. Ancak, muhabir ve editör arkadaşlarımızın kişisel olarak takip ettikleri çok fazla sosyal paylaşım sayfası olduğunu biliyorum. Doğal olarak gördükleri bir şeylerin haber olarak değerleri varsa takibe alıyoruz.

Yorum dönüşleriyle ilgili bir sayı var mıdır?

- Yani yorum yazmada bir sınır yok. Bizim iki tane burada çalışan 6-7 tane de evde çalışan engelli yorum editörlerimiz var. Bunlar gün içinde gelen yorumları okuyorlar. Eğer, bir suç unsuru teşkil etmiyorsa, hakaret ve benzeri içerikler yoksa yayına alıyorlar. Yayına alınan yorumlarda günlük 5000 ile 7000 arasında değişiyor. Ama gelenler daha fazla tabii elenenler var. Bazen bu sayının üstüne de çıkabiliyor. Mesela ünlü birisi öldüğü zaman da taziye defteri açılıyor ki bu da yorum sayılıyor. Müslüm Gürses öldüğü zaman sadece ona gelen taziye mesajı 4000 adetti. Böyle olunca yorum sayısı 10 bini rahatlıkla buluyor.

Tablet ve akıllı telefonlar için nasıl çalışıyorsunuz?

- Tablet ve akıllı telefonlar için uygula için gazetenin internet sayfasından gidiyor. Son olarak yeni bir uygulama başlatıldı. "Manşet" diye. Onlar otomatik olarak yapılıyor. Yani bizim bu sayfanın aynısı orada da görülüyor. Android uygulaması farklı tabii yazılım servisimiz onunla ilgileniyor. Bizim yaptıklarımızı aynen aktarıyorlar ama

Tablet ayrı onun başında Emre İskeçeli var. O tamamen ayrı. Onların haber mantıkları tamamen ayrı, koydukları haberler aynı olabilir ama tablete daha uygun bir uygulama yapıyorlar. Bizim buradakiyle farklı bir yapıları var.

Vitrin nasıl çalışıyor diye anlatmıştınız. Yani okuma sayısına göre çekiyorsunuz manşete.

- Tabii ama her haberi birinci sıraya çekme durumu olmuyor. Mesela, Ferdi Tayfur'un magazin el bir haberini ön taraflara çekmiyoruz. Bu da editöryal bir tercih. Yani çok okunsa da arka taraflarda kalıyor. Daha çok gündelik, ekonomik, siyasal, toplumu ilgilendiren konuları ön tarafa çekmeyi tercih ediyoruz.

(Ses 19)

Birinci sayfayı yaptınız. Bu sayfanın hangi görünümü arşive kalıyor? Sürekli güncellendiği için, tarihe kalan hangi sayfası?

- Şöyle oluyor, göstereyim size. Mesela dünkü, sayfaya baktığımızda gece yarısı güncellenen yani saat 12'den önceki son sayfa bir sonra ki güne arşivlenerek kalıyor. Ama arada ki değişiklikler görülüyor. Ancak şöyle bir şey var. Gün içinde ki değişiklikleri görebileceğiniz 2 saat de bir kaydedilen sayfalar var. Mesela sabah 7'de ki sayfayı görebiliyoruz. Ancak, arşivde böyle bir şansınız yok. Web sayfasının ilk yıllarında sayfa sadece bir kere yapılıyordu. Sıcak haber girme şansı yoktu. Bu güncelleme son yıllara ait bir özellik.

Peki basılı gazetenin satışı, tirajı etkilenmesin diye gazetede ki haberi, webde yayınlamayalım kaygısı oldu mu acaba?

- İlk yıllarını bilemiyorum ama o yıllara baktığımız zaman o günkü gazetenin haberleri web sayfasında da görülüyor. Tek tek o kadar düşünmemişler sanırım. Yazarlar var onları görüyorsunuz. Sonra yavaş yavaş günlük sıcak haberler girmeye başlıyor. Bir süre sonra ara manşet geliyor. Sonra manşetler çoğalıyor. Sonra üstlere kutular geliyor. Bir evrim geçiriyor ve en son olarak da bugünkü haline geliyor. Bu dönüşüm devam ediyor. Hiç durmaz, önümüzde ki dönem de sayfa değişecektir. Belki farklı konseptler gelecektir. Dış haberler, ekonomi, magazin, sağlık, teknoloji,

kültür-sanat, web TV, spor, yazılım bölümü var Aydın Çetin yönetiminde onlar ilgileniyorlar.

(Ses 20)

- Eskiden her birim ayrı katlardaydı. Şimdi ise bütün gazete birimleri aynı katta aynı mekânda çalışıyoruz. Sürekli birbirimizle alış veriş içindeyiz. Onlardan gelen haberleri internette hemen biz kullanıyoruz, işte bizim hazırladığımız haberler için bazen deniyor ki şu anda kullanmayalım gazeteye saklayalım, ertesi gün gazetede yayına giriyor. İşte şurası istihbarat masası, yine oradan gelen haber gazeteye saklanmayacaksa biz hemen yayına giriyoruz. Sıcak bir olay oluyor mesela hemen oradaki arkadaş arıyor sahada ki arkadaş, “işte böyle bir olay oldu.” Telefonla fotoğrafları yolluyor hemen yayına giriyoruz. Diğer tarafta magazin var. Ekonomi var, şurası webTV. Burada toplu halde çalışma şeklinde günü geçiriyoruz. Eskiden istihbarattan bir arkadaş aramak için, önce santral arıyorduk oradan istihbarat masasına bağlanıyorduk. Oysa şimdi bir haber olunca göz göze geliyoruz veya kendileri bir el ediyor, şöyle bir haber var diyorlar. Hem daha pratik hale geldi hem de hızlandı süreç.

Bundan sonra süreç nasıl gider? Artık habercilik tablete ve akıllı telefona mı döner?

- Yok, kağıdın çok kısa vadede şey olacağını zannetmiyorum ben. Yok olup biteceğini zannetmiyorum. Zaten, reklam verenler açısından da mesela aynı reklamı değişik mecralara verdiğinde, kağıt daha cazip bir illizyon şu anda. Halen bu böyle ve fiyatlara da yansıyor, bildiğim kadarıyla. Bundan sonra daha yakın bir işbirliği gerçekleşir. Gazete devam eder. Bunun yanında akıllı telefon ve tablet pazarı büyüdükçe kullanıcılar da artar. Bizde burada daha yoğun bir şekilde çalışırız.

Peki web sayfası olarak ne kadar reklam alıyorsunuz?

- Bununla ilgili kesin bir sayı yok. Bunu reklam bölümüne sorabilirsiniz ama böyle bir şey paylaşırlar mı bilmiyorum. Ama bunun haricinde zaten sayfada reklam alaları gözüküyor. İşte bannerler, reklam kutuları bunların haricinde bölümler kendi alanlarından reklam alanı satabiliyorlar. Mesela ekonomi bölümüne girince

kocaman bir reklam açılmakta. Bazen hürriyet.com.tr'ye girince de reklam çıkabiliyor karşınıza. Yalnız manşetlerin olduğu yere reklam almıyoruz. Haber kutularının içinde bazen reklamlar alınıyor. Orada da ilandır diye yazılıyor. Yoksa ceza kesilebiliyor. Onun haricinde alt sayfalarda da reklam alanları bulunabiliyor. Giydirme dediğimiz reklamlar olursa başka reklam olmuyor.

(Ses 21)LEVENT ERTEM – Hürriyet tablet editörü...

Tablet gazeteciliği nasıl başladı?

- Ipad'le başladı. Masaüstü yayıncılıktan dijitale geçişle birlikte, cep telefonları bu tip bir gazetecilik için küçük kalmaya başladı. Mobil hayattan, hani internetten küçük bir haber almak veya iki cümlelik bir şey, bir yerde deprem, enflasyon açıklandı. Başbakan şunu dedi bunu dedikten sonra dergiciliğin dijital olarak hem zahmetli olması hem çeşitli Avusturya'da ki bir dergiden bile, bir fotoğrafçılık üzerine görselin ön plana çıkmasıyla birlikte, Ipad'e paralel yine son bir sene de çok hızlanmaya başladı. İşte Hürriyet'te bu alanda yerini almak için hamlesini yaptı. Şu anda tablette biz normal gazete baskısının yanı sıra, tablette yayıncılık ikiye ayrılır; 1. Normal PDF görüntüsü. Kağıda basılı gazeteyi oradan okumak için. Dergiler için de bu geçerli. Bu da bir ihtiyaç. Atıyorum Almanya'da yaşayan bir Türk bile Türkiye'de ne olup bittiğini bu PDF'lerle takip edebilir. İnternet sitelerine girdiğinizde çok karışık olabiliyor. Neyin ne olduğunu anlayamayabiliyorsunuz. Hangi haber manşet hangi haber ikinci manşet. Sporda ne var? Gazetenin bir bütünlüğü yok veya alışmışsınızdır. Dördüncü sayfada o yazar beşinci sayfada bu yazar. 2.Yeni kuşak tablet gazetesinde, bu Adobenin filan da geliştirmesiyle. Tablete özel şekil yapılmaya başlandı. Yani normal gazete baskısı değil. Fotoğrafi ön plana çıkaran, videodan diğer görsel şeylerden faydalanan ürünler çıkmaya başladı. İşte biz de şimdi ona şey yaptık. Normal şimdi Hürriyet, Hürriyet PDF ve Hürriyet internettin dışında bir de böyle tablet uygulamaya yapmaya başladık.

Hürriyet kaç yıldır tablette var?

- Valla Hürriyet, 1- 1,5 yıldır PDF olarak tablette var ama bu çok yeni bir uygulama. Bu yeni nesil uygulama Dünya'da Daily Gazetesiyle başladı. Apple ile Murdock ortaklığı ile başladı ama tutunamadı. Çok fazla iddialı ve kalabalık bir

kadroyla girdi. İlk uygulamayı o yaptı ondan sonra diğer gazeteler de geldi peşinden. PDF dışında konuşuyorum tabii. Dolayısıyla Hürriyet’de girdi ama halen dünyada kendini kanıtlamış bir şey değil. Belki ileride denilecek ki “Hatırlıyor musunuz bir tablet dalgası vardı, tutmadı. Çünkü,” denilecek. Ama halen kimse tutup tutmayacağını bilemiyor. Tutmazsa da, tutmamasının bir nedeni de; Ipad’le başlamıştı ama şimdi çok fazla ölçüler değişmeye başladı. 10 inch’le başladı 7-8-9-10 inch’ler çıktı. O çeşitlilikte, hani telefonda küçüklükte göremiyoruz diyoruz ama yine küçülmeye doğru gidiyor. Bu sefer de sayfalarda uyum sağlayamıyorlar dolayısıyla tutup tutmayacağı belli değil. Ama gazetelerin kağıt masrafından, baskıdan, dağıtımdan işte her gün buradan gazeteyi bas Muş’a gönder. Bu masraftan kurtardığı için büyük avantaj. Tutarsa da hem gazeteler hem de okur tarafı için büyük bir şey.

- Bizim uygulamaya gelirse de işte örnek olarak; Bugün bütün gazetelerin manşeti: “Başbakan 3. Köprü güzergahını havadan inceledi” Şimdi bu haber gazetelerde tek kare fotoğrafla verilmişken bizim tablet uygulamamızda 15 fotoğrafla veriliyor. Dahası bu fotoğrafları büyütebiliyor, detaylarını inceleyebiliyorsunuz. Yani fotoğrafın ve görselin ön plana çıktığı ama işte yazarı da var. Veya dünkü Fenerbahçe maçıyla ilgili bütün fotoğraflar hatta karikatürü bile var. Reklamı bile bu uygulamadan faydalıyor. Örneğin işte bu reklamda otomobilin videosunu bile koyabiliyoruz.

Kaç haber giriyorsunuz günde ortalama?

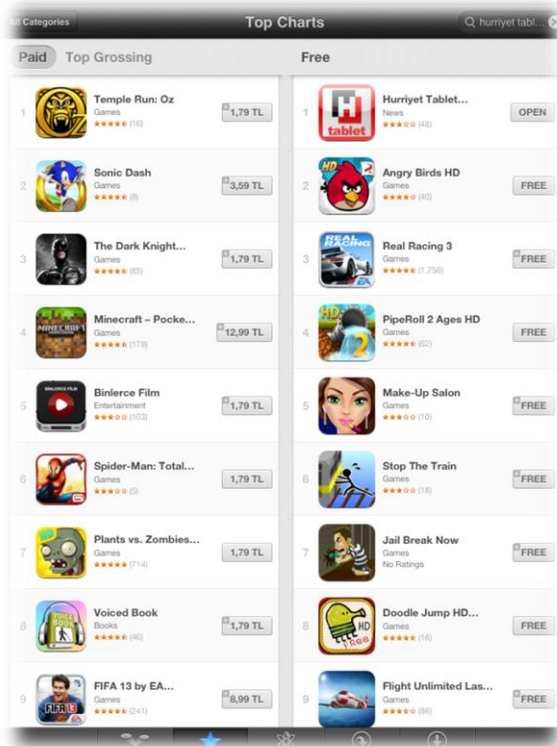
- Valla aslında bir sınırimız yok. Ama şöyle anlatayım gazetede ki her haberi almıyoruz. Niye almıyoruz? Çünkü, bunu daha çok bir eğlence aracı olarak düşünüyorum. Zaten buna giren kişi gazetenin PDF’ine de girebiliyor, aynı üyelikle. Ama, mesela ekonomide ki cari açıkla ilgili yer almış bir haberi, normal eğlence için bunu almış birisi için, bu haber hiçbir şey ifade etmiyor. Şirket haberleri yine aynı şekilde normal vatandaş ilgilendirmiyor ama buna karşın gazetede 5 Holywood haberi varsa bizde 8 Holywood haberi oluyor. Veya gazetede 3 fotoğrafla verilmişse haber bizde 10 fotoğrafla verilebiliyor. Sayı olarak az haber ama daha eğlenceye yönelik daha görsele yönelik haberler veriyoruz. Fotoğraf sayımız daha fazla daha kaliteli ve video var gazetede olmayan. Öbüründe de ufak tefek bir sürü haber var hepsi bizde yok açıkçası. Diğer taraftan, dijitalde artık şey ölçülüyor 40 ile 60 megabayt arası

diyebiliriz. Ekran olarak da 40 ayrı ekran haberi diyebiliriz. Ancak bu alta doğru sonsuz ilerliyor. Örneğin bir Fenerbahçe haberi verdiğinizde; alta doğru maçı da giriyor, teknik direktörü de giriyor, sakat oyuncu da giriyor buna bir haber demek yanlış. Gazete gibi bunda haberi tam saymıyorsunuz.

Peki Hürriyet web'den ne farkı var tabletin?

- Web'de her saniye her an her şeyi girebilirsiniz. Mesela Düzce'de deprem diye bir şey geliyor. Hemen giriyor haber. Sonra devamını ekliyor daha sonra 3.4 büyüklüğünde diye son nokta konuyor. Hiçbir önemi olmayan haber için yarım saat şah şah yapılmış. Boşuna zaman kaybı, gazeteye de girmiyor bu tür haberler, biz de bekliyoruz. Veya en son örnek Müslüm Gürses, öldü ölmedi. İnternette çok kontrol olamıyor biraz da doğası gereği. Fazla zamanla yarış var. Haberin heyecanına fazla kapılıyor. Daha ölmeden, öldürüle biliniyor. Tabii bu sadece bizim için değil, bütün web gazeteciliği için. Ama gazeteye girdiyse, basılana kadar bir zaman var ve artık kesin olmadan girilmez böyle bir haber. İnternette de böyle olması lazım aslında. Artık tıklanma rekabetimi diyelim ne diyelim ama orda bir kontrolsüzlük var.

Hürriyet tablete üyelikle giriliyor. Peki kaç üyeniz var?



- Valla bu uygulama yeni başladığı için ilk 30 gün ücretsiz üyelik daha sonra bir ücret ödeyecekler okurlar. Dolayısıyla henüz paralı üyeliği test edemedik. Ama bugünkü (11.3.2013) üye sayımız 40 bini geçmiş durumda. Hatta bugün Türkiye Appstore uygulama indirmede birinci sırada. Angrybird oyununu bile geçmiş. Ama biz bu uygulamayı hiç duyurmadığımız halde Appstore listesine 8. Sıradan girdi ve hızla yükseldi. Ancak yine de paralı uygulamada dünyada rüştünü ispat etmiş

değil. Bedava içerik dünyada genel de bitiyor. Hatta şöyle söyleyelim bütün dünyada gazete patronları bir araya gelip konuştuğunda, geri dönüp baktıklarında en büyük hatalarının internet erişimlerinin bedava yapmak olduğu konusunda birleşiyorlar. Zamanın internet ilk çıktığında biz büyük hata ettik internet erişimini bedava yaptık. Bedava erişime alışınca da sonra paralı yapmak çok zor oluyor. Finalicinal Times, Newyork Times veya birkaç tane çok değerli makale yazarları, paralı da başarılı olabildi. Ama onun dışında paralıları çok başarılı olamadı. Okuyucunun bir alışkanlığı var “bedavaya niye para vereyim?” Kullanıcı tepkisi geliyor; “Allah Allah buna da para istiyorlar. Bunlarda amma paragöz.” Aslında bu şeye benziyor, bakkala gidiyorsunuz bedava gazete istemek gibi bir şey. Bakkalda para verip gazete alıyorsunuz ama niyeyse internette bu bedava istemek bir hak gibi düşünülüyor. Şimdi yeni telif yasaları geliyor. Örneğin Ahmet Hakan bir yazı yazıyor her yerde çıkıyor. Halbu ki maaşını burası veriyor. Bu yazının da başka yerde çıkmaması lazım. İşte o telif yasaları gelirse, Ahmet Hakan, Yılmaz Özdil, Ayşe Arman ne yazmış diye merak edip o parayı ödeyebilecek insanlar çıkacak daha çok. Gene fena değil rakamlar ama bu tablet için yine başa dönersek daha paralıyı test edemedik. Kaç kişi olduğunu.

Peki gelen yorumlar nasıl?

- Valla gelen yorumlar, işin doğrusu biliyorsunuz internette övgüler yazılmaz genel de küfürler yazılır. İşte bakıyoruz üç yıldız almış. “Gazetenin tüm bölümlerine ulaşamıyor, para vermeye değmez” demiş bir okurumuz. Bir başka okur; “Reklam dolu gazeteye neden para vereyim? Anlaşılın gazeteler İpad’den para kazanma derdinde” gibi yorumlar yazılmış. Bir diğer okuyucu; “Uygulama güzel düşünülmüş ancak geliştirilmesi gerekiyor.” Bir başka okuyucu; “Gazete okuma alışkanlığınızı değiştirecek güzel bir uygulama.” Genel de övgü olmaz biliyorsunuz ama yine de birkaç kişi güzel şeyler yazmış.

Peki Hürriyet tablet android uyguması nasıl?

- Android uygulamasında da varız. Ancak, 10 inç göze hazırlandı. Diğer küçük tabletlerde okurken kaydırmanız gerekiyor. Ipad ise bu uyarlamayı kendi yapıyor. Android de ise bir birlik olmadığı için her yayıncının kendi yapması gerekiyor.

Peki Hürriyet tablette kaç kişi çalışıyor?

- Hürriyet'te bir havuz sistemi var. Örneğin, Dış Haber Servisi sadece basılı gazete için yapmıyor haberini. İşte bir haberi hazırlıyorlar ve basılı gazeteye verirken bize de deniyor ki bu haberin bir de videosu var. İşte biz hemen yazılı ve fotoğraflı haberi verirken bir de videosunu da veriyoruz. İşte basılı gazete bu konuda eksik kalıyor. Ya da biliyorsunuz Gangam Style diye bir furya çıktı. Şimdi siz bunun ne kadar haberini yaparsanız yapın, ne kadar fotoğrafını yayınlarsanız yayınlayın, videosunu izlemeden hiçbir anlamı olmaz. Yani fiili olarak hepimiz bir havuz için çalışıyoruz. Her birim kendi için olanı havuzdan çekip alıyor. Fiili olarak ise 8-9 kişilik bir çalışan ekibimiz var. İşte sayfayı tasarlayan ve diğerleri ama haberleri biz yazmıyoruz. Artı olarak bir de alt yapıyı hazırlayan bir teknik bilişim ekibimizde mevcut tabii.

(SES 22) Peki sizce nereye gider bu yeni habercilik?

- Valla kesin bişey söylemek zor ama bu tablet haberciliğinin seyahatte veya daha rahat zamanlarda tutmama gibi bir sıkıntısı yok ama çok ciddi haberlerde örneğin İmralı görüşmelerinde haber içeriğine bakarsın da bir seyahat için gideceğin yerin fotolarına buradan bakarsın gibi. Spor ya da magazinsel haberler için yani sanki bu daha çok eğlence için gibi. Örnek olarak Atlas Dergisi'nin Ipad'den para ödeyen okuru bayiden ödeyenden daha fazla. Bu başarıyı yakalayan kurumlar var.

Peki sizde son dakika haberlerini girecek misiniz?

- Aslında bizde son dakika haberlerini verebiliyoruz. Ayrı bir pencere olarak girebiliyoruz. Ama web'le tableti ayırtırmak istiyoruz. Yani Web'i baltalamak istemiyoruz. Tablette düz yazı haberi sonuna kadar girmek saçma çünkü biz bunu eğlence aracı olarak gördüğümüz için malları ayırtırmak lazım yani mobil ayrı tablet ayrı. Yani o orda kalsın. Biz ona özellikle girmek istemiyoruz. Ama her şey bittikten

sonra en çok fotoğraf bende gel onlara bak. Hem çok pratikte değil hem de hedef kitle farklı.

(SES 23) Celal Korkut – İstihbarat Müdürü

Teknolojik gelişmeler haberi ve gazeteciliği nasıl etkiledi?

- Teknolojinin getirdiği en büyük şey sürat, sadece haber açısından değil fotoğraf açısından, her açıdan bize hız kazandı. Eskiden gazeteci, haber için gazeteden çıktımı irtibat kopuyordu. Siz gazeteyi ararsanız haberleri olurdu. O zaman araç telefonu cep telefonu yok tabii, sokak telefonları vardı sadece onun için muhabirlere jeton dağıtırdık. Şimdi cep telefonundan anında ulaşabiliyorsunuz. Telsizle anında ulaşabiliyorsunuz. Araçlarda telefon vardı bir ara daha önce oradan ulaşıyorduk. Haberi çok çabuk öğrenebiliyoruz. İnternet aracılığıyla haberi çok çabuk girebiliyoruz. Gazete için haberi hazırlarken daha çok vaktimiz oluyor bu da bir ya da daha çok yerden haberi doğrulatmadan haberi kullanmıyoruz. Tabii hız hataları da ister istemez beraberinde getiriyor. Vatandaş gazeteciliğinde ise vatandaş elindeki cep telefonuyla çektiği her şeyi yollayabiliyor bize tabii hatalı bilgide geliyor güzel haber de gelebiliyor. Hatamız olduğu zaman da telefi etmeye çalışıyoruz. Gerekirse özürde diliyoruz, tektip de yayınlıyoruz. Ama tek amacımız en az hatayla en iyi haberi vermek. Teknolojinin getirdiği en büyük kolaylıkta “İletişim” müthiş kolaylık sağladı bize. Yani her adama anında ulaşabiliyoruz. Sadece muhabirlerimize değil haber kaynaklarımıza da anında ulaşabiliyoruz. Hafta sonu tatili, yıllık tatil, yurt dışı seyahati diye bir bahane kalmadı herkese her yerde ulaşabiliyoruz. En büyük kolaylığı bu “iletişim”.

- En büyük dezavantajı ise ben tatildayken sürekli arıyorlar. Çok fazla dezavantajı yok ama bazen vatandaştan gelen veya çok çabuk yapalım derken, bilgiyi geçerken bazen eksik geçiyoruz. Tamamlamadan geçiyoruz. Ama internet için konuşuyorum geçtiğimiz haberin eksikliği varsa, eksiklerini giderip yeniden yayınlıyoruz. Hatalarımız varsa onu düzeltmeye çalışıyoruz. Ama bu internet için. Gazete için ise en son ana kadar doğru haber için bekliyoruz. Önce taşra baskısını 19.00’da yolluyoruz. Türkiye genelinde 5 matbaamız var. Oraların taşralarına göre yollanıyor. Örneğin Edirne, Çanakkale, Balıkesir, Bursa, İzmit ve diğerleri İstanbul’un taşrası sayılıyor.

(SES 24)

- Elimizde 10 muhabir var şu anda istihbaratta, tamamı sahada şu anda. Bunların oturup haber yapma şansı yok. İnternette olabilir, google'dan alır bilgiyi yapıştırır ama bizim öyle bir şansımız yok. Biz hala adliyeyi takip ederiz, hala olay yeri, yangın takip ederiz. Hiçbir zaman oturduğumuz yerden haber yapmıyoruz ama mutlaka teknolojiden faydalanıyoruz. Destek için kullanıyoruz, ekstre bilgi için kullanıyoruz ama muhabirlerimiz sahada haberi toplayıp öyle gelirler. Muhabir sayımız azaldı. Eskiden 50-60 kişi yaptığımız işi şimdi 10 kişiyle yapıyoruz ama bu tamamen tasarrufla ilgili.

Peki gazetecinin profili değişti mi?

- Tabii, bir sırt çantası düşünün onun içinde fotoğraf makinesi var, laptopu var, internet bağlantısı için aparatları var. Teknolojik bütün malzemesini sırtında taşımak zorunda. Muhabirler de artık kendi fotoğrafını kendi çekmek zorunda. Profesyonel fotoğrafçılarımız tabii ki var. Onları röportajlarda, toplumsal olaylarda görevlendiriyoruz. Ama diğer bütün işlerde muhabirler kendi fotoğraflarını kendileri çekiyorlar. Teknolojinin getirdiği bir fayda da artık küçük bir cep telefonuyla da güzel bir fotoğraf çekebiliyorsunuz.

Vatandaş gelen haberleri kullanıyor musunuz?

- Mutlaka kullanırız. Ama şöyle, çok önemli bir olay olduğu zaman fotoğraf ve bilgi alırsınız ama muhakkak doğrulatmaya çalışırız. Tabii bu gazete için böyle ama internet için çabucak girelim diye örneğin uçak düştü diyelim internet için hemen girebilir ama gazete için mutlaka doğrulatmadan vermemeye çalışıyoruz.

İstihbarat masası olarak günde kaç haber takip ediyorsunuz?

- Günde 20 civarında haber takip ederiz. Şöylede bir istatistik tutuyorum. Verdiğim haberle çıkan haberi kıyaslarım. %60 oranında haberlerimiz gazetede yer bulur. O da yer sıkıntısından kaynaklanıyor. Gazetede yer sıkıntısı var olmasa belki haberlerimizin %100'ü girecek. Bizim kullanmadığımız, kullanamadığımız haberleri başka gazeteler kocaman fotoğraflarla kullanıyorlar. Çünkü onlarda bizim ki kadar çok

ilan sayfası yok. İlan sayfaları çok yer tutuyor gazetede dolayısıyla haber sayfalarının yeri kısıtlı.

Peki o zaman Web sizi kurtarmadı mı? Sayfa sınırsız yok.

- Evet ne yapıyoruz bizde? Gazeteye giremediğimiz haberleri hemen internete hazırlıyoruz. Ya da şöyle yapıyoruz, Gazete için hazırladığımız haberleri takla attırıp, daha uzun daha detaylı hale getirip internete veriyoruz. Ama bütün haberleri de internete vermiyoruz. Örneğin, editör diyor ki bugün yerimiz yok eğer özel haberse yarın için saklayalım diyor. O zaman özel haberi, internete vermiyoruz gazete için bekletiyoruz. Tabii gazetede çıktığı gün internete de yayınlıyoruz. Özel olmayan herkesin takip ettiği haberleri ise önce internete daha sonra doğruluğunu sağladıktan sonra da gazeteye veriyoruz. Geçenlerde bir araştırma yayınlanmıştı; Hem gazeteyi hem de interneti takip eden okuyucu kitlemiz %15 dolayısıyla hem gazete çıkan haberi hem de internete çıkan haberi görenlerin sayısı %15 o yüzden orası için farklı haberleri veriyoruz.

- Tabii haber teknolojiyle birlikte lojistik teknolojisi de değişti. Eskiden muhabire yemek parası verilirdi şimdi ticket verilmeye başlandı. O kadar çok yaygınlaştı ki küçücük bir bakkalda bile geçebiliyor bu ticket'lar veya telefonla sipariş verebiliyorsunuz. Diğer taraftan ulaşımda gelişti. Eskiden Sirkeci'ye yürüyerek gidip gelirdik. Cağaloğlu'na araç bulamazdık. Şimdi ise ulaştırma servisimiz, hemen hazır alo diyorsun kapıdan binip gidiyorsun. Bir de eskiden bir muhabir bütün İstanbul'a bakardı. Çünkü çok rahat bir yerden bir yere gidebilirdi. Ama şimdi yetişemeyiz diye bölge muhabirliği başladı. Çünkü, bu trafikte ulaşma şansın yok. Kartal, Pendik, Beykoz, Bakırköy vesaire bir sürü bölge muhabiri var. Tabii biz daha çok Doğan Haber Ajansı'ndan takip ediyoruz. Eskiden muhabir fotoğrafı çekerdi araba yollardık buradan gidip filmi alır gelirdi şimdi ise cep telefonundan Ipad'den anında ulaştırabiliyorlar.

Peki kaç ajanstan haber alıyorsunuz?

- Biz öncelikle Doğan Haber Ajansını takip ediyoruz. Bu ajans her yere haber geçiyor ama bizim için özel haberlerde takip edebiliyor. Onun dışında İHA, AA, Reuters, AP, Anka ve diğerlerine aboneyiz.

(SES 25)

Bülent Mumay – Hürriyet Web Koordinatörü.

Hürriyet web ne kadar görüntüleniyor?

- Gün içerisinde sayfamızın görüntülenme sayısı 80 ile 90 milyon arasında değişiyor ama kişi sayısı 2.1 milyon civarında.

Yazarların bir tıklanma sayıları var mıdır?

- Var tabii ama bunu kimseyle paylaşmıyoruz. Çünkü bu yazarlarımız arasında bir rekabet yaratıyor. Ayrıca biz yazarlarımızın nitel veya nicel olarak değerlendirmelerini çok istemiyoruz. Çünkü kamuoyunda şu çok satıyor bu az okunuyor, izlenmiyor gibi bir algı yaratmak istemeyiz. Ama tahmin edildiği gibi özellikle internette okuttuğumuz 1000 tane haberden 3-4 tanesi yazar yazısı. En çok okunan yazarlar bile, okutulan haberler, spor haberleri, gündem, magazin haberleri karşısında okunurlukları düşük yani. Ben interneti yönetmeden önce okunan her 100 haberden 30'u yazar yazısıdır diye düşünüyordum. Ama böyle bir şey yok. Yazarın, genel okunurluk kütesinde çok özel bir karşılığı yok.

Günde kaç haber yayınlıyorsunuz?

- Bir kere yaptığımız bir şey var. Gece saat 2 gibi, basılı gazete için üretilmiş bütün içeriği olduğu gibi koyuyoruz. Bu 200-250 habere tekabül ediyor. Onun dışında gün içinde 1000-1100 haberde biz üretiyoruz. Sonuçta gazetenin hacimsel bir sorunu var. Bazılarına yer bulamıyor, gösteremiyor. Bir de her mecranın farklı bir okur kitlesi olduğunu varsayıyoruz. Hürriyetin internet okuruyla, hürriyetin basılı gazetesinin okurunun kesişim kümesi %17 sadece. Dolayısıyla benim %83'e hitap eden haberlere de yer vermem gerekiyor. Beni sadece Hürriyetin yayın çizgisindeki insanlar okumuyor. Beni Yeni Şafak okuru da Cumhuriyet okuru da takip ediyor. Orada ciddi bir haber kaynağına dönüştüğümüz için haber çeşidini arttırmak için basılı gazetenin 5-6 katı kadar farklı niteliklerde farklı bakış açılarıyla haberler sunmaya çalışıyoruz.

Günde kaç fotoğraf yayınlıyorsunuzdur?

- Yani günde 1000 haberden söz ediyoruz. Her habere fotoğraf koymuyoruz ama sadece fotoğraflarla da haber yapıyoruz. Herhalde günde 3000-4000 fotoğraf kullanıyoruzdur.

Siteniz günde kaç kez güncelleniyordur?

- Öyle bir şeyimiz yok. Bazı sitelerin saatte bir veya 15 dakikada bir güncelleme süreleri vardır. Bizim hiç öyle bir şeyimiz yok. Burada geçirdiğiniz sürede şu lafı duymuşsunuzdur. “Yayına alıyorum, yayından kaldırıyorum” gibi laflar yükselir. O sırada her hangi bir editör önemli olduğunu düşündüğü haberi bitirdiği an yüklüyorum der ki, başkalarıyla kesişme olmasın bu teknik bir detaydır. Bunun bir saati yoktur. Taze bir gelişme, özel bir haber, değişmesi gereken, okunurluğu düşen, çünkü önümüzde bir *tirajmetre* var. Sürekli ona bakarak haber yapmaya çalışıyoruz. Tek kriterimiz asla değildir ama bize ipucu veriyor. Okurun o sırada neyle ilgilendiğini gösteriyor. İkincisi özel bir yazılımımız var. Bu yazılım bize dünyada ne konuşulduğunu, dünyada internet üzerinde hangi sözcüklerin o sırada çok tüketildiğiyle ilgili veri veriyor. Bu bize şu işlemi getiriyor, dalganın nerede yükseldiğini görüyoruz. Onunla ilgili içerik gerekiyorsa içerik hazırlıyoruz. Örneğin, kar yağışı sözcükleri çok tüketiliyor Türkçe olarak veya İngilizce. Bir bakıyoruz ki insanların kar yağışıyla ilgili tekil bilgileri paylaşma ihtiyacı var. Eğer benim o konuyla ilgili haberim yoksa o sözcüklerden yola çıkarak konuyla ilgili haber üretiyorum. Yani o anlamda okurla çok ilgili bir reaksiyon var. Dolayısıyla internette yaratılan bir haber dalgası ihtiyacını otomatikman sezip sörf tahtasını o dalganın üzerine koymaya çalışıyoruz.

Peki facebook’da kaç haber yayınlıyorsunuz?

- Bütün haberleri vermiyoruz. Sosyal medyanın da kendi içinde kullanıcı reflekslerine göre haber paylaşıyoruz. Sosyal medya editörümüz bazı haberleri sadece tweeter’da paylaşıyor. Çünkü bazı haberler sadece tweeter’da daha iyi. Niye tweeter’da daha iyi? Genelde anlık veriler, hızlı bir gelişme olarak kullanılacak haber türleri var. Sayı söyleyemem size ama çok da fazla paylaşmamaya çalışıyoruz ki insanların timeline’ını çok doldurmamalı. Facebook’da ise zaman sınırı yok ama insanlar tweeter’da ki kadar sık girmiyor facebook’a. İnsanların çok taze olmayan ama kaçırmak

istemeyecekleri haberleri giriyoruz. Örneğin, Yılmaz Özdil'in köşe yazısı, ilginç bir video, ilginç bir konuşma, ilginç bir magazin videosu gibi gece boş ve kaliteli vakitlerini doldurmak için kullanacakları içerikleri orada paylaşıyoruz ki orada interaksyon daha çok olsun diye.

Kaç yorum geri dönüyor?

- Elimizde net bir sayı yok ama gelen ve onaylanan yorumlarla ilgili bir rakam verebilirim. Günde yaklaşık 7000 yorum geliyor ama bunlar sadece herhangi bir haberin altında ki yorumlar. Yani facebook'da herhangi bir linkin altına eklenmiş yorumları saymıyoruz. Kaç tane tweet var? Onunla ilgili bir done de yok elimizde. Muhtemelen 2000-3000'i ret ediliyordur. Bununla ilgili 10 özürlü editörümüz var. Bu arkadaşlar gazeteye gelmeden internet üzerinden bizim için çalışıyorlar. Gelen ortalama 10 bin yorumu okuyorlar ve uygun gördüklerini yayınlıyorlar.

Hürriyet web fikri, internete açılma fikri nasıl ve kimden çıktı?

- Hürriyet web fikri 1 Ocak 1997'de Hürriyet'in dokümantasyon servisi ki o zaman bilgi sistemlerinin başında bulunan, bilgi sistemleri koordinatörü olan şimdi CEO'mus icra kurulu başkan yardımcısı olan Ahmet Dalman'ın fikri ile ortaya çıktı. Bu tarihten itibaren sadece günlük gazeteyi alıp içeriğe koydular. Gün içerisinde bir patlama çatlama olduğunda bir değiştirme yoktu. Sanırım 1,5-2 yıl sonra bu göreve Arzu Çakır getirildi. 1998 gibi, Arzu'nun gelmesiyle beraber orası için editöryal bir ekip alındı. Eskiden böyle bir ekip yoktu, yukardaki arşiv çalışanları gazeteyi olduğu gibi kodlarını alıp internete taşıyorlardı. Daha sonra editöryal kadro oraya uygun haber girmeye, anlık olayları girmeye başlamış. Daha sonra bu göreve Fatih Çekirge ve en son olarak da ben Bülent Mumay getirildi.

(SES 26)

Tufan Türeç – Hürriyet Yazı İşleri Müdürü

- Ben 1968'de başladım Milliyet'te. O zaman Abdi İpekçi'ydi genel yayın yönetmeni. Hasan Pulur yazı işleri müdürüydü. Turan Aytun'da Abdi Bey'in yardımcısıydı. Faruk Demirtaş'ta istihbarat servisi müdürüydü. O zaman ki teknoloji

Tipo dönemi idi. Kurşunla harfleri dökerek, böyle dizerek Lynotype denen makineler vardı. Onların haznelerinde kurşun eritilirdi. Buradan bastığımızda o harf kağıda basardı. O döneme göre Lynotype'ler ileri bir teknolojiydi. Milliyet'te böyle dizilirdi. Ondan önce elle dizilmiş ki ben o döneme yetişmedim. Matrix denen bu harf tekneleri vardı. Oradan tekneleri alıp alıp dizerlerdi. Bu çok meşagatli bir işti. Bir sayfayı saatlerce dizerlerdi. Lynotype'lar işi biraz daha hızlandırdı. O zaman yapılan gazetede günlük olarak yapılan sayfa sayısı üçü dördü geçmezdi. Örneğin 1. Sayfa günlük yapılırdı. Devam günlük yapılırdı. Spor günlük yapılırdı. Sporun da iç sayfaları değil kapağı günlük olurdu. 3.sayfa günlük yapılırdı. Diğer bütün sayfalar yedekliydiler. Yani bugün, yarının sayfalarını yapardınız. Ertesi gün sadece aktüel sayfaları yapardınız. Tabii bu bile 5-6 sayfa yaptığımız bile 7-8 saat sürermiş. Sonra teknoloji Tipo kalktı, bitti. Yerine elektronik dizgiler geldi. Üniversal dediğimiz makineler geldi. Onlar da dizilmeye başlandı. IBM gibi, IBM'in daha ilkel halini düşünün. Direkt kağıtlara çıkardı. Yani operatör yazıyı dizer, onlar makinede ölçü verir, sütunlar halinde çıkardı. Bu sütunların olduğu kağıtlar mum makinesinden geçilir. Ondan sayfa olarak konan katın üzerine sekreterin yaptığı mizanpaja göre yerleştirilirdi. Fotoğraf yerleri ayrılır oralara siyah kağıt kapatılırdı. Fotoğraflarda klişede yapılırdı. Sonra makine dairesinde onlar yerleştirilirdi. Sonra Ofsete geçildi. Ofset baskı biliyorsunuz renkli, bu sefer fotoğraflarda renkli olmaya başladı. DİA'larla çalışılmaya başlandı. DİA'lara renk ayırmaları diye bir sistem geldi. Ana renkleri ayırıp daha sonra üst üste basınca renkli fotoğraflar çıkardı. O da ayrı bir işti. Bu sefer pikaj çalışması yapılırdı. Kameralarla sayfanın fotoğrafları çekilir sonra 4 ayrı renkte montajı yapılırdı. Sonuçta renkli gazete çıkardı. Bu tabii gazeteleri çok hızlandırdı. Mesela eskiden 6-8 saat süren hazırlıklar, 1-1,5 saate düştü. Bu sefer yedek sayfaların sayısı azalmaya başladı. O da gelişti bu sefer bilgisayarlar gazete yapımında da devreye girdi. Mesela şimdi muhabir yazısını yazıyor buradan haber merkezine gönderiyor, oradan editör masasına gidiyor. Orada çizilen plana göre yerleştiriliyor. O yazılar, fotoğraflar, sayfalar machintosh'lara gönderiliyor. Burada da el değmeden yerleştiriliyor. Machintosh'larda iş bitince her şeyini rengini, tonun hepsini bir arada görebiliyorsunuz. Bakıyorsunuz bir problem yok basıyorsunuz düğmeye yolluyorsunuz matbaaya. Artık matbaaların gazete merkezleriyle de aynı yerde olması gerekmiyor. Şimdi biz buradan düğmeye bastığımız an Halkalı'da ki matbaaya gidiyor. İzmir, Adana, Ankara, Antalya'da ki matbaaya gidiyor. Yani

İstanbul'a yolladığım sayfa oralara da gidiyor. Bu gece saat 2'ye kadar gazete sürekli değişiyor aynen oralarda değişiyor. Şimdi tabii bu çok hızlı mesela şimdi biz hazırlıyoruz onu mu yapalım manşet bunu mu yapalım derken oluyor saat 16'yı buluyor. 16'da başlıyoruz 17'de bitiyor. En geç 18'de bitiyor eğer bir haber sarkar ise. Bu teknolojiye rağmen şimdi de elektronik gazeteler çıktı. Web sayfaları çıktı. Şimdi o çok hızlı bir gelişim içinde ve yazılı medyayı bayağı tehdit eder hale geldi. Çünkü niye? İnternet ağı ve kullananlar yaygınlaştıkça, bir gazeteyi 500 bin satarken bir anda yeni okuyucu kitlesi 1 milyona 3 hatta 10 milyona fırladı. Adam bir düğmeye basıyor seni karşısında buluyor. Zamanla çok küçük fiyatlar abonman olacak insanlar ve basacaklar düğmeye okuyacaklar gazetelerini. Tabii 20 yıl sonra basılı gazete ne olur kestirmek zor ama genel kanı şu ki yazılı basının geleceği yok. Türkiye geneline baktığımız zaman basılı basında çok dramatik bir tiraj düşüşü yok. Ama bir durma var ve belli gazetelerde düşüşler de var. Ancak bu durum bugünün konjoktürü mesela Sabah gazetesi nereden baksanız 200 bine yakın tiraj kaybetti. Niye hükümet yanlısı politika uyguluyor. Habertürk 100 bin tiraj kaybetti neden o da hükümet yanlısı. Hürriyet onlara nazaran daha az tiraj kaybetti. Hükümet yanlısı politika uygulamıyor ama rahat gazetecilik yapamıyor. Milliyet'in de, Vatan'ın da aynı sıkıntısı var.

Peki eskiden telefon bağlantısı bile zorken nasıl yapardınız gazeteciliği?

- Tabii geçmişe dönük hikayeler çoktur. Mesela ben 1973 seçim kampanyasında, Ecevit, Demirel ve Celal Bayar'ı izledim. Üç liderle dolaştım. Özellikle karadenizde beni üç liderle dolaştırdılar ki bir mukayese yapabileyim diye. Mesela Ordu'da miting olur, lider gider biz orada kalırız ve valiye rica ederiz ki vali bize telefon tahsis etsin. O zaman bir de Ordu İstanbul arası tek bir telefon hattı vardı. Vali o hattı bize ayırırdı. Bütün devlet işleri dururdu, biz 8-9 gazeteci sırayla haberlerimizi okurduk. Daktiloda hızlı alıcılar vardı. Hızla yazdırırdık haberleri. Ondan sonra biz liderin arkasından gider yetişirdik.

EK-2

Anket Örneği;

Sayın Katılımcı;

Bu anket, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde devam etmekte olduğumuz "Genel Gazetecilik" doktora programının bir parçası olan tezimin bir kısmını oluşturmaktadır. Teknolojik gelişmelerin haber ve habercilik üzerine olumlu etkileri olduğu kanısındaım bunu ölçmenin en doğru yolunun ise gazetecilere sormaktan geçtiğine inanıyorum. Bu bağlamda hazırladığımız anket çalışmasının temel amacı; İstanbul'da görev yapan habercilerin, haber üretirken teknolojik yeniliklerin rolünü anlayabilmek, yaşanan teknolojik değişimlerin haber içeriğine ve üretim süreçlerine olan etkisini belirleyebilmektir.

Anket sorularını içtenlikle cevaplamanız bu çalışmanın başarılı olması için büyük önem taşımaktadır. Bireysel yanıtlarınız, toplam yanıtlarla birlikte analiz edileceğinden, kesinlikle raporlanmayacak, hiçbir kişi veya kurumla kesinlikle paylaşılmayacaktır. Zaman ayırıp katıldığınız ve soruları içtenlikle cevapladığınız için çok teşekkür ederim.

Engin ÇAĞLAK

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Genel Gazetecilik Doktora Programı

“TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN HABER VE GAZETECİLİK ÜZERİNE ETKİLERİ”

Anket Soruları

Yaşınız: 30

Cinsiyetiniz: E

Eğitim Durumunuz: Yüksek Lisans

Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz: 7

Soru - 1. Gazeteyi hangi araçla okursunuz?

a) Basılı gazete b) Masaüstü Bilgisayar c) Dizüstü Bilgisayar

d) Tablet Bilgisayar e) Akıllı Telefon

Soru - 2. Sıcak bir gelişmeyi veya haberi ilk önce nereden takip edersiniz?

a) Basılı gazete b) Radyo c) Televizyon

d) Bilgisayar-İnternet e) Akıllı Telefon

Soru - 3. Haber kaynaklarınızı 1'den 5'e öncelik sırasıyla lütfen yazınız.

(2) Kurum ve kuruluşlar (1)Özel Kişiler (3) Haber Ajansları

(5) İnternet (4) Sosyal Medya

Soru – 4. Sosyal ağlarda kişisel profiliniz bulunmakta mıdır?

a) Evet b) Hayır

Soru – 5. Sosyal medya içeriklerini günlük takip eder misiniz?

a) Evet b) Hayır

Soru – 6. Sosyal medyadan hiç haber kullandınız mı?

b) Evet b) Hayır

Soru - 7. Sosyal paylaşım sitelerinden haber kaynağı olarak takip ettiğiniz kişiler var mı?

a) Evet b) Hayır

Soru - 8. Devlet büyüklerinin veya toplumun ileri gelenlerinin twitter hesabını takip eder misiniz?

a) Evet b) Hayır

Soru -9. Sosyal medya, haberciliğe olumlu katkılar sağlamış mıdır?

a) Evet b) Hayır

Soru - 10. Sosyal medya, haberciliğe etik sorunlar getirmiştir.

a) Evet

Soru – 11. Cep telefonuyla haber için fotoğraf, ses veya video kaydı yaptınız mı?

- a) Evet b) Hayır

Soru – 12. Vatandaşın yolladığı, haber değeri olan haber, fotoğraf veya videoyu yayınlar mısınız?

- a) Evet b) Hayır

Soru - 13. Teknolojik gelişmeler haberi ve haber içeriğini olumlu etkilemiş midir?

- a) Evet b) Hayır

Soru - 14. Teknolojik gelişmeler haber üretimini olumlu etkilemiş midir?

- a) Evet b) Hayır

Soru - 15. Teknolojik gelişmeler haber fotoğraflarının kalite ve sayısını arttırmış mıdır?

- a) Evet b) Hayır

Soru - 16. Teknolojik gelişmeler haber kaynaklarına ulaşmayı kolaylaştırmış mıdır?

- a) Evet b) Hayır

Soru - 17. Teknoloji haber üreticilerinin çalışma koşullarını olumlu etkilemiş midir?

- a) Evet b) Hayır

Soru - 18. Yazılı basın mı dijital basın mı daha etkilidir?

- a) Yazılı Basın b) Dijital Basın

Soru – 19. Haberin ve gazeteciliğin geleceği dijital dünya mıdır?

- a) Evet b) Hayır

Soru – 20. Sosyal medyayı haber yayma amacıyla kullanıyor musunuz?

- a) Evet b) Hayır

Ekleme istediğiniz görüş ve önerileriniz;

Sosyal medya haberciliğin gelişmesine kuşkusuz katkı sağlamıştır. Ancak beraberinde getirdiği bazı problemler, bilgi akışının güvenilirliğini sorgulanır hale getirmiştir.

Teşekkürler...

EK-3;

Hurriyet.com.tr Sitesi Üyelik Sözleşmesi

1. Taraflar

İşbu sözleşme Hürriyet Medya Towers Güneşli/İstanbul adresinde mukim HÜRRİYET GAZETECİLİK VE MATBAACILIK A.Ş. (Bundan böyle kısaca "HÜRRİYET" olarak anılacaktır)

İle <http://www.hurriyet.com.tr> sitesine "Üye" olan kişi arasında, "Üye"nin işbu sözleşmeyi anladığını ve kabul ettiğini beyan ettiğine yönelik olarak gerçekleştirdiği elektronik onayı ile yürürlüğe girmiştir.

2. Tanımlar

Hizmet/Hizmetler: Site içerisinde "Üye"lere "HÜRRİYET" tarafından sunulan uygulamalar.

İçerik: Site ve/veya herhangi bir Web Sitesinden yayınlanan veya erişimi mümkün olan her türlü bilgi, dosya, resim, müzik rakam v.b görsel, yazınsal ve işitsel imgeler. Kullanıcı/Kullanıcılar: "Site"ye erişen gerçek ve tüzel kişiler. Site: www.hurriyet.com.tr, www.yazarkafe.com, www.hurriyetmobil.com alan adları ve alt alan adlarından ulaşılabilen "HÜRRİYET" in işbu sözleşme ile kapsamı belirlenen "Hizmetler" ini sunduğu web siteleri. Üye/Üyeler: İşbu sözleşme koşulları doğrultusunda "Site"ye üye olan ve "Site"de yer alan içerik, uygulama ve "Hizmetler"den yararlanan gerçek ve tüzel kişiler.

3. Sözleşmenin Konusu ve Kapsamı

İşbu sözleşmenin konusu, “Site”de “HÜRRİYET” tarafından sağlanan uygulamaların “Üye” ve “Kullanıcı” tarafından yararlanılmasına ilişkin şartların ve koşulların belirlenmesi ve bu doğrultuda tarafların hak ve yükümlülüklerinin tespitidir.

İşbu sözleşmenin kapsamı ise, “Site”de yer alan tüm “Hizmet”, uygulamalara ve içeriğe ilişkin şart ve koşulların belirlenmesi olup “Site”de “HÜRRİYET” tarafından yapılan “Hizmetler”e, kullanıma, içeriklere, uygulamalara ve kullanıcılara yönelik her türlü beyan işbu sözleşmenin ayrılmaz parçası olarak kabul edilecektir. İşbu sözleşmenin “Üye” tarafından kabulü ile, “Üye” “Site”de yer alan ve yer alacak olan “HÜRRİYET” tarafından yapılan “Hizmetler”e, kullanıma, içeriklere, uygulamalara ve kullanıcılara yönelik her türlü beyanı da kabul etmiş olduğunu kabul, beyan ve taahhüt eder.

4. Hak ve Yükümlülükler

4.1. Üyelik

4.1.1. “Üye”lik statüsünün kazanılması için, “Üye” olmak isteyen “Kullanıcı”nın “Site”de bulunan üyelik formunu, üyelik formunda talep edilen bilgiler doğrultusunda gerçek bilgilerle doldurması ve üyelik başvurusunun “HÜRRİYET” tarafından değerlendirilerek onaylanması gerekmektedir. Onaylanma işleminin tamamlanması ve “Üye”ye bildirilmesi ile “Üye”lik statüsü başlamakta ve “Üye” işbu sözleşme ve “Site”nin ilgili yerlerinde belirtilen hak ve yükümlülüklerle kavuşmaktadır. “Üye”lik hak ve yükümlülükleri sadece “Üye”lik başvurusunda bulunan kişi üzerinde doğmakta olup “Üye” kesinlikle bu hak ve yükümlülüklerini kısmen veya tamamen herhangi bir üçüncü kişiye devredemez. “Üye”lik hak ve yükümlülüklerinin hangi gerçek veya tüzel kişiye ait olduğu konusunda ihtilaf bulunması ve bu hususta söz

konusu kişilerin “HÜRRİYET”ten talepte bulunması halinde “HÜRRİYET” elinde kullanıcı adı ve şifre bulunan gerçek veya tüzel kişinin ilgili üyelik hesabının “Üye” hak ve yükümlülüklerine sahip olduğunu kabul edecek ve bu doğrultuda işlem yapacaktır; böyle bir durumda “HÜRRİYET”in üyelik bilgileri, üye işlemleri ve benzeri bilgiler doğrultusunda işbu madde içerisinde belirtilen kuraldan bağımsız olarak hareket etme hakkı saklıdır. “HÜRRİYET”, tamamen kendi iradesi doğrultusunda ve herhangi bir sebebe dayanmadan “Üye”lik başvurularını reddedebilir veya “Üye”lik başvurusunun kabul edilmesini ek şart ve koşullara bağlayabilir. “HÜRRİYET”; işbu sözleşme ve “Site”de belirtilen kural ve koşullara aykırılık, “Üye”lik başvurusu sırasında verilen bilgilerin yeterli, doğru veya güncel olmadığının tespit edilmesi, “Üye”lik başvurusunda bulunan kişinin başvurusunun daha önce reddedilmiş olması, “Üye”nin gerçekleştirdiği işlemlerin “HÜRRİYET” için hukuki, teknik ve özellikle bilgi güvenliği anlamında risk oluşturduğunun tespit edilmesi sebepleri ve benzeri sebepler de dahil olmak üzere, haklı bir sebebe dayanarak veya herhangi bir sebebe dayanmadan ve herhangi bir bildirimde bulunmadan, her zaman herhangi bir tazminat yükümlülüğü altında bulunmaksızın “Üye”nin üyeliğine son verebilir.

4.1.2. “Üye”, “Üye” ve “Kullanıcı” statülerinde iken “Site” üzerinde gerçekleştirdiği işlemlerde ve yazışmalarda; işbu sözleşmenin hükümlerine, “Site”de belirtilen tüm şart ve koşullara ve yürürlükteki mevzuata, ahlak kurallarına uygun olarak hareket edeceğini, bu kural ve koşulları anladığını ve kabul ettiğini beyan eder.

4.1.3. “Üye”nin “Üye Profil Sayfası”na erişmek ve “Site” üzerinden bazı işlemleri gerçekleştirebilmek için ihtiyaç duyduğu kullanıcı adı ve şifre bilgisi, “Üye” tarafından oluşturulmakta olup, söz konusu bilgilerin güvenliği ve gizliliği tamamen “Üye”nin sorumluluğundadır. “Üye”nin, bu bilgilerin güvenliği, saklanması, üçüncü kişilerin bilgisinden uzak tutulması, kullanılması gibi hususlardaki tüm ihmal ve kusurlarından dolayı “Üyeler”in ve/ veya üçüncü kişilerin uğradığı veya uğrayabileceği zararlardan “HÜRRİYET”in doğrudan veya dolaylı herhangi bir sorumluluğu yoktur.

“Üye”, kendisine ait kullanıcı adı ve şifre ile gerçekleştirilen işlemlerin kendisi tarafından gerçekleştirilmiş olduğunu, bu işlemlerden kaynaklanan sorumluluğunun peşinen kendisine ait olduğunu; bu şekilde gerçekleştirilen iş ve işlemleri kendisinin gerçekleştirmediği yolunda herhangi bir def’i ve/veya itiraz ileri süremeyeceğini ve/veya bu def’i veya itiraza dayanarak yükümlülüklerini yerine getirmekten kaçınmayacağını kabul, beyan ve taahhüt eder.

4.2. “Site” Üzerinde Yer alan İçerik

4.2.1. “Üye”, “HÜRRİYET”in, “Site”de yer alan her türlü, bilginin, içeriğin ve görselin gerçekliğini, orijinallliğini, güvenliğini, doğruluğunu araştırma, bu içerik ve ilanların internet üzerinden teşhirinin hukuka uygun olup olmadığını tespit etme sorumluluğu bulunmadığını, söz konusu içerikler sebebiyle ortaya çıkabilecek zararlardan dolayı “HÜRRİYET”in, “HÜRRİYET” çalışanlarının ve yöneticilerinin sorumluluğu bulunmadığını kabul ve beyan eder.

4.2.2. “Üye”, “Site” üzerinden “HÜRRİYET”in kontrolünde olmayan başka internet sitelerine ve/veya portallara, dosyalara veya içeriklere link verilebileceğini, bu linkin linkin yöneldiği internet sitesini veya işleten kişisini desteklemek amacıyla verilmediğini ve internet sitesi veya içerdiği bilgilere yönelik herhangi bir türde bir beyan veya garanti niteliği taşımadığını, söz konusu linkler vasıtasıyla erişilen portallar, internet siteleri, dosyalar ve içerikler, hizmetler veya ürünler veya bunların içeriği ve gizlilik politikaları hakkında "HÜRRİYET"in herhangi bir sorumluluğu olmadığını kabul ve beyan eder.

4.2.3. “Üye”, “Site” dahilinde kendisi tarafından sağlanan bilgilerin ve içeriklerin doğru, hukuka uygun ve herhangi bir hak ihlali yaratmayan nitelikte

olduğunu kabul ve taahhüt eder. “Üye” özellikle fikri mülkiyet anlamında hak ihlali yaratan, tehdit, vahşet, hakaret, taciz edici, pornografik unsurlar veya çıplaklık içeren; suça, ırk ve etnik saldırıya teşvik eden ve suç unsuru oluşturabilecek hiçbir içeriği ve bilgiyi “Site”ye yükleyemez, diğer “Üyeler”e gönderemez. “HÜRRİYET”, “Üye” tarafından “HÜRRİYET”e iletilen veya “Site” üzerinden kendileri tarafından yüklenen, değiştirilen ve sağlanan bilgilerin ve içeriklerin doğruluğunu araştırma; bu bilgi ve içeriklerin güvenli, doğru ve hukuka uygun olduğunu taahhüt ve garanti etmekle yükümlü ve sorumlu olmadığı gibi, söz konusu bilgi ve içeriklerin yanlış veya hatalı olmasından veya bu bilgi ve içerikler sebebiyle “Üye”nin bilgisayarına virüs, trojan ve benzeri zararlı kod ve programların bulaşmasından dolayı ortaya çıkacak hiçbir zarardan da sorumlu tutulamaz. “HÜRRİYET”in sunduğu “Hizmetler”den yararlananlar, “Üyeler” ve “Kullanıcılar”, yalnızca hukuka uygun amaçlarla “Site” üzerinde işlem yapabilirler. “Üyeler”in, “Site” dahilinde yaptığı her işlem ve eylemdeki hukuki ve cezai sorumluluk kendilerine aittir. “HÜRRİYET”, dilerse “Site”de yer alan içeriklerde kısaltma, kesme gibi müdahalelerde bulunabilir. “HÜRRİYET”in bu şekilde müdahalede bulunması, “Üye”nin yasal sorumluluklarını ortadan kaldırmaz. “Üye”, “HÜRRİYET”in bu tür müdahalelerde bulunmasından dolayı “HÜRRİYET”i hiçbir sebeple sorumlu tutamaz, “HÜRRİYET”e karşı hiçbir hukuki talepte bulunamaz.

4.2.4 “Üye”; kendisi tarafından “Site”ye sağlanan her türlü bilgi, içerik, materyal veya verinin virüs, spyware, kötü niyetli yazılım, trojan, vs. “Site”ye veya herhangi bir parçasına zarar verecek nitelikte materyaller içermemesi için gerekli her türlü tedbiri (gerekli anti-virüs yazılımlarını kullanmak da dahil olmak üzere) aldığını kabul, beyan ve taahhüt eder.

4.2.5 “HÜRRİYET”, “Site”de sunulan içerikleri her zaman ve hiçbir bildirimde bulunmadan değiştirebilir; “Üye”lerin sisteme yükledikleri bilgileri ve içerikleri “Kullanıcılar” da dahil olmak üzere üçüncü kişilerin erişimine kapatabilir ve silebilir, “Üye”lerin “Site”ye yüklediği içerikleri ve “Üye”ler arasındaki “Site” üzerinden

gerçekleştirilen mesajlaşma da dahil olmak üzere iletişimi her zaman izleyebilir, kontrol edebilir ve bu iletişimi saklayabilir. “Üye”, “Site” üzerinden gerçekleştirdiği tüm iletişimi; “Site” üzerinde gerçekleştirdiği faaliyetler doğrultusunda gerçekleştirdiğini ve bu iletişimi özel iletişim amacıyla kullanamayacağını kabul, beyan ve taahhüt eder.

4.2.6 “Üye”, “HÜRRİYET” ve/veya başka bir “Üye” ve/veya bir üçüncü şahsın aynı veya şahsi haklarına, malvarlığına, fikri mülkiyet haklarına tecavüz teşkil edecek nitelikte “Site” dahilinde veya herhangi başka bir mecrada veya herhangi bir yerde bulunan resimleri, metinleri, görsel ve işitsel imgeleri, video klipleri, şarkıları, besteleri ve benzeri her türlü müzik ürününü, her türlü yazılımları ve yazılım parçalarını, dosyaları, veritabanlarını, katalogları ve listeleri çoğaltmayacağını, kopyalamayacağını, dağıtmayacağını, işlemeyeceğini kabul ve taahhüt etmektedir. “Üye”nin işbu Sözleşme hükümlerine ve hukuka aykırı olarak gerçekleştirdikleri “HÜRRİYET” ve “Hizmetler” ile bağlantılı faaliyetleri nedeniyle üçüncü kişilerin uğradıkları veya uğrayabilecekleri zararlardan dolayı “HÜRRİYET” doğrudan ve/veya dolaylı olarak hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz.

4.2.7. “Üye”, “Site”ye yüklediği resim, fotoğraf, metin ve videolar da dahil olmak üzere her türlü içerikle ilgili olarak “HÜRRİYET”e söz konusu içeriği başka ortama aktarma ve içerikle ilgili çoğaltma ve umuma iletim haklarının kullanım hakkını ve üçüncü kişilere bu haklarla ilgili kullanım hakkının verilmesi konusunda yetkiyi süreyle sınırsız ve tüm dünyada geçerli olmak üzere vermiştir.

4.2.8 “Üye”nin, “Site” dahilinde bulunan tüm yazılımların, yazılım parçalarının, tımlleşik veya ayrıık medya oynatıcılarının ve benzeri uygulamaların lisansını veya alt lisansını vermesi, satması, kiralaması, kiraya vermesi veya başka bir şekilde dağıtması kesinlikle yasaktır. “Üye”, “Site” dahilinde bulunan tüm yazılımları, yazılım parçalarını, tımlleşik veya ayrıık medya oynatıcılarını ve benzeri uygulamaları

tersine çevirmeyeceğini veya kaynak koda dönüştürmeyeceğini veya tersine mühendislik yapmayacağını ya da bunların kaynak kodunu bulmak veya elde etmek amacıyla yönelik herhangi bir başka işlemde bulunmayacağını kabul ve taahhüt eder.

4.3. “Site”nin Kullanımı

4.3.1. “HÜRRİYET”, “Site”nin kullanımını sadece “Kullanıcı”lara ve “Üye”lere yönelik olarak ve sadece “Site” üzerinde bulunan içeriğin görüntülenmesi, “Hizmetler”le belirlenen ve ticari olmayan amaçlarla kullanılmasıyla sınırlandırmış bulunup, bunun dışında ve özellikle aşağıda belirtilen kapsamda “Site”nin her türlü kullanımına ve “Site” üzerindeki içeriğin her türlü elde edilmesine, kopyalanmasına, işlenmesine, kullanılmasına ve “Site” üzerindeki içeriğe link verilmesine izin vermemekte ve rıza göstermemektedir:

“Site”nin yasadışı, hileli veya ticari amaçlarla kullanılması;

“Site”nin “Üye”, “Kullanıcı” veya üçüncü bir kişi tarafından kendisine ya da başka bir kişiye ait veritabanı, kayıt veya rehber yaratmak, kontrol etmek, güncellemek, değiştirmek amacıyla kullanılması; “Site”nin bütününe veya herhangi bir bölümünün bozmak, değiştirmek, tersine mühendislik yapmak amacıyla kullanılması; “Site” tarafından belirlenmiş olan iletişimler ve teknik sistemler üzerine makul olmayan veya orantısız derecede büyük yükler getiren ya da söz konusu iletişim veya teknik sistemleri engelleyen ya da bozan bir şekilde “Site”ye erişim sağlanmaya çalışılması;

“HÜRRİYET”in önceden yazılı iznini alınmaksızın, “Site” veya “Kullanıcı” ve “Üye” bilgileri ve içerikleri üzerinde otomatik program, robot, web crawler, örümcek, veri madenciliği (data minig) veri taraması (data trwaling) vb. “screen scraping” yazılımları veya sistemleri kullanılması;

4.3.2. İşbu sözleşme ile belirlenen kullanım sınırları dışında “Site”nin ve “Site” üzerindeki içeriğin kullanılması hukuka aykırı olup; “HÜRRİYET”in ilgili talep, dava ve takip hakları saklıdır.

4.3.3. “Üye” site üzerindeki her türlü mesajlaşma alt yapısını diğer “Üye”lere ve “Kullanıcı”lara istenmeyen ileti veya ticari ileti gönderme amaçlı olarak kullanamaz.

4.4. “Hizmetler”

4.4.1. “HÜRRİYET”, “Site”de yer alan diğer “Hizmetler”le ilgili olarak istediği takdirde ücret belirleyebilir; böyle bir durumda “Üye”lerin ilgili “Hizmetler”den faydalanması ücretin tam ve eksiksiz olarak ödenmesi koşuluna bağlıdır. Uygulamalarla ilgili ücretler, ödeme koşulları, ücretlerin yürürlük tarihleri Site’nin ilgili bölümlerinde ilan edilecektir. “HÜRRİYET” tarafından her zaman “Site” çeşitli “Hizmet”lerin ücretsiz veya indirimli olarak sunulması imkanı bulunmakta olup, “HÜRRİYET” her zaman söz konusu indirimli veya ücretsiz “Hizmet “ sunumundan tek taraflı olarak vazgeçip, “Hizmet”i ücretli veya tam ücretli olarak sunmaya başlayabilir. “Site”de bu konuyla ilgili bildirim yapıldığından itibaren söz konusu “Hizmetler” bildirilen şart ve koşullarda sağlanacak ve söz konusu “Hizmetler”den değişiklikten önce faydalanan “Üye”lere de değişiklikle yeni şart ve koşullar uygulanacaktır. Bir “Hizmet”le ilgili olarak eksik veya ücretsiz olduğu bildirilen “Hizmetler” dışında ödeme alınmamış olması, söz konusu “Hizmet”in ücretsiz veya kısmi ödenilen miktar bedelinde olduğunun kabulü sayılamaz. Bu şekilde eksik veya hiç ödememe halinde “HÜRRİYET”in ilgili “Üye”nin üyeliğine son verme hakkı bulunmaktadır.

4.4.2. “Hizmetler” kapsamında <http://benimsayfam.hurriyet.com.tr> alt alan adı altında sunulan hizmetlerde “Üye” gizlilik seçenekleri içerisinde “Site”ye yüklediği içeriklerden hangi bilgilerinin kimler tarafından ne şekilde görüntülenebileceğini belirlemektedir. “Üye” burada yaptığı sonuçlar doğrultusunda verdiği izinler dahilinde üçüncü kişilerin bu bilgi ve içeriklerini görebileceğini anladığını kabul ve beyan eder.

4.4.3. “HÜRRİYET”, “Hizmetler”i “Site”de belirtilen şekil ve nitelikte sunacak olup, “HÜRRİYET”in “Hizmet”in kalitesi, uygulanabilirliği, bütünlüğü, sürekliliği ve benzeri konularda herhangi bir taahhüdü ve sorumluluğu bulunmamaktadır. “HÜRRİYET”, “Hizmetler”in içerisinde ve kapsamında her zaman değişikliğe gidebilir, söz konusu değişiklikler “Site”de yayınlanma ile yürürlüğe girecektir.

4.4.4. “Hizmetler” kapsamında <http://haberalarmi.hurriyet.com.tr/> ve <http://mind.hurriyet.com.tr/> alt alan adları altında sunulan hizmetlerde, “Hizmet” doğrultusunda ilgili bilgi ve haberlerin derlenmesi, gönderilmesi, bunların güncelliği, doğruluğu ve tamlığı ile “HÜRRİYET”in herhangi bir taahhüdü ve sorumluluğu bulunmamaktadır.

4.4.5. “Hizmetler” kapsamında <http://bumerang.hurriyet.com.tr> alt alan adı altında sunulan hizmetlerde, aşağıdaki durumlarına oluşması halinde “Üye”nin üyeliğine son verebileceği gibi, “Üye”nin Bumerang hizmetinden faydalanmasına son verebilir, aşağıdaki durumların oluşması sebebiyle “HÜRRİYET”in herhangi bir şekilde zarara uğraması durumunda “Üye” bu zararı zararın kendisine bildirilmesiyle derhal ve nakden ödeyecektir:

· “Üye”nin işbu sözleşme ile “Site”ye yüklemesine izin verilmeyen içeriklerle aynı nitelikteki içeriklerin Bumerang hizmeti için kayıt ettirdiği sitesi üzerinde bulunması,

· “Üye”nin işbu sözleşme ile “Site” üzerinden yasaklanan fiillerini Bumerang hizmeti için kayıt ettirdiği sitesi üzerinden gerçekleştirmesi

5. Gizlilik

5.1. “HÜRRİYET”, “Üye” tarafından “Site”ye beyan edilen “Üye” bilgilerini; işbu sözleşme ile belirlenen yükümlülüklerini ve “Site”nin işletilmesi için gereken uygulamaların yürütülmesini ifa ve kendisi tarafından belirlenen istatistiki değerlendirmeler amacıyla ve bunlarla sınırlı olmamak kaydıyla, söz konusu yükümlülükleri ifa edebilmesi için gereken sürelerde kullanabilir ve saklayabilir ve üçüncü kişilere açıklayabilir. “Üye”, bilgilerinin “HÜRRİYET” tarafından bu şekilde kullanımına ve saklanmasına rıza gösterdiğini kabul ve beyan eder.

5.2. Sistemle ilgili sorunların tanımlanması ve “Site”de çıkabilecek sorunların ivedilikle giderilebilmesi için, “HÜRRİYET”, gerektiğinde kullanıcıların IP adresini tespit etmekte ve bunu kullanmaktadır. IP adresleri, kullanıcıları genel bir şekilde tanımlamak ve kapsamlı demografik bilgi toplamak amacıyla da kullanılabilir.

5.3. “HÜRRİYET”, “Site” vasıtasıyla “Site”ye üyelik kazanılması için kullanıcıların kendileriyle ilgili talep edilen bir takım kişisel bilgilerini (isim-soyisim, telefon, adres, e-posta adresleri gibi) “HÜRRİYET” veya işbirliği içinde olduğu kişiler tarafından doğrudan pazarlama yapmak amacıyla kullanabilir. Kişisel bilgiler,

gerektiğinde kullanıcıyla temas kurmak için de kullanılır. “HÜRRİYET” tarafından talep edilen bilgiler veya kullanıcı tarafından sağlanan bilgiler veya “Site” üzerinden yapılan işlemlerle ilgili bilgiler “HÜRRİYET” ve işbirliği içinde olduğu kişiler tarafından kullanıcının kimliği ifşa edilmeden çeşitli istatistiksel değerlendirmeler, veri tabanı oluşturma ve pazar araştırmalarında kullanılabilir.

5.4. “HÜRRİYET”, kullanıcılar ve kullanıcıların “Site”yi kullanımı hakkındaki bilgileri teknik bir iletişim dosyasını (Kurabiye-Cookie) kullanarak elde edebilir. Bahsi geçen teknik iletişim dosyaları, ana bellekte saklanmak üzere bir web sitesinin, kullanıcının tarayıcısına (browser) gönderdiği küçük metin dosyalarıdır. Teknik iletişim dosyası bir web sitesi hakkında durum ve tercihleri saklayarak internetin kullanımını kolaylaştırır. Teknik iletişim dosyası, Web Sitesi’ni kaç kişinin kullandığını, bir kişinin Web Sitesi’ni hangi amaçla, kaç kez ziyaret ettiğini ve ne kadar kaldığı hakkında istatistiksel bilgileri elde etmek ve kullanıcılar için özel tasarlanmış kullanıcı sayfalarından dinamik olarak reklam ve içerik üretilmesine yardımcı olur. Teknik iletişim dosyası, ana bellekten veya e-postasından veri veya başkaca herhangi bir kişisel bilgi almak için tasarlanmamıştır. Tarayıcıların pek çoğu başta teknik iletişim dosyasını kabul eder biçimde tasarlanmıştır, ancak kullanıcılar dilerse teknik iletişim dosyasının gelmemesi veya teknik iletişim dosyasının gönderildiğinde ikaz verilmesini sağlayacak biçimde ayarları değiştirebilirler.

5.5. “HÜRRİYET”, tarafından “Site” dahilinde düzenlenen periyodik anketlere cevap veren kullanıcılardan talep edilen bilgiler, “HÜRRİYET” ve işbirliği içindeki kişiler tarafından bu kullanıcılara doğrudan pazarlama yapmak, istatistiki analiz yapmak ve veri tabanı oluşturmak amacıyla kullanılabilir. “HÜRRİYET” promosyonel amaçlarla ve bilgi verme amacıyla “Üyeler”le e-posta da dahil olmak üzere çeşitli yollarla iletişime geçebilir.

5.6. “Üyeler” ve “Kullanıcılar”, site üzerinde beğendikleri haber, yazı ya da arama sonuçlarını yakınlarına ya da arkadaşlarına gönderebilmektedir. Bu işlem yapılırken üyenin belirttiği alıcı e- posta adresi, sitenin promosyonel aktivitelerini duyurmak dışında başka amaç için kullanılmayacaktır.

5.7. “Üye” ve “Kullanıcılar”ın “Site” ile ilgili “HÜRRİYET”e ulaştırdıkları her türlü istek, öneri, yorum ve soruları içeren bilgiler “Site” performansını ölçmek açısından saklanabilir.

5.8. “HÜRRİYET”, yürürlükteki mevzuat uyarınca yetkili makamlardan usulüne uygun olarak talep gelmesi halinde “Üye”nin kendisinde bulunan bilgilerini ilgili yetkili makamlarla paylaşacaktır.

6. Fikri Mülkiyet Hakları

“Site”nin (arayüz, ilan veri tabanı, içerik veri tabanı, tasarım, metin, imge, html kodu ve diğer kodlar da dahil ve fakat bunlarla sınırlı olmamak kaydıyla) tüm elemanları “HÜRRİYET”e ait ve/veya “HÜRRİYET” tarafından üçüncü bir kişiden alınan lisans hakkı altında kullanılmaktadır. “HÜRRİYET” uygulamalarının, “Site”de yer alan bilgilerin ve “HÜRRİYET”in telif haklarına tabi çalışmalarının yeniden satışı, paylaşılması, dağıtılması, sergilenmesi ve üçüncü kişilerin erişimine sunulmasına “HÜRRİYET” tarafından izin verilmemektedir. İzin verilmeyen kullanımı gerçekleştiren kişiler, “HÜRRİYET”in ve üçüncü kişilerin uğradıkları zararları mahkeme masrafları ve avukatlık ücreti de dahil olmak üzere karşılamakla yükümlü olacaklardır. “HÜRRİYET”in; “Site” ve “Site” üzerindeki uygulamaları ve içerikleri, bilgileri, telif haklarına tabi çalışmaları, ticari markaları, ticari görünümü veya Site vasıtasıyla sahip olduğu her tür maddi ve fikri mülkiyet hakları da dahil tüm malvarlığı, ayni ve şahsi hak, ticari bilgi ve know-how’a yönelik tüm hakları saklıdır.

7. Sözleşme Değişiklikleri

“HÜRRİYET”, tamamen kendi takdirine bağlı ve tek taraflı olarak işbu sözleşmeyi uygun göreceği herhangi bir zamanda “Site”de ilan ederek değiştirebilir. İşbu sözleşmenin değişen hükümleri, ilan edildikleri tarihte geçerlilik kazanacak, geri kalan hükümler aynen yürürlükte kalarak hüküm ve sonuçlarını doğurmaya devam edecektir. İşbu sözleşme, “Üye”nin tek taraflı beyanı ile değiştirilemez.

8. Mücbir Sebepler

Hukuken mücbir sebep sayılan tüm durumlarda, “HÜRRİYET” işbu sözleşme ile belirlenen edimlerinden herhangi birini geç veya eksik ifa etme veya ifa etmeme nedeniyle sorumlu değildir. Bu ve bunun gibi durumlar, “HÜRRİYET” için, gecikme, eksik ifa etme veya ifa etmeme veya temerrüt addedilmeyecek veya bu durumlar için “HÜRRİYET”ten herhangi bir nam altında tazminat talep edilemeyecektir. Mücbir sebep terimi; doğal afet, isyan, savaş, grev, iletişim sorunları, altyapı ve internet arızaları, sisteme ilişkin iyileştirme veya yenileştirme çalışmaları ve bu sebeple meydana gelebilecek arızalar, elektrik kesintisi ve kötü hava koşulları da dâhil ve fakat bunlarla sınırlı olmamak kaydıyla ilgili tarafın makul kontrolü haricinde ve “HÜRRİYET”in gerekli özeni göstermesine rağmen önleyemediği kaçınılmayacak olaylar olarak yorumlanacaktır.

9. Uygulanacak Hukuk ve Yetki

İşbu sözleşmenin uygulanmasında, yorumlanmasında ve işbu sözleşme dâhilinde doğan hukuki ilişkilerin yönetiminde yabancılık unsuru bulunması durumunda Türk kanunlar ihtilafı kuralları hariç olmak üzere Türk Hukuku uygulanacaktır. İşbu sözleşmeden dolayı doğan veya doğabilecek her türlü ihtilafın hallinde İstanbul Mahkemeleri ve İcra Daireleri yetkilidir.

10. HÜRRİYET Kayıtlarının Geçerliliği

“Üye”, işbu sözleşmeden doğabilecek ihtilaflarda “HÜRRİYET”in kendi veritabanında, sunucularında tuttuğu elektronik ve sistem kayıtlarının, ticari kayıtlarının, defter kayıtlarının, mikrofilm, mikrofiş ve bilgisayar kayıtlarının muteber bağlayıcı, kesin ve münhasır delil teşkil edeceğini, “HÜRRİYET”i yemin teklifinden ber’i kıldığını ve bu maddenin HUMK 287. Madde anlamında delil sözleşmesi niteliğinde olduğunu kabul, beyan ve taahhüt eder.

11. Bütünlük

İşbu sözleşmenin herhangi bir hükmünün geçersizliği, yasaya aykırılığı veya uygulanamazlığı, sözleşmenin geri kalan hükümlerinin yürürlüğünü etkilemeyecektir.

12. Yürürlük

İşbu sözleşme “Üye”nin elektronik olarak onay vermesi ile karşılıklı olarak kabul edilerek yürürlüğe girmiştir.

ÖZGEÇMİŞ

1. **Adı Soyadı** : Engin ÇAĞLAK
2. **Doğum Tarihi** : 20.09.1972
3. **Unvanı** : Öğretim Görevlisi
4. **Öğrenim Durumu** : Doktora

Derece	Alan	Üniversite	Yılı
Lisans	İletişim Bilimleri - Gazetecilik	Marmara Üniversitesi	1998
Y. Lisans	İletişim Bilimleri - Gazetecilik	Marmara Üniversitesi	2006
Doktora	İletişim Bilimleri - Gazetecilik	Marmara Üniversitesi	2013

5. **Akademik Unvanlar**

Unvan	Alan	Üniversite	Yıl
Öğretim Görevlisi	İletişim Bilimleri	İst. Ticaret Üniversitesi	2003

Uzm. Öğrt. Gör.	İletişim Bilimleri	İst. Ticaret Üniversitesi	2012

6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

6.1. Yüksek lisans Tezleri

6.2. Doktora Tezleri

7. Yayınlar

7.1. Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler

7.2. Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında

(Proceedings) Basılan Bildiriler:

Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferans Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, 28-30 Nisan 2010, **Yeni Medyada Yer Alan Gizli Çekim Görüntüler ve Etik**. International Conference of New Media and Interactivity, İstanbul, s. 491

7.3. Yazılan Uluslararası Kitaplar veya Kitaplarda Bölümler

Kitap Bölümü; “Cumhuriyetin 9 Gazetesi” Editör Prof. Dr. Şengül Özerkan, “Vakit Gazetesi” Yazar: Engin Çağlak

7.4. Ulusal Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler

İst. Ticaret Üniversitesi Dergisi Sayı 4 / Aralık 2003

“KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA TÜRKÇE’NİN YANLIŞ KULLANIMI”

7.5. Ulusal, Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında

Basılan Bildiriler

7.6 Diğer Yayınlar:

Eğitim Destek Belgeselleri Serisi I – II – III

“Bir Gazetenin Basım Hikayesi”

“Sesli Kutu: Radyo”

“Sihirli Dünya: Televizyon” Yönetmen; Engin ÇAĞLAK

7.6.1. Raporlar

7.6.2. Araştırmalar

7.6.3. Makaleler

8. Projeler;

İst. Ticaret Üniv. Okul Kataloğu 2011 – Fotoğraf Çekimi

“Objektifimizden Yansıyan 2” Fotoğraf Sergisi Koordinatör – Katılım.

“Bizden Kareler” Fotoğraf Sergisi Koordinatör – Katılım.

“İşim İletişim 2011 ve Yıl Sonu Öğrenci Sergisi” Fotoğraf Sergisi Koordinatör

“İtalik” Dergisi Genel Koordinatör

“Gazetem” Uygulama Gazetesi Genel Koordinatör – Yazı İşleri

İst. Ticaret Üniv. Tanıtım Filmi 2012 - Yönetmen

“Objektifimizden Yansıyan 3” 2012Fotoğraf Sergisi Koordinatör – Katılım.

“Bizden Kareler 2” 2012Fotoğraf Sergisi Koordinatör – Katılım.

“İşim İletişim 2012 ve Yıl Sonu Öğrenci Sergisi” Fotoğraf Sergisi Koordinatör

“Gazetem” Uygulama Gazetesi – Yazı İşleri

9. İdari Görevler

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo – Televizyon Stüdyoları sorumluluğu ve yönetimi.

Teknik Yönetmenlik.

İletişim Fakültesi Staj Komisyonu Başkanı

AB Bakanlığı “Genç İletişimciler Yarışması” Danışmanlığı

10. Bilimsel Kuruluşlara Üyelikler

TÜBİTAK

11. Ödüller

1998 Altın Kelebek En İyi Haber Programı.

AB Bakanlığı Televizyon Kategorisi 2.’lik başarısı.

CURRICULUM VITAE

1. Name Surname: Engin Çağlak

2. Date of Birth: 20.09.1972

3. Title: Lecturer

4. Education: Ph.d.

Degrees	Field	University	Year
License	Communication Sciences-Journalism	Marmara University	1998
M.s.	Communication Sciences-Journalism	Marmara University	2006
Phd	Communication Sciences-Journalism	Marmara University	2013

5. academic titles

Title	Field	University	Year
Lecturer	Communication Sciences	Ist. Commerce University	2003
Exp. Student. Trends.	Communication Sciences	Ist. Commerce University	2012

6. master's and doctoral Theses are managed

6.1. msc Thesis

6.2. Phd Theses

7. Publications

7.1. articles published in international refereed journals

7.2. Offered and the international scientific meetings Abstracts

(Proceedings) Published In:

International Conference on new communication Environments and interact with Marmara University communication faculty, 28-30 April 2010, **Ywidth Displays Hidden Shots and ethical Media**. International Conference of the New Media and Interactivity, İstanbul, s., 491

7.3. Post International Books or Books Sections

Book Chapter; "Republic" Newspaper Editor 9, Prof. Dr. Şengül Özerkan,
"time" Author: El C

7.4. National articles published in peer-reviewed journals

Ist. Commerce University magazine issue 4/December 2003
"MISUSE OF TURKISH MEDIA COMMUNICATIONS"

7.5. the national, scientific meetings and Abstracts Printed Leaflets

4.7 other publications:

Education Support Documentaries Series I – II – III
"The Story Of A Newspaper Printing"
"Voice Box: Radio"
"Magic World: Television" Director; John C

7.6.1. Reports

7.6.2. Research

7.6.3. the articles

8. projects;

Ist. Commerce And Unv. School Catalog 2011 – photo shoot
"Objektifimizden reflected in the 2" photo exhibition Coordinator – Participation.
"Our Squares" Photo Exhibition Coordinator – Participation.
"My job is the end of the year and Communication 2011 student exhibition"
photography exhibition Coordinator
"Italic" Magazine General Coordinator
"My Paper" Application Newspaper General Coordinator – Editorial

Ist. Commerce And Unv. Introduction movie 2012-Director
"Objektifimizden Reflected 3" 2012Fotoğraf Exhibition Coordinator –
Participation.
"Our Squares 2" 2012Fotoğraf Exhibition Coordinator – Participation.
"My job at the end of the year 2012 and Communication student exhibition"
photography exhibition Coordinator
"My Paper" Application Newspaper – Editorial

9. Administrative Tasks

İstanbul Commerce University, Faculty of communications, Radio – Television Studios is the responsibility and management.
Technical Director.
Faculty Of Communication And Media Studies Internship Commission President
"The Young Communicators Contest" Ministry For Eu Consultancy

10. Scientific Kuruluşluklara Memberships

TUBITAK

11. Prizes

1998 Golden Butterfly Best News program.
EU Affairs Television Category 2.success.