

Teknolojik Değişim ve Dönüşümlerin Gazetecilik Üzerindeki Etkilerinin Tarihsel Süreçte Değerlendirilmesi

Yrd.Doç.Dr. Cem S. Sütçü, Dr. Erhan Akyazı, Dr. Necmi Emel Dilmen
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

Başlangıç: Söz ve Yazı Üzerine...

İletişim dünyasının yakın ve uzak geçmişine bir göz atacak olursak, zaman içinde birbirini izleyen üç temel devrimle karşılaşırız:chirografik devrim (İ.Ö. 4.yy ortalarında yazının bulunmasını izleyen), Gutenberg devrimi (15.yy ortalarında matbaanın bulunmasını izleyen) ve elektrik ve elektronik devrimi (telgraf ve daha sonra radyo ve televizyonun bulunması)'dır. (Baldini, 2000:5)

Bir kuşak kültürel mirasını sonraki kuşağa devrederken birbirinden oldukça ayrı üç kalem devreye girer. Toplum ilkin üyelerinin elinde bulunan doğal kaynaklar dahil olmak üzere maddi araçlarını iletir; ikinci olarak standartlaşmış davranış biçimini iletir. Bu alışlagelen davranış biçimleri sözel araçlarla ancak kısmen iletilmektedir; yemek pişirme, ekin yetiştirme, çocukları yetiştirme biçimleri dolaysız taklit yoluyla iletilebilir. Ama insan kültürünün en önemli unsurları, hiç kuşku yok ki, sözcükler aracılığıyla aktarılır ve herhangi bir toplumun mensuplarının, sözlü simgelerine bağladıkları özgül anlam ve tutumlar alanında ikamet eder. (Goody, Watt, 2005:125)

Zaman zaman kullanılan iletişim araçlarının ışığı altında son altıbin yıl içinde birbirini izlemiş olan en az dört farklı kültür görebiliriz:*Sözlü (oral) kültür* (salt konuşma yoluyla bilgiyi aktarır); *Yazılı kültür* “chirographic:Yunanca Kheire-el ve graphon-yazı” (sessiz söz teknolojisi olan yazıyı kullanır); *Tipografi kültürü* (bilgiyi basılı kitap yoluyla aktarır) ve son olarak *Elektrik ve elektronik medya kültürü* (bilgilerin giderek daha hızlı bir biçimde TV ve radyo gibi kitle iletişim araçları ile aktarılması). (Baldini, 2000:6)

Bu devrimlerin en belirgin özelliği bilgilerin giderek daha hızlı ve aynı zamanda daha ucuz biçimde dağıtılması olmuştur. Ayrıca bu devrimler belli bir süre içinde birbirlerini gittikçe daha yakından izlemişlerdir. Gerçekten de yazının bulunmasından matbaanın icadına kadar beşbin yıl geçmiş olmasına karşın, matbaanın icadından elektrik ve elektronik medyaların kullanılmaya başlamasına kadar geçen süre dörtyüz yıl bile değildir. En çok dikkati çeken şey ise günümüzün en belirgin niteliğinin gerçek bir medya patlaması olmasıdır. Onbeşinci yüzyıldan günümüze kitap temelde büyük bir değişikliğe uğramamış, buna karşılık televizyon son yıllarda köklü değişimler geçirmiştir. Örneğin, birçok teknik buluş sayesinde bugün izleyiciler ya kendi seçtikleri ya da dışarıdan edindikleri film ve fotoğrafları televizyondan izleyebilmektedir. (Baldini, 2000:6)

Aslında, kitap da temel bir değişikliğe, elektrik ve elektronik medyaların kullanılmaya başlaması ile uğramış bulunmaktadır. Elektronik yayıncılık ve Internet yayıncılığı ile elektronik ortamda kitaplar bulunmaktadır. (Sütçü, Akyazı, 2005:90-96) eBook ve

benzeri adlar alan bu kitap türleri giderek yaygınlaşmakta ve kitapçılarda değilse bile internetteki alışveriş sitelerinde satılmaktadır.

Dördüncü bin yılın bitiminde, daha karmaşık yazı biçimlerinin gelişmesinin ilk evrelerine tanık olunmuştur – bu Doğu'nun kent kültürlerinin gelişmesinde özel bir faktör gibi görünmektedir. Bu sistemlerdeki göstergelerin çoğunluğu basitçe dış dünyanın resimleri, özgül bir gösterdiği nesnenin standardize temsiliydi; bunlara sözcük göstergeleri veya kelime gösteren işaretlerin (logogram) yaratılması için başka araçlar ilave edildi; bunlar daha geniş anlam alanlarının dile getirilmesine olanak verdi. Böylelikle Mısır hiyerogliflerinde, ir böceğin resmi sadece o böceğin bir kod göstergesi olmakla kalmayıp, aynı zamanda “oldu” anlamındaki kesintili ve daha soyut bir göstergenin de kod göstergesi oluyordu. Çin yazısında makul bir ölçüde okuryazar olabilmeden önce, asgari 3.000 karakterin öğrenilmiş olması gerekir; hakim olunacak 50.000 karakterlik bir toplam repertuarla tam okuryazar yeterliğine ulaşmak nominalde yirmi yıl kadar zaman alır. Dolayısıyla Çin toplumu, fiilen fonetik olmayan bir yazı sistemi çok sayıda anlamı açıkça dile getirecek şekilde yeterince geliştiğinde, ancak tüm toplumda küçük ve özel olarak eğitilmiş profesyonel bir grubun bu sistemi öğrenebildiği ve okuryazar kültürüne katılabildiği bir uç örnektir. (Goody, Watt, 2005:135)

Platon, Fedro adlı eserinden de anlaşılacağı gibi, yazının insanların düşüncelerini değiştireceğini, bu değişikliğin belleği dışlayıp ikincil kılacağını ve bunun da onanılmaz biçimde zararlı bir değişime yol açacağını ilk görenlerden biri olmuştur. Platon Fedro'da Yukarı Mısır'daki büyük kentlerin birinin kralı Thamus'un öyküsünü anlatır; Thamus, sayılar, aritmetik, geometri, astronomi gibi çeşitli buluşları olan tanrı Theuth'u sarayına çağırır. Theuth gelip krala bütün buluşlarını anlatır:

“Kral tanrıya bütün o buluşların ne gibi yararları olduğunu sordu ve tanrının anlattıklarından beğendiklerini alkışlayıp beğenmediklerini yerd. Kral birçok şeyi beğendi ve bir o kadarını da yerd, öyle ki anlatılması çok uzun sürer. Ama sıra yazıya gelince Theuth “Ey kral” dedi, bu bilgi Mısırlı'ları daha da bilge yapacak, bir çok şeyi anımsamalarını kolaylaştıracaktır, çünkü bu bilgi belleğin ve bilgeliğin ilacıdır. Kral yanıtladı “Ey büyük usta Theuth, bir yandan sanatı yaratmayı bilenler, öte yandan da onu kullanacak olanların bundan ne yarar ve ne zarar görebileceklerini yargılayanlar vardır. Şimdi sen yazının babası olduğuna göre, onun asıl değerinin tam aksini söyledin. Gerçekten de yazının bulunması, onu öğreneceklerin belleklerinin zayıflamasına neden olacaktır. Çünkü herşeyi yazıya bırakıp, kendi içlerinden değil, salt o garip işaretlerden anımsamaya çalışacaklar, demek oluyor ki, sen belleğin ilacını bulmuş değilsin, ancak belleği çağırmasını öğretebilirsin. Bilgeliğe gelince, sen müritlerine gerçeği değil, salt dış görünümü öğretebilirsin, onlar seni dinleyerek çok şey bildiklerini sanacaklar ama aslında hiçbir şey bilmeyecekler, onlarla konuşmak çok zorlaşacak, çünkü bilge değil salt fikir sahibi olacaklar.” (Baldini, 2000:7)

Platon bu şekilde, yeni iletişim aracına olumsuz bir nitelik yüklemektedir. Kısaca yazı, belleği köreltir ve yapay bir bilgi yaratır. Ona göre açıklık ve eksiksizlik yazıda değil, sözdedir. Söz, insanlara gerçeği kazandırdığı halde yazı sadece gerçeğin görüntüsünü verebilir. Yazı zaten bilgisi olanların işine yarar ama öğrenmeleri gerekenlerin tutacakları yol sözlü, yani hoca ile doğrudan doğruya kurulacak olan bağlantı olmalıdır. (...) Ayrıca Platon'un düşüncesine göre, filozof hiçbir zaman bütün fikirlerini yazıya dömemeli, en önemli şeyleri sözlü olarak saklamalıdır. Platon sözü savunarak, yazının rol ve önemini küçültmeye çalışmaktadır. Ama bunu yaparken kendisinden sonra gelen bütün

geleneçiler gibi çelişkiye düşmektedir. Gerçekten de sözün üstünlüğünü savunmak için öne sürdüğü fikirlerini kendisi de yazıya dökmekten geri kalmamıştır. (Baldini, 2000:8)

Platon'un aktardığı gibi, tıpkı Mısır kralının tanrı Theuth'a söylediklerine benzer şekilde birisinin de çıkıp günümüzün elektronik medya dünyasının tanrısı Microsoft'un sahibi Bill Gates'e, herşeyi bilgisayarların işlemesine, korumasına, denetlemesine ve iletmesine bırakıp, insanların, bilgisayarların bu sanal dünyasında, bellekleri bir yana, artık benliklerini de kaybetmelerine yol açtığının farkında olup olmadığını sorması gerekir düşüncesindeyiz.

Kültürün sözlü unsurlarının ağızdan ağza iletimi, grubun mensupları arasındaki birbirine kilitlenen uzun bir söyleşmeler zinciri olarak zihinde canlandırılabilir. Böylelikle tüm inanç ve değerler ve tüm bilgi biçimleri, bireyler arasında yüz yüze temas içinde iletilir; kültürel geleneğin, ister mağara resimleri olsun ister baltalar, maddi içeriğinden farklı olarak ancak insan belleğinde depolanır. (Goody, Watt, 2005:125)

Yazı ve Kitap ile Gelen Yeni Kavramlar

Yazının bulunmasının getirdiği beklenmedik sonuçlar arasında, "Ben" kavramının doğuşu, ozanın sanatçı olması ve kahramanın yerini sıradan insanların alması yanında felsefenin, bilimin, mantığın, ve ahlakın doğuşu da sayılabilir. Bunların hepsi yazı sayesinde ortaya çıkmış ve ona bağımlıdır. Bilinen hiçbir sözlü kültürde Platon ve Aristo'nun çözümsel yöntemleriyle karşılaşmamıştır. Felsefe ancak, insanlar yazıyı tam olarak özümstedikleri andan itibaren doğabilir. Akli özgür kılıp, felsefe ile ilgili metinlerde karşılaşılan en soyut düşünceleri, açık biçimde anlatma olanağını sağlayan yazı olmuştur. Gözün kulaktan üstün olmaya başladığı, yani yazı, bilginin özne ve nesnesini birbirinden ayırmak olanağını sağladığı zaman, bilim ve felsefe doğmuştur. (Baldini, 2000:36)

(...)İki kısa dönemin dışında eski ve orta çağlarda okuma yazma fazla saygın değildi. Yalnızca, din adamları ve iktidarı ellerinde tutan soylu sınıf ve yüksek kamu görevlileri okuyup yazabiliyorlardı. Din adamları, kutsal metinleri kuşaktan kuşağa aktarmak için, öbürleri ise diplomatik, hukuksal ve ticari belgeleri kaydetmek için yazıyı kullanmışlardır. Demek oluyor ki, okuma yazma salt mesleğe yönelikti. Üstelik, Orta Çağ'da cehalet o kadar yaygındı ki, kiliselere "halkın kitapları" deniyordu. Salt 5.yy sonunda, Peleponnez savaşlarından sonra, Atina'da ve İmparatorluğun ilk yüzyıllarında Roma'da çoğunluğun okuma yazma bildiği toplumlarla karşılaşırız. Bu durumu en iyi gösteren, Aristofanes'in bir oyunundaki dizelerdir. Ünlü Yunan yazarı şöyle diyor:"Atina'da herkesin elinde bir kitap var". (Baldini, 2000:42)

Yunan sisteminin hece işaretleri dizilerine göre büyük avantajı, gösterge sayısının azalması ve sessiz ve sesli harf takımlarını belirleme kapasitesine sahip olmasıydı. Sistemin öğrenilmesi kolaydı:Platon, *Kanunlar*'da bu öğrenme sürecine üç yıl ayırıyordu, bu, bugün okullarımızdakiyle yaklaşık aynı süredir ve alfabetik yazının çok daha büyük hızla öğrenilebilirliği sadece International Institute of Intellectual Cooperation'un kiler (1934) gibi raporlarla değil, ama Roma yazısının giderek benimsenmesi ve daha yaygın

olarak alfabetik yazı sistemlerinin bütün dünyada benimsenmesiyle ortaya konmaktadır. (Goody, Watt, 2005:141)

Herodot'a göre, kitap yazmakta kullanılan ilk hammadde, hayvan derisinden elde edilen parşömeni; derilerin önce yağları kazınır, sünger taşıyla yumuşatıldıktan sonra tebeşirle beyazlatılırdı. En değerli parşömen, süt danasından elde edilirdi. Mısırlı'lar papirüs, Sümer'ler kil tabletler, Çinliler önceleri ipek, daha sonra kağıt kullanmışlar ama tahta, kurşun, mermer ve sürekli olarak düzleştirmek zorunda oldukları balmumu tabletler üzerine de yazmışlardır. Yazmak için çiviler, tahta değnekler, kaz tüyleri ve az çok yumuşak bir düzeyi kazıyıp türlü renklerdeki mürekkebi dağıtabilecek başka araçlar da kullanmışlardır; mürekkep, içi boş öküz boynuzlarında saklanırdı. Çok iyi anlaşılacağı gibi, yazı zor ve karmaşık bir işti ve eldeki malzemeler bunu daha da güçleştiriyordu. 8. Yüzyılda Araplar tarafından Orta Doğu'da kullanılmaya başlanan kağıdın bulunmasıyla her şey daha kolaylaştı, kağıt ancak 12. Yüzyıldan sonra Avrupa'da üretilmeye başlandı. Bir metnin düzenlenmesindeki el becerisi ve okuma yazma bilenlerin azlığı yüzünden, genellikle bu iş için uzman el işçilerine başvuruldu. Böylece zamanla bir "yazıcılık" mesleği doğdu. Genelde, eski çağın büyük yazarları yapıtlarını kendileri yazmazlar, dikte ederlerdi, ama çok titiz olan Quintiano bu yöntemi onaylamamış ve kınamıştır. Eski Çağ'ın kitapları ya "dürülü" ya "codice" biçimindeydi. Birinciler (bunlara volumina da denirdi ve İtalyancadaki volume (cilt) sözcüğü de buradan gelir), bir değneğe sarılmış papirüslerdi; bu değnek tahta, fildişi ya da kemikten yapılıyordu. "Codice" adı verilenler ise çoğunlukla dikdörtgen biçiminde olup, papirüs ya da parşömeden yapılıyordu. (Baldini, 2000:43)

Guglielmo Cavallo'nun yazdığına göre, 4. yüzyılda "kitabın tarihinde basımdan önceki en büyük devrime ulaşıldı: dürüluden, codice'ye geçildi". Bu değişimin nedenleri çeşitlidir. Bunların başında parşömenin, Mısır'dan getirilmesi gereken papirüsten daha ucuz olması gelir, ayrıca parşömen daha pratikti, çünkü, iki tarafına da yazılabiliyordu. Bazılarına göre, en önemli neden, "Codice"lerin daha kullanışlı olmalarıydı. Bunlar daha kolay okunuyor, bir yerden bir yere taşınıyor ve okullarda kullanılabilirdi. Başka bazı düşünürler, bu devrimi hıristiyanlığa ve yasacıların gereksinimlerine bağlarlar, (bu devrimi yapanların kilise ve yasa olduğu yazılmıştır); parşömen codicelerde İncilden parçaları ya da okuyanı ilgilendiren bazı yasaları arayıp bulmak çok daha kolaydı. (Baldini, 2000:43)

Coğrafyacı Strabon'a göre kitapları düzenli bir biçimde biriktiren ve Mısır krallarına bir kütüphanenin nasıl oluşturulması gerektiğini söyleyen kişi Aristo'dur. Atina'da İ.Ö. 5. ve 4. yüzyıllarda genel kütüphaneler yokken bazı özel koleksiyonlar ya da felsefe okullarının kitaplıkları vardı. İlk genel kütüphaneler İ.Ö. 3. yüzyılda kurulmuştur. Bunların en büyükleri Bergama ve İskenderiye'de bulunanlardır. "Bu iki büyük kütüphane diğer helenistik dönem kitaplıkları gibi halk kitaplığı gibi tanımlanmasına karşın "halksız", büyük ölçüde "elit" mekanlar haline gelmişlerdir. Örneğin, İskenderiye kütüphanesi halk için değil müze çalışanları için tasarlanmıştır. Bütün bu saklama çabalarına karşın bu kütüphanelerden günümüze kalan eser sayısı çok azdır. Roma'da gerçek anlamda ilk halk kütüphanesi imparatorluk döneminde kurulmuştur. Oysa özel kütüphaneler bundan aşağı yukarı yüz yıl öncesine rastlar. (Baldini, 2000:49-50) Halka

açık kitaplıkların kurulmasına büyük katkıları olan iki büyük dinsel ve siyasal olay Protestan Reformu ve Fransız Devrimi'dir. (Baldini, 2000:76)

(...) Bildiğimiz şekliyle demokrasi, başlangıcından itibaren yaygın okuryazarlıkla bağlantılıdır ve siyasal birimleri aşan bilgi dünyası nosyonu da büyük ölçüde böyledir: Helen dünyasında, farklı halklara ve ülkelere yazılı söz aracılığıyla ortak bir yönetsel sistem ve birleştirici bir kültürel miras verilmişti. Yunanistan, böylelikle her biri kendi yerel bilgi yeteneklerine sahip olan Doğunun o daha önceki uygarlıklarına oranla, çağdaş okuryazar dünyanın dünya çapındaki entelektüel geleneğinin bir modeli olmaya çok daha fazla yakındır. (...) Yunanistan'daki kültürel geleneğin ana unsurlarından bazılarının yazıya dökülmesi, bizce iki şeyin bilincine varılmasına yol açtı: şu andan farklı olarak geçmişin ayırımına varılması ve yaşam görüntüsünde, bireyin kültürel gelenekten kaydedilmiş biçimiyle miras aldığı fitri tutarsızlıkların ayırımına varılması. Yaygın alfabetik yazının bu iki etkisi o zamandan bu yana sürmüş ve kendilerini çoğaltmış, matbaanın gelişmesinden sonra da bu sürecin hızı artmıştır. (Goody, Watt, 2005:152-153)

Gutenberg'in buluşu iletişimde gerçek bir devrime neden olmuştur. Ünlü bilim tarihçisi George Sarton oynar başlı harfleri "Rönesans'ın en büyük buluşu" olarak tanımlar. Myron Gilmore'a göre "oynar başlı harfli matbaanın icadı ve gelişimi batı uygarlığının entelektüel yaşamında en köklü devrime neden olmuş, düşüncelerin biçimlenmesi ve yaygınlaşmasında yeni ufuklar açmıştır ve etkisi önünde sonunda insan davranışlarının her alanında kendisini göstermiştir". Basılı eserler, editörler arasında en fazla okuyucuya ulaşabilmek için başlayan yarış nedeni ile yavaş yavaş el yazması kitaplardan farklılaşmaya başlamıştır. Örneğin, el yazmacılar için tüketiciler değil, üreticiler ön plandayken bu düşünce basım ile birlikte tersyüz olmuştur. (Baldini, 2000:65)

Matbaa yalnız yazım ve dilbilgisini değil, dillerin vurgusunu ve çekimini de değiştirerek, kötü dilbilgisini mümkün hale getirmiştir. (McLuhan, 1999:324) Bu durum, sözel kültürden kesin bir kopuş anlamına gelmektedir.

Tipografik kültürden sonra yazar ve okur tipleri öyle büyük değişikliklere uğramıştır ki bu konuyu daha dikkatli ve analitik bir biçimde incelemek gerekir. Böylece Gutenberg'in başlattığı bu devrimle gelen değişikliklerin temel noktalarını görebiliriz. (...) Yazarın kimliği sorunu ancak basımın sözcüğü ticari bir mal yaparak sözlerin özel mülkiyet oluşu gibi yeni bir bilinç yaratmasından sonra ortaya çıkmıştır. Tipografik kültürle birlikte, yapıt hırsızlığı bir suç olmuş ve kaynakça göstermek zorunlu hale gelmiş binbeşyüzlerden sonra yazarların başlıca sorumluluğu haline gelmiştir. "Elyazması çağında, bir başkasının yapıtını kopya ederek yaymak övgüye değer bir eylem sayılabilirdi, basım çağında aynı şey dava açılmasına ve tazminat ödenmesine yol açabilir". Tipografik kültürde bir yazar, özgürlüğü oranında beğenilir, oysa Orta Çağ insanları yazarlarda özgünlük aramazlardı. Bununla ilgili olarak, Latin kilisesinin en verimli yazarlarından San Beneventura da Bagnoreggio'nun bir yazısı vardır; burada yazar, kitap yazmak için dört değişik yöntem olduğunu söyler: Ona göre "bir kimse, başkasının yapıtlarını hiçbirşey değiştirmeden ve eklemeyen yazabilir, o zaman kendisine salt "yazıcı" denir. Bir kimse, başkasının yapıtlarını kendinin olmayan eklemelerle yeniden yazarsa ona "derlemeci" denir. Bir kimse, hem başkalarının hem kendi

yapıtlarını yazar ama başkalarınınkini ön plana alıp kendininkileri açıklama biçiminde eklerse ona “yorumcu” denir. Bir kimse, hem kendi kitabını hem de başkalarının kitaplarını yazar ama kendininki ön planda olur ve başkalarınınkiler doğrulama ve sağlama biçiminde olurlarsa, o kimseye “yazar” denmesi gerekir. Yazarlık hakkı yöntemi, yani bir yazarın kitabının satılan kopyaları karşılığında yayıncıdan para alması, çok zor kabul edilmiştir. (...) Yazıları sürekli afaroz edildiğinden çok tutulan Rotterdamlı Erasmus, yayıncısının maaş bağladığı ilk yazardır. (Baldini, 2000:68-70)

Çeşitli düşünürler, modern okuryazar toplumlardaki “mantıksal olmayan düşünce”nin varlığını ısrarla sürdürdüğü gerçeğini çözümleyemediklerini ifade etmektedirler. Ama şunu kabul etmeliyiz ki uygarlığımızda yazı, sözlü iletişime bir alternatif değil, bir ilavedir. (Goody, Watt, 2005:168)

Gazeteye Geçiş ve İlk Gazeteler

Binaltıyüzlerin birinci yarısında ilk akademik-bilimsel dergiler çıkmıştır. İlk dergiler 1605'de Anvers'de basılan Nieuwe Antwersche Tijdingne ve 1609'da Strazburg'da basılan Ordinari Avis'a'dır; ilk gazeteler 1618 ile 1623 arasında Amsterdam, Viyana, Londra ve Paris'de basılmışlardır. Bunların arasında en ünlüsü Fransız doktor Theophraste Renaudot tarafından çıkarılan ve 13.Louis'nin de katkıda bulunduğu gazetedir; ilk günlük gazete ise 1660'da Leipzig'de basılan Leipziger Zeitung'dur. (Baldini, 2000:81) Başka kaynaklarda ise, ilk gazetenin 713 yılında Çin'de Kaiyuan dilinde yayınlandığı, 1556 yılında da Venedik'te hükümet tarafından aylık olarak çıkarılan “Notizie Scritte” görülmektedir. Okuyucular bunun için “gazetta” adı verilen madeni paralar ödemekteydiler. (<http://www.wan-press.org/article2822.html>)

Yayımlanan bu ilk gazetelerden önce de binüçyüzlerde büyük ticari şirketlerin merkez ve şubeleri arasında özel mektuplaşmalar söz konusudur. Bu mektuplar, malların fiyatları, gemilerin gidiş gelişleri, Avrupa'nın en önemli saraylarında olan bitenler hakkında haberler içerirlerdi. Binbeşyüzlerde bu özel mektuplar basılmaya da başlanmış ve böylece ilk haber kitapları ortaya çıkmıştır. Bunların en eskisi 1513'de Londra'da çıkan Treve Encounter'dir; daha sonraları bugünkü gazetelerin öncüleri olan haber bültenleri çıkmaya başlamıştır. Valerio Castronovo'nun yazdığına göre, sırasıyla "bildiri mektupları", "seçkin öyküler", "uçan sayfalar" gibi yayım biçimleri, binbeşyüzlerin ikinci yarısı ile binaltıyüzlerin ilk otuz yılı arasında gerçek ve tam anlamıyla gazeteciliğin doğmasının öncüleri olmuşlardır. Böylece, değişik tüm politik ve toplumsal gereksinimlerle birlikte dergi niteliğinde bir haber etkinliği başlamış ve kağıt yapımı, tipografi sanatı ve posta hizmetlerinin düzeltilip uzmanlaştırılması sağlama bağlanmıştı. Doğal olarak, el kitaplarından ya da almanaklardan basılı kağıda geçmek birden bire olmamış, bu yeni ürün kendiliğinden bireylerin ve toplumun ilgi ve beğenisini kazanabilecek değer, geçerlilik ve kapsama ulaşmamıştır. Tam tersine, bu haber derleme ve yayma biçimlerinin yanısıra varlıklarını sürdürmüşlerdir. 1680'de Frankfurter Journal 1500 kopya basmaktaydı, bu sayı benzer yayımların normal baskısının aşağı yukarı on katıydı. Binyediyüzlerin başında gazeteler artık bugünkü biçimini almışlardır. Okuyucu mektuplarını ve gazete yönetmeninin verdiği yanıtları basıyorlar, De Foe ve Swif gibi büyük yazarların makalelerine yer veriyorlardı; ayrıca ödemeli küçük ilanlara da

başlamışlardır. Aslında, reklamlara yer veren ilk gazete Renaudot'un gazetesidir; bu Forges les Eaux adlı maden suyunun reklamı olup, şu biçimdeydi:"Mevsimin kuruluşu maden sularının daha çok aranmasına neden olmuştur; bunlar arasında Forges en çok içilendir. Otuz yıl önce ilk kez büyük hekim Martin tarafından kullanılmaya başlamış ve halkın de beğenisini kazanmıştır. Bugün kralın doktoru Bonnard, bu suya olan derin ve sarsılmaz inancını belirtmiş, Kral hazretlerinin de bu sudan içtiğini ve bütün saray halkının da kendilerini örnek aldığı bildirmiştir". Binsekizyüzlükte günlük gazete artık "yüksek tabakanın olmaktan çıkmış ve herkesin gazetesi olmuştur. Bu da üç koşula bağlıdır; gelişmiş toplumların yaygınlaşması, sınıflar arasında okuma yazma bilenlerin sayısının artması, yüksek baskı ve düşük fiyat olanağı sağlayabilmek için tipografi endüstrisinin teknik yönden ilerlemesi. Bu değişim, gazetelerin günlük satışlarında da görülmüş ve 1870'de yedi milyondan (gelişmiş dünya nüfusu 350 milyon iken) 1914'de (aynı bölgelerde nüfus 650 milyona çıkmışken) yetmiş milyona fırlamıştır. Yeni makinelerin ortaya çıkması maliyeti ve satış fiyatlarını etkin biçimde düşürmüştür. 1840'da La Press 25.000 sayıyla, 1880'de Daily Telegraph 300.000 sayı ve aynı yıl Petit Journal 650.000 sayı ile rekor kırmışlardır. İngiliz-Boer savaşları sırasında Daily Mail'in günlük satışı bir milyona ulaşmıştır". (Baldini, 2000:82-83)

Gazetenin Konumu

Bu yıllarda ortaya çıkan önemli bir buluş ise iletişim dünyamızda köklü değişikliklere yol açacak derecede etkin olacaktı. Fakat o yıllarda bu gücünün farkında olduğu tam olarak söylenemez. Bu buluş Telgraf idi ve bu araç ileride insanlığın karşılaşacağı enformasyon bombardımanının bir habercisi gibiydi. Ama sanki bu uyarı farkedilmemiş gibi günümüzün enformasyon fazlalığı ve zaman sıkışması yaratan bu durum ortaya çıktı.

Telgrafın asıl kuvveti onun enformasyonu taşıma yeteneğinde yatıyordu, toplama, açıklama ya da analiz etme değil. Bu bakımdan telgraf tipografinin tam zıddıydı. Örneğin kitaplar, mükemmel bir birikim taşıyıcısı, ağırbaşlı inceleme yeri, enformasyonla fikirleri düzenleyen bir analiz zeminidir. Bir kitabı yazmak ve okumak, içindekileri tartışmak, sunuluş biçimi dahil olmak üzere değerli özellikleri hakkında yargıda bulunmak, hep zaman isteyen şeylerdir. Bir kitap, düşüncüyü sürekli kılıp geçmişin yazarlarının büyük konuşmalarına katkıda bulunmayı amaçlayan bir girişimdir. Dolayısıyla, dünyanın her yerindeki uygar insanlar bir kitabın yakılışını anti-entelektüelizmin alçakça bir biçimi sayarlar. Oysa telgraf sizden kitabın içindekileri yakmanızı talep eder. Süreklilik, kalıcılık ya da tutarlılık testinden geçirdiğimizde telgrafın hiçbir değeri kalmaz. Telgraf yalnızca mesaj çakmaya, her biri daha yeni mesajlarla hemen eskiyecek mesajları iletmeye uygundur. Olgular başka olguları, değerlendirme yapmaya ne olanak tanıyan ne de bunu gerekli gören bir hızla bilincin önce gerisine, daha sonra dışına atar. Telgraf, çarpıcı özelliklere sahip biçimi olan bir kamusal konuşma tarzını gündeme sokmuştur: Telgrafın dili başlık diliydi. Sansasyonel, parça parça, gayri şahsi başlıklar. Haberler, ya heyecanla dikkat çekilen ya da süratle unutulacak sloganlar biçimine bürünmüştü. Haberlerin dilinde hiçbir süreklilik izi görülemezdi. (Postman, 2004:83)

Tarihçi Macaulay, İngiltere'de parlamentoyu etkileme gücünü görerek basın için "dördüncü güç" ifadesini ilk kez kullanmıştır. F.Knight Hunt'ta, 1850 yılında yayınladığı

kitabının başlığı olarak “dördüncü güç” terimini kullanmıştır. Asa Briggs ve Peter Burke, bu terimin sadece İngiltere’de değil, Avrupa’nın diğer ülkeleri ve Amerika’da da kabul gördüğünü söylemektedir. Yine çok bilinen “bilgi güçtür” terimi de ilk kez 1831 yılında yayınlanan *Poor Man’s Guardian* gazetesinin üzerine slogan olarak her gün basılmaktaydı. Onlar ayrıca bilginin, gazete ve kitaplardan elde edilebilen bilgilerden daha fazlası olduğuna inanıyorlardı. Elektronik medyanın ortaya çıkmasından beri çok uzun zaman geçmesine rağmen matbaa temel bir araç olarak kalmıştır. Gazetelerin yanısıra dergiler, kitaplar ve ansiklopedilerin yayınında büyük bir artış olmuştur. Teknoloji belirleyici faktör olmamıştır. (Briggs, Burke, 2004:213-214)

Lippman, “Çok sayıda insan bir gazeteyi kendi yaşantıları çok sıkıcı olduğu için ve başkaları hakkındaki yazılardan heyecan duymak için alır,” saptamasında bulunmuştur. “Böylece okurlar başkaları ile kendilerini özdeşleştirerek, bir dizi hayali insan hakkında yazılanlardan kendine mutluluk payı çıkarır.” Ancak o bundan daha derin bir şekilde araştırmalarda bulunmuş ve iki Pulitzer ödülü kazanmıştır. Onun etkin ve sık sık yeniden basılan kitabı *Public Opinion* (Kamuoyu Düşüncesi) 1922 yılında basılmıştır ve bu konudaki tüm kitaplar içinde belki de en ünlüsü olarak kalmıştır. Lipmann basının gücünün haberin kendisinin akışından çok, gazetenin editörünün kişiliği ile ifade edildiğini öne sürmüştür. Karmaşık bir modern dünyada haber kaçınılmaz olarak seçilerek verilmektedir. Habermas’ın söylediği gibi medya bozulmuş, reklamcılar yönlendirilmiş ve hükümetler rüşvet çarkı içine girmiş olduğu zaman kamuoyu düşüncesinin muhafaza edilmesi zordur. (Briggs, Burke, 2004:224-225)

1970’li yıllar önemli değişikliklerin de yaşandığı yıllar olmuştur. Bu dönemde elektronik medya oluşumuna doğru ilk adımlar atılmaya başlamıştır.

Bu koşullar altında eski Amerikan gazeteleri bu yeni duruma uyum sağlamak zorundaydı. Eski gazete bürolarının yerine bilgisayarlarla donatılmış, daha fazla eğitimli gazetecilerin çalıştığı yapı değişikliğine gidilmiştir. 1973 yılındaki elektronik editör terminalinin piyasaya çıkmasına kadar baskılar hala “offset” olarak yapılmaktaydı ve eski kokular ve gazete binasındaki eski sesler hala vardı. (Briggs, Burke, 2004:232)

Elektrik-Elektronik Kültüre Geçiş Dönemi

Kısaca duygu, düşünce ve bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması olarak ifade edilebilecek iletişim toplumsal bir süreçtir ve hem toplumsal dinamiklerden etkilenecek hem de toplumlara etkileme özelliğine sahiptir. (<http://www.seslisozluk.com/?word=ileti%FEim>, 2005) Farklı kuramlar tarafından değişik şekillerde adlandırılrsa da bir iletişim sistemi temel olarak üç temel unsurdan meydana gelmektedir:(Oskay, 1999:32-38)

1. İletişimi başlatan (iletileri gönderen)
2. İletiler (mesajlar, gönderilen içerik)
3. İletileri alan (iletilerin hedefi).

Teknik olarak birden çok alıcıya ulaşıldığından bire-çoklu iletişim modeli kapsamına giren yayıncılık da bir bilgi yayma aktivitesi veya gelmiş olduğu konum boyutuyla

endüstrisidir. Zaman içerisinde gelişen teknolojiler bağlamında yayıncılık da değişime uğrayarak çeşitli formlara ulaşmıştır. Bu değişimin ardında yatan bir başka ve belki de en önemli olan etken ise insanların teknoloji sonucu farkına varmış olduğu zaman ve mekandan bağımsız bilgiye erişme dürtüsüdür. Yayıncılığın bu isteklere cevabı 24 saat ve anında okuyucularına/izleyicilerine hizmet sunmak şeklinde ortaya çıkmaktadır. Yaşanan bu değişiklik sanayi toplumunun yerini bıraktığı enformasyon toplumunun kaçınılmaz sonuçlarından birisidir. Günümüzdeki anlamıyla baskı yayıncılığı ve sinyal yayıncılığı olarak temel iki bölüme ayırabileceğimiz yayıncılığın gelişimini şu şekilde sıralayabiliriz:(Mattelard, 1998:75-86)

1. İnsanlığın en eski ve temel iletişim aracı olarak Ses ile iletişim.
2. Önce duvar ve taş tabletler üzerine kazınarak sonra M.S. 105 yılında Çinlilerin kağıdı icat etmesi ile başlayan Yazı ile iletişim.
3. 1450’de ilk taşınabilir basım aletinin icadı ile başlayan yazının çoğaltılarak gerçek anlamda yayıncılığın başlaması.
4. 1920 yılında Radyo yayıncılığının ve hemen arkasından 1939 yılında da ilk TV yayıncılığının başlaması.
5. 1960 ve 1970’li yıllarda televizyon ağlarının kurulması ve kablolu TV yayıncılığının başlaması.
6. 1980’li yılların başında Kişisel bilgisayarların ortaya çıkması ile Masaüstü Yayıncılığın başlaması.
7. 1990’lı yılların başında başlayan Elektronik Yayıncılık (Multimedya Yayıncılık) ve Internet üzerinde Internet yayıncılığın başlaması.

Masaüstü Yayıncılık Dönemi

İlk bölümlerde de değinildiği gibi baskı yayıncılığı açısından Gutenberg’in basmış olduğu İncil, yayıncılığın başlangıç noktası olarak sayılabilir. Farklı teknik ve materyallerin kullanılmış olduğu ve oldukça uzun süren yayıncılığın ilk döneminde daha kaliteli ürünler için özellikle baskı öncesi hazırlık konusunda önemli arayışlar görülmüştür. Bu arayışların bir ürünü olarak da masaüstü yayıncılık kavramı ortaya çıkmıştır. Başlangıcı 1985 yılına dayanan masaüstü yayıncılık, kitap, magazin ve broşür gibi basılmak için tasarlanan materyalleri tasarlama ve yayına hazırlama süreci olarak tanımlanabilir. (Aydın, 1996, 42-60) Özellikle baskı öncesi hazırlık amacıyla geliştirilen grafiksel yetenekleri yüksek bilgisayarlar ve yazılımlar masaüstü yayıncılığın gelişiminde önemli katkılar sağlamıştır. Masaüstü yayıncılığın en önemli özelliği belgenin basıldığı zaman nasıl olacağını bilgisayar ekranında sunma olarak tanımlanabilecek WYSIWYG (What You See Is What You Get – Ne Görürsen Onu Alırsın) dir. (<http://www.webopedia.com/TERM/W/WYSIWYG.html>, 2005)

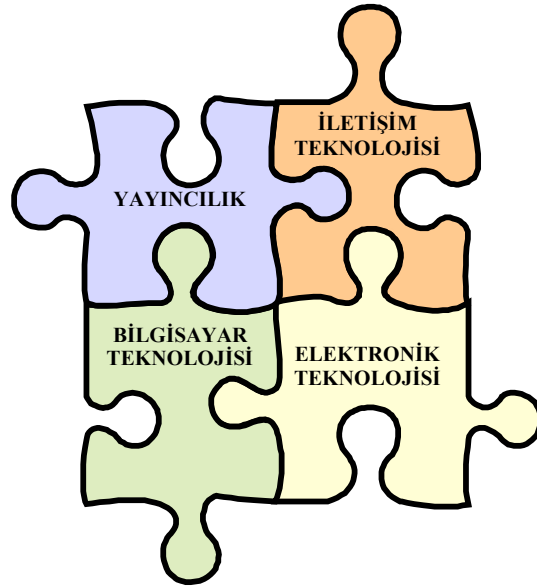
Elektronik Yayıncılık Dönemi

Bilginin elektronik olarak depolanarak şekil verildiği fakat üretim şeklinin geleneksel kağıt temelli metotlarla gerçekleştirildiği yayıncılık şekline verilen isim olan masaüstü yayıncılık kavramı çok fazla genişleyerek yerini belkide sınırsız olarak da tarifleyebileceğimiz elektronik yayıncılık kavramına terk etmiştir. Bu geçişte daha fazla

insanın kişisel bilgisayar sahibi olarak, tasarımlarını bilgisayar ortamında gerçekleştirmesi ve çalışmalarını kağıt ve benzeri ortamlara aktarmak yerine Disket ve CD-ROM gibi elektronik ortamlara kaydedip buradan başka bilgisayarlara aktarmanın daha kolay bir uğraş haline gelmesi de etkili olmuştur. Elektronik yayıncılığın başlangıç noktası, yayıncılıkta ses yazı ve görüntünün ayrı ayrı değil bir arada kullanılma ihtiyacı olmuştur. Böylece yayınların, hedef kitle üzerinde daha etkili, kolay anlaşılır, etkileşimli ve verimli olması sağlanmıştır. Ayrıca, elektronik ortamda tutulan veri miktarının kağıt ortamında tutulabilen veri miktarına göre çok büyük olması ve hacim olarak daha az yer kaplaması elektronik yayıncılığın gelişmesine ivme kazandırmıştır. Yayıncılar açısından bakıldığında elektronik yayıncılığa yönelten en önemli neden basılı ürünlerden elde edilen kazançların azalmasının yanında üretim maliyetlerinin artmasıdır. (Kleper, 2001:92-98)

Bilişim sistemlerinin belki de en büyük amacı bilginin maksimum düzeyde yayılımını sağlamaktır. Farklı kaynaklar tarafından üretilen bilgi değişik yayıncılık modelleri aracılığıyla yayımlanır. Bilginin yayılımı açısından bakıldığında elektronik yayıncılık doğru zamanda doğru bilgiyi doğru kişiye ulaştırmak misyonuyla yeni bilgi toplumu için önemli bir atılım olarak ortaya çıkmıştır. Bilgi, alıcının bakış açısını değiştirecek kapasiteye sahip önemli bir zihinsel varlıktır. Bu gücünden dolayı da endüstri sonrası toplumda tüm yatırımlar entelektüel sermaye olan bilginin edinilmesi, işlenmesi ve yayılması adına yapılmıştır. Yatırım alanlarından birisi olan yayıncılık endüstrisindeki gelişmelerin de bilgi sistemleri ve servisleri üzerinde önemli etkisi olmuştur. Bu durum bilgilerin giderek daha hızlı bir şekilde kitle iletişim araçlarıyla yapıldığı elektrik ve elektronik medya kültürünün ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamıştır. Grafik, metin, resim, tablo, denklem vb. öğeler içeren belgelerin üretim süreci olarak tanımlanabilecek elektronik yayıncılık şu şekilde simgelenabilir:

(<http://eprints.rclis.org/archive/00001615/01/Electronic-publishing.PDF>, 2005)



Elektronik yayıncılık teknolojilerini genel olarak iki kategoride toplamak mümkündür: bilginin merkezi bir bilgisayarda depolandığı ve kullanıcılara telekomünikasyon sistemleri aracılığıyla dağıtıldığı birinci yöntem ve verinin dijital olarak disk veya diğer fiziksel dağıtım araçları üzerine depolandığı ikinci yöntem. Elektronik yayıncılık modelleri arasında; elektronik kitaplar, elektronik süreli yayınlar, elektronik veri tabanları, CD-ROM ve DVD-ROM üzerinde elektronik yayıncılık sayılabilir. (Romano, 1996:74-82)

İsteğe Bağlı Yayıncılık ve E-Kitaplar Dönemi

Günümüzde, elektronik veya basılı olsun tüm yayıncılık belirli bir düzeye kadar elektronik ortamda gerçekleşmektedir. Süreli yayınlar, referans yayınları ve benzerleri neredeyse basılı yayıncılığı ortadan kaldıracak kadar elektronik yayıncılık konusunda ileri gitmişlerdir. Günlük dergiler ve kataloglar ise daha çok elektronik ortamda üretim teknolojileri ile ilgilenirken, gazeteler baskı sürecinin entegrasyonu ve Internet yayıncılığı konularında yoğun çalışmalar yapmaktadırlar. E-kitaplar, şu an için hala seçimlik olarak duruyor olsa da önemli avantajlar taşımaktadır. Bu avantajlar özellikle ders kitapları ve akademik kitapları basan yayıncılar için geçerlidir.

(http://www.galaxy.gmu.edu/interface/I03/I2003Proceedings/HlavkaZdenek/zh_iface.pdf, 2005)

Klasik anlamdaki basılı ürünler baskı teknolojileri gereği düşük tirajlı işlerde randıman vermemektedir. Bunun yanında ise okuyucular kendileri için daha özel yayınlar talep etmektedir. Mevcut sistemlerle bu isteklere cevap vermekte zorlanan yayıncılık endüstrisi taleplere cevap vermek adına yeni teknolojilere yatırımda bulunarak, kullanıcıların isteklerine cevap vermeye çalışmıştır. Bunun en güzel örneklerinden birisi özellikle hava alanlarında yolcuların istedikleri gazetenin istenen dildeki versiyonlarını basıp okuyabilecekleri kiosklardır.

(http://www.artesgraficas.com/pragma/documenta/artesgraficas/formas/21027/9-On_Denand_Pub.pdf, 2005)

Internet Yayıncılığı Dönemi

Bazı çevreler tarafından yeni ortam, bazı çevreler tarafından da alternatif medya olarak da ifade edilen internetin kullanımının yaygınlaşması beraberinde bu ortam üzerinde işleyen yeni bir habercilik türünün ortaya çıkması sonucunu doğurmuştur. Hayatımızın tüm alanını bir örümcek ağı gibi saran internet aynı zamanda bilgiye ulaşım ve bilginin yayılması konusunda sağlamış olduğu imkanlar ile habercilik için de vazgeçilmez bir araç olmuştur. Maliyet ve fonksiyon avantajları ile geleneksel medya kuruluşlarının ilgisini çekerek bir yatırım alanı haline dönüşen internet, bu yeni yatırımlarla internet gazeteciliği kavramını hayatımıza katmıştır. (Yedig, 2002:23-28) Hatta yalnızca internet üzerinden yayın yapan haber portalları da devreye girmiştir. Bunlardan ayrı olarak, insanların bilgiye ve habere olan ihtiyaçları, insanların habere olan merakı sebebiyle asıl işi habercilik olmayan arama motorları dahil, bir çok irili ufaklı internet siteleri de haber kanalları açmışlar; en azından sayfalarında günün gelişen haberlerini en hızlı biçimde yansıtma yarışına girmişlerdir. (<http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/36.doc>, 2005)

Etimolojik açıdan incelendiğinde gazete günlük kayıt anlamına gelen Latince diurnalis sözcüğünden gelmektedir. Terim bir veya daha fazla ortam vasıtasıyla sunum için haberlerin toplanması ve düzenlenmesi anlamına da gelmektedir. Ancak günümüzdeki yayıncılık uygulamaları ve neredeyse anlık yayınlar terimin Latince kökünden uzaklaşmasına yol açmaktadır. Yeni elektronik ortamlar yardımıyla anlık güncellemeler aradaki bu farkın açılmasını güçlendirmektedir. Gerçekten de internet elektron ve elektromanyetik dalgaların hızıyla sınırlı olacak şekilde haber ve bilgilerin süratli biçimde transferine olanak tanımaktadır. Ancak herkesin potansiyel yayıncı konumuna geldiği bu ortamda, kimlik, bilgiye erişme, anonimlik ve entelektüel varlık gibi konular internet gazeteciliğini doğrudan etkilemektedir. İnternet radyo, televizyon ve basının yanında dördüncü bir gazetecilik türünü ortaya çıkartmıştır. Ancak birkaç güzel uygulamanın dışında kişisel iletişim, eğlence ve pornografinin hüküm sürmüş olduğu internet ortamında bu yeni tür çok da fazla hak etmiş olduğu değeri görmemektedir. Yeni ortamdaki gazetecilik kullanıcıların parmaklarını sokabilecekleri hatta bilgiler ekleyebilecekleri bir araç tarafından tehdit edilen kapı bekçisi rolüne benzetilebilir. Elektronik ortam güvenilir olmasının yanında hızı ve görsel işitsel özellikleri ile gazetecileri acele etmek manasında yoldan çıkartıcı bir etkiye de sahip gözükmemektedir. Her ne kadar internet haberleri aktarmak konusunda başarılı olsa da kullanıcıların detaylı bilgi yerine bu araca hızlı haberler için baktığı da unutulmamalıdır. Gazetecilik mesleği açısından bakıldığında eğitim ve tecrübeye bakılmaksızın web üzerinde bilgi gönderen kişiler yayıncı, bilgi yazan kişiler de gazeteci sıfatına konu olabilmektedir. (http://bradleyosborn.com/z/RESUME/academic/ethics_and_credibility_in_online_journalism.pdf, 2005) Burada da, San Beneventura da Bagnoreggio'nun yazar türleri üzerinde yaptığı sınıflandırma geçerliliğini korumaktadır.

Bütün bu olumlu olarak niteleyebileceğimiz özelliklerinin yanı sıra, İnternet yayıncılığının son dönemde ilginç bir yol izlediği de gözlemlenmektedir. Özellikle internet dergileri, okuyucu ve reklam gelirlerini arttırmak için tekrar basılı bir versiyonlarını çıkarma yoluna gitmektedirler. Öte yandan, insanlar içinde yaşadığımız ağ toplumunda hala sayfaları çevirmekten büyük zevk almaktadır. Bu durumda, düşük yayıncılık maliyetleri sayesinde çabuk zenginleşen, bir zamanların kağıt düşmanı İnternet yayıncılarının, neden yazılı dünyaya yatırım yaptıkları sorusunu cevaplamaktadır. Basılı yayıncılık günümüzde hala reklamverenlerin de tercih ettiği bir mecra olarak önümüze çıkmaktadır. Bu da kağıdın fiziksel mevcudiyedinin, insanlara inanılabilirlik ve güvenilirlik vermeye devam ettiğinin bir göstergesidir.(Lee, 2006:76)

Güncel Yayıncılık Ortamlarının Yayıncı ve Okuyucu Açısından Avantaj ve Dezavantajları

Tipografi kültürünün başlangıcını Gutenberg'in buluşu olarak kabul edecek olursak, yayıncılık sonucu ortaya konulan basılı ürünlerin biri basan ve yayan diğeri de bu basılanları alıp okuyan olmak üzere iki tarafı mevcuttur. Farklı yayıncılık sistemleri bu taraflar açısından incelendiğinde değişik avantaj ve dezavantajlara ulaşılmaktadır.

Basılı ürünler açısından incelendiğinde, bu sistemin üreticiler açısından pek fazla bir avantajı olduğunu söylemek mümkün gözükmemektedir. Kullanıcı açısından ise pek çok kullanıcı için basılı ürünler hala en uygun formattır. Üretici açısından basılı ürünlerin üretimi hem pahalı, hem zor hem de zaman açısından daha uzun süre gerektirmektedir. Paketleme ve dağıtım aşamalarındaki zorluklar ise ürünün büyüklüğü ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Kullanıcı açısından en önemli dezavantajı ise depolama da ortaya çıkmaktadır. Özellikle de bir ürünün birden fazla tercüme ve yorumunu saklamak isteyen okuyucular da bu sorun daha fazla önem arz etmektedir.

Elektronik belgeler kavram olarak biraz belirsizlik arz etse de tam olarak disket, CD gibi fiziksel ortamları ifade etmektedir. Bu ürünler açısından bakıldığında üretici için üretim ve dağıtım bakımından avantaj sağlamaktadır. Okuyucu için ise daha fazla avantaj yarattığı söylenebilir. Özellikle de elektronik belgeler içinde aramanın kolaylıkla yapılması, metin içindeki bağlantılar aracılığıyla belge içinde rahatlıkla gezinmesi ve sunumlar için kolaylıkla taşınabilirlik imkanı sağlaması bakımından. Üretimi kolay olmakla beraber üretim artık masaüstünde gerçekleştiğinden dolayı teslim zamanına daha fazla uyum gösterme disiplini kazanmak ve değişiklikleri anında yapmak gibi dezavantajları taşımaktadır. Kullanıcı açısından bakıldığında ise belgenin okunması sırasında taşınabilir bilgisayarın bataryasının bitme ve yarıda kalma gibi bir risk söz konusudur.

Web tabanlı belgelere bakıldığında, esas itibarıyla elektronik sınıfına girmekle beraber dağıtım metodu bakımından elektronik belgelerden ayrılmaktadır. Elektronik belgelerde olduğu gibi web tabanlı belgeler de farklı formatlara sahip olabilir. Buradaki tek fark, belgelere ulaşmak için Internet'in araç olarak kullanılmasıdır. Üretici açısından elektronik belgelerde bahsedilen tüm avantajların yanısıra, mekan bağımsız üretim gerçekleştirme, işgücü ve maliyet açısından da avantaj sunmaktadır. Okuyucu ise zaman ve mekandan bağımsız olarak belgelere erişebildiği gibi bilgisayarındaki bilgileri kaybetme gibi bir riski de bulunmamaktadır. Dağıtım maliyetleri neredeyse yok denecek kadar az olduğundan dolayı web ortamı belkide geleneksel kağıt ortamında basılıp dağıtılmayacak olan bilgilerin yayınlanması için eşsiz bir imkan sunmaktadır. Bununla beraber, bu tür belgeler, orgnizasyonun bir web sayfasının olduğunu ve bunun maliyetlerini kabul etmektedir. Kullanıcı açısından incelendiğinde ise zayıf bir Internet bağlantısı veya Internet bağlantısının olmaması o belgeye hiç ulaşamamakla aynı anlama gelmektedir. (<http://www.lucidwriting.com/shop/free/MethodsOfPublishing.pdf>, 2005)

Yayıncılık alanında tipografi kültüründen elektrik- elektronik kültüre doğru hızlı bir geçiş yaşanmaktadır. İletişim ve yayıncılık teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak yaşanan bu geçişte tüm yayıncılık türlerinde sayfa kavramının değişmeyerek varlığını sürdürmesi bir metafor olarak görülebilir.

(<http://www.mcdonald.cam.ac.uk/Projects/Chip/Chip203.htm>, 2005)

Internet Gazeteciliği: Değişim ve Dönüşümlerin Gazetecilik Üzerindeki Yansımaları

Bilişim Çağı'nın Yeni Dünya Düzenine etkileri tıp, ekonomi, kültür gibi alanların yanısıra iletişim alanında da kendini göstermiştir. Bu büyük gelişim küreselleşme ve

etkileşim yoluyla yeni kavramlardan yeni bir toplumdaki bahsedilmesine yol açmıştır. Bu dönemde iletişim ağlarının gelişimi, bir yandan uydu teknolojilerinin ilerlemesiyle öte yandan fiberoptik kabloların yaygınlaşması ile kendini göstermiştir. Günümüzde kablosuz ağ teknolojileri ile bu evrim sürmektedir. Bu ağlar arasında en yaygın olarak kullanılan ve hayatımızın büyük bir alanına nüfuz eden bir yapı olan ağ da İnternet'tir. İnternet askeri bir projeden yola çıkılarak yaygınlaşan bir yapı olmasına rağmen, günümüzde özgürlüklerin ortamı olarak görülmektedir. İnternet, iletişimi, ekonomik, kültürel, toplumsal ve hatta bireysel anlamda derinden etkilemiştir. Bu anlamda kitle iletişiminin çok büyük bir enstrümanı olan gazeteler ve gazetecilik kavramı Bilişim Çağı'nın getirdiği yeniliklerden ciddi bir şekilde etkilenmiş ve kendi içinde yeni evrimler geçirmeye başlamıştır. Bu evrim süreci insanın kendini geliştirme duygusu varolduğu devam edecektir.

Bilişim teknolojilerinin geleneksel gazeteciliğe getirdiği yeni olanakların yanı sıra, İnternet sayesinde daha önce hiç varolmayan ancak büyük bir hızla yayılan ve okuyucu kitlesini genişleten "İnternet gazeteciliği" kavramı da ortaya çıkmıştır.(Gezgin, 2002:30) Bu tip gazeteciliğe çeşitli kaynaklarda "çevrimiçi (online) gazetecilik" veya "elektronik gazetecilik" olarak da rastlanmaktadır. Temelde gazetecinin haber verme amacıyla herhangi bir değişiklik yoktur, ancak haber toplama teknikleri, haber yazma teknikleri ve haberi yayınlama teknikleri çeşitli değişim ve dönüşümlere uğramış olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet gazeteciliğinin en büyük avantajı, sloganı olarak tanımlayabileceğimiz "TV kadar hızlı, Gazete kadar ayrıntılı" cümlesinde yatmaktadır. (Çalışkan, 2001:95)

Gerçekte İnternet gazeteleri sık güncellenme, sınırsız yer, sesli ve görüntülü dosyalara erişim, arşivler, habere birden fazla kaynaktan erişim gibi avantajları sonuna kadar kullanarak kendine iletişim dünyasında çok farklı bir yer edinmiştir. İnternet gazeteciliği ayrıca özgün içeriği yeni teknolojiyle sunma imkanıyla ön plana çıkan bir oluşum olarak ön plana çıkmaktadır. İnternet gazeteciliğinin yaygınlaşmasında web teknolojilerinin yaygınlaşmasının ve İnternetin kendisinin önemini yanı sıra, hipertekst, hipermedya gibi doğrusal okuma yerine çapraz başvurular yapmaya, dokümanı parçalara bölerek aramaya, anahtar kelimelerle arama yapmaya yarayan alt teknolojilerin gelişimi ve de multimedya gibi aynı belge üzerinde sabit ya da hareketli görüntüleri, sesleri, metinleri, fotoğrafları birarada görmemizi sağlayan uygulamaların gelişimi de önemli rol oynamıştır.(Woodhead, 1991:3)

Geleneksel gazetecilikte, haberi toplayan, işleyen, yayına hazırlayan yazı işleri ve haber merkezleridir, ulusal, yerel ve çeşitli ülkelerdeki muhabirler ile toplanan haberler yanında, gazetelerin abone oldukları haber ajanslarından gelen haberlerden seçilen ve kamuoyu gündemini oluşturan haberler geleneksel iletişim araçları kanalıyla yayına sokulmaktadır. Geleneksel medyanın haber kaynakları, cumhurbaşkanlığı, başbakanlık, bakanlıklar, parlamento, siyasi parti kuruluşları ve temsilcilikleri, üniversiteler, sendika kuruluşları, emniyet ve jandarma, adliyeler, hastahaneler vb.dir.(Yüksel,Gürcan, 2001:70-71) Ücretli veya telifli olarak çalışan bu muhabirler haber merkezlerine haber akışı sağlamaktadırlar. İnternet gazeteciliğinde yazı işleri müdürlüğü ve hiyerarşik yazı

işleri organizasyon şemasının yerini sanal yazı işleri ve basit bir organizasyon şeması alır. Sanal yazı işleri gazetelere yeni olanaklar sağlamaktadır: (Gürcan, Batu, 2002)

- Internet gazeteleri genelde muhabir istihdam etmemektedir. Her Internet kullanıcısı haber gönderebilmektedir. Son yıllarda yaygınlaşan “yurttaş muhabir” kavramı da aslında bu durumu ifade etmektedir. İleriki bölümlerde değinmeye çalışacağımız gazeteciliğin geleceği olarak nitelenen blog gazeteciliği de yine bu çerçevede düşünülmesi gereken bir olgudur. Muhabir istihdam edilmemesi finansal giderlerde maliyet yönünden de önemli avantajlar sağlamaktadır.
- Internet gazeteleri, haberleri genelde ajanslardan ve geleneksel medyadan alıp, çoğunlukla aynen web ortamına aktararak yayın yapmaktadır. Aslında bu durum Internet gazetelerinin en çok eleştiri aldığı noktalardan biridir. Bazen bir çok Internet sitesinde kelimesi kelimesine aynı haberlerin hatta aynı yazım hatalarıyla görülmesi aslında haber ajanslarından alınan ve bir otomasyon programıyla yayına aktarılan herhangi bir editörün gözünün önünden bile geçmeyen haberlerin olmasının sonucudur. Bu durum Bagno Reggio’nun bahsettiği yazıcı tanımına karşılık gelmektedir.
- Internet gazetelerinde foto muhabiri de istihdam edilmemektedir. Internet üzerinde fotoğraf aslında en rahat bulunan öğelerden biri olmasına karşın bu konuda önemli olan olayın gerçek fotoğrafını sayfaya yerleştirmektir. A.B.D’nin Afganistan savaşında çekilmiş asker fotoğraflarının şu an halen Irak’ta olan çatışma haberinin fotoğrafı olarak yayına verilmesi doğru ve etik bir gazetecilik anlayışı olamayacaktır. Ancak bu Internet gazetelerinde zaman zaman rastlanan bir olumsuzluk olarak gözümüze çarpmaktadır.
- Internet gazetelerinde köşe yazarları da istihdam edilmemektedir. Basılı gazetelerde çıkan köşe yazılarını yazarlar çeşitli haber sitelerine göndermektedir. Diğer yazarlar ise editörler, yöneticiler veya dışarıdan hobi amaçlı veya profesyonel olarak yazan “freelance” yazarlardır.
- Internet gazetelerinin haber üretim maliyetleri düşüktür. Gider kalemleri olarak, editör ve web tasarımcılarının istihdamı, ajans aboneliği, web hosting ücretleri, büro giderlerini sayabiliriz. Tiraja veya enformasyonun büyüklüğüne göre olmayan, tamamen sabit bir maliyet vardır.
- Haberciler arşiv veya kütüphanelere gitmeden, evdeki veya iş yerindeki bilgisayarlarından anahtar sözcükler yardımıyla bir çok bilgiye ulaşabilmektedirler. Haberci, çeşitli dijital arşivlerden ve evrensel düzeydeki dijital kütüphanelerden sadece bir bilgisayar ve Internet bağlantısı ile maksimum seviyede yararlanabilme imkanına sahip olmuştur.
- Haberlere hızlı erişim ve hızlı güncelleme imkanı zaten Internet gazetelerinin en göze batan ve onu öne çıkaran öğelerinden biridir.
- Internet gazeteleri etkileşimli bir ortam sağlaması itibarıyla okurlarının tepkilerini anlık olarak alabilmektedir. Bunlar forumlar veya e-posta vasıtasıyla olabileceği gibi yine etkileşim temelinde habere not verme, haberi arkadaşına yollama gibi seçenekelerde okuyuculara sunulmaktadır.
- Internet gazetelerinde yayımlanan haberle ilgili çeşitli detayların ve başka verilerin bulunduğu web sayfalarına linkler verilebilmektedir.

- İnternet gazeteleri, bugüne kadar gazetelerde ayrıntılı yer bulamamış, hava tahminleri, yol, deniz durumlarını anlatan raporlar, tren, metro, uçak tarifeleri gibi pek çok ayrıntılı bilgiye okurun kolay erişimini sağlamaktadır.(Mc Adams, 2003) Eskiden bu bilgiler için hangi bilgi kaynağından yararlanacağı konusunda fazla bilgisi olmayan okuyucu günümüzde İnterneti özellikle bu konularda vazgeçilmez bir dayanak olarak görmektedir.
- Bireyselleştirme özelliği de İnternet gazetelerinin önemli bir özelliği olarak göze çarpmaktadır. Bu sayede, okur sadece ilgilendiği haberlere erişebilmektedir, daha doğrusu gazeteler IP (İnternet Protokol) numaraları aracılığıyla kendileriyle bağlantı kuran okuyucuları ve onların ilgi alanlarını tespit ederek, siteyi ziyaretlerinde ilgi duydukları konuları önlerine getirmektedir. Bu konu sadece okuyucu açısından değil, reklamverenler açısından da önemle değerlendirilmesi ve altı çizilmesi gereken bir durumdur.
- Anahtar kelimeler aracılığıyla gazetelerin arşivlerinde dolaşabilmek ve aranılan bilgiye hiper bağlantılar yoluyla erişebilmekte önemlidir.

Okurlar da İnternet gazeteleri sayesinde daha yüksek beklentileri olan ve daha eleştirel gözlerle dünyayı irdeleyen bireyler olmuşlardır. Diğer yandan, İnternet gazetelerine erişimin ücretsiz olması ve de sınır tanımaksızın İnternet olan her yerden gazeteleri okuma olanağı, İnternet gazetelerinin büyük artıları olarak göze çarpmaktadır. Avrupa'da veya A.B.D.'de yaşayan vatandaşlarımız artık gazetelerin Avrupa baskısını bekleyerek güncelliğini yitirmiş haber okumak yerine, bir bilgisayar ve İnternet bağlantısıyla son dakika haberlerini dahi, anı anına takip edebilmektedirler. Coğrafi sınırları kaldıran, çeşitli değişik gazetelerden farklı fikirleri alma şansı veren ve bunu yaparken aynı mekandan ayrılmanıza bile gerek olmayan bu gazeteler, kullanıcıları gazete okuru olmanın yanında birer Radyo-TV izleyicisi de yapmaktadır. (Ersöz, 1999:152)

E-Gazeteci Kavramı

Elektronik gazeteci dendiği zaman, önceleri teknoloji haberleri yapan, yeni geliştirilen donanımları ve yazılımları inceleyen, ve en önemli özelliği teknoloji tabanlı ve merkezli haberler yapan gazeteciler anlaşılıyordu. Ancak zamanla bu anlayışta değişmiştir ve aslında tüm gazetecilerin bir şekilde elektronikleşmek zorunda olduğu ve bunu başaramayanların mesleği icra etmekte zorluklarla karşılaşacağı iyice su yüzüne çıkmıştır. Bu durumda her gazeteci biraz elektronikleşmek zorunda kalmıştır. Bu durumda, e-gazeteci, gerçekten yaşamın haberini yapan, bunu yaparken de, bilgisayar ve İnterneti kullanan, hangi bilgiyi nerede bulacağını bilen, doğru ve rafine bilgiyi birçok kaynaktan doğrulayıp okura sunan ve gazetecilik etiğini iyi bilen kişi olarak tanımlanabilir.(Kawamoto, 2003:20-23) Gerçekten de gazeteciler artık bilgisayarı iyi kullanmalı ve bazı yazılımlara hakim olmalıdır. En azından, e-posta, forum, posta listeleri, bloglar, haber grupları, dosya transferi gibi basit ve temel bilgilere hakim olmalıdır. Gazeteciler için ayrıca İngilizce de çok önemli bir hale gelmiştir, çünkü İnternet üzerinde çok ciddi anlamda bir İngilizce egemenliği mevcuttur, diğer yandan gazeteciler için teknolojiyi yakından takip etme zorunluluğu da doğmuştur. A.B.D.'de 500 gazeteci üzerinde yapılan bir araştırmada, gazetecilerin büyük çoğunluğu, işlerini

daha kolay yapmada ve iş kalitesini arttırmada Internet etkili bir mecradır diye görüş bildirmişlerdir, yine aynı araştırmada gazeteciler haftada 15 saat e-posta başında geçirdiklerini söylemektedirler. (www.nua.ie/surveys/index.cgi) Bu da gerçekten gazeteciliğin bu anlamda da bir dönüşüm içinde olduğunu gazetecilerin çağın getirdiği etkileşim olgusundan uzak kalamadıklarını göstermektedir.

E-gazeteciler yoğun veri arasında doğru bilgiyi bulma ve onları seçme konusunda çok dikkat etmelidir. Interneti birincil veri başvuru kaynağı olarak da her zaman kullanmamak gerektiğini de gazeteci unutmamalıdır, çünkü Internet üzerinde bazen yanlış referans noktalarına sürüklenmek veya kirli veriyle karşılaşmak mümkündür. Internette alınan bilginin özgünlüğünden ve kalitesinden asla emin olmamak gerekmektedir, gazeteci çoğu zaman siteden sorumlu kişiden haberi doğrulatmalı ve sonra kullanma yoluna gitmelidir. Gazeteci daha önce Internet üzerinde mesai harcamış olmalıdır, sık kullandığı yerler arasında bulunan bazı siteler gazeteciye zaman kaybını önlemek konusunda yardım edebilir. Diğer yandan, gazeteci Internet üzerinde güncel kalmalıdır, bunun için haftada bir kaç saatlik araştırma saati kendine ayırmalı ve Internet üzerinde son gelişmeleri takip etmelidir. Muhakkak bu konuda dikkat edilmesi gereken husus Internette geçirilen zamanın bulunan bilgilere değip değmediği konusudur. E-gazeteciler Internetteki gazetelerin arşivlerinde araştırma yapmalıdır, görsel öğelere atıfta bulunurken özgünlüğe dikkat etmelidir. Yine gazeteci, yararlandığı sitenin arkasında hangi kuruluşun olduğunu iyi bilmeli, sitenin en son ne zaman güncellendiği, kişisel bir site olup olmadığı, hatta yazım hataları gibi küçük detaylara dikkat ederek sitenin ciddiyetini sorgulamalıdır.(De Wolk, 2001:70) Haberler gazeteci tarafından doğrulatılmadan yayınlanmamalı, gerekirse e-posta ile sorgulama yapılmalıdır. Gazeteci habere kısa ve verimli ulaşım için arama motorlarını çok iyi kullanmalı, ileri arama fonksiyonlarını iyi bilmelidir. Bunların dışında daha önce de bahsedildiği gibi gazeteci, e-posta yoluyla doğru kişilerle irtibat kurmalı, dünya çapında çoklu tartışma ve haberleşme ortamları olan haber gruplarını kullanmalı ve de çeşitli posta listelerine üye olmalıdır. Bütün bu öğeler sayesinde, aslında habere ulaşmak ve onu aktarmak eski önemini kaybetmeye başlamıştır. Günümüzde gazeteciyi farklı kılan haberi işleyişi olmaya başlamıştır.

Türkiye’de Internet gazeteciliği dendiği zaman ilk olarak 1995 yılında sade bir web sayfası olarak yayınlanan Aktüel dergisini anmak gerekmektedir. Daha sonra Zaman Gazetesi Internet yayınına başlamış, onu da 1997 yılında Milliyet Gazetesi takip etmiştir. Milliyet Gazetesi özellikle geniş arşivi ile göze batmış ve de diğer gazetelere Internet versiyonlarını çıkarmak anlamında öncü ve teşvik edici bir unsur olmuştur. Habertürk, NTVMSNBC gibi örnekler ise basılı bir versiyonu olmayan gazeteler olarak yayın hayatlarına başlamışlardır. Türkiye’deki Internet gazetelerinin yöneticilerinin genel kanısı Türkiye’de Internet altyapısının uzun seneler istenilen düzeyde olmadığı fikrinden hareketle, Internet gazeteciliğinin ülkemizde “erken doğum” yaptığıdır. Yine aynı kaynaklardan, bu gazetelerden para kazanmak için hala zamana ihtiyaç gerektiğini, en önemli gelir kaynaklarının reklam ve sponsorluk olduğunu, Türkçe içeriğin son yıllarda

ciddi şekilde arttığını, gün içinde girilen haber sayısının ilk günlerden günümüze çok ciddi bir artış yaşadığını öğrenmek mümkündür.*

Okuyucular üzerinde yapılan araştırmalarda ise, Türkiye’de özellikle iş yerinden bağlanılarak İnternet gazetesi okunduğu, yoğunlukla sabah mesai saatlerinde bu okumanın gerçekleştiği, İnternete bağlanma sebebi olarak da öncelikle e-posta yazmanın daha sonra ise sırasıyla haber okumanın, bilgi edinmenin, eğitimin, bankacılık işlemlerinin, sohbetin, alışverişin ve oyunların geldiği görülmektedir. Okuyucular, İnternet gazetelerinin avantajları olarak, bilgiye anında ulaşım, hız, sık güncellenme, arşiv olanağı, bedava olması, istenen gazetenin okunma imkanı, sadece istenen bölümleri okuma imkanı, dışarı çıkma gereksiniminin olmaması gibi faktörleri sayarken, dezavantaj olarak da, gözlerin yorulması, gazeteyi okumanın farklı bir duygu olması, okumanın yavaş ve zor olması, bilgiye ulaşmanın zorluğu gibi faktörleri ön plana çıkarmışlardır. (Dilmen, 2003:178-194)

Bütün bu sayılanlar ışığında, İnternet gazetelerinin ve haber portallarının ön plana çıkan ve okuyucunun tanıma, güvenme ve beğenip izleme kriterleri olarak benimsediği faktörler, gazetenin sık güncellenmesi, sayfaya erişim hızı, gazetenin haber kaynakları, haber konularının çokluğu, köşe yazıları olması, bağlı olduğu kuruluş, spor, finans sayfalarının olması, sayfalarda animasyon ve grafikler olması, forumlar, chat odaları olması gibi sıralanabilir. Ayrıca, Türkiye’de İnternet gazeteciliği denilince halen teknik ve hukuki altyapısal sorunlar mevcuttur. Bunun yanında İnternet gazeteleri, sayfaların daha sık izlenmesi için CRM (Customer Relations Management – Müşteri İlişkileri Yönetimi) uygulamalarından, okuyucularla çeşitli yollardan etkileşim sağlama imkanlarından mümkün olduğunca fazla yararlanmaya çalışmaktadır.

Gazetecilik gerçekten, elektronik yayıncılık, İnternet teknolojisi ve İnternet yayıncılığı gibi kavramların hızlı yükselişiyile evrimini şekillendirmiştir. Bu dönüşüm sürecinde, bazı ipuçları vasıtasıyla gelecekteki gazeteciliğe dair de bazı projeksiyonlar yapmak mümkün hale gelmiştir. Bugünden ileriye doğru baktığımızda, karşımıza ilk çıkan kavramlar “Blog”lar ve hatta “Vlog”lar olmaktadır.

Bloglar (İnternet Günlükleri), Vloglar ve Yeni Habercilik Kavramı

Genel olarak İnternet ağı olarak tanımlayabileceğimiz “web” kelimesinin ve kayıt anlamına gelen “log” kelimelerinin birleştirilmesinden ortaya çıkan “Weblog” kelimesinin kısaltılmışı olan “blog”lar, Türkçe adıyla İnternet günlükleri veya güncelleri, günümüz İnternet ortamında sadece anıların yazıldığı değil, çeşitli konular hakkındaki yorumlardan, iş yaşamındaki ilişkilere, hatta bazı ürünlerin pazarlanmasına kadar geniş bir yelpazede işlevselleşmeye başlamışlardır. (Çakıcı, 2005). Her ne kadar Türkçe karşılığını vermeye çalışmış olsak da, incelendiği zaman aslında net olarak blog kelimesine bir Türkçe karşılık bulunamadığı hatta blog kelimesinin Türkçeye yerleştiği de görülmektedir.

* Bu bilgiler 23 Haziran 2005 tarihinde, ATV televizyonunda yayınlanan Siyaset Meydanı adlı Açık Oturum Programı’ndan derlenmiştir.

Bir başka deyişle, blogları, modern çağın açmazındaki insanın bir tür “ben de buradayım” deme biçimi olarak yorumlamak da mümkündür. Bloglar, Internetin bir araç olarak iletişim toplumunda yer aldığı bir ortamda, teknolojik gelişmeye ayak uydurarak içinde bulunulan ortamla etkileşiminin bir sonucudur. Bu günlükler vasıtasıyla insanlar, bir nevi sahip oldukları kişiliklerinin yanında sanal bir kişilik daha edinmektedirler. İçinde yaşadığımız bilişim çağında, teknolojinin kısılcısındaki insanın bir çeşit kendini dışa vurması ve yeni bir ifade biçimi olarak da değerlendirilebilir bu günlükler. 11 Eylül olaylarından sonra blogların yaygınlaşması da zaten bu olguya bağlanmaktadır. Bloglar aslında insanların web sayfalarını oluştururken karşılıklarına çıkan zorluklarında bir çözümü olarak görülebilir, çünkü bloglardan sonra, bir site sahibi olmak için web sayfalarının oluşumu için kullanılan HTML dilini, fotoğraf düzenleme yazılımlarını ve yapılan sayfaları sitenize taşımak için FTP yazılımlarını bilmeniz gerekmemektedir. Bugün bloglar sayesinde web üzerinde sesinizi duyurmak için karşınıza çıkan kutucuklara birkaç bilgi girmek yeterli hale gelmiştir. Siteniz birkaç tıklamayla hazır hale gelmektedir. Tasarım, programlama gibi sorunlar artık geride kalmaya başlamıştır. Dolayısıyla bu teknolojiler basite indirgendiğinde kendini ifade etmek isteyen ne kadar çok insan olduğu da ortaya çıkmaktadır. Bloglar çeşitli konularda ve farklı alanlarda bilgi sunmaktadırlar. Bizim burada inceleyeceğimiz özellikle habercilik alanıdır. Örneğin, blogların kaydını tutan ana sitelerden Technorati'nin (<http://technorati.com>) kayıtlarında iki buçuk sene önce sadece 100 bin blog varken bugün sayı 24.4 milyonu geçmiştir. Her 2 saniyede yeni bir blog sitesi kurulmaktadır. Yani, her gün ortalama 38 bin yeni blog sanal aleme katılmaktadır. Her saniye bu bloglara altı yeni bilgi girişi yapılmaktadır. Bu da günde 500 binden fazla kayıt anlamına gelmektedir. (Kuzuloğlu, 2005)

Giderek daha çok sayıda insan blogları haber ve bilgilenme kaynağı olarak kullanmaktadır. Bloglar teknoloji, politika, spor, eğlence, dedikodu, yeni trendler, moda, sağlık gibi akla gelen her konuda yüzlerce farklı seçenek sunmaktadır. Hepsi güvenilir kaynaklar olmasa da zamanla tüm ilgi alanlarınıza yönelik bir kaynak edinmek mümkün olmaktadır. Geleneksel medya ile bu tip yeni medyalar arasındaki uçurum büyümektedir. Bugün bile klasik medya kurumları için Internet hala bir yan araç olarak göze çarpmaktadır. Neredeyse hiçbirinin aslında belirli bir stratejisi gerçekte mevcut değildir. Hatta bir web sitesine sahip olmanın tam olarak ne kazandırıp ne kaybettiği konusunda da ciddi bir çalışması olmayan bu medya kuruluşlarının çoğunun varlık sebebi diğer rakibinin de orada yer alıyor olmasıdır.

Internet haberciliği, bir diğer yandan özellikle blogger muhabirler aracılığıyla yeni bir yöne doğru gitmektedir. Blogger'lar bireysel haberciliği seçen Internet gazetecileridir ve dijital fotoğrafçılığı çok iyi kullanabilmektedirler. Yazdıkları haberlerle, dünya çapında önemli olayları gün ışığına çıkartabilmektedirler. Blogger'ların global ölçekteki arama motorları technorati.com'a veya bunların yazıştıkları weblogs.com'a girdiğiniz zaman, blogger'ların ilgilendikleri konuların sınırsızlığını da görmek mümkündür. Örneğin 7 Temmuz 2005 tarihinde Londra'da gerçekleşen terörist saldırılarda başta BBC olmak üzere Internet siteleri ve arama motorları hemen bloggerler için havuzlar oluşturmuşlardı ve pek çok fotoğraf o havuzlardan elde edilmişti. Zaten bir görüşe göre de blogger muhabirler gazeteciliğin ve haberciliğin geleceği olmaya aday olarak gözükmektedirler. (Barlas, 2005)

Şu anda, tamamen bağımsız haber ve yorum yazan binlerce kişinin yani blogger'ın olduğu bir ortamda bir noktadan sonra gazetelerin ayda yılda bir ilginç haber getirecek sabit muhabire maaş bağlaması anlamsız hale gelmeye başlayacaktır. Dolayısıyla, gazeteler blogları takip ederek beğendikleri haberi satın almaya başlayacaklar ve bir anlamda muhabirlere, fotoğrafçılara, vs. çılgın maaşlar ödemenin anlamsızlığını keşfedeceklerdir. Bu noktada karşımıza haberin güvenilir olması ile ilgili bir takım etik kurallar çıkmaktadır. Çünkü günümüzde kaynağı blogger muhabirler olan bazı haberlerin gerçeği yansıtmadığı da bu konuda karşımıza çıkan olumsuzluklardan biridir. Bir sonraki aşama da okurların gazeteye para vermenin anlamsızlığını keşfetme aşaması olacaktır. Ondan sonra, belki parayla satılan gazeteler sadece sektörel haber veren, para yönetenlere danışmanlık ve benzeri işlev gören organlara dönüşerek tamamen günümüzdekinden değişik bir işlev görmeye başlayacaklardır. Bu durumda bloglar aracılığıyla okuyucular sıcak gündemi otosansüre veya sansüre uğramamış haberlerle, hem de şimdiki gibi tek bir kaynaktan değil,-şu anda bütün gazetelerin aynı olayı aynı şekilde yorumladığı düşünülürse- sayısız kaynaktan okumanın zenginliğini yaşayacaklardır. Bu, tıpkı mp3 listelerimiz gibi favori haberci listelerimizin olacağı anlamına gelmektedir. Aslında daha da ileri giderek özellikle yukarıda bahsettiğimiz ve teknik detaylarından bahsettiğimiz RSS (Rich Site Summary) -Zengin Site Özeti- teknolojisinin iyice anlam kazanması ve belki de blogger muhabirliğin gazetecilik kavramında çok ciddi bir dönüşüme yol açması, şu anda Philips firmasının üstünde çalıştığı ve yakın bir zamanda piyasada örneklerini görebileceğimiz dijital kağıtın gazetecilik alanında kullanılmasıyla gerçekleşecektir. Bu kavramı çok fazla detaya girmeden kolayca açıklamak için ömür boyu tek bir katlanabilir LCD ekran şeklinde gazeteniz olduğunu ve bunun sürekli kendini güncellediğini, gazetenizin üzerinde video ve ses kayıtlarının oynadığını ve bu haberlerin sürekli güncellenen bloglar sayesinde size son dakika haberlerini sunduğu yeni bir habercilik ortamını düşlemeniz gerekmektedir. Bu sayede bilgisayarla alakası olmayan insanlar için de dijital kağıt blog haberlere erişim kapısı olabilme özelliğini taşıyacaktır. Blogların bir diğer özelliği de yıllar sonra bir haber konusunda araştırma yapılmak istendiğinde irili ufaklı bloglarda yer almış birçok haberin karşımıza çıkarak o konu hakkında sistematik olarak bilgiler edinilmesini, zamanında yapılmış yorumların okuabilmesini sağlaması olacaktır. Bu noktada akla gelen, zaten mevcut düzende de bunun yapılabileceği olacaktır. Ancak buradaki fark, yukarıda belirttiğimiz gibi sistematik bilgiye ve sansürsüz birçok yoruma erişme olanağının en kısa yolunun bloglar olmasıdır. Blogların bu kadar özgür olabilmesi ve herhangi bir patronaj altında olmaması blogların getirdiği eleştiri mekanizmasının verimliliğini arttırmaktadır. Burada üzerinde ısrarla durulması gereken konu bu özgür haber ortamı içerisinde etik kurallardan ödün vermemek ve güvenilirliğin sağlanması olmalıdır.

Günümüzde uzun yıllardan beri kullandığımız bazı kelimelerin başına gelen “yeni” sıfatından da burada bahsedilmesi gerekmektedir. Özellikle bizim altını çizerek vurguladığımız “*yeni medya*” veya “yeni iletişim ortamları”, aslında daha doğru söylemiyle bu ortamların ve “*teknolojilerin ortaya çıkaracağı sorun ve olanaklar*”, (Atabek, 2001:14) küreselleşen, sınırları kaybolan dünya düzeninde bir taraftan da bireyselleşmeyi ifade etmektedir. Bireye özel reklam, bireye özel bankacılık derken önümüze çıkan bir konu da birey için özelleştirilmiş web sitesi ve bireye özel gazete

olacaktır. Bunun gerçekleşmesinde önemli bir lokomotif de tabii ki yukarıda bahsedilen bloglar olacaktır. Etkileşim kavramıyla birleşen bu bireye dönüş, aslında gazeteciliğinde dönüşümünde kilit bir rol oynayacak gibi görünmektedir. Gazetelerin özellikle İnternet sitelerinde uyguladıkları kişiselleştirme özellikli sayfaları ve forumları, ve buna eklenen blogların tamamen kişisel haberleri verme özelliği, bu dönüşümün habercileri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine bu bağlamda, istediğiniz konuda İnternet üzerinde “podcast” yazılımlarıyla oluşturulabilecek kişisel radyolarda, sesli olarak haberlerin verilmesi düşünüldüğünde, bu, habercilik açısından önem taşıyan bir konu olarak karşımıza çıkar. (Businessweek Türkiye, 2005:55) “Podcasting” istenilen sesleri, görüntüleri bir mp3, wmv veya benzeri formatta kaydedip bunları RSS üzerinden yayınlamak anlamına gelmektedir. “Podcasting”in en çok kullanıldığı alanlar radyo programlarının yayını, mp3 listelerinden seçimler yapmak, müzik bloglarında müzik parçalarının tanıtımı, sesli yazılar, sesli yorumlar olarak sıralanabilir. Bunların arasında müzik blogları ve radyo programları en popüler olanlarıdır. Bir başka nokta da aslında “podcasting”in bu konuyu ve olayları çok doğru tanımlayan veya ifade eden bir sözcük olmayışı gerçeğidir. Bu ifade yerine şu anda “audioblogging” veya “blogcasting” denmesi çok daha doğru kabul edilmektedir.

Yukarıda bahsettiğimiz gelişim ve dönüşüm blog’larla da sınırlı kalmayarak İnternet üzerinde yeni bir akım olan video-blog kelimelerinden türetilen vlog’ların ortaya çıkmasına yol açmıştır. İnternet kültüründe kişisel günlük blog’lar ve sesli podcast mesajlarından sonra, görüntü ve sesi birleştiren vlog (video-blog) akımı gözde olmaya başlamıştır. Tüm dünyada artan bant genişliğinin bir sonucu olarak video ve blog’ları birleştiren vlog’ların yaygınlaşmasıyla, amatör İnternet tutkunları, iletişim olanağını artırarak, kendilerini daha iyi ifade etme olanağı bulabilmektedirler.

Vlog’lar sayesinde Bombay kentinin sokaklarında bir çekçekle yapılan gezintiyi veya Filipinli bir genç kızın yaşamından bir kesidi izlemek mümkün olurken, video-blog’lar, daha çok güncel konu ve olayları öznelerinin bakış açısından gözler önüne sermektedir. Burada üstünde durulması gereken en önemli nokta, vlog, blog ve podcast’ler sayesinde, büyük medya kuruluşlarınca yayınlanan haber zincirinden sıyrılmak olmaktadır. Blogger ve vlogger’lar kendilerini yurttaş gazeteci olarak tanımlamaktadır. New York’ta çok moda olan "Rocketboom" adlı video-blog sitesinin sahibi ve sunucusu Amanda Congdon, her gün dört saatini sitesine ayırdığını belirtmektedir. “Vlogging”in gelişmesi, video kameralarının demokratikleşmesini, yazılımların artmasını ve İnternet bağlantısının hızlanmasını da beraberinde getirmektedir. "The Carol and Steve Show" adındaki bir vlog’un sahibi Steve Garfield da, bazen insanların video-blog’ların televizyon programları gibi olmadıkları için sıkıcı olduklarını söylediklerini, ancak vlog’ların amacının bu olmadığını savunmaktadır. Vlog ve blog’larda bu gelişme, büyük şirketleri de gelecekte bu yönde atım atmaya zorlamaktadır. Bu yeni modanın en büyük örneği olan ve 2004’te kurulan Rocketboom, günde 100 bin hit almaktadır.

(www.ntvmsnbc.com/news/354441.asp)

Sonuç

Volumina'dan günümüzün hipertekst ortamlarına geçmiş bulunuyoruz. Hipertekst, gerçekte bir metnin okunması konusunda öncesine oranla neredeyse tamamen farklı bir deneyim sunmaktadır. Hipertekst metinler kitapların aksine doğrusal olmayan bir şekilde okunmayı talep etmektedir. Bu, Umberto Eco'nun aynı adlı kitabında bahsettiği "*Açık Yapı*" kavramını çağrıştırmaktadır bize: Hipertekst olarak hazırlanmış metnin okunmasının akışı tamamen okuyucusuna bağlıdır. Kitaptaki gibi numara sıralı bir okuma değildir. Eco bunu şöyle ifade etmektedir: "*Fasiküllerin içinde ayrı ayrı, basit, hareketli, kendi aralarında değişebilir, tek kat yapraklar olası tüm bileşimlere olanak sağlayacak, ama bu bileşimlerin hiçbiri anlamdan yoksun olmayacaktır.*" (Eco, 2001: 23)

Aslında, birinci bölümde biraz detaya girerek de olsa açıklamaya çalıştığımız gibi, temel değişimler ve dönüşümler kolay olmamakta, insanların yaşantılarını ve iş yapış şekillerini, diğer bir deyişle yaşam pratiklerini köklü şekilde etkilemektedir. Bu durumu, insanlık olarak, sözlü kültürden tipografik kültüre geçerken gördük ve şimdilerde de elektrik-elektronik kültüre geçerken yaşamaktayız. Pek çok yeni gelişme ve ortam (özellikle teknolojik referanslı olanlar) bizi fırtınadaki bir yaprak gibi sağa sola savurmaya hazır ve içinden çıkılmaz derecede karmaşık görünüyor. Bu nedenle, pek çok şeyi de bir illüzyon altındaymışcasına deneyimliyoruz. Bildiğimiz ve alıştığımız şeylerin değiştiğini, sanki ayaklarımızın altından toprağın kayması gibi bir hisle izliyoruz. Acaba bütün bu değişimlerle ve dönüşümlerle başa çıkabilecek miyiz? Acaba bu değişimler ve dönüşümler gerçekten birer değişim ve dönüşüm mü yoksa birer illüzyon mu? Bu değişim ve dönüşümler benliğimizi, toplumumuzu ve kültürümüzü nasıl etkileyecek? Örneğin, "Global Köy" veya "Global Kent" kavramları ne ölçüde ve hangi ortamlar için gerçekleşecek? Bu durumun getireceği sorunlar ve olanaklar neler olacak? Bu yazımızda bahsettiğimiz yurttaş gazeteciliği, blog ve vlog gibi kavramlar eski çağdaki demokrasinin tekrar ortaya çıkmasını sağlayacak şekilde bir kamusal alanın oluşmasına katkı sağlayabilir mi ve ne oranda sağlayabilir? Bu ve benzeri sorular, bir sosyal bilim olarak iletişimin çalışma alanında irdelenmeye devam edecektir.

Biz bu yazımızda, geçmişten bugüne doğru bir göz gezdirerek yazı ve gazetecilik temelinde bu "değişim ve dönüşümleri" ele aldık. Bugün geldiğimiz noktayı ve bu noktada hayatımızı değiştirecek oluşumları inceledik. Ümit Atabek'in dediği gibi, amacımız, "teknolojinin sunduğu araç ve ortamların toplumsal iletişim sürecindeki aktörler ve mekanizmalar açısından getirdiği değişimi ve dönüşümü değerlendirmek ve iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerin toplumsal etkilerini tartışmak" oldu. (Atabek, 2001:13) Fırtınada savrulmadan yaşayabilmenin yolunun kuramsal bir bakış açısıyla ve kavramları özümseyerek ve teknolojinin hızı ve boğuculuğu altında ezilmeden, bu değişim ve dönüşümleri içselleştirmek olduğunu düşünüyoruz.

Kaynakça

- "*İletişim*", <http://www.seslisozluk.com/?word=ileti%FEim>, 2005.
- "*İnternette yeni akım: Vlog*", <http://www.ntvmsnbc.com/news/354441.asp>, 27.09.2005.

- “*Methods of Publishing*”, <http://www.lucidwriting.com/shop/free/MethodsOfPublishing.pdf>, 2005.
- “*On-Demand Publishing*”, http://www.artesgraficas.com/pragma/documenta/artesgraficas/formas/21027/9-On_Denand_Pub.pdf, 2005.
- “*Radyo Hayalleri Podcast ile Gerçeğe Dönüşüyor*”, **Businessweek Türkiye**, 13 Aralık 2005.
- “*WYSIWYG*”, <http://www.webopedia.com/TERM/W/WYSIWYG.html>, 2005.
- Atabek, Ü., **İletişim ve Teknoloji**, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2001.
- Aydın, E.D., **Masaüstü Yayıncılık**, Günce Yayın, İstanbul, 1996.
- Baldini, M., **İletişim Tarihi**, Çev. Gül Batuş, Avcıol Basım Yayın, İstanbul, 2000.
- Barlas M., “*Yurттаş Gazeteciler, Bloggerlar ve Habercilik*”, **Sabah Gazetesi**, 10.07.2005.
- Bengi, H., “*İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu*”, <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/36.doc>, 2005.
- Briggs, A., Burke, P., **Medyanın Toplumsal Tarihi**, İzdüşüm Yayınları, İstanbul, 2004.
- Chippindale, C., “*From Print Culture to Electronic Culture*”, <http://www.mcdonald.cam.ac.uk/Projects/Chip/Chip203.htm>, 2005.
- Çakıcı, S., “*Sevgili Günlük*”, www.evrensel.net/05/08/17/kose.html, 27.09.2005.
- Çalışkan, K., “*İnternet Gazeteciliği*”, **Karizma**, Sayı 5, İstanbul, 2001.
- De Wolk, R., **Introduction to Online Journalism**, Allyn&Bacon, San Fransisco, 2001.
- Dilmen, N. E., **Bilişim Çağı'nın Gelişim Sürecinde E-Gazetecilik Olgusu ve İnternet Gazeteleri ve Haber Portalları Üzerine Bir Araştırma**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, 2003.
- Eco, U., **Açık Yapıt**, Can Yayınları, İstanbul, 2001.
- Ersöz, Ö., **2000'li yıllarda Yazılı Basımın Geleceği**, Gazete Sahipleri Birliği Yayınları:1, İstanbul, 1999.
- Gezgin, S., “*Geleneksel basın ve İnternet Gazeteciliği*”, **İnternet Çağında Gazetecilik**, Metis yayınları, 2002.
- Goody, J., Watt, I., “*Okuryazarlığın Sonuçları*”, **Kitle İletişim Kuramları**, Der. Erol Mutlu, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2005.
- Gürcan H. İ., Batu Ç., “*İnternet Haberciliğinde Sanal Yazışmaları ve Gazetecilikte Değişen Roller*”, <http://www.inet-tr.org.tr/inetconf7/eposter/gurcan-batu.html>, 09.12.2002.
- Hlávka, Z., “*Electronic books for experts and users*”, http://www.galaxy.gmu.edu/interface/103/12003Proceedings/HlavkaZdenek/zh_if ace.pdf, 2005.
- <http://www.wan-press.org/article2822.html>, 09.01.2006.
- Kawamoto. K., **Digital Journalism**, Rowman&Littlefield Publishers Inc., Lanham, 2003.
- Kleper, M.L., **The Handbook of Digital Publishing**, Vol. I, Prentice Hall PTR, NJ, 2001.

- Koganuramath, M., Jange, S., Angadi, M., “*Electronic Publishing:An Analytical Study*”, <http://eprints.rclis.org/archive/00001615/01/Electronic-publishing.PDF>, 2005.
- Kuzuloğlu S., “*Siz Hala Gazete mi Okuyorsunuz?*”, www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=sa&haberno=2391&ek_tarihi=09/05/2005, 29.09.2005.
- Louise L., “*Buna Gutenberg’in İntkamı Deyin*”, **Business Week Türkiye**, 3 Ocak 2006.
- Mattelard, A., Mattelard, M, **Theories of Communication, A Short Introduction, Sage Publications**, London, 1998.
- McAdams M., “*Driving a Newspaper on the Data highway*”, www.well.com/user/mmcadams/online.newspaper.html, 29.09.2003.
- McLuhan, M., **Gutenberg Galaksisi**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1999.
- Murray, P., “*Documentatin goes digital*”, **Byte**, September1993.
- Osborn, B., “*Ethics and Credibility in Online Journalism*”, http://bradleyosborn.com/z/RESUME/academic/ethics_and_credibility_in_online_journalism.pdf, 2005.
- Oskay, Ü., **İletişimin ABC’si**, Der Yayınları, İstanbul, 1999.
- Postman, N., **Televizyon:Öldüren Eğlence**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004.
- Romano, F.J., **Digital Media, Publishing Technologies for the 21st Century**, Micro Publishing Press, Torrance, CA, USA, 1996.
- Sütçü, C. S., Akyazı, E., **Yayıncılığın Değişen Yüzü**, Der Yayınları İstanbul, 2005.
- Woodhead, N., **Hypertext and Hypermedia**, Addison-Wesley, London, 1991.
- Yedig, S., Akman H., **İnternet Çağında Gazetecilik**, Siyah Beyaz-Metis Yayınları, 2002.
- Yüksel E., Gürcan, H. İ., **Habercinin El Rehberi:Soru ve Örneklerle Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri**, Anadolu Üniversitesi İBF Yayınları No:42, Eskişehir, 2001.