

**T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
FOTOĞRAF ANASANAT DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TÜRKİYE’DE İNTERNET HABERCİLİĞİNDE
FOTOĞRAF**

Hazırlayan

Çetin AYVAZ

DANIŞMAN

YRD. DOÇ.DR. Sadık TUMAY

İZMİR 2008

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Türkiye’de İnternet Haberciliğinde Fotoğrafın Kullanımı” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

21.07.2008

Çetin AYVAZ

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü'nün
...../...../..... tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jüri,
Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin maddesine göre
..... Anasanat Dalı Yüksek
Lisans öğrencisi.....'nın
.....
konulu tezi incelenmiş ve aday/...../..... tarihinde, saat' da
jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra
..... dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan
anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar
değerlendirilerek tezin olduğuna oy
..... ile karar verildi.

BAŞKAN

ÜYE

ÜYE

YÜKSEK ÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ VERİ FORMU

Tez No : Konu Kodu : Üniv. Kodu :

Not: Bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır.

Tez Yazarının

Soyadı : AYVAZ

Adı : Çetin

Tezin Türkçe Adı : Türkiye’de İnternet Haberciliğinde Fotoğraf

Tezin Yabancı Dildeki Adı : The Photograph at İnternet Journalism in Turkey

Tezin Yapıldığı

Üniversite : D.E.Ü.

Enstitü : Güzel Sanatlar

Yıl : 2008

Diğer Kuruluşlar :

Tezin Türü :

Yüksek Lisans : ☒

Dili : Türkçe

Doktora : ☐

Sayfa Sayısı : 173

Tıpta Uzmanlık : ☐

Referans Sayısı : 104

Sanatta Yeterlilik : ☐

Tez Danışmanının

Ünvanı : Yard. Doç. Dr.

Adı :Sadık

Soyadı : TUMAY

Türkçe Anahtar Kelimeler :

- 1) Fotoğraf
- 2) İnternet
- 3) Haber
- 4) Yayıncılık
- 5) Teknoloji

İngilizce Anahtar Kelimeler :

- 1) Photography
- 2) İnternet
- 3) News
- 4) Publishing
- 5) Technology

Tarih: 21/07/2008

İmza:

Tezimin Erişim Sayfasında Yayınlanmasını İstiyorum Evet ☐ Hayır ☐

ÖZET

Bütün yeniliklerin getirdiği değişimler gibi bilgisayar ve ardından internetin insan hayatına girmesinden sonra insan yaşamının her alanında kendini hissettirmiştir. Türkiye’de internetin kullanıma girmesi ve kısa sürede yaygınlaşmasının ardından Dünya’da birçok disiplinde kullanıldığı gibi ülkemizde de kullanılmış ve basın sektöründe de farklı uygulamalarla yerini almıştır.

Bu araştırmada geleneksel basının vazgeçilmez bir unsuru olan fotoğrafın Türkiye’de internet haberciliği yapan sitelerdeki kullanımı araştırılmıştır. Araştırmanın amacı Türkiye’deki farklı uygulamaları ve fotoğrafın haber sitelerinde önemini belirlemektir.

Çalışmanın birinci bölümünde internet haberciliğinin teknik şartlarını sağlayan temel iki unsur olan bilgisayar ve internetin dünyada ve Türkiye’de gelişimi açıklanmıştır. İkinci bölümde haberciliğin günümüze kadar gelişimi ele alınmıştır. Son bölümde internet haberciliği kavramı da incelenmiş ve belirli ölçütlere göre ele alınan beş haber sitesi de ele alınarak Türkiye’de internet haberciliğinde fotoğrafın kullanımı saptanmaya çalışılmıştır.

ABSTRACT

AS all the innovations brought, computer and then the internet's access to our world, has made us feel the chan in every aspect of daily life. After getting in use of daily life of internet in Turkey, it has quickly spreaded all over the country and naturally being used in different type of dyciplines as media and pres has had enough of it with different type of usage.

Photograph; an unresistible part of traditional written media and it's way of utilization on news oriented web sites has been ascertained in this research. Purpose of research is to modify importance of photograp and different way of demonstrations in Turkey.

On the first chapter, the development of computer and internet has been expounded as the basic provider of technical circumstances of internet journalism. The 2nd chapter contains the improvement of journalism from beginning to today. Last chapter gets deep with internet journalism as a concept, utilization of photograph in Turkey on web journalism and gives examples from five web sites which are selected on specific criterias.

ÖNSÖZ

Bilgisayarın ve internetin hayatımıza girmesinden sonra her alanda yaşadığımız değişimlerin en önemlilerinden birini de medya sektöründe yaşamaktayız. Hayatımızı bir bütün olarak etkileyen bilişim çağı, yemek siparişi alışkanlığımızdan alışveriş alışkanlıklarımızı etkilediği gibi haber edinme alışkanlıklarımızı da etkilemiştir. Sabah alınıp ulaşım araçlarında göz gezdirilip ev de veya işyerinde ayrıntılı olarak okunan gazetelerin yanında artık cep telefonlarından en son haberlere ulaşılan haber siteleri karşımıza çıkmaktadır. Bu yeni ve kendini sürekli yenileyen habercilik alanı geleneksel basının kullandığı araçları da kullanmaktadır. Bunlardan biri de fotoğraftır.

Türkiye’de haber sitelerin kullandığı bu aracın yani fotoğrafın, internet üzerinden habercilik yapan bu siteler üzerinde kullanımını belirlemeye çalışan bu araştırma yapılırken literatür araştırmasının yanında internet haberciliği yapan sitelerin yöneticileri, editörleri, haber sitelerine fotoğraf servisi yapan haber ajansları ile ilgili kurum ve firmalarla da görüşülmüş ve veriler alınıp incelenmiştir.

Çalışmam sırasında bu tezin ortaya çıkmasında yoğun çalışmaları arasında bana fırsat oluşturarak ilgisini ve bilgisini esirgemeyen Yrd. Doç. Dr. Sadık Tumay’a, İzmir’deki medya kurumları ile olan çalışmalarım da bana yardımcı olan Hüseyin Ulaş Sağ’a, İstanbul’daki medya kurumları ile çalışmalarım da bana yardımcı olan Alper Danış’a, tez çalışmalarım süresince çalışma koşullarımda elinden gelen kolaylığı sağlayan Uzm. Ömer Karaca’ya ve tez süresince desteğini benden esirgemeyip sabırla destekleyen abim Ali Ayvaz’a, babam Hüseyin Ayvaz’a ve Annem Aynur Ayvaz’a teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER
TÜRKİYE’DE İNTERNET HABERCİLİĞİNDE FOTOĞRAFIN
KULLANIMI

YEMİN METNİ	II
TUTANAK	III
YÖK DOKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ FORMU	IV
ÖZET	V
ABSTRACT	VI
ÖNSÖZ	VII
İÇİNDEKİLER	VIII
GRAFİKLER LİSTESİ	X
FOTOĞRAF LİSTESİ	XI
EKLER LİSTESİ	XII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. BİLGİSAYAR VE İNTERNET	3
1.1. Bilgisayar nedir?	3
1.1.1. Bilgisayar ve Fotoğraf	9
1.2. İnternet ve Gelişimi	10
1.2.1. Dünyada internetin tarihi	11
1.2.2. Türkiye’de internet	14
1.3. Fotoğrafın İnternette Kullanımı	25

İKİNCİ BÖLÜM

2. HABER ve HABERCİLİKTE FOTOĞRAF	28
2.1. Haber ve Fotoğraf İlişkisi	31
2.1.1 Haberin unsurları	31

2.1.2. Habercilikte Fotoğrafın Kullanımı	32
2.1.2.1. Kitle İletişim Haberciliğinde Fotoğraf	35
2.1.2.1.1. Haber Fotoğrafı Kriterleri	37
2.1.2.1.2. Haber Fotoğrafının Gücü ve Önemi	38
2.2. Habercilik ve Haber Görselliğinde Dönemler	40
2.2.1. Matbaaya kadar habercilik ve Görsellik	41
2.2.2. Haberciliğin Sanayileşmesi ve Fotoğrafın İcadı	49
2.2.3. Haberciliğin ve Görselliğin Sayısallaşması	54

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. İNTERNET HABERCİLİĞİ'NDE FOTOĞRAFIN KULLANIMI	59
3.1. İnternet Haberciliği	60
3.2. Türkiye'de İnternet Haberciliği	63
3.2.1 Bağımsız İnternet Haber Siteleri	66
3.2.2 Bir Medya Kurumuna Bağlı İnternet Haber Siteleri	73
3.3. Türkiye'de İnternet Haberciliği'nde Fotoğrafın Kullanımı	77
3.3.1. Türkiye'de İnternet Haber Sitelerinde Fotoğrafın Önemi	84
3.3.2. Türkiye'de İnternet Haber Sitelerinde Kullanılan Fotoğraf Kaynakları	128
3.3.3.Türkiye'de İnternet Haberciliğindeki Örnek Fotoğrafların Karşılaştırmalı Analizi	132
SONUÇ	140
KAYNAKÇA	144
EKLER	149
ÖZGEÇMİŞ	173

GRAFİKLER LİSTESİ

- 1 - Zaman Gazetesi Arşivi (Zaman Gazetesi'nin ilk internet sayfası) - 2 Aralık 1995
- 2 - Zaman Gazetesi Arşivi - 10 Ekim 1996 –
- 3 - Milliyet Gazetesi Arşivi - 26 Kasım 1996 –
- 4 – Yaysat – 30 Mayıs 2008
- 5 - Posta Gazetesi Logo - 31 Mayıs 2007
- 6 - www.posta-gazetesi.net - 12 Haziran 2008
- 7 - www.alexa.com - 1 Temmuz 2008
- 8 - www.alexa.com - 27 Mayıs 2008
- 9 - www.alexa.com - 28 Haziran 2008
- 10 – www.milliyet.com.tr - 27 Mayıs 2008
- 11 - www.milliyet.com.tr – 28 Haziran 2008
- 12 - www.milliyet.com.tr – 7 Temmuz 2008
- 13 - www.milliyet.com.tr - 7 Temmuz 2008
- 14 - www.milliyet.com.tr - 7 Temmuz 2008
- 15 - www.milliyet.com.tr - 7 Temmuz 2008
- 16 - www.milliyet.com.tr - 7 Temmuz 2008
- 17 - www.milliyet.com.tr - 7 Temmuz 2008
- 18 - www.milliyet.com.tr - 7 Temmuz 2008
- 19 - www.milliyet.com.tr - 7 Temmuz 2008
- 20 – www.hurriyet.com.tr – 27 Mayıs 2008
- 21 – www.hurriyet.com.tr – 28 Haziran 2008
- 22 - www.hurriyet.com.tr – 21 Haziran 2008
- 23 - www.hurriyet.com.tr – 26 Haziran 2008
- 24 - www.hurriyet.com.tr – 17 Mart 2008
- 25 - www.hurriyet.com.tr – 17 Mart 2008
- 26 - www.hurriyet.com.tr – 10 Aralık 2007
- 27 – www.internethaber.com – 27 Mayıs 2008
- 28 - www.internethaber.com – 28 Haziran 2008
- 29 - www.internethaber.com – 1 Temmuz 2008
- 30 – www.zaman.com.tr – 27 Mayıs 2008
- 31 - www.zaman.com.tr – 28 Haziran 2008

32 - www.zaman.com.tr – 1 Temmuz 2008

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

- 1- Eddie Adams - General Nguyen Ngoc Loan executing a Viet Cong prisoner in
Saigon – 1 Şubat 1968
- 2- Roger Fenton – Kırım Savaşı- 1855
- 3- Cumhuriyet Gazetesi- 20 Mart 2003
- 4- www.milliyet.com.tr - 1 Temmuz 2008
- 5- www. milliyet.com.tr - 5 Mayıs 2008
- 6- www. hurriyet.com.tr - 3 Ocak 2008
- 7- www.ntvmsnbc.com – 3 Ocak 2008
- 8- www.hurriyet.com.tr – 30 Ocak 2008
- 9- www.hurriyet.com.tr – 18 Mayıs 2007
- 10- www.hurriyet.com.tr - 22 Ocak 2008
- 11- www.hurriyet.com.tr - 22 Ocak 2008
- 12- www.hurriyet.com.tr - 22 Ocak 2008
- 13- www.hurriyet.com.tr - 22 Ocak 2008
- 14- www.hurriyet.com.tr - 9 Nisan 2008
- 15- www.hurriyet.com.tr - 1 Mayıs 2008
- 16- www.hurriyet.com.tr – 25 Ocak 2008
- 17- www.hurriyet.com.tr – 29 Eylül 2007
- 18- www.hurriyet.com.tr – 29 Eylül 2007
- 19- www.hurriyet.com.tr – 28 Nisan 2008
- 20- www.hurriyet.com.tr – 11 Temmuz 2008
- 21- www.hurriyet.com.tr – 8 Temmuz 2008
- 22- www.internethaber.com – 14 Temmuz 2008
- 23- www.internethaber.com – 14 Temmuz 2008
- 24- www.internethaber.com – 11 Temmuz 2008
- 25- www.internethaber.com – 11 Temmuz 2008
- 26- www.internethaber.com – 1 Temmuz 2008
- 27- www.internethaber.com – 1 Temmuz 2008
- 28- www.hurriyet.com.tr – 1 Mayıs 2008

- 29- www.internethaber.com – 1 Mayıs2008
30- www.internethaber.com – 1 Mayıs2008
31- www.hurriyet.com.tr – 1 Mayıs 2008
32- www.hurriyet.com.tr – 1 Mayıs 2008
33- Anadolu Ajansı – 1 Mayıs 2008
34- Anadolu Ajansı – 1 Mayıs 2008
35- www.zaman.com.tr – 1 Mayıs 2008
36- www.zaman.com.tr – 1 Mayıs 2008
37- www.zaman.com.tr – 1 Mayıs 2008

EKLER LİSTESİ

- EK – 1 www.hurriyet.com.tr - 1 Kasım 2007 – 31 Mart 2008 Ana sayfa ve Foto Galerilerin tıklanma oranları
EK – 2 RÖPORTAJ – Anadolu Ajansı Fotoğraf Haberleri Müdürü Abdurrahman ANTAKYALI
EK – 3 RÖPORTAJ – İnternet Medyası Derneği Başkanı ve www.internethbaer.com sitesinin sahibi Hadi ÖZİŞİK
EK – 4 RÖPORTAJ - www.hurriyet.com.tr Haber Müdürü Oğuz Güven
EK – 5 RÖPORTAJ – www.zaman.com.tr - İnternet Editörü Vahit YAZGAN
EK – 6 RÖPORTAJ – www.ntvmsnbc.com.tr - Medya Koordinatörü Yunus Halit TÜRE

GİRİŞ

İnsanoğlunun var olduğundan beri var olan sosyal ihtiyaçlarından biri de haber alma ihtiyacıdır. Sosyal bir varlık olan insan yaşadığı çevre içerisinde olup bitenleri bilmek bunun yanında kendi başına gelenleri başkalarına duyurmak ihtiyacı duyar. Bu ihtiyaçtan doğan haberleşme eylemi doğrudan doğruya iletişimden günümüze gelişen teknoloji ile beraber internet üzerinden hale giderilebilir hale gelmiştir. Bireyler için kişisel bir ihtiyaç olan haberleşme yazının icadından bugüne çeşitli araçlarla sağlanarak kişilerin ve toplumların ihtiyacını karşılamıştır. Matbaanın icadıyla dağıtım konusunda büyük bir gelişme sağlayan basın, sanayi devrimi ile beraber başlı başına bir sanayi haline gelmiş ve dördün kuvvet olma yolunda ilk adımlarını artmıştır. Aynı dönemde fotoğrafın icadı ile beraber çeşitli sektörleri etkilediği gibi habercilik sektörünü de etkilemiş ve içinde var olmuştur. Fotoğraf ile beraber habercilikte yeni bir aşama katedilmiş ve haberin en ayrılmaz parçalarından biri olarak habercilik sektöründe yerini almıştır. Yirminci yüzyılın sonlarına doğru sayısal teknolojinin egemenliği ve internetin ortaya çıkmasıyla beraber birçok sektörde olduğu gibi habercilik alanında da köklü değişiklikler ve yenilikler olmuştur.

Başlı başına bir iletişim olgusu olan internette habercilik sektörü de kısa zamanda yerini almıştır. Habercilik sektöründeki kurumlarla beraber sadece internet ortamında yer alan haber sitelerinin ortaya çıktığı bu dönemde geleneksel basının vazgeçilmezi olan fotoğraf, internet haberciliğinin ilk zamanlarından itibaren kullanılmıştır. Dünyadaki örneklerinde olduğu gibi Türkiye’de de habercilik sektörü kısa sürede internet ortamında yerini almıştır. Bu dönem ilk dönemde çok hızlı olmasa da medya gruplarına bağlı gazetelerin ve televizyonların yer almasından sonra çok hızlı bir süreç yaşanmıştır. Bu sürecin başlangıcından bugüne fotoğrafta internet haber sitelerinde yer almıştır. Yapılan çalışma internet haberciliğinde fotoğrafın kullanımında geleneksel basından farkları ve benzerlikleri, bağımsız internet haber siteleri olsun bir medya kurumuna bağlı siteler olsun fotoğrafı kullanma şekilleri, internet haber sitelerinin fotoğraf edinme alışkanlıkları gibi konular üzerine odaklanmış ve tespitlerde bulunmaya çalışmıştır. Bu tespitler

yapılırken bilgisayar ve internetin bugüne kadar haber ve fotoğrafçılıkla olan ilişkileri incelenerek daha doğru belirlemeler yapılması amaçlanmıştır.

Üç bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde bilgisayar ve internet kavramları açıklanırken her iki olgunun birbirleriyle ve fotoğrafla ilgili ilişkileri incelenmiştir. İkinci bölümde ele alınan haber ve fotoğraf kavramları tarih içinde gelişimleri ve kullanım alışkanlıklarının değişimleri belirlenmeye çalışılmıştır. Haberin ne olduğu, haber fotoğrafçılığının ne olduğu gibi sorulara cevap aranılan bu bölümde habercilik ve fotoğrafın gelişimleri toplumları da etkileyen değişimler göz önüne alınarak bölümlere ayrılmış ve incelenmiştir. Son bölümde ise internet haberciliğinde fotoğrafın kullanımı ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Öncelikle internet haberciliği kavramının ne olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Türkiye’de internet haberciliği incelenirken bağımsız haber siteleri ve bir medya kurumuna bağlı haber siteleri olarak ele alınmıştır. Türkiye’de internet haber sitelerinde fotoğrafın önemi ve kullanılan fotoğrafların kaynakları belirlenmeye çalışılırken örnek olay fotoğrafları incelenerek daha iyi tespitler yapılmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. BİLGİSAYAR VE İNTERNET

İnsanlık tarihinde her büyük icadın var olan toplumsal, ekonomik ve politik yapılanmalarda değişimler yaratmıştır. Yeniliğin getirdiği bu değişimlerin yarattığı etkiler ne kadar büyükse var olan icadın ne kadar önemli olduğundan bahsedebiliriz. Buhar gücünün keşfi ile sanayileşmenin başlaması toplumun her kesimini, toplumları etkilemesiyle nasıl bir devrim olarak görülüyorsa bilgisayar ve internetin de insan hayatına girmesi de kişiler ve toplumlar için büyük değişimlere sebep olmuş ve hayatın her alanında kendini hissettirmesi nedeniyle enformasyon devrimini gerçekleştiren temel unsurlar olarak nitelendirilmiştir.

1.1. Bilgisayar nedir?

Bilgisayar dediğimizde ilk akla gelen tanımı, kullanıcılarından aldığı verilerle aritmetik ve mantıksal işlemleri yapabilen, ayrıca yaptığı işlemlerin sonucunu saklayabilen elektronik bir aygıttır. Bilgisayarın elektronik bir aygıt olması, bir programa göre çalışması ve işlemleri yürütmesi gibi temel özellikleri vardır. Günümüzde multimedya (çoklu ortam) gibi görsel ve işitsel anlamda çok daha fazla yetenekleri olan bir bileşik aygıt haline gelmiştir.

Günümüze gelene kadar birçok evreden geçen bilgisayarın tarihine bakacak olursak hesap işlemleri için kullanılan ilk aygıtlara kadar gitmemiz gerekmektedir. Hesap işlemleri için tarihte ilk kullanılan aygıt ABACUS' tür. Bu hesaplayıcının M.Ö.1000 yıllarında Çinliler tarafından kullanıldığı kabul edilmiştir.¹

Hesap makinesi olaraksa en büyük gelişmeyi 17. Yüzyıl'da görmekteyiz. Fransız Matematikçi Blaise Pascal tarafından geliştirilmiştir. Pascal 16 yaşında iken 1642 yılında Pascalline aslı hesap makinesini icat etmiştir. Değişik sayıda çarklardan meydana gelen bu makine sadece toplama ve çıkarma işlemleri yapabiliyordu. 1671 yılına geldiğimizde ise Alman matematikçi Gottfried Wilhelm

¹ H. Gürsoy, Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet, Kocaeli İl Milli Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 22 S.

Leibniz'in Pascal'ın hesaplayıcısının fonksiyonlarını daha da artırarak Leibniz Çarkı adlı aygıtı yaptığını görürüz. Bu alet, toplama ve çıkarma işlemlerinin yanı sıra bölme, çarpma ve karekök alma işlemlerini de yapabiliyordu.²

19. Yüzyıla geldiğimizde Charles Babbage'ın çalışmalarını görürüz. İngiliz matematikçi İngiliz hükümetinin de desteğini alarak 1830 Yılı'nda matematiksel işlemlerin yanı sıra birçok işlemleri de yapabilen FARK MAKİNESİ'Nİ icat etti. Babage daha sonra “Analitik Makine” adını verdiği proje üzerinde çalışmaya başladı. Bu makine buhar gücü kullanarak otomatik olarak çalıştırılacak ve diğer hesaplatıcılardan daha fazla fonksiyona sahip olacaktı Fakat İngiliz matematikçi bu projeden istediği sonucu alamadan 1871 yılında ölümüyle proje yarım kaldı. Babbage analitik makinede mantıksal işlem birimi, veri depolama birimi, giriş çıkış üniteleri kullanmayı planlıyordu. Bu mantık günümüzdeki bilgisayarın temel prensibi olmuştur.³

1890 yılı'nda Amerikalı istatistikçi Herman Hollerith nüfus sayımında delikli kart kullanarak geliştirdiği MARK-I adlı makineyi kullandı. Hollerith'in geliştirdiği bu makine J.M. Jaquard'ın 1806 yılında kullandığı kart sistemini kullanıyordu. Mark-I-ki, kartları verilen kodlara göre delerek bilgiyi kaydediyor, delikli karttaki bilgiyi tekrar okuyabiliyor ve bu bilgiyi kullanabiliyordu. Geliştirilen makinenin daha öncekilere göre üstünlükleri vardı. Fakat arzu edilen hız ve doğru sonuca ulaşamamıştı. Mark- I insan müdahalesi ile işlem gördüğü için yarı otomatik çalışıyordu.

Mark -I ile delikli kartlara islenen seçim sonuçları istenildiği kadar okunabildiğinden seçim sonuçlarının değişik parametrelere göre değerlendirilmesi yapılabilirdi. Mark -I ile sayımın değerlendirme süresi dörtte bire düştü.

Herman, Hollerith makinesinde yaptığı değişikliklere üretime 1896 yılında kurduğu “ Tabulating Machine Company “ adlı bir şirket ile devam etti. İleride bu firma başka bir firma ile birleşerek IBM ismini aldı.

² H. Gürsoy, Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet, Kocaeli İl Milli Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 22 S.

³ a.g.e., 23 S.

Harward Üniversitesinden Howard H. Aiken tasarladığı ASCC projesi ile IBM firmasına gitti. Bu projeyi biraz daha genişletilerek 1944 yılında MARK – I üretildi. Mark – I saniyede 5 işlem yapabiliyordu. 18 m uzunluğunda ve 2,5 m yüksekliğinde idi. Mark- I insan müdahalesi olmadan sürekli olarak, hazırlanan programı yürüten ilk bilgisayar idi. Bununla birlikte Mark – I elektronik bir bilgisayar değildi.⁴

Mark-I den kısa bir süre sonra Pensilvanya Üniversite' sinde John Mauchly ile ENIAC (Elektronik sayısal Hesaplayıcı ve Doğrulayıcı) isimli sayısal elektronik bilgisayarı 1946 yılında tamamladı. Yapımında 18,000 adet elektronik tüp kullanılan ENIAC; 150 kwatt gücünde idi ve 50 ton ağırlığıyla 167 m2 yer kaplıyordu. Saniyede 5000 toplama işlemi yapabiliyordu. Mark-I 'den 1000 kat daha hızlıydı. Eniac askeri amaçla üretildi ve top mermilerinin menzillerini hesaplamak için kullanıldı.⁵

Aynı yıllarda matematikçi John Von Neumenin görüşleri doğrultusunda EDVAC (Elektronik Soyut Değişken Otomatik Bilgisayar) adlı yeni bir bilgisayar ürettiriler. Bu bilgisayar ENIAC 'dan on kez daha küçük ve yüz defa daha hızlı çalışabiliyordu. Edvac, komutların diğer veriler gibi bilgisayara dışarıdan girilmesini sağlıyordu. Bu özellik programcılıkta büyük kolaylıklar sağlamıştır.

EDVAC 'dan sonra 1951 yılında UNIVAC isimli bilgisayar yapıldı. UNIVAC, ENIAC bilgisayarlarını yapan kişiler tarafından geliştirildi. UNIVAC ilk defa manyetik teyp kullanarak verileri depolayan bilgisayar idi.⁶

1950 'den sonra vakum tüplerinin sık olarak kullanılmaya başlandığı dönemlerdir. Univac ve IBM 700 serisi vakum tüpler kullanılarak yapılan elektronik bilgisayarlardır. Vakum tüplerini çok enerji harcaması, ısınması bu bilgisayarın sürekli arıza yapmasına sebep oluyordu. Vakum tüplerin boyutlarının da büyük

⁴ H. Gürsoy, Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet, Kocaeli İl Milli Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 26 S.

⁵ a.g.e., 26 S.

⁶ a.g.e., 27 S.

olması başka bir sorundu. Bu yıllarda program yazabilmek için kullanılan bilgisayar donanımının çok iyi bilinmesi gerekiyordu. Program yazmak için makine dili kullanılıyordu. 1947 yıllarında transistor ün kullanılmaya başladığı yıllardır. Transistörler vakum tüplere göre az enerji harcayan, az yer kaplayan, fazla ısınmayan elektronik devre elemanlarıdır. Transistörlerin kullanılmaya başlanması bilgisayar dünyasına değişik bir renk kattı. Philco Transac S-200 IBM 1401, transistor kullanılarak üretilen ilk bilgisayarlardır.⁷

1960 ‘dan sonralar entegre devreler üretilmeye başlandı. Entegreler binlerce transistörü içerisinde bulunduran devre elemanları idi. Entegrelerin kullanılması; bilgisayarın boyutlarının küçülmesinin, maliyet azalmasına ve işlem hızının artmasına sebep oldu. Bu yıllarda manyetik diskler üretildi, entegrelerin kullanımı ile merkezi işlem birimleri üretilmeye başladı. IBM 360 entegre devre elemanın kullanıldığı ilk bilgisayarlardandır

1970 ‘den sonra entegre devre teknolojisi ile gelişimine devam etti. Ve entegreler birleştirilerek chipler üretilmeye başlandı. Intel 4004 entegrelerin birleştirilmesiyle hızlanan ilk merkezi işlem birimi sayılabilir.

1977 yılında piyasaya çıkan apple iki üniversite öğrencisi tarafından bir evin garajında üretilmiştir. Apple “de klavye ve monitör bulunmuyordu. Yani bu dönemden sonra artık kişisel bilgisayar dönemi başlamıştır.⁸

Günümüzde de söz sahibi olan IBM firması ilk kişisel bilgisayarını 1981 yılında piyasaya sürdü. Kısa bir zaman diliminde standart haline gelen IBM PC ‘lerin 4 yıl sonunda bir milyoncusu satıldı. 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.

⁷ H. Gürsoy, Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet, Kocaeli İl Milli Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 25 S.

⁸ a.g.e., 27 S.

Bu dönemden günümüze kadar bilgisayar teknolojisi akıl almaz bir hızla ilerledi. İlk üretilen bilgisayarların kullanımı zordu. Fakat bilgisayarların donanımındaki gelişmeye paralel olarak yazılım alanındaki gelişmeler bilgisayarları bütün insanların kullanabileceği seviyeye gelmesine sebep oldu. Artık bilgisayar insan hayatını ayrılmaz ve vazgeçilmez bir parçası oldu.

Bilgisayarın geçirdiği evreleri dönemsel olarak vermek gerekirse beş döneme ayırmak uygun olacaktır. Bu ayırım daha çok teknik ve fiziksel özelliklerine göre yapılan bir ayırımdır.

Birinci Kuşak (Vakum Tüplü) Bilgisayarlar (1946–1959)

İlk programlama dili makine dilinde yazılmaya başlandı ve bilgiler bellekte saklanıyordu. Bu kuşağın temel özellikleri şunlardır:

1. İşlemci olarak çok büyük vakum tüpleri kullanılırdı
2. Fazla enerji harcarlardı
3. Çevreye fazla ısı yayarlardı
4. Veri programlarını ana belleklerinde tutarlardı
5. Saklama aracı olarak manyetik teyp kullanılırdı
6. Programlar fazla detay gerektiren makine dilinde yazılırdı.

İkinci Kuşak (Transistörlü) Bilgisayarlar (1959–1964)

İlk dönemde kullanılan Vakum Tüplerinin yerine transistörler kullanılmaya başlandı. Bununla beraber daha hızlı ve daha az elektrik harcamaktaydı.

ASSEMBLY makine dili kullanılmaktaydı. Bu kuşağın temel özellikleri şunlardır:

1. İşlemci olarak vakum tüpleri kullanılırdı
2. Ortalama 10.000 transistör ile çalışırlardı
3. Az enerji kullanırlardı
4. Daha az ısı yayarlardı
5. Transistörler tablolar üzerine el ile monte edilirdi

Üçüncü Kuşak (Entegre Devreli) Bilgisayarlar (1964–1970)

Transistörler bir araya getirilerek Entegre Devreler yapıldı. İlk Merkezi İşlem birimi CPU yapıldı. Bu kuşağın temel özellikleri şunlardır:

1. İşlemci olarak entegre devreler kullanılırdı
2. Düşük maliyet ile yüksek güvenilirlik sağlanmaya başlandı
3. Manyetik diskler kullanılmaya başlandı
4. Program ve veriler ihtiyaç duyulduğu sürece saklanabiliyordu

Dördüncü Kuşak (Mikroişlemcili) Bilgisayarlar (1970-?)

İşlem ve kontrol birimlerinin tümünün bir arada bulunduğu chipler geliştirildi. Bu kuşağın temel özellikleri şunlardır:

1. Mikroişlemcilerle daha hızlı işlemler yapılmaktadır
2. Daha fazla bilgi ve program saklanabilen disk ve CD'ler kullanılabilmektedir
3. Yapay zekâ kavramı hayata geçirilmiştir
4. Ağ sistemleri oluşturulup bilgisayarlar arasında iletişim sağlanabildi
5. Bilgisayarlar fiziksel olarak küçülerek kullanışlı ve taşınabilir hale geldi

Beşinci Kuşak (Yapay Zekâlı) Bilgisayarlar (1990-?)

Yapay zekâ yapma yönünde çalışmalar yapılmaktadır. Bilgisayar teknolojisinde yeni bir araştırma konusu olan yapay zekâ "kendi kendini denetleyebilen, daha akıllı ve insanlarla tam bir uyum içerisinde olabilen zeki makineler yapmak" şeklinde tarif edilebilir. Bu alanda yapılan çalışmalar henüz istenilen düzeyde değildir. Bu kuşaktaki bilgisayarlardan beklenen hedefler şunlardır:

1. Üretkenliğin düşük olduğu alanlarda, üretkenliği arttırmak amacıyla pratik metotlar geliştirmek
2. Kalkınmada ve gelişmede, uluslar arası dayanışmaya katkıda bulunmak
3. Enerji ve kaynak tasarrufunda bulunmak

4. Toplumun sorunlarına pratik çareler bularak, toplumsal huzur ve güvenin sağlanmasında katkıda bulunmak ⁹

1.1.1. Bilgisayar ve Fotoğraf

Bilgisayar teknolojisini gelişimi ve hayatın her alanında yer alması ile beraber fotoğraf alanını da etkilemiştir. Teknolojinin gelişimi hayatın her alanında yeni pratikler yarattığı gibi bilgisayar ve fotoğrafı da etkilemiştir. Bu etkileşim içerisinde bilgisayar ve fotoğraf da ortak bir alanda buluşmuşlardır. Bilgisayarın zaman içinde gelişimi ve ucuzlaması ile beraber kişisel bilgisayar kullanımı artmıştır. Bunun sonucu olarak bilgisayar sadece askeri alanda, üniversiteler veya kurumlarda kullanılan pahalı bir teknoloji olmaktan çıkarak bireyin kişisel ihtiyaçları arasına girmiştir. Bilgisayarın geçirdiği bu aşamaları fotoğraf alanında da görürüz. Dijital teknolojinin fotoğraf makinelerinde ve fotoğraf kullanımında kullanılan baskı araçları gibi diğer unsurlarda da kendisini göstermesi sonucunda fotoğraf makinesi kuklamı pratik ve daha ucuz hale gelmiştir. Fotoğrafın daha kolay ve üretilebilir ve tüketilebilir hale gelirken bilgisayar ile aynı payda da buluşmuştur. Bilgisayarın icadındaki mekaniklikten dijital geçiş aşamasınının aynı süreç içerisinde olmasa da fotoğraf dünyasında da karşılaşırız. Her ikisinin de mekanik, elektromekanik ve en son olarak da elektronik özelliklere sahip oldukları görülür.

Bilgisayar ve sayısal fotoğrafın aynı ortamda bulunması da çok gecikmemiştir. Bilgisayar teknolojisindeki gelişim aynı paralel de fotoğraf makinelerinde ve baskı araçlarında görülmüştür. Fotoğrafın görselliği bilgisayar ekranlarına aktarılmış ve özellikle fotoğraf işleme programlarının etkisi çok fazla görülmeye başlamıştır.

Bugün photoshop ve benzer programlar sayesinde birden fazla negatiftan tek baskı, üst üste bindirme pozlamaları, kolaj ve montaj görünümünde işler ve her türlü rötuş bilgisayar kullanılarak kolaylıkla yapılabilir. Ancak en önemlisi, teknolojinin kazandırdığı bu kolaylıklarla birlikte bu aracın nasıl kullanıldığı ve tüketildiğidir.

⁹ H. Gürsoy, Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet, Kocaeli İl Milli Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 29 S.

Görselliğin gerçekliğin önüne geçtiği günümüz dünyasında geniş kitleler tarafından her gün tüketilen fotoğrafların, bireyleri yönlendirme, etkileme özelliği fotoğrafın propaganda özelliğini arttırmaktadır.¹⁰

Fotoğrafın sayısallaşması, baskı araçlarının ve işleme programlarının bilgisayar üzerinde yapılması günümüzde fotoğraf ve bilgisayar arasında ayrılmaz bir bağ oluşturmuştur. Bir fotoğrafın çekilmesi ile beraber sonucunun aynı anda görülebilmesi ve kısa süre içerisinde bilgisayar ortamında fotoğraf işleme programları ile beraber düzeltilebilmesi hem profesyonel hem de amatör kullanıcılar için vazgeçilmez olmuştur. Gelişen bilgisayar ve fotoğraf teknolojisi ile beraber söz konusu her iki teknolojinin de kullanımının kolaylaşmıştır. Birbirlerini tamamlayan iki unsur haline gelen bu iki teknoloji ilerleyen dönemlerde de hem kullanım hem de sonuçlara ulaşma açısından daha da pratik hale gelmesi ve yaygınlaşması kaçınılmazdır.

1.2. İnternet ve Gelişimi

İnternetin tam olarak ne olduğunu anlamak için öncelikle kelime kökenine baktığımızda, İngilizcede "kendi aralarında bağlantılı ağlar" anlamına gelen *Interconnected Networks* teriminin kısaltması olduğunu görürüz. Tek tek bilgisayarların birbirlerine bağlanmasıyla oluşturulan çalışma düzenine *bilgisayar ağı* diyoruz. Dünya üzerinde bu türden milyonlarca bilgisayar ağı bulunmaktadır. Her birinin kendine özgü çalışma kuralları vardır.

Kendi içlerinde iletişimde herhangi bir güçlükle karşılaşmamaktadırlar. Bu milyonlarca bilgisayar ağı, birbirleriyle iletişim kurmaya kalkıştığında bir dizi sorun ortaya çıkmaktadır. Her birinin yapısı diğerinden çok farklı olabileceği için, karşılıklı nasıl konuşabilecekleri üzerine bir uzlaşmaya varmakta epeyce zorlanmaktadırlar. İşte tam bu noktada, internetten söz etmek gerekiyor. Bugüne dek üzerinde uzlaşmaya varılmış ortak bir tanım bulunmamasına karşı, çeşitli elektronik arşivlerdeki internet dokümanlarında yer verilen tanımlara bakarak, internetin Dünya

¹⁰ İmançer Ahmet, Fotoğraf Sanat İlişkileri, <http://www.fotografya.gen.tr>

çevresinde mevcut milyonlarca ağın birbirleriyle ortak bir protokol çerçevesinde iletişim kurmasını sağlayan bir ağlar-arası-ağ oluşu söylenebilir.¹¹

1.2.1. Dünyada İnternetin Tarihi

İnternetin köklerine baktığımızda 1962 yılında J.C.R. Licklider'in Amerika'nın en büyük üniversitelerinden biri olan Massachusetts Institute of Technology'de (MIT) tartışmaya açtığı "Galaktik Ağ" kavramında bulabiliriz. Licklider, bu kavramla küresel olarak bağlanmış bir sistemde isteyen herkesin herhangi bir yerden veri ve programlara erişebilmesini ifade etmişti. Licklider 1962 Ekim ayında Amerikan Askeri araştırma projesi olan İleri Savunma Araştırma Projesi'nin (DARPA - Defense Advanced Research Project Agency) bilgisayar araştırma bölümünün başına geçti. MIT'de araştırmacı olarak çalışan Lawrence Roberts ile Thomas Merrill, bilgisayarların ilk kez birbirleri ile 'konuşmasını' ise 1965 yılında gerçekleştirdi.

1966 yılı sonunda Roberts DARPA'da çalışmaya başladı ve "ARPANET" isimli projesi önerisini yaptı. ARPANET çerçevesinde ilk bağlantı 1969 yılında dört merkezle yapıldı ve ana bilgisayarlar arası bağlantılar ile internetin ilk şekli ortaya çıktı. ARPANET'i oluşturan ilk dört merkez University of California at Los Angeles (UCLA), Stanford Research Institute (SRI), University of Utah ve son olarak University of California at Santa Barbara (UCSB) idi.

Kısa süre içerisinde birçok merkezdeki bilgisayarlar ARPANET ağına bağlandı. 1971 yılında Ağ Kontrol protokolü (NCP-Network Control Protokol)ismi verilen bir protokol ile çalışmaya başladı. 1972 yılı Ekim ayında gerçekleştirilen Uluslararası Bilgisayar İletişim Konferansı (ICCC- International Computer Communications Conference) isimli Konferansta, ARPANET'in NCP ile başarılı bir demonstrasyonu gerçekleştirildi. Yine bu yıl içinde elektronik posta (e-mail) ilk defa ARPANET içinde kullanılmaya başladı. NCP'DEN daha fazla yeni olanaklar getiren yeni bir protokol, 1 Ocak 1983 tarihinde İletişim Kontrol Protokolü (Transmission

¹¹ H. Gürsoy, Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet, Kocaeli İl Milli Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 30 S.

Control Protokol/ internet protokol - TCP/IP) adıyla ARPANET içinde kullanılmaya başladı. TCP/IP bugün var olan internet ağının ana halkası olarak yerini aldı.

1980 yılların ortasında Savunma Bakanlığı'na bağlı (DoD) Amerikan askeri bilgisayar ağı, ARPANET'ten ayrıldı ve MILITARY NET adı ile kendi ağını kurdu. 1986 yılında Amerikan bilimsel araştırma kurumu 'Ulusal Bilim Kuruluşu' (NSF), ARPANET için ülke çapında beş büyük süper bilgisayar merkezi kurulmasını içeren kapsamlı bir öneri paketi öne sürdü. ARPANET Amerikan hükümetinin sübvansiyonu ile NSFNET olarak düzenlendi. 1987 yılında yeniden düzenlediği internet yapılanması planı ile NSFNET yedi bölgesel nokta üzerinde 1,5 Mb/s (daha önce 56 Kb/s idi) güçlü bir omurgayı işleteceğini duyurdu.

NSFNET Merit olarak adlandırılan Michigan Eyaletindeki üniversitelerin organizasyonu ile NSF'in yaptığı bir anlaşma doğrultusunda işletilmeye başlandı. NSFNET'in işletilmesine bir süre sonra Merit'in yanında ABD'nin dev bilgisayar firması IBM ve haberleşme firması MCI dahil oldu. NSFNET'in işletilmesine yönelik 1990 yılında oluşturulan bu birlik 'İleri Ağ Hizmetleri' (ANS-Advance Network Services)olarak adlandırıldı. ANS'nin kuruluşu süreci ABD'de 1990'lara kadar devlet desteğinde gelişen internet omurgasının özelleştirilmesi sürecinin de başlangıcı olmuştur.

1990 yılında NSFnet ile özel şirketlerin ortak işletmesi ile başlayan özelleştirme süreci, 1995 yılı mayıs ayında NSF'nin internet omurga işletmeciliğinden tamamen çekilmesi ile tamamlandı. 1995 yılından itibaren ABD internet omurga işletimi tamamen özel işleticilerinin elindedir.

Internet'e çeşitli şekillerde, başlangıcından 1994 yılı sonuna kadar 110 ülke, 10,000 bilgisayar ağı, 3,000,000 dan fazla bilgisayar ve 25 milyonu aşkın kullanıcı bağlanmıştır. Bu sayı, Web Sayfası kavramının kullanıma girdiği 1995 yılı içinde büyük bir patlama göstermiş ve 60 milyon'a ulaşmıştır

Günümüzde, çok kısa zamanda ve hızlı bir şekilde yaygınlaşan alışverişten ticarete, bilimsel araştırmalardan, eğlenceye, sivil toplum kuruluşlarının örgütlenmesinden, siyasi partilerin propagandasına kadar hayatın her alanını içine alan internet, insanlık tarihi açısından yeni bir dönüm noktasıdır. Nitekim internetin “3. Devrim” ya da “Enformasyon Devrimi” olarak nitelendirilmesi sahip olduğu büyük dönüştürücü potansiyele işaret etmektedir. Soğuk savaşın gergin olduğu 1960’ların ikinci yarısında, askeri güvenlik kaygısıyla geliştirilen internetin, ancak 1990’ların başında yaygınlaşmaya başlaması hem teknolojik hem de toplumsal ve siyasal dönüşüm potansiyelini anlamak açısından önemlidir.

Günümüzde internet yaşamın tüm boyutlarını etkilemeye başlamıştır, gündelik yaşamın önemli bir bölümünü oluşturan faaliyetlerin (şimdilik) birçoğunu kendi sanal sınırları içerisine dahil edebilmiştir. Sözelimi, internet sayesinde herhangi bir faturayı yatırmak için evinizden ayrılıp, bankaya kadar gitmenize gerek kalmamıştır. Nitekim sanayi toplumunda ciddi efor ve zaman gerektiren birçok günlük faaliyet, artık günümüzde, reklamlara da belirtildiği gibi, “tek tuş” ile halledilebilir olmuştur.

Diğer yandan, internetin kamuya açılması için Soğuk Savaş’ın sonuna denk gelmesi toplumsal ve siyasal alanda ne ölçüde önemli bir araç olabileceğini göstermektedir. Tek kutuplu dünyanın ana siyasi ve ekonomik eğilimi olan küreselleşmeye koşut olarak önemi artan internet sınırlar arası geçişkenliğin yaşanabildiği en üst noktadır. İnternetin bu özelliği siyasi anlamda ulus-devlet sınırlarına bağlı kalmadan, fiziksel kısıtlılıkların ötesinde, sınırlar arası geçişken sanal gruplara katılabilmenin önünü açmaktadır. Nitekim internetle birlikte ortaya atılan “küresel köy”, “elektronik avam” gibi kavramlarla “sanal demokrasi”, “sanal gruplar”, “kamusal alan”, “elektronik agora” gibi kavramlar siber demokratik bir gelişime olanak sunulmaktadır. İnternete atfedilen bu özgürleştirici karakteristik beraberinde getirdiği olumsuz etkilerden bağımsız olarak ele alınamaz.¹²

¹² Underwood. Mick, “Kamusal alan Olarak İnternet”, cogito 30. sayı, 2002, sayfa: 120–142

1.2.2. Türkiye’de İnternet

Türkiye’de interneti önelediği varsayılan ilk geniş alan bilgisayar ağı 1986 yılında üniversitelerin önderliğinde kurulmuştur. TÜVAKA - Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı ismi ile kurulan bu ağ, başlangıçta EARN(European Academic and Research Network)’ün Türkiye uzantısı durumundadır. Kurulduğu günlerde, sadece üniversiteler ve araştırma kurumları tarafından kullanılan ve finanse edilen TÜVAKA 1989 yılında tıkanmaya başlamış ve teknolojik gelişmeler karşısında yetersiz kalan bu ağın geliştirilmesi için, Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) tarafından yeni ağ teknolojilerinin kullanılması gerektiği öngörüsü ile ortak bir proje (TR-NET) başlatılmıştır.

EARN ağına ilk önce Aralık 1986 tarihinde Ege üniversitesi bağlanmış, daha sonra da 1987 yılı içinde sırası ile Anadolu, Yıldız, İstanbul Teknik, Boğaziçi, Fırat, Orta Doğu Teknik, Bilkent ve İstanbul üniversitelerinin bağlantıları gerçekleştirilmiştir. EARN ağına yapılan 9600 bps hızındaki uluslararası bağlantı önce İtalya üzerinden gerçekleştirilmiş, bu bağlantı daha sonra EARN tarafından yapılan topolojik düzenleme gereği Fransa’ya alınmıştır.¹³

TR-NET (Türkiye İnternet Proje Grubu) adını alan proje çalışmaları sonucunda, 12 Nisan 1993 tarihinde 64 Kbps hızındaki ODTÜ-Washington (NSF) hattı kullanıma açılarak, internet servisi başlatılmıştır. Aynı yıl, Ege Üniversitesi de, TÜVAKA kapsamında kullanılan 64 Kbps hızındaki uluslararası hat üzerinden Bonn bağlantılı internet hizmetini kullanıma açmıştır.¹⁴

ODTÜ-TÜBİTAK merkezli internet altyapısına ilk bağlantıları üniversiteler gerçekleştirmiştir. ODTÜ-TÜBİTAK bağlantısının, Bilkent Üniversitesi, Yıldız Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi’nin katılımı ile TCP/IP protokolünü

¹³ F. Başaran – Ö. Özdemir, Türkiye’de İnternet’in Dünyü, Bugünü ve Geleceği, A. Ü. İletişim Fakültesi Aralık 2003

¹⁴ K. Çağıltay, İnternet, Metu Press, 1997, sayfa 24

kullanan bir ağı dönüşmesi de aynı dönemde gerçekleşmiştir.¹⁵ İnternet alanda akademik kesimin ağırlığı yavaş yavaş ticari aktörlerin devreye girmesi olarak kendini göstermeye başlamıştır.

ODTÜ-TÜBİTAK merkezli ilk internet ağına kısa süre içerisinde hem çevirmeli hatlar (dial-up) ve X25 ile hem de kiralık hatlarla önemli sayıda kamu kurumu, şirket ve kişinin bağlantısı sağlandı ve 2 yıl gibi kısa bir sürenin sonunda TR-NET üzerinden sunulan internet hizmeti gerek kapasite açısından, gerekse de teknolojik açıdan yetersiz kalmaya başladı. Bu döneme dair bir diğer gelişme ise, merkezi Ankara'da bulunan uluslararası IBM firmasının tesis etmiş olduğu uydu kanalını kullanarak, isteyenlere abonelik karşılığında internet hizmeti veriyor olmasıydı. Ayrıca, bu dönemde, TR-NET ile sözleşme yaparak, abone kaydeden, elektronik gazete çıkartan internet servis sağlayıcılar (İSS) ve ticari internet siteleri ortaya çıkmaya başlamıştır.¹⁶ Bunlara ek olarak, ülkenin tüm telekomünikasyon hizmetlerini tekel konumunda veren Türk Telekom'un görev alanına girildiği için yasal sorunlar da gündeme geldi.¹⁷

İlk internet bağlantısının sağlandığı 1993 yılının Nisan ayından, TURNET servislerinin verilmeye başlandığı 1995 yılının Kasım ayına kadar, yaklaşık 3 yıl süren, kuruluş dönemi olarak adlandırdığımız süreç boyunca, üniversite öğrencileri ve öğretim üyelerinin yanı sıra Türkiye'de 500'den fazla kurum ve kuruluş internet olanaklarından yararlandı. Yapılan tahminlere göre, 1996 yılında Türkiye'deki kullanıcı sayısının en az 100, 000 civarındaydı.¹⁸ Ayrıca, RIPE (Reseaux Ip Europeens) kayıtlarına göre, Türkiye'de Nisan 1993' de 194, Kasım 1996'da ise 13367 bilgisayar internet ağına bağlıydı

¹⁵ M. Akgül, Türkiye İnternetinin ve İnternet Kurulu'nun Kısa Tarihi, Elektrik Mühendisliği Dergisi, sayı: 409, 2001, <http://dergi.emo.org.tr>

¹⁶ M. Akgül, Türkiye İnternetinin ve İnternet Kurulu'nun Kısa Tarihi, Elektrik Mühendisliği Dergisi, sayı: 409, 2001, <http://dergi.emo.org.tr>

¹⁷ K. Çağıltay, İnternet, Metu Press, 1997, 24 S.

¹⁸ A. Özgüt, K. Çağıltay, "Türkiye'de İnternet: Dünü, Bugünü, Yarını", 1996, <http://www.cc.metu.edu.tr/~kursat/papers/inet-tr/internet-tr.html>

TURNET'in hizmete girmesinin ardından, oluşmaya başlayan Türkiye internet pazarı kısa süre içerisinde kurulan çok sayıda internet servis sağlayıcı (İSS) ile bir anda oyuncu sayısının çok olduğu, dinamik bir pazar görünümü kazandı. 1997 yılının sonunda, TURNET'e kiralık devrelerle bağlı İSS sayısı 69'a ulaştı. Türk Telekom'un baştaki kısıtlılıklardan vazgeçerek, İSS'lere uluslararası bağlantı kurma hakkı tanınmasıyla, Türkiye'nin başlıca sermaye gruplarının desteklediği İSS'ler uydu üzerinden uluslararası internet bağlantısı kurarak, altyapısını geliştirdi ve yurt dışı bağlantı hızlarını artırdılar. Bu durum, internet pazarında bazı İSS'lerin kalite, hız, kapasite gibi yönlerden kendilerini bir süreliğine farklılaştırmalarına neden olsa da, kısa süre içerisinde, büyük İSS'ler yanında, kamu kurumları, üniversiteler ve daha küçük İSS'ler de uydu bağlantısı satın alarak kendi uluslararası kanallarını oluşturdular. Diğer yandan, İSS'lere uluslararası bağlantı kurma hakkının tanınması, Türkiye'de Türk Telekom ile yaptıkları gelir paylaşımı sözleşmesine dayanarak uydu kapasitesi satma hakkı olan üç şirketin, Comsat, ERE ve Satko'nun da 1997'de internet pazarına önemli aktörler olarak giriş yapmalarına neden oldu. Bu şirketler, ABD'deki uluslararası bağlantı sağlayıcılara, dış dünyaya, ABD merkezli içeriklere ulaşmak için, uydu bağlantısı sağlıyordu.¹⁹

İnternet'in üniversiteler egemenliğinde olduğu kuruluş döneminin sonunda, e-mail adresine sahip kullanıcı sayısının 100. 000 civarında olduğu düşünülürse, internet pazarının başlangıçtaki büyüklüğüne ilişkin bir tahminde bulunmak zor olmayacaktır. 14–15 Aralık 1996 tarihinde gerçekleştirilen II. İnternet Konferansının açılış konuşmasında verilen bu rakamın, büyük bir kısmı üniversitelerden bağlanmakta ve e-mail adreslerini de üniversitelerden edinmiş bulunmaktadır. Bu dönemde, İSS'ler iki tür hizmet vermekteydi. Bunlardan birisi, kurumsal bağlantı satışı (kiralık hatlarla erişim ve web ev sahipliği), diğeri ise, telefon ile internete bağlanan bireysel kullanıcılara, internete erişim ve e-mail adresi sağlanmasıydı. Ülkeye internetin gerçek anlamıyla 1995 yılında girmiş olması nedeniyle, hem kurumsal kullanıcılar hem de bireysel kullanıcı sayısını arttırmak konusunda bazı sınırlar söz konusuydu. Bu sınırların başında, Türkiye'deki bilgisayar sayısı

¹⁹ F. Başaran – Ö. Özdemir, Türkiye'de İnternet'in Dünyü, Bugünü ve Geleceği, A. Ü. İletişim Fakültesi Aralık 2003

bulunmaktadır. Türkiye'de yüz haneye düşen bilgisayar sayısı, TÜBİTAK Bilgi Teknolojileri ve Elektronik Araştırma Enstitüsünün 1997 yılında gerçekleştirdiği hane halkı saha araştırmasında elde ettiği verilere göre, %6. 5 seviyesindedir. Ayrıca, 1997 yılında İnterpro Pazar araştırma şirketinin TUENA projesi kapsamında, satış, ithalat/ihracat ve kullanıcı verilerini esas alarak tahmin ettiği Türkiye'de kurulu toplam bilgisayar sayısı, 15. 990 adedi anabilgisayar, 4. 700 adedi iş istasyonu, 17. 330 adedi sunucu ve 1. 141. 581 adedi kişisel bilgisayar olmak üzere toplam 1. 179. 601'dir.²⁰

1999 yılı televizyon, radyo, gazete gibi tüm yayın organlarını kaplayan internet reklamları ve kampanyalar furyasına sahne oldu. 1999 yılında ivme kazanan İnternet kampanyalarına 2000 yılında da her geçen gün bir yenisi eklendi. 2000 yılında televizyonda yer alan reklamların büyük bir yüzdesini İnternet reklamları oluşturmaktaydı. Yılın ilk aylarında, sektörlerin 3 aylık reklam harcamalarına göre yapılan sıralamada internet-GSM reklamları, 266. 8 milyon \$ ile basın-yayın, bankacılık ve kozmetik sektörlerinin önünde, birinci sırada yer alıyordu. ²¹Bu reklamlarda kullanılan dil her kesime hitap ediyordu. İnternet reklamlarında, bir yandan internet kullanıcılarının diğer insanlardan farklılığı vurgulanırken, diğer taraftan toplumda olduğu varsayılan teknoloji kullanma korkusu yenilmeye çalışılıyor ve her yaş ve her kesimden insanın internet kullanması özendiriliyordu. Türkiye kişisel erişim internet alanında, erişim paketlerinin fiyatları üzerinden kıyasıya bir rekabet yaşandı. 1996–1999 döneminde ortalama 55\$'dan, 33\$'a gerileyen ücretler, 2000 yılında 1 aylık sınırsız internet erişim paketi için ortalama 9–12 \$ arasında sabitlendi. Hatta aynı dönemde piyasaya yeni dahil olan Uzan grubuna ait Rt-Net isimli İSS, aylık kişisel internet erişimini 2 \$'a sağlamaya başladı.²² Bu dönemin bir diğer görünümü, internet üzerindeki Türkçe içerik miktarında yaşanan olağanüstü artıştır. Bu artış, İSS'lerin yatırımları yanında, kamu kurumları ve özel şirketlerin de kendi portallarını oluşturmaları sonucunda yaşandı. İnterneti yaygınlaştırmak için Türkçe içerik yaratmak gereğinden hareketle, İSS'ler iki

²⁰ Enformasyon Altyapısı Ana Planı: TUENA <http://ubak.gov.tr/tuena>.

²¹ Türkiye Gazetesi, Ana sayfa, 12 Haziran 2000

²² F. Başaran – Ö. Özdemir, Türkiye'de İnternet'in Dünyü, Bugünü ve Geleceği, A. Ü. İletişim Fakültesi Aralık 2003

yöntemle içerik oluşturmaya girişti. Bu yöntemlerden birisi, İSS'lerin kendi içerik birimlerini kurmalarıydı. Bu yöntemi, güçlü sermaye gruplarının ve medya holdinglerinin yatırım yaptığı İSS'ler uyguladı. Diğer bir yöntem ise, içerik ortaklıkları yoluyla içerik üretimi gerçekleştirmektir. İçerik ortaklığı, içeriği sağlayan firmaya, içeriğini her hafta aksatmadan güncelleme ve hitlerini yüksek tutma görevini yüklemekteydi. İSS ise, siteye ev sahipliği yapmak ve reklam bulmakla görevliydi. Bulunan reklam belli yüzdelere ile İSS ve içerik sağlayıcı arasında paylaştırılıyordu.²³

İnternet bağlantı ücretlerinin olağanüstü düşüşü, reklam ve kampanyalar, içeriğe yapılan yatırımlar İSS'ler tarafından "abone kitlesini genişletme ve bu kitleyi bilinçlendirme çalışmaları"²⁴ olarak toplumsal bir sorumlulukla açıklanmaya çalışıldı. Ancak Superonline'ın başını çektiği ve tüm büyük İSS'lerin de katıldığı bu fiyat savaşının temelinde, küçük İSS'lerin piyasadan çekilmesini sağlama amacı yanında, "kullanıcı sayısını arttırarak, sektörü yabancı yatırımcılar için cazip hale getirmeye çalışmak"²⁵ beklentisi rol oynamaktaydı. Bu beklentinin temelinde, 1990'ların ikinci yarısında internetin, medyada ve dünya borsalarında "dotcom" patlaması ile anılmaya başlaması vardır. ABD'de 1990'lı yılların sonunda web adreslerinin sonu ". com" ile biten şirketlerin borsa değerleri inanılmaz yükseliş göstermeye başladı. "Yeni ekonomi" şirketleri olarak anılan bu şirketlere büyük yatırımlar yapıldı. "Yeni ekonomi" şirketlerinin çoğunluğu kar etmemesine karşılık, borsa değerleri hızla arttı.²⁶

2000 yılının Eylül ayında tamamlanan ve "sorgulama alanları, örneklem büyüklüğü ve örneklemin temsil yeteneği anlamında Türkiye'de bu konuda gerçekleştirilmiş en kapsamlı saha araştırması" olma özelliğini taşıyan TÜBİTAK-Bilgi Teknolojileri ve Elektronik Enstitüsünce gerçekleştirilen Bilgi Teknolojileri Yaygınlık ve Kullanım Araştırması, bütün bu sürecin sonunda hane bazında internet

²³ Varol Yaşaroğlu - 2001'de neler yaşadık - www.turk.internet.com

²⁴ Gülden Tozkoparan - Savaş Unsal: 2001 karlılık yılı olacak - www.turk.internet.com

²⁵ K. Kayhan - İnternetin gelişimi, fiyatlar ve Kar marjı - www.turk.internet.com

²⁶ İ. Ertürk - İnternet ve ekonomik etkileri – Cogito - İnternet üçüncü devrim mi? Sayı 30, 195–203 S.

bağlantısı olanların oranının %7 olduğunu ortaya koydu. Aynı araştırma, bilgisayar sahipliği oranının ise %12. 3 olduğunu ve bilgisayar sahiplerinden sadece yarısının internet bağlantısına sahip bulunduğunu belirtiyordu. Hanelerdeki internet sahipliğinin gelir gruplarına göre dağılımına bakıldığında ise, toplamın %2, 8'ini oluşturan üst gelir grubunda %51, 92 olan sahiplik oranının, üst orta gelir grubunda %27, 87'ye düştüğü görüldü. Orta gelir grubundaki hanelerin %12, 02'sinde internet bağlantısı varken toplamın %33'ünü oluşturan alt orta gelir grubundaki sahiplik oranı %3, 9'a ve toplamın %42'sini oluşturan alt gelir gruplarındaki sahiplik oranı ise %0, 55'e düşüyordu.²⁷

2000 yılının Ekim ayında IBS tarafından, İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Diyarbakır, Samsun ve Erzurum illerinde gerçekleştirilen araştırma, Türkiye'de ev kullanıcıları pazarının %42. 1'ini Superonline, %14. 8'inin İxir, %8. 4'ünün E-Kolay ve %4. 8'inin Turk. net kullandığını ortaya koymaktadır. Bu araştırmanın sonuçları veri alındığında 1997'den 2000'e kadar geçen 3 yıl içerisinde bu 4 şirketin dial-up internet pazarının yaklaşık olarak %70'ine sahip oldukları görülmektedir. Bu İSS'lerin profilleri incelendiğinde ise, Superonline'ın Çukurova grubunun, İxir'in Doğu grubunun, E-Kolay'ın Doğan Şirketler grubunun, Turk. Net'in ise Sabancı grubunun yatırımları olduğu gözlenmektedir. 2000 MediaScape Raporu, bu yılın en belirgin özelliklerinin yeni iletişim araçlarına yatırımı arttırmaları ve ilişkilerini sanal ortama taşıma eğilimleri olduğunu belirtmektedir.²⁸

2000 yılının Kasım ayında patlak veren siyasi ve ekonomik krize eşlik eden, uzun süredir denetim altında tutulan döviz kurlarının serbest dalgalanmaya bırakılması süreci, 2001 yılının Şubat ayında yaşanan finansal krizle birleşerek, sadece mali piyasaları sarsmak ve durgunluğa yol açmakla kalmadı, üretim ve istihdamın büyük ölçüde gerilemesine, enflasyonun hızlanmasına, yoksulluğun artmasına neden oldu. Bu kriz, eski sermaye birikim düzeninin iflası ve yeni bir sermaye birikim düzeninin oluşturulmaya çalışılması ile açıklanmakta ve yeni birikim düzeninin temel hedefinin de dışa açılma olduğu ifade edilmektedir. 1999

²⁷ Haluk Geray - Sayısal Eşitsizliği Kapatma Girişimi ve Türkiye Deneyimi - Turk. Internet. Com

²⁸ F. Başaran – Ö. Özdemir, Türkiye'de İnternet'in Dünü, Bugünü ve Geleceği, A. Ü. İletişim Fakültesi Aralık 2003

yılında Amerikan futbolunun final gecesi Super Bowl'da, sadece o gece yayınlanmak üzere hazırlanan reklamların yüzde 80'i internet şirketlerine aitti. Öyle bir hava estirilmişti ki iki depolayıcı üç bilgisayarla firma kuran "uyanık" internet meraklıları hisselerini vakit kaybetmeden Nasdaq'ta kote ettirmeyi başarmışlardı. Öz varlığı 20 bin doları bulmayan, evlerin ardiye deposunda kurulmuş "dotcom" şirketlerinin borsa değeri 20 milyon dolara çıkmıştı. Ancak insanların yaşamlarını sadece internet ekseninde kurmaları kısa sürede mümkün olmayacaktı. Bu "gerçek" anlaşıldığında Wall Street'te bugünküne oranla daha az gürültülü ama "crash" olarak adlandırılan süreç meydana geldi. Birçok internet firması sadece bir yıl içinde, geldikleri hızla geri döndüler. İnternet'in 2000 yılı sonuna kadar ki dönemde gösterdiği büyüme eğilimi, internete reklam verenlerin sayısında herhangi bir büyümeye neden olmadı. İnternet reklamveren'i olarak tanımlanabilecek kesimin önemli bir kısmını zaten "içerik sağlayıcı şirketler" oluşturdu. 1999 ve 2000 yılı boyunca yaşanan şirket el değiştirmeleri, küçük İSS'lerin büyük sermaye grupları ya da bankalar tarafından satın alınması gibi olaylar sona erdi ve İSS'ler açısından küçülme, istihdam azaltma ve hatta kullanıcılarını ücretsiz başka İSS'lere devrederek kapanma olayları yaşanmaya başladı. Yeniden yapılanma olarak adlandırabileceğimiz bu sürecin başladığını işaret eden olaylardan ilki, Bilgin grubuna ait Medya Holding çatısı altında kurulan Turkport'un portalını kapatmasıydı. Turkport, portalını kapatırken, kullanıcılarına e-posta ve internet erişim hizmeti vermeye devam edeceğini açıkladı. Bu olayın temelinde, Bilgin grubuna ait EtiBank'a BDDK'nın el koymasının ardından Medya Holding'in Etibank'a olan borçları nedeniyle zor durumda kalması bulunuyordu. Medya Holding'e ve bağlı şirketlere ait hisselerin alım satımının durdurulmasının ardından, Dinç Bilgin ve ailesi Medya Holding'e ait tüm medya yatırımlarını Etibank ve diğer bankalara olan borçları karşılığında elden çıkartarak piyasadan çekildi. Turkport da kısa süre sonra sektörden çekildi ve abonelerini Türkiye İş Bankası'nın iştirak şirketi olan İşNet'e devretti. Aynı günlerde, 2000 yılının Kasım ayında %22 Pazar payına ulaştığını açıklayan Doğuş grubuna ait İxir'in de, içerik portallarını kapatarak sektörden çekilmeye varacak olan küçülmeyi tercih etmesi sektör açısından önemli bir gelişmeydi. İxir, sektöre girdiği andan itibaren büyük bir reklam kampanyasına başladı. Son derece renkli olan bu kampanya yine Babür Özden'e göre şirketi büyütmek için gereksinimdi. İxir'in reklamlarının

ardından, sektördeki diğer İSS'lerin de büyük reklam kampanyaları başlattıkları bir gerçektir. İxir'e yapılan yatırım miktarı, Babür Özden tarafından kuruluşundan 2000 yılı sonuna kadar 60 milyon dolar olarak açıklanmaktadır. Bu süre içindeki geliri ise 14 milyon dolardır. Babür Özden, aynı zamanda Superonline'ın da kurucu yöneticisi olduğundan, Superonline'ın yatırımlarının parasal büyüklüğünün 150 milyon dolar olduğunu söylemektedir. İxir %22'lik Pazar payına ulaştığı açıklamasını yaptıktan sadece 1 ay sonra, 300 çalışanından 55'ini işten çıkardı. Sonraki ay 4 portalını birden kapatan İxir, 25 çalışanı daha işten çıkardı. İxir'de yaşananların, dünyadaki gelişmelere paralel olarak alınan bir takım stratejik kararların sonucu olduğu ve tıpkı ABD'nin en büyük İSS'i AOL gibi kar etmeyen alanlardan hızla çekildikleri Genel Müdür Babür Özden tarafından açıklandı. Büyük sermaye gruplarının internet şirketleri sadece grup faaliyetlerine yönelerek küçülmeyi tercih ettiler. Kişisel erişim yatırımlarını durdurup, öncelikle gruba ait diğer şirketlerin veri trafiklerini taşıyarak ayakta kalmak, daha sonra ise kurumsal aboneye yönelerek krizden çıkmaya çalışmak bu firmaların başlıca görünümü oldu. Ancak İxir için bu strateji yeterli olamadı. 80 çalışan daha işten çıkartıldı, içerik portalları tek tek kapatıldı ve 2001'in sonunda İxir, abonelerini Superonline'a devrederek sektörden çekildi. Doğuş grubundan konu ile ilgili yapılan açıklama dikkate değerdi. Grup, "internet erişim hizmetleri sektöründen çekilmeyi böylece, sektörün o günlerde en çok ihtiyacı olan konsolidasyon konusunda da öncü olmayı", yeniden yapılanma stratejisine en uygun karar olarak belirlemişti. Çünkü bu sektörde gereğinden fazla oyuncu vardı ve sektörün bu kadar oyuncuyu kaldıramayacağı açıktı.²⁹

Türkiye'de ekonominin bütün alanlarıyla birlikte krize giren internet sektöründe, neredeyse tüm İSS'ler altyapı, işletme ve hizmet yatırımları karşısında mevcut gelirlerinin yetersiz kalması durumunu yaşamaktaydı. Ancak, borsaya açılıp hisse satışlarından büyük karlar elde etme beklentisi, bu durumun bir kriz olarak tanımlanmasını engelliyordu. Ancak, iki yıl içerisinde hem borsaya ilişkin beklentilerin, hem de gelirlerin artmasına ilişkin beklentilerin sonu geldi. İSS yöneticilerine göre uzun vadede internet sektörünün kar edebilme ve abonelerine sunduğu hizmetin kalitesini yükseltebilme olanağı ancak internet sektöründeki

²⁹ F. Başaran – Ö. Özdemir, Türkiye'de İnternet'in Dünü, Bugünü ve Geleceği, A. Ü. İletişim Fakültesi Aralık 2003

oyuncu sayısının azaltılması ile mümkün olabilecekti. Ancak bu uzun erimli bir hedefti ve bu süreçte sektörde kalmaya devam edebilmek için İSS'lerin bir takım önlemler alması gerekiyordu. Bu önlemlerin ilk adımı istihdam azaltımı ve küçülme oldu. İxir yanında, sektörün diğer büyüklerinden olan e-kolay'dan 2001'in hemen başında özellikle içerik bölümünden olmak üzere 43 kişi işten çıkartıldı. Daha sonra ise Doğan Grubu tüm internet yatırımlarını Doğan Online adı ile aynı çatı altında toplayarak küçülmeye gitti. Superonline, önce çağrı merkezini grubun diğer yatırımlarından Digitürk ile birleştirdi, daha sonra içerik bölümünden 40 elemanın işine son verdi, içerik miktarını azalttı ve küçülmeye gitti. 2000 yılının Kasım ayında gerçekleşen bir başka olay, sektörde oluşan krizde doğrudan etkili olmasa da, yeniden yapılanan sektörün görünümünde etkili oldu. Hem TURNET, hem de TT-Net sözleşmesinde var olan İSS'lere altyapı hizmeti verilmesi yanında, son kullanıcıya da internet hizmeti verebilme yetkisi, TT-Net tarafından tam olarak kullanılmaya başlandı. TT-Net, daha önceden 145 ve 146 hatları ile İSS'lerin hizmet veremediği bölgelerde tercih edilen telefon hattı üzerinden internet hizmeti verme sürecini, kişisel kullanıcılara bağlantı ücretini yıllık 15 milyon TL'ye düşürmek suretiyle sonlandırdı ve internet pazarının asli oyuncularından birisi olarak yerini aldı. 2001 yılı içerisinde toplam çevirmeli internet erişiminde 145 hizmeti %6. 1, 146 hizmeti ise %3. 1 ağırlığa sahip kaldı. Türkiye'deki ekonomik krizin etkileri derinleştikçe bu oranlar değişmeye başladı. Abonelik yoluyla alınan 145 hizmetinin, 2000 yılı sonunda 13. 093 olan abone sayısı, 2001 yılı sonunda 197. 666'ya, 2002 yılının Mart ayında ise, 223. 853'e ulaştı. Abone olunmadan kullanılabilen 146 hizmetinin ortalama kullanıcı sayısı ise 20. 000 olarak sürdü.³⁰

İnternet sektörünün yeniden yapılanması sürecinde yaşanan bir başka gelişme, telekomünikasyon alanının düzenleyici kuruluşu olan Telekomünikasyon Kurumu tarafından hazırlanan 2. Tip Telekomünikasyon Ruhsatı ve Genel İzin Verilmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ'in 4 Şubat 2002 tarihinde resmi gazetede yayınlanması oldu. Bu tebliğe göre, İSS'ler kuruma başvurarak Genel İzin almak zorundaydılar. Bu başlangıcından bu yana her türlü düzenlemeden muaf kalan

³⁰ F. Başaran – Ö. Özdemir, Türkiye'de İnternet'in Dünyü, Bugünü ve Geleceği, A. Ü. İletişim Fakültesi Aralık 2003

ve sadece Türk Telekom AŞ ile sözleşme yapmak suretiyle internet servis sağlayıcılık yapan şirketler açısından yeni bir durum olarak nitelenebilir. Genel İzin alabilmek için İSS'lerin, 1000 dolar başvuru ücreti yatırması ve başvuru formunda istenen bilgileri kuruma iletmesi gerekmektedir. Ayrıca her yıl 1000 dolar ödenerek belgegeçerlilik süresinin uzatılması gerekmektedir. Başvuru için son tarih olan Temmuz 2002 tarihi itibarıyla, Türk Telekom AŞ ile sözleşme imzaladığından internet servis sağlayıcılık faaliyetini sürdürdükleri düşünülen 88 şirketten 69'u Genel İzin almıştır.³¹

Telekomünikasyon Kurumunun, İSS'lere uyguladıkları anketin sonuçları, 2002 yılı ortalarında sektörün durumuna dair önemli bilgiler sunmaktadır. Kurumun anketine katılan İSS sayısı 49'dur. Bu 49 İSS'den 34'ü İstanbul, 9'u Ankara, 3'ü İzmir, 2'si Konya ve 1 tanesi de Eskişehir'de bulunmaktadır. 49 İSS'in toplam sermayesi 136 trilyon ve bu İSS'lerde çalışanların sayısı 1995'dir. 49 İSS'den elde edilen veriler, toplam kurumsal ve bireysel internet abonesi sayısının 2001 yılında 682. 743 olduğunu göstermektedir. Bu 682. 743 kullanıcının %26'sı Superonline, %25'i TT-Net, %19'u e-kolay, %16'sı Vestel-Net, %4'ü İş-Net, %3'ü Turk. Net ve %7'si ise diğer İSS'lerin abonesidir. 2002 yılında Vestel-Net ile Superonline arasında yapılan anlaşma düşünülürse, Superonline'ın Pazar payının %40'lara yükselmiş olduğu söylenebilir. Ancak açık olan pazarın %93'lük kısmının 6 İSS tarafından paylaşıyor olduğudur ve bu İSS'lerin TT-Net dışındaki her birisi de büyük sermaye gruplarının şirketleridir. 2001 yılından itibaren, bir yandan TT-Net'in son kullanıcıya verdiği hizmetlerde fiyat rekabetine başlaması, diğer yandan İSS'lerin kullandıkları hizmetlerin ücretlerine yapılan zamlar, Türk Telekom ve İSS'ler arasında, düşük yoğunluklu olarak başlangıcından beri süren ve sık sık internet üst kuruluna taşınan sorunların su yüzüne çıkmasına neden oldu. Bu dönemde, TT-Net ile İSS'ler arasındaki problemler Telekomünikasyon Kurumu ve Rekabet Kurumuna taşındı. 2000 yılı başından itibaren Türk Telekom'un İSS'i TT-Net ile diğer İSS ilişkilerini etkileyen gelişmeler yaşandı. Bu gelişmelerden birisi, Türk Telekom'un kontrolü altında Gelir Paylaşım Ortaklığı modeli ile Kablo TV şebekesi işleten kuruluşlardan Kablonet, Ultra ve Interaktif'in abonelerine internet hizmeti sunmaya başlamasıydı.

³¹ Telekomünikasyon Kurumu <http://www.tk.gov.tr>.

100 milyon TL +KDV sabit ve 32 milyon 500 bin TL. Aylık maliyetle, kullanıcılara 24 saat kesintisiz hizmet sunan kablo TV üzerinden internet hizmeti, İSS'ler tarafında büyük tepkiyle karşılandı. İSS'ler tarafından kurulan TİSSAD (Türkiye İnternet Servis Sağlayıcıları Derneği) kablo internet konusunda bir rapor hazırlayarak İnternet Üst Kuruluna sundu. Raporda, gelir paylaşımı ortaklarının "isteyerek ya da istemeyerek" İSS haline getirilmeye çalışıldığı, gereken altyapı hazır olmasına rağmen şebekenin servis sağlayıcıların kullanımına sunulmamış olması yoluyla haksız rekabet ortamı yaratıldığı, ayrıca hem ücretlendirme hem de faturalandırma aşamasında yasal olmayan uygulamalara gidildiği belirtilerek, tüm bunlara ilişkin yetkililerden bir çözüm, ya da hiç olmazsa bir tepki talep edilmiştir.³²

Diğer bir gelişme, Türk Telekom yönetiminde yaşanan değişikliğin ardından geldi. Görevi devralan yeni Genel Müdür İ. Hakkı Alptürk, devir teslim töreninin ardından yaptığı açıklamada, TT-Net'e ilişkin bir dizi iyileştirme projesini açıkladı, yıllardır İSS'lerle aralarında süren altyapıya ilişkin gerilimlere dair "Türk Telekom'u kötülemekle kendilerinin yüceltiğini zannediyorlar. Bu sistemin bir parçası da onlar. TT-Net kötü, İSS'ler çok mu iyi?" sorusunu sordu. Bu açıklamanın konumuz açısından asıl önemli yanı ise, Türk Telekom'un TT-Net üzerinden özellikle İSS hizmetlerinin ulaşmadığı bölgelerden internete erişilmesini kolaylaştırmak için kurmuş olduğu 145 ve 146'lı hatlardan verdiği İSS hizmetinde bugüne kadar fazla abone olmaması politikasının izlendiği ve sadece 7900 abonelerinin olduğu, ancak piyasada rekabetin kızıştığı bu günlerde TT-Net'in de İSS olarak rekabete girmeye karar verdiğinin bildirilmesiydi. Türk Telekom'un Bireysel pazarda egemen konumunu daha da pekiştirecek ve kurumsal pazarda da egemen kılacak gelişmeyi ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) hizmetini yaygınlaştırma kararı sağladı. Daha önce 10. 000 abone kapasiteli olan ve sadece büyük şehirlerde sınırlı sayıda verilen ADSL hizmeti, kullandığı teknoloji nedeni ile mevcut internet bağlantı yöntemlerinden en kalitelisi ve kapasiteye göre en ucuzu durumundadır. Türk Telekom tarafından 2002 yılında yapılan 300. 000 abone kapasiteli ADSL ihaleleri oldukça tartışmalı nedenler iptal edildi. Ancak 2003 yılı Haziran ayında tüm

³² F. Başaran – Ö. Özdemir, Türkiye'de İnternet'in Dünyü, Bugünü ve Geleceği, A. Ü. İletişim Fakültesi Aralık 2003

Türkiye'deki illeri kapsayacak şekilde 165 noktada hizmet verecek 60. 000 abone kapasiteli ADSL ihalesi sonuçlandı ve 2003 yılı Kasım ayı itibarı ile hizmet verilmeye başlandı; Türk Telekom Pazarlama Dairesi Başkanlığı 200. 000 aboneli diğer ADSL ihalesinin de devam ettiğini bildirdi.³³

1.3. Fotoğrafın İnternette Kullanımı

İnsan hayatına 19. Yüzyılın ikinci yarısında giren fotoğraf günümüze kadarki süreçte birçok teknik gelişim göstermiş ve insan hayatının birçok alanında kullanıma gelmiştir. Fotoğraf, icadından bugüne kadar en yaygın kullanılan iletişim araçlarından biri olmuştur. Fotoğrafı bu kadar önemli yapan unsur ise herkes tarafından anlaşılır ortak bir dil olmasıdır.

Kendi başına bir iletişim aracı ve kavramı olan internette ortak bil dil olan fotoğraf çok sık kullanılan bir araç olmuştur. İnternetin kullanılmaya başladığı ilk dönemlerdeki askeri ve üniversiteler arasındaki kullanımının ardından Amerika’da 1995 yılında tamamen özel işletmelerin eline geçtikten sonraki yıllarda internet çok hızlı bir gelişim göstermiştir. Özel işletmelerin internet piyasasına hakim olduğu ilk yıllarda internet teknolojisinin altyapısı çok kısıtlı imkanlara sahip olması nedeniyle hazırlanan siteler sınırlı yükleme alanına sahiptir. Fotoğrafın da yazıdan daha çok yer tutması gerek site hazırlayanlar için gerekse siteye girenler için hız konusunda sorunlarla karşılaşmasına sebep oluyordu.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de ilk internet sitelerinde fotoğrafın çok fazla olarak kullanılmadığını görürüz. Bunun en önemli nedeni Türkiye’de de teknik alt yapının yetersiz olmasından kaynaklanmaktadır. Örneğin incelenen Türkiye’deki ilk haber sitelerinde de fotoğraf yer almamıştır. İnternet üzerinden ilk yayını yapan Zaman Gazetesi’nin sitesi basit bir tasarıma sahipti ve sadece metinlerden oluşmaktaydı. Yaklaşık bir sene sonra yenilenen sitenin ana sayfasında ise tek fotoğraf kullanılmıştır. İnternet teknolojisinin bilgisayar teknolojisiyle paralel olarak artmasıyla beraber bütün sitelerde fotoğraf kullanımının artmıştır. Bütün sektörlerin internet ortamında yer almasıyla beraber ilgili konular ne olursa olsun görselliğe yer

³³ Funda BAŞARAN - Önder ÖZDEMİR, Türkiye’de İnternet’in Dünü, Bugünü ve Geleceği, A. Ü. İletişim Fakültesi Aralık 2003

verildikleri görülür. İster bankacılık sektörü olsun ister eğitim, bütün sitelerde görselliği sağlayan en önemli faktörde fotografik unsurlardır.

Günümüzde internetin en önemli özelliklerinden biri olan paylaşım nedeniyle fotoğraf paylaşımında da en önemli araç olmuştur. Fotografik görüntünün üretilmesinde ve dağıtılmasında sayısal teknolojinin üstlendiği rol, fotografik eserlerin paylaşımında da görülür. Bunu sağlayan en önemli araç ise internettir.

Geleneksel olarak örgütlenmiş ajansların karşısına, fotoğrafçıların kendi internet sitelerinden ya da küçük sayısal ortaklıklar ile fotoğraf dağıtımlarını yapabilecekleri yeni bir pazarı koymaktadır. Bu bağlamda, Internet üzerinden kişisel-fotoğraf yayıncılığının temel problem ise, teoride potansiyel online müşteriye herkesin İnternet üzerinde arama motorları yolu ile fotoğraf ve arşiv ile ilgili anahtar sözcüklerle yapılacak olan bir araştırma, içerisinde bireysel arşivleri ve fotoğrafçıları ya da bir kaç başlıca fotoğraf ajansını içine alan geniş bir seçenekler listesi ortaya koyacaktır. Eşit düzeyde erişim varsayımının pratikte yaşadığı problem bu noktada karşımıza çıkmaktadır. Çözümlerden biri, bireysel girişimlerin yerin Getty Images ya da Corbis gibi iyi organize edilmiş sayısal görüntü bankalarını oluşturmaktır. Dia bankalar geniş veri tabanları ve ucuz ürünler ile yeni bir pazarın oluşmasına öncülük etmişlerdir.³⁴ İnternet hem haber ajansları gibi profesyonel kurumlar için hem de amatör olarak fotoğraf ile ilgilenen için vazgeçilmez olmasının yanı sıra herkese eşit şartlar sağlayan bir ortam olarak yerini almıştır.

Doğrudan ajansların elektronik görüntü ticaretine yönelmesine ilk örneği Associated Press ajansı gerçekleştirmiştir. Associated Press, Accuweather adlı kuruluş ile kurduğu AP/Accunet isimli site üzerinde, günde ortalama sekiz yüz fotoğrafın eklendiği sayısal görüntü bankasının, 1920'lerin başından bu yana AP tarafından kaydedilen ses kayıtlarının, AP arşivinde bulunan 7,500'den fazla taslak, harita, çizelgenin ve 700,000'e yakın AP haber metnin tam metin olarak yer aldığı veri tabanı oluşturmuştur. Bugün internet üzerinde Reuters, AFP ve Magnum gibi

³⁴ T. Hepdinçler, Fotoğraf Ajansları Ekseninde 1950'li Yıllardan Günümüze Dönüşen Fotoğraf Üretimi, Dağıtımı ve Mülkiyet İlişkileri – 2, <http://www.fotomuhabiri.com/fotokultur/tolga02.html>

ajansların fotoğraflarını internet üzerinden dağıtımlarını yapan, Presslink, NewsCom, Archive Photos, Weick Photo Database ve Scripps Howard gibi siteler bulunmaktadır. PNI firması tarafından 1996'da Publisher Depot adı ile kurulan ve daha 98'de Picture Quest.com adını alacak olan site, 50'li yılların başından bu yana dünyanın en önemli fotoğraf ajanslarından Magnum ve spor alanında önemli fotoğraf ajanslarından biri olan Allsport gibi ajanlarında içinde bulunduğu 49 ajans tarafından üretilen fotoğrafların sayısal olarak dağıtımını sağlamaktadır.³⁵

Fotoğrafın entelektüel mülkiyetinin geleneksel sahibi olan geleneksel fotoğraf ajanslarının sayısal medya ile üretim ve dağıtımı da içine alan işlevlerinin yeni mülkiyet biçimleri içerisinde yok olduğunu gözlemlememiz mümkündür.

³⁵ T. Hepdinçler, Fotoğraf Ajansları Ekseninde 1950'li Yıllardan Günümüze Dönüşen Fotoğraf Üretimi, Dağıtımı ve Mülkiyet İlişkileri – 2, <http://www.fotomuhabiri.com/fotokultur/tolga02.html>

İKİNCİ BÖLÜM

2. HABER ve HABERCİLİKTE FOTOĞRAF

Bir olay konusunda yazılı ve görsel iletişim araçları kanalıyla verilen bilgiye haber denir. Bunun yanında bir olay vardır. Bir de olaya ilişkin bilgi. Her olay Her olay bir haber konusu olabilir, ama bilgi vermeye değmeyebilir. Haberi verilmemekle olay olmamış sayılamaz, ortadan kalkmaz. Olay olmuştur, bir şey gerçekleşmiştir, ama olaya tanık olanların dışında da bilen yoktur. Önem ve yaygın ilgi bulunması olayın habere dönüşmesini belirler. Habercilik ise haber alma ve bunu diğer insanlara aktarma işini düzenli olarak yapılmasıdır. Haber almak insanın ihtiyaçlarından biridir. Habercilik eylemi insanın bu ihtiyacını karşılar. Hayvanla insan arasındaki en önemli fark dış olaylara verdiği tepkilerdir. Bunlardan birincisi, bir dış olaya her zaman içgüdüsel olarak tepki verir. Oysa insan özünde oluşturulmasına içgüdüünün yanı sıra mantığın da katıldığı kararlar vardır. İnsan duyuların doğrudan algılayamadığı dış dünya hakkında, doğanın beklenmeyen kargaşalarından yada dış grupların saldırganlığından doğan değişimlerin sürekli var olduğu bir dünya hakkında, edinebileceği en kesin bilgilere dayanmak zorundadır. Bu kesin bilgiyi sağlayan bilgilerin yanı sıra bu kesinliği sağlayan en önemli araç ise fotoğraftır.

Fotoğrafın bulunuşu ile ilgili birçok söylem olmasına rağmen en çok kabul edilen fotoğrafın 1839 yılında Fransız Daguerre tarafından bulunduğudur. Fakat Daguerre' den önce Fransız Niepce'nin ilk fotoğrafı çektiği bilinmektedir.³⁶ Fox Talbot' un da 1 inch karelik bir kâğıt negatif üzerinde görüntü oluşturmuştur. Rönesans döneminde kullanılan ve ressamların çalışmalarında yararlandıkları karanlık kutu (camera Obscura) üzerine şekillenmiş, ışığa duyarlı malzeme üzerinde görüntü oluşturulması, camera Obscura ile fotoğrafa dönüştürülmüştür. Fransız

³⁶ P. Pollack, The Picture History of Photography – New York: H.N Abrahams, 1977 - Aktaran: M. Z. Arıcan, "Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi" Yayınlanmış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2001

Niepce'in son yıllarında birlikte çalıştığı Daguerre gümüş iyodürle kaplanmış bir levhanın karardığını fark edince, bu buluşunu geliştirmiş ve patentini almıştır. Fransız Bilimler Akademisi (Académie Française), 1839 yılında fotoğrafın keşfini açıklamış ve tekniğin adını da Daguerrutype olarak belirlemiştir.³⁷

İlerleyen yıllarda fotoğraf üzerindeki çalışmalar devam etmiş, kullanımı daha kolay, ışığa daha duyarlı filmler imal edilmiştir. Ağır makineler ile uzun pozlama sürelerinde çekilen fotoğraflar teknik gelişmelerle kolay taşınabilir, daha duyarlı filmler sayesinde, fotoğraf tam olarak bir iletişim aracı haline gelmiştir. Bu gelişmelerden en önemlisi, 1833 yılında Amerikalı George Eastman'ın Kodak kutu kamerayı geliştirmesidir. (Dilek Bektaş - Çağdaş Grafik tasarımının Gelişimi – İstanbul: yapı kredi yayınları – 1992 – sf 262) 1925 yılında Alman kuruluşu Leitz'ın, ilk el tipi fotoğraf kamerasını üretmesi diğer bir teknik gelişme olarak kendini gösterir.³⁸ Fotoğrafik işlemin bir teknik görüntü sonucuna ulaşması, olayın fiziksel, kimyasal ve mekanik bir süreci olduğunu da göstermektedir. Fotoğraf, teknik bir görüntü olarak önemli bir iletişim biçimini de ortaya çıkarmış ve görselliğe pek yakın olmayan insanlara pratik bir seçenek sunmuştur.

Bu teknik tanımların ve teknik gelişimlerin yanında kimileri fotoğrafın icadına ve gelişimine sosyal ekonomik yönden ve felsefi yönden yaklaşanlar da olmuştur. Fotoğraf, bir bilim ve sanat kavramı olarak yerini edinmiş ve icadından bugüne sosyal, ekonomik ve politik yönleri ile de insanların yaşamını ve gelişimini etkilemiş ve etkilemeye devam etmektedir. “Fotoğraf ölümlülüğün envanteridir” ve “Bir şeyi fotoğraflamak ona sahip olmak demektir” diyen Susan Sontag fotoğrafın belgeselci yanını ön plana çıkarmaktadır.³⁹ John Berger deneyimlerin görsel olarak kaydedilmesi konusunda fotoğrafı, diğer görüntü aktarma yöntemlerinden farklı olarak değerlendirir. “Fotoğraf makinesi icat edilmeden önce fotoğrafın yerini ne tutuyordu? Bu soruya gravür, resim ve yağlıboya diye yanıt verilmesi beklenir. Daha

³⁷ Ç. Engin, Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de Basın Fotoğrafçılığı, Milliyet Sanat Dergisi, Sayı: 137, Şubat 1986, sayfa: 15-19

³⁸ B. Dilek, Çağdaş Grafik tasarımının Gelişimi, İstanbul: yapı kredi yayınları, 1992, 275 S.

³⁹ S. Susan, Fotoğraf Üzerine, Çeviren: Reha Akçakaya, İstanbul: Altıkkırkbeş, 1993 82 S.

aydınlatıcı bir yanıt belki şu olabilir: Bellek. Fotoğrafların dışarıda, uzamda yaptıkları, önceleri düşüncede yapılıyordu”⁴⁰

Fotoğrafın kitleler tarafından yaygın olarak kullanılması ve kabul edilmesi gelişiminden bugüne fotoğrafın felsefesi ve gerçekliği ile ilgili çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Fotoğrafik görüntüdeki her şeyin aynı biçimde görünmesinin yanı sıra üç boyutlu yaşamın Fotoğrafik olarak iki boyuta indirgenmesi fotoğraf ve gerçeklik konusundaki tartışmaların temeli olmuştur. Bunun yanında fotoğrafın tam bir gerçekliğin içinden bir çerçeve içinde yansıtılıyor olması nedeniyle fotoğrafı çekenin bu çerçeveye neleri dahil edip etmediği çok önemlidir. Bu nedenle özellikle basında yer alan fotoğraflarda, etik kurallara uymak ve fotoğrafçının dürüstlüğü büyük önem taşır.

Fotoğrafın yaygınlaşma sürecine koşut olarak, onun tıpkı resim gibi estetik açıdan değerli görüntüler üretmeye yarayan bir anlatım aracı olduğu görüşü de egemenlik kazanmaya başladı. Bu da fotoğrafın kendi içinde iki ayrı yapılaşmaya neden oldu. İlkini, ortamın asıl amacının dış gerçekliği oluşturan görüntüleri kaydetmek olduğunu savunanlar oluşturunuyordu. Bu görüş daha da gelişerek, “belge fotoğrafçılığı” (documentary photography), “haber fotoğrafçılığı” (photo journalism) gibi günümüze kadar gelen uzantılarını kaynağı oldu.⁴¹

Fotoğrafta rötuş tekniğinin gelişmesinden sonra fotoğrafın aldatıcı olabileceği fikri daha da güçlenmiştir. Aynı portrenin iki halini; biri rötuşlanmış, diğeri rötuşlanmamış; 1855’te Paris’te düzenlenen Exposition Universelle’de büyük kalabalıkları şaşkınlığa uğratmıştı. Fotoğraf makinesinin yalan söyleyebileceği haberi, fotoğraf çektmeyi çok daha fazla yaygınlaştırdı.”⁴² Fotoğrafın gelişen tekniklerle ne kadar aldatıcı olabileceği ortaya çıksa da gerçeğin doğrudan görülmesini sağlaması ve bir belge değeri taşıması da inkâr edilemez. Bu nedenle fotoğraf sadece güzel sanatların içinde değil aynı zamanda belgesel amaçlı kullanılabilecek bir iletişim aracı olarak görülmüştür.

⁴⁰ B. John, O Ana Adanmış, 2. Baskı İstanbul Yayınları, 1998, 71 S.

⁴¹ Derman, İhsan, Fotoğraf ve Gerçeklik, Ağaç yayıncılık, 1991, 13 S.

⁴² S. Susan, Fotoğraf Üzerine, Çeviren: Reha Akçakaya, Altıkkırkbeş, 1993, 100 S.

2.1. Haber ve Fotoğraf İlişkisi

İlk olarak etimolojik açıdan bakarsak sözcüğün kökeninde “Haber”in Arapça bir kelime olduğunu görürüz. Türkçeye Arapçadaki anlamından biraz uzaklaşarak yerleştiğini görürüz. Kök olarak anlamına baktığımızda: bir nesneyi iyice öğrenmek, bilmek düşüncesiyle denemek, evirip çevirip sınamaktır.⁴³Eğer batı dillerine bakarsak eskiden Türkiye’de kullanılan “jurnal” kelimesi ile karşılaşırız. “Günlük” kelimesinden türetilen journal, güncel olayların kayıt edilmesi demektir.

Haberin açıklama da birçok tanımlamayla karşılaşırız. Bu konuda Bernard Roshco “Haber nedir sorusuna cevap vermek, gerçek nedir sorusuna cevap vermek kadar zordur” diyerek haberi tanımlandırmanın ne kadar zor olduğunu vurgulamıştır.⁴⁴ Okuyucuya ulaşan haberin dili, günlük sözcüklerden oluşmalıdır. Metni basit, dolaysız, doğru sözcüklerle ve direkt tümcelerle yazılmış, okuması, dinleyip algılaması kolay olmalıdır. Aksi takdirde haber hedef kitlesine ulaşamayacaktır. Haberin anlaşılmasını ve kolay algılanmasını sağlamak için kullanılan en önemli araçlardan biri de ilk dönemlerden itibaren görsellik olmuştur. İlk dönemlerde bu görselliği sağlayan resimler ve çizimler olmuştur. 19. Yüzyılın sonlarında fotoğrafın icat edilmesinden sonra ise artık haberi destekleyen ve basın kurumlarının günümüze kadar vazgeçemediği bir unsur olmuştur.

2.1.1 Haberin Unsurları

Gerçekler dayanan haber, yorumlara, bakış açılarına, öznel ve kabul edişleri içerisinde barındırmaz. Haberi tanımlarken, onun unsurlarını da göz ardı edemeyiz. Her haber metninin içerisinde olması gereken temel bilgiler vardır. Bu temel bilgiler 5N 1K KURALI formüle edilmiştir.

5N:

1. NE

⁴³ İ. Zeki Eyüboğlu, Türk Dilinin Etimoloji sözlüğü, 3. Basım İstanbul: sosyal yayımlar,1995, 309 S.

⁴⁴ Bernard roshco – Newsmaking - Chicago: The University of Chicago Press.1975 sayfa5

2. NEREDE
3. NE ZAMAN
4. NEDEN
5. NASIL

1K: KİM

Bu unsurları habere uygularsak, öncelikle olay nedir sorusu ile karşılaşırız. Haber içerisinde net olarak olayın ne olduğu belirtilmelidir. Olayın nerede ve ne zaman olduğu tüm yer ve zaman bilgileri ile haberin içerisinde olmalıdır. Bunların haricinde sebep sonuç ilişkisi içinde neden ve nasıl olmuştur sorularının da cevap verebilmelidir. En son olarak ta bahsedilen olaya kimin veya kimlerin dahil olduğu da haber de yer almalıdır. Haberi okuyan herkesin aklına gelen tüm soruların karşılığı bahsedilen altı unsurun haberde olması ile giderilecektir.

2.1.2. Habercilikte Fotoğrafın Kullanımı

Görsellik basın için her zaman bir ihtiyaç olmuştur. Eski çağlarda mağara duvarlarına çizilen resimler ile günümüzde basında kullanılan fotoğrafların amaçları aynıdır. Her ikisinde de amaç görsel iletişimin sağlanmasıdır. Fotoğrafın basında kullanılmasından önce basındaki görsellik ihtiyacını karşılamak için haberi destekleyici karikatür veya çizim gibi görsel öğeler kullanılırdı. Bu nedenle de basın organlarında çizer ekipleri bulunurdu. Fotoğrafın zaman içinde gelişimiyle iyice pratikleşmiş ve basında kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır. Ayrıca fotoğrafın içerdiği bilginin herkes tarafından kolay algılanması ve sahip olduğu estetik öğeler nedeniyle basında ayrıcalıklı bir yer edinmiştir. Gazeteler artık kurgulanmış çizimlerden gerçek görüntüleri tercih etmeye başlamış ve bu nedenle de basın organlarındaki çizer grupları yerlerini fotoğrafçılara bırakmaya başlamıştır. Basılı kitle iletişim araçlarının televizyonun yaygınlaşmasıyla beraber yaşadığı sıkıntıların aşılmasında da birinci araç fotoğraf olmuştur. Çok yaygın olmasına rağmen radyoların görsellik sağlamaması gazeteler büyük avantaj sağlıyordu. Oysa televizyonun görsel gücü gazeteleri zor durumda bırakmıştır. Gazeteler bu rekabette

öne geçebilmek için görselliği sayfalarında arttırmış ve bunda da en önemli aracı fotoğraf olmuştur.

Bunun yanında basın fotoğrafçılığı ilk uygulamalardan günümüze kadar tartışıla gelmiştir. Fotoğraftaki gerçeklik konusu, basında kullanımıyla ayrı bir boyut kazanır. Çünkü fotoğrafın basında kullanımı okuyucu üzerinde çok daha büyük bir etki sağlar. Bu nedenle de basında kullanılan fotoğrafların gerçeği tam olarak yansıtıp yansıtmadığı çok daha önemlidir. Fotoğrafçının, karesine neleri alıp almadığı ve yorumu yanında yayımlandığı basın organında nasıl biçimlendirilip nasıl kadrajlandığı okuyucuyu yönlendirmesi de mümkündür.

Yazılı basında fotoğraf gazete tasarımı açısından da çok önemlidir. Gazetelerin görsel kimliklerinin oluşturulmasından tasarımının önemi büyüktür. Çağdaş sayfa tasarımında da metin, başlıklar ve metin unsularının yanında fotoğrafın rolü de vazgeçilmezdir. Bir fotoğrafın gazeteye yerleştirilmesi, okuyucuların fotoğrafa nasıl bakacaklarını ve bakışların o sayfada geri kalanında nasıl gezineceğini belirler.⁴⁵ Yazılı basında kullanılan fotoğraflar belgesel fotoğrafçılığın alt dallarından biri olan haber fotoğrafçılığı olarak isimlendirilir. Fotoğrafın belgesel niteliği doğasında vardır. Fotoğraftan önceki görsel anlatım aracı olan resim zor, zaman alıcı ve pahalıydı. Az sayıda üretiliyor ve ancak önemli olduğu düşünülen nesneleri kaydediyordu. Fotoğraf ise ilk dönemleri dışında kolay, ucuz ve her zaman hazırды. Bu yüzden herhangi bir sıradan nesnenin fotoğrafı çekilebiliyordu. Bu önemsiz nesneler, fotoğrafla ölümsüzleşerek nesnel ve kalıcı duruma getirildiklerinde önem kazanıyordu.⁴⁶

Teknik görüntülerin ilki olarak 19 Yüzyıl'da icat edilen fotoğraf, mucitlerinin henüz farkında olmamalarına rağmen, metinlere yeniden büyüsellik katma amacını taşıyordu. Dolayısıyla, fotoğrafın ortaya çıkmasında, yazının bulunuşu gibi tarih içinde belirleyici bir dönüm noktası olmuştur. Nasıl yazının bulunuşu ile

⁴⁵ M. Garcia R. Contemporary Newspaper Design, Aktaran: M. Z. Arıcan, "Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi" Yayınlanmış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2001

⁴⁶ S. John, Fotoğrafçı Gözü, Çeviren: Abdullah Ersoy, sayı 15, şubat 1984

putperestliğe karşı bir savaşım başlatılmışsa, fotoğrafın bulunuşu ile de metinperestliğe karşı bir mücadele başlatılmış oluyordu. ⁴⁷Bu mücadele özellikle habercilikte bir işbirliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Habercinin hedefine yani okuyucusuna iletisini en net ve anlaşılır biçimde aktarmasında metni destekleyen en önemli unsur görsellik olmuştur. Bu görsellik gerektiğinde verilmek istenen olayın özetini okuyucuya sunar. Bu görevi ister gazete sayfasında ister haber sitesinde fotoğraf üstlenmektedir. Fotoğraf habercinin gözü olmuş ve en yalın dil olan görselliği habercilik sunumunda sağlamıştır.

Fotoğraf, insan tarafından sürekli ve düzensiz olarak algılanan görsellerin içinden seçilen olayların özetini sunar. Fotoğrafın çoğaltılabilir olması, kullanım ve paylaşım konusundaki pratikliği görsel bilginin kavramlaşmasına ve kalıcı olmasına olanak sağlar. “ Fotoğraf makinesinin yaptığı, oysa gözün hiçbir zaman yapamayacağı şey, bir olayın görünümünü dondurmaktır. Fotoğraf makinesi olayın görünümünü, görünümlerden oluşan akışın içinden çekip çıkararak film var olduğu sürece saklar” ⁴⁸ Bu nedenle de yaşamın içinden çıkan fotografik görüntü daha kalıcı ve etkisi çok daha güçlüdür. “Fotoğraflar bir akış değil, ancak gerçek bir zaman dilimi oldukları için hareketli görüntülerden fazla akılda kalırlar”. ⁴⁹ Bunun ilk akla gelen örneklerinden biri 1968 yılında Saygon polis şefinin (Nguyen Ngoc Loan), bir Vietkong şüphelisini infaz ederken çekilmiş televizyon filmi olmasına rağmen olay tekrar hatırlandığında televizyon filmi değil akıllarda Eddie Adams’ın karesi akıllara gelir.

⁴⁷ F. Vilem, Bir fotoğraf Felsefesine Doğru, Çeviren İ. Derman, Ağaç Yayıncılık, 1991, 21 S.

⁴⁸ B. John, O Ana Adanmış, 2. Baskı Metis Yayınları 1998, 71 S.

⁴⁹ S. Susan, Fotoğraf Üzerine, Çeviren: Reha Akçakaya, Altıkkırkbeş, 1993,32 S.



Fot: 1 Eddie Adams

Burada fotoğrafın akıllarda kalmasının en önemli sebebi olaydaki tek bir anı temsil etmesidir. Günümüzde saniyenin 8000/1'ini yakalamak gibi bir teknolojiye ulaşan fotoğraf makineleri bir olayın özetini tek bir kare ile bize sunabilir. “ Yaşamın içindeki bir anı fotoğrafı sanatçısı filmin üzerine pozlayarak seçip alırken seçicilik içindedir. Yaşamın içinden belirli şeyleri diğerlerinden soyutlayarak almaktadır.”⁵⁰

2.1.2.1. Kitle İletişim Haberciliğinde Fotoğraf

İletişim tarihi, insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanın var olması ile ortaya çıkan iletişim olgusunun temelinde, paylaşma ihtiyacının giderilmesi vardır. Doğduğu andan itibaren çevresiyle sürekli iletişim ve etkileşim içerisine giren insanoğlu bilinçsizce çevresini etkilemeye, değiştirmeye; yine bilinçsizce etkilenmeye, değişerek çevresine uyarlanmaya başlar. İnsanlık tarihinde insanoğlu, iletişim kurmak çeşitli araçlara başvurmuştur. Kendi gelişimine paralel olarak kullandığı araçlar da gelişmiş; sürekli gelişen iletişim araçları birbirini tamamlamış; ancak

⁵⁰ K. Levend, Fotoğrafın Düşündürdükleri, Tan aylık / düşün yazın seçkisi Kasım, 1982 81 S.

birisi, diğersinin yerini alamamıştır. Teknolojik gelişimin doğal sonucu olarak gelişen ve elektronikleşen iletişim araçları, iletişime sürat ve kolaylık sağlamakla kalmamış; aynı zamanda iletişimi, kitle iletişimimine çevirmiştir. Bu elektronik iletişim araçları, günümüzde, kurduğu haberleşme ağıyla kültürü de yaygınlaştırmış; dünyamızı Mc. LUHAN'ın deyimiyle "küresel bir köy"e dönüştürmüştür.

Kitle iletişim araçlarında iletinin yarattığı etki çok önemlidir. İletişim bilimcilerin iletinin etkisinin arıtılmasında kullandığı önemli yöntemlerden biri de iletinin görselleştirilmesidir. İletişim sistemleri halka açık ve bir amaç doğrultusundadır (özel bir dil kullanamazsınız- dilin tam anlamı ortaklaşa kullanımıdır). Derme çatma hazırlanmış bir şeyden anlam üretilemez. Tıka basa anlamla dolu bir bütünden, bize en mantıklı görünenleri seçerken, gerisini göz ardı ederiz.⁵¹ Fotoğrafın dili görseldir. Bu görsel dil herkes tarafından anlaşılabilen ve somut bir araçtır. Görsellik kitle iletişiminde iletilerin yayılmasındaki en önemli unsurlardan biri olan ortak dilin oluşturulmasına zemin hazırlar.

İnsanoğlu daha mağaralarda yaşadığı dönemlerde bile günlük yaşam sürecinde edindiği deneyim ve izlenimleri diğer türdeşleri ile paylaşmak; bu yaşantıların orada bıraktığı etkileri diğer türdeşlere aktarmak; onları bu konuda deneyimlerinden haberdar etmek ve bu deneyimlerin aktarım yoluyla kalıcılığını sağlamak amacını gütmüştür. Bu çabasında ise temel sorunu bu, yaşanması bir kereye mahsus olan yaşantıları ve deneyimleri hedef izleyici kitlesinin zihninde canlandırmada ve bu iletinin kalıcılığını sağlamada güçlük olmuştur. Her iki sorunun da üstesinden gelme de "iletiyi görüntüleme" güdü ve yeteneği insanoğlunun yardımına koşmuştur.⁵² Fotoğrafın görsel dili bütün insanlar için birdir. Bir fotoğraf farklı kültürler için farklı duygular yaratsa da herkese ulaşan mesaj aynıdır. Bu mesaj birlikteliği iletişim araçları içinde fotoğrafın yerinin her zaman ayrı tutulması gerektiğini bize gösterir. Görsel bilginin en önemli özelliği, insana bir anda birçok bilgi vermesine rağmen her zaman kalıcı olmasıdır.

⁵¹ F. Inglis, 1990, Media Theory, Oxford and Cambridge: Basil Blackwell, 156 S., Aktaran: M. Z. Arıcan, "Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi"

⁵² B. Murat, Görsel Karizma ve Reklam Duvarları, Kurgu Dergisi 7 Ocak 1990, 305-307 S.

2.1.2.1.1. Haber Fotoğrafi Kriterleri

Haber fotoğrafı yazılı basının en önemli öğelerinden biri olmasıyla beraber her fotoğrafın da basılması gerektiği anlamına gelmez. Basında yer alan fotoğrafın öncelikle, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden ve kim sorularına verilen yanıtlarda haberi destekleyen bir kanıt olması gerekmektedir. Haber fotoğrafı olay hakkında görsel bilgi vermekle kalmaz aynı zamanda mesajı da iletir.

Bir fotoğrafın haber fotoğrafı olarak değerlendirilmesi için belli niteliklere sahip olması gerekmektedir.

- 1 – Zamanlılık (immediacy)
- 2 – Yakınlık (proximity)
- 3 – Belirginlik
- 4 – Önem (Consequence)
- 5 – Çatışma, mücadele (conflict)
- 6 – Değişim
- 7 – İnsanın ilgisine yönelik olması (human interest)⁵³

Bunun yanında bu niteliklere sahip bir fotoğrafı çekmek içinde haber fotoğrafçısının da belli niteliklere sahip olması gerekmektedir. İyi bir basın fotoğrafçısı; fotoğrafçı olduğu kadar, iyi bir gazeteci olmalı, teknik bilgisi iyi olmalı ve sanatçı kişiliğe sahip olmalıdır.⁵⁴

Fotoğraf görüntüsü her zaman başlıkların, alt yazıların, açıklayıcı metinlerin, eleştirel görüşlerin desteğine muhtaçtır. Aslında görüntünün ilettiğinin ne olduğu anlaşılabilir, bu görüntüye atfedilen anlamın tek başına görüntü ile kavranması

⁵³ B. Robert, From news to Newsprint, Englewood Cliffs, N.J. Patience Hall, 122 S.

⁵⁴ B. Robert, From news to Newsprint, Englewood Cliffs, N.J. Patience Hall, 122 S.

güçtür. ⁵⁵ Bu nedenle kullanılan fotoğrafın bağlantılı olduğu haber ile uyumlu olması onu desteklemesi gerekmektedir.

Günümüzde haber metni ile haber fotoğrafı arasındaki ilişkinin yapısı da farklılıklar göstermiş ve tartışılmıştır. Flusser, “geçmişte metinler görüntüleri açıklıyordu. Şimdi tersine fotoğraflar gazete makalesini görüntülemektedir” diyerek yazılı basında görselin artık metinlere göre daha hakim duruma geldiğini vurgulamıştır. ⁵⁶Foto röportajcılığının bulunuşu – böylelikle resimler metni değil, metin resimleri izlemeye başladı. ⁵⁷Burada dikkat edilmesi gereken nokta, haber fotoğrafının metnin dışına çıkmamasıdır. Haber fotoğrafı, haberin içeriğine uygun olmalı ve sınırlarını haberin metni çizmelidir. Fotoğraf bu sınırlar arasında en iyi ve öz bilgiyi izleyene vermelidir.

2.1.2.1.2. Haber Fotoğrafının Gücü ve Önemi

Fotoğraf ilk bulunduğu günden günümüze gerçeği en iyi aktaran bir araç olarak belge niteliği kazanmış ve bu özelliği sürekli olarak özellikle basın organlarında kullanılmıştır. Yazılı basın teknik olanakları uygun olduğu zaman fotoğrafı vazgeçilmezleri arasına koymuştur.

Fotoğraf, her şeyi en yakından gören tanık olarak dünyanın yerine o zaman geçti. Fotoğrafın gerçeğin doğrudan görülmesini sağlayan en saydam araç sayıldığı dönemdi bu: araç’ı kullanan büyük tanıklık ustaları Paul Strand ve Walker Evans gibi kişilerin dönemi. Kapitalist ülkelerde, fotoğrafın en özgür olduğu andı bu: fotoğraf güzel sanatların kısıtlılığından kurtulmuş, demokratik olarak kullanılabilir bir kamu bildirişim aracı olmuştu. ⁵⁸

Fotoğrafın habere kattığı en önemli özelliklerden biri, belge niteliği taşımasıyla haberin inandırıcılığını artırmasıdır. Haberin güvenilirliği ve inandırıcılığı

⁵⁵ D. İhsan, Fotoğraf ve Gerçeklik, Ağaç Yayıncılık, 1991, 77 S.

⁵⁶ F. Wilem, Bir Fotoğraf Felsefesine Doğru, Çeviren: İhsan Derman, Ağaç yayıncılık, 65 S.

⁵⁷ B. John, O Ana Adanmış, Çeviren: Y. Salman ve M. Gürsoy, Metis Yayın 1998, 75 S.

⁵⁸ a.g.e. 75 S.

konusundan haberin kaynağı kadar önemli olan fotoğraf, haberin diğer bütün unsurlarından daha etkindir. Ama fotoğrafın bunu sağlaması için haberi desteklemesi ve habere uygun olması çok önemlidir.

Fotoğrafın basında kullanılmasıyla, okuyucu kitle ilk defa fotoğrafa özgü bir ikna edici gerçeklik duygusuna sahip resimler görüyorlardı; hiçbir ressam ya da çizer, okuyucu ile fotoğraf makinesinin kaydettiği gerçekler arasındaki aracılığı sağlayamamaktaydı.⁵⁹ Fotoğrafın gerçeği çağrıştırma gücü, gazete sayfasında yer alan diğer görsel öğelere göre daha üstündür. Fotoğrafla birlikte, okuyucu gazetede ki görüntüleri, aynı kendi gözleriyle gördüğü gibi görmeye başlamışlardır. Doğrudan fotoğraflama tekniğiyle, oynama yapılmadan üretilmiş bir fotoğrafın gerçekliği, sorgulanmadan onaylanmaktadır. Bu da, fotoğraf teknolojisindeki optik kayıt mekanizmasından kaynaklanmaktadır.⁶⁰

Fotoğraf sanatı ile “gazete fotoğrafçılığı” arasında önemli bir fark vardır; Birinde her sanat dalında olduğu gibi yaratıcılık ve duyguya sesleniş, ötekinde olayı saptama ve anlatma öndedir. Fotoğraf sanatı soyut olabilir. Gazete fotoğrafı ise alabildiğine somut ve alabildiğince gerçekçidir.⁶¹ Bir fotoğraf çok estetik ve olmasına rağmen haber fotoğrafı olamayacağı gibi, bir haber fotoğrafı da çok estetik olmayabilir. Salt fotoğraf olarak çok değerli olmayan bir fotoğraf bir olayı en iyi şekilde belgelemesiyle ve tekliği ile vazgeçilmez olabilir.

Sadece metinden oluşan bir sayfa, okuyucu için görsellikten ve gerçeklikten eksik kalmasının yanı sıra ilginin toplanması açısından da zor olacaktır. Haber fotoğrafı sayfayı monotonluktan kurtardığı gibi okuru habere yönlendirir ve kolay okunmasını sağlar. Kitleleri harekete geçirebilen ve gücünü görsellikten alan haber fotoğrafı sayfa için vazgeçilmezdir.

⁵⁹ Time, Life Editors, Photojournalism, Aktaran: M. Z Arıcan, "Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi"

⁶⁰ a.g.e. 55 S.

⁶¹ Y. Hasan, Gazete Fotoğrafı, Fotoğraf Sanatı Dergisi, Ekim 1988, 4 S.

2.2. Habercilik ve Haber Görselliğinde Dönemler

Yaşamda en küçük toplum birimi olan aile de bile diğer bireylerle ilişkiler kurarak yaşamlarını sürdürürler. Bu tür ilişkilere sosyolojide ilk ilişkiler denir. İnsan önce aile çevresinin etkisinde kalmıştır. Bu çevrenin yanına giderek mahalle, okul, meslek çevreleri, köy, kasaba, şehir ve yurt çevreleri, insanı az ya da çok etkisi altına almaktadır. Merkezleri iç içe çemberler halinde kişiyi kuşatan bu etkileme çevreleri insanın kişiliğini oluşturmakta, bu çevrelerin özelliğine göre de, evlat, arkadaş, meslektaş, karı-koca, akraba, anne, baba, hemşeri ve yurttaş kişiliğini kazanmaktadır. En ilkel toplumlardan en ileri toplumlara kadar, her zaman her yerde insanların ilişkileri sürekli bu biçimde düzenlene gelmiştir.

Bu nedenle, toplumun bireyi olan insan daima çevresinde olup bitenleri öğrenmek, kendi başına gelenleri başkalarına duyurmak, bunlar üzerinde düşünmek ve düşündüklerin de başkalarına iletmek ihtiyacı duyar. İşte bu ihtiyaç, yani yaşanana anda olup bitenleri öğrenmek merakı Haberleşme eylemini yaratmıştır. En basit şekilde biri alıcı diğeri verici olarak nitelendirilen iki kişi, iki taraf arasında herhangi bir aracı olmadan yapılan haberleşmeye doğrudan doğruya haberleşme diyoruz. Bu tür haberleşmenin en temel özelliği sözlü oluşu ve iletinin herhangi bir araç olmadan iletilmesidir. İki taraf arasında ani ve karşılıklı bir diyalog kurulmakta, haberin yayılma alanı gerek zaman, gerekse mekân yönünden çok sınırlı olmaktadır.

Ancak bu haberlerin diğer kişilere, üçüncü şahıslara da aktarılması mümkündür. Bu taktirde alıcı ve vericilerin sayısı artmakta ve giderek zincirleme bir haberleşme söz konusu olmaktadır. İşte bu haberleşme eyleminin en eski, en etkin ve en yaygı aracı, özellikle yazının icadından günümüze kadar çeşitli aşamalar geçiren ve günümüzde “dördüncü kuvvet” olarak adlandırılan basındır. Basının bu eylemini “Habercilik” olarak adlandırabiliriz. Haberciliğe, haberleri toplama ve bu haberleri yayma olarak kısaca tanımlayabiliriz. Bu açıdan baktığımızda haberciliğin ve basının ilk insan topluluklarıyla yaşıt olduğunu görmekteyiz. İlk insan topluluklarıyla yaşıt olan habercilikte ilkçağdan günümüze kadar tarihi de değiştiren olaylardan etkilenmiştir. Bugüne gelene kadar haberi incelerken de belli dönemler içerisinde incelemek uygun olacaktır.

2.2.1. Matbaaya Kadar Habercilik ve Görsellik

Birbirleriyle haberleşme ihtiyacında olan insanlar arasındaki ilk haberleşme işaretleşme ile başlamıştır. İlkel toplumlarda yüksek tepeler üzerinde ateş yakarak, bazı Kızılderili kabilelerinde bugün hala görüldüğü üzere uzaklardan belirlenecek şekilde duman çıkartarak, Afrika yerlilerinde olduğu gibi tam çalarak, işaretler ve seslerle doğrudan doğruya yapılan bu kişisel haberleşme yanında, haberlerin ulaştırılmasının mekan ile ilgili olduğu, araya uzun mesafeler girdiği zamanlar, doğrudan doğruya haberleşmenin sosyal bağın devamlılığını sağlamaktaki yetersizliği anlaşılarak, yaya ve atlı haberciler gönderilmesi zorunluluğu doğmuştur.

Haberlerin yaya veya atlı haberciler aracılığıyla ve kişiden kişiye aktarılacak suretiyle iletilmesinde bazı sakıncalar ortaya çıkmıştır. İletilen haberlerin anlamının değiştiği, çoğu kez söylenti haline geldiği, habercilerin haberleri kendi ihtiyaç ve amaçlarına göre dönüştürdükleri görülmüş ve bu sakıncaları ortadan kaldırmak amacıyla bazı toplumlarda insan hafızasına ağırlık ve önem verilerek haberlerin ezberletilmesi yolu tercih edilmiştir. Örneğin, İnka'ların ülkesi olan Peru'da haberlerin ezberlenerek ulaştırıldığı, habercilerin bulunduğu haber konaklarının bulunduğu, birbirleriyle bir konakta buluşan habercilerin birlikte diğer konağa koşana dek haber ezberledikleri görülür.

Yazının icadına kadar olan süreçte bu şekilde bir gelişim gösteren haberleşme eylemi, yazının icadından sonra dolaylı haberleşme şekline dönüşmüş, insanlar arasındaki sosyal ilişkilerin mahiyeti değişmiş, bu ilişkiler daha karmaşık bir durum kazanmış, yazı haberin kaynağına dönebilmeyi sağlayan sağlıklı bir araç olmuştur.

Yazının icadından sonra haberleşme eylemi de birçok aşamalar geçirmiş, daha ileri toplumlarda uygarlığın evrimine paralel bir gelişim göstererek evvela basın sonra da teknik, ekonomik, sosyal, hukuki ve kültürel olanaklardan yararlanarak çağdaş basını oluşturmuştur. Basının bu oluşumunda bazı önemli teknik olanakların sağlanması çok büyük rol oynamış, başlıca etken olmuştur. Bu teknik olanaklar tarih sırasına göre yazının icadı, kâğıdın icadı, matbaanın icadıdır. Günümüze gelene kadar da basımı, haberleşmeyi ve dağıtımı geliştiren birçok icatların eklenmesi sonucunda da bugünkü çağdaş basın meydana gelmiştir.

Düşüncelerimizi, duygularımızı, isteklerimizi başkalarına iletmek, ya da unutulmaktan kurtarmak için kullanılan insanlık kültürünün temeli olan yazı uygarlık dünyasında kültür birikimi sağlamıştır. Tarihin konusuna giren zaman insanlığın yeryüzündeki yaşına göre çok kısadır. Çünkü medeniyet ateşin icadıyla başladığı halde, tarih ancak yazının icadıyla başlayan dönemi kapsamaktadır.

Bu teknik olanaklardan biri olan kâğıt, üzerine yazı yazmak, resim, işaret ve şekiller yapmak amacıyla türlü bitkisel maddelerden imal edilen ince bir yüzeydir. Kâğıdın kullanıldığı alanlar sayılamayacak kadar çok olmasına rağmen en önemli kullanım alanı basın olmuştur. Düşünceleri yazı haline koymakla başlayan uygarlıkların yeryüzündeki yayılışında en önemli unsur ve en önemli etken olmuştur. Medyalar, enformasyonun yanı sıra iletişimin toplumsal olarak kurulu biçimlerini de aktaran araçlar olduğuna göre, bunların ana işlevleri toplumun genelinde meydana gelen değişimlere (ki bu değişimleri de medyalar belirler) eşlik eder.⁶² Yazının icadıyla insan düşüncesinin edebileceğini ve saklanabilme olanağına kavuşmuş, matbaanın icadıyla yazılı düşüncelerin çok sayıda çoğaltılması olanağı ortaya çıkmıştır. Yazının icadıyla izler haline dönüştürülerek başkalarına ulaştırılabilen insan düşüncesi, matbaa sayesinde istenildiği kadara çoğalttırılarak çok daha geniş kitlelere oluşmuştur. Yazılı basın ve yayın, Aydınlanma'nın yayılmasına, böylece de kullanılabilmesine ve son aşamada daha büyük sayıda insanın ilerlemesine izin verir.⁶³

Babil'de kamu ile ilgili olayları günü gününe yazan Vakanüvisler (Vakanüvis veya Vak'a-Nüvis, zamanında devletin tarihsel olayları kaydetmekle görevlendirilen kişilere verilen isim) ve bunları duvarlara asan görevliler vardı. İsraili tarihçi Flavius Josephe bu duvar gazetelerinin sonradan fırınlanmış çamur tabletler olduğunu ve bu tabletlere doğal ve sosyal olayların kaydedil dildiğini belirtir. Çinlilerin 4000 yıl önce bir çeşit gazeteyle sahip oldukları Voltaire (Fransız yazar ve filozof) tarafından iddia edilmesine rağmen bu konuda herhangi bir kaynak bulunmamaktadır. Herodot (M.Ö. 5. yüzyılda yaşamış olan Yunanlı tarihçi ve antik

⁶² F. Barbier, C. Bertho Lavenir, Diderot'tan İnternete Medya Tarihi, 2001, Birinci Baskı 13 S.

⁶³ a.g.e. 14 S.

yazar) tarihinde de firavunlar aleyhinde yayım yapan mizah gazetelerinin varlığına değinilmekte, ancak bu gazetenin niteliği hakkında kesin bir bilgi verilmemektedir. Eski Yunan sitelerinde ise Agora denilen meydanlarda öğrenilen haberleri halka bağırarak bildiren ve bunların tartışmasını yapan görevliler vardı. Bu sitelerde tarihi olayların yazıldığı Ori'ler ile günlük olayların yazıldığı Efimerit'ler ilkel gazete niteliğindedir. Eski Roma'da bir yıllık olaylar rahipler tarafından beyaz levhalar üzerine yazılır, sonra bu yıllıklar başrahip tarafından tapınağın duvarlarına asılarak halka duyurulurdu.⁶⁴

Julius Sezar döneminde imparatorluk ölçüsünde bir kamuoyu yaratmak amacıyla Senato oturumlarına ait tutanakların (Acta Senatus) adıyla yayınlanması emredilmiş, böylece siyasal olaylar ve haberlerin halka duyurulması sağlanmıştır. Daha sonra bugünkü resmi gazetenin ilk şekli olarak adlandırabileceğimiz (Acta Publica) adlı bir sayfalık bültenler ortaya çıkmıştır. Sezar'ın devam eden döneminde (Acta Urbis) ve (Acta Urbana) adında bir çeşit resmi gazetede yayınlanmıştır. Bunun yanında aynı dönemde yine Sezar'ın emri ile halkı ilgilendiren günlük önemli olayları kapsayan (Acta Diurna) adıyla bildiriler yayınlanmıştır. Elle yazılan bu bültenlerde; önemli sosyal ve siyasal olaylar, evlenmeler, iflaslar, idamlar, cenaze törenleri, yangınlar, çok yaşayanlar, seçimler, plebisit (Bir sorun hakkında, halkın, kabul yada ret edebilme haklarını kullanıp, kararlarını belirtmeleri amacıyla yapılan halkoylamasıdır. Özellikle sınırların çizilmesi, bir antlaşmanın imzalanması durumunda uygulanır, olağanüstü bir haldir. İlk defa Fransız devrimi döneminde uygulanmıştır.) ve kamuoyunu ilgilendiren anlaşmalar, kanunlar ve yabancı devletlerle yapılan ittifaklar, denizcilik ve askeri savunma ile ilgili konular, bir göktaşının düşmesi ve benzeri afetlerden spor gösterilerine kadar çeşitli olaylara da değiniliyordu. Acta Diurna'daki haberleri toplayan özel görevliler olduğu gibi, toplanan haberler de yetkili makamların resmen verdikleri bilgilere dayanıyordu. Bir çeşit duvar gazetesi olan Acat Diurna'lar halkın görebileceği şekilde, kentin belli başlı yerlerine asılıyor, evlere gönderiliyor ve diğer eyaletlere yollanıyordu. Ayrıca gerektiğinde başvurulmak üzere, tarih sırasıyla koleksiyonları yapılarak saklanıyordu. Bu nedenlerle Acta Diurna'lar bugünkü gazetenin temeli

⁶⁴ İnüğür. M. Nuri, Basın ve Yayın Tarihi, Üçüncü Basım 1993, 32 S.

sayılmaktadır. Bunlar aynı zamanda Roma Senatosu'nun çalışmalarını kaydeden ve senatörlerin danışmanlığı ile hazırlanan (Acta Senatus) 'ün tamamlayıcısı olmuşlardır.⁶⁵ Bu aşamadan sonra gazetecilik alanındaki gelişmeler daha da çabuklaşmış (Epistolier) denilen resmi veya yarı resmi mektup yazarları ortaya çıkmıştır. Bunlar haberleri önce yazıyor, gerekince iletiyor bazen de nükteli fıkralar anlatıyorlardı. İlkel olmakla beraber Epistolier'ler gazeteciliğin her türünü yaratmışlardı. Bunlar bazen övücü bazen yerici yazılar yazmışlar; bazen de sadece haber vermekle yetinmişlerdir. Bunları ilk gazete köşe yazarları olarak nitelendirmek yanlış olmaz. İlk çağda haberleşme alanında bu gelişmeler yaşansa dahi gazetecilik anlamında bugünkü gazete ve habercilikle kıyaslamak pek mümkün değildir. Bunun en önemli nedeni ilk çağda henüz matbaanın icadı olmamış ve bahsedilen habercilik örnekleri çok kısıtlı bir çevrede ve sayıda olmuştur.

Feodalite düzenin ve gittikçe güçlenen kilisenin varlığını hissettirdiği ortaçağda akıl ve bilim yöntemleri unutuldu. Eski Yunan'dan Roma'ya geçen özgür araştırma ve özgür düşünme geleneği kayboldu. Kilisenin uygun gördüğü bilgilerden başkasını öğrenmek olanağı olmadığı gibi dini doğmalarından başka bir şeyi öğrenme ihtiyacı da duyulmuyordu. Bu koşullar altında olan özellikle Avrupa'nın bütün yayın hayatı, kilisenin uygun gördüğü bazı kitapların ve manastırlardaki keşişler tarafından tekrar el yazması halinde çoğaltılmasına dönmüştür. Dini ve dünyevi liderlerin hareketlerini sözle ve yazı ile eleştirmek yasaklanmış, böyle bir hareket Tanrının iradesine karşı gelmek olarak nitelendirilerek küfür olarak addedilmiştir. M.S. 499 yılında yasaklanan kitapların adları bir katalog halinde yayınlanmıştır.

Milattan sonra 800 yılından itibaren dünyevi yetkileri de ele geçiren kilise sansürün uygulama alanını daha da genişletmiştir. Bu nedenle de Avrupa, bu dönemde bilim, edebiyat ve tüm yayınlar bakımından en verimsiz dönemini yaşamıştır. Doğu Avrupa ve yakın doğuda da Bizans ve Sasani imparatorlukları yıllarca süren savaflara tutulmuşlardı. Adaletsizlik ve kör inanç her yanı kaplamış, bilim ve felsefe yok olmuştu. Her iki ülkede imparatorlar din örgütünü buyrukları altında tuttuklarından, Avrupa'daki gibi bir kilise örgütü oluşmamıştı. Bu bölgede de

⁶⁵ İnüğü M. Nuri, Basın ve Yayın Tarihi, Üçüncü Basım 1993, 33 S.

temeli eşitsizliğe dayanan bir toplum düzeni vardı. Bu dönemde ortaya çıkan Müslümanlık dini önce yakın doğuya sonra da Asya ve Kuzey Afrika'ya yayıldı. Müslümanlık, çözülme halinde olan doğuya ve ufak parçalara bölünmüş feodal batıya daha yüksek sosyal örgüt biçimleri getiriyor; aynı zamanda temeli ticarete dayanan bir uygarlığın ilk şekillerini veriyordu. İslam bilim adamlarının eski Yunan kültürü ile bağlantı kurması, bu kültüre ait bütün eserlerin Arapçaya çevrilmesi sonucunu doğurdu. Müslüman bilginler tıp, astronomi, kimya ve matematik alanında başarılı çalışmalar yaptılar ve bu bilimleri geliştirdiler. Müslümanlık gerek kendi yarattığı eserlerle, gerekse eski Yunan kültürünü koruyup geliştirmekle Avrupa'da Rönesansın hazırlayıcısı olmuş, Haçlı Seferleriyle, Avrupa ülkeleri ve Müslüman dünyası arasında ilişkiler kurulmuş, İspanya, İtalya – Sicilya ve Kuzey Afrika yoluyla, bunu diğer ilişkiler izlemiştir.

Ortaçağda düzenli bir haber yayan ve gazete niteliğinde olan bir yayın Çin'de yapılmıştır. Dünyanın en eski gazetesinin miladın 911. yılında Peking kentinde kurulan ve günümüze kadara yayını sürdüren (King PAO) gazetesi olduğu savunulmaktadır. Aynı tarihlerde Avrupa kıtasında böyle bir yayın organından söz edilmemektedir.⁶⁶ Özel görevlilerce çıkarılan, bir nevi (saray bildirisi) olan bu gazete, rapor anlamına gelen (PAO) adını taşıyordu. Bu gazete Çin'in Ching (Manchu) lar tarafından idare edildiği (1644 – 1911) döneminde bu bülten Peking gazetesi adını almıştır. Gazete 17. Yüzyıl'a kadar elle yazılmış veya blok harflerle basılmış, bu yüzyıldan sonra tahta harflerle basılıp yayınlanmıştır.

Ortaçağda Avrupa'da devlet idaresinin temelleri derebeylik sistemine dayanmaktadır. Hür düşüncenin baskı altına alınması sonucu bazı okullar kapatılmış, okuma yazma bilenlerin sayısı azalmıştır. Bu nedenle İlkçağ'da Yunanistan'da özellikle Roma'da düzenli haber bültenleri mevcut olduğu halde, Ortaçağ'da düzenli ve yazılı haber bültenlerine pek rastlanmamaktadır. Avrupa'da yazılı haber bültenlerinin mevcut olmayışını, sosyal, dinsel ve ekonomik sebepler ile izah etmek mümkündür. Dinsel sebeplerin başında, kilisenin yetkilerini genişletmek için yaptığı çalışmaları ve kitap düşmanlığını belirtmek gerekir. Kilise 1179 yılında (LATERAN) Konseyini toplayarak güney Fransa'daki dinsizleri aforoz etmiş, (VERONA)

⁶⁶ Encyclopædia Britannica – 31, sayfa: 235

Konseyi toplantısında da itikatsız ve imansızları arayıp, bulup cezalandırmak görevini piskoposlara vermiştir. Bu şekilde görevlendirilen piskoposlar her türlü kitapları inceleme yetkisine sahip bulunuyorlardı. Daha sonraları kilise tarafından bu çeşit araştırmakları yapmak üzere (INQUISITOR) lar tayin edilmiştir. Matbaanın icadından sonra, eserlerin yazılması ve basılması kolaylaşmış, ancak bunlara karşı kilisenin baskısı ve denetimi artmıştır.

Bu durumda ilk uyanış din ve sanat alanında olmuştur. Açık fikirli bir kısım rahipler kilise aleyhine mücadeleye girişmişler, bu arada da edebiyat ve sanat alanında da bazı yeni gelişmeler ve akımlar oluşmuş, yaratılan eserlerle insanlara yeni düşünce ufukları açılmıştır. Avrupa nüfusunun artması, ekonomik hayatın camlanmasına neden olmuş, Avrupa memleketleri arasında geziler yapılmaya başlanmış, meydana gelen olayların ve yeniliklerin etki alanı genişlemiştir.

Bu koşullar altında Avrupa'da ilk haberleşme, haber mektuplarıyla başlamıştır. Batıda basın tarihinin gerçek başlangıcı 13. Yüzyılda (Nouvelle a la main: elde dolaştırılan haber) denen küçük haber mektuplarının ortaya çıkışı ile olmuştur.

Matbaanın bulunmasına kadar olan dönemde habercilik dini ve siyasi belli güçlerin elinde olduğu gözlenmektedir. Bu şartlar altında da haberin üretilmesi ve kitlelere ulaşması belli şartlar ve ekonomik güçler gerektirmekteydi. Bu nedenle de ilk dönemlerdeki kitle iletişim araçları veya habercilik yapan kurumların çok kuvvetli olduğunu söylemek zordur. Kitle iletişim araçlarının günümüzde dördüncü kuvvet olarak adlandırılmasındaki en önemli etki olan muhalefet etme ve iktidarlara etkileme özelliği ilk dönemlerde görülmemektedir. Haberciliğin bir güç haline gelmesini sağlayan en önemli etkenlerin başında matbaa vardır. Haberlerin matbaa sayesinde geniş kitlelere ulaşması, yeni coğrafi keşiflerin ve özellikle de sanayi devriminin getirdikleri haberciliğin sanayileşmesini ve bir sektör haline gelmesini sağlamıştır.

Matbaanın icadı bir anda olmamış belirli dönemlerde çeşitli coğrafyalarda gelişmiştir. Murat Belge'nin de dediği gibi "Matbaa öyle tek bir adamın bir yerde, bir seferde gerçekleştirdiği tek bir buluşun ürünü bir şey değil, bir süreçtir".⁶⁷

Matbaanın ilk kez kullanılması Uzakdoğu'da başlamıştır. Bilinen ilk baskı 8. Yüzyılda Japonya'da yapılmıştır. İmparatoriçe Shotoko, Budizm'in kutsal metinlerini Sanskrit dilinde Çin alfabesiyle bastırmıştır. İlk kez tek tek harfler dökerek baskı yapmayı Pi Sheng adında bir Çinli denemiştir. Pi Sheng porselenden harfler kullanarak matbaanın gelişimine mükemmel bir hız kazandırmıştır. Matbaa Çinlilerden Uygurlulara geçmiştir. Tun-Huang mağarasındaki buluntular Uygurların 9. yüzyıl'dan itibaren baskı yaptığını göstermektedir. Avrupa'da matbaacılık özellikle 15. yüzyılda gelişme göstermiştir. Avrupa'da matbaacılığın üssü Hollanda olmuştur. Buradaki basım tekniği hattatlarca yazılan tahta kalıplarla yapılmaktaydı. Kalıplar hakkaklarca* kazınarak üretilmekteydi. Harlem kentinde ilk kez tek tek harflerle baskı denemelerini 1430 yılında Lourens Janszoon Coster'in yaptığı sanılmaktadır. Johann Gutenberg ise çırağı Fust ile birlikte Mainz şehrinde metal harflerle basım tekniğini uygulamıştır. Gutenberg bu çalışmalara bilgi ve birikimlerini, Fust ise sermayesini katmıştır. İlk çalışmaları olan 42 satırlık İncil'i 1455 yılında basmışlardır. Fust ve Gutenberg işlerin yolunda gitmemesi neticesinde ortaklıklarına son vermiştir. 1462'de Nassau başpiskoposunun askerleri Mainz şehrine saldırmış, kaçan basımcılar Avrupa'nın her yanına dağılmıştır. Matbaacılar - Gutenberg dahil- buldukları iyileştirmeleri sır olarak saklıyorlardı. Buna rağmen yayılma müthiş hızlıydı. Otuz yıl içinde, yani 1480'e gelindiğinde, çoğu Almanya ve İtalya'da olmak üzere, 110 matbaa kurulmuştu. Yüzyıl sona ererken, Paris matbaacılığın merkezi haline gelmişti ve yılda üç yüzden fazla 'başlık' ürettiyordu. Dolayısıyla Avrupa'da matbaa süreci toplumun bilgi ve düşünce ile kurduğu özel ilişkinin niteliğine bağlı olarak böyle hızlı ve yaygın bir gelişme gösterdi.⁶⁸Matbaa süreci basın tarihi yönünden olduğu kadar insanlık tarihi açısından da önemli bir adımdır. Matbaayla beraber siyasal ve sosyal hayatta yeni bir dönem başlamıştır.

⁶⁷ BELGE. Murat, Radikal Gazetesi - Matbaanın 'icadı'nı icat etmek - 14.08.2001

⁶⁸ a.g.e.

Bilim ve sanat eserlerinin bütün dünyaya yayılması, matbaa sayesinde geniş olanaklara kavuşmuştur.

Bu dönem ayrıca keşif dönemi olduğundan basının önemi bir kat daha artmıştır. Özellikle dönem sonunda bilinmeyen kıtaların keşifleri halkın merakını uyandırmış ve büyük kitleler bu keşiflerle ilgili haberleri merakla takip etmeye başlamışlardır. Ayrıca posta kolaylıkları sayesinde haberler, ülkeler arasında da daha hızlı yayılmaya başlamıştır.

17. yüzyıla baktığımızda sadece Avrupa'ya özgü siyasi koşullarda basının oluşumunu büyük ölçüde etkilenmiştir. Bu yüzyılın başında (1609) Hollanda, İngiltere'den yardım görerek İspanya Kralı Philip'in egemenliğinden kurtulmuş ve bağımsızlığına kavuşarak, krallık halinde yönetilmeye başlanarak bir sömürge devleti haline gelmiştir. Fransa'da 14. Lois zamanında soylular, İngiltere'nin aksine kralı desteklerinden monarşik idare güçlenmiştir. Almanya otuz yıl savaşları (1618–1648) nedeniyle küçük devletler halinde bölünmek zorunda kalmıştır. Çünkü II. Ferdinand Katolik olduğundan Alman prenslerini Katolik olmaya zorlamaktaydı. Otuz yıl savaşları bu nedenle önce Almanya'da başlamış, giderek Danimarka, İsveç, Fransa, Hollanda, İspanya bu savaşlara katılmışlardır. Ekonomik koşullar aşırı derecede ağırlaşmış, geçim sıkıntısı çeken ve yarınından emin olmayan insanlar hem kendi ülkelerinde, hem de komşularında cereyan eden olayları öğrenmek ihtiyacını duymaya başlamışlardır. İşte bu siyasal ve ekonomik koşullar Almanya'da gazeteciliğin ortaya çıkmasında ve kökleşmesinde önemli bir etken olmuştur.

Bu yüzyılda belirli aralıklarla basılmış olan eserlere gazete demeye imkân yoktur; bunlar gazeteye çok benzeyen yayın araçlarıdır. Bugünkü anlamda ilk gazete 1609'da Strasbourg'da haftalık olarak Almanca yayınlanan “Avisa, Relation, eder, Zeiturg”'dır. Johann Carolus tarafından satışa sunulan bu gazete gerek olarak dış politika ve savaşlarla ilgili haberler vermekteydi. Bu haberler herhangi bir ayırım, açıklama veya analize tabi tutulmadan gelişigüzel veriliyordu. Aynı başlığı taşıyan diğer bir gazete yine 1609'da Augsburg, Cnedenck Wurdiye Zeiturg adlı gazete ise 1610'da Köln'de yayınlanmıştır. Bundan sonra 1619'da Anvers'de “Nieu we Tijdirghe” adlı Hollanda gazetesi çıkmaya başlamıştır. 14 Mayıs 1622'de Londra'da

ilk İngiliz gazetesi “The News Fran Italy and Germany” ve 1631’de Paris’te ilk Fransız gazetesi “ La Gazette” adıyla haftalık yayınlanmış, bunları 1640’da Roma’da yayınlanan ilk İtalyan gazetesi “Gazetta Pulica” izlemiştir.⁶⁹

16. ve 17. Yüzyıldaki dinsel, siyasal, bilimsel ve felsefi düşüncüler, Avrupa ülkelerinde sömürgecilik sonucunda yaşam düzeyinin yükselişiyle tüketim talebinin artması, tarımsal gelişmelerden sonra nüfusun kentlere göç etmesinin ardından kent sanayine hazır iş gücü oluşması Sanayi Devrimi’ni hazırlayan koşullar olmuştur. Özellikle İngiltere’de para ve finans olanaklarının artmasıyla, dokuma ve buhar makineleriyle ilgili tüm teknik buluşların 1758–1791 tarihleri arasında gerçekleşmesini sağlamıştır.

İşte bu dönemde siyasi anlamda ilk gazetecilik örneği ise 18. yüzyılda kral-parlamento çekişmesinin yaşandığı İngiltere’de görülmüştür. Edebi gazetecilik ise Almanya’da gelişmiştir. Siyasi bir içerik taşıyan gazeteler ilanla beslenmiş, edebi yazılarla süslenmiş, hükümetleri eleştirerek de halkın sevgi ve ilgisini toplamışlardır. Orta sınıfın doğuşu ve kahvehanelerin çokluğu da gazetelerin satışına yardım etmiştir.

2.2.2. Haberciliğin Sanayileşmesi ve Fotoğrafın İcadı

18. Yüzyılın son otuz yılında özellikle de Fransa’da, demokratikleşme konusundaki yeni sorunsal ortaya konur. Temelde doğal haklar (“ insanlar özgür ve eşit doğar”) , yeni düşünce modellerinin geniş ölçekli dolaşımı ve uzun vadede medyanın yaygınlaşması sorunu, Lutherci reform ile aynı mantık uyarınca, devrimci fikirlerin başarısı, en azından kısmen, farklı bir kitleye uyarlanan basılı yayınların daha geniş ölçüde yayılmasına bağlıdır. Öte yandan, her ne kadar bu süreç 18. Yüzyılın sonlarına doğru başlamış olsa da asıl gücünü ancak çok daha uzun vadede bulacaktır ve 19. Yüzyıl tarihi, basın rejimi, arzulanan bilgilenme modeli ve daha geniş şekliyle yazının kontrolü ve mülkiyetin somut biçimleri çevresinde dönen ayrıntılı tartışmalarla dolu olacaktır.⁷⁰ Süreli basın, 18 Yüzyılın sonundan itibaren ve

⁶⁹ İnuğur M. Nuri, Basın ve Yayın Tarihi, Üçüncü Basım 1993, 58 S.

⁷⁰ F. Barbier, C. Bertho Lavenir, Diderot’tan İnternete Medya Tarihi, 2001, Birinci Baskı, 14 S.

19. Yüzyılda giderek artan şekilde, basılı kitle iletişim araçlarının değişiminde itici öge işlevini görür. Siyasetin bu dönemine damgasına vuran Aydınlanma, süreli yayını bu araçlarla ilgili sorunsalın merkezine yerleştirir.⁷¹19. yüzyıl'ı Batı'da, yasama, yargı ve yürütme kuvvetlerinin birbirinden bağımsız hale getirilerek, insanlara daha adil ve özgürlükçü bir toplum düzeni sağlayacak ortamın hedef alındığı dönem olarak görmekteyiz. Artık devlet bunlara dayalı olmadıkça modern sayılmıyordu. Bunun gerçek amacı, devleti bireylerin üzerinde yer alan konumundan çıkarıp, bireylerin hizmetine sokmaktı. Bireyin ve bireylerin oluşturduğu kitlelerden istemlerini yansıtacak bir araca gereksinimleri vardı. İşte basın bu noktada bu görevi üstlenmiş ve bu sebepten “Dördüncü Kuvvet” olarak nitelendirilmiştir. 19 Yüzyılın sonlarında basılı yayın dünyasının bu kuvvetini çok daha fazla görülmektedir.

19. Yüzyılın son yılları bir yüzyıldan fazla zamandır başlamış olan süreçlerin hem tamamlandığı hem de aşıldığı zamanlarıdır. Basılı yayın dünyasının etrafında kurulan mantık, daha yeni kitle iletişim araçlarında daha güçlü şekilde bulunacaktır.⁷²19. Yüzyıl tüm gezegeni saran ve ilk çağdaşlarına hızlı bir enformasyon deneyimi kazandıran şebekelerin ortaya çıkışına tanık olmuştur. Giderek yaygınlaşan bu şebekeler, hem küresel köy şeklinde yeniden ortaya çıkan ütopyanın, hem de evrensel, doğrudan ve dolaysız bir iletişimi ve katılımı hedefleyen bir demokrasi rüyasının ilk taşıyıcıları olmuşlardır. Daha somut bir ifadeyle, bu şebekeler modern temsili demokrasilerde ve liberal ekonomilerde enformasyonun dolaşımının kontrolünün düşünülmesine ve organize edilmesine olanak verir. Şebekelerin kullanımındaki bozulma ve kötüye kullanma deneyimleri karşısında kullanım biçimleri, bir kanun ve düzenlemeler bütünü ve bir uluslar arası eşgüdüm kısa sürede ortaya çıkmış ve 20. Yüzyıla kadar ayakta kalmıştır.

Bu dönem içerisinde yaşanan en büyük değişiklik fotoğrafın icadıyla görsellikte yaşanmıştır. Fotoğrafın icadı ile beraber kısa süre içerisinde fotoğraf basında kullanılmaya başlamış ve haber fotoğrafçılığı kavramı ortaya çıkmıştır.

⁷¹ F.Barbier, C. Bertho Lavenir, Diderot'tan İnternete Medya Tarihi, 2001, Birinci Baskı, 157 S.

⁷² a.g.e. 127 S.

Haber fotoğrafçılığının tarihine baktığımızda değişik bakış açılarına göre değişik zamanlara rastlarız. Örneğin Roger Fenton'ın 1855 yılında Kırım Savaşı'nda çektiği fotoğraflar, bir olayı başkalarına fotoğraf aracılığıyla aktarmak haber fotoğrafçılığı olarak değerlendirilirse, ilk haber fotoğrafları sayılabilir. Diğer yandan çekilen fotoğrafların bir kitle iletişim aracı ile yayınlanması kıstas olarak alınırsa haber fotoğrafı olarak değerlendiremeyiz. Bunun nedeni o tarihlerde çekilen fotoğrafların gazetelerde hemen basılmasına olanak sağlayan teknoloji olmaması nedeni ile bu fotoğrafların herhangi bir gazetede yer almamasıydı. Dönemin gazeteleri bu fotoğrafları esas alarak sayfalarında savaş ile ilgili çizimlere yer vermişlerdir.⁷³



Fot: 2 Roger Fenton – Kırım Savaşı- 1855

19. Yüzyılın iki icadı öncelikle fotoğrafların gazetede kullanılabilmesini mümkün kıldı. Fotoğraf makinesinin kendisi ve gazetede fotoğrafları yeniden üretmeyi sağlayan mekanik süreç.⁷⁴ Fotoğrafın gazetelerde kullanılmasının zaman almasının en önemli nedenlerinden biri, çoğaltılmasının zor olmasıydı. Westley'in de

⁷³ www.loc.gov, R. Fenton Crimean War Photographs

⁷⁴ Westley Bruce h., Aktaran: M. Zafer Arıcan, "Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi"

vurguladığı yeniden üretimi sağlayan ekonomik süreç pratikleşmesi ve ucuzlaması nedeniyle gazetelerde kullanılabilir duruma gelmiştir.

Bu gelişmeler ilk olarak Amerika’da görülmekle beraber 1882 yılında Almanya’nın Münih kentinde Georg Meisenbach, yarım ton baskı tekniğini geliştirerek, bit fotoğrafın çok küçük karelere indirgenmesini sağlamıştır.⁷⁵ Fransa’da ise Le Journal Illustre adlı basın organı için, Fransız bilim adamı Marie – Eugene Chevreton’un yüzüncü yaş gününde yapılan iki sayfalık bir röportajda, Paul Nadar’ın sekiz fotoğrafı yayınlanmıştır.⁷⁶ Bu gelişmelerin Birinci Dünya savaşı ile beraber yavaşladığını ama savaş sonra çok daha hızlı bir şekilde devam ettiğini görmekteyiz. Fotoğrafın görünümlere gönderme yapmada en baskın ve doğal yol olması ancak 20. Yüzyılda ve iki dünya savaşı arasına rastlayan dönemde gerçekleşti. Fotoğraf, her şeyi en yakından gören tanık olarak dünyanın yerine o zaman geçti.⁷⁷

Taşınabilir fotoğraf makinesinin icadıyla – bir fotoğrafın çekilmesinin tören olmaktan çıkıp bir ‘refleks’e dönüşmesi ve foto röportajcılığının bulunuşu- fotoğraflar metni değil, metin fotoğrafları izlemeye başladı. **(18)** Özellikle 35 mm. makinelerin yaygın olarak kullanılmasıyla beraber, bir fotoğraf çekimi için artık tripoda, fotoğraf çekilecek kişinin bir süreç içinde poz vermesine gerek kalmamıştır. Artık fotoğrafçılar boyunlarındaki makineleri olaya yöneltip deklanşöre basmaları yeterli olmaktadır.

İlk yıllarda basının yaşadığı en büyük sıkıntılardan biri de fotoğrafın gazeteye ulaştırılmasıdır. 1930’ların başında yeni bir teknik olanak, olay yerinden çekilen haber fotoğraflarının anında dünyanın her yerindeki editörlere ulaşmasını sağlamıştır. Bu olanak, fotoğrafların elektrik teli ile gönderilebilmesi sistemidir.⁷⁸ Fotoğraflar en hızlı ulaşım aracılığıyla gazeteye ulaştırılmasına rağmen bunlar hem maliyetli hem

⁷⁵ Gidal Tim – Modern photojournalism:origin and evolution 1910-1933 New York, Aktaran: M. Zafer Arıcan, "Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi"

⁷⁶ Arthur Rothstein, Photojournalism 4.th Edition New York: amphoto, 1979, 73 S., Aktaran: Melih Zafer Arıcan, "Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf

⁷⁷ B. John, O Ana Adanmış, 2. Baskı Metis Yayınları, 1998, 69 S.

⁷⁸ Westley Bruce h., News Editing, Aktaran: M. Zafer Arıcan, "Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi"

de zaman alan yöntemlerdi. Elektrik teli yöntemi bulunması ile bu sıkıntılar büyük ölçüde aşıldı. Yazılı basında fotoğrafın kullanımını kolaylaştıran bu icat haber fotoğrafçılığının gelişimini hızlandırdı.

Türkiye'ye baktığımızda fotoğrafçılığın kullanımının, Osmanlı dönemine kadar dayandığını görmekteyiz. Yurtdışından gelen fotoğrafçılar, İmparatorluğun görüntülerini toplarken, bir süre sonra Saray'dan da destek görmüşlerdir. Dönemin padişahı Sultan İkinci Abdülhamid, imparatorlukta gelişen olayların fotoğraflarla belgelenmesini istemiştir.⁷⁹ 1912 yılında matbaalarında karanlık oda kuran Ebüzziya kardeşler gazetede ilk defa fotoğrafları, tramlı klişe kullanarak basmaya başlamışlardır. Bu dönemde Velid Bey ve Burhan Felek, karargâh fotoğrafçısı olarak savaş alanlarını fotoğraflamıştır.

Türkiye'deki basın fotoğrafı etkinlikleri, Cumhuriyet'in kuruluşundan sonra da devam etmiştir. Bu dönemde Ankara'da kurulan Matbuat Umum Müdürlüğü, Vedat Nedim Tör'ün başkanlığında büyük bir tanıtım kampanyasına girmiştir. La Turqie Kemaliste adlı derginin yayımına karar verilir. Fotoğraflar için de yaşamını Türkiye'de sürdüren Avusturyalı fotoğrafçı Othmar Pferschy tarafından çekilmiştir.⁸⁰

1930'lu yıllarda Namık Görgüç, Faik Şenol, Ali Ersan, Selahattin Giz, Hilmi Şahenk, Cemal Göral, Müeddep Erkmen, gazetelere ara sıra fotoğraf satarak çabalarını sürdürmüşlerdir.⁸¹ 1 Aralık 1948'de devreye "Hürriyet Gazetesi girmiş, bu gazete için Semiha Es, dünyayı dolaşarak fotoğraflar çekmiştir. Yine aynı yıllarda ilk basın ajansı kurulmuştur. 1 Aralık 1949'da ise yayın hayatına yeni bir anlayışla başlayan "Yeni İstanbul" gazetesi, ünü günümüze kadar ulaşan fotoğrafçıları yetiştirmeye başlamıştır. Bunlardan bazıları, Ara Güler, Zeki Bükey, Mehmet Biber, Limasollu Naci'dir.⁸² Foto muhabirlerimiz Ara Güler, Ergün Çağatay, Mehmet Biber, Coşkun Aral uluslar arası yayınlara fotoğraf üretmeye başlamıştır.⁸³

⁷⁹ Ç. Engin, Osmanlıdan Günümüze Türkiye'de Basın Fotoğrafçılığı

⁸⁰ www.hakimiyetimillie.org. – Gökân Akçura

⁸¹ Ç. Engin, Osmanlıdan Günümüze Türkiye'de Basın Fotoğrafçılığı

⁸² a.g.e., 18 S.

Bu dönemde sadece fotoğraf alanında değil radyo gibi ses unsurları da çeşitlenmiş ve yaygınlaşmıştır. Özellikle birinci ve ikinci dünya savaşı sırasında insanların en önemli haber alma araçlarından biri radyolar olmuştur. Radyo sadece bir haber alma aracı değil aynı zamanda yönetimlerin kullandığı bir propaganda aracı olarak karşımıza çıkmaktadır.

20. Yüzyılın ilk yarısı medyaların görüntü ve ses unsurlarının çeşitlenmesiyle belirlenmiştir. Aha önce kitabın ve sinemanın yaptığı gibi, sinema da kurgusal eserlerde bireysel ve toplumsal ilişkilerin hayali temsilini ortaya çıkarmasının ötesine geçmiş, enformasyon sağlama işleviyle (sinematografik haberler) dünyanın temsilini ve kolektif yaşamın sunumunu bir araya getirerek tamamen siyasi bir işlev kazanmıştır. Sinemanın ortaya çıkışı, yeni medyada eski içeriklerin, yani 19. Yüzyıl sonunun okuryazar Avrupalı topluluklarına alışkanlık kazandıran roman anlatımının ve popüler basının tanımladığı dünya gösterisinin yeniden kullanılmasına yol açar. Bu nedenle kitabın tarihinde uzun süre merkezi konumda bulunmuş olan sansür sorununun 1930’larda sinema yaşamının kalbinde yer alması şaşırtıcı değildir.⁸⁴

İkinci Dünya Savaşı sonrasında televizyon, önceki modellerin doğrudan mirasçısı olarak ortaya çıkar. Bunun nedeni sadece televizyonun radyo ve sinema çalışanlarının maharetlerinin yeniden yatırıma dökmüş olması değil, aynı zamanda kolektif yaşamın toplumsal kuruluş sorununu başka terimlerle ortaya koymuş olmuştur.⁸⁵

2.2.3. Haberciliğin ve Görselliğin Sayısallaşması

Sanayi devriminden sonra tam bir sektör haline gelen haberciliğin 20. Yüzyılda yaşadığı değişimlerin en önemli etkeni dijital gelişimlerdir. İletişimin artan hızına bağlı olarak hızlanan toplumsal değişim insanların bireysel iletişim gereksinimlerini artırdığı gibi kitle iletişim araçlarını da etkilemiş ve çeşitlendirmiştir. Bu dijital gelişmeler girdikleri sektörlerde süreçleri ve

⁸³ a.g.e., 19 S.

⁸⁴ F. Barbier, C. Bertho Lavenir, Diderot’tan İnternete Medya Tarihi, 2001, Birinci Baskı, 15 S.

⁸⁵ a.g.e.,16 S.

organizasyonları değişime zorlamışlardır. Bu zorlama sadece i süreçlerde değişimle sınırla kalmamış aynı zamanda kurumun diğer sektörlerle ve ulaştığı kitle ile olan ilişkilerini de yani mekanizmalar sunarak değişirmiştir. İletişim teknolojilerinin üretilmesi veya satın alınması konusunda iletişim ihtiyaçları belirgin rol oynamıştır. Kitle iletişim araçları içinde, iletişim gereksinimlerini doğru kavrayabilmek; ileti ve habercilik kurumlarını doğru tasarlayıp geliştirmek, iletişim süreçlerinin yeterliliklerini yükseltebilmek gerekmektedir. Habercilik alanında da yeni teknolojiler doğrultusunda yeni girişimler ve yeni tasarımlar olmuştur. Yeni teknolojilerin getirdiği CD-ROM, HTML, akam ortam, ağ uygulamaları, DVD video gibi ortamlar habercilik kavramı içine girmiştir. Özellikle bilgisayarın yayıncılık hayatına girmesi, haberciliğe birçok pratiklik getirmiştir. Bu durumda her geçen gün gelişim gösteren teknolojilere yeni bir tanımlama getirmek gerekecektir. Bu tanımlamayı yaparken eski ve yeni medya arasındaki farkları görmek gerekmektedir. Haberciliğin değişen yanlarını ve özelliklerini görmemiz gerekir.

Yeni habercilikteki en önemli unsur sayısal temsildir. Bütün kodların, yani haberciliğin bütün görsel ve yazımsal iletilerinin, matematiksel simge ve algoritmalara dönüşmüş hallerinden oluşmaktadır. Bu sayede yeni ortamdaki bütün veriler sayılabilir ve programlanabilir bir hale gelmiştir. Haberciliğin sayısallaşması, haberi oluşturan teknik olanaklar olan görüntülerin, yazıların, seslerin ayrı ayrı özelliklerine rağmen tek bir ileti olarak hedef kitleye ulaşmasını sağlar.

20. Yüzyıl sonundaki değişimler daha yoğun bir şekilde medyaların organizasyonunun maddi ve iktisadi koşullarını ortaya koyar. Bilgişlem alanının, metinlerinin ve büyük kitlelerin ulaşabileceği verilerin ele alınmasında yeni sistemlere doğru evrilmesi ilk kitap devriminin – Gutenberg devrimi- sonucunda yazıyla kurulmaya başlanmış olan ayrıcalıklı ilişkiyi de sorgular. Yeni görüntü ekonomisi günümüz insanlarını derin bir model değişimi hipoteziyle karşı karşıya bırakır. Yazının kolektif kontrolü, gleri tamamen farklı olacak olan bir görüntü kültürü karşısında silinip gidecek mi? Dünya çapındaki yeni enformasyon şebekeleri ve büyük bilgi bankalarına ulaşma imknı, hipertekstin hızla belirmesine görüntü dönüşümünün kontrolü, bizi kolektif – ve aynı zamanda da bireysel – düşünmenin ve akıl yürütmenin yeni bir biçimiyle yzleştirecektir? Ve bu durumda, iki yüzyıldan

uzun süredir bilginin geliştirilme tarzları, dolaşım biçimleri ve fikirlerin oluşum kipleri ile temsili demokrasilerin işleyişi arasında sabırla örülmüş olan bağ geçersiz hale mi gelecektir? Kitle iletişim araçlarının devrimi bizzat toplum modelinin devrimine yol açacaktır.⁸⁶ Süreli basın, 1980’li yıllarda artan zorluklarla yüzleşmek zorundadır: iktisadi buhran, liberalleşme ve yeni kitle iletişim araçlarının rekabeti, reklam kaynaklarını düşünerek ve zaman zaman da yayınları dış çıkarların kontrolüne vererek mali dengenin temellerini oyar. Fransa’da televizyon, 1994’te reklam kaynaklarının üçte birine yakınına (% 32) toplayarak ülkeyi hakim modele yaklaştırır, ancak süreli basın, aynı dönemde gerilemeyi bırakarak görece bir rahatlama yaşar. Bu tür medyanın reklam kaynaklarına olan bağımlılığı, işitsel görsel medyanınkiyle karşılaştırıldığında oldukça azdır.⁸⁷

1980’li yıllar, doğrudan basım tekniklerine uygulanan ancak düşünsel düzlemdeki rolü belki de daha önemli olan mikro bilgiişlemin belirişine ve gelişimine tanık oldu. Yazarın çalışması bundan dolayı büyük ölçüde değişti: İlk mikro bilgisayarların (Apple vb.) kullanımı bunları daktiloların yerine geçirir; ister metin elde yazılıp ikinci evrede bilgisayara “aktarılır”, ister yazar doğrudan ekran üzerinde yazar. Bilgisayarın vuruş hatalarıyla ilgili sorunların büyük ölçüde aşılmasına olanak vermesi sayesinde kazanılan zaman kayda değerdir. Windows tipi programla donatılmış Macintosh’a yada PC’ye geçim, metin düzenleme programlarına (Applewriter, daha sonra da Word) yerleştirilmiş yeni işlevler sayesinde otomatik yazımı kolaylaştırır: “kesme – yapıştırma”, “ plan modu” ve “metin modu”, “formatlar”, notların düzenlenmesi vb. Bu programlar aynı şekilde yazımı kontrol etmek yada eş anlamlılar aramak vb. için sözlükler içerir, diğer yandan da programların devreye girmesi metne doğrudan resimlerin, rakam tablolarının, kartların yada grafiklerin sokulmasını olanaklı kılar. Tabii ki, metnin son kontrolü ve gözden geçirilmesi, her zaman yazıcıdan alınan çıktı üzerinde yapılmaktadır.

Bilgiişlem tekniklerinin kullanılmasının sonuçları her zaman olumlu değildir: Ekran üzerine yazım, daha önce yapılmış olan çalışmanın sayfalarının kolaylıkla

⁸⁶ F. Barbier, Catherine Bertho Lavenir, Diderot’tan İnternete Medya Tarihi, 2001, Sayfa: 16

⁸⁷ a.g.e., 311 S.

karşılaştırılmasını olanaksız kılar ve “kesme-yapıştırma” kullanımı artıkça tekrarlar kolaylaşır. Yazara farkında olmadan yeni bir metin kalıbı dayatılır; bu kalıp, yapay olarak ekranın boyu ve metin parçalarının uzunluklarının karakter sayılarına göre öngörülmesi üzerine kuruludur.⁸⁸ Bu özellikle haber yazımı konusunda bir tembelliğe sebep olmakta ve habercilikte aynı yazım kalıplarıyla sürekli karşılaşılmaya sebep olmaktadır.

Yakın dönem, yeni kitle iletişim araçları tarafından eski basılı – kitap ve süreli yayın – karşı sürdürülen rekabetin etkisi altındadır. İki savaş arası dönemden itibaren radyonun, özellikle de radyo haberlerinin süreli haber karşısındaki rekabeti geliştirmektedir. Aynı dönemde sinemanın, sonra da televizyonun hızlı yükselişi, büyük sayıda insana, basılı yayından caymalarına yol açabilecek bir haber ve eğlence aracı önerir. Büyük gazeteler bu yeni gelenlere özellikle içeriklerini çeşitlendirerek, baskılarını artırarak (“son baskı” ya da “özel son baskı”) ve uzman sayfalarını geliştirerek cevap verir.⁸⁹

Bilgiişlem uygulamalarının okur kitlesine ulaşması için biraz daha beklemek gerekecektir. Bilgisayar üzerinde yazım kağıt malzemesi üzerinde süreli yayın yada kitap gibi klasik ürünlere olanak verir. Ne var ki multimedya, özellikle de CD-ROM, 1990 yılların başından itibaren bilinçli şekilde basılı yayının durgunluğuyla kıyaslanan ve “kral-kitabın” sonunun öngörülmesine yol açan çok büyük gelişmeler geçirmiştir. Sağduyuyla yapılan iki saptama bu tür yargıları göreceli hale getirir: Bir yanda teknik düzlemde basın sektörünün yeni yönelimlerinin ve grafik kanalının yeni organizasyonunun gösterdiği gibi, bilgiişlemin ilerlemeleri hiç de kâğıt tarafından sağlanan destekle bağdaşmaz durumda değildir. Diğer yandan, pratik düzlemde, multimedya görece kısıtlayıcı bir üstyapıya bağımlıdır ve her türden ilerlemeye karşın (taşınabilir bilgisayarlar, bunların kamuya açık yerlerde çalıştırılması için hazırlanan fişler, interaktif fişler) bu durum tamamen aşılamaz.⁹⁰

⁸⁸ F. Barbier, C. Bertho Lavenir, Diderot’tan İnternete Medya Tarihi, 2001, Birinci Baskı 319 S.

⁸⁹ a.g.e., 307 S.

⁹⁰ a.g.e., 320 S.

Günümüze kadar geldiğimizde ise en önemli gelişmenin dijital fotoğrafçılığın internet ile birleşmesi olduğunu görürüz. Dijital fotoğraf makineleri sayesinde fotoğraflar film yerine dijital ortama kayıt altına alınmaya başlamasıyla, banyo ve karta baskı işlemlerine gerek kalmamıştır. Fotoğrafçı çektiği görüntüyü anında görebiliyor ve değerlendirip bağlı olduğu kuruma çok kısa bir sürede yollamasıyla zaman anlamında büyük bir pratiklik kazanılmıştır. İlerleyen teknoloji, fotoğraf makinelerinde ve fotoğrafların basın organlarına iletilmesinde büyük gelişmeler yaşanmasına olanak sağlarken bu gelişmeler basın organlarına da fotoğrafçılara da kolaylık sağlamıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. İNTERNET HABERCİLİĞİ'NDE FOTOĞRAFIN KULLANIMI

İnsan hayatının içine giren bilgisayar ve internet bütün disiplinleri etkilediği gibi kitle iletişim araçlarını da etkilemiştir. Bütün medya kurumları internet ortamında kendine yer bulmuş ve bu alanda kendini göstermeye kitlesine ulaşmaya çalışmış ve çalışmaktadır. Habercilik yapan sektörlerde çok gecikmeden kendi sitelerini kurarak internet medyasında yerini almıştır.

Geleneksel basının vazgeçilmezlerinden olan fotoğraf, internet haberciliğinde de yerini almıştır. Geleneksel medyada fotoğrafın sayfalarında yer almasının nedenlerinden biri görsel etkinin artırılmasıdır. İnternet haberciliğinde bu durum daha da önemlidir. Bunun nedeni internetin ve internet haberciliğinin daha kolay tüketilebilir olmasından kaynaklanmaktadır. Bu durumdan internet haberciliği yapan sitelerde etkilenmektedir. Geleneksel medya okuyucusuna “OKUR” kavramı yakıştırılırken internet haber sitesini okuyucusuna, “ZİYARETÇİ” adlandırılması yapılmaktadır. İnternet kullanıcısının habere ulaşmak için aynı anda önündeki birden çok seçenekten birini seçme şansı olması, aynı zamanda onun bir haberde kaldığı süreyi de kısaltmaktadır. İnternet haberciliği yapan sitelerin okuru sitede tutabilmek için kullandığı en önemli araçlardan biri de fotoğraftır.

İnternetin, okur veya ziyaretçi tarafından daha kolay tüketilebilir olmasından ötürü geleneksel basındaki fotoğraf kullanımından daha farklı kullanımlara rastlanmaktadır. İnternet haberciliğinin kolay tüketilebilir olması internet haberciliğinde kullanılan fotoğraflarında aynı akıbete uğramasına neden olmaktadır. Okurun elinde aldığı bir gazetede yer alan fotoğraf sürekli olarak yerini korurken internet haberciliğinde bu mümkün değildir. İnternet haber sitesinde yer alan fotoğraf her an değiştirilebilme durumuyla karşı karşıyadır. Fotoğraf siteden kaldırılmasa dahi sahip olduğu yeri koruyamamaktadır. Bu güncellenebilme özelliği aynı zamanda bir avantaj olarak da görülebilmektedir. . İnternetin pratikliğinden kaynaklanan bu özellik haber sitesinin editörüne ve okurunu da avantaj sağlamaktadır. İnternet haberciliği yapan sitenin her an güncellenebilmesi ve kısa sürede okuyucuya

aktarılabilmesi nedeniyle haber fotoğrafı da her an değiştirilebilme şansına sahip olmuştur.

3.1. İnternet Haberciliği

20. Yüzyılın sonlarına doğru hayatımıza giren internetin çok kısa sürede yaygınlaşmasıyla insan hayatının her alanına girmiştir. İnternetin sivilleşme sürecinde ilk olarak eğitim alanında kullanılması tesadüf değildir. Askeri amaçlar ya da ihtiyaçlar dışında yaygın olarak ilk olarak üniversitelerde kullanılan internet, bilgiye ulaşma, yayma ve paylaşma konusundaki uygunluğu nedeniyle kısa sürede çok yaygınlaştı. Bu nedenle internet, sanayi toplumundan bilişim toplumuna geçişteki en büyük nedenlerden biridir. İşte bu iletişim konusunda sağladığı imkânlar ve kolaylıklar habercilik sektörü açısından da vazgeçilmez bir araç olarak karşımıza çıkmış ve alternatif bir medya olarak çok kısa sürede yaygınlaşmıştır.

Kawamoto internet gazeteciliğinin altı temel özelliği olduğunu belirtir. Bunlar; hipermetinsellik, etkileşim, doğrusal olmama, multimedya (çoklu ortam), yakınsama ve kişiselleştirmedir.

- a. Hipermetinsellik: Doğrusal olmayan hiyerarşik bir yapı boyunca sayısal bilginin bağlanmasıdır.
- b. Etkileşimlilik: Bilgi arama veya paylaşma sürecinde aktif insan ve makine katılımlı süreçtir.
- c. Doğrusal Olmama: Esnek bir bilgi düzenleme sistemidir.
- ç. Multimedya (Çoklu Ortam): Bir tek üretimde bir den çok medya kullanmadır.
- d. Yakınsama: Tarihsel olarak farklılaşmış tekniklerin birleşmesidir.
- e. Kişiselleştirme: Bireysel ihtiyaç ve tutkuları sunmaktır⁹¹

⁹¹ Kawamoto Kevin, Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism., Alıntı: Serhat Çoban Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Ens.

Bireysel ve toplumsal mirasın kuşaktan kuşağa aktarımında, kamuoyu oluşumunda ve tarihsel bilgilerin ham olarak ilk derlenip toparlanma yeri olan geleneksel türdeki gazetelerin yanında, internetin kullanımın yaygınlık kazanmasıyla günümüzde elektronik gazetecilik yada internet gazeteciliği olarak anılan yeni bir gazetecilik türü ortaya çıkmış bulunmaktadır.⁹² İnternetin alternatif bir medya olarak karşımıza çıkması onun sadece bireysel kullanım için bir araç değil çok etkili bir kitle iletişim aracı olduğunu da göstermektedir. İnterneti yayıncılığının güçlü bir alternatif olarak ortaya çıkmasındaki bir diğer önemli neden de ekonomidir. Diğer yayıncılık imkânlarıyla karşılaştırıldığında internet üzerinden yayıncılık çok daha düşük maliyetli olduğundan gerek yazılı basın, gerekse görsel medya, kendi alanlarında çalışmalarını devam ettirirken internet haberciliğine de kısa sürede girmişlerdir. Bu var olan kitle iletişim araçları ile kalmamış ve bunları bağımsız haber siteleri izlemişlerdir. Sadece internet üzerinden yayın yapan haber postalları çok kısa sürede sayıları çoğalmış ve köklü habercilik yapan kurumların siteleri ile rekabet edenler kadar çok niteliksiz haber siteleri de açılmıştır. İnternet üzerinden haber vermek, internet kullanıcılarını kazanmak adına önemli adım olduğunun görülmesi üzerine asıl işi habercilik olmayan arama motorları ve birçok internet sitesinin de günün haberlerini sayfalarında önemli derecede yer verdi.

NBC News isimli Amerikan televizyon haber kanalı ile Microsoft bilgisayar firmasının ortak girişimi MSNBC internet üzerinden haber yayını yapmaktadır. NBC’ de çalışan 1200 gazetecinin ürettiği haberleri, MSNBC’ DE çalışan 400 adet gazeteci yeniden paketlemektedir. MSNBC gibi internet üzerinden haber servisi veren Yahoo isimli şirket haberleri doğrudan haber ajansı Reuters’ten almaktadır.⁹³

İnternet haberciliğindeki hız faktörü, onu diğer haber veren kitle iletişim araçlarına göre daha avantajlı olmasını sağlayan en önemli özelliklerinden biridir. Dünya’da büyük medya kuruluşları çok gecikmeden internete yerlerini almasındaki en büyük etmenlerden biri de haberin üretim aşamasından sunumuna kadar fark edilen bu unsurdur.

⁹² S. Yedig, H. Akman, İnternet Çağında Gazetecilik, Siyah Beyaz Metis Güncel Yayınları, 30 S.

⁹³ T. Nilgün, Küreselleşme İletişim Kùltürlerarasılık, Kırmızı Yayıncılık, 64 S.

İnterneti ilk olarak kullanmaya başlayan ve en hızlı şekilde yayıldığı ülke olan Amerika'nın internet haberciliğinde de ilklerin yaşandığı yer olarak görüyoruz. 1995 yılında sekiz büyük gazete (Cox Newspapers, Gannett, The Hearst Corporation, Knight-Ridder, The Times, Mirror, Tribune ve The Washington Post) baskıya hazır sayfalarını internet üzerinden anında aktarmak için Yeni Yüzyıl Yayın Ağı (New Century Network) isminde bir şirket kurmuşlar ve bu çatı altında internet haberciliğine örgütlü bir şekilde başlamışlardır.⁹⁴

İnternet haberciliğinin ilk başladığı yıllarda basılı gazetelerin web siteleri, sayfalarını aynı şekilde internet sayfalarına taşıyorlardı. İlerleyen zamanlarda geniş bağlantılı bir içerikle, şehir rehberleri, hava durumu ve anketler gibi basit eklentilere yer verdiler. İnternetin olanakları artıkça İnternet yayıncılığının da sürekli gelişimi devam etmiştir. Artık sadece basılı gazetelerin siteleri değil bağımsız haber siteleri de bu yeni kitle iletişim ortamında yerlerini almaya başlamışlardır. Yazılı basın ya da görsel medya kadar pahalı yatırımlara ihtiyaç duyulmadan kurulabilen, hem yazılı hem de görsel medyanın olanaklarına sahip olması bağımsız haber sitelerinin sayısını kısa zamanda çoğalmasına neden olmuştur.

Elektronik medya gerçeği karşısında dünyanın belli başlı gazeteleri de gerekli önlemleri alma ihtiyacı hissetmiştir. Amerika'da gazeteler tüm haberlerini 24 saat süreyle, kişisel bilgisayar başında oturan okurlarına sunabilmektedir. The Wall Street Journall, Financial Times gibi gazeteler internetteki sistemlerini çoktan oturtturmuşlar ve bu işten para kazanır duruma gelmişlerdir.⁹⁵

Araştırma şirketi Nielsen'in Newspaper Association of America için yaptığı araştırmaya göre Amerika'da 2007 yılının ikinci çeyreğinde haber sitelerine yapılan reklam harcamaları yüzde 19,3 oranında artarak 796 milyon dolara ulaştığı belirtiliyor. Aynı araştırmada yer alan bilgilere göre Amerika'da 59 milyon kişi olan internet kullanıcılarının yüzde 37,3'ü haberleri web sitelerinden takip ediyor. Bu rakam bir önceki yıla göre yüzde 7,7'lik bir artış olduğunu gösteriyor. Amerika'da en çok ziyaret edilen ilk 100 haber sitesinin birincisi 13,8 milyon ziyaretçi ile New York

⁹⁴ <http://www.businesswire.com> – 19 Nisan 1995

⁹⁵ S. Yedig, H. Akman, İnternet Çağında Gazetecilik, Siyah Beyaz Metis Güncel Yayınları, 30 S.

Times. Onu 11,6 milyon ziyaretçi ile The Washington Post, 9,1 milyon ile USA Today ve 8,3 ile Wall Street Journal takip ediyor. İngiltere'de en çok bilinen ilk 10 haber sitesinden en az bir haber sitesini ziyaret edenlerin sayısı ise Ağustos ayında bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 30 artarak 7,4 milyona ulaştı. The Daily Mail ise ziyaretçi sayısını yüzde 117 arttırarak 1,4 milyon kişiye çıkardı. Buna karşılık Financial Times ve Independent'in ziyaretçi sayısı sırasıyla yüzde 51 ve yüzde 44 oranında arttı.⁹⁶

Dünya çapında internet baş döndürücü bir hızla geliyor. Yeni iş modelleri, projeler ve akımlarla gelişen internet sektöründe dev bütçelerle alım satımlar, ortaklıklar sık sık gündeme gelmeye başladı. Bu alanda dev yatırımlar da söz konusu. Büyük yatırımların başını da medya kuruluşları çekiyor. Dünya medya devi Murdoch, kendi grubunun artık en büyük yatırımı internet gazeteciliğine yapacağını açıklıyor. BBC, internet ve dijital teknolojiye yapacağı yatırımdan dolayı 2 bin 500 kişiyi işten çıkarmaya hazırlanıyor.⁹⁷

Günümüzdeki en son iletişim biçimlerinden biri olan, üzerinden yazılı, görsel ve işitsel öğeleri etkileşimli olarak iletebilme yeteneği bulunan, anında bilgilere ulaşmayı ve e-posta sayesinde dünya ile birkaç dakika içinde iletişim kurmayı mümkün hale getiren internet sisteminin, gelecekte tüm iletişim biçimlerini kapsayacak tek sistem olacağı görüşü ağır basmaktadır.⁹⁸

3.2. Türkiye’de İnternet Haberciliği

Türkiye’de internet haberciliği çok kısa sürede hızla yaygınlaşan ve geliştiren bir sektör olmuştur. Bunun en önemli sebeplerinden biri de Türkiye’de yaşanan ekonomik sıkıntıların medya sektörünü etkilemesidir. Medya sektöründe yaşanan sıkıntıların ceremesini en çok çeken çalışanlar olmuş ve çok sayıda gazeteci işsiz kalmıştır. Bu durumdaki birçok gazeteci interneti kendilerine yeni bir olana olarak görmüş ve bu alanda yoğunlaşmışlardır. Özellikle Türkiye’de bağımsız haber

⁹⁶ E. Tuncay- S. Yüzbaşıoğlu, İnternet Haberciliğinin Reklam Kapasitesi 6 yılda 180 milyon Dolara Yükselinecek, 03.11.2007, Referans Gazetesi

⁹⁷ a.g.e.

⁹⁸ <http://calypso.ygm.itu.edu.tr/erdem/index.html>

sitelerinin doğmasını sağlamışlardır. Özellikle ilk yıllarda çok basit teknoloji ve kısıtlı imkânlarla yapılan internet haberciliği, internet reklamcılığının da gelişmemesi nedeniyle ekonomik olarak bu işi yapanlara çok fazla bir getiri sağlamamıştır. Bu yeni yayın hayatı işsiz gazeteciler için mesleki bilgilerini yansıtmak açısından çok faydalı olmuştur.

İnternette yerini almış ilk Türkçe yayın, Aktüel dergisidir. 1995 yılında Boğaziçi Üniversitesi'nin sunumcu bilgisayarları üzerinden, yine bu üniversitenin öğrencileri tarafından güncellenip dünyaya açılmıştır. 1996 yılında, Türkçe internette bir Aktüel dergisi, bir de Zaman vardı. Henüz internette olmayan gazetelerin açığını ise bu işin Türkiye'deki tarihini yazacak olanların adını anmadan geçemeyecekleri “Xn” kapatıyordu. Xn'in yayın kadrosu, her gün günlük gazeteleri tarıyor, bunlardan seçme haberler ile köşe yazarlarını internete taşıyordu. Bu haliyle çok ilgi çekmişti. 1997 yılında, Türkiye'nin bütün büyük medya grupları internetteki yerlerini almaya başladı: Milliyet, Hürriyet, Sabah.⁹⁹

Temmuz 1995'de yayına başlayan Aktüel Dergisinin internet üzerindeki arşivinde, 2 Ocak 1997'den beri yayınlanan dergilere ulaşılabilir. Leman Dergisi aynı yılın Ekim ayından on-line olurken, Zaman, 2 Aralık 1995 tarihinden itibaren gazetesindeki haberi ve köşe yazılarını başlıklar halinde internet üzerinden vermeye başladı. 31 Temmuz 1996 tarihinde ana sayfanın görünümünü değiştirerek, köşe, güncel, politika, dünya, ekonomi, spor, medya bölüm başlıkları oluşturuldu. Zaman Gazetesi, 7 Haziran 2000'den beri çeşitli tasarımlarıyla yayın yapmaktadır. Gazetenin tamamını düzenli olarak on-line veren ilk günlük gazete ise Milliyet oldu. Milliyet 26 Kasım 1996'da on-line yayına başladı. Hürriyet ve Sabah gazetelerinin internet ortamına geçiş tarihleri 1 Ocak 1997'dir. Radikal Gazetesi'nin on-line yayına başlama tarihi ise 28 Mart 1988'dir. Cumhuriyet Gazetesi kuruluş yıldönümü olan 7 Mayıs 1998 tarihinden itibaren on-line hizmet vermeye başladı. 11 Haziran 1999'da “Tadilat Nedeniyle Kapalıyız” başlığıyla yayın yaşamına son veren Yeni Yüzyıl gazetesi ise Şubat 1998'den itibaren internet ortamında yer aldı. Sabah grubunda Esquire 1 Ocak 1998, Cosmopolitan, Fastbreak, Gezi, Gurme, Outdoor,

⁹⁹ S. Yedig, H. Akman, İnternet Çağında Gazetecilik, Siyah Beyaz Metis Güncel Yayınları, 15 S.

Para, PC Magazine, Power, Sinema ve Top Sante1 Şubat 1998'den itibaren online oldular.¹⁰⁰

Türkiye'de İnternet haberciliğinin tarihi çok eski olmamasına rağmen çok hızlı bir şekilde gelişim göstermektedir. Ülkemizde internet olan ilginin çok fazla olduğunu fakat bilinçli olarak internette yararlanan kişilerin çok az olmasının izlerini internet haberciliğinde de görmekteyiz. Çok kaliteli sitelerin varlığına rağmen niteliksiz haber sitelerinin sayısı çok fazladır. Bunun nedeni giderek artan internet reklamcılığı pastasından pay almak için haberi kullanmaktır. Bu tür sitelerin asıl amacının haber vermek değil, haberi kullanarak tıklanma oranlarını artırmaktır. İnternet sitelerinin reyting oranları diyebileceğimiz, tıklanma oranlarını gösteren www.alexa.com'a bakıldığında dünyada olduğu gibi Türkiye'de de en çok ziyaretçi alan sitelerin başında internet üzerinden haber yayıncılığı yapan siteler görülmektedir.

Sayıları giderek artan haber siteleri gazetecilere yeni bir akış açısı ve iş imkanı da kazandırırken, reklam veren içinde önemli bir mecra haline geldi. Hedef kitleye hızlı ulaşım, takip edilebilirlik, hedef kitleye nokta atışı gibi sağladığı avantajlardan dolayı reklam verenler haber sitelerini "öncelikli" mecralar listesine aldı. Haber sitelerinin reklam gelirleri 40 milyon dolarlara kadar çıktı. Bu rakamın 2013 yılına kadar 180 milyon Euro seviyeleri çıkacağı tahminleri yapılıyor.¹⁰¹

Türkiye'deki haber sitelerinin gelişiminin, Amerika ve Avrupa'ya kıyasla daha hızlı ve farklı olduğunu söyleyen Doğan Gazetecilik Dijital Kanallar İş Geliştirme Direktörü Çiğdem Toraman, bunun sebebini farklı iş kollarının gelişimine bağlıyor. Amerika'da ve Avrupa'da en çok ziyaret edilen sitelerde gazete sitelerinin yer almadığını kaydeden Toraman, "Türkiye'deki durumda ise listede ilk 10'da 4 gazete sitesi var. Bunlar da tamamen internet üzerinde başlamış ve gelişmiş. Gazete sitelerinin bu kadar öne çıkmasının nedeni haberden başka çok başarılı uygulamalara da yer veriyor olmamız. Biz haber sitelerimize yeni uygulamalar ekledik, interaktif

¹⁰⁰ N. Erdinç, Haber Portallarının Medyadaki Yeri, 2000, 25 S.

¹⁰¹ E. Tuncay- S. Yüzbaşıoğlu, İnternet Haberciliğinin Reklam Kapasitesi 6 yılda 180 Milyon Dolara Yükselinecek, 03.11.2007, Referans Gazetesi

olmasını sağladık. Yani gazete sitesini hem reklam gelirine hem de bir işe dönüştürdük. Onların YouTube'da yaptığını biz başka haber sitelerinde başka uygulamalarla yaptık" diyor.¹⁰²

3.2.1 Bağımsız İnternet Haber Siteleri

Dünya'da Türkiye'de olduğu gibi internetin çok hızlı şekilde gelişmiş ve birçok sektörde bu teknolojiye yerini almıştır. İletişim toplumuna geçişin baş aktörlerinden biri olan internet kitle iletişim araçları da ilgisiz kalmamıştır. Kamusal iletişimin en önemlilerinden olan habercilik için sağladığı avantajlar nedeniyle büyük bir fırsattır.

Türkiye'de basın kuruluşları da çok gecikmeden internet ortamında yerlerini almışlardır. Geleneksel medya ortamına hakim olan medya grupları internet gazeteciliği alanına da yatırım yapmış ve basılı ortamda hazırladıkları haber üretimlerini internete de aktararak bu alanda geleneksel medyadaki güçlerini internet ortamında da hissettirmişlerdir. Bu durum geleneksel medyada bir sorun olarak görülen tekelleşmenin internet yayıncılığında da mı olacak sorusunu akıllara getirmiştir. Haber üretimi, yayımı ve dağıtımı konusunda alternatif oluşturmanın zor olduğu geleneksel medya yapısı düşünüldüğünde bir fırsat olarak görülen bağımsız internet haberciliği, Türkiye'de internet haberciliğinin başladığı ilk zamanlarda karamsar bir görüntü çizmiştir.

Bilgisunar (internet) üzerinden haber yayını yapan sitelerin sayısı giderek artıyor. Kimisi işini ciddiye alıyor, işlevsel kılıyor. Kimisi laf olsun torba dolsun diye yayın yapıyor kimisi para kazanmak için.¹⁰³

İnternet gazetelerinin ortaya çıkması ile birlikte geleneksel gazetelerin internet ortamındaki yayınlarına ulaşılabilmesinin yanı sıra sadece internet üzerinden habercilik yapan web sitelerine de erişilebilmektedir. İnternet üzerinden haber yayını

¹⁰² E. Tuncay- S. Yüzbaşıoğlu, İnternet Haberciliğinin Reklam Kapasitesi 6 yılda 180 milyon Dolara yükselecek, 03.11.2007, Referans Gazetesi

¹⁰³ I. Kansu, Ankara Kulisi Köşesi, Haber Sitelerinin Sorunları, Cumhuriyet Gazetesi, 21 Ağustos 2006

yapan sitelerin birçoğu, haberleri ajanslardan almakta ve kendi sitelerinde yayınlamaktadır. Haber sitelerinde muhabir kadrosunun tam oturmamasından kaynaklı olarak genellikle ajanslar üzerinden gelen haberler yayına sunulmaktadır. Bununla birlikte bazı kişilerin kendi çabaları ile derledikleri haberleri yayınladıkları kişisel web sitelerinde de internet haberciliği yapılabilmektedir. İnternet herkese yayın yapabilme olanağı sunması ile birlikte örgütsel bir yapıya sahip gazetelerin yanında kişisel gazeteler de ortaya çıkmakta ve bunlar sansürsüz ve kontrolsüz bir biçimde internet üzerinden yayıncılık yapmaktadır.¹⁰⁴

Türkiye’de ilk haber sitesi XN olmuştur. XN, yayın hayatına 1996 yılının Ocak ayında başlamış, günlük gazetelerden derlediği haberleri ve köşe yazılarını internet ortamına taşımıştır (İnternet Çağında Gazetecilik – Serhan Yedig, Haşim Akman – Siyah Beyaz Metis Güncel Yayınları – sf.15) Geleneksel gazetecilik yapan medya kuruluşlarının internet ortamında yayıncılık yapmasındaki artışa paralel olarak bağımsız haber sitelerinin sayısı da artmıştır. Fakat bu sayısal artış herhangi bir kalite getirmemiştir. Bunun en büyük sebebi bu sitelerin derleme habercilik yapmasıdır. Büyük medya kuruluşlarının haberlerini yeniden derleyerek kendi sitelerine taşımışlardır. Haberleri kendisi üreten ilk haber portalı 13 Temmuz 1998 ‘de yayın hayatına başlayan “NET GAZETE” olmuştur. Net Gazete, bugün de yayın hayatına devam ederken, Anadolu Ajansı, İhlas Haber Ajansı ve Anka Ajansı aboneli olduğunu görmekteyiz. Günümüzde de kendilerine ait özgün bir içeriğini olmayıp derleme haber yapan siteleri vardır. Türkiye’de 2000 yılından itibaren yaşanan ekonomik krizden en çok etkilenen sektörlerden biri de medya olmuştur. Medya kuruluşlarının da bu sıkıntıyı atlatmak için aldığı önlemlerden bir tanesini de çalışanları işten çıkarmak olmuştur. İşsiz kalan gazetecilerden bazıları küçük şirketler kurarak internet haberciliğine yönelmişlerdir. Bu nedenle bu dönemde internet haberciliği yapan sitelerin sayısında bir artış olmuştur.

Tolga Çevikel’in 22* haber sitesini örnek aldığı araştırmasının sonucunda bu sitelerin ortak özelliklerini altı madde de toplamıştır.

¹⁰⁴ E. Yüksel – H. İbrahim Gürcan, Haber Toplama ve Yazma, Alıntı: Serhat Çoban Yüksek Lisans Tezi - Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Ens.

- Türkçe yayın yapmaları
- Tematik olmayan, genel içerikli haberlere yer vermeleri
- Medya gruplarından bağımsız olarak faaliyet göstermeleri
- Yalnızca internet ortamında var olmaları
- İçeriklerini kendileri üretmeleri
- Düzenli ve ciddi olarak güncellenmeleri

(*Bu siteler tüm Türkçe haber siteleri arasından bir dizi kriter gere elemeye tabi tutularak seçilmiştir.)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

İ Medya <http://www.imedya.com>

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

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

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

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

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

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

Press Türk <http://www.pressturk.com>

Sansürsüz <http://www.sansursuz.com>)¹⁰⁵

Türkiye’deki haber sitelerinin kurumsal yapısını ve işleyişini ortaya koyarak, internetin alternatif bir haber medyası olma potansiyelinin ne kadarının hayata geçirilebildiğini tartışmayı amaçlayan bu bildiri incelendiğinde ortaya çıkan özelliklerden bu haber sitelerinin bir alternatif oluşturduğunu görmekteyiz. Herhangi bir medya grubuna bağlı olmadan bağımsız olarak yayın hayatlarına devam etmelerini sağlayan en önemli etken internet yayıncılığının getirdiği avantajlardır. Öncelikle İnternet yayıncılığının geleneksel yayıncılık ile karşılaştırdığında ekonomik olarak getirdiği avantajlar, büyük bir medya kuruluşuna veya büyük bir sermaye grubuna bağlı olmadan hayatlarını sürdürme şansı sağlamaktadır. Bu ekonomik bağımsızlık, özgür ve bağımsız habercilik olanağı da sağlamaktadır. Çevikel’in belirlediği özelliklerden olan bağımsız haber sitelerinin içeriklerini kendileri üretmeleri ve bu sitelerin düzenli ve ciddi olarak güncellenmeleri bağımsız haber sitelerinin süreklilik sağlamaları anlamına gelmektedir. Her basın organında olması gereken bir özellik olan devamlılığı sağlayamayan sitelerin ömürleri kısa

¹⁰⁵ T. ÇEVİKEL, “Alternatif Bir Haber Medyası Olarak İnternet: Türkiye’deki Haber Siteleri”, IX. Türkiye’de İnternet Konferansı, 11–13 Aralık 2003

olmaktadır. Haber sitelerinin içeriklerini güncellememeleri ve gündemi takip edememeleri onlara olan güveni azaltmakta ve tıklanma oranları düşmektedir. Bu sitelerin reklam almalarını sağlayan en önemli gösterge olan tıklanma oranları düşmesi de bu sitelerin ekonomik olarak hayatta kalamamalarına neden olmaktadır.

Türkiye’deki bağımsız haber sitelerine baktığımızda muhabir veya fotoğrafçı sayısının hemen hemen hiç olmadığını görmekteyiz. Haber ve fotoğrafı genellikle ajanslardan temin eden bu haber sitelerinde daha çok editoryal bir çalışma vardır. Türkiye’de alexa verilerine göre en çok tıklanan site olan www.internethaber.com’da da durumun aynı olduğunu görmekteyiz. Anadolu ajansı ve Cihan haber Ajansı’na abone olan kurumda foto muhabiri bulunmamaktadır. Site bütün haberlerini ve fotoğraflarını söz konusu ajanslardan veya diğer geleneksel basın organlarından edinmektedir.

Türkiye’deki haber siteleri, genellikle bir genel yayın yönetmeni veya bir haber müdüründen ve ona bağlı olarak çalışan, kendi aralarında eşit yetkilere sahip editörlerden oluşmaktadır. Bunun dışında haber sitelerinde, internette araştırma yapmak ya da tercüme gibi görece daha basit işlerle uğraşan birkaç gazeteci de yer alabilmektedir. Editörler, sitenin bir ya da birkaç bölümünün geliştirilmesinden sorumlu olmakta ve genellikle o bölüm(ler)e ait haberleri tek başlarına hazırlamaktadırlar. İnternet gazetecileri arasında katı bir işbölümünden söz etmek mümkün değildir. Editörler, gerektiğinde birbirlerini kolaylıkla ikame edebilmekte ya da aynı kuruluşunun birden fazla siteye sahip olduğu durumlarda, diğer siteler için de haber üretebilmektedirler. Haber sitelerinin pek çoğunda, genel yayın yönetmenleri ya da haber müdürleri de, tıpkı editörler gibi haber üretimi ve yazımıyla uğraşmaktadırlar. Bu esnek ve yatay örgütlenme modelinde gazeteciler, bir işyerinin personelinden çok, ortağı gibi çalışmaktadırlar. İnternet gazetecileri, genel olarak internet ortamının sağladığı özgürlüklerin yanı sıra, kurum içi ilişkiler anlamında da, mesleklerini geleneksel medya kuruluşlarında çalışan meslektaşlarına göre daha özgür bir şekilde sürdürme imkânına sahiptirler.¹⁰⁶

¹⁰⁶ T. ÇEVİKEL, “Alternatif Bir Haber Medyası Olarak İnternet: Türkiye’deki Haber Siteleri”, IX. Türkiye’de İnternet Konferansı, 11–13 Aralık 2003

Bu özgür çalışma ortamlarına rağmen Türkiye’deki söz konusu haber sitelerinde herhangi bir haber merkezinin olmaması ve haber kaynakları göz önünde alındığında yapılan en büyük eleştiri “masa başı” haberciliği yaptıkları konusundadır. Ülkemizdeki birçok site herhangi bir haber üretmeden sadece topladıkları haberleri ve haber fotoğraflarını sadece editoryal bir çalışmadan geçirerek okura sunmaktadır. İnternet Medyası Derneği Başkan’ı ve aynı zamanda www.internethaber.com’un sahibi olan Hadi Özışık, “Şu an internet haberciliği konusunda çok ciddi bir kirlilik var. Internethaberin ya da başka bir sitesinin kopyası bir başka siteye uyarlanıp isim değiştiriliyor. Bizde ki haberleri alıp ve AA Ajansından da 100 dolara da abone olup sunup ben site sahibiyim diye dolaşıyorlar. Bunun bence düzelmesi gerekiyor. Anadolu Ajansı ile de görüşüp onların da yapması gereken biberler var. Bu işin bu kadar ucuz olmaması lazım” demiştir.¹⁰⁷

Geleneksel basında olduğu gibi bağımsız internet sitelerinde sorunları bulunmaktadır. Öncelikle internet haberciliğini ciddi olarak yapanların karşısındaki en büyük sorun internet haberciliğini sadece para kazanmak için yapan kişilerin oluşturduğu sitelerdir. Haberbiz Ankara Temsilcisi Saim Tokaçoğlu, bu sorunları 6 madde altında toplamıştır.

1- Haber siteleri basın kuruluşu sayılmıyorlar. Kâğıt üzerinde olmamanın getirdiği bir farklılık var. Oysa gazete, televizyon, radyo neyse, bilgisunar haberciliği de o. Hepsinin yeri farklı. Biri diğerinin yerini tutamaz.

2 - Bilgisunar haber siteleri basın kuruluşu olarak görülmedikleri için, çalışanları da basın mensubu sayılmıyorlar. Haberbiz olarak iletişim fakültesi öğrencilerine yetiştirmeleri için olanak sağlamak istiyoruz, ama kimlik bile veremiyoruz. Haber alma özgürlüğümüz oldukça kısıtlı. Eğer kişisel olarak tanınmıyorsanız resmi kurumlardan, yetkililerden herhangi bir konuda görüş, hatta randevu almak bile olanaksız.

3 - Basın meslek örgütleri bilgisunar haber sitelerine sahip çıkmıyorlar. İMD’nin (İnternet Medyası Derneği) kurulmasıyla bir meslek kuruluşuna sahip olmak adına

¹⁰⁷ Ek -3: Hadi Özışık

çok önemli bir adım atıldı. Sahip çıkılsa, basın meslek örgütlerinin çatısı altına alınsa, kurulmaları, çalışmaları meslek örgütlerince belirlenen kurallara bağlansa, meslekle ilgisi olmayanların bilgisayar haberciliği yapmalarının da önüne geçilebilirdi.

4 - Yasal düzenlemelerin olmayışı, ciddi habercilik yapan sitelerin haklarını koruyamamalarına neden oluyor. ‘Kes-yapıştır’ diye nitelediğimiz haber siteleri bu boşluktan yararlanıyorlar. Oysa Haberbiz olarak bizim ilkelerimiz var. Kendi muhabirlerimizden ve abonesi olduğumuz ajanslardan geçilmedikçe, haberi atlayacak bile olsak, ne kadar önemli olursa olsun almıyoruz sayfalarımıza.

5 - Bir günlük gazeteyle kıyaslanamaz ama ekonomik sorunlar doğal olarak var. Haber sitelerinin tek geliri reklam kutucukları. Bilgisayar medyası şimdilik reklam ajanslarının medya planlamalarında yeteri kadar yer almıyor. Haber sitelerinin günlük ziyaretçi sayıları, gazetelerin tirajları gibi etkili oluyor reklam veren kuruluşlar için.¹⁰⁸

Bağımsız haber sitelerinin bu sorunlarına rağmen kurumsallaşmasını tamamlayan ve büyük medya gruplarına bağlı sitelere de örnek olan haber siteleri vardır. Bunun en güzel örneği gazeteci Ufuk Güldemir tarafından 2001 yılında kurulan www.haberturk.com sitesidir. Bu bağımsız haber sitesi daha sonra Habertürk televizyonu ve Habertürk radyo ile internetten doğan bir medya grubuna dönüştüğünü görmekteyiz.

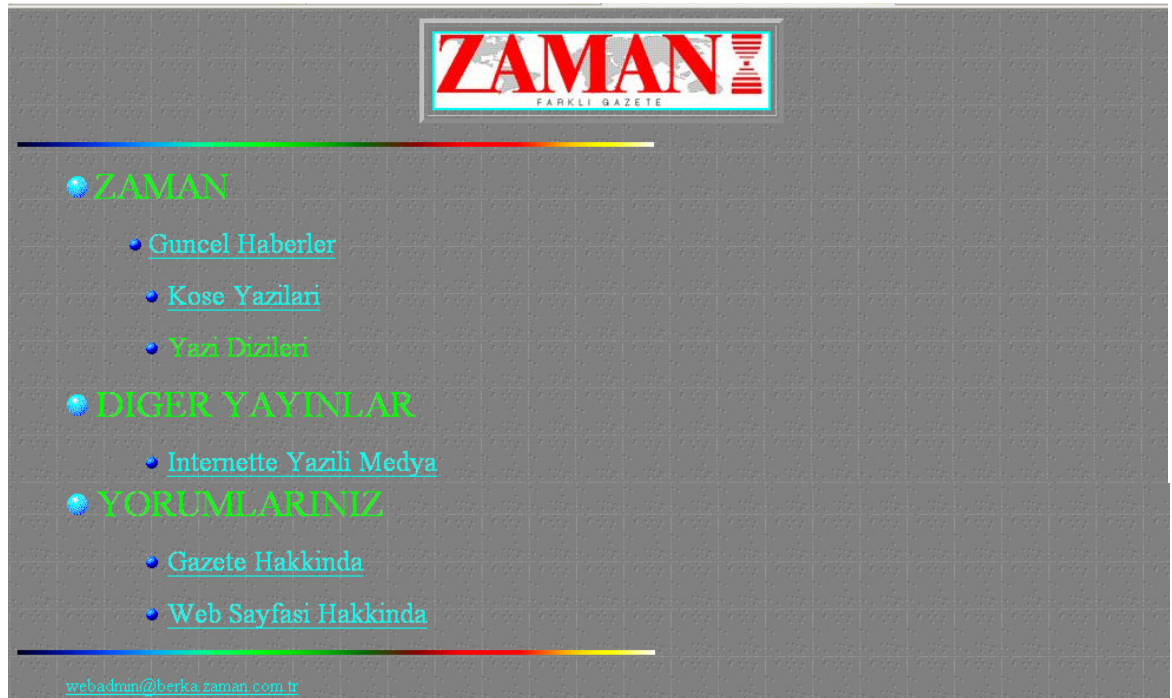
Gazeteci Ufuk Güldemir tarafından 2001 yılında başlatılan [haberturk.com](http://www.haberturk.com) daha sonra Habertürk televizyonu ve Habertürk radyo ile internetten doğan bir medya grubuna dönüştü. İnternet üzerinden bağımsızlı haberciliği ilkeli ve kurumsal olarak yapan siteler diğerlerinden ayrılmak için birçok çaba vermektedir. Bunun en önemli adımı ise İnternet Medyası Derneği’nin kurulması ile bir meslek kuruluşu altında birleşmeleridir. İnternet Medyası Derneği Başkanı Hadi Özışık 120 üyeleri

¹⁰⁸ T. ÇEVİKEL, “Alternatif Bir Haber Medyası Olarak İnternet: Türkiye’deki Haber Siteleri”, IX. Türkiye’de İnternet Konferansı, 11–13 Aralık 2003

olduğunu belirtirken internet haberciliğinde yaşanan kirliliğin zaman içinde düzeleceğini ve sadece bu işi ciddiye alanların ayakta kalacağını söylemektedir.¹⁰⁹

3.2.2 Bir Medya Kurumuna Bağlı İnternet Haber Siteleri

İnternetin Türkiye’de kullanılmaya başlamasıyla çok hızlı bir şekilde geliştiğine ve birçok sektörün hiç gecikmeden internet ortamında yer aldığından bahsetmiştik. Türkiye’deki geleneksel medya kurumları da ilk olarak yazılı basında var olan sayfalarını aynı şekilde internet sayfalarına taşıyarak on-line habercilikte yerlerini almışlardır. Özellikle de geleneksel medyaya hâkim olan medya kurumları bu alana yatırım yapmaya başlamışlardır. Geleneksel basından internet ortamına ilk sayfalarını taşıyan Zaman Gazetesi olmuştur.



Graf 1: 2 Aralık 1995 - Zaman Gazetesi Arşivi (Zaman Gazetesi'nin ilk internet sayfası)

Zaman Gazetesi 2 Aralık 1995 tarihinden itibaren geleneksel yazılı basında yer alan haberlerini ve köşe yazılarını başlıklar halinde internet üzerinden test yayını olarak yayınlamaya başlamıştır. 5 Aralık 1995'te ise yayına geçmiştir.

¹⁰⁹ Ekler: Hadi Özışık, ropörtaj



Graf 2: 10 Ekim 1996 – Zaman Gazetesi Arşivi

31 Temmuz 1996 tarihinde ana sayfanın görünümünü değiştirerek, köşe, güncel, politika, dünya, ekonomi, spor, medya bölüm başlıkları oluşturulmuştur. İnternet yayıncılığında gazetenin tamamını günlük olarak yayınlamaya başlayan ilk gazete ise Milliyet olmuştur. Milliyet gazetesini ise yine 2 büyük gazete Hürriyet ve Sabah gazeteleri, 1 Ocak 1997 tarihinde yayın hayatlarına girerek takip etmişlerdir. Yine doğan grubundan olan Radikal Gazetesi ise 28 Mart 1998’de internet yayıncılığında yer alırken Cumhuriyet Gazetesi kuruluş yıldönümü olan 7 Mayıs 1998’de internette yerini almıştır.

26 Kasım
1996
Salı

ana sayfa
siyaset
ekonomi
dünya
magazin
sanat
yapam
emlak
spor
yazarlar
dizi yazı
eğitim
könye

temenmen

dünya
siyaset

ekonomi



Kurşun geri tepti

DYP lideri Çiller'in "Kurşun otom de biziye işin stesidi" açıklaması büyük tepki uyandı. Müfettiş bu sözleri ısrarla etti...
DYP'nin lideri Tunc Çiller'in "Kurşun otom de biziye işin stesidi" açıklaması büyük tepki uyandı. Müfettiş bu sözleri ısrarla etti...

CHP'nin lideri Deniz Gökten'in "Kurşun otom de biziye işin stesidi" açıklaması büyük tepki uyandı. Müfettiş bu sözleri ısrarla etti...



Ne güzel ortaklık?

İzmir de kazanıyor

İzmir'in ekonomisi Yılmaz'ın girişimci ruhuyla Çiller'in sermayesiyle büyüyor. İzmir'in ekonomisi Yılmaz'ın girişimci ruhuyla Çiller'in sermayesiyle büyüyor.

İzmir'in ekonomisi Yılmaz'ın girişimci ruhuyla Çiller'in sermayesiyle büyüyor. İzmir'in ekonomisi Yılmaz'ın girişimci ruhuyla Çiller'in sermayesiyle büyüyor.

Dünya Milliyet Okuyor

Dünya'da Milliyet'in okunduğu ülkelerin sayısı artıyor. Dünyanın her köşesinde Milliyet'in okunduğu ülkelerin sayısı artıyor.

Dünya'da Milliyet'in okunduğu ülkelerin sayısı artıyor. Dünyanın her köşesinde Milliyet'in okunduğu ülkelerin sayısı artıyor.

'Saldırı planı Koçkaya'nın'

Yılmaz, yandaşlıklar oluyorsa önce yandaşlıklarla başla



Yılmaz'ın "Saldırı planı Koçkaya'nın" açıklaması büyük tepki uyandı. Yılmaz'ın "Saldırı planı Koçkaya'nın" açıklaması büyük tepki uyandı.

Yılmaz'ın "Saldırı planı Koçkaya'nın" açıklaması büyük tepki uyandı. Yılmaz'ın "Saldırı planı Koçkaya'nın" açıklaması büyük tepki uyandı.

Yılmaz'ın "Saldırı planı Koçkaya'nın" açıklaması büyük tepki uyandı. Yılmaz'ın "Saldırı planı Koçkaya'nın" açıklaması büyük tepki uyandı.

'Yılmaz'a ben vardım'

Yılmaz'ın "Yılmaz'a ben vardım" açıklaması büyük tepki uyandı. Yılmaz'ın "Yılmaz'a ben vardım" açıklaması büyük tepki uyandı.

Yılmaz'ın "Yılmaz'a ben vardım" açıklaması büyük tepki uyandı. Yılmaz'ın "Yılmaz'a ben vardım" açıklaması büyük tepki uyandı.

Fransız semazen

Fransız semazenin gösterisi büyük ilgi gördü. Fransız semazenin gösterisi büyük ilgi gördü.



World Media desteği

World Media'nın desteğiyle projemiz başarıyla sonuçlandı. World Media'nın desteğiyle projemiz başarıyla sonuçlandı.

'Ağır ne duruma düştü gördünüz'

Ağır ne duruma düştü gördünüz? Ağır ne duruma düştü gördünüz?

Gözaltı iniyor

Gözaltı iniyor. Gözaltı iniyor.

Gözaltı iniyor. Gözaltı iniyor.

- Yılmaz'ın...
- Deniz Gökten...
- Yılmaz'ın...
- Deniz Gökten...

Yılmaz'ın... Deniz Gökten...

Yılmaz'ın... Deniz Gökten...

Graf 3: 26 Kasım 1996 – Milliyet Gazetesi Arşivi

Günümüze geldiğimizde geleneksel medyanın tamamen internette de yer aldığını görmekteyiz. Gazete ve televizyonların yanı sıra radyolarında internetten üzerinden yayın yapmaya başlamışlardır. İnternetin bu cezp ediciliği, onun sürat avantajının yanı sıra geleneksel gazeteler için yazılı sayfalarında yer veremediği görselliği de sunmalarına, televizyon için ise gazeteler kadar ayrıntıyı verebilmelerine olanak sağlamasından kaynaklanmaktadır. İnternet yayıncılığı hem yazılı hem de görsel medyanın imkânlarına sahip olması dolayısıyla tüm geleneksel medya kurumları için vazgeçilmez duruma gelmiştir.

Bunun yanı sıra büyük medya grupları, giderek büyüyen internet reklamcılık pazarında iyi bir yüze elde etmek istemektedirler. Artık reklam verenlerde internetin etkisinin ve gücünün de farkındadır. Özellikle Türkiye’de haber sitelerinin en çok izlenen siteler olduğu düşünüldüğünde haber sitelerine verilen reklamlar önemli rakamlara ulaşmıştır.

Günlük 1 milyon 350 bin ile 1,5 milyon arasında tekil ziyaretçiye sahip olan milliyet.com.tr Yayın Müdürü Ercüment İşleyen "Bugün internete çok da sıcak bakmayan reklam verenler, yakın gelecekte koltuklarını internet ile birlikte büyümüş kuşaklara bırakacak. Ve internet reklamcılığı gerçek sıçramasını işte o zaman yapacak" derken, Gazeteport Ekonomi Müdürü Açıl Sezen, internet haberciliğinin gelişimindeki farklılaşmanın reklam verenlere de yansıdığına dikkat çekiyor ve ekliyor: "Türkiye’de reklam veren artık reklamların tıklanma oranlarına bakıyor. Proje sponsorlukları da yapılmaya başlandı. Mesela bir ekonomi sayfasına 1 yıllık sponsor oluyorlar." Haberturk.com Genel Yayın Yönetmeni Gülin Yıldırımkaaya ise "Son iki yılda genel reklam pastasında internete ayıldıkları pay ciddi anlamda yükseldi. Her yıl reklamlarımızda yaklaşık yüzde 130 artış oluyor" açıklamasını yapıyor. Hurriyet.com.tr Genel Yayın Yönetmeni Fatih Çekirge, "Hurriyet.com.tr. altı ay önce günlük 650 bin olan ziyaretçi sayısı bugün 1 milyon 200 bine ulaştı. Bu sayı ilerde daha da artacak çünkü internet kullanıcı sayısı artıyor. Sadece haberleşme değil farklı platformlar oluşuyor. Habercilik ise her geçen gün daha da profesyonelleşerek sürüyor" diyor. Pazarda hareketliliğin artacağını söyleyen Çekirge, "İnternetin imkanları ve hızı arttıkça ivme yükselecek. Gazeteyi hangi gelir grubunun aldığını tespit edemezsiniz ama internette en azından masasında bin

dolarlık bir bilgisayarla işlem yapan, o eğitimde birine seslendiğinizi bilirsiniz. Ayrıca internet çok karlı bir uygulama. Baskı masraflarınız yok" diyen Çekirge, tüketim kalıpları açısından da internetin çok daha karlı olduğunu söylüyor.¹¹⁰

3.3. Türkiye’de İnternet Haberciliği’nde Fotoğrafın Kullanımı

Haber edinme alışkanlıklarını değiştiren bir araç olan internet, kullanıcılarına haber siteleri ile farklı sitelerden haberleri okuma, okudukları haberlere ilişkin farklı görüşleri karşılaştırabilme imkanını sağlamıştır. Sürekli olarak kendini geliştiren bir kitle iletişim aracı olan internet medyası, geleneksel habercilik ile karşılaştırıldığında farklı yanları olmakla beraber birçok ortak noktası da bulunmaktadır. Haberciliğin vazgeçilmezlerinden olan fotoğraf da geleneksel medyada olduğu kadar internet medyasının da olmazsa olmazlarından. İnternet haberciliği yapan siteler, içeriği kadar görselliğiyle de okur ya da ziyaretçi kazanmaya çalışırken bir yandan da onların sitede kalmalarını sağlamak isterler. İnternet sitelerinde bu görselliği sağlayan en önemli araç fotoğraftır.

İnternet gazeteciliğinde hedeflenen şeylerden biriside okurun sitede kalma süresini uzatmaktır. Haberlerde fotoğraf yoğunluğunu artırmak, infografik gibi multimedya yöntemleriyle desteklemek okurun kalma süresini etkiler. Fotoğraf bunu başardı.¹¹¹ İnternet sayfasında okuyucuya sunulan öğeler, okuyucunun dikkatini habere çekmek ve onu sitede tutabileceği kadar uzun süre sitesinde tutabilmektir. Her zaman ilgi toplayan görsellik internet sayfalarında fotoğraf ile sağlanmaktadır. Geleneksel basında da bir haberin önemini vurgulamak için onun sayfadaki yeri ve metin kadar nasıl beraberinde kullanılan görseli kullanıyorsa internet haberciliğinde de aynı uygulama görülür. Türkiye’deki internet siteleri Dünya’daki diğer örnekleri gibi belli bir sayfa standardına sahiptir. Örneğin milliyet.com.tr ana sayfasında her gün yedi manşet yanında haberle ilgili büyük fotoğrafla verilmektedir. Bu standart sunum değişmez ve manşete çekilen haber fotoğraflarının boyutu da aynıdır. Habere sağlanan ilgi sadece sayfadaki yeri ile değil aynı zamanda haberi destekleyen

¹¹⁰ E. Tuncay- S. Yüzbaşıoğlu, İnternet Haberciliğinin Reklam Kapasitesi 6 yılda 180 milyon dolara Yükselinecek, 03.11.2007, Referans Gazetesi

¹¹¹ Ekler: Vahit Yazgan, ropörtaj

fotoğrafla sağlanır. İnternet haber editörleri bazı haberlerin yeteri kadar ilgi görmemesini engellemek adına da fotoğrafın bu ilgi çekici özelliğinden yararlanırlar.

İnternet sitelerinin ana sayfalarında kullanılan fotoğrafların niteliği o sitenin kimliği hakkında bize en çok bilgiyi verir. Kullanılan fotoğraflar ziyaret edilen haber sitesi hakkında bize 2 konuda fikir sahibi olmamızı sağlar. Bunlardan ilki sitenin fotoğrafları edinme sürecidir. Özellikle bağımsız haber sitelerinin güvenliğinde fotoğraf kaynakları okuyucuya fikir verir. Türkiye’de hiçbir bağımsız haber sitesinin kendine ait fotoğraf kaynağının olmaması yani bir fotoğrafçısının olmaması nedeniyle fotoğrafların ajanslardan veya diğer kaynaklardan yasal yollarla alınıp alınmadığı, kaynak gösterilip gösterilmemesi bize bir haber sitesinin künyesi olup olmaması kadar bize bilgi verir. Türkiye’deki internet haberciliği yapan kurumların ciddiyetinin en önemli göstergesi künyesinin bulunup bulunmamasıdır. Sayfalarında kendilerini tanıtan bütün siteler fotoğraf edinme sürecini yasal yollarla yapmaktadır. Sadece reklam almak için kurulan ve habercilik kriterlerini yerine getiremeyen yada getirmeyen birçok haber sitesi, haberi izinsiz kullandığı gibi sitesine koyduğu fotoğrafları da izinsiz yola elde eder. İnternethaber. com’un sahibi ve aynı zamanda İnternet Medyası Derneği Başkanı olan Hadi Özışık da bu tür sitelerin internet haberciliğini düzgün olarak yapan sitelere de zarar verdiğini vurguluyor. “Gereksiz çok fazla site var. Kalite oturdu aslında. 10 tane site var Türkiye’de ama diğerleri kirletiyor.”

Bir diğeri de İnternet haberciliği sitesinde kullanılan fotoğrafların bize verdiği bir diğer bilgi de sitenin kurumsal kimliği ile ilgili verdiği bilgilerdir. Kullanılan fotoğrafların niteliği ve sayfada kullanım şeklidir. Fotoğraf geleneksel basında olduğu gibi internet haber sitelerinde de bir kimlik oluşturma aracıdır. İnternet haberciliği yapan sitenin özellikle ana sayfasının tasarımındaki en önemli unsur fotoğraf oluşturmaktır. Fotoğrafın sayfada hangi boyutta kullanıldığı, okuyucuya sunumu, kullanılan fotoğrafların etik ve estetik değerleri ilk sayfaya baktığımızda bizim site hakkında bilgi sahibi olmamızı sağlar.

İnternet medyasında kullanılan fotoğraflarda çok sık kullanılan bir yöntemde fotoğraf haberciliği olarak adlandırabileceğimiz türde habercilik

yapılmasıdır. Bu geleneksel basında karşımıza çıkan fotojurnalizm kavramında görülmektedir. Bu durumu daha iyi açıklayabilmek için haber fotoğrafı ile fotojurnalizm arasındaki farkı açıklamamız gerekir.

Basın fotoğrafçılığı her ne kadar haber fotoğrafçılığı kavramı ile birlikte anılsa da, basında yer alan her tür fotoğrafı basın fotoğrafı olarak değerlendirmek gerekmektedir. Basın fotoğrafı tanımı haber fotoğrafını da içermektedir. Ancak bunun yanında, yazılı basını görselleştirmek amacıyla kullanılan portre, mekân fotoğrafları gibi destekleyici fotoğrafların tümü basın fotoğrafı tanımına girmektedir. Fotojurnalizm ise, fotoğraf haberciliği olarak adlandırılabilir bir fotoğrafçılık türüdür. Fotojurnalizmde fotoğraf ön plandadır ve W. Eugene Smith ve Sebastio Salgado gibi uygulayıcılarından örnek vermek gerekirse kendine özgü, fotoğrafik bir estetik yapısı vardır. Fotoğrafın plastik öğeleri fotojurnalizmde ön plandadır. Fotojurnalizmde ayrıca foto makale olarak adlandırılan, bir seri fotoğrafın bir arada kullanımıyla bir yaşam deneyiminin görsel olarak aktarılması da söz konusu olmaktadır. Haber fotoğrafçılığında ise haber olgusu ön planda, fotoğraf daha geri plandadır. Haber yoksa fotoğraf ne kadar güzel olursa olsun, haber fotoğrafı değeri taşıyamayacaktır.¹¹² Ülkemizde internet yayıncılığı yapan siteler fotoğrafta özellikle merak unsurunu çok fazla kullanarak okuyucuyu çekmeye çalışmaktadırlar. Özellikle manşetlerde metin desteğiyle beraber okuyucu haberin içine çekilmektedir. Fotoğraftan habere yönelen bir sergileme vardır.

Fotoğraf sayfanın canlılık ve hareketlilik sağlayarak daha kolay okunmasına yardımcı olmaktadır. Fotoğrafın bu başarısı nedeniyle internet haberciliği yapan siteler fotoğrafı bir merak unsuru olarak da kullanmaktadır. Geleneksel basında okuru iç sayfalara çekmek için genelde manşetler kullanılırken internet medyasında bu görevi fotoğrafların üstlendiğini görmekteyiz. Birçok internet haberciliği yapan sitenin okuyucuyu habere çekmek için olayı en iyi yansıttığına inanılan değil, okuyucuda en çok merak uyandıran ve okuyucunun habere yönelmesini sağlayan fotoğraf kullandığını görürüz. Haber sitelerinin bunu başarmak için okuyucunun ilgisini çekebilecek her unsuru kullanmaktadır. Bu konuda en çok başvuru

¹¹² M. Z. Arıcan, "Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi", 52 S.

yollardan biri de cinselliktir. Yazılı basında büyük medya grupların gazetelerinin ve arada cumhuriyet gazetesi gibi siyasi bir gazetenin bile kullandığı arka sayfa güzellerinin internet medyasında daha farklı bir sunumla ama çok daha sık karşılaşıyoruz.



Fot 3: 20 Mart 2003

Gazetelerin arka sayfasında bir magazin haberi ile beraber sunulan fotoğrafların internet haberciliğinde birçok internet sitesinde günün manşetleri bölümünde görmek mümkündür. Manşetlere taşınan bu fotoğraflar, okuyucunun tıklama sayısını artırmaya ve okuyucunun site içinde yönlendirilmesini sağlar. Magazinsel ve cinsel içerikli bu fotoğraflar okuyucuyu bir habere yönlendirebileceği gibi okuyucuyu foto galerilerine yönlendirerek daha çok fotoğrafa tıklamasına dolayısıyla okuyucunun sitede daha çok kalmasını sağlar.



Fot 4: Milliyet 1 Temmuz 2008



Fot 5: Milliyet 5 Mayıs 2008

İnternet haberciliğinde kullanım alanı gazete sayfaları ile karşılaştırıldığında çok fazla bir kullanım alanına sahip olduğu görülür. Haber sitesinin ana sayfası dışında link vererek diğer sayfalara da yönlendirme yaparak istediği sayıda fotoğraf kullanım olanağı vermektedir. İnternet haberciliği yapan sitelerin editörleri bu avantajı mümkün olduğunca çok kullanarak sayfalarının magazinleşmesine de göz yumarak bu avantajı kullanmaktadır.

İnternet haberciliğinin haberciliğe getirdiği en büyük avantajlardan biri olan hız faktörü aynı zamanda risk faktörünü de beraberinde getirmektedir. Dünyanın her yerinde olan haberlerden artık anında haberdar olan basın yayın kuruluşu en kısa süre içinde de okuruna haberi ulaştırmaya çalışır. İnternet haberciliği yapan sitelerin haberi ve haber fotoğrafını en kısa süre okuyucuya getirme çabası ve bu konudaki rekabet hatalı yayıncılık yapılmasına da neden olabilmektedir. Bu konuda hurriyet.com.tr. Haber Müdürü Oğuz Güven'in de belirttiği gibi hız faktörü ne kadar hata payını artırırsa da hatayı düzeltmek de o kadar kolay ve hızlı olmaktadır. Bu konuda Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ü ismini örnek veren Güven; " İnternette hata yapma şansınız çok olduğu kadar hemen düzetme şansınız da var. İnternette bunun yanında her an arşivden ulaşıp haberin detaylarını doğrusunu bulabiliyorsunuz. Abdullah Gül'ün Cumhurbaşkanı olmasından sonra Cumhurbaşkanının eşinin ismini bile birçok haber sitesi hatalı girmişti. Aslında emin olmak için gerekirse

cumhurbaşkanlığı sitesine girip oradan hemen kontrol etme şansınız ve düzeltme şansınız da var” Habercilik konusunda yapılabilen hatalar fotoğraf konusunda da yaşanmaktadır. Yapılabilecek hataların yanında siteye koyulan fotoğrafların haberi ne kadar yansıttığı ve ne kadar estetik olduğu sorgulanabilir hale gelmiştir. Bu nedenle de internet haberciliğin kullanılan fotoğraflar, sitelerin yayın politikasına göre de farklılık göstermektedir. Bu farklılığın en önemli nedenlerinden biri internetin getirdiği avantajların ne derece kullandığıdır. İnternet teknolojisinin getirdiği hız avantajını kullanarak risk faktörünü de göz önüne alarak ve fotoğrafın estetiğinden ödün vererek en çabuk sürede okuyucuya ulaştırmaya çalışan siteler bulunmaktadır. Bunun yanında haberi veya fotoğrafı geç vermeyi göze alarak yayına verdiği fotoğrafın kalitesinden ödün vermeyen sitelerde bulunmaktadır.

Diyarbakır’da özel bir dersane önünde 3 Ocak 2008 tarihinde saat 16,55’te meydana gelen bombalı terör saldırısı, bazı internet haberciliği yapan siteler tarafından haber fotoğraflarının okura aktarımı konusunda yöntem farklılıkları olduğu görülür. Bombalı saldırının gerçekleştiği andan itibaren beş ile on dakika içerisinde bütün kurumsal kimliği olan internet haber siteleri olayları sayfalarından okurlarına duyurmuşlardır. Haberin duyurulmasında fazla bir fark görünmemektedir. Bütün haber siteleri ilk gelen bilgilere göre ana sayfalarında son dakika olarak haberi yayınlamışlardır. Haber siteleri arasındaki en önemli fark haber fotoğraflarının yayınlanması konusunda görülmüştür. Bu konuda alınan iki örnek haber sitesi hurriyet.com.tr. ve ntvmsnbc.com.’dur. Olayın gerçekleştiği saat 16,55’ten sonra gelen ilk görseller video görüntüleri olmuştur. İnternet haberciliği yapan sitelerin birçoğu da video görüntüsü olarak sitelerinde yayınlamışlardır. Haber fotoğraflarını ise incelenen siteler arasında ilk yayınlayan hurriyet.com.tr. olmuştur. Olayın gerçekleşmesinden yaklaşık olarak 15 dakika sonra haber fotoğrafları sitede yayınlanmıştır. Diğer incelen haber sitesi ntvmsnbc.com.’da ise fotoğraflar bir saat sonra yer almıştır. Burada dikkat çeken nokta yayına konulan fotoğrafların estetiğidir. Bir site olabildiğince hızlı bir şekilde fotoğrafları okuyucuya ulaştırmak için video görüntülerinden derlediği ama sunum olarak eleştirilebilecek nitelikteki fotoğrafları yayınlarken diğeri ajanstan gelecek fotoğrafları beklemiş ve sitesinde yer vermiştir. Hürriyet gazetesinin sitesi 94 fotoğrafla habere yer verirken ntvmsnbc 16 fotoğrafla sayfalarında yer vermiştir.



Fot 6: 3 Ocak 2008 – hurriyet.com.tr

Fot 7: 3 Ocak 2008 – ntvmsnbc.com

Yayıncılık politikasındaki farklılık haberlerin sitede yayınlanma zamanlarını ve sunulan fotoğrafların kalitesini belirlemiştir. Kendine ait haber ajansı olan Doğan Haber Ajansı'ndan aldığı video görüntülerinden seçtiği kareleri yayınlayan hurriyet.com.tr. olayın gerçekleştiği zamandan daha ileri saatlerde eski fotoğrafları kaldırmadan ntvmsnbc.com.'deki fotoğrafların kalitesinde fotoğraflara sitesinde yer vermiştir. Ntvmsnbc'nin sitesinde yayınlanan fotoğrafın kaynağı ise Anadolu Ajansıdır. Hurriyet.com.tr. haber müdürü Oğuz Güven "Diyarbakır da yaşanan patlama da televizyondan geçen görüntüyü dijital olarak fotoğraf karelerine aktarıp foto galerimize hemen koyduk" derken Ntvmsnbc Yeni Yayın koordinatörü Yunus Halit Türe, genel yayıncılık politikalarında estetiğin önemli yer tuttuğunu vurgulamıştır. "Türkiye de ama NTVMSNBC'nin başka kaygıları var. Mesela estetik çok önemli, tasarım çok önemli. Bu çok önemli olmuyor birçok internet haberciliği yapan sitede. Kötü tasarımlar kötü tipografi, kötü fotoğraflar, kötü renkler görüyoruz. Şöyle de bir şey var bizim toplumumuzda yüzyıllar boyunca dinsel ve kültürel nedenlerle birçok şeyden yasaklandığı için ekstra bir açlık var. Mesela dergileri karıştırdığımızda içeriğe hatta başlığa değil fotoğraflara bakıyoruz. O nedenle çok önemli. DNA'mızdan getirdiğimiz bir açlık var. Keza erotizme, çıplaklığa, magazine. O yüzden ciddi habercilik yapan sitelerin az olduğunu düşünüyorum ben. Bazen bir haber geliyor. Onu doğrulamadan yayınlamıyoruz. Bunu yaparken hızdan feragat edilebilir" demiştir.

3.3.1. Türkiye'de İnternet Haber Sitelerinde Fotoğrafın Önemi

İnternet haber sitelerinin geleneksel basındaki tiraj oranları gibi hit oranları veya diğer adıyla tıklanma oranları bulunmaktadır. Tıklanma oranları özellikle bağımsız internet haberciliği yapan siteler için büyük önem taşımaktadır. Reklam verenlerin en çok dikkat ettiği konu bütün diğer medya kurumlarında olduğu gibi yapılan yayıncılığın izlenme ve takip edilme oranlarıdır. Bütün internet sitelerinde olduğu gibi internet haberciliği yapan sitelerde bütün tıklanma oranlarını ve siteyi ziyaret edenlerin sitede kalma, hangi linklere tıkladığı gibi tüm davranışlarını izleyebilmektedir. Fakat reklam verenlerin baz aldığı rakamlar sitelerin kendi açıkladığı rakamlar değil tıklanma oranlarını ölçen şirketlerdir. Bu şirketlerden en yaygın olarak kullanılanı ABD merkezli, "Amazon.com"'a ait bir internet şirketi olan

“Alexa” ‘dır. Bu şirket bütün internet sitelerinin web trafikleriyle ilgili bilgi veren bir web sitesini işletmesiyle tanınmaktadır. Alexa istatistikleri "Alexa Toolbar" adlı yazılımın kullanıcılarından alınan verilerden derlenir. Türkiye’de basın yayın kategorisinde Alexa verileri incelendiğinde sıralamadaki ilk 20 haber sitesi şu şekilde görülmektedir.

- 1 – www.milliyet.com.tr.
- 2 – www.hurriyet.com.tr.
- 3 – www.haberturk.com.
- 4 – www.internethaber.com.
- 5 – www.sabah.com.tr.
- 6 – www.fanatik.ekolay.net.
- 7 – www.haber7.com
- 8 – www.haber.mynet.com
- 9 – www.ntvmsnbc.com
- 10 – www.sporx.com.
- 11 – www.gazetevatan.com.
- 12 – www.zaman.com.tr.
- 13 – www.samanyoluhaber.com.
- 14 – www.ntvspor.net.
- 15 – www.radikal.com.tr.
- 16 – www.internetspor.com.

17 – www.ensonhaber.com.

18 – www.ajansspor.com.

19 – www.haber3.com.

20 – www.aksam.com.tr.

(15 Mayıs 2008 - Alexa)

HAFTALIK ORTALAMA GAZETE SATIŞLARI (12-18 MAYIS 2008)				
GAZETE	FİYATI	H. ORTALAMA NET SATIŞ	ÖNCEKİ HAFTA	FARK
ZAMAN	.45 YKr	876.930	875.295	1.635
POSTA	.25 YKr	626.116	634.421	-8.305
HÜRRİYET	.40 YKr	498.427	504.782	-6.355
SABAH	.35 YKr	394.246	401.430	-7.184
PAS.FOTOMAC	.30 YKr	246.866	267.621	-20.755
MİLLİYET	.30 YKr	225.773	232.784	-7.011
FANATİK	.30 YKr	217.883	256.199	-38.316
TAKVİM	.25 YKr	201.460	202.643	-1.183
VATAN	.35 YKr	197.504	199.488	-1.984
AKŞAM	.35 YKr	180.543	191.193	-10.650
GÜNEŞ	.30 YKr	162.356	163.580	-1.224
TÜRKİYE	.40 YKr	142.393	142.118	.275
STAR	.30 YKr	115.528	130.540	-15.012
SÖZCÜ	.25 YKr	108.910	109.168	-.258
Y. ŞAFAK	.40 YKr	104.145	102.235	1.910
CUMHURİYET	.75 YKr	79.556	82.637	-3.081
A. VAKİT	.50 YKr	70.343	69.435	.908
ŞÖK	.25 YKr	60.204	59.480	.724
E.FOTOSPOR	.30 YKr	59.216	62.065	-2.849
YENİÇAĞ	.40 YKr	54.470	54.316	.154
MİLLİ GAZETE	.50 YKr	51.005	50.855	.150
BUGÜN	.30 YKr	50.213	54.476	-4.263
DÜNYA	.70 YKr	47.784	47.833	-.49
FOTOGOL 12.ADAM	.30 YKr	47.693	56.317	-8.624
RADİKAL	.40 YKr	44.673	44.437	.236
H. O. TERCÜMAN	.30 YKr	24.095	25.145	-1.050
TARAF	.40 YKr	20.059	20.713	-.654
REFERANS	.60 YKr	14.988	15.107	-.119
ORTADOĞU	.30 YKr	8.966	8.990	-.24
GÜNLÜK EVRENSEL	.35 YKr	7.651	8.726	-1.075
YENİ ASYA	.50 YKr	7.469	7.542	-.73
BİRGÜN	.75 YKr	7.144	7.015	.129
YENİ MESAJ	.30 YKr	5.676	5.630	.46
TODAYS ZAMAN	.15 YTL	5.388	5.292	.96
T. DAILY NEWS	.15 YTL	2.775	2.802	-.27
HÜRSES	.10 YKr	2.176	2.164	.12
ÖNCE VATAN	.15 YKr	1.119	1.057	.62
GENEL TOPLAM		4.971.742	5.105.531	-133.789

Kaynak: YAYSAT-MDP

Graf 4: Yaysat – 30 Mayıs 2008

İnternet haberciliğinde ilk 20 site incelendiğinde ilk iki sırayı geleneksel basında hakim durumda olan iki gazetenin yer aldığını görmekteyiz. Fakat üçüncü ve dördüncü sırayı herhangi bir medya grubu ile bağlantısı olmayan iki bağımsız haber

sitesinin aldığını görmekteyiz. 15 Mayıs 2008 tarihinde alınan verilerle 12–18 Mayıs 2008 tarihleri arasında gazete satışları incelendiğinde ilk sırada yer alan Zaman gazetesinin internet haberciliği yapan siteler arasında on ikinci sırada olduğunu görmekteyiz. Bu durum Zaman gazetesinin internet haberciliği konusunda başarısız olduğunu sonucu çıkarılabilir. Ama bu değerlendirme yapılmadan önce bu gazetenin abonelik sistemindeki yöntemleri veya başarısı değerlendirilmelidir. Haftalık gazete satışlarında ikinci sırada olan Posta gazetesinin ise bir internet sitesi bulunmamaktadır. Bunun nedeni bağlı bulunduğu medya grubunun politikası olarak görülebilir. Doğan grubuna bağlı olan gazetenin ayrı bir haberci kadrosu yoktur. Fakat bu gazetenin bir internet sitesi olmamasına rağmen www.posta-gazetesi.net adında bir internet sitesi mevcuttur. Türkiye'nin en çok satan gazetesini logosunun yanında belirten Posta Gazetesi gibi Posta Gazetesi internet haber sitesi de logosunun yanında en çok okunan internet gazetesi olduğunu belirtmektedir. Doğan grubuyla veya Posta gazetesi ile ilgili bir bağlantılarının olmadıklarını beyan etmesine rağmen logoları Posta gazetesinin logosuyla çok benzerdir. Herhangi bir künyesi olmayan bu site gibi birçok site bulunmaktadır.



Graf 5: 31 Mayıs 2007 – Posta Gazetesi Logo



Graf 6: 12 Haziran 2008 - www.posta-gazetesi.net

Listede üçüncü sırada yer alan Habertürk'ün bir haber televizyonun haber sitesi olarak gözüke de internet alanda yaptıkları yayıncılığa daha önce başladıkları

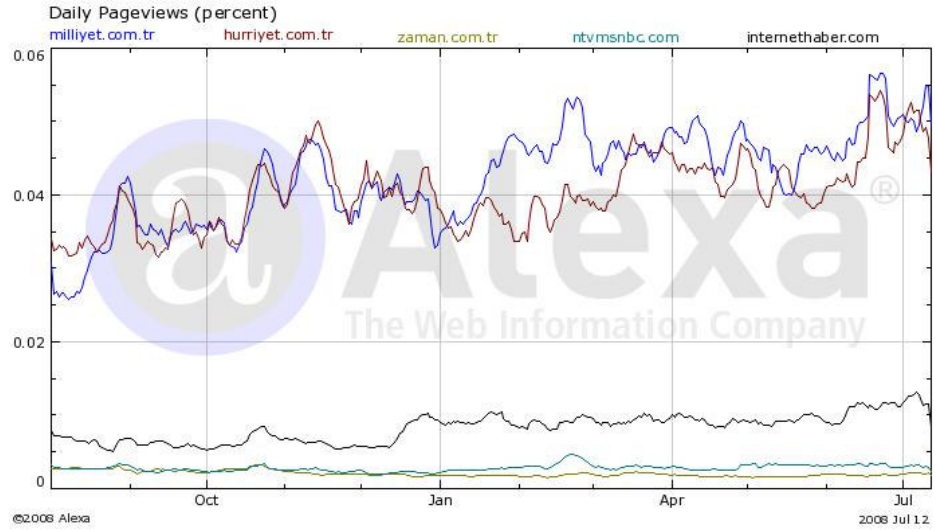
göz ardı edilmemelidir. En çok tıklanan haber sitelerinde ise hiçbir medya grubuyla bağlantısı olmayan bağımsız bir haber sitesi vardır.

İnternet haber sitelerinde fotoğrafın önemi açıklarken Türkiye’de Türkçe olarak yayın yapan siteler arasından 5 internet haberciliği yapan site seçilmiştir. Bu siteler milliyet.com.tr, hurriyet.com.tr, internethaber.com, ntvmsnbc.com ve zaman.com.tr siteleridir. İnternet haberciliği yapan siteler seçilirken tıklanma oranları ve bir medya kurumuna bağlı olup olmadıkları dikkate alınmıştır. Tıklanma oranları Alexa sitesindeki oranlar temel alınarak incelenmiştir. Hemen hemen bütün internet haber siteleri tıklanma oranlarını vermek istememişlerdir.

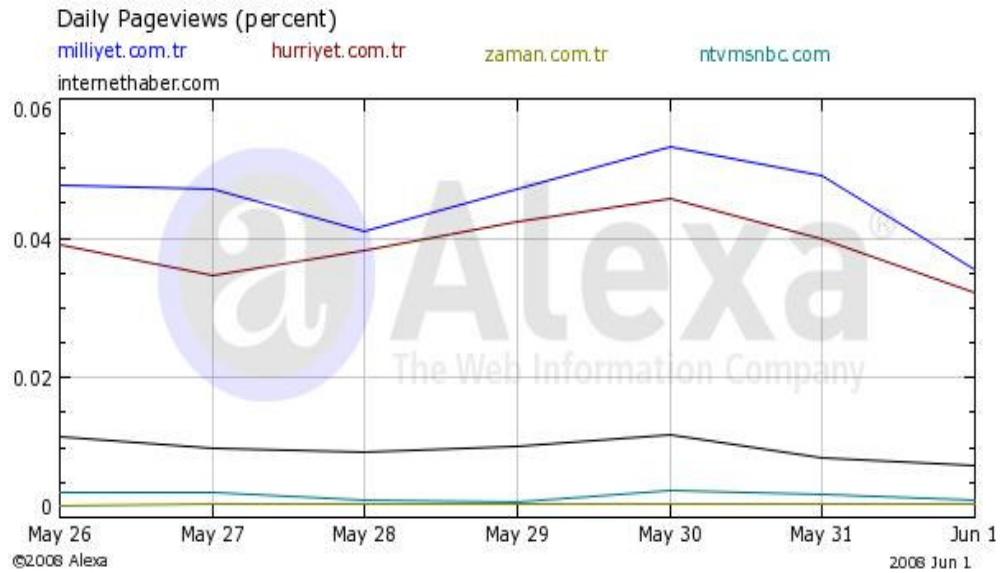
Tıklanma oranlarında ilk iki sırayı alan ve internet yayıncılığı konusunda çok benzer şekilde bir yayıncılık yapan Milliyet ve Hürriyet gazetelerinin siteleri alınmıştır. Birbirlerine çok yakın şekilde yayıncılık yapan bu iki sitesinin okuyucudan aldığı tepkilerin aynı olduğunun görülmesi bakımından önemlidir. Bir diğer gazete örneği olarak Zaman Gazetesi’nin sitesinin örnek olarak alınmasının ise iki nedeni vardır. Bunlardan birincisi gazete satış tirajlarında birinci olan bir gazetenin internet sitesi olması diğeri de Türkiye’de ilk internet gazeteciliği yapan haber sitesi olmasıdır. Bir televizyonun internet sitesi olarak ta www.ntvmsnbc.com. sitesi ele alınmıştır. Bu sitenin alınmasının bir diğer nedeni de fotoğrafı diğer haber sitelerinde daha az olarak kullanmasının sonuçlarının görülmesi açısından önemlidir. En son olarak ta www.internethaber.com. sitesi seçilmiştir. Hiçbir medya grubuyla bağlantısı olmayan bir site olması ve en çok tıklanan haber siteleri arasında birçok medya grubuna bağlı siteyi gerisinde bırakarak dördüncü sırada yer alması bu haber sitesinin seçilmesine neden olmuştur.

Bu siteler, özellikle ana sayfalarındaki yani okuyucunun ilk karşılaştığı sayfada kullanılan fotoğrafların niteliği ve niceliği bakımından incelenmiştir. İnceleme yapılırken hafta sonu ve hafta içi olmak üzere 2 gün seçilmiştir. Haber siteleri düzenli olarak incelendiğinde sayfa yapılarında bir değişiklik görülmemektedir. Bunun yanında Ağustos 2008 ile Haziran 2008 tarihleri arasında kapsayan Ağustos ile Haziran arasındaki en geniş zaman sürecini kapsayan tabloya baktığımızda beş medya sitesi arasındaki oranlarda ilk göze çarpan unsur aynı medya

grubuna bağılı olan Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin siteleri birbirlerine çok yakın oranlarda ilk iki sırayı paylaşmasıdır. Bağımsız internet haberciliğı yapan www.internethaber.com sitesi ise bu siteler arasında en fazla izlenen siteler arasında üçüncü sırada yer almaktadır. Geleneksel basında en çok tiraja sahip olan Zaman gazetesinin tirajının oranının çok düşük olduğı görölmektedir.



Graf 7: 1 Temmuz 2008 - Alexa



Graf 8: 27 Mayıs 2008 - Alexa



Graf 9: 28 Haziran 2008 - Alexa

İlk olarak inceleyeceğimiz site olan Milliyet gazetesinin sitesi Alexa verilerine göre en çok tıklanan site olmasının yanında incelen siteler arasında ana sayfasında en çok fotoğrafa yer veren site olma özelliğinin de göstermektedir. Sitede 27 Mayıs 2008 tarihinde hafta içi alınan örneğine baktığımızda ana sayfada yer alan fotoğrafların oranının ana sayfada %21,3 oranında yer aldığını görülür. Bu oran 28 Haziran 2008 tarihinde alınan hafta sonu yayınında ise % 22,9'dur. Milliyet Gazetesinin internet sitesinde hafta sonu ve hafta içi fotoğraf kullanımında çok az bir fark bulunmaktadır. Fotoğrafların sayfaya yerleşimine baktığımızda tasarımında aynı olduğunu görmekteyiz. Sitede kullanılan yedi ana değişken başlık büyük boy fotoğraf ile beraber verilirken bu standart hiç bozulmamaktadır. Milliyet.com.tr sitesinde bulunan diğer fotoğrafların boyutları fazla bir farklılık göstermemekle birlikte aynı değildir. Ana sayfada manşet de kullanılan fotoğrafların dışında sayfanın çeşitli yerlerinde değişik ölçülerde fotoğraflar kullanılmıştır. Fakat bu düzensiz bir kullanım değildir. Belirli ölçülerdeki haber fotoğrafları değişik sayılarda haberin önemine göre sayfada yer almaktadır. Örneğin 28 Haziran'da ufak kullanılan (2,75.1,6) fotoğraf sayısı 17 adet olurken biraz daha büyük olarak kullanılan (2,75.4,95) fotoğraf sayısı sekizdir.



Graf 10: 27 Mayıs 2008



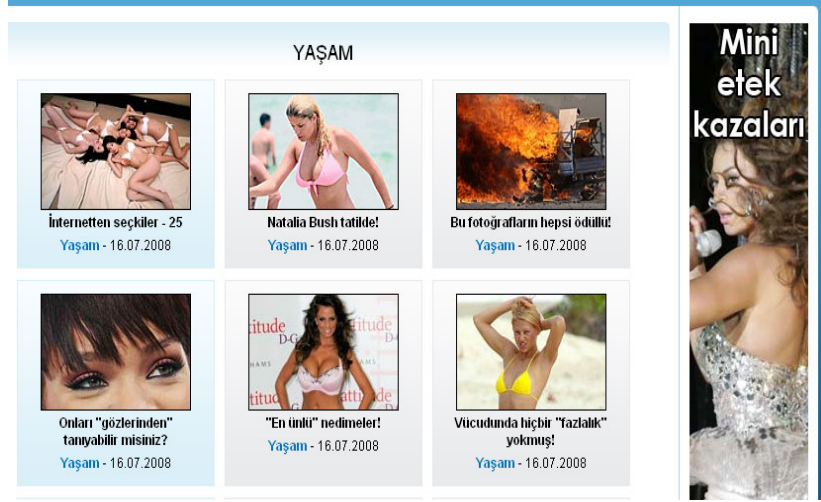
Graf 11: 28 Haziran 2008

Ana sayfa dışında foto galerilerde sitede önemli yer tutmaktadır. Daha çok fotoğrafın verilebildiği her haber yönlendirme ile beraber foto galerilerine okuyucuyu yönlendirmektedir. Belirli konu başlıklarından oluşan foto galeriler siyasi veya adli bir olayla ilgili olduğu kadar tamamen magazinsel olarak oluşturulan galeriler mevcuttur. Sitede yer alan galeriler çek paylaş, yaşam, sıcak haber, yurdum insanı, spor, otomobil, konuşulanlar, sizden gelenler başlıkları altında 8 kategori altında toplanmıştır. Bir galeride bulunan fotoğraf sayısının belirli bir standardı bulunmamaktadır. Fotoğrafların kalitesine bakıldığında ise dünyanın en iyi ajanslarından alınan fotoğrafların yanında çok amatör fotoğraflardan oluşan veya haber niteliği taşımayan fotoğraf yer almaktadır. Bu amatör fotoğraf ve haber değeri taşımayan fotoğraflar sitenin interaktif fotoğraf uygulaması olarak yer alan çek paylaş ve sizden gelen başlıkları altında yer alan galeriler de yer almaktadır. Bu galerilerde okuyucuların çektiği fotoğraflar estetik bir kaygı gütmeksizin sitede yer almaktadır. Galerilerin sunumun yanında okuyucuyu diğer galerilere yönlendirmek için merak uyandıran veya cinsel içerikleri fotoğraflarda yer almaktadır.

ÇEK PAYLAŞ



Graf 12: 7 Temmuz 2008



Graf 13: 7 Temmuz 2008



Graf 14: 7 Temmuz 2008

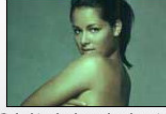


Graf 15: 7 Temmuz 2008

SPOR



Ünlü futbolcunun dansöz keyfi!
[Spor](#) - 15.07.2008



Seksi tenisçi mankenlere taş çıkarttı
[Spor](#) - 01.07.2008



İspanya turnuvarının şampiyonu
[Spor](#) - 30.06.2008



Millî Takım sabaha kadar eğlendi
[Spor](#) - 29.06.2008



Millîler böyle yıkıldı
[Spor](#) - 26.06.2008



Gözyaşlarıyla veda ettik
[Spor](#) - 26.06.2008

**DOĞAL
DÜNYANIN
EN BÜYÜLÜ
GÖRÜNTÜLERİ**



Graf 16: 7 Temmuz 2008

OTOMOBİL



"Geleceğin otomobilleri" görüntüye çıktı!
[Otomobil](#) - 21.04.2008



Geçmişten gelen "otomobil güzelleri"
[Otomobil](#) - 12.04.2008



Bu araçların çalınması "imkansız"
[Otomobil](#) - 12.04.2008



Tuning Show 2008 nefes kesti!
[Otomobil](#) - 07.04.2008



Yüzten otomobil!
[Otomobil](#) - 18.02.2008



Yeni 2008 Ford Fiesta
[Otomobil](#) - 15.02.2008

**İşte
o
vadi**



Graf 17: 7 Temmuz 2008

KONUŞAN FOTOĞRAFLAR



19 Haziran 2008
[Konuşanlar](#) - 19.06.2008



18 Haziran 2008
[Konuşanlar](#) - 18.06.2008



17 Haziran 2008
[Konuşanlar](#) - 17.06.2008



16 Haziran 2008
[Konuşanlar](#) - 16.06.2008



13 Haziran 2008
[Konuşanlar](#) - 13.06.2008



12 Haziran 2008
[Konuşanlar](#) - 12.06.2008

**Dört
mevsim
sonbahar**

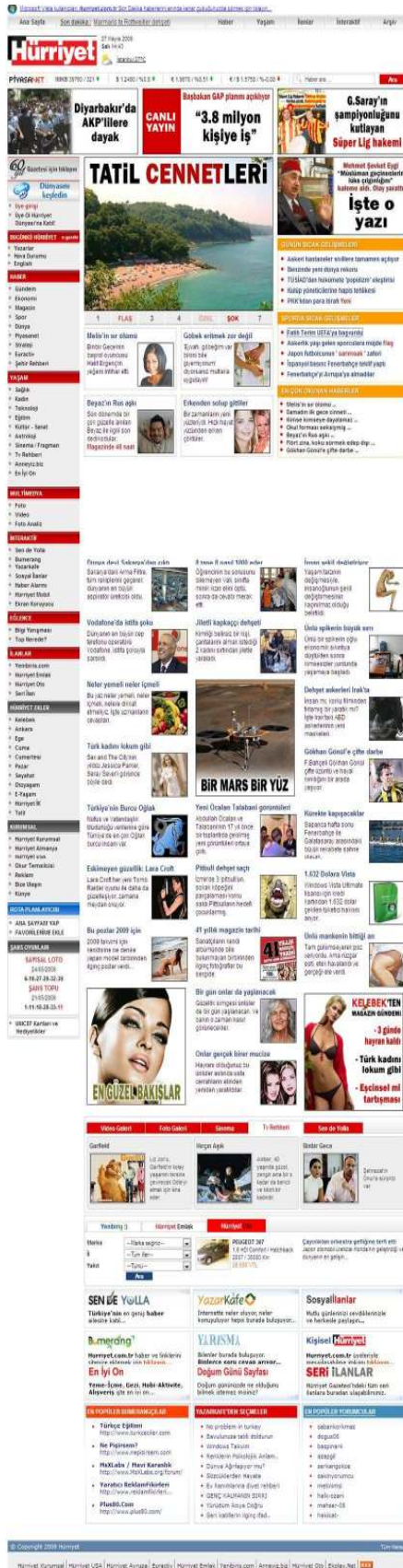


Graf 18: 7 Temmuz 2008



Graf 19: 7 Temmuz 2008

Yine Doğan medya grubuna bağlı bir diğer basın kuruluşu olan Hürriyet Gazetesi'nin sitesini incelediğimizde milliyet.com.tr ile çok benzer uygulamaların olduğunu görmekteyiz. Sitede öncelikle milliyet.com.'un yedi manşetle beraber yedi büyük fotoğraf uygulamasının aynısını görmekteyiz. Aradaki tek fark milliyet.com.'un dikey hurriyet.com'un ise yatay olarak sunumudur. Bunun dışında sür manşet olarak nitelendirebileceğimiz üçü manşetlerin üstünde biri paralelinde olmak üzere dört büyük fotoğrafın standart olarak kullanıldığını görmekteyiz. Örnek alınan günleri incelediğimiz de site içerisinde kullanılan haber fotoğraflarının bütün sayfaya göre oranı hafta içi % 21, hafta sonu ise % 22 oranında olduğu görülür. Hafta içi ve hafta sonu arasında milliyet.com.tr.'deki gibi çok önemli bir fark yoktur. Kullanılan fotoğraflarının niteliği ve niceliğinde de bir fark yoktur. Ayrıca sayfa tasarımında da herhangi bir ayrıma gidilmemiş aynı tasarım kullanılmıştır. Sitenin 1 Ekim 2007 ile 31 Mart 2008 tarihleri arasında tıklanma oranları incelendiğinde siteye Girne her 5 kişiden birinin foto galeri incelediği gözükmemektedir. (EK-1) Ana sayfada yer alan fotoğrafların dışında olan bu değerlendirme foto galerilerin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Burada dikkat çeken bir diğer nokta da hafta sonu tıklanma oranlarının çok fazla düşmesidir. Özellikle Pazar günleri tıklanma oranları yarı yarıya kadar düşmektedir.



Graf 20: hurriyet.com.tr. 27 Mayıs 2008



Graf 21: hurriyet.com.tr 28 Haziran 2008

Hürriyet Gazetesinin sitesinin ana sayfasında önemli bir yer tutan fotoğrafın diğer sayfalarda ve oluşturduğu geniş foto galerilerinde de görmek mümkündür. Sitenin fotoğraf galerisi aynı yayın grubuna ait olan milliyet.com.tr. gibi foto galerilerini gruplandırmıştır. Bu galeri isimlerinin farklı olmasına rağmen içerikleri benzer özellikler göstermektedir. Fotoğraf galerileri günün fotoları, foto haber, foto analiz, Latif Demirci, spor foto, nette güldürenler ve sizden gelenler bölümleri altında yedi bölümden oluşmaktadır. Burada fotoğraf galerisinde yer alması nedeniyle dikkat çeken Latif Demirci galerisidir. Karikatürist Latif Demirci'nin karikatürlerinden oluşan bu bölüm de fotoğraf galerileri içinde ayrı bir bölüm olarak yer almıştır.



Graf 22: 21 Haziran 2008

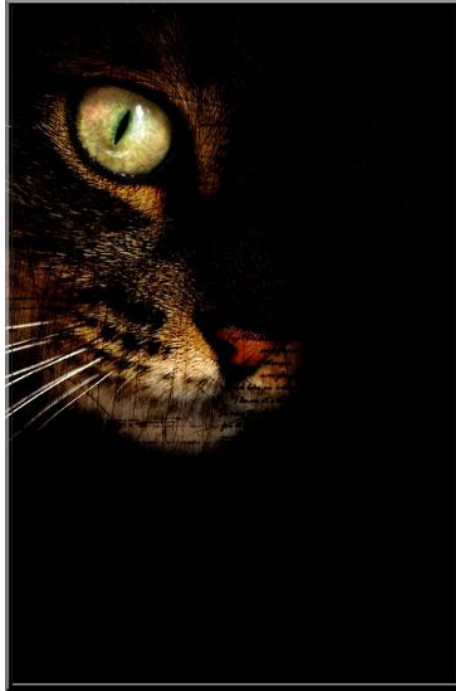


Graf 23: 26 Haziran 2008

Türkiye'deki diğer internet sitelerinden farklı olarak yapılan bir fotoğraf uygulamasında günün fotoğrafları galerisidir. Bu galeride www.fotofanclub.com sitesinde başarılı olan fotoğraflar bu galeri altında sunulmaktadır. Bu uygulama okuyucunun kendinden bir şeyler bulmasını sağlayan interaktif bir uygulama olması dışında estetik olarak da site de var olan galeriler içinde en iyi fotoğrafın olduğu sitelerdir. Ama bu fotoğrafların çoğunda haber değeri bulunmamaktadır.



Fot 8: 30 Ocak 2008 – Günün Fotoğrafları



Fot 9: 18 Mayıs 2007 – Günün Fotoğrafları

Foto Haber galerisi ise tamamen fotoğrafın haberin önüne geçtiği durumlarda kullanılan bir galeri olduğunu görmekteyiz Bir haberle ilgili olarak verilen fotoğrafın yanında olayla ilgili olmayan ama daha dikkat çeken fotoğraflarda haber ile ilişkili galeri içinde yer alabilmektedir. Örneğin bir kişi ile ilgili haber fotoğrafı verilirken kişinin geçmişte sitede yayınlanmış yada yayınlanmamış olmasına da dikkat edilmeden daha dikkat çeken fotoğraflar aynı haber galerisi içine konulabilmektedir.



Fot 10: 22 Ocak 2008



Fot 11: 22 Ocak 2008

“Lindsay Lohan eteğini sıkıştırdı” isimli galeri

Sitede 22 Ocak 2008’de yayınlanan “Lindsay Lohan eteğini sıkıştırdı” başlıklı galeride fotoğrafın ön planda olduğu bir haber bulunmaktadır. Lohan’ın fotoğrafının ön plana çıkartıldığı haberde, olayın nerde gerçekleştiğini öğrenemeyiz. Bu galeride sadece Lindsay Lohan’ın eteğini sıkıştırdığı görüntüler kullanılmamıştır. Bu olayla ilgili galeride sadece iki fotoğraf kullanılmıştır. Bunun yanında aynı isimli galeride 30 fotoğraf daha bulunmaktadır. Bu fotoğraflar kişi ile ilgili daha dikkat çeken ve sayfanın tıklanmasını sağlayan fotoğraflardır. Aynı galeri içinde farklı yerlerde bazı fotoğrafların tekrar kullanıldığı da görülmektedir.



Fot 12: 22 Ocak 2008



Fot 13: 22 Ocak 2008

“Lindsay Lohan eteğini sıkıştırdı”



Fot 14: 9 Nisan 2008

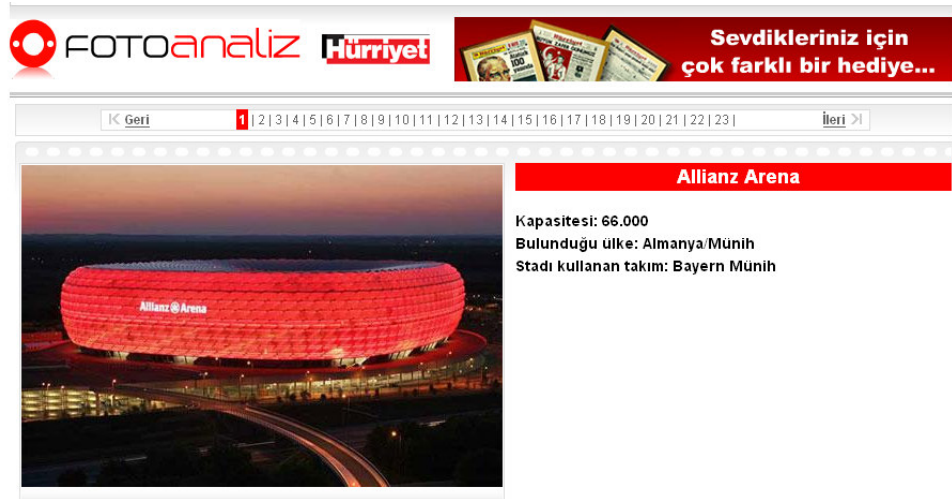


Fot 15: 1 Mayıs 2008

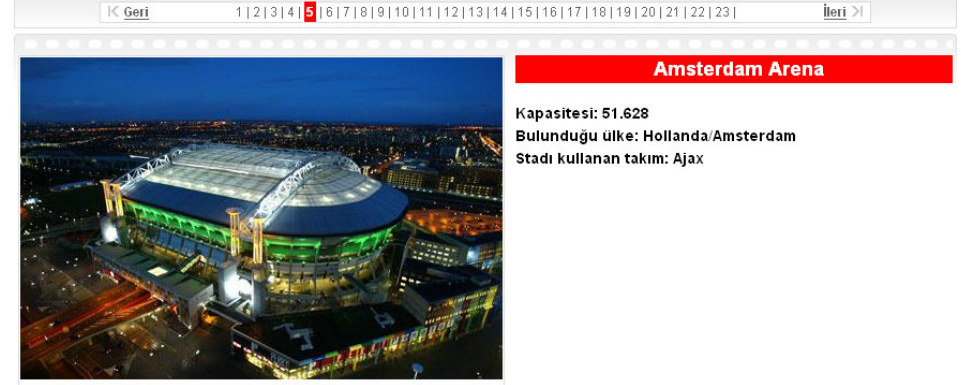
“Cumhurbaşkanı Abdullah Gül TESK’i ziyaret etti” “Ankara’da 1 Mayıs”

Foto Haber galerisi içerisinde “Lindsay Lohan eteğini sıkıştırdı” başlıklı galerisi olmasının yanında “Cumhurbaşkanı Abdullah Gül TESK’i ziyaret etti” veya “Ankara’da 1 Mayıs” gibi çeşitli siyasi veya güncel haberlerle ilgili foto galerileri de bulunmaktadır.

Diğer internet haberciliği yapan sitelerde bulunmayan bir diğer uygulama ise “Foto Analiz” dir. Bu uygulamada haberi en kısa şekilde bol fotoğrafla anlatılmaktadır. Bu uygulamayı hurriyet.com.tr. haber müdürü Oğuz Güven şu şekilde açıklamaktadır; “İnternette bir şey anlatmak isterken çok uzun olursa okuyucu kaçabiliyor. Foto analiz okuyucunun dikkatini çekiyor ve dünyada ilk kez uygulanıyor. Daha az yazıyla çok fotoğrafla fotoroman gibi konuyu anlatabilmek. Bunların içinden en çarpıcı olanları seçiyoruz ve okuyucuya en anlaşılır şekilde aktarmaya çalışıyoruz. Ve bu çok tuttu. Mesela seçim yasası diyorsunuz Upuzun bir metin çıkıyor. Okuyucu bunun hepsini okumayı tercih etmiyor. Bizde o metnin can alıcı olan yerlerini alıp fotoğraflarla okuyucunun anlayabileceği şekilde sunuyoruz.” Örneğin site futbol statları ile ilgili bir haberinde konuyu açıklarken bu yöntemi kullanmıştır. Konu ile ilgili bilgi verdiği her stadın fotoğrafını yanında stadın fotoğrafını kullanmıştır. Fotoğraf çok büyük olarak kullanılırken verilen bilgi çok temel ve kısıtlı bir bilgidir.



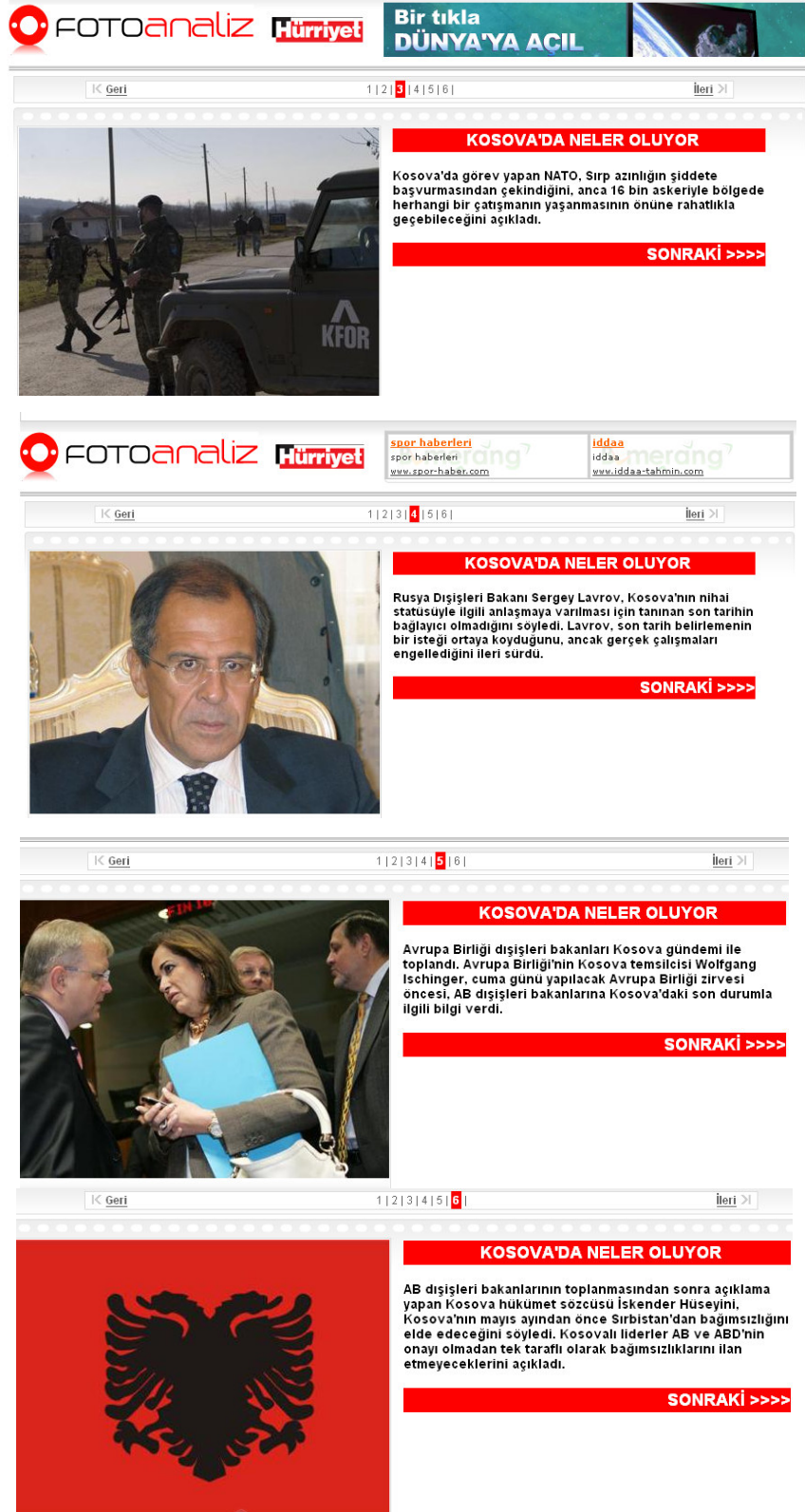
Graf 24: 17 Mart 2008 – “Dünyanın Futbol Mabetleri”



Graf 25: 17 Mart 2008 – “Dünyanın Futbol Mabetleri”

Örneğin Kosova 17 Şubat 2008 tarihinde bağımsızlığını ilan etmeden önce 10 Aralık 2007’de Kosova’nın statüsünü okuyucularına açıklamak için hurriyet.com.tr. foto analiz yöntemini kullanmıştır. Kosova’nın statüsü ile ilgili bilgiler en özet ve yalın bir şekilde altı adet fotoğraf kullanarak açıklamıştır.





Graf 26: 10 Aralık 2007 – Foto Analiz - “Kosova’nın Nihai Statüsü”

Haber Sitesinin galerileri arasında yer alan bir diğer galerinin ismi “Spor Foto”dur. Bu galeride her türlü spor olayı ile ilgili fotoğrafa ulaşmak mümkündür. İster magazinsel olsun ister o hafta oynan bir maçla ilgili olsun spor kategorisine giren her türlü fotoğraf kullanılmaktadır. Spor foto galerisinde bulunan “Süreyya Ayhan’a Ömür Boyu Men Cezası” haberi ile ilgili olarak yedi adet fotoğraf kullanılmıştır.

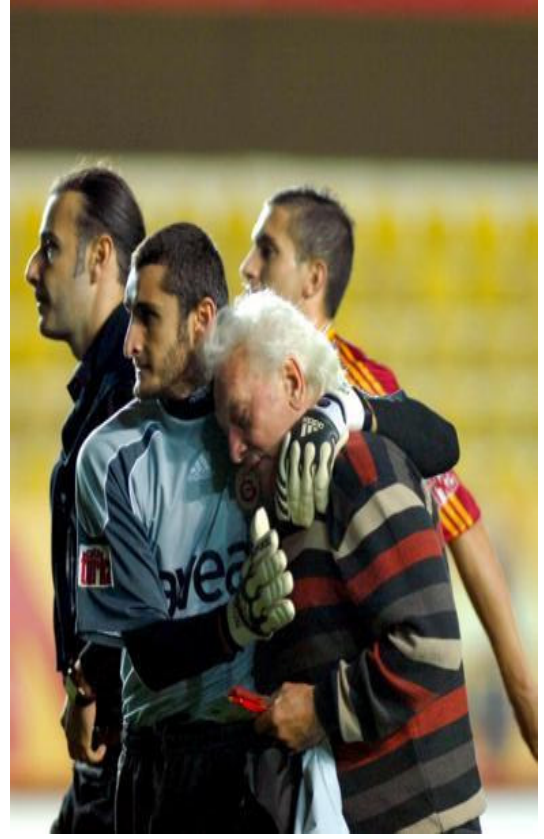


Fot 16: 25 Ocak 2008 – Süreyya Ayhan’a Ömür Boyu Men Cezası

29 Eylül 2007 tarihinde oynan Galatasaray – Beşiktaş Turkcell Süper lig maçı ile ilgili olarak aynı tarihte hurriyet.com.tr. sitesinde “Galatasaray - Beşiktaş (Turkcell Süper Lig 7. hafta)” başlığı altında 62 fotoğraf yayınlanmıştır. Bu fotoğraflar maçın başlangıcından maç sonrasına kadar süreç ile ilgili her türlü fotoğraftır. Bu uygulama bütün önemli spor maçları için uygulanmaktadır. Hürriyet Gazetesi’nde yer darlığı nedeniyle yayınlanamayan fotoğraflar internetin ortamının sunduğu bu imkândan yararlanarak hurriyet.com.tr.’de her türlü fotoğrafa yer verilmektedir.



Fot 17.



Fot 18.

29 Eylül 2007 Galatasaray - Beşiktaş (Turkcell Süper Lig 7. hafta)

Nette Güldürenler başlığı altında yayınlanan galeride ise haber fotoğrafı olarak nitelendirilemeyecek fotoğraflar yanında çok fazla estetik değer taşımayan fotoğraflarında yer almaktadır.



Fot 19: 28 Nisan 2008 - “Bu karelere bakmadan gelmeyin”

Sizden gelenler galerisi milliyet.com.tr.’deki aynı adı taşıyan galeri ve çek paylaş galerisi ile aynı özelliği göstermektedir. Buradaki fotoğraflar okuyucunun gönderdiği fotoğraflardan oluşur. Bu fotoğraflarda da estetik bir kaygı olmadığı gibi birçoğunda haber değeri de bulunmamaktadır. Bu interaktif uygulama ile okuyucu tamamen öznel kendisi ile ilgili bir fotoğraf yollayabildiği gibi bir muhabir gibi haber olarak ta fotoğraf yollayabilmektedir. Buradaki en önemli unsur okuyucunun sitenin içeriğine kattı yaptığı interaktif bir uygulama gerçekleştirmesidir.



Fot 20: 11 Temmuz 2008 “Kara Prensım”



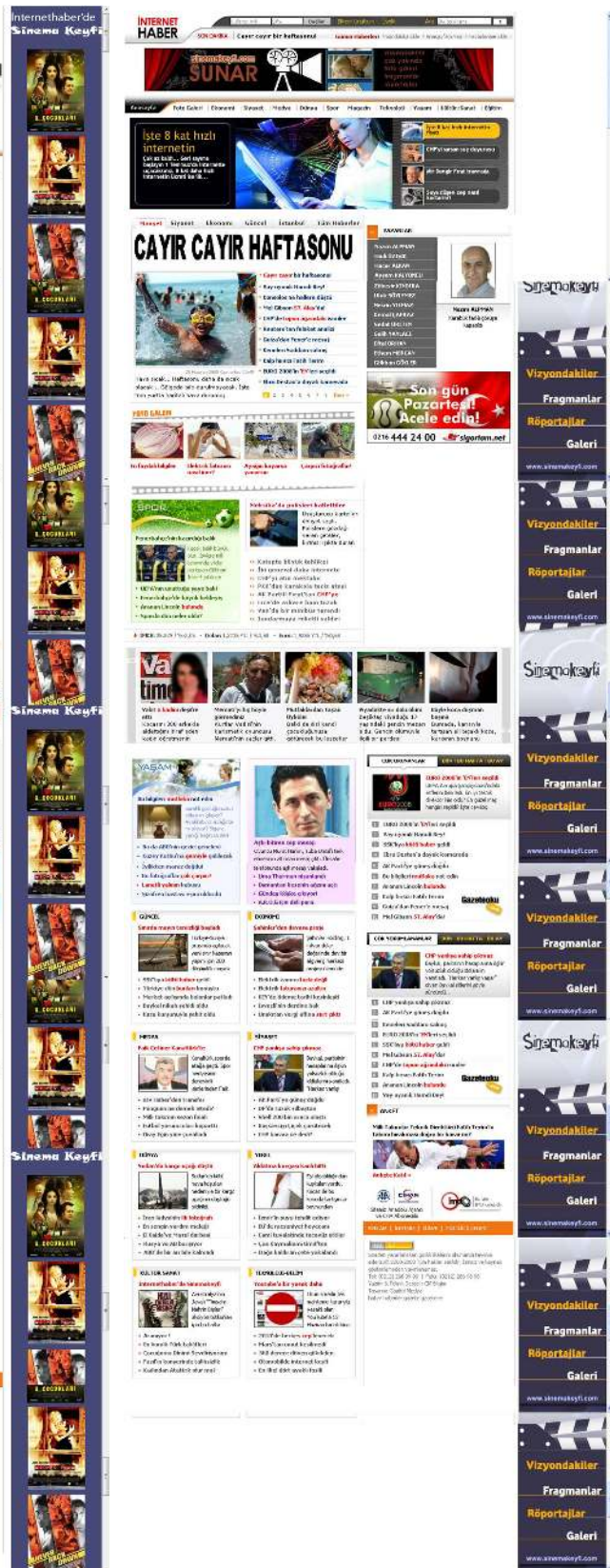
Fot 21: 8 Temmuz 2008 “Sıcaktan bayıldı”

Genel olarak aynı medya grubuna ait milliyet.com.tr. ve hurriyet.com.tr. adlı haber siteleri gerek tasarım açısından gerek fotoğrafın kullanımı açısından benzer özellikler göstermektedir. Ana sayfalarında kullanılan fotoğrafların niteliği ve niceliği de hemen hemen aynıdır. Bunun yanında her iki sitede olan foto galerilerin yapısı da neredeyse birbirinin aynıdır.

Alacağımız örneklerden bağımsız bir haber sitesi olan internethaber.com tıklanma oranlarındaki başarısı ile dikkat çekmektedir. Sitenin ana sayfada yer alan haber fotoğrafları incelendiğinde hafta sonu ile hafta içi oranlarında büyük bir fark yoktur. 27 Mayıs 2008 tarihinde alınan hafta içi örneğinde ana sayfada kullanılan fotoğrafların ana sayfadaki alana olan oranı % 13,75 olurken 28 Haziran 2008 tarihinde alınan hafta sonu örneğinde bu oran % 11,5 olmuştur. Sitede sayfa tasarımında ve kullanılan fotoğrafların boyutunda belli bir standart vardır. Hafta sonu ve hafta içi olarak ayrı bir tasarıma gidilmemiştir. Kullanılan fotoğraf boyutlarının standartları da aynıdır. Ana sayfada yer alan sür manşet olarak değerdendireceğimiz alanda dört adet haber büyük fotoğrafla kullanılmaktadır. Üzerine gelinen haber fotoğrafla beraber sunulmaktadır ve en büyük fotoğraf burada yer alır. Manşetler kısmına geldiğimizde de aynı yöntemin kullanıldığını görmekteyiz. Buradaki haberlerin her biri üzerine gelindiğinde ilgili olduğu fotoğrafla beraber sunulmaktadır. Burada yer alan fotoğrafların da sitede yer alan diğer fotoğraflara göre kullanım boyutunun daha büyük olduğunu görürüz. Sitede yer alan diğer fotoğraflar ise belirli standartta (1,6.1,2)ufak boyutta olarak verilmektedir. İnternethaber. com'un bağımsız bir haber sitesi olduğu aynı zamanda aldığı reklamların sunumundan belli olmaktadır. Daha önce incelenen sitelere göre ana sayfada yer alan reklamların oranı çok fazladır. Alınan örnek günlerde hurriyet.com.tr.'de ana sayfada yer alan reklam oranı hafta içi %5 hafta sonu % 6,7, milliyet.com.tr.'de hafta içi %3,46 hafta sonu ise %2,3 olarak gerçekleşmiştir. Bağımsız bir haber sitesi olan ve aldığı reklamlar dışında başka bir geliri olmayan internethaber.com. sitesinde örnekleme günlerinde ana sayfada reklamların sayfaya oranı hafta içi %21,25 olurken hafta sonu bu oran % 17,5 olarak görülür.



Graf 27: 27 Mayıs 2008



Graf 28: 28 Haziran 2008

İnternethaber. com'un da diğer siteler gibi foto galeri bölümü bulunmaktadır. Bu bağımsız site foto galerilerinin en çok merak uyandıran ve okuyucuyu yönlendirebilecek foto galerilerinden örneklerden ana sayfasına yerleştirmiştir. Bu tasarım okuyucuyu içeriye yani ana sayfa dışında okuyucunun diğer sayfaları da ziyaret etmesini sağlamayı amaçlar. İnternet haber foto galerisinde “En Çok Tıklananlar” bölümü dışında ayrı bir bölüm yoktur. Siyasetten spora, magazinden güncel haberlere ait her türlü fotoğraflarla ilgili örneklere rastlamak mümkündür.



Graf 29: 1 Temmuz 2008 – Foto Galeriler

Sitenin en çok tıklanan galerilerinde bir numarada olan galeri “İşte Kıyamet Alametleri !” nin tıklanma oranı site tarafından 14 Temmuz 2008 tarihi itibariyle 2 Milyon altı yüz yetmiş altı bin yüz kırk yedi’dir. Galeride fotoğraf dışında illüstrasyon çalışmalarına yani resimlemelere de rastlanmaktadır. Bu galeride yer alan fotoğraflarda estetik ve fotoğrafın haber değerinin önüne dikkat çekme çabası gözükmemektedir. Sitenin kendi verdiği verilere göre bir haber fotoğrafı galerisinden çok en çok tıklanan haber galerilerinin birincisinin “İşte Kıyamet Alametleri !”, arkasından ise “Unutulmaz Türk Filmi Replikleri” isimli galeri yer alması (14 Temmuz 2008 tarihi itibariyle 2.210.455 kere tıklanmıştır) sitenin galerilerinin magazinleşmesine neden olsa da daha çok tıklanmasını sağlamaktadır. Bu nedenle de

internethaber.com. sitesinin haber fotoğraflarından oluşan galerilerin yanında editöryal olarak ta bu tarz galerileri oluşturduğunu bir tercih olarak görmekteyiz.



Fot 22: 14 Temmuz 2008 – “İşte Kıyamet Alametleri!



Fot 23: 14 Temmuz 2008 – “İşte Kıyamet Alametleri!



SİZE BABA DİYE BİLİR MİYİM AMCA?

Fot 24.



FAKİRSİN SEN. FAKİR! FAKİR!

Fot 25.

11 Temmuz 2008 - “Unutulmaz Türk Filmi Replikleri”

Sitede 1 Temmuz 2008 tarihinde eklenen bir diğer galeri olan “İşte Gözaltından İlk Görüntüler” haberi ile ilgili olarak sitenin verilerine baktığımızda 14 Temmuz 2008 tarihi itibarıyla Beş yüz On iki bin yedi yüz kırk iki kere tıklanıldığını görmekteyiz.



Moralini bozmamaya çalışan Aygün, polislerin arasından emniyetten çıktığında neşeli görünümüye gayret gösterdi.

Fot 26.



Gözaltı ile şok yaşayan Cumhuriyet gazetesinin Ankara temsilcisi Balbay, önce sağlık kontrolünden geçirildi.

Fot 27.

1 Temmuz 2008 – “İşte Gözaltından İlk Görüntüler”

Haber sitesindeki galerilerde dikkati çeken bir özelliğinde her fotoğrafta bir fotoğraf altının olmasıdır. Galeride yer alan magazinsel veya siyasi bir fark gözetmeksizin editöryal bir seçim olarak fotoğraf altı metnin kullanılmasıdır. İnternethaber.com.’un muhabiri olmadığı gibi diğer haber siteleri gibi foto muhabiri

kadrozu yoktur. Anadolu Ajansı ve Cihan Haber ajansı aboneli olan kurum haberleri ve fotoğrafları buradan edinmektedir. Buna rağmen tıklanma oranlarındaki başarısının en büyük nedeni haberi ve fotoğrafı sunumundaki başarısıdır. Özellikle her haber ile ilgili muhakkak bir fotoğraf kullanmaktadırlar.

Geleneksel basın tiraj raporlarında birinci sırada olan ve Türkiye’de internet haberciliğinde ilk olan Zaman gazetesinin Alexa verilerine göre tıklanma oranları birçok sitenin gerisinde kalmaktadır. Zaman gazetesi internet editörü Vahit Yazgan bunların Alexa verilerinin bir veri olduğunu kabul ederken çok da sağlıklı olmadığını vurgulamıştır; “Çeşitli ölçüm araçları var. Onların da mutlak doğru olduğunu düşünmüyoruz. Onlarında birçok yanıltma payı var. O programın toolbarında (internet sağlayıcı üstünde olan eklenti) olması gerekiyor mesela. Ama yine de bir veridir. Bizim kendi ölçüm sistemimiz var”

Zaman gazetesinin internet sitesinin ana sayfası incelendiğinde manşette yer alan (3,25.2,50) büyük ölçüdeki fotoğraflar haricinde diğer bütün fotoğrafların ufak (1,65.1,35) olarak yer almaktadır. Bu standart hafta içi ve hafta sonu da dahil olmak üzere özel haberler dışında bozulmamaktadır. İnternet editörü Vahit Yazgan en son olarak Hrant Dink suikastında daha büyük fotoğraf girildiğini belirtmiştir. Fotoğrafın önemsiz olarak büyük kullanılmasının okuyucuyu yönlendirmek olarak gördüğünü belirten Yazgan; “Görsel olarak haberin başlığını haberin içeriğini örtecek gölgeleyecek bir fotoğraf seçimini doğru bulmuyoruz. Tasarımımıza uygun olan fotoğrafı kullanıyoruz ama aynı zamanda haber değeri taşımasını, haberi anlatsın istiyoruz. Büyük fotoğrafı ana sayfada kullanmama nedeni sadece teknik olarak ifade etmek doğru değil. Bu tasarımla da ilgili bir olay. Aynı zamanda olağan dışı durumlarda fotoğrafları daha büyük kullanabiliyoruz. Haberin önemli olduğunu fotoğraflara vurgulamış oluyoruz. Mesela Hrant Dink vurulduğunda biz bunu yaptık. Birçok flaş olayda da yaptık. Sayfanın flaş tasarımı var. Her fotoğrafın manşet fotoğrafın 2–3 katı büyüklüğünde ekstern olayın önemini vurgulayacak fotoğraf kullanımını gerçekleştiriyoruz. Haberin önemli olduğunu da fotoğrafla vurgulamış oluyoruz. Her olayın da büyük fotoğrafla verilmesini uygun bulmuyoruz. Mesela bir siyasinin açıklaması ya da herhangi bir şahsın açıklaması büyük bir olay değil. Yada herhangi bir olayın fotosunu büyüttüğünüzde okuru biraz da aptal yerine koymuş

oluyorsunuz. Ey okur! bak aslında bu o kadar önemli değil ama biz onu büyüterek onu önemli hale getirdik. Burada yönlendirme yapılıyor” diye belirtmiştir. Zaman.com.tr. sitesinin 27 Mayıs 2008 tarihinde hafta içi alınan örnekleminde %9,06 oranında 28 Haziran 2008 tarihinde alınan ana sayfa örnekleminde ise yine aynı oranın kullanıldığını görmekteyiz. İnternet Editörü Vahit Yazgan’ın da belirttiği gibi zaman.com.tr. olağan dışı durumlar dışında sayfa standartlarının dışın çıkıp büyük fotoğraf kullanmamaktadır. Örnek alınan her iki günde de sitenin ana sayfasında, sayfadaki diğer fotoğraflardan büyük bir manşet fotoğrafı ve ölçüleri aynı olan 22 ufak fotoğraf kullanılmıştır. Buna karşılık ana sayfada yer alan reklam oranı neredeyse kullanılan fotoğraf oranıyla aynıdır. Bu oran hafta içi %8,6 olurken hafta sonu % 13 oranında olmuştur.



Graf 30: 27 Mayıs 2008



Graf 31: 28 Haziran 2008

Sitede diğer sitelerden farklı olarak ana sayfasında foto galeriye yönlendiren bir başlık bulunmamaktadır. Zaman.com.tr. ana sayfasında multimedya başlığı altında “fotoğraflar” bölümüne ulaşılmaktadır. Multimedya başlığı altında videolar, fotoğraflar, sesli haberler ve infografik bölümleri bulunmaktadır. Farklı bir uygulama olarak sadece ses dosyalarının olduğu sesli haberler kısmı ve hareketli illüstrasyon (resimleme) uygulaması olan infografik bulunmaktadır. Fotoğraflar bölümünde yer alan bütün galerilerin bir haber başlığı ve haber fotoğraflarının altında bir haber fotoğrafı bulunmaktadır. Galeride yer alan bir fotoğrafta olsa daha çok sayıda fotoğraf da olsa her fotoğrafın altında aynı fotoğraf altı haber yazısı bulunmaktadır.



Graf 32: 1 Temmuz 2008 – Zaman Multimedya

Fotoğraflar bölümünde ise gündem, ekonomi, dış haberler, politika, kültür sanat, spor, eğitim ve otomobil başlıkları altında dokuz bölüme ayrıldığına görmekteyiz. İncelen siteler arasında foto galeri ya da fotoğraflar kısmında en fazla bölümlemeye giden site zaman.com.tr. olduğu görülür.

GÜNDEM



« GERİ » Toplam 7 / 17 adet fotoğraf var. « İLERİ »
Slide Show

Antik Patara, alev alev yandı

Antalya'nın Kaş ilçesi Kalkan beldesindeki Patara Özel Çevre Koruma Bölgesi'ndeki orman yangını söğütme çalışmasına Muğla'dan giden ekipler de katılıyor. Patara Özel Çevre Koruma Bölgesi'nde dün başlayan ve bu sabah tamamen kontrol altına alınan yangına müdahale amacıyla Muğla'nın Fethiye ilçesinden bölgeye 6 arazöz ile giden ekip, gece boyunca yangına müdahale çalışmasına kabildi. Yangında evi yanan Şaban Kiriş, AA muhabirine yangının kısa süre içinde yerleşim alanlarına ulaştığını söyledi. Kiriş, "Her şey aniden oldu, evde yağılı annem vardı, alevler bölgeye yaklaşıncı annemi evden çıkarıp bölgeden güçlükle ayrıldık. Görevliler bizi zamanında uyarınca alevlerin arasında kaldık" dedi.

GERİ İLERİ

Ergenekon İddianamesi tamamlandı

224 kez görüntülendi.
14.07.08 - Gündem

Antik Patara, alev alev yandı

287 kez görüntülendi.
12.07.08 - Gündem

OKS'de 97 birinci çıktı

600 kez görüntülendi.
11.07.08 - Gündem

Org. Özkök neden F-16 ile uçu?

788 kez görüntülendi.
11.07.08 - Gündem

Şehit polislin gülümsemesi fotoğraflarda kaldı

Graf 33: 12 Temmuz 2008 - Antik Patara, alev alev yandı

EKONOMİ

Gündem Ekonomi Dış Haberler Politika Kültür Sanat Spor Eğitim Oto

Genel Galer En Çok görüntülen En Çok tavsiye edilen

GERİ İLERİ

TUSKON, 20 ülke işadamlarını buluşturdu

476 kez görüntülendi.
17.06.08 - Ekonomi

TUSKON tarih yazıyor: En büyük Afrika zirvesi

375 kez görüntülendi.
13.05.08 - Ekonomi

EXPO 2015 yarışında son saatler

551 kez görüntülendi.
31.03.08 - Ekonomi

Yılın ikinci büyük otomobil fuarı açıldı

2319 kez görüntülendi.
11.02.08 - Ekonomi

« GERİ » Toplam 1 / 10 adet fotoğraf var. « İLERİ »
Slide Show

EXPO 2015 yarışında son saatler

Dünyanın sayılı büyük organizasyonlarından EXPO'ları düzenleyen Uluslararası Sergiler Bürosunun (BIE) merkezinin bulunduğu Paris Kongre Sarayında, İzmir için nefeslerin tutulacağı ve tüm gün sürecek genel kurulun ilk oturumu başladı.

Graf 34: 31 Mart 2008 - EXPO 2015 yarışında son saatler

DIŞ HABERLER

[Gündem](#) [Ekonomi](#) [Dış Haberler](#) [Politika](#) [Kültür Sanat](#) [Spor](#) [Eğitim](#) [Oto](#)



« GERİ »

Toplam 1 / 5 adet fotoğraf var.
Slide Show

İLERİ »

Filipinler'de tayfun:598 kişi ölü ya da kayıp

Filipinler'i iki gün önce vuran ve saatteki hızı 110 kilometreye ulaşan Fengsen tayfununda en az 598 kişinin öldüğü ya da kaybolduğu bildirildi.

Genel Galerî En Çok görüntülenen En Çok tavsiye edilen

GERİ İLERİ

İspanya Boğa Koşusu'ndan ilginç kareler
150 kez görüntülendi.
14.07.08 - Dış Haberler

Bosna, Srebrenitsa için ağlıyor
351 kez görüntülendi.
11.07.08 - Dış Haberler

Erdoğan'dan Irak'a tarihi ziyaret
353 kez görüntülendi.
10.07.08 - Dış Haberler

Fotoğraflarla kandil coşkusu
412 kez görüntülendi.

Graf 35: 24 Haziran 2008 – Filipinlerde tayfun:598 kişi ölü ya da kayıp

POLİTİKA

[Gündem](#) [Ekonomi](#) [Dış Haberler](#) [Politika](#) [Kültür Sanat](#) [Spor](#) [Eğitim](#) [Otomot](#)



« GERİ »

Toplam 1 / 6 adet fotoğraf var.
Slide Show

İLERİ »

Başbakan Erdoğan taburcu oldu

Kan şekeri düşerek hastaneye kaldırılan Başbakan Erdoğan, hastaneden taburcu olurken "Yola devam." dedi.

Genel Galerî En Çok görüntülenen En Çok tavsiye edilen

GERİ İLERİ

Başbakan Erdoğan taburcu oldu
157 kez görüntülendi.
18.10.06 - Politika

Başbakan Erdoğan Hastaneye kaldırıldı
181 kez görüntülendi.
17.10.06 - Politika

Gensoruya vize çıkmadı
124 kez görüntülendi.
10.10.06 - Politika

GERİ İLERİ

Graf 36: 18 Ekim 2006 - Başbakan Erdoğan taburcu oldu

KÜLTÜR SANAT

Gündem	Ekonomi	Dış Haberler	Politika	Kültür Sanat	Spor	Eğitim	Otomobil
--------	---------	--------------	----------	--------------	------	--------	----------



« GERİ »

Toplam 1 / 19 adet fotoğraf var.
Slide Show

İLERİ »

Bir Şeb-i Arus da böyle geçti

Mevlânâ Türbesi'nde Sultan Veled devrinden beri adet olan Şeb-i Arus duası başlıyor. Hazreti Mevlânâ, 733 yıl önce, tam bu saatte, güneş gurub etmek üzereyken ten gömleğinden soyunmuş.

Genel Galerî

En Çok görüntülenen

En Çok tavsiye edilen



İslam sanatı, başkentinde

490 kez görüntüldü.

19.02.08 - Kültür Sanat



Portakal'ın ilk ödülleri Turgul ve Ergün'e

359 kez görüntüldü.

19.10.07 - Kültür Sanat



Miting kürsüsüne marjinal gölge hakim oldu

398 kez görüntüldü.

29.04.07 - Kültür Sanat



Bir Şeb-i Arus da böyle geçti

450 kez görüntüldü.

19.12.06 - Kültür Sanat

Graf 37: 19 Aralık 2006 - Bir Şeb-i Arus da böyle geçti

SPOR

Gündem	Ekonomi	Dış Haberler	Politika	Kültür Sanat	Spor	Eğitim	Otomobil
--------	---------	--------------	----------	--------------	------	--------	----------



« GERİ »

Toplam 1 / 20 adet fotoğraf var.
Slide Show

İLERİ »

Yarı finaldeyiz

13. Avrupa Futbol Şampiyonası çeyrek finalinde Hırvatistan ile karşılaşan Türkiye, penaltılarla rakibini saf dışı bırakıp yine büyük bir zafere imza attı. Tarihinde ilk kez yarı final zevkini yaşayan Ay-Yıldızlılar, Portekiz'i eleven Almanya ile finale kalmak için mücadele edecek.

Genel Galerî

En Çok görüntülenen

En Çok tavsiye edilen

GERİ İLERİ



Güiza imzayı attı; O, Fener'in ilk ispanyolu

137 kez görüntüldü.

15.07.08 - Spor



Futbol Federasyonu Başkanı Hasan Doğan

729 kez görüntüldü.

08.07.08 - Spor



Hasan Doğan son yolculuğuna uğurlandı

560 kez görüntüldü.

07.07.08 - Spor



Recep Kara kemerini kaptırmadı

717 kez görüntüldü.

06.07.08 - Spor

Graf 38: 21 Haziran 2008 – Yarı finaldeyiz

EĞİTİM

[Gündem](#) [Ekonomi](#) [Dış Haberler](#) [Politika](#) [Kültür Sanat](#) [Spor](#) [Eğitim](#) [Otomobil](#)



« GERİ

Toplam 1 / 10 adet fotoğraf var.
Slide Show

İLERİ »

Paris Havacılık Fuarı

Airbus uçak firması, Paris Havacılık Fuarında 61 milyar dolarlık kesin iş bağlantısı yaptı.

Genel Galeri En Çok görüntülen En Çok tavsiye edilen



iPhone 3G çığırını her yerde

518 kez görüntülendi.

11.07.08 - Eğitim



Paris Havacılık Fuarı

331 kez görüntülendi.

22.06.07 - Eğitim

Graf 39: 22 Haziran 2007 - Paris Havacılık Fuarı

OTOMOBİL

[Gündem](#) [Ekonomi](#) [Dış Haberler](#) [Politika](#) [Kültür Sanat](#) [Spor](#) [Eğitim](#) [Otomobil](#)



« GERİ

Toplam 1 / 20 adet fotoğraf var.
Slide Show

İLERİ »

Türkiye'de 57 kişi Ferrari ve Maserati aldı

Dünyanın en lüks otomobilleri kategorisinde yer alan ve Türkiye'de Tofaş'ın yan kuruluşu FerMas'ın satış ve pazarlamasını yaptığı Ferrari ve Maserati markalarından 2007 yılında toplam 57 adet satıldı (29 Ferrari ve 28 Maserati).

Genel Galeri En Çok görüntülen En Çok tavsiye edilen



Geleceğin otomobilleri bilgisayar gibi

675 kez görüntülendi.

09.04.08 - Otomobil



Nissan, Qashqai şimdi otomatik

481 kez görüntülendi.

04.04.08 - Otomobil



Cenevre Otomobil Fuarı'ndan kareler

1725 kez görüntülendi.

06.03.08 - Otomobil



Cenevre Otomobil Fuarı'ndan görüntüler

2594 kez görüntülendi.

04.03.08 - Otomobil

Graf 40: 20 Şubat 2008 - Türkiye'de 57 kişi Ferrari ve Maserati aldı

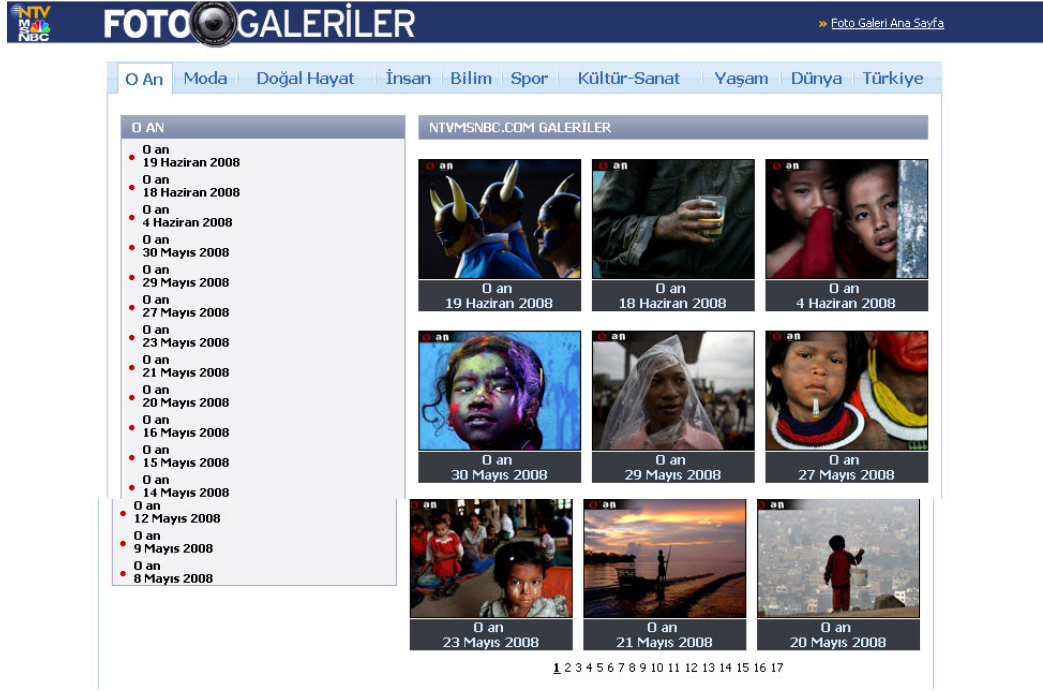
Son olarak incelenen internet haber sitelerinden ana sayfasında fotoğrafa en az yer veren site ntvmsnbc.com. sitesidir. Aynı zamanda bir haber televizyonun sitesi konumunda olan sitenin ana sayfasında hafta içi ve hafta sonu uygulamalarında aynı standardı kullandığını görmekteyiz. Sitenin hafta içi ve hafta sonu alınan örneklemelerinde haber fotoğraflarının boyutları standarttır. Hem hafta içi örnekleme olan 27 Mayıs 2008’de hem de hafta sonu örnekleme 28 Haziran 2008’de haber fotoğraflarının ana sayfada oranı %7,35’dir. Sitenin ana sayfası incelendiğinde fotoğrafın büyük olarak kullanıldığı tek bölümün günden kısımda yer alan manşetler bölümünde olduğunu görürüz. Burada yer alan fotoğraf dışında sadece bir ufak haber fotoğrafın kullanıldığını görmekteyiz. Sitede yer alan Enis Batur’un Köşesi, iddianame ve savunma, sosyal güvenlik ne değişti, küresel ısınma ve ekoloji, İstanbul’da su durumu, izleyici görüşleri, haftanın testi ve filmler-sinemalar-seanslar bölümlerinde aynı standart fotoğraflar veya görseller kullanılmaktadır. Fotoğrafın en az kullanıldığı site olan ntvmsnbc.com.’un Medya Koordinatörü Yunus Halit Türe fotoğrafın eksikliğini vurgularken; “Fotoğraf çok önemli bizim için. Bizim sitemizde de yeterli sayıda fotoğraf yok. Yerince multimedya yok çağın biraz da olsa gerisinde kaldığımızı söyleyebilirim. Dünyada örneklerine baktığımızda CNN’ e veya MSNBC’ ye habere birden fazla fotoğraf koyuyorlar. Görsellik internet haberciliğinde çok önemlidir. Bir haberi okurken fotoğrafın olması okuyucuya da yardımcı oluyor. Bizde sadece kapaklarda fotoğraf var ve bazılarında akordiyon tarzı, üzerine gelindiğinde açılan bir kullanım var. Onun dışında ana sayfada foto galerimiz var. Şu an bunun yeterli olmadığını biliyoruz ve bunu geliştiriyoruz. MSNBC ile ortaklığımız var. Onlar yeni bir tasarıma geçtiler bu da çok doğru bir tasarım biz de yakında fotoğrafın daha çok olduğu bir sunuma geçeceğiz” diyerek ntvmsnbc.com sitesinin değişime gitmek zorunda olduğunu vurgulamıştır.

İSTANBUL'DA
HIZ SINIRI KALKTI

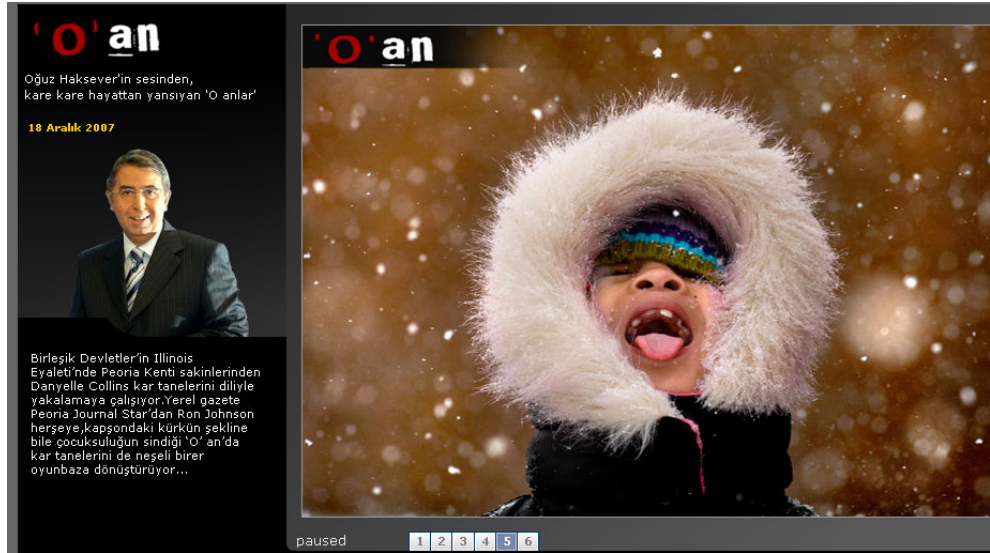
Sitenin ana sayfasında yer alan foto galeri ve video bölümlerine tıklayarak istenilen foto galerisine veya video görüntüsüne ulaşmak mümkündür.ntvmsnbc.com foto galerileri O an, moda, Doğal hayat, insan, bilim, spor, kültür sanat, yaşam, Dünya ve Türkiye başlıkları olmak üzere 10 başlık altında toplanmıştır.

“O AN” Galerisi başlığı altında dünya ajanslarından seçilen özel fotoğraflar aynı zamanda Ntv televizyonunda aynı isimli programı yapan Oğuz Haksever’in sesinden fotoğrafların hikâyesi anlatılmakta ve fotoğrafın yanında seslendirilen metin sunulmaktadır. Türkiye’de ilk ve tek olan bu uygulama hem göze hem kulağa hitap etmesi anlamında özel bir yere sahiptir. Ana sayfasında fotoğrafa bu kadar az yer vermesinin yanında oluşturduğu foto galerilerindeki uygulamaların farklılığını hissettirmektedir. Aynı zamanda bütün galerilerde en son eklenenler, en çok izlenenler ve en çok oy alanlar kısımları bulunmaktadır. Aynı zamanda okuyucu habere ve haberin fotoğrafına da oy verebilmektedir. Özellikle en çok oy alanlar bölümü interaktif bir uygulama olması bakımından önemlidir. Okuyucu davranışlarının ve beğenilerinin görülebildiği bu uygulamadan, Türk halkının çok duygusal davranması nedeniyle çok fazla sağlıklı sonuç alamadıklarını belirten ntvmsnbc.com. medya koordinatörü Türe, “Haberin puanlanması var ve bu bize MSNBC’den bize gelen bir özellik. Orada daha farklı reytingli haberler. Amerika’da ki okuyucu haberin içeriğini de görselini de reytingliyor. Türkiye’de ise durum biraz daha farklıdır. Tarafsız bir oylama oluyor. Mesela üzücü bir haber oldu. 10 kişi şehit haberini verdiğinizde duygusal tepkiler verildiğinden bu haber mesela iyi puan alamıyor. O nedenle bu haberi iyi verebildik mi veremedik konusunda bizim için çok önemli bir kıstas olmuyor. Mesela haber düşük puan almasına rağmen çok iyi bir haber de olabiliyor”

O AN



Graf 43: 1 Temmuz 2008 - O AN



Graf 44: 18 Aralık 2007 – O AN

MODA



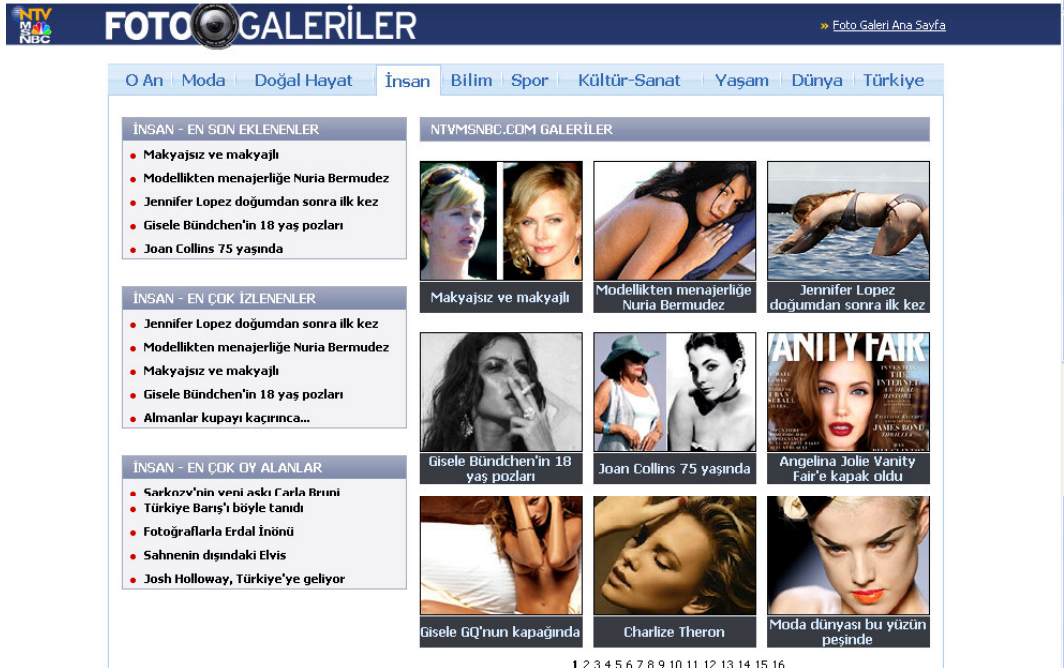
Graf 45: 1 Temmuz 2008

DOĞAL HAYAT



Graf 46: 1 Temmuz 2008

İNSAN



Graf 47: 1 Temmuz 2008

BİLİM



Graf 48: 1 Temmuz 2008

SPOR



Graf 49: Temmuz 2008

KÜLTÜR – SANAT



Graf 50: 1 Temmuz 2008

YAŞAM



Graf 51: 1 Temmuz 2008

DÜNYA



Graf 52: 1 Temmuz 2008

TÜRKİYE



Graf 53: 1 Temmuz 2008

Sitenin ana sayfasında çok fazla fotoğraf yer almamasına rağmen çok zengin bir foto galeriye sahiptir. Ana sayfada bir link ile yönlendirilen okuyucu bütün galerileri bir anda görebilmektedir.

3.2.2. Türkiye’de İnternet Haber Sitelerinde Kullanılan Fotoğraf Kaynakları

Türkiye’de internet haberciliği yapan sitelerin ana sayfalarında olsun foto galeriler gibi sitenin diğer bölümlerinde olsun fotoğrafı kullanmaktadır. Haber siteleri incelendiğinde her sitede de kullanım da farklılıklar göstermekle beraber fotoğrafın geleneksel basında olduğu gibi vazgeçilmez bir unsur olarak yer almaktadır. Fotoğrafın internet haberciliğinde bu derece yer almasına rağmen bir medya kurumuna bağlı internet siteleri ve bağımsız haber sitelerinde foto muhabiri kadroları bulunmamaktadır.

Genel olarak incelendiğinde bir medya kurumuna bağlı haber sitelerinin bağlı olduğu kurumun haber kaynaklarını kullandığı gibi fotoğraflarını da kullanmaktadır. Bunun yanında yerli ve yabancı ajansların aboneleri olan bu siteler ajanslardan haber

edindiği gibi fotoğraf da almaktadırlar. Bu duruma değinen hurriyet.com.tr. Haber Müdürü Oğuz Güven; “Televizyonun muhabiri de benim muhabirim gazetenin muhabiri de. En büyük haber kaynağımız kendi ajansımız olan Doğan Haber Ajansı. Nasıl gazete ve televizyon bunu kullanıyorsa biz de kullanıyoruz. Televizyon nasıl haberi alıyorsa bizde alıyoruz. Ve biz içerik olarak daha fazlasını yayınlatabiliyoruz” derken zaman.com.tr sitesi İnternet Editörü Vahit Yazgan da gazetemizin bütün olanaklarına sahibiz demiştir.

Bağımsız haber sitelerine baktığımızda ise Türkiye’de yer alan hiçbir sitenin özel bir fotoğrafçı kadrosu olmadığını görürüz. Bu haber sitelerinden fotoğrafları yasal yolla edinenlerin hepsi haber ajanslarına abone olan sitelerdir. Bu tür sitelerin hepsinin sayfasında künyesi de yer almaktadır. Bunun yanında Türkiye’de sayıları çok fazla olan ve sayfalarında künye bulundurmayan birçok haber sitesinin haber haksız edindiği gibi haber fotoğrafını da haksız olarak kullanıldığı görölmektedir. İnternet Medyası Derneği Başkanı ve aynı zamanda internethaber.com.’un sahibi olan Hadi Özışık bu konuda yaşadıkları sıkıntıyı; “Şu an internet haberciliği konusunda çok ciddi bir kirlilik var. İnternet haberin ya da başka bir sitesinin kopyası bir başka siteye uyarlanıp isim değiştiriliyor. Bizde ki haberleri alıp ve Anadolu Ajansı’ndan da 100 dolara da abone olup sunup ben site sahibiyim diye dolaşıyorlar” diyerek fotoğrafın yasal yolla edinilse dahi bu konuda düzenleme yapılması gerektiğinin belirtmiştir.

Birçok haber sitesinin fotoğraf kaynağı olarak haber ajanslarını kullanmasının sonucu olarak haber ajansları da taleplere uyum sağlayabilmek ve yetişebilmek için bu konuda yatırımlara gitmişlerdir. Türkiye’de en çok haber ve fotoğraf servisi yapan Anadolu Ajansı Fotoğraf Haberleri Müdürü Abdurrahman Antakyalı; gelişen teknolojinin getirdiği avantajlara da değinerek “Dijital fotoğraf teknolojisinin basın kuruluşları tarafından kullanımı ile birlikte, film, film banyosu, film tarayıcı makineler gibi önemli kalemler, masraf olmaktan çıkmıştır. Yurtiçi ve yurtdışı görevlerde, telefon hatları üzerinden çalışan modem cihazları ile fotoğraf göndermenin zahmeti de astronomik fatura masrafları da ortadan kalkmıştır. İnternet ve mobil data iletim teknolojisindeki gelişim ile de, fotoğrafları dünyanın dört yanından merkeze ulaştırma kabiliyeti, sadece özel ve pahalı donanımlı (tele-foto,

leafax vb) foto muhabirlerinin tekelerinden çıkmıştır, İnternet kafesi olan küçük kasabalardaki yerel muhabirler bile, çektikleri dijital fotoğraflarını dünyanın sayılı basın organlarına neredeyse anında gönderebilecekleri bir fırsat eşitliğini elde etmişlerdir” demiştir. Antakyalı yatırımlarım sadece teknoloji anlamında olmadığını var olan talebin karşılanması için foto muhabiri sayısının da artırıldığını, yıllara göre aktif muhabir sayısındaki artışı gösteren tablo ile açıklamıştır.

AA FOTOĞRAFI YAYINA KONULAN FOTO MUHABİRLERİ

YIL	YURTIÇİ	YURTDİŞİ	TOPLAM
1998	132	5	137
1999	245	14	259
2000	332	20	352
2001	382	21	403
2002	421	26	447
2003	371	30	401
2004	556	37	593
2005	625	35	660
2006	661	34	689
2007	639	30	669

Graf 54: Anadolu Ajansı 1 Mart 2008

İnternet haberciliğinin yaygınlaşmasından sonra servis ettikleri fotoğraf sayısının artışı belirten Antakyalı bu konuda rakamsal artışlara da dikkat çekmektedir. Anadolu Ajansı’nın abonelerimize gönderdiği “genel fotoğraf” rakamlarını içeren tabloyu incelersek yıllara göre büyük bir artış olduğunu görmekteyiz.

YIL	Fotoğraf sayısı	Günlük ortalama
2004	79735	218
2005	113988	312
2006	135643	371
2007	160767	441

Graf 55: Anadolu Ajansı – 1 Mart 2008

Türkiye’de İnternet haberciliğinin çok hızlı ve kontrolsüz bir şekilde artması Anadolu Ajansı’nın yeni ücret politikaları izlemesine ve yeni önlemler alması ihtiyacını doğurmuştur. Geleneksel basında kullanmak için daha yüksek çözünürlükte fotoğrafa ihtiyaç duyulurken internet ortamında bu daha düşük olabilmektedir. Bu ihtiyacı gören Anadolu Ajansı da internet haberciliği yapan sitelere özel ücret politikalarına gitmiştir. Bu konu hakkında Anadolu Ajansı Fotoğraf Haberleri Müdürü Abdurrahman Antakyalı yaptıkları çalışmaları aktarmıştır; “Bizim değişik abonelik seçeneklerimiz vardır. Burada internet sitelerine özel uygulamada yapılıyor. Bizim ajansımıza bağlı gazeteler yüksek çözünürlüklü fotoğraflarımıza abonedir. Bu fotoğrafları isterlerse tam sayfa dahi basabilirler. Fotoğrafta hiçbir kayıpları olmaz. İnternet sitelerine orta çözünürlükte yani 72 dpi (DOT PER INCH) fotoğraf gönderiyoruz onlara. Boyutları da şu şekilde kontrol ediyoruz. Ajansın web sitesine girip fotoğrafın üzerine tıkladığınızda fotoğrafın ortasında AA logosu çıkar. O logonun kalmış halini düşünün internet sitelerine verdiğimiz fotoğraflar o boyuttadır. Bunlarda şu şekilde abone oluyor bize; konturlu abonelik dediğimi bir seçeneğimiz var. Kullandığın kadar öde diyoruz. Yirmi fotoğraf kullanıyorsa ona göre ücret, elli fotoğraf kullanıyorsa ona göre ücret, yüz fotoğraf kullanıyorsa ona göre ücret alıyoruz. Tek fotoğrafı 75 dolara yasal yoldan alabileceken abone olmayan bir internet sitesi, bize abone olan bir site 10 fotoğrafa kadar aldığında hepsine 200 – 250 dolar gibi bir para veriyor. En son bir kampanyamız oldu bizim internet sitelerine; 1500 fotoğraf 500 dolar. Bu

kampanyaya çok aşırı bir ilgi oldu. Bu kampanya ile beraber birçok internet haberciliği yapan site bize abone oldu. Yalnız internet sitelerinin şöyle bir sıkıntısı var. Bize diyorlar ki biz size buy paraları vererek bu fotoğrafları kullanıyoruz ama çalanlara ne yapabiliyorsunuz. Bu internette haksız rekabeti doğuruyor. Ajans bu konuda çok ciddi yaptırımlar uyguluyor. Bizde bize abone olan sitelere de rica ediyoruz. Biz göremezsek bize bildirin bu siteleri beraber mücadele edelim. İnternet ortamı Türkiye’de tam bir anarşi durumundaydı. Şimdi artık çizgiler belirmeye başladı”.

Türkiye’de internet haberciliğin çok hızlı ve kontrolsüz bir şekilde gelişmesi ve internet haberciliğinde tıklanma oranlarının artmasında çok önemli bir payı olan fotoğrafın yasal yollardan elde edilmemesi birçok sorunu beraberinde getirmektedir. Haber sitelerinin fotoğraf kaynaklarının aynı olması ve belirli bir bedel ödeyerek fotoğraf edinen sitelerin haksız yoldan elde edinen sitelerle aynı fotoğrafları kullanması hem ekonomik hem e kurumsal olarak bu sitelere zarar vermektedir. Bunun yanında fotoğraf kaynaklarının aynı olması nedeniyle özel fotoğraf kavramını internet haberciliğinde görmemekteyiz. Sadece belirli bir medya kurumuna sahip olan siteler bağlı oldukları medya grubuna ait özel fotoğrafları kullanmakta ve kendi logosunu koyarak yayınlamaktadırlar.

3.3.3. Türkiye’de İnternet Haberciliğindeki Örnek Fotoğrafların Karşılaştırmalı Analizi

Türkiye’de internet haberciliğinde kullanılan fotoğrafları incelerken örnek alınan haber sitelerinin özellikle ana sayfaları ve fotoğraf galerileri ele alınmıştır. Bu bölümde örnek olarak alınan bir olayın bir medya kurumuna bağlı haber sitesinde ve bağımsız bir internet sitesinde nasıl alındığının yanında aynı olaya yaklaşımları da incelenmiştir. Bu inceleme yapılırken bir medya kurumuna bağlı olan www.hurriyet.com ve www.zaman.com.tr ile beraber bağımsız bir haber sitesi olan www.internethaber.com siteleri ele alınmıştır. Örnek alınan olay ise söz konusu üç sitede de fotoğraflarla ele alınan 1 Mayıs 2008 tarihindeki 1 Mayıs gösterileridir.



Fot: 28 HASTANENİN ACİL SERVİSİNE GAZ BOMBASI ATILDI - www.hurriyet.com – 1 Mayıs 2008



Fot: 29 - www.internethaber.com – 1 Mayıs 2008



Fot: 30 - OHA BURAYA DA BOMBA MI ATILIR – www.internethaber.com – 1 Mayıs 2008

İlk olarak inceleyeceğimiz üç fotoğraf 1 Mayıs gösterileri sırasında Şişli Etfal Eğitim ve Araştırma Hastanesi'ne atılan gaz bombası ile ilgilidir. Anadolu ajansından alınan yaşlı bir adamın gaz bombasından etkilendiği kare hurriyet.com'da " Hastanenin acil servisine Gaz Bombası Atıldı" başlığı ile sunulurken aynı kare internethaber.com'da "Oha Buraya da Bomba mı Atılır" isimli galeri içinde sunulmuştur. İki ayrı sitede yayınlanan bu fotoğraftaki tek fark kadrajlanmadır. Aynı isimli galeride Anadolu Ajansından alınan diğer fotoğraflarla beraber Taraf Gazetesi'nden alınan fotoğraflar da kullanılmıştır. Bu olayla ilgili zaman.com.tr. ise haberi "Hastane Acil Servisine Gaz Bombası İddiası" başlığı ile verirken fotoğrafa yer vermemiştir.

Fotoğrafların sunumu ile beraber haberin sunumu ve kullanılan başlıklar da önemlidir. Haberin sunumu ve başlıklara baktığımızda hurriyet.com. ve internethaber.com.'da olayın gerçekleştiğini anlıyoruz. Bu konudaki en önemli gösterge de kullanılan fotoğraflardır. Oysa zaman.com.tr'de fotoğraf da kullanılmayarak olay bir iddia olarak verilmektedir. Bu haberlerde sunumundaki en önemli farkın üslupta olduğunu görmekteyiz. Hürriyet gazetesinin sitesinde olay yorum katılmadan ama kesin bir şekilde sunulurken internethaber.com'da kesin ve yorum katılarak fotoğraf sunulmuştur. Fotoğrafın zaten kendisinde savunmasız yaşlı bir adamın gaz bombasından olumsuz bir şekilde nasıl etkilendiği sunulurken katılan yorumla fotoğrafın etkisi de artırılmıştır.



Fot: 31- BULUN BU POLİSLERİ – 1 Mayıs 2008

Sadece hurriyet. com’da yer alan bu iki fotoğrafta ise polisin kişilere yaptığı sert müdahale gözükmemektedir. Teknik olarak bakıldığında akan görüntülerden elde edilen fotoğraf kareleri olduğunu ve çok kaliteli görüntüler olmadığını görmekteyiz. Haberin içeriğine baktığımızda müdahale yapılan kişilerin turist olduğu açıklanmaktadır. Fotoğraflarla kullanılan başlık yorum da içermekte ve fotoğrafın verdiği şiddet ögesi vurgulayarak yargılayıcı bir şekilde kullanılmaktadır. Her iki fotoğrafta da kritik an polislerin müdahale yaptığı andır. Kullanılan her iki fotoğrafta da polislerin yüzleri gözükmemektedir. Fotoğrafların birincisinde yerde oturan ve savunmasız bir şekilde duran kişiye müdahale edilirken diğerinde de karşılık vermeyerek kaçan kişilere polisin yaptığı müdahale gözükmemektedir.



Fot 32: POLİS İŞÇİLERE BÖYLE MÜDAHELE ETTİ – 1 Mayıs 2008

Kullanılan bir diğer fotoğrafta ise farklı bir uygulama görülmektedir. Diğer sitelerde olmayan ve hurriyet. com’un bağlı bulunduğu kendi yayın grubundan sağladığı fotoğraf “Hürriyet” logosu ile beraber verilmiştir. Kullanılan logo ile beraber fotoğrafın özel bir fotoğraf olduğu anlaşılmakta ayrıca izinsiz kullanıma da bir önlem alınmaktadır. Bu fotoğrafta da polisin göstericilere müdahale ederken görülmekte ama fotoğrafın çekildiği açı olarak polislerin arkasından çekildiği için göstericiler ve yapılan müdahale çok net bir şekilde görülememektedir.



**Fot 33: ANADOLU AJANSI – 1 Mayıs 2008
1 MAYIS KUTLAMALARINDA GUVENLIK ONLEMI**



**Fot 34: ANADOLU AJANSI – 1 Mayıs 2008
1 MAYIS KUTLAMALARINDA GUVENLIK ONLEMI**

Anadolu Ajansı'nın servis ettiği bu iki fotoğrafta ele alınan haber sitelerinde yer almıştır. Birinci fotoğrafta arkasında bir polis grubunun olduğu yönden kaçan bir kişi görülmektedir. Kişinin gösterici olma ihtimaline karşın üzerinde gösterici olduğunu gösteren bir işaret bulunmamaktadır. Üzerine su sıkılan kişi omzunda çantası ile beraber yerdeki afişlerin üzerinden atlayarak bölgeden kaçmaktadır. İkinci fotoğrafta ise üç, dört kişiden oluşan polis grubunun alt açıdan çekilmiş bir fotoğrafı yer almaktadır. Polislerde maske olması ve fotoğrafın alttan çekilmesi polisleri ürküten bir figür olarak karşımıza çıkarmaktadır. Bu figürü daha da güçlendiren unsur ise yerdeki kırmızı boyadır. Bu fotoğraflar hurriyet.com.'da "Polis İşçilere İşte Böyle müdahale Etti", zaman.com.tr. "1 Mayıs Görüntüleri", internethaber. com'da "İstanbul'da 1 Mayıs" isimli galerileri içerisinde sunulmuştur.



Fot 35: İŞTE PROVOKASYONUN GÖRÜNTÜLERİ – 1 Mayıs 2008



Fot 36: İŞTE PROVOKASYONUN GÖRÜNTÜLERİ – 1 Mayıs 2008

Aynı gün içerisinde zaman.com.tr.’de yayınlanan bir diğ er galeride “İ te Provokasyonun Görüntüleri” adıyla sunulmuştur. Fotoğrafların birincisinde bir ağıacı ve kaldırımlarını kaldırırken görüntüleyen diğ eri ise bir belediye otobüsünün kırılan camlarını gösteren bir karedir. Her iki fotoğrafta da kamuya ait eşyalara zarar verildiğı g r lmektedir. Fotoğrafların birincisinde göstericiler zarar verilirken görülürken ikincisinde verilen zararın sonucu gösterilmektedir. Görüntülerde herhangi bir güvenlik görevlisi görülmezken galeriye verilen isim de göstericilerin bazılarını açıkça sorumlu göstermektedir.



Fot 37: KUTLAMALAR ONCESI GUVENLIK ONLEMI – 1 Mayıs 2008

Anadolu Ajansının  ektiğı ve “Kutlamalar  ncesi Güvenlik  nlemleri” asıyla sunulan fotoğraf hurriyet.com.tr. galerilerin içerisinde verilirken zaman.com.tr.’de “1 Mayıs’ta Polis İlginç Görüntü Olu turdu” fotoğraf altı ile beraber ön plana çıkartılmıştır. Karede yer alan polisin sunumu çeşitli basın organlarında ve incelen sitelerde yayınlanan fotoğraflardaki “Polis” figürüne göre çok farklıdır. Fotoğraf karesine bakıldığında “Polisi Seviyorum” anlamı çok rahatlıkla çıkarılabilmekte ve huzurlu bir görüntü yansıtmaktadır. Bunun yanında polisin ifade olarak çok sempatik görünmese de kendine güvenli vücut dili polisin imajına uymaktadır. Bunun yanında mavi gökyüzü ve arkadaki ku  polisin bu olumlu imajını destekleyen figürlerdir.

İncelenen üç site içerisinde yayınlanan fotoğraflara bakıldığında hepsinin haber ajanslarından aldığı fotoğrafları kullandığı görülmektedir. Özellikle bağımsız bir haber sitesi olan internethaber.com.'un bütün fotoğrafları haber ajanslarından ve diğer basın kuruluşlarından edindiği fotoğraflar olduğunu görülür. İncelen diğer iki sitede ise kendi kaynaklarını kullandığı gibi haber ajanslarından geçen fotoğrafları da kullanmışlardır. Bu nedenle incelenen sitelerde birçok ortak fotoğrafa rastlanmaktadır. Kullanılan fotoğrafların ortak olmasına rağmen sunumunda farklılıklar vardır. Aynı fotoğraf farklı bir sunumla farklı anlamlar kazanabilmekte veya haber sitesinin yapısına göre farklı fotoğraflar ön plana çıkabilmektedir. Bu farklılığın temel nedeni haber sitelerinin yayın politikaları ve genel siyasi bakış açılarıdır.

SONUÇ

İnternetin Türkiye’de kullanılmaya başlamasıyla beraber her disiplinde kullanıldığı gibi habercilik sektöründe de yerini kısa zaman içerisinde almış ve gerek var olan basın kurumları gerekse yeni basın kurumları çok kısa zamanda internet ortamında yerini almıştır. Geleneksel basında “OKUR” olarak nitelendirilen bireyin internet ortamında “ZİYARETÇİ” olarak nitelendirilmesi internet yayıncılığının geleneksel basından ne kadar farklı olduğunun ve farklı kullanıma sahip olduğunun temel göstergelerinden biridir. Bu farklılığın temel nedeni internet ortamında yayınlanan haber ve fotoğrafın geleneksel basındakine göre daha kolay tüketilebilir olmasından kaynaklanmaktadır. Bir gazeteyi ücret vererek satın alan kişinin gün boyu elinin altında olan gazetenin yanında bilgisayar basında aynı anda ulaşabileceği ücretsiz ve birçok seçenek olan internet haberciliği yapan siteler vardır. Bunun yanında asıl işi habercilik olmayan birçok internet sitesinin de haberin internet ortamında topladığı ilgiyi atlamayarak kendi sitelerinde haber köşeleri oluşturmasına ya da anlaşmalı olduğu bir haber sitesi ile hareket etmesi gibi sonuçlar doğurmuştur. Bu ortam içinde internet haberciliği yapan sitelerin en önemli farklılaşma noktası görsellik olmuştur. İnternet haberciliğinin Türkiye’de yapılmaya başladığı ilk günden beri de görsellik internet siteleri için vazgeçilmez olmuştur. İlk zamanından bugüne kadar da bu görselliği sağlayan en önemli aracın fotoğraf olduğunu görürüz.

Türkiye’de en çok tıklanan veya ziyaret eden sitelere baktığımızda fotoğrafa ana sayfalarında en çok yer veren ve bunları güncelleyen siteler olduğunu görmekteyiz. Özellikle incelenen sitelere baktığımızda Türkiye’de en çok tıklanan siteler arasında yer alan Doğan medya grubuna bağlı www.milliyet.com.tr ve www.hurriyet.com.tr. ilk iki sırayı aldığını görmekteyiz. Bu siteler ana sayfalarında en çok fotoğrafa yer veren siteler olduğu gibi aynı zamanda sayfalarındaki haberin ve fotoğrafın en çok yenilendiği sitelerdir. Bağımsız bir haber sitesi olan ve Türkiye’de tıklanma oranlarında dördüncü sıra ile üçüncü sıra arasında yeri değişen www.internethaber.com’un da Doğan Medya grubuna bağlı siteler gibi görsel bir sisteme sahip olduğunu görmekteyiz. Ana sayfasında fotoğrafa oldukça yer veren site, manşetler bölümünde de bu sitelerle aynı şekilde değişen manşetleri büyük

fotoğraf ile beraber vermektedir. Bu üç sitenin de foto galeri altında yer alan ve belirli konu başlıkları altında fotoğraflar sunulan bölümleri de çok zengindir. İncelen diğer iki sitenin köklü medya gruplarına bağlı olmalarına rağmen tıklanma oranları çok düşüktür. Ana sayfalarında incelenen diğer sitelere göre fotoğrafa yeteri kadar yer vermeyen bu sitelerin foto galeriler adı altında yer alan bölümleri ise diğer incelenen siteler gibi çok zengindir.

Ana sayfada kullanılan fotoğrafların habere destek vermenin yanında internet haber sitelerinde başka bir önemli görevi daha üstlendiği görülür. Okuyucuyu sitede tutmak ve onu sitenin diğer bölümlerine yönlendirmektir. Merak unsurunun çok fazla kullanıldığı ana sayfalarda haber başlığı ile beraber kullanılan fotoğraflar okuru sitenin diğer sayfalarına yönlendirmektedir. Bu nedenle ana sayfasında fotoğrafı fazla ve yerinde kullanan siteler okuyucuyu daha fazla çekmektedir. Bunun en önemli örneklerinden biri de bağımsız bir haber sitesi olan www.internethaber.com.'dur. Hiçbir muhabiri veya foto muhabiri olmayan sitenin ilk dörde girmesindeki en büyük neden editöryal başarısıdır. Bütün haber ve fotoğraf kaynakları haber ajansları olan bu site haberi ve de özellikle fotoğrafı iyi kullanmasının sonuçlarını almaktadır.

Haber sitelerinde çok önemli bir yer tutan foto galerileri bölümü aynı zamanda reklam gelirlerinde de çok önemli rol oynamaktadır. İnternet reklam pastasının dönem itibariyle sınırlı olması ve bu reklam pastasında yer almak isteyen sitelerin ziyaretçilerin sitede kalma sürelerini ve buna paralel olarak tıklanma oranlarını artırmak için kullandıkları en önemli silah fotoğraftır. Bu nedenle Türkiye'deki haber siteleri kullandıkları foto galerilerinde mümkün olduğunca çok fotoğrafa yer vermektedir. Bir haber ile ilgili verilen foto galerisinde haber ile ilgili fotoğrafla beraber haberin ilgili olduğu kişi ile ilgili veya yer ile ilgili ama haber ile bire bir bağlantısı olmayan fotoğraflarda aynı galeri içinde yer alabilmektedir. Bu uygulamanın en büyük nedeni okurun veya ziyaretçinin galeri de her baktığı fotoğraf site için ayrı tıklanma yani ayrı bir başarı olarak gözükmesidir. Özellikle bağımsız internet haberciliği yapan sitelerin reklam dışında başka bir gelirleri olmadığı düşünüldüğünde ekonomik olarak da fotoğrafın kullanım önemi artmaktadır.

Fotoğrafların bu kadar yaygın olarak kullanıldığı internet sitelerinde bağımsız internet sitelerinin olduğu gibi bir medya kurumuna bağlı olan haber sitelerinin de fotoğraf alımı yaptığı haber ajanslarının önemi daha artmış ve artacaktır. Kısıtlı bütçelerle kurulan bağımsız haber sitelerinin foto muhabiri çalıştırma gibi bir lüksleri yoktur. Bu nedenle de fotoğrafları yasal yolla kullanan bütün bağımsız haber siteleri sitelerinde kullandıkları bütün fotoğrafları haber ajanslarından almaktadırlar. Bunun yanında bir medya kurumuna bağlı olan haber siteleri de kendi fotoğraf kaynaklarının yanında haber ajanslarına sıklıkla başvurduğu görülür. Bu sitelerin bağlı olduğu medya grubunun bütün haber ve fotoğraf kaynaklarını kullandığı gibi haber ajanslarından edindikleri fotoğrafları kullanmaları aynı zamanda bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu sitelerde geleneksel gazetelerin de yer sıkıntısı nedeniyle yer veremediği fotoğraflara da yer verme şansı bulan bir medya kurumuna bağlı siteler internetin özellikle alan bakımından sağladığı avantajı sonuna kadar kullanmaktadırlar. Bağımsız siteleri genellikle yerli haber ajanslarına abonelerdir. Bir medya kurumuna bağlı olan haber siteleri bağlı bulunduğu medya kurumunun kaynaklarını kullandığı gibi kurumun abonesi olduğu haber ajansından da faydalanmaktadırlar. İnternet haberciliğinin gelişmesi ve yaygınlaşmasından sonra en önemli fotoğraf kaynağı haline gelen haber ajansları da özellikle fotoğraf taleplerinin artmasından sonra teknik ve personel yatırımına gitmiştir. Haber ajanslarında foto muhabirlerinin ve kullanılan fotoğraf makinesi ve ekipmanlarının arttığı gibi fotoğrafı en kısa sürede haber sitesine ulaştırmak içinde çeşitli yatırımlar yapılmıştır. Haber sitelerinin haber fotoğrafını en kısa sürede sitesine koymak istemektedirler. Bu nedenle foto muhabirlerinin fotoğraf makinesi ve ekipmanlarının yanında artık fotoğrafları olay yerinden hemen gönderebilmeleri için diz üstü bilgisayarları da yanındadır. Ajansların haber sitelerinin fotoğraf olan talebi karşılamak ve yasal yollardan edinmelerini sağlamak için yaptıkları bir diğer uygulama da fiyat politikalarını değiştirmeleridir. Haber sitelerine yönelik daha düşük çözünürlükte daha düşük fiyatla servis yapılmaktadır. İnternet ortamında yayınlanmasında dolayı fotoğrafın çözünürlüğünün düşürülmesinden dolayı bir kayıp olmamaktadır. Ajanslar haber sitelerine özel uygulanan abonelik seçenekleri de uygulamaya koymuştur. Bu uygulamalarda görülen temel prensip ne kadar çok fotoğraf satın alınırsa o kadar

uygun fiyata servis yapılmaktadır. Yapılan yeni uygulamalar ile haber ajanslarına özellikle bağımsız haber ajansları abone olmuştur.

Haber sitelerinde fotoğraf kullanımında yaşanan en büyük problem ise izinsiz fotoğraf kullanımıdır. Haber ajanslarının teknik olarak gerekli önlemleri almalarına rağmen haber ajansından bedelini ödeyerek fotoğrafı satın alan ve sitesinde yayınlayan haber sitelerinde fotoğraflar kolaylıkla çalınmaktadır. Fotoğrafları izinsiz olarak kullanan siteler de herhangi bir künye bulunmadığından ancak fotoğrafı izinsiz olarak kullanan siteye domain yani internet üzerinde alan sağlayan kurum tarafından bağlantı sağlanmakta ve dava yoluna gidilmektedir. Bu alanda yaşanan en büyük sıkıntı ise domain sağlayan sitelerin çoğunu yurt dışında olması bu nedenle de yasal işlemin çok uzun sürmesidir.

İnternet haber sitelerinde, fotoğrafın fiziksel olarak geleneksel basından yer aldığından daha çok yer alma şansı bulması ve fotoğrafın haber sitesine sağladığı avantajlar nedeniyle fotoğraf seçim ölçütlerinde çok esnek davranılması sonucu haber sitesi sayfalarında yoğun bir magazinleşme görülmektedir. Magazin ve cinsel içerikli fotoğrafların daha çok dikkat çekmesi nedeniyle haber fotoğrafı olarak nitelendirilemeyecek fotoğraflar çoklukla kullanılmaktadır. Bu sadece foto galeriler de değil haber sitelerinin ana sayfalarında da görülmektedir. Bu fotoğraflar aynı zamanda bir haberle bağlantılı olmasa da foto galerilerinin içinde kendilerine yer bulmaktadırlar.

Haber siteleri, fotoğrafın yanında habere ulaşmak isteyenlerin sesli haber ve akan görüntülerinde daha çok kullanıldığı bir alan haline gelecektir. İnternet haberciliği bütün medya unsurlarını içine alan medya merkezlerine doğru giderken teknik alt yapılarını artırmak zorunda kalmalarını gerektirecektir. Günümüzde internet haber siteleri için vazgeçilmez bir unsur olan fotoğraf da internetin getirdiği olanakların artmasının yanında Türkiye’de internet kullanıcısının ve teknolojinin hızla artması sonucu önemi daha da artacağı ve fotoğrafın tüketiminin artmasına paralel olarak fotoğraf kaynaklarının daha değerli hale geleceği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA:

KİTAPLAR:

BARBIER Frederic, LAVENİR Catherine Bertho, **Diderot'tan İnternete Medya Tarihi**, 2001, İstanbul: Okuyan-Us Yayınları; Birinci Baskı

BEKTAŞ Dilek - **Çağdaş Grafik tasarımının Gelişimi**, 1992, İstanbul: yapı kredi yayınları; Birinci Baskı

BERGER John, **O ana adanmış**, 1998, İstanbul yayınları; İkinci Baskı

ÇAĞILTAY Kürşat, **İnternet**, 1997, Metu Press: Ankara; Birinci Baskı

FLUSSER Vilem, **Bir fotoğraf felsefesine doğru**, 1991, çeviren ihsan derman, İstanbul: ağaç yayıncılık

GÜRSOY Hayrettin, **Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet**, 2005, Kocaeli il milli eğitim müdürlüğü yayınları

ROSHCO Bernard, **Newsmaking**, 1975, Chicago: The University of Chicago Press.

SONTAG Susan, **Fotoğraf Üzerine**, 1993, Çeviren: Reha Akçakaya – İstanbul: Altıkkırkbeş, Birinci Basım

TUTAL Nilgün, **Küreselleşme İletişim Kültürlerarasılık**, 2006, kırmızı yayıncılık, Birinci Basım

YEDİĞ Serhan, Haşim Akman, 2002, **İnternet Çağında Gazetecilik**, Siyah Beyaz Metis Güncel Yayınları, Birinci Basım

YÜKSEL Erkan, GÜRCAN Halil İbrahim, **Haber Toplama ve Yazma**, 2005, Konya: Tablet Yayınlar, Birinci Basım

İNTERNET SİTELERİ:

AKÇURA Gökhan, www.hakimiyetimilliyeh.gov.tr.

TUENA **Enformasyon Altyapısı Ana Planı**: <http://ubak.gov.tr/tuena>

FENTON Roger, www.loc.gov , **Crimean War Photographs**,
www.loc.gov/rr/print/coll/251_fen.html, www.metmuseum.org, Roger Fenton,
www.metmuseum.org/toah/hd/rfen/hd_rfen.html, <http://www.artsjournal.com>, Roger
Fenton atTheNationalGallery -
http://www.artsjournal.com/man/2004/11/roger_fenton_at_the_national_g.html

<http://www.businesswire.com> – 19 Nisan 1995

<http://calypso.ygm.itu.edu.tr/erdem/index.html>

Telekomünikasyon Kurumu <http://www.tk.gov.tr>.

MAKALELER:

AKGÜL Mustafa , (2001) **Türkiye İnternetinin ve İnternet Kurulu'nun Kısa Tarihi, Elektrik Mühendisliği Dergisi**, sayı: 409, <http://dergi.emo.org.tr>

BARKAN Murat, **Görsel Karizma ve Reklam Duvarları** , Kurgu Dergisi 7 – Ocak – 1990

BAŞARAN Funda - ÖZDEMİR Önder, **Türkiye'de İnternet'in Dünü, Bugünü ve Geleceği**, A. Ü. İletişim Fakültesi Aralık 2003

GERAY Haluk - **Sayısal Eşitsizliği Kapatma Girişimi ve Türkiye Deneyimi** - Turk. Internet. Com

KAYHAN Kemal - **"İnternetin gelişimi, fiyatlar ve Kar marjı"** - www.turk.internet.com

KILIÇ Levend, **Fotoğrafın düşündürdükleri**, 1982, Tan aylık / düşün yazın seçkisi kasım

ÖZGİT Atilla, ÇAĞILTAY Kürşat (1996), **"Türkiye'de İnternet: Dünü, Bugünü, Yarını"**, [http://www. cc. metu. edu. tr/~kursat/papers/inet-tr/internet-tr. Html](http://www.cc.metu.edu.tr/~kursat/papers/inet-tr/internet-tr.Html)

TOZKOPARAN Gülden - UNSAL Savaş: **2001 karlılık yılı olacak**, [www. turk. İnternet.com](http://www.turk.internet.com)

YILMAZER Hasan, **Gazete Fotoğrafı**, Fotoğraf Sanatı Dergisi, Ekim 1988

ANSİKLOPEDİ, SÖZLÜK, TEZ ve DİĞERLERİ:

ARICAN Melih Zafer, **"Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basımında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi"** Yayınlanmış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2001

BELGE Murat, Radikal Gazetesi, **Matbaanın 'icadı'nı icat etmek**, 14.08.2001

BOHLE Robert – **From news to Newsprint** – Englewood Cliffs, N.J. Patience Hall, 1992 - <http://fromnewstonewsprint.com-sf-122>)

ÇEVİKEL Tolga, **"Alternatif Bir Haber Medyası Olarak İnternet: Türkiye'deki Haber Siteleri"**, IX. Türkiye'de İnternet Konferansı, 11–13 Aralık 2003

ÇİZGEN Engin, **"Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de Basın Fotoğrafçılığı"** – Milliyet Sanat Dergisi, 137, Şubat 1986

ENSYCLOPADİA BRITANICA

ERDİNÇ Nurgün, **Haber Portallarının Medyadaki Yeri**, 2000

ERTÜRK İsmail, **İnternet ve ekonomik etkileri**, Cogito, İnternet üçüncü devrim mi? Sayı 30,

INGLIS Fred –1990 –Media Theory, Oxford and Cambridge: Basil Blackwell
- Aktaran: Melih Zafer ARICAN, "**Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi**" Yayınlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2001)

KANSU Işık, Ankara Kulisi Köşesi, **Haber sitelerinin sorunları**, Cumhuriyet Gazetesi, 21 Ağustos 2006

KAWAMOTO, Kevin. Digital Journalism: **Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism**. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers, 2003 - Alıntı: iletişim fakültesi öğrencilerinin internet haberciliğine ilişkin tutumları: İstanbul, Ankara ve İzmir illerini kapsayan bir uygulama örneği,–SERHAT ÇOBAN Yüksek lisans tezi, Anadolu üniversitesi sosyal bilimler ens

GARCIA Mario R., Contemporary Newspaper Design. 2. Baskı New Jersey: Prentice Hall, 1978 sf. 187 - Aktaran: Melih Zafer Arıcan, "**Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi**" Yayınlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2001)

POLLACK Peter, The Picture History of Photography – New York:H.N Abrahams, 1977 - Aktaran: Melih Zafer ARICAN, "**Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi**" Yayınlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2001)

SZARKOWSKI John – **Fotoğrafçı Gözü** – çeviren: Abdullah Ersoy – sayı 15 – Şubat 1984

UNDERWOOD M, “**Kamusal alan Olarak İnternet**”, cogito, İnternet
çüncü Devrim mi? Sayı 30

TUNCAY Ebru - YÜZBAŞIOĞLU Sevda, **İnternet haberciliğinin reklam
kapasitesi 6 yılda 180 milyon dolara yükselecek**, 03.11.2007, Referans Gazetesi

TÜRKİYE GAZETESİ, **12 Haziran 2000**

YAŞAROĞLU Varol - **2001'de neler yaşadık** - www. turk. internet. Com

WESTLEY Bruce h. – news editing. 3,basım – Boston: houghton mifflin
company – 1980 – 297–298 - Aktaran: Melih Zafer ARICAN, "**Haber Fotoğrafını
Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim
Ölçütlerinin Belirlenmesi**" Yayınlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2001

EK – 1

	Hurriyet.com.tr	Foto Galeri
Tarih	PV	PV
Monday, October 01, 2007	28,027,690	5,352,152
Tuesday, October 02, 2007	35,433,376	6,245,214
Wednesday, October 03, 2007	38,340,367	6,509,211
Thursday, October 04, 2007	36,940,013	5,501,277
Friday, October 05, 2007	37,563,316	5,925,314
Saturday, October 06, 2007	22,433,094	5,250,841
Sunday, October 07, 2007	21,747,777	5,001,477
Monday, October 08, 2007	39,105,551	6,587,214
Tuesday, October 09, 2007	38,499,907	6,352,007
Wednesday, October 10, 2007	26,645,048	5,025,736
Thursday, October 11, 2007	30,110,784	5,250,799
Friday, October 12, 2007	16,823,196	4,125,876
Saturday, October 13, 2007	17,593,653	4,257,624
Sunday, October 14, 2007	20,103,922	4,258,866
Monday, October 15, 2007	37,922,106	7,521,423
Tuesday, October 16, 2007	36,816,530	6,875,624
Wednesday, October 17, 2007	37,420,960	5,610,440
Thursday, October 18, 2007	42,132,754	5,654,414
Friday, October 19, 2007	40,774,245	5,698,388
Saturday, October 20, 2007	24,518,614	5,742,362
Sunday, October 21, 2007	24,710,327	5,786,336
Monday, October 22, 2007	40,310,572	5,830,310
Tuesday, October 23, 2007	38,359,249	5,874,285
Wednesday, October 24, 2007	40,488,281	5,918,259
Thursday, October 25, 2007	41,247,282	5,962,233
Friday, October 26, 2007	40,906,804	6,006,207
Saturday, October 27, 2007	29,729,167	6,050,181
Sunday, October 28, 2007	26,038,233	6,094,155
Monday, October 29, 2007	30,785,997	6,138,129
Tuesday, October 30, 2007	41,404,434	6,182,103
Wednesday, October 31, 2007	40,463,327	6,226,077
Thursday, November 01, 2007	43,289,318	6,270,051
Friday, November 02, 2007	39,766,906	6,314,025
Saturday, November 03, 2007	30,289,944	6,357,999
Sunday, November 04, 2007	25,873,757	6,401,974
Monday, November 05, 2007	44,647,357	6,445,948
Tuesday, November 06, 2007	47,173,161	6,489,922
Wednesday, November 07, 2007	41,766,931	6,533,896
Thursday, November 08, 2007	36,999,963	6,577,870

Friday, November 09, 2007	39,142,991	6,621,844
Saturday, November 10, 2007	26,527,879	6,665,818
Sunday, November 11, 2007	28,549,467	6,709,792
Monday, November 12, 2007	47,443,454	6,753,766
Tuesday, November 13, 2007	45,795,722	6,797,740
Wednesday, November 14, 2007	44,865,538	6,841,714
Thursday, November 15, 2007	47,630,944	6,885,689
Friday, November 16, 2007	44,071,105	6,929,663
Saturday, November 17, 2007	30,517,772	6,973,637
Sunday, November 18, 2007	25,787,624	6,017,611
Monday, November 19, 2007	41,140,723	7,061,585
Tuesday, November 20, 2007	42,151,193	7,105,559
Wednesday, November 21, 2007	42,774,400	7,149,533
Thursday, November 22, 2007	42,579,900	7,193,507
Friday, November 23, 2007	39,691,393	7,237,481
Saturday, November 24, 2007	22,997,215	7,281,455
Sunday, November 25, 2007	22,321,197	6,325,429
Monday, November 26, 2007	36,363,729	7,369,404
Tuesday, November 27, 2007	36,840,311	7,413,378
Wednesday, November 28, 2007	36,710,866	7,457,352
Thursday, November 29, 2007	39,640,068	7,501,326
Friday, November 30, 2007	54,732,442	7,545,300
Saturday, December 01, 2007	30,456,771	7,589,274
Sunday, December 02, 2007	22,623,439	6,633,248
Monday, December 03, 2007	41,357,749	7,677,222
Tuesday, December 04, 2007	44,049,237	7,721,196
Wednesday, December 05, 2007	42,265,562	7,765,170
Thursday, December 06, 2007	47,716,765	7,809,144
Friday, December 07, 2007	40,208,479	7,853,118
Saturday, December 08, 2007	26,864,203	7,897,093
Sunday, December 09, 2007	24,863,006	6,841,067
Monday, December 10, 2007	39,384,254	7,985,041
Tuesday, December 11, 2007	39,436,220	8,029,015
Wednesday, December 12, 2007	39,449,197	8,072,989
Thursday, December 13, 2007	38,201,622	8,116,963
Friday, December 14, 2007	41,903,491	8,160,937
Saturday, December 15, 2007	28,812,250	8,204,911
Sunday, December 16, 2007	22,653,019	6,248,885
Monday, December 17, 2007	43,591,252	8,292,859
Tuesday, December 18, 2007	37,563,845	8,336,833
Wednesday, December 19, 2007	27,537,787	5,380,808
Thursday, December 20, 2007	17,877,729	5,424,782
Friday, December 21, 2007	17,888,477	5,468,756
Saturday, December 22, 2007	21,245,226	6,512,730

Sunday, December 23, 2007	20,570,226	5,556,704
Monday, December 24, 2007	42,930,194	8,600,678
Tuesday, December 25, 2007	39,807,376	8,644,652
Wednesday, December 26, 2007	40,966,442	9,688,626
Thursday, December 27, 2007	40,805,538	9,732,600
Friday, December 28, 2007	40,805,538	8,776,574
Saturday, December 29, 2007	27,751,855	8,820,548
Sunday, December 30, 2007	23,486,987	6,642,523
Monday, December 31, 2007	30,451,279	10,008,497
2008		
Tuesday, January 01, 2008	28,471,167	8,715,208
Wednesday, January 02, 2008	44,415,838	10,837,473
Thursday, January 03, 2008	39,838,034	9,959,738
Friday, January 04, 2008	38,945,625	10,082,003
Saturday, January 05, 2008	27,561,055	8,204,268
Sunday, January 06, 2008	23,106,084	6,326,533
Monday, January 07, 2008	29,474,607	8,448,798
Tuesday, January 08, 2008	38,153,839	10,571,063
Wednesday, January 09, 2008	35,911,282	10,693,328
Thursday, January 10, 2008	38,322,211	10,815,593
Friday, January 11, 2008	36,798,171	10,937,858
Saturday, January 12, 2008	27,956,185	9,060,123
Sunday, January 13, 2008	22,559,704	6,182,388
Monday, January 14, 2008	37,716,255	11,304,653
Tuesday, January 15, 2008	38,070,221	11,426,918
Wednesday, January 16, 2008	41,478,162	11,549,183
Thursday, January 17, 2008	42,401,540	11,671,448
Friday, January 18, 2008	40,988,903	11,793,713
Saturday, January 19, 2008	29,880,493	11,915,978
Sunday, January 20, 2008	23,989,912	6,038,243
Monday, January 21, 2008	40,036,794	10,160,508
Tuesday, January 22, 2008	41,882,211	10,282,773
Wednesday, January 23, 2008	39,712,996	8,177,239
Thursday, January 24, 2008	39,787,297	8,257,639
Friday, January 25, 2008	35,744,302	7,958,247
Saturday, January 26, 2008	24,565,823	6,892,472
Sunday, January 27, 2008	20,478,649	6,782,976
Monday, January 28, 2008	38,022,355	7,367,607
Tuesday, January 29, 2008	36,674,188	6,952,237
Wednesday, January 30, 2008	42,052,885	11,298,624
Thursday, January 31, 2008	42,052,885	11,475,439
Friday, February 01, 2008	38,382,430	8,652,254
Saturday, February 02, 2008	28,906,648	7,258,247
Sunday, February 03, 2008	22,585,607	5,924,775

Monday, February 04, 2008	38,282,698	6,799,214
Tuesday, February 05, 2008	38,228,993	8,132,254
Wednesday, February 06, 2008	36,706,987	9,592,943
Thursday, February 07, 2008	21,824,551	7,587,214
Friday, February 08, 2008	38,096,861	8,924,776
Saturday, February 09, 2008	28,161,004	6,925,873
Sunday, February 10, 2008	23,488,491	6,258,763
Monday, February 11, 2008	35,360,168	7,247,532
Tuesday, February 12, 2008	38,659,939	7,972,388
Wednesday, February 13, 2008	38,152,971	7,625,873
Thursday, February 14, 2008	37,461,194	7,836,952
Friday, February 15, 2008	37,461,770	7,926,447
Saturday, February 16, 2008	29,058,211	6,258,731
Sunday, February 17, 2008	27,611,230	6,001,473
Monday, February 18, 2008	39,125,543	9,247,556
Tuesday, February 19, 2008	42,443,712	10,245,368
Wednesday, February 20, 2008	40,042,810	10,124,739
Thursday, February 21, 2008	41,412,699	11,241,751
Friday, February 22, 2008	40,387,021	10,358,721
Saturday, February 23, 2008	30,508,835	7,257,733
Sunday, February 24, 2008	25,750,667	5,221,733
Monday, February 25, 2008	42,060,239	11,214,732
Tuesday, February 26, 2008	38,720,911	7,225,773
Wednesday, February 27, 2008	38,707,069	7,236,978
Thursday, February 28, 2008	38,035,824	7,003,698
Friday, February 29, 2008	33,018,959	5,924,731
Saturday, March 01, 2008	20,536,604	5,024,173
Sunday, March 02, 2008	21,171,019	5,173,269
Monday, March 03, 2008	25,721,383	5,227,369
Tuesday, March 04, 2008	25,949,620	5,638,214
Wednesday, March 05, 2008	25,981,194	5,921,473
Thursday, March 06, 2008	27,651,581	6,924,731
Friday, March 07, 2008	39,649,637	7,598,311
Saturday, March 08, 2008	28,863,012	6,251,734
Sunday, March 09, 2008	25,024,224	7,367,774
Monday, March 10, 2008	40,179,606	8,678,411
Tuesday, March 11, 2008	42,932,843	9,989,048
Wednesday, March 12, 2008	36,208,820	8,299,684
Thursday, March 13, 2008	36,906,507	8,610,321
Friday, March 14, 2008	49,661,282	10,920,958
Saturday, March 15, 2008	35,649,521	9,231,595
Sunday, March 16, 2008	26,676,229	6,542,231
Monday, March 17, 2008	45,416,960	9,852,868
Tuesday, March 18, 2008	53,124,462	12,163,505

Wednesday, March 19, 2008	53,529,741	12,474,141
Thursday, March 20, 2008	49,711,057	10,784,778
Friday, March 21, 2008	46,364,898	11,095,415
Saturday, March 22, 2008	35,054,992	9,406,051
Sunday, March 23, 2008	25,256,470	5,716,688
Monday, March 24, 2008	43,026,074	9,027,325
Tuesday, March 25, 2008	40,496,741	11,337,961
Wednesday, March 26, 2008	47,640,198	11,648,598
Thursday, March 27, 2008	46,919,231	10,959,235
Friday, March 28, 2008	45,871,806	10,969,871
Saturday, March 29, 2008	34,681,357	8,580,508
Sunday, March 30, 2008	25,076,742	5,891,145
Monday, March 31, 2008	49,454,266	10,142,736

EK -2

Anadolu Ajansı Fotoğraf Haberleri Müdürü Abdurrahman ANTAKYALI

— İnternetin gelişimiyle fotoğraf servis rakamlarınızda bir değişiklik oldu mu?

— 2000’li yıllara baktığımızda fotoğraf geçen imza sayısı 80 civarında, 2007’ye geldiğimizde fotoğraflarda 600 farklı imza olduğunu görmekteyiz. Ajanstaki fotoğraf makinesi sayısı çok ciddi bir şekilde arttı. 200’li yıllarda ajans yaklaşık olarak kadrolu 500 personelle çalışıyordu. Şu an baktığımızda 650 kadar personel sayısı var. Bu fotoğraf makinesi sayısının kişilere çok ciddi bir şekilde yayıldığını görmekteyiz.. Ajansta çok destekledi bu olayı. Sayısal teknolojinin üretim maliyetini düşürmesinden dolayı çok da etkili oldu. Eskiden baktığımızda bir kaset film 4 dolar civarındaydı. Ajans 9 bin kaset film alıyordu. Bunun yanında film banyosu maliyeti ortadan kalktı. Bunların hepsini üst üste koyduğunuzda işletme giderleri ciddi bir şekilde düşmüştür. Aktarım maliyetleri var. Telefon hatlarıyla bir fotoğrafı 27 dakikada geçiyorduk. Şimdi sizde biliyorsunuz ve gittikçede hızlanıyor internet sayesinde. Abonelerimize gönderdiğimiz günlük fotoğraf sayısı bundan 5 yıl öncesine kadar 80 iken geçen yıl bu ortalama 441 olmuştur. Türkiye için bu çok ciddi bir rakamdır. AP, Reuters gibi uluslar arası haber ajansları nerdeyse günde 700 fotoğraf ile kapatıyorlar. Bunun dışında ajansa koyduğumuz fotoğrafların yanında abonelere göndermediğimiz arşiv değeri olan fotoğrafları da sitemize koyduk. Bu bize değişen ajans profili için çok kullanışlı oldu. Eskiden sadece gazeteler bizden fotoğraf alıyordu. Hatta yakın tarihe kadar, bundan 5 sene öncesine kadar, dergiler bile abonemiz değildi. Şimdi artık internet siteleri bizim ciddi abonelerimiz. İnternethaber, ensonhaber, ntvmsnbc gibi birçok örneği var

— İzinsiz fotoğraf kullanımına karşı aldığınız önlemler nelerdir?

- O konuyla ilgili kaçak fotoğrafı yakalığımızda, bizim takip komitemiz vardır., fotoğraf arşivindeki arkadaşlarımızın sorumluluğundadır. Bunun dışında fotoğrafı çeken foto muhabiri de bilebiliyor kendi fotoğrafı olduğunu. Kurum içinde çok ciddi bir denetim var dışarıya karşı. Arkadaşlar hemen bizimle bağlantıya geçiyor. Şu sitede şu fotoğraf var, bizim abonemiz mi diye soruyor. Çünkü abone listesi her gün

değişebiliyor ve güncelleniyor. Arkadaşlarımızın bundan haberleri olmayabiliyor. Biz hemen bağlantıya geçiyoruz ilgili web siteleriyle. Fotoğrafın tek olarak kullanım değeri 250 dolardır internet siteleri için. Bu dünya standartlarıdır. Uluslar arası ajansların da fiyatları da üç aşağı beş yukarı bu standartlardadır.

— İnternet sitelerine uyguladığınız özel bir abonelik sistemi var mı?

— Bizim değişik abonelik seçeneklerimiz vardır. Burada internet sitelerine özel uygulamada yapılıyor. Bizim ajansımıza bağlı gazeteler yüksek çözünürlüklü fotoğraflarımıza abonedir. Bu fotoğrafları isterlerse tam sayfa dahi basabilirler. Fotoğrafta hiçbir kayıpları olmaz. İnternet sitelerine orta çözünürlükte yani 72 dpi (DOT PER INCH) fotoğraf gönderiyoruz onlara. Boyutları da şu şekilde kontrol ediyoruz. Ajansın web sitesine girip fotoğrafın üzerine tıkladığınızda fotoğrafın ortasında AA logosu çıkar. O logonun kalmış halini düşünün internet sitelerine verdiğimiz fotoğraflar o boyuttadır. Bunlarda şu şekilde abone oluyor bize; kontürlü abonelik dediğimi bir seçeneğimiz var. Kullandığın kadar öde diyoruz. Yirmi fotoğraf kullanıyorsa ona göre ücret, elli fotoğraf kullanıyorsa ona göre ücret, yüz fotoğraf kullanıyorsa ona göre ücret alıyoruz. Tek fotoğrafı 75 dolara yasal yoldan alabileceksen abone olmayan bir internet sitesi, bize abone olan bir site 10 fotoğrafa kadar aldığıında hepsine 200 – 250 dolar gibi bir para veriyor. En son bir kampanyamız oldu bizim internet sitelerine; 1500 fotoğraf 500 dolar. Bu kampanyaya çok aşırı bir ilgi oldu. Bu kampanya ile beraber birçok internet haberciliği yapan site bize abone oldu. Yalnız internet sitelerinin şöyle bir sıkıntısı var. Bize diyorlar ki biz size buy paraları vererek bu fotoğrafları kullanıyoruz ama çalanlara ne yapabiliyorsunuz. Bu internette haksız rekabeti doğuruyor. Ajans bu konuda çok ciddi yaptırımlar uyguluyor. Bizde bize abone olan sitelere de rica ediyoruz. Biz göremezsek bize bildirin bu siteleri beraber mücadele edelim. İnternet ortamı Türkiye’de tam bir anarşi durumundaydı. Şimdi artık çizgiler belirmeye başladı.

— İlk uygulamalardan bugüne bir düzelme var mı?

— Kesinlikle şimdi bir düzelme var. Eskiden internet haberciliği yapan sitelerde bir muhatap bulamıyorduk. Fotoğrafımızı kullanmış ama kim oldukları belli değil.

Kimi kime şikayet edeceksiniz. Son dönemde bu internet haber sitelerinde yapılan düzenlemelerle ve bu işi yapanlar kendilerinin ciddi olduğunu göstererek reklam gelirlerini artırma yönündeki stratejileri işe yaramaktadır. İnternet haberciliği yapan siteler artık künye koyuyorlar. Bakın ben bir şirketim, güvenilir bir haber sitesiyim, doğru haber veriyorum ya da doğru ürün satıyorum, bu işi ciddi olarak yapıyorum imajını veriyor. Künye koydukları zaman bizim de onlara ulaşma imkânımız oluyor. Şimdi bizim de yeni girişimlerimiz olacak. Bu tür siteleri direkt kapattırmak için mahkemeye başvuruyoruz. Mahkemede bu haber sitelerinin muhatabını karşımızda bulamayınca direkt siteyi kapattırabiliyoruz. Türkiye’den değilse bağlantıları Dünyada nerde olursa olsun bağlantı yerlerine gönderip böyle bir mahkeme kararımız var bu site ile ilgili, fotoğraflarımızı izinsiz olarak kullanmaktadır diyoruz. Böylece sitenin Türkiye bağlantısını hatta hosting firması böyle bir siteyi bünyesinde barındırmak istemediğinden Dünya’ya dahi kapattırabiliyoruz. Bunlar Türkiye için çok yeni uygulamalar. ,

- Maliyetler açısından değerlendirmek gerekirse fotoğraf başına olan ücretleri değerlendirir misiniz?
- Bir fotoğrafın değerine biz 75 dolar diyoruz. Adam sadece bir fotoğraf için mi diyor. Ben 300 bin liraya baskı yaptırıyorum diyor. O kadar ucuz bir şey gibi görüyor ki fotoğrafı, o kadar uzuc bir şey gibi algılanıyor ki! Hiç düşünmüyor burada çalışan kişiler sigortalı insanlar, dünyanın en pahalı işidir haber ajansı. Bir muhabiri günde en fazla iki veya üç yer gönderme şansınız var, bütün maliyetlerinin altına giriyorsunuz. Sonuç olarak bütün fotoğrafları da satma şansınız olmuyor. Fakat alan kişi o tek fotoğrafa göre değerlendiriyor. Ajans olarak bütün masrafları düşünerek bu fiyatı buluyorsunuz.
- İzinsiz fotoğraf kullanımı konusunda mahkemeye verdiğiniz kurumlar veya kişiler var mı?
- Evet. İlk başlarda biz çok yumuşak başlıydık ama baktık ki tüm yasalar bizim lehimize olduğu halde bu konuda hiçbir ilerleme kaydedilemiyor. Madem öyle buyurun bakalım dedik. Biz sadece hakkımız olanı istiyoruz. Telif hakları yasasında bu cezalar para cezasına da çevrilmiyor
- İnternet habercilinin yayılmasından sonra fotoğraf ile ilgili değişimler nelerdir?

— İnternet haberciliğinde, haberciliğin, fotoğraf haberciliğinin tanımı değişti. Eskiden flaş haber diye bir kavram vardı. Gazeteler manşetten bunu duyuruyorlardı. Şimdi flaş fotoğraf diye bir kavram oluştu. İnternet siteleri anında fotoğraf istiyor. Mesela Başbakan'ın basın toplantısı sürerken internet haberciliği yapan site arayabiliyor. Şu an canlı yayındayım fotoğrafa ihtiyacım var diyor. Bu da bizi olay yerinden fotoğraf göndermeye zorluyor. Bu nedenle bütün muhabirlerimiz hepsi laptoplarını yanlarında taşıyorlar. Dünya da masaüstü yayıncılığa doğru gidiyor geçenlerde güzel bir haber vardı. New York'daki bir medya grubunda internet yayıncılığının gelirleri klasik yayıncılığın gelirlerinin daha üstünde olmuş. Bu çok enteresan bir bilgidir. Birkaç yayın grubu internetle ilgili yeni düzenlemelere gideceklermiş. Belki de 20 yıl sonra belki daha da yakın bir zamanda klasik yayıncılık çok ciddi sekteye uğrayacak. Geçenlerde büyük bir medya kurumunda çıkan gazete, ana gazete değil ama tirajı çok iyi olan bir gazete yöneticisiyle konuşuyorum. Diyor ki zarardayız. Kâğıt maliyeti, mürekkep maliyeti gibi birçok maliyet olmasına rağmen aman aman da bir reklam geliri gelmiyor. Grup için bir külfet değil ama çok fazla maliyet var diye anlatıyor. İnternethaber'in sahibi Hadi Özışık 5 editörle çıktığını söylüyor. Yanında sadece 5 kişi çatıştırıyor.

— Geleceğin internet haberciliğini ve ajansların durumunu özellikle fotoğrafın kullanımı göz önüne alırsak nasıl görüyorsunuz?

— Benim öngörüm bunu haber ajanslarına yarıyacağını düşünüyorum. Yani haber üreten, bir gazete çıkarmayan ama haberi ham halde toplayan yerler. Gazetelerde ise ciddi bir kadro küçülmesi olacağını düşünüyorum. Daha çok ajanslara dayalı işler olacak. Şu an faaliyet gösteren internet haber sitelerinin çoğunun muhabirleri yok. İşlerini sadece editörlerle götürüyorlar. Gelen haberleri yoğuruyorlar ve kendilerine göre yorumlayıp okuyucuya sunuyorlar. Şu an Türkiye'de yapılan internet haberciliği veya gazeteciliği yüzde doksan böyledir. Haklarını yememek lazım editöryal lüksleri var. Toparladıkları haberleri iyi yoğuran ayakta kalıyor. Mesela en son İstanbul'a gittiğimde internet haberciliği yapan Hadi Özışık, Aydın Özdalga ve Ekrem Cengiz gibi arkadaşlarla bir toplantı yapmıştık. İnternethaber sitesinin sahibi Hadi bey'in bana söylediği ajansın abonesi olduktan sonra sitenin hiti bir ayda iki milyon arttı. Bunun en büyük nedeni de fotoğraf galerileri koymasındır. Bu

galerilerdeki her tıklama bir ziyaretçi sayısı artmış gibi gösterir. İnternet sitelerinin ölçüm sitesi Alexa' da yukarıda gören siteler reklam alıyor. Bu reklam gelirleri de çok ciddi rakamlar. Sorun şu, internet sitelerimizde videoyu youtube sitesi üzerinden gösteriyorlar. Bizden bütün internet sitelerinin talebi de bu yönde oluyor. Ajansta bu yönde teknik çalışmalar yapıyor. Verdiğimiz bir link üzerinden görüntü göstermek. Aynı platformda hem televizyon seyrettirecek hem gazete okutturacak hem radyo dinlettirecek. Yani 5 kişi oturuyor size bir medya devi sunuyor. Bazı internet haber sitelerinin tıklanma oranları ismi olan gazetelerin tıklanma oranlarından 3–4 kat fazla olduğunu görüyoruz. Artık ajansın abonelri sadece basın örgütleri değil aynı zamanda özel şirketler hatta kamu kurumları bile var. Bunların yanında spor klüpleri abone olmaya başladı internetin hayatımıza girmeye başlamasıyla beraber. İnternet üzerinden bizim sitemize giriyor ve fotoğrafını görüyor ve bunu nasıl satın alabilirim diyor.

EK - 3

İnternet Medyası Derneği Başkanı ve www.internethbaer.com sitesinin sahibi Hadi ÖZİŞİK

- Derneğinizin ne zaman kuruldu ve üye sayınız nedir?
- Yaklaşık 120 üyemiz var. Bunların çeşitli basın yayın organlarından olan arkadaşlar.
- Sermayesini de göz önüne alırsak internet haber sitelerinin sayısını nasıl buluyorsunuz?
- Şu an internet haberciliği konusunda çok ciddi bir kirlilik var. İnternet haberin ya da başka bir sitesinin kopyası bir başka siteye uyarlanıp isim değiştiriliyor. Bizde ki haberleri alıp ve AA Ajansından da 100 dolara da abone olup sunup ben site sahibiyim diye dolaşıyorlar. Bunun bence düzelmesi gerekiyor. AA ile de görüşüp onların da yapması gereken bişiler var. Bu işin bu kadar ucuz olmaması lazım. Bu kirlilik içerisinde reklam ajansları zaten çok az olan reklam pastasını da düşünürsek kime verecek reklamı? Çok fazla site var. Gereksiz çok fazla site var. Kalite oturdu aslında. 10 tane site var Türkiye’de ama diğerleri kirletiyor.
- Tek haber kaynağından birçok kanalla okuyucuya ulaşan koordineli medya merkezlerine doğru bir gidiş var. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?
- Türkiye’de internet gazeteciliğinde ilk dönemde yatırım yapmayanların şansı yok. Egosunu tatmin etmek için site açıp bağırıp bağırıp kapatanlar var. Bu oluyor ileride de olacaktır. Ama belli bir süre sonra her şey yerli yerine oturmaya başlayacaktır. Eskiden fotoğraf konusunda çok büyük bir boşluk vardı. Artık şimdi AA ve benzeri diğer kurumlar takip ediyor ve bunun bir ücretlendirmesini yapıyor. Yasal olmaya yollardan fotoğrafı edinenleri takip ediyor ve hakkında gerekli yasal yollara başlıyor. Bir foto bile kullanmasına izin vermiyor. Böyle olduğu zaman bu işin bu kadar ucuz olmadığını gören kişiler kendi işlerine bakacaklar. İyi yatırım yapan, iyi siteler yapanlar ve bu işi ciddiye alanlar geri adam atmayacak yoluna devam edecekler çünkü bu onların işlerine yarayacak. Ama Küçük siteler zaten artık bir şey elde edemediğini gördüğünde kapanacaktır. Mesela önümüzde yerel seçimler var. Bu seçim zamanında reklam pastasından kapmak isteyen kişilerin oluşturduğu siteler çıkacaktır.

- İnternette sansüre nasıl bakıyorsunuz?
- Ben şuna karşıyım. Sansür adı altında bir takım şeyler legal olmayan şeyler legal hale getirmek isteniyor. Mesela biz de yazı yazan bir arkadaş vardı. Bu bizim sitenin gücünü kullanarak. Yazılarını silah gibi kullanarak karşı tarafa gözdağı verdi. Ben bunu fark ederek yazılarını hemen kestim. Bunun nedeni benim müessesemde benim kıt imkânlarımla çalışan bir iki bana küfredemez. Mesela doğan yayın grubunda böyle bir şey yaşandı. Ben buna izin vermem. Biz ilkeli yayın yaptığımız için herhangi bir sansür olayı ile karşılaşmadık. Ama doğru ve ilkeli yayın yapıldığı sürece ben sansüre karşıyım. Ama bir köşeyi silah gibi kullanırsa sansür ve ya adına ne derlerse ben onu uygulayım
- Geleceğin internet haberciliğini nasıl görüyorsunuz
- İnternet medyası noktasında hızla ilerliyoruz. Bu zaman bizim zaman, gelecek bizim. Biz eleman konusunda ciddi sıkıntı yaşıyoruz. Yılların gazetecileri bile ayak uyduramayabiliyor. Bu nedenle bu işi bilen kişilere ihtiyacımız var.

EK -4

www.hurriyet.com.tr Haber Müdürü Oğuz GÜVEN

—İnternet haberciliğinde fotoğrafın yeri nedir?

— Bizde temel anlamda klasik gazetecilikten bir farkı yok. İyi olan fotoğrafı koyuyoruz. Biz zaten sayfayı dizayn ederken dünyadan biraz farklı olarak Türk insanın yapısına göre belirliyoruz. Bunu baz alarak hürriyetin ana konseptini fazla bozmadan internetre uygulamayı uygun bulduk Buradaki en önemli unsur fotoğraf. Fotoğraf sayfaya bir canlılık katıyor. Fotoğraf gazetede ne kadar önemli bir unursa biz de o kadar önemli belki de daha fazla. Gazetede yer anlamında sınırlıyken burada her türlü fotoğrafı koyabiliyorsunuz. Görsel olarak sonsuz imkâna sahip. Bu yapı içinde insanların fotoğrafa inanılmaz bir ilgisi var. Biz bir site ile işbirliği yaptık. Onlar kendi içlerinde en çok puan olan fotoğrafları yolluyor bizde günün fotoğrafları olarak yayınlıyoruz. Bunun dışında dünya ajanslarında gelen ve AA gibi kurumlardan aldığımız fotoğraflarda var.

— Manşetlerde kullandığınız 7 temel ana başlık standart mı?

— Evet, o değişmiyor. Türkiye de çok fazla haber olduğundan başlık sabah öğlen yani değişik zamanlarda gündeme göre değişebiliyor. Orada devamlı bir canlılık var. Ana sayfada tıpkı gazetenin birinci sayfası gibi önemlidir. Doğal olarak ana sayfadaki haberler daha çok göze batıyor. Türkiye’de o kadar çok gündem değişiyor ki o anlamda sıkışıyoruz. Bugün bir haberim var mesela gazetenin manşeti iyi çok iyi okunuyor ama akşama kadar onu tutarsan sanki site yenilenmiyor gibi görünüyor ve insanlar girmemeye başlıyor. Bu nedenle sürekli değiştirmek gerekiyor. Güncellediğiniz vakitte eski haberler düşüyor. En azından yedili manşette o haberlerin bir kısmını özellikle çok okunanları tutabiliyoruz manşette. Benazir Butto öldüğünde mesela ilk önce bir şey olmadı haberi geldi; arkasından yaralandı haberi geldi; ben yaralandı kapağını yaptırırken öldü haberi geldi. Bunu dünyada ilk biz girdik. Haberi hayat hikâyesi ile beraber görsel olarak direkt destekliyoruz. Mesela bir yede bir patlama oluyor. Okuyucu normal gazeteden bakarken yeni haber olarak

bunu görüyor. Mesela Diyarbakır da yaşanan patlama da televizyondan geçen görüntüyü dijital olarak fotoğraf karelerine aktarıp foto galerimize hemen koyduk.

— Geleceğin haberciliğine baktığımızda tek bir haber kaynağından birçok iletişim kanalıyla okuyucuya ulaşılan medya merkezlerine doğru gidiyor ve okuyucuya ulaşıyor. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

— Dünyanın gidişatı bu. Bırakın habere ulaşmayı, insanlar artık yolda giderken film izlemek isteyecekler. Her türlü haberi anında alabilecek.

— Hız faktörü risk faktörü riski de getiriyor mu?

— Hata payı oluyor tabi. İnternette hata yapma şansınız çok olduğu kadar hemen düzetme şansınız da var. İnternette bunun yanında Her an arşivden ulaşip haberin detaylarını doğrusunu bulabiliyorsunuz. Cumhurbaşkanının eşinin isminde bile birçok haber hatalı girmiş ismi. Emin olmak için gerekirse cumhurbaşkanlığı sitesine irip oradan hemen kontrol etme şansınız da var.

— İnter aktivite sizi nasıl yönlendiriyor ve okuyucu yorumları nasıl bir filtrelemeden geçiyor?

— Şahsi fikrime göre Okur yorumları için kendi iç denetimi olmalı. Okuyucu üye olmalı. Eğer birkaç küfür içermek gibi yazı yazarsa üyeliğini kaldırıyoruz. Türkiye de hakeret unsuru çok fazla oluyor. Her konuda birbirlerine hakaret ya da konuda geçen kişiye hakaret çok oluyor. Sadece 5 kişi bunlarla ilgileniyor. Günde yaklaşık 20 bin yorum yazılıyor. Ama gönül isterki hepsini yayınlayalım sorumluluğu da ona ait olsun. Son 5 dakikaya göre baktığımızda haberlerin okunurluluğuna göre sayfadaki yerini belirliyor. Okuyucu sayfayı belirliyor. Türkiye de magazin çok ağır basıyor. Türkiye’de magazin programları gibi magazin haberleri çok daha fazla dikkat çekiyor.

— Türkiye’de ve Dünyada ilk kez uygulanan foto analiz uygulaması var? Bu uygulamayı açıklayabilir misiniz?

— İnternette bir şey anlatmak isterken çok uzun olursa okuyucu kaçabiliyor. Foto analiz okuyucunun dikkatini çekiyor ve dünyada ilk kez uygulanıyor. Daha az yazıyla çok fotoğrafla fotoroman gibi konuyu anlatabilmek. Bunların içinden en çarpıcı olanları seçiyoruz ve okuyucuya en anlaşılır şekilde aktarmaya çalışıyoruz. Ve bu çok tuttu. Mesela seçim yasası diyorsunuz Upuzun bir metin çıkıyor. Okuyucu bunun hepsini okumayı tercih etmiyor. Bizde o metnin can alıcı olan yerlerini alıp fotoğraflarla okuyucunu n anlayabileceği şekilde sunuyoruz.

— İnternet reklamcılığını nasıl görüyorsunuz ve sayfanızda yer alan reklam boyutlarının bir standardı var mı?

— İnternet haberciliği dünyada reklam pastası ufak olduğu için reklamcılar çok tercih edilmiyordu. Ama bugün artık ajanslardan bütçelerinden bir kısmını internet reklamcılığı ona ayırmaya başladı. Mesela biz sayfa yapısını bozacak reklamlarda almıyoruz. Bizler her türlü reklamı vermiyoruz. Artık gazetelerdeki seri ilanlar azalmaya başlarken. İnternet reklamlarının arttığını görüyoruz.

— Bu klasik haberciliği ilerde zorlar mı?

— Sanmıyorum. Türkiye’de 16 milyon olan sayı yakında 20 milyona çıkacak. İnternet ileride televizyonun yerini de alacak. Televizyonda canlı yayınların dışındaki programların hepine internetten ulaşılabilir.

— Tıklanma oranlarının yayınlanması gerekir mi?

— Bu tıklanma oranları reklamcılara gidiyor zaten. Çeşitli göstergeler var ama çok kesin rakamlar değil bunlar.

— İnternet Haberciliği yapan sitelerin teknik olarak nasıl bir altyapısı olmalı?

— Nevşehir’de tüketici derneği kredi kartı mağdurlarına bedava hizmet veriyordu. Ben de onu haber yaptım ve bir link verdim. Siteleri aşırı yüklenmeden dolayı çöktü. Bizim sadece link verdiğimiz bir sitenin dahi bu duruma düştüğünü düşürsek bu işi yapanların, yani bu iş ciddi olarak yapanların teknik altyapılarının da iyi olması gerekiyor.

—İnternet haberciliğinin geleceğini nasıl görüyorsunuz?

— Habercilik internet haberciliğine gidiyor. İnternet teknolojisi mobil teknolojisiyle de birleşince tamamıyla kişi nereye giderse gitsin habere ulaşma imkânına sahip olacak. Bu sistemlerde yavaş yavaş kurulmaya başladı.

— Haber sitesi olarak ayrı bir haberci veya fotoğrafçı kadrosu var mı?

— Televizyonun muhabiri de benim muhabirim gazetenin muhabiri de. En büyük haber kaynağımız kendi ajansımız olan doğan haber ajansı. Nasıl gazete ve televizyon bunu kullanıyorsa biz de kullanıyoruz. Televizyon nasıl haberi alıyorsa bizde alıyoruz. Ve biz içerik olarak daha fazlasını yayınlatabiliyoruz. Mesela canlı yayın yazdığımızda inanılmaz bir izlenme oranı oluyor. Mesela cumhurbaşkanlığı seçiminde 17 bin 18 bini gördük. Aynı kanalda aynı anda 18 bin kişi oluyor. Bu müthiş bir rakam. Bunu sağlamak için de çok iyi bir altyapı gerekiyor. Bu oramlar cumartesi Pazar daha düşük oluyor. Bunda devlet memurları gibi hafta içi çalışanların etkisi büyük. Mesela maçlardan da canlı yayın olarak anında sonuç olarak veriyoruz. Ankara da 2 gol var diye veriyoruz. Tıklanma oranları hemen artıyor. Mesela kişi Beşiktaşlı normalde bakmayacağı bi haber olsa dahi Ankara’da 2 gol var deyince bakıyor. Ama insanlar en çok ilgiyi canlı yayına gösteriyor. Sayfanın içindeki insanlar hemen oraya doğru yöneliyor.

—İnternette sansüre nasıl bakıyorsunuz?

— Amerika’da bu denendi ama yapılamadı. İnternette sansür olmaz. Bu mümkün değil. İnternet dünya ile entegre olduğunuz büyük bir araç . Devlet eliyle engel konmamalı bunu aile kendi içinde mesela çocuklarına filtreleme yapmalı bu gitgide devlet politikası olmaya başladı. En kötü, en tehlikeli şey bu. Sen onu engellersen engellenen başka yolunu bulmaya çalışıyor. Girmek isteyen de ben bu siteye nasıl girebilirim diye soru soruyor. İnternet yasaklamak bir çözüm değil ve devlet eliyle yapılması çok sakıncalı. Mesele şirketler nasıl bir filtreleme getiriyorsa çalışanlarına ailelerde bunu yapabilir.

EK -5

Zaman Gazetesi İnternet Editörü Vahit YAZGAN

- İnternet Haberciliğinde fotoğrafın önemi nedir?
- İnternet sitelerinde fotoğraf olmazsa olmazlarından oldu. Aynı zamanda fotoğraf haberi kavramı var. İnternet haberciliği sadece haberi fotoğrafla sunan siteler değil. Haberin fotoğrafından kavramı yerine fotoğrafın haberi kavramı var internet sitelerinde. Haberin hikâyesini sunan fotoğraflar sunuluyor.
- Okurun fotoğraf kullanımına tepkisi nasıl?
- İnternet gazeteciliğinde hedeflenen şeylerden biriside okurun sitede kalma süresini uzatmaktır. Haberlerde fotoğraf yoğunluğunu artırmak, infografik gibi mültimedya yöntemleriyle desteklemek okurun kalma süresini etkiler. Fotoğraf bunu başardı. Fakat fotoğraf ile birlikte infografi de inanılmaz geri dönüşümler aldık. Mesela bu infografiklerin bazılarını bazı okullar bizden talep ettiler. Biz de bu konuda onlara yardımcı olduk. Bizde bunları paylaşmaktan mutlu oluyoruz. Mesela bir şimşegin oluşumu, elektrik tasarrufu, kurbanda kuzu nasıl kesilir gibi birçok konuda yaptık. Tsunaminin oluşumu mesela çok başarılı bir çalışmaydı. Dünyada öncü gazeteler bu konuda bu denemeleri daha önce yapmışlar başarılı olmuşlar ve halen devam da ediyorlar. Bunu Türkiye de ilk kez biz uyguladık. Bu bizim basılı gazetenin tasarım ekipmanının yaptığı bir uygulama. Tabi ki onların etkilendiği yabancı kaynaklar vardır. Yabancı bazı medya kuruluşlarında da Birçok haberin infografiğe dönüştürülmesi hali var. Bizde Amerikalı veya Avrupalı meslektaşlarımızdan çok sonra başlamadık hatta bunu oradaki meslektaşlarımızla eşzamanlı kullanmaya başladık. İnfografik habercilik bizde baya eski. O açıdan bazı sitelerin bizi örnek aldığını görüyoruz. Ama infografiği henüz Türkiye’de haber siteleri keşfetmedi.

— Gün içinde yenilenen haber başlıkları ve fotoğraflar var? Özellikle fotoğraf nasıl bir editoryal süreçten geçiyor?

— Fotoğrafın birkaç aşaması var. Teknik olarak sitenin yavaşlamasına yola açabilir. Ama bunu dışında tasarımsal bir tercih olarak boyutlarına karar veriliyor. Sayfaya uyumlu olması ve haberi ifade etmesi yeterlidir. Görsel olarak

haberlin başlığını haberlin içeriğini örtecek gölgeleyecek bir fotoğraf seçimini doğru bulmuyoruz. Tasarımımıza uygun olan fotoğrafı kullanıyoruz ama aynı zamanda haber değeri taşımasını, haberi anlatsın istiyoruz. Büyük fotoğrafı ana sayfada kullanmama nedeni sadece teknik olarak ifade etmek doğru değil. Bu tasarımıla la da ilgili bir olay. Aynı zamanda olağan dışı durumlarda fotoğrafları daha büyük kullanabiliyoruz. Haberlin önemli olduğunu fotoğraflara vurgulamış oluyoruz. Mesela Hrant Dink vurulduğunda biz bunu yaptık. Birçok flaş olayda da yaptık. Sayfanın flaş tasarımı var. Her fotoğrafın manşet fotoğrafın 2–3 katı büyüklüğünde ekstern olayın önemini vurgulayacak fotoğraf kullanımını gerçekleştiriyoruz. Haberlin önemli olduğunu da fotoğrafla vurgulamış oluyoruz. Her olayın da büyük fotoğrafla verilmesini uygun bulmuyoruz. Mesela bir siyasinin açıklaması ya da herhangi bir şahsın açıklaması büyük bir olay değil. Ya da herhangi bir olayın fotosunu byttğnzde okuru biraz da aptal yerine koymuş oluyorsunuz. Ey okur! bak aslında bu o kadar önemli değil ama biz onu büyüterek onu önemli hale getirdik. Burada yönlendirme yapılıyor. Basılı gazete kimliğini internet ortamına en doğru şekilde aktarmaya çalışıyoruz. Bunun yanında ayrıca basılı gazetemizin birebir aynısını pdf formatında da web sitemizde yer veriyoruz. Bu bize okurdan gelen bir talep ve Türkiye’de aynı zamanda bir ilktir. Biz bunu okurdan gelen talep öncesinde bir hizmet olarak sunduk. Ve okurun da hoşuna gitti. Bu konuda bir cretlendirme şimdilik yok.

— Hız faktörü risk faktörüne de yükseltiyor mu?

— Gazetede ki risk faktörünü haberi iki kere kontrol etmek orada ne kadar düşükse burada o kadar risk yüksek. Bilgiyi kontrol etme şansın çok daha az. Fakat hızla birlikte okurun güvenini korumak için bilginin doğruluğuna a çok önem veriyoruz. Haber kaynaklarından akan bilgileri yüzde yüz doğru olarak kabul etmiyoruz. Editoyal tercihler ona uygun değerlendiriyoruz eğer şüphe diyorsak. Hatta son dakika olaraktan girmiyoruz. Bilginin doğru olma ihtimali var ama kesin değilse biz bunu iddia olarak ele alıyoruz ve okura bunu büyütmeden veriyoruz. Ey okur böyle bir bilgi var ama biz bunu böyle görerek doğruluğundan tereddütler olduğunu belirtiyoruz. Ve bu bilgi bizim için önemli ama önemli olduğunu ve doğruluğunu kesinleştirdiğimizde de bunu manşete kadar kebiliyoruz.

- Reklamlar sitenizde çok fazla yer kaplıyor mu ve ekonomik olarak giderlerinizi karşılıyor mu?

- İnternet reklamcılığı yeni bir sahadır. Henüz reklam verenlerin yeterince ilgisini çekmedi. Biz de kendimizi amorti ediyoruz. Çeşitli ölçüm araçları var. Onların da mutlak doğru olduğunu düşünmüyoruz. Onlarında birçok yanıltma payı var. O programın toolbarında olması gerekiyor mesela. Ama yine de bir veridir. Bizim kendi ölçüm sistemimiz var. En güvenilir olarak da bunu buna bakıyoruz. En doğrusu haberin asıl ilkelerini korumasıyla ve kendi kalitesinden taviz vermemesiyle ortaya çıkan imajıdır. İmajını aşındıran, ne kadar tıklanırsan tıklan senin okurunun sana güvenmediğini bilirsin. Sende ki bir bilginin doğruluğunu başka siteye giderek kontrol eder. Bizim genel durumumuz tam olarak böyle. Başka siteler verdikleri haberi doğrulatmak için bir de bize gelirler. Bosch un bir prensibi var insanların güvenini kaybetmektense para kaybetmeyi tercih ederim. Bizde de insanların güvenini kaybetmektense tiraj kaybetmeyi göze alıyoruz. Hız önemli, doğru bilgi önemli, zengin bilgi nitelikli içerik önemli bunların hepsini bir arada tutmaya çalışıyoruz. Her şeye tiraj gözüyle bakmıyoruz.

- Anketlere katılım oranları nasıl ve anket değerlendirmeleri sağlıklı yapılabiliyor mu?

- Anketlere katılım gerçekten çok yoğun oluyor. Kullanıcı ikinci kez girdiğinde bir bilgisayardan bir kere uygulanabilir diye bir uyarı çıkar. Bu da aynı kullanıcının birden fazla oy kullanmasını engellemek için ve sonuçların sağlıklı olması için yapılan bir önlem.

- Ayrı bir haber kadronuz var mı?

- Biz gazetenin sahip olduğu bütün haber kaynaklarını kullanabiliyoruz.

- Bunların dışında ayrıca Zaman Haberci uygulamanız var

- Bizim yeni bir uygulamamız. Kişisel gazetesi var. Bu New York Times da var ama Türkiye de sadece bizde var. Orda da farklı bir uygulamaya gittik. Üye olan okuyucularımız bunu yapabiliyor. Kendimize öz güvenimizi de ortaya koyarak kendi

kaynaklarımızın dışında okurun başka keyif aldığı sitelerinde kaynak olarak habercinin içerisinde yerleştirdik. Okurun başka yere gitmesine gerek kalmıyor. Yani okurun başka haber sitesine ihtiyacı olmuyor. Bu sanal ortamda bütün bilgiler bir havuz.

- Türkiye’de internet haber sitelerinde fotoğrafın kullanımını nasıl görüyorsunuz?

- Türkiye’de Fotoğraf kullanımını abartıyorlar birçok konuda olduğu gibi. Biz haber değeri taşıyan fotoğrafları yayınlıyoruz. Haber niteliği taşımayan birçok fotoğrafında çeşitli sitlerde yayınlandığını görüyoruz. Biz haber değeri taşıyan okura yeni bir şey sunan fotoğrafları yayınlıyoruz. Sadece hit kazanmak için dikkat çeken veya cinsel içerikli fotoğraflar yayınlamıyoruz. Okuru tam zayıf noktasından yakalayan fotoğraflar vermek istemiyoruz. Bu sadece cinsellik değil merak unsuru olsun, yanıltıcı fotoğraf olsun Türkiye de çok kullanılmakta maalesef. Televolenin internet versiyonu ne yazık ki şu an Türkiye de yaygın. Bu televizyon camiasını bir dönem yıpratmış gibi internet haberciliğini de yıpratıyor. 5 milyon tirajı olsa da bu güven olmadıkça bir önemi olmuyor. İngiltere’deki SUN gazetesi, Almanya da BİLD, Türkiye de tan gazetesinin postanın 10 milyon tirajı olsa n olur. Karşılığı olmaz. Belki bir şekilde belirli bir süreçte bir kaç insanı yanıltabilirdin belki birkaç reklam vereni kandırabilirsin. Ama bu da uzun vadede ulusal referans olamazsın. Uluslararası ölçümleme şirketleri senin siteni keyifle koyar. Bazı siteleri seni kırmızı noktalı yayın yapan listeler listesine koyar. Türkiye de böyle bir handikap yap. İyi habercilik yapan siteler ayakta kalacak

- Tek haber kaynağından birçok kanalla okuyucuya ulaşan koordineli medya merkezlerine doğru bir gidiş var. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Televizyon çıktı gazeteler bitecek gibi efsaneler hep dolaştı. İnternet içinde bu söylendi televizyon için. Fakat bunların hepsi efsane. Tabii ki birbiriyle etkileşir ama doğru olan internet gazeteleri bitirmez, güçlü olan yönlerini öne çıkmasını sağlar. Gazete kendi güçlü yerlerini keşfeder. İnternet kendi kimliğini oluşturur. Bir süre sonra bunlar birbirlerine rakip değil birbirlerini tamamlayan unsurlar haline gelir. Tabi bu gazete internet siteleri için daha çok geçerli. Aralarında eksik olan unsurlarını işbirliğine giderek tamamlarlar ve okunurluluğunu haber kimliğini site

hitini, televizyonda de reytingini artırabilir. Böyle bir multimedya içerik beraberliği kaçınılmaz. Hatta internette görüntülü yayınlandığı haberlerin veya programların görüntülerini de sunabilecek televizyon formatında sunabilirsiniz. Bizim bu konuda anlaşmalı olduğumuz siteler var buralardan aldığımız görüntülü haberleri yayınlıyoruz zaten.

EK - 6

www.ntvmsnbc.com.tr - Medya Koordinatörü Yunus Halit TÜRE

- Ne zamandan beri internet yayıncılığı yapıyorsunuz?

- 2000 yılından beri yayın yapmaktayız.

- Ana sayfanızda 4 ana başlık fotoğraflı olarak veriliyor. Diğer haberler fotoğrfsız olarak yer alıyor. Editoryal olarak baktığımızda bu kullanımın sebepleri nelerdir?

- Fotoğraf çok önemli bizim için. Bizim sitemizde de yeterli sayıda fotoğraf yok. Yerince multimedya yok çağın biraz da olsa gerisinde kaldığımızı söyleyebilirim. Dünyada örneklerine baktığımızda CNN' e veya MSNBC' ye habere birden fazla fotoğraf koyuyorlar. Görsellik internet haberciliğinde çok önemlidir. Bir haberi okurken fotoğrafın olması okuyucuya da yardımcı oluyor. Bizde sadece kapaklarda fotoğraf var ve bazılarında akordiyon tarzı, üzerine gelindiğinde açılan bir kullanım var. Onun dışında ana sayfada foto galerimiz var. Şu an bunun yeterli olmadığını biliyoruz ve bunu geliştiriyoruz. MSNBC ile ortaklığımız var. Onlar yeni bir tasarıma geçtiler bu da çok doğru bir tasarım biz de yakında fotoğrafın daha çok olduğu bir sunuma geçeceğiz.

- Fotoğraf nasıl bir editoryal süreçten geçiyor ve fotoğrafa müdahale oluyor mu?

- Editörlerimiz var. Onlar yaptıkları foto galerinin haber anlamında bir karşılığı olmasını da bekliyorlar. Fotoğraflı haberler illaki daha fazla tıklanıyor. Başka siteler izlenirliklerini artırmak için her habere fotoğraf eklerler ama bizim daha başka kaygılarımız var. Durup dururken Monica Belluci ile ilgili bir foto galeri oluşturmuyorlar. O galeri ile ilgili bir gündem varsa bunu oluşturuyorlar. Bunun sonucunda editörler fotoğrafları seçiyorlar. Sonra bunları multimedya editörlerine veriyorlar. Multimedya editörleri de gerekli düzeltmeleri yapıyorlar fotoğraflar üzerinde tabi gerek duyarlarsa. Her bulduğumuz fotoğrafı direkt koymuyoruz. Mesela en basit olarak bunu bazen kadrajlamak gerekiyor.

- İnternetin geri dönüşüm avantajını nasıl kullanıyor musunuz?

- Haberin puanlanması var ve bu bize MSNBC'den bize gelen bir özellik. Orada daha farklı reyting ediliyor haberler. Amerikada ki okuyucu haberin içeriğini de görselini de reytingliyor. Türkiye'de ise durum biraz daha farklı. Tarafsız bir oylama oluyor. Mesela üzücü bir haber oldu. 10 kişi şehit haberini verdiğinizde duygusal tepkiler verildiğinden bu haber mesela iyi puan alamıyor. O nedenle bu haberi iyi verebildik mi veremedik konusunda bizim için çok önemli bir kıstas olmuyor. Mesela haber düşük puan almasına rağmen çok iyi bir haber de olabiliyor. Haberin yorumuna gelince, haberin yorumu önemli bir konu çünkü komünite önemli bu da içerik oluşturan unsurlardan biri ve internette de okuyucunun ortaya koyduğu bir içerik var. Yani komünite yaratmak da önemli bir haber sitesinde. Bizde zaten bir komünite var önemli olan bunun iletişim kanallarını açmak. Ben buradayım ben varım hissini yaratmak önemlidir. Haberin yazılan yorumlar bu nedenle önemli bizim için.

- Geleceğin gazeteciliği tek haber kaynağından birçok kanalla okura ulaşıyor. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Bu her zaman böyleydi. Bağımsız haber siteleri ya da sadece haber toplayan sitelerde var. Bunda da bir sakınca görmüyorum. Bağımsız habercilik yine olacaktır.

-Türkiye'de genel olarak internet haberciliğini nasıl görüyorsunuz?

- Şahsi fikrim internet haberciliğini Türkiye'de biraz karmaşık buluyorum. İnternet haberciliği yapanların sayısını çok az buluyorum. Estetiğe çok fazla önem verilmiyor Türkiye'de ama NTVMSNBC'nin başka kaygıları var. Mesela estetik çok önemli, tasarım çok önemli. Bu çok önemli olmuyor bir çok internet haberciliği yapan sitede. Kötü tasarımlar kötü tipografi, kötü fotoğraflar, kötü renkler görüyoruz. Şöyle bir şey var bizim toplumumuzda yüzyıllar boyunca dinsel ve kültürel nedenlerle birçok şeyden yasaklandığı için ekstra bir açıklık var. Mesela dergileri karıştırdığımızda içeriğe hatta başlığa değil fotoğraflara bakıyoruz. O nedenle çok önemli. DNA'mızdan getirdiğimiz bir açıklık var. Keza erotizme, çıplaklığa, magazine. O yüzden ciddi habercilik yapan sitelerin az olduğunu düşünüyorum ben. Bazen bir haber geliyor. Onu doğrulamadan yayınlamıyoruz. Bunu yaparken hızla feragat edilebilir. Bu haber başkaları tarafından da görülebilir. Sitelerde haber olarak yerini alabilir ama NTVMSNBC'de doğruyu teyit edilmeden yayına almaz. Bu biraz

daha farklı bir anlayış. Haberi biraz daha geç girmek; başarılı veya başarısızlık olarak alınabilir ama bu göreceli bir şeydir. Biz biraz daha geç girelim ama doğruluğundan emin olalım diyoruz. Yarım saat sonra girelim doğruluğundan emin olduktan sonra girelim. Böyle bir yayıncılık anlayışını benimsiyoruz.

- Sitenizde reklam çok yer kaplıyor mu? Ekonomik olarak sitenin reklam gelirleri sitenin harcamalarını karşılıyor mu?

- Sonuçta insanlara bir servis veriyorsunuz bunu ücretsiz olarak sunuyorsunuz. Bunun tabi ki bir gideri var. Personel maliyeti, donanım maliyeti, yazılım maliyeti gibi ciddi bir maliyet var arkasında. Ve tabii ki bunu karşılayabilmek için de reklam almaz zorundasınız. Eğer paralı bir servis olsaydı; insanlar para siteye üye olsalardı o zaman reklam görmek istemeyebilirlerdi haklı olarak. Ama bu böyle bir bedava yayıncılık yaptığımız için bunun bir karşılığı olmak zorunda yani reklam alınmak zorunda. Bazen bu ana sayfada fazla da oluyor. Evet belki etik anlamda bakarsak bazen fazla olduğunu görebiliriz ama optimal derecede tutmaya çalışıyoruz. Kendi yağımızda kavrulma çalışıyoruz.

- Beğendiğiniz haber siteleri var mı?

- Msnbc.com her şeyiyle dünyanın en iyi haber sitelerinden biridir, CNN ve New York Times'ın sitesini de sayabilirim.

- Türkiye'de geleceğin internet haberciliğini nasıl buluyorsunuz ve internet kullanıcısının en ucuz maliyetle en iyi hizmete ulaşma alışkanlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Bunun çok değişeceğini zannetmiyorum. Zaten böyle olması gerekir. Geleceğin internet haberciliği çok daha multimedya bir habercilik görüyorum. Videoların ve fotoğrafın çok daha fazla ağırlıkta olduğu dijital journalism uygulamalarının çok daha fazla olarak ele alındığı bir internet gazeteciliği görüyorum. Tabi televizyon da önemli bir nokta olacak sitelerde.

ÖZGEÇMİŞ

Ad, Soyad : Çetin AYVAZ

Doğum yeri ve yılı : İzmir, 1977

Yabancı Dil : İngilizce

Eğitim:

Yüksek Lisans : 2008, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü,
Fotoğraf Anasanat Dalı

Lisans : 1999, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon
Sinema Bölümü

Lise : 1995, Suphi Koyuncuoğlu Lisesi

İş tecrübesi :

Ege Üniversitesi 2003 – Devam Ediyor – İşçi

SKY TV 2001 – 2003 – Yönetmen

Hürriyet Gazetesi 1998 – 2000 – Muhabir

Mesleki Birlik/Dernek/Kuruluş Üyelikleri:

AKUT Arama ve Kurtarma Derneği 2005 – Devam Ediyor