

İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE YEREL MEDYA İÇİN OLANAKLAR

*Ümit ATABEK**

Başlangıçta, bir sıkıntıdan bahsetmem gerek: Teknoloji üzerine konuşmak genellikle ürkütücü bulunur, sözgelimi herkes medya konusunda konuşmak ister, herkes medyanın çeşitli sorunları örneğin etik sorunları üzerine konuşmak ister de teknoloji üzerine konuşmak sanki bizim haddimiz değil, uzmanların işiymiş gibi görülür. İlginçtir, hatta medya çalışanları da, teknoloji konusunda çok da fazla bilgi sahibi olmak istemezler ya da bu tür konulara fazla kafalarını yormazlar. Bunu genel eğilim olarak söylüyorum, istisnalar kaideyi bozmaz. Ancak ciddi bir teknoloji sorunuyla karşılaşılınca doğal olarak, bu teknoloji meselelerinin de bizleri, olağan insanları, ilgilendiren meseleler olduğu ortaya

* Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

çıklar. Bunun en belirgin örneği, RTÜK uygulamalarının Türkiye’de gündeme gelmesiyle, “frekans” kavramının bir teknolojik kavram olarak gündelik hayatımıza girmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu teknolojik kavramın medyayla, dolayısıyla da toplumla doğrudan ilgili bir konu olduğu ortaya çıktığından beri de aslında, gerek medyada çalışanlar ve gerekse medya konusunda çalışan akademisyenler olarak bizler, teknoloji konusuna daha farklı gözle bakmaya başladık. Ama ne yaparsak yapalım, yine de teknoloji sözcük olarak, insan üzerinde biraz uzaklaştırıcı etki yapan bir kelime. Dolayısıyla, önce kısaca bu korkunun üzerine gitmek lazım ki, daha sonra anlatacaklarımı daha bir huzurla izleyebilelim. Onun için şimdi ben önce teknoloji sözcüğünü biraz sarsmak, sonra da yeni bir yere oturtmak istiyorum.

Teknik ve teknoloji farkı, teknolojinin toplumsal niteliği

Teknoloji dediğimiz zaman mutlaka çok karmaşık bir şey kastetmediğimi anlatmaya çalışarak başlayacağım. Bu kelime nereden geliyor? “**Tekne**” ve “**logos**” kelimelerinin bir araya gelmesi ile oluşmuş bir kelime. “Tekne” dediğimiz de, bir şeyi yapmanın, bir şeyi üretmenin, bir şeyi elde etmek anlamında kullanılan, eski/antik Yunanca, bir kelime. Hatta bizim “ekmek teknesi”nden bildiğimiz “tekne” kelimesi de oradan geliyor. Dolayısıyla bir şeyi yapma, becerme, elde etme ile ilgili bir kelime. “Logos” ise, mantık (lojik) kelimesinin kökü olmakla birlikte, daha çok bilmek anlamında kullanılıyor, yine antik Yunanca’da. Bir kelimenin sonuna logos geliyorsa, o biraz bilim gibi anlaşılan bir kelime oluyor. Başka anlamları olduğu

halde, sonradan bir anlam kayması ile, bilgi anlamını kazanmış bir sonek olarak da kullanılır olmuş, “logos”, “loji” halini almış ve günümüzde artık biyoloji, fizyoloji, psikoloji gibi kullanımlar ortaya çıkmış.

Ancak üzerinde durmamız gereken nokta, “logos” ile kastedilen bilgi daha çok toplumsal bir bilgi. “Logos” bilginin toplumsal bağına işaret ediyor. Demek ki aslında teknolojiden bahsediyorsak, toplumsal bir şeyden bahsediyoruz demektir. İşte bu nedenle “teknik” ile “teknoloji” arasında bir fark vardır. **Teknik** bir şey elde etmenin, üretmenin bilgisi ise, **teknoloji** daha çok bu bilginin toplumsallaşması yani toplumsal yansımaları olması, toplumsal bağlam, toplumsal anlam kazanması demektir. Örneğin mikrofonu bir amplifikatöre bağlayıp sesi yükselterek konuşmak bir tekniktir, ama bunu bir eğitim aracı olarak kullanmak, anlatıcının sesini yabancılaştırarak öğretici ile öğrenen arasındaki konumları belirginleştirmek vb. teknolojik bir konudur. Ya da örneğin bir kişinin yoğurt yapması tekniktir. Herkesin bir yoğurt yapma tekniği vardır. Anneannenizin de özel bir yoğurt yapma tekniği vardır, ama yoğurdun bir de teknolojisi vardır. Örneğin artık bir fabrikada ve patenti ödenerek üretiliyorsa yoğurt teknolojisinden söz ediyoruz demektir. Süt üreticileri ile yoğurt fabrikasında çalışan işçilerin karşı karşıya gelmesine neden de, bir teknoloji sorunudur. Yabancı yoğurt markalarının Türkiye’ye gelmesine, yerli üretimin, kamu sektörü yoğurt üreticilerinin, örneğin Atatürk Orman Çiftliği’nin giderek piyasadan kalkmasına vesile olan meseleler, bunlar tamamen teknoloji ile ilgili konulardır. Demek ki teknik ile teknoloji arasındaki farkı mutlaka vurgulamamız lazım. Dolayısıyla, bizim insanlar yani toplumsal varlıklar olarak,

teknoloji konularına, öyle, çok da haddimiz değilmiş gibi yaklaşmak yerine, “tamam! işte bunlar bizim konularımız” gibi bir istekle yaklaşmamız daha doğru olur. Zaten teknoloji, tek tek tekniklerden farklı olarak, insan toplumlarına etki yapan, bazen sorun yaratan, bazen çözüm sunan bir toplumsal alan olarak ortada duruyor. Hepimizin teknolojiler üzerine konuşmamız, teknolojiye kafa yormamız gerekecek. Bu giderek, teknoloji kullanımının artmasına paralel olarak, daha yakıcı bir sorun haline gelecek.

Öte yandan teknoloji dediğimiz zaman, sadece çok sık ve karmaşık isimleri olan “yeni” teknolojileri de kastetmediğimizi belirtmeliyim. Bugün özellikle iletişim teknolojisi deyince, örneğin *TCP/IP*, *GPRS*, *GSM* gibi çok da fazla anlamını bilmediğimiz birtakım kelimelerin kısaltılmalarıyla ifade ettiğimiz karmaşık bir dünyaya göndermede bulunuyoruz. Ancak bu çok doğru bir yaklaşım değil. İletişim teknolojisi dediğimiz zaman, mutlaka çok karmaşık sistemlerden söz etmiyoruz. Örneğin yazı da bir iletişim teknolojisidir. Dolayısıyla, insanlar nerede bir alet kullanarak bir şeyler yapıyorlarsa orada teknoloji vardır diyebiliriz. Doğal organlarımızla yapmadığımız bir şeyi, bir aletle, örneğin mürekkepli kalemle bir yere (kâğıda) iz bırakarak doğal olmayan bir biçimde yapıyorsak, bir teknoloji kullanıyoruz demektir. Konuşma eylemi karşısında yazı yazma eylemi teknoloji içerir ve bu yüzden de yazı toplumsal bağlamlarda önemli değişimlere ve dönüşümlere yol açmıştır. Yazı en yaygın olarak bilinen ve en eski çağlardan beri kullanılan bir iletişim teknolojisi olarak vardır. Demek ki, teknoloji dendiğinde illa günümüzün baş döndüren teknolojilerden bahsetmek durumunda değiliz. Bunları söyledikten sonra, artık teknoloji ile ilgili olan sorunlarımızı aşabilmemize

olanak sağlayan daha rahatlatıcı, normalleştirici bir çerçeve çizdiğimizi umuyorum. Yani öyle çok mistik olmayan bir şey teknoloji. Toplumsal açımları bakımından da medyayla ilgili kişiler olarak, bizim doğrudan ilgi alanımıza girmesi gereken bir konu.

Burada benim amacım ise, esas itibarıyla medya çalışanları olarak teknoloji konusunda size yakıcı gelen güncel sorunlar üzerine konuşmak. Dolayısıyla, öncelikle gazeteciliğin geleceği için hepimize umut vaat eden, hatta yerel medya olarak içinde bulunduğumuz acil sorunları aşabileceğimize dair bir umut ışığı gibi görülen internet teknolojisinden bahsetmemiz lazım.

İnternet teknolojisi etrafında yaratılan hale üzerine

İnternet tabii ki önemli ve bu yüzden de hemen etrafında çok büyük bir **"hale"** yarattı, hepimizin gözlerini kamaştırdı. Belki gerçekten de buna layık bir teknoloji ve insanlık tarihinde büyük bir dönüşüm de yapabilir. Ancak yarattığı hale nedeniyle, interneti olduğundan farklı, olduğundan büyük ve güçlü görebiliriz, sonra da yanılabiliriz. En doğrusu bu haleyı kaldırarak, daha gerçekçi ve eleştirel bir yaklaşımla interneti değerlendirmektir. Şüphesiz ki önceki bütün iletişim teknolojilerinin zamanında yaptığı önemli toplumsal dönüşümler gibi, internetin de böyle bir dönüşüm için potansiyel gücü vardır. Ama buna rağmen bir şeyi hatırlatmakta yarar görüyorum; bu gün internet için söylediklerinizin çoğunun, bir zamanlar radyo için, hatta matbaa için de söylendiğini

hatırlatmamız gerekiyor. Örneğin, kısa dalga radyo yayıncılığı başladığında, uluslararası politikada çok önemli bir araç olarak kabul ediliyordu, hatta İkinci Dünya Savaşı “radyolar savaşı” olarak da nitelendirilmişti. Öte yandan ulusal kalkınma sorunlarının çözümünü büyük ölçüde radyo ve televizyon yayınlarına bağlayan ülkeler de vardı. Örneğin Hindistan, bütün ulusal kalkınma programlarında radyo/televizyona büyük bir önem verdi ve geri kalmışlıktan kurtuluşun yolunun bu araçlarla yapılacak eğitim programlarından geçtiği öngörüsüyle, bu alana çok yatırım yaptı. Demek ki her yeni iletişim teknolojisi geliştiği zaman etrafında böyle bir hale oluşturuluyor ve yeni umutlar başlıyor. Ama kısa sürede bunların çok da yetkin ve güçlü şeyler olmadığı, hatta yeni başka sorunlara yol açtığı anlaşılıyor, ayrıca bu teknolojilerin nasıl ve hangi amaçlarla kullanıldıkları, varlıklarından daha önemli oluyor. Tabii ki, internet bunlardan biraz farklı bir iletişim teknolojisi. Ama yine de bugün, etrafında gözümüzü kamaştıran bir hale oluşturulduğunu kabul etmemiz lazım. Yani on sene sonra bugün söylediklerimizden mahcup olmamak, ya da “amma da safmışız, internetten neler beklemişiz, hepsi de boşmuş” dememek için, kamaşmış gözlerimizi ovuşturarak yeniden bakmalıyız internete.

Hemen belirtmemiz gereken bir başka problem de şu; bir medya olarak internetin tarihi henüz çok yeni, bu da üzerine söyleyeceklerimizin olgun önermeler olma olasılığını düşürüyor. Diğer iletişim teknolojileri için konuştuğumuzda, örneğin gazetelerin dört yüz yıldan fazla bir tarihi var, radyo tarihi yüz yıla yaklaştı, televizyon elli yıldır var ve bunlar üzerine söylediklerimiz artık olgun sayılabilecek bir sosyoloji oluşturabiliyorlar. Ancak internet söz konusu olduğunda böyle bir sosyolojik olgunluk için henüz erken, sadece on yıllık

tarihi olan bir medyadan bahsediyoruz. Bu nedenle, gözlerimizi kamaştırın haleyi kaldırabilsek bile, bu medya hakkında söylediklerimizin olgunlaşmış bir kavrayışı olanaklı kılamayacağına baştan kabul etmeliyiz.

İnternet teknolojisinin ortaya çıkışı ve ticarileşmesi

İnternetle ilgili olarak yukarıda bahsettiğim haleyi kaldırdığımızda, ilk görmemiz gereken şu: İnternet orijinal olarak bir askeri teknoloji ve bunu bilmek internetin anlaşılması bakımından önemli bir husus. Dolayısıyla internet kelimesiyle birlikte, internete atfen kullanılan demokratikleşme ve özgürleşme gibi konulara yaklaşırken, bunların internetin ortaya çıkışının askeri niteliğini göz ardı etmeden yaklaşmalıyız. Çünkü aslında **internet**, birazdan daha da detaylı göreceğimiz gibi, **hem bir özgürlük coğrafyası yaratması bakımından demokratik açılımlar sunan bir teknoloji, hem de askeri kökenine yarasır bir biçimde çok güçlü denetim olanağı da sağlayan** bir teknoloji. Teknolojinin kökeninin askeri olduğunun bilinmesi, onun bir denetim teknolojisi olarak kullanılması yönündeki tehlikeleri hatırlatması açısından önemli. Şimdi internetin nasıl ortaya çıktığına daha yakından bakalım.

20. yüzyıl ortalarında *ARPANET* diye bir ağ kuruluyor. ABD’de, ileri askeri teknoloji geliştirme grubunun bir ürünü olarak ortaya çıkıyor bu bilgisayar ağı ve arkasında doğrudan ABD Savunma Bakanlığı’nın desteği var. Esas itibari ile soğuk savaş yıllarında, belki hatırlarsınız, ABD ile Sovyetler Birliği’nin sahip oldukları nükleer başlıklı füzelerin karşılıklı miktarı “dehşet dengesi” diye de adlandırılan bir denge oluşturuyordu ve eğer

çılgın biri düğmeye basarak bir füzeyi ateşlese, dünyayı defalarca patlatabilirdi. Korkarım hâlâ da öyle! Ama o zamanlar bu durum, ayrı yerlerde, ayrı coğrafyalarda konuşlandırılmış füzelerin birbiriyle doğrudan kontrollü iletişimini sağlayan bir düzenek olmadığı için, çok korkulan bir şeydi ve bu füzeleri kontrol ve organize etmek için bir proje geliştirildi. Bir çılığının dünyayı uçurmasını engellemek ve sistemi kontrol altına alabilmek amacıyla, bilgisayarlarla kontrol edilen füze-ler sistemi olarak ARPANET geliştirildi. Daha sonra bakıldı ki, çok da iyi bir iletişim aracı ortaya çıkmış, bu ağ (*network*) güzel bir medya haline de gelebilir. Bu askeri teknolojiyi geliştiren bilim insanları, bunun aslında çok da iyi bir akademik iletişim aracı olduğunu, hemen arkasından da, güçlü bir ticari nitelik taşıdığını anladılar. Yani bu askeri teknoloji, ticarete hemen uyum gösterdi.

Dolayısıyla internet konusunda yukarıda değindiğim göz kamaştırıcı haleyi kaldırdığımızda ortaya çıkan bir diğer unsur da bu ticarileşme. Demek ki hemen ticari olabilen bir medya bu internet! Bugün internetteki '*domain*'lere yani alan adlarına bakarsak, sonu ".org", ".edu" ya da ".gov" ile biten adreslerin oranıyla kıyaslandığında sonu ".com" ile biten adreslerin oranı hızla artmakta ve **internet giderek genişleyen çok ciddi bir ticaret medyası haline gelmektedir**. Büyük sorunlara rağmen, elektronik ticaretteki aksaklıklara, iflaslara rağmen, giderek de bu özelliği, ticari olma özelliği, bir şekilde artarak devam etmekte. Bir yandan paralı içerik sunan siteler, diğer yandan reklam-pazarlama aracı olarak kullanım, elek-

¹ İnternet ortamında, adresler ".org" ile bittiğinde onun "kurum" olduğunu anlıyoruz ve *organisation*'dan geliyor ; ".edu" "education" dan geliyor ve "eğitim" kurumlarını anlatıyor; ".gov" "government" dan geliyor ve "hükümet" kurumlarını anlatıyor; buna karşılık, ".com" "commercial" sözcüğünden geliyor ve "ticari" nitelikli kurumlar için kullanılıyor.

tronik bankacılık uygulamaları ve şirket-içi iletişim amaçlı kullanım, interneti giderek daha yoğun bir şekilde ticarileştirmektedir. İnternetin ticari ve askeri olan yönlerini şimdilik bir kenara koyalım ve artık olumlu yönlerini tartışalım. Ancak “bir denetim teknolojisi olarak internet” konusuna sonra yeniden değineceğiz.

İnternetin özellikleri ve “yer” tanımımızı değiştirmesi

İnternet: Ucuzlayan bir teknoloji

İlk olarak internetin giderek ucuzlayan bir iletişim teknolojisi olduğunu belirtmeliyiz. İnsanlığın geliştirdiği teknolojilerin hepsinin ciddi maliyetleri vardı ve o maliyetleri karşılamak önemli çaba gerektiriyordu. Karmaşık teknoloji gerektiren bir ürünün kopya edilmiş halini bile üretmek bir iştir. Örneğin diyelim ki nükleer teknolojiyi çaldınız ya da kopya ettiniz, o halde bile bir nükleer santral ya da denizaltı üretmek önemli bir iştir. Bir kıtalararası füzenin teknolojisini kopyalasanız dahi, füzeyi üretmek çok da kolay değildir. Ancak mikro-elektronik teknolojiler öyle bir alan açıyor ki bunları kopya etmek gerçekten çok kolay. Yaptığınız bir programı CD'ye aldıktan sonra tıpkı plak basar gibi milyonlarca kez basabilirsiniz. Geliştirilmiş bir entegre devreyi ya da mikroçipi de neredeyse bir plak gibi kopyalayarak çoğaltabilirsiniz. Yani kopyalamak kelimenin tam anlamıyla kopyalamak anlamına geliyor. Böylelikle teknoloji çok ucuza mal oluyor ve dünyanın herhangi bir yerinde geliştirilen internetle ilgili bir teknoloji, dünyanın öteki tarafına çok ucuz bir şekilde ve çok hızla girebiliyor. Bu diğer

teknolojilerden farklı bir durum. Nükleer teknoloji dünyanın her yerine aynı hızla erişmedi. Ama özel olarak internetle ilgili teknolojiler, genel olarak da bilişimle ilgili teknolojiler çok hızlı bir şekilde yayıldı, çok kolay kopyalandı ve neredeyse sıfır maliyetle dünyanın her yerine dağılmaya başladı.

Bugün dünyanın hemen hemen her yerinden artık internete erişmek olanaklı. Yayılmanın maliyetinin çok düşük olmasına paralel olarak başka gelişmeler de var. Kullanımı da çok ucuz ve giderek ucuzlamak durumunda. Bugün tam anlamıyla sıfır liraya yani "beleş" olarak internette bir site açabilirsiniz ve bu açtığınız siteyi dünyanın her yerinden 24 saat 365 gün erişilebilir, izlenebilir bir medya olarak kullanabilirsiniz. Başka herhangi bir iletişim teknolojisiyle kıyaslandığında inanılmaz bir avantajdır bu. En ucuz basımevi bile çoğunluk için ciddi bir maliyettir. Hele böyle ufak bütçelerle çalışan insanlar için. Radyo, televizyon bunlar daha pahalı şeyler. Diğer teknolojiler örneğin video bantları dolduruyorsunuz, dağıtılıyorsunuz. Bir kere coğrafi olarak bir sınırlılığınız var, ikincisi üretim ve çoğaltma maliyetleri yüksek. Ama internette bütün bunları sıfır maliyetle yapabiliyorsunuz. Yeter ki bir içeriğiniz olsun, bu içeriğinizi bir sunucuya (server) yerleştirin, ondan sonra dünyanın her yerine eşit olanakla yayılmaya hazır bir medya haline gelebilir.

Bu sıfır maliyet bu coğrafi meseleleri de bize yeniden düşündürecek bir yöne de sahip. Demin bahsettim, dünyanın herhangi bir yerinde dedim, aslında bu bizim "herhangi bir yer" kavramımız da tam olarak doğru kavram değil artık, bu teknolojinin getirdiği terminolojik çerçeve ile. Çünkü internet artık; neresi yerel, neresi genel, neresi ulusal, gibi soruları da sordurarak üzerinde yaşadığımız **coğrafyaların**

sınırları/tanımı üzerine yeniden düşündürecek kadar karmaşıklaşmış bir mekân/uzam anlayışı da getiriyor.

Örneğin bu yüzden bazıları internetin yaratmış olduğu bu uzama “sanal coğrafya” gibi adlar veriyor. Aslında tabii bu noktada şöyle şeyleri de tartışmalıyız: Çok ufak bir kasabada yerel olarak var olan bir internet içeriği dünyanın her yerinde aynı anda var olabiliyor. Dolayısıyla örneğin Bolu’nun Sesi Gazetesi yerel bir gazete midir internette de olduğu sürece, yoksa New York’ta da izlenen Vietnam’da da izlenen uluslararası bir gazete midir? Ya da uluslar-ötesi bir medya mıdır? Yani internet, ulusal-yerel ölçekte yayın yapan medya tanımlarını da değiştiriyor. Bu yüzden yerellik, ulusallık ya da uluslar-ötesilik kavramları da biraz eski coğrafi anlayışımızın içinde kalıyor, dolayısıyla bunları yeniden tartışmak durumundayız.

Sansür edilemiyor

İnternete ilişkin bir başka olumlu yön, sansür edilememesi. Her medya sansür edilir. Tabii, internet de sansür edilir. İnternet’i kullanan kişiyi ortadan kaldırırsanız, İnterneti sansür etmiş olursunuz. Kullanılan cihazların fişini çekerseniz internet falan kalmaz. Ama bundan şunu kastediyoruz; o medya varsa (*ontolojik* olarak öyle bir medyadan bahsediyorsak), bir bilgisayar açık, çalışır ve ağ (*network*) olarak bir yere bağlı ise artık orada internet vardır ve ondan sonra bu şekilde internet kalacak şekilde devam ediyorsa, internet olarak bunu sansür etmek pek olanaklı değildir. Dolayısıyla diğer iletişim teknolojileri ile kıyas ettiğinizde internet hakikaten çok ciddi bir alternatif. Alternatif içeriği sunmaya karşı çıkan egemen grupların ya da egemen medyanın sansür etme eğilimine karşı en dirençli medya türü.

internet nasıl sansür edilemez? Bir kere internete çıkıyor-sanız, artık orada hakikaten her türlü içeriğe ulaşabilirsiniz. Bunu engellemek için birtakım girişimler de var tabii, bir takım teknolojik çözüm önerileri var. Mesela *proxy* yöntemiyle bazı sitelere erişimi engelleyebilirsiniz. Buna göre, sansür etmek istediğiniz sitelerin adlarını filtreleyen bir erişim sağlanıyor, bunu ana geçiş noktalarında ya da ayrı ayrı internet servis sağlayıcıları tarafından yapmak olanaklı. Böylelikle hazırladığınız listedeki içerik sansür edilmiş oluyor. Mesela “Huzurlu internet” sloganlı İhlas Holding’in erişim paketi böyle bir sansür yapıyor. Ama tabii bu sansür edilen listeler çok kolay değiştirilebilen listeler. Kızınız ya da oğlunuz o listelere girmeyen birçok siteyi bulup, korktuğunuz türdeki siteleri takip edebilir kolaylıkla! Yani bu sansür türü kolayca aşılabilir. Ayrıca siteler de başka *DNS (Domain Name Service/Alan Adı Hizmeti)* adıyla ya da başka sunuculara taşınarak, ayna (*mirror*) yayın yaparak bu sorunu asmaya çalışıyor. Öte yandan kullanıcının izlenmesi yoluyla da bir sansür çabası var. Kullanıcıları *IP (Internet Protocol)* numaralarından izleyerek aslında birşeyler yapmak mümkün. Ama aynı zamanda bu girişimleri engellemek de mümkün. Örneğin sanal (*virtual*) *IP*ler ortaya çıkıyor. Bunlarla hangi bilgisayarda olduğunuzu kolayca gizleyebiliyorsunuz, dolayısıyla o bilgisayarın nerede olduğu da tam belli olmuyor, sadece ağa çıkış bilgisayarı bilinebiliyor, arkasındakiler gizleniyor. Dolayısıyla her sansür girişimine karşın çok becerikli, çok maharetli teknolojik çözümler öneriliyor ve pratik olarak internet sansür edilemez bir medya olarak kabul edilmiş durumda. Bunu, tabii, sadece ben söylemiyorum, Pentagon da söylüyor. Pentagon bu konuda epey toplantı yaptı. Çok ilginçtir, demokrasinin biraz daha yanında yer aldığını düşündüğümüz *Bill Clinton* zamanında internetin sansürü

konusu bayağı masaya yatırıldı ama “bırakın dağınık kalsın” diyebileceğiniz bir sonuç çıktı. Bu arada epeyce sivil inisiyatif de ortaya çıktı özgür internet için. Türkiye’de de bu konuda bir ulusal güvenlik hassasiyeti var. “Amerikalıların yapmadığını biz mi yapacağız” demek istemiyorum ama, ulusal güvenlik kuruluşlarının gündemindeki yerini koruyor bu konu. Son olarak gündeme gelen ve Cumhurbaşkanı tarafından veto edilen RTÜK değişikliğinde de buna ilişkin birtakım girişimler var. Bu girişim veto nedeniyle şimdilik durdu gibi, ama her zaman bu yönde eğilimler vardır tüm dünyada ve tabii ki Türkiye’de de. Ama biliyoruz ki internet, internet olarak kalacak ise sansür etme olanağı tanımayan bir medya.

Bir de Singapur’da olduğu gibi fiziksel olarak sansür girişimleri var. Singapur’un çok kalkınmış bir ülke olduğunu hepimiz biliyorsunuzdur, ancak çok da demokratik olmayan bir yönetim var burada. Yönetim internet bağlantısını yasaklamış, yani dış *network* erişimini kapatmış. Ama kısa süre içinde başta finans sektörü olmak üzere itirazlar yükselmeye başlamış. İnternet aslında bütün *bit*lerin (ya da *byte*ların) bütün dünyada sizin varlığınıza idame ettirmenize yarayacak bir akımı da sağlıyor. Dolayısıyla internet sadece internet içeriğinin girmesi ya da çıkması değil aynı zamanda, örneğin, kredi kartlarının bilgilerinin dağıtılması gibi, dünya çapında, global ölçekte bir ticari iletişime de tekabül ettiği için, Singapur fazla dayanamamış ve internete kısa bir süre ara verilmiş olmuş. Bunun dışında başka böyle bir net fiziksel sansür girişimi yok. Çin Halk Cumhuriyeti’nde de bazı girişimler var örneğin, ama bunlar daha çok bürokratik ve yazılımsal nitelikli. Çin’de kullanıcıların kayıtlı olması zorunluluğu var. Çok özetle internet sansür edilemiyor.

Birleşik bir medyum

İnternetin bir başka olumlu özelliği de -buna tam da olumlu özellik dememek lazım ama en azından pedagojik açıdan yararı olan bir olumluluk diyebiliriz- entegre (birleşik) bir medya olması. Tabii bu yönü, profesyoneller, medya profesyonelleri açısından da bir çeşit tehdit, açıkça konuşmak gerekirse. Çünkü, aslında internet bütün diğer iletişim ortamlarını kendinde barındırabilecek bir medya. Yani internet aslında radyoyu, gazeteyi, televizyonu, aklımıza gelen diğer medya türlerinin hepsini tek bir medya olarak paketlemek, bir araya getirmek yeteneğine sahip olan bir medya. Ama burada hemen şunu söyleyeyim. Hiçbir yeni teknoloji geldiğinde, korkulan olmadı ve eski teknolojiler tamamen ortadan silinemedi. Çok da korkulacak bir şey yok, ama internetin böyle bir yetkinliği var, dolayısıyla internet aslında yeni bir medya dili oluşturmak üzere. Bu konu da mutlaka üzerinde düşünmemiz gereken bir şey. İnternette aynı anda hem görüntü izleyebiliyoruz -bu görüntü statik olabildiği gibi hareketli de olabiliyor- hem ses dinleyebiliyoruz -bu da konuşma ya da müzik olabilir- aynı zamanda konuşurken arkasına müzik kaydedilmiş de olabilir- hem de metin sunulabilir. Klasik medya türlerinde, örneğin gazetede, okuyucunun daha kolay etkilenmesi için tasarlanmış birtakım girişimlerin, aslında internette çok da geçerli olmadığı gibi bir sonucun ortaya çıktığını söylemek lazım. Örneğin rahat okunabilen bir mizanpaj ya da rahat dinlenebilen bir radyo programı gibi tasarım kaygılarının, internette çok farklı bir boyutta olması gerekir. Çünkü internetteki, hem kulağıyla dinleyebilecek hem gözüyle gazeteyi okuyabilecek hem de bir videoyu

izleyebilecek bir izleyici/kullanıcı. Dolayısıyla gazete, radyo, televizyon izleyicisinden farklı. Entegre bir medyanın entegre bir dili ve bu entegre dili okuyabilecek bir izleyicisi olmak zorunda.

Hem eşanda hem de başka-anlarda kullanılabilir

Bir başka olumluluk; internet hem senkron (eşanlı) hem de asenkron (başka-anlı) bir medya olanağı sunuyor. Mesela radyo programı yapıyorsunuz ve çok önemsedığınız bir kural var. Bir kere yayınlıyorsunuz bitiyor. Haydi diyelim bir kere daha tekrarlayın. Bu iki seferde de dinleyemeyenler bir daha dinleyememiş oluyor. Ama internetteki iletişim dilerseniz senkronik, dilerseniz asenkronik olarak işliyor. Yani dilendiği zaman, istendiği zaman izlenebilen bir içeriğe olanak sunuyor. Bir programı isterseniz yayımlandığı anda, isterseniz sonradan dinleyebilir/izleyebilirsiniz. Dolayısıyla internet, sizin sunmak istediğiniz içeriği, örneğin *chat* (sohbet) odası gibi bir ortamda eş zamanda ve gerçek zamanda sunması mümkün iken, o iletişimin bir kopyasını da o iletişimi izleyemeyen insanlar tarafından izlenmek üzere saklanmasına olanak veren bir teknoloji. İçeriğinizi bir sunucuya (*server*) yerleştiriyorsunuz ve onu isteyenler istedikleri zaman izliyorlar. Bu mantıkla, öyle bir radyo tasarlayabilirsiniz ki, tamamen dinleyicinin kendi programını kendi yaptığı bir radyo olabilir bu. Bugün internet böyle bir olanak sunuyor.

Bildiğimiz anlamdaki sahiplik kurumunu

ortadan kaldırıyor

Bir başka olumlu tarafı da internetin, sahiplik müessesesini yeniden düşünmemizi gerektirecek birtakım yeni yapılar ortaya çıkarması. Biliyorsunuz medyayı anlamak için akademisyenler/araştırmacılar üç şeye bakıyorlar: İçerik, izleyici ve kurumlar. Biz de böyle bakacak olursak, kurumlar açısından da internet medyaya yeni bir anlayış getiriyor. Örneğin “internetin sahibi kimdir?” sorusu biraz saçma bir soru artık. Böyle klasik bir sahiplik mekanizması yok. Tek tek cihazların, altyapıların sahipleri var tabii. *Kablolar, linkler, routerler, hard diskler* vs. bunlar tabii ki kimin ise onun, burada normal mülkiyet ilişkileri işliyor ama devasa bir medya olarak, ortak bir anlatı alanı olarak **internetin bir sahibi yok**. Dolayısıyla bilinen anlamda sahibi olmayan bir medyadan bahsediyoruz.

Aynı zamanda bütün bu tartışmalar açısından ciddi bir öneme sahip bir konu da biliyorsunuz, tekelleşme. İnternet söz konusu olunca tekelleşme nedir ve bu tekelleşmeye karşı ne yapacağız? Yeni yasa bu konuda bir tekelleşme getirir mi? Bu gibi soruları da, internetin özelliklerine bakarak belki yeniden gözden geçirmekte yarar var. Ayrıca, bir soru da şu: Acaba Türkiye’de interneti kim denetliyor? Radyo televizyon için RTÜK var. Basın için *Aydın Doğan* tekelinden söz ediyoruz ya da ek olarak birkaç isim daha söyleyebiliyoruz. İnternet için böyle bir şey söyleme olanağımız yok. İyi ki yok, ya da ne yazık ki yok! Tabii nereden baktığınıza bağlı. Ama birtakım koordinatörler var. Ulusal koordinatör adını verdiğimiz. Türkiye’de *DNS* yani “alan adı kaydı” yapan, yani kullandığınız *IP*

numarasına tekabül eden bir isim verme işlemi yapan kurumlar var. Bunlar da genellikle üniversiteler falan oluyor. Türkiye’de bu işi *Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ)* yapıyor, ABD’de bu ticarileşmiş durumda birkaç kurum tarafından yapılıyor. Ama bunların hiç birisinin, bu isim verme kurallarının dışında başka bir denetim gücü yok. ODTÜ’nün DNS kuralları tabii ki tartışılabilir, ama .tr uzantısından vazgeçerseniz bu kuralları da aşarsınız. Diyelim ki, “.tr” uzantılı bir isim kaydettirmek istiyorsunuz (örneğin www.kullanici.com.tr), ancak ODTÜ DNS kurallarını aşamadınız: Ya ahlaka aykırı olduğu için, ya siyasal olarak sakıncalı görüldüğü için ya da başka bir nedenle bu isim kaydını yaptıramadığınızı var sayalım. Bu kez aynı ismi “.tr” uzantısı olmadan “*global domain*” olarak kaydettirmek isterseniz (örneğin www.kullanici.com) herhangi bir sorunla karşı karşıya kalmayacaksınız. Çünkü ABD’de DNS kayıtları için bu tür kurallar geçerli değil, genel olarak “ilk gelen hizmeti alır” ilkesi geçerli. Bu nedenle Türkiye’deki bir çok web yayıncısı “.tr” uzantılı bir DNS kaydı yerine -hem de daha ucuz- global DNS kaydını tercih ediyor.

İnternetin alternatif kullanılma olanakları

Bu az önce saydığım özellikleri açısından bakıldığında, internet gerçekten de şimdiye kadar çıkan teknolojiler açısından alternatif bir içerik sunma sevdasında olan insanlara ciddi olanak tanıyan bir teknoloji. Ancak internet bugün nasıl kullanılıyor ona bakacak olursak, ne yazık ki hayal kırıklığıyla karşılaşırız. Medyada olumlu olumsuz ne varsa, yani yaygın medyadan şikayetçi olduğunuz ne varsa şu anda dünya üzerinde, onların hepsi hemen hemen aynı anda internette de var. Dolayı-

sıyla internetin kendi başına bir alternatif medya olarak tanımlanması onun “iyi” bir şey olması bakımından yeterli değil. **Önemli olan interneti nasıl/hangi amaçla kullandığınız.** Neyse ki, alternatif medya içeriği sunmak isteyen birtakım gönüllü, ısrarlı, biraz da inatçı kişiler, gruplar ile, bunları izlemeye teşne bir takım dinleyiciler/izleyiciler var da, internetin alternatif bir medya olarak kullanılabilmesi mümkün olabiliyor. Özetle aslında buradaki sorun, saf teknolojik sorun olmaktan ziyade, politik ve sosyolojik bir sorun/tercih olarak varlığını sürdürüyor.

Daha önce de belirtildiği gibi, internet söz konusu olduğunda artık farklı bir izleyiciyle yayıncıdan söz eder duruma gelebiliyorsunuz: Herkes istediği şekilde aynı anda hem okur hem yazar olabiliyor internette. Dolayısıyla böyle “okur fetişizmi” ya da “izleyici fetişizmi” diye adlandırabileceğimiz sorun da ortadan kalkmış olur. Bir ufak ayrıntı; bu bir avantaj mı? bunu da düşünmek lazım, ama bir fark olması bakımından söylüyorum. İnternet de aslında geleneksel (radyo/TV/gazete) medya türlerinden çok etkilenmiş durumda. Yani 400 yıllık gelenek, onu da bayağı etkilemiş. Bugün internet emekleme devresinde henüz, ancak muhtemelen ileride çok farklı yönler doğru gelişebilecek. Ancak bugünkü hali, tabi ki geçmişle belirlenmiş olduğu için geçmişteki birtakım göstergelerden çok etkileniyor. Örneğin bunlardan biri de, *reyting*. “Reyting savaşları” aslında internette çok anlamlı bir şey değil. Gerçek anlamıyla internette reyting diye bir şey yok aslında. Ancak bu gelenekselleşmiş ve kanıksanmış reyting anlayışı ya da “reyting palavrası” aynen internete de taşınmış durumda. İnternette bugün *counter* (sayaç) dedikleri, kaç kişinin o siteye girdiğini ölçmeye yarayan, aslında hiçbir şeyi ölçmeyen bir imkân da var. As-

linda biliyoruz ki televizyon programları söz konusu olduğunda da, reyting (*peoplemeter*) hiçbir şeyi ölçmüyor. Çünkü, izleyenleri değil, açık olan kanalları ölçüyor, ama biraz da ticari bir yönü olması bakımından önemli bir gösterge de kabul edilebiliyor. Ancak internetteki reyting ölçer olan *counter* gerçekten hiçbir şey ölçmüyor. Bir siteyi isterseniz beşer beşer atlayan hit sayılarıyla günde 50 bin ziyaretçiye bile ulaştırabilirsiniz. Dolayısıyla çok da fazla anlamlı olmayan bir reyting kavramı söz konusu. Bu sorunu aşmak üzere bağımsız counter/sayaç üreticileri çıktı bir de, “güvenli ölüm” iddiasıyla! Bu, şuna da göndermede bulunuyor: Acaba reytingi olmayan bir medyanın gerçek anlamda bir kurumsallığı varsayılabilir mi? Hani medyada hep kurumsal olduğumuzu göstermek için ne deriz? “Benim gazetemın tirajı şu kadar, benim izleyicim şu kadar”. İyi bir medya kurumunun göstergesi aslında biraz reytingdir diye düşünülür. Doğru olmamakla birlikte böyle bir gelenek var. İnternette *counter* (sayaç) dediğimiz şey hiçbir şeyi ölçmüyorsa, internetin kurumsallığının göstergesi de onu kaç kişinin izlediği olamaz. Dolayısıyla böyle bir bakış açısını tamamen terk etmek gerekir.

Alternatif kullanımlara örnekler:

Bağımsız İletişim Ağı (BİA) ve diğerleri

Şimdi size bu tartışıklarımızı daha anlaşılır kılsın diye, insanların internette olumlu şeyler yapabilmesinin ön koşulu olarak, ‘bir iradenin/istencin varlığının asgari koşul olduğunu’ göstermek üzere bir kaç örnek göstereceğim. Tabii ki bu örneklerin başında, bizi bu eğitim çalışmalarında bir araya getiren, böyle konuları tartışmamıza vesile olan bir insan iradesi örneği ola-

rak -hiç mütevazı olmaya gerek yok- bence çok başarılı bir deneyim olarak Bağımsız İletişim Ağı (BİA) geliyor. O zaman biraz BİA sitesinin içeriği ile ilgili konuşalım.

Biliyorsunuz yerel medyanın karşılaştığı en ciddi sıkıntılardan bir tanesi de telif hakları sorunudur. BİA sitesinde gördüğünüz her şey, telif hakkı “kamusal olan”, yani herkesin kullanıma açık içeriklerdir. Dolayısıyla burada gördüğünüz her haberi gazetenizde, radyonuzda kullanabilirsiniz, tabii kaynak göstermek koşulu ile. Yine sitede gördüğünüz karikatürlerin, fotoğrafların hepsini kullanabilirsiniz. Demek ki aslında Bianet’in böyle telif hakları konusunda mağdur olma noktasında, yerel medyaya önemli bir desteği var. Tabii ki yerel medya bunu kendi olanakları ile zaten çözüyor, ama bunu yasal bir çerçevede çözmüş olmak bakımından da rahatlık olduğunu hemen belirtelim. Ancak bu siteye olan yerel katkıların daha da güçlenmesi gerek.

Ben burada konuyu bağlamak bakımından birkaç alternatif örnek daha sunmak istiyorum. Biliyorsunuz, medyanın en ciddi zaaflarından bir tanesi de, ulusal ya da yaygın medyanın, kendini eleştirememesidir. Bu konuda internet çok ciddi bir kapı aralamıştır aslında. Anonim kimliklerle, ismini gizleyen birçok gazeteci artık internet ortamındaki alternatif sitelerde kendi yayın kuruluşunu eleştirme olanağına sahip olmuştur. İkinci olarak, ekonomik kriz bahanesiyle, büyük medyadan atılan birçok gazeteci de kendi sitesini, kurmak zorunda kalmış, böylece çok ciddi medya eleştirileri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bunların bir kısmı tabii daha çok fevri sitelerdir. Kısa dönemde var olup, kısa dönemde yok olan sitelerdir. Hazırlayanlar yeniden iş bulunduğu muhtemelen kapanan sitelerdir. Başka bir örnek daha vereyim. Bilgi Üniversitesi'nin kat-

kılarıyla var olan ve zamanla ciddi bir medya eleştiri sitesi haline dönüşen *Medyakronik*, www.medyakronik.com uzun süre çok önemli bir işlev görerek varlığını sürdürmüş, ancak kapanmak zorunda kalmıştır. Bu sitenin arşivine ulaşmak hâlâ olanaklıdır. www.dorduncukuwetmedya.com sitesi de bir diğer güncel medya eleştiri sitesidir. Medya konusunda dedikodu değil belki ama, eleştirel yaklaşımlar açısından Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi sitesi ile diğer kimi iletişim fakültelerinin sitelerinde de benzeri örnekler bulunabilmektedir.

Başka bir tür örneği de yerelden vereyim. Bu ayrıca, günümüzde son zamanlarda çok sorulan “yerel nedir, evrensel/global nedir” sorusunun göreliliğine de bir örnek oluşturacak. *Özgür Kocaeli Gazetesi* “online” bir gazete olmuş, örneğin diyelim Vietnam’da varsa eğer bir Kocaelili, bunu 24 saat izleyebilir. Çok ilginç bir duygudur bu, uzaktasınızdır ama kendinizi evinizde gibi hissedersiniz. Örneğin benim meslektaşım Süleyman İrvan Bolulu ve *online* olarak da yayınlanan *Bolu’nun Sesi Gazetesini* (Bolu’da olsaydı belki o kadar sık okumazdı) şimdi her gün açıp okuyor internet’ten. Hemşerilik bağlarının, gurbette olduğunuzda nasıl önemli hale geldiğini düşünecek olursanız, çok özel bir imkân. Böylelikle, internet teknolojisinin yerel medyayı nasıl aynı zamanda global medya haline getirmeye imkân sağladığını da görüyoruz. Hakikaten, günümüzde yerellik ile uluslar-ötesilik arasındaki sınır, artık çok ciddi bir sorgulanma sürecine girmiş durumda. Bunun nedenlerinden birisi de internetin yerel medyaya globalleşmek için, global medyaya da yerelleşebilmek için sunmuş olduğu imkânlar.²

² Global medyanın yerelleşme, yerel medyanın globalleşme biçimlerine bir yaklaşım ve örnekler için *BİA Habercinin Elkitabı* dizisinin birincisi *Medya ve Toplum*’da yer alan Sevdâ Alankuş’un “Demokratik bir Medya Ortamı için Yerel/Sivil Medya: İmkanlar, Örnekler” başlıklı yazısıyla, Beybin Kejanlıoğlu’nun yine aynı kitaptaki “Medya ve Toplum İlişkisi ve Küreselleşmenin Sunduğu Olanaklar” başlıklı yazılarına bakılabilir (*editörün notu*).

Bu arada anmadan geçmeyeyim, internette benim de mütevazı bir Sinop sayfam var. Onu da size tanıtmadan edemeyeceğim: <http://www.ilet.gazi.edu.tr/~atabek/sinop/>. Sinop ile ilgili internetteki site sayısı halen maalesef çok az. Ben Sinop'un en talihsiz konusunda biraz huysuzluk etmek için bu siteyi açtım. Sinop'da nükleer santral açılmasına karşı durulması, çok ciddi bir mesele, ben de kendimce bunu yapıyorum sitemle. Dolayısıyla siz de istediğiniz konuda, söyleyecek önemli olduğuna inandığınız bir sözünüz varsa, kendi sitenize sahip olabilirsiniz ve emin olun birilerine de ulaşırsınız.

Alternatif kullanımlara bir de pek çoklarınıza *absurd* (saçma) gelebilecek bir örnek vereyim, ilginçlik olsun, hayal gücünüzü çalıştırsın diye. Şu anda sanırım “kırılmış” (“*hack edilmiş*”) olmakla birlikte, dağılmış bir ülkenin, eski SSCB'nin (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetleri Birliği) de bir sitesi var. Böylelikle, aslen dağılmış bir siyasi birlik, internette varlığını sürdürmeye çalışıyor bir bakıma. Yani SSCB sanal bir ülke olarak var, eğer bu bir anlam ifade ediyorsa kimileri için!

Bu arada “alternatif medya” olarak Türkiye'den Bianet'i gösterdik ama onun dışında, dünyada ciddi başka örnekler de var. Aklınıza gelebilecek her alternatif içerik alanında, çok önemli enformasyon içeren ve de konularını ısrarla sürdüren sitelerden söz etmek de mümkün dolayısıyla³. Örneğin [³ Bu arada ilgilisi için belirtmiş olalım, alternatif içeriklerle ilgili gelişmeler sadece internetle sınırlı değil. Çok uzun yıllardan beri alternatif medya girişimleri söz konusu. Hatta bizatıhi gazetenin ortaya çıkması bile, bir alternatif sayılabilir başlangıç yıllarında. Bir egemene bas kaldırı süreci olarak değerlendirilebilir. Ama bunlardan en belirginini, bugün kullandığımız anlamda alternatif olma olanağı sunanı, radyodur. Radyo çok ciddi bir alternatif güç olarak ortaya çıkmıştır öncelikle. Daha sonra televizyon da bir süre bu işlevi üstlenmiştir, ticarileşip tekelleşmeden önce. Bunu sonradan da videonun alternatif bir medya olarak kullanımı izlemiştir. Bugün, internet öncesinden beri var olan Paper Tiger \(Kâğıttan Kaplan\) televizyonunun, ciddi bir alternatif medya girişimi olarak anılması yararlı olacaktır.](http://www.me-</p>
</div>
<div data-bbox=)

diatransparency.org ve (*Fairness and Accuracy in Reporting/FAIR*)⁴ www.fair.org çok başarılı medya eleştiri siteleri. *Dünya Ticaret Örgütü*'nün telif hakları sistemine karşı çıkan www.copyleft.net sitesi ile ticari olmayan özgür yazılımı savunan Türkiye'den bir site www.fazlamesai.net oldukça ilginç. Alternatif medya için www.alternet.org iyi bir kaynak site. Ayrıca www.newswatch.org da habercilik ilkeleri açısından önemli bir işleve sahip.

Çok daha farklı ve ilginç örnekler getirmek de mümkün ama son olarak özetle bir şey daha söylemekte yarar görüyorum. İnternet hakikaten çok önemli bir olanak, ama bütün bu olanağı kullanmak için bir irade göstermemiz yani "politik insan" olarak davranmamız gerekiyor. Sadece internetin bir teknolojik imkan olarak varlığına güveneceksek bence yanılırız. O zaman da, diğer yeni teknolojilerin ilk ortaya çıkışlarından sonra uğradığımız hüsrana uğramamız kaçınılmaz olur. Yani, yine her şey bize düşüyor. Ama ben inanıyorum ki, yeteri kadar irade her zaman var. Bu iradeyi örgütleyen BİA gibi örnekler oldukça da, bu işler sürecek.

TARTIŞMA

SORU: İnternetin denetlenemez, ya da daha zor denetlenebilir bir teknoloji olduğundan söz ettiniz. Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde internet Üst Kurulu olduğu iddia edilen bir kurul var. Bu kurulun denetleme gibi bir misyonu var mı?

⁴ FAIR, "Adil ve Doğru Habercilik" in kısaltılmışı.

Tabii böyle girişimler var. Dünyanın her yerinde buna benzer girişimler yapıldı, ama bunlar “çok fazla” işe yaramadı. Bu arada “çok fazla” ifadesinin bir muğlaklık yarattığının farkındayım. Çünkü böyle bir muğlaklık bırakmakta da yarar var. Ama internetten korkunun ecele çok da faydası da yok. İnternet denetlenemiyor. İşin özeti bu. Her zaman daha güvenli olan server’ler (sunucular) olabilir sitenizi yayınlamak için. Hatta tamamen kendinize ait, bir server sahibi de olabilirsiniz, ağ, güç kaynağı vb. alt yapıyla kiralayabilirsiniz de. ABD’nin ya da başka bir ülkenin, herhangi bir yerinde “rack” adı verilen karakutu diyebileceğimiz şeyleri kiralıyorsunuz. Oralarda ayrıca size Gbyte’larla yer veriyorlar, Aylık toplam 500-600 dolara bu işi rahatlıkla yürütüp bir sürü site kurabiliyorsunuz. Hatta kendi adınıza kurabildiğiniz gibi, varsa düşmanınız adına da kurup onu başka bir yerden de kuşatabiliyorsunuz. Yani kısaca internetin denetlenebilmesi hakikaten olanaksız.

SORU: İnternet konusunda son iki ayda biz de bunun öneminin farkına varıp, bir site yapma aşamasındayız. Yine internetle uğraşan iyi bir site yapımcısı bulduk, program yapan bir şirket bulduk ve hiçbir ücret ödemedem, reklam karşılığında bir site kurduk. Bu deneyimi arkadaşlarımla paylaşmak ve sizin görüşünüzü almak istiyorum. Amatör olarak kişisel olarak site yapan bir çok kişi var. Özellikle birçok kurumun, radyo, televizyonun bunlara aldanarak site yaptırdıklarını biliyorum. Başka bir sitenin altında doğrudan kendi isimleri ile başlamayan siteler yapıyorlar. Çok da ucuz paralara. 200-300 dolar veriyorlar ama çok kalitesiz bir site oluyor. Böyle bir site yaptırdığınız zaman; Bolu’dan çıkar belki siteniz, Zonguldak’tan çıkabilir fakat dediğiniz gibi Vietnam’a gittiğiniz zaman bu mümkün değil. Site yaptırılırken en azından bunun sorulması gerekiyor. Acaba

*benim sitem dünya çapında izlenebilecek mi? Hızı nasıl olacak?
Bilmiyorum bu görüşüme katılır mısınız?*

Ben tabii burada bir tehlikeye de dikkat çekmemiz gerektiğini düşünüyorum. Evet internet yerel medyanın erişim tahayyülünü Vietnam'a kadar genişletiyor, doğru. Ama bir de şöyle bakmak lazım. Vietnam'dan da erişilebilir miyim gibi bir soru aslında terminolojik olarak çok doğru değil. Çünkü internette var olan bir içerik, bir server/hizmet verici de var ise, her yerden "çıkır". Bunu şunun için söylüyorum "ucuza mal ettim, dolayısıyla benim erişim gücüm çok fazla olmaz," gibi bir klasik teknoloji mantığı internet için geçerli değil. Yavaş izlenir, sayfa geç açılır vb. problemler vardır. Ama bunlar o site, bedava olduğu ya da ucuza mal olduğu için değil, başka sorunlardan kaynaklanır, genellikle. Ama tabii bunu ciddiye almak ve bir profesyonel faaliyet olarak görmek gereklidir de diyebilirsiniz. Burada ben yine bir şeyi tekrarlamak istiyorum. Bence sitemizin ne kadar renkli resimli olduğundan, ne kadar parlak dikkat çekici grafik, animasyon bulundurduğundan ziyade, içeriği önemli. Bütün bu teknolojik açılımların arkasında yatan bir şey var. Çok olanak çıktı. Bu olanakların hepsi bizim başımızı döndürecek kadar sıklıklar da yaratıyor. İnternetle ilgili olarak çıktı, radyo ile ilgili olarak çıktı. Uydu ile ilgili radyo kanalı için bir frekans almak gerektiği zaman nerdeyse yaklaşık 100 Dolar aylık ücrete düştü. O kadar çok uydu var ki, çoğu kullanıcı bekliyor ve fiyatlar sürekli düşüyor. **TÜRKSAT 2A** atıldı biliyorsunuz. Transponderlerin büyük bölümü boş, kapasite satın alan yok. Giderek de ucuzlayacak. Buradan bir şey çıkıyor, teknolojik olarak bu içeriğimizi taşıyacak olan kanallar arttı. Bir niceliksel patlama yaşandı. Ama buna rağmen ciddi bir içerik sorunu var. Demek ki aslında bizim bu internet mesele-

lerini düşünürken bu teknolojik boyutundan ziyade, “burada biz ne diyeceğiz?” üzerine düşünmemiz gerekiyor. Diyecek ciddi bir şeyimiz var mı? Yoksa, internet diye bir şeye gerek yok zaten. Ama gerçekten “benim Vietnam’dan da duyulmanın bir önemi var” diyorsak o zaman internet önemli. İnternetin diğer alternatif medya türleri ile ilgili olarak bir avantajı da şu; global dayanışmaya en uygun bir medya türüdür internet. Diğer medya türlerine bakarsanız, örneğin bir yerel radyo, yerel bir takım şeyleri aktive edebiliyor. Ancak diyelim Trabzon’da yayın yapan bir radyo, bütün Karadeniz Bölgesi’ni harekete geçirip Karadeniz’in kirliliği ile ilgili olarak çok büyük bir miting düzenleyemiyor. Ama internette bu olanaklı. Öyle bir an gelir ve internet aracılığıyla insanları öyle bir aktive edebilirsiniz ki, çok önemli bir muhalif hareketi hem sanal olarak, hem de sokakta da örgütleyebilirsiniz. Bunun örnekleri yaşandı. Demek ki aslında internetin bu yönü çok daha önemli; içerik ve o içeriği taşıyan insan iradesiyle örgütlenmiş bir dayanışmacı hareket. Belki de internet’in en önemli alternatif yanı burada yatıyor. Yoksa tabii ki internette de her türlü tuhafılık var. Tek başına internet yeterli olsaydı mesele çözülmüş olurdu.

SORU: İnternet sansür edilemez dediniz. Acaba gelecekte aynı radyo ve televizyon frekansları meselesinde olduğu gibi bütün dünya ülkeleri ve hatta bütün sistem bu işi organize edip; frekans tahsisine benzer bir mantıkla böyle bir sınırlamaya gidebilir mi?

Gidilemez çünkü; radyo ve televizyon söz konusu olduğunda kıt bir kamusal kaynaktan bahsediyoruz. Dolayısıyla bunun bir maliyetinin olması lazım. Ama buradaki sorun böyle değil. Artık kıt bir kamusal kaynakla karşı karşıya değiliz, ne kadar çok kablo çekerseniz o kadar çok hattınız olur. Ne kadar erişme

talebiniz varsa o kadar o talebi karşılayacak olan bir altyapı düzenlemeniz mümkündür. İstedığınız kadar hat döşeyebilirsiniz yani o bizim bit dediğimiz *dijital* verileri aktarmak üzere gidecek olan birçok kanalı açabilirsiniz. Burada bir sınır yok, hatta bazen o hatları fiziksel olarak döşemeniz bile gerekmez, sanal (*virtual*) hatlar bile döşeyebilirsiniz. Bu arada ekleyelim, tabii hatları, ya da ana omurgayı genellikle kamusal işleticiler işletiyorlar ve onlar da belirli düzenlemelere gidebilirler. Ancak çok yakında, bu hatlara ihtiyaç olmadan da internet erişimi mümkün olabilecek, bunu da belirtelim.

SORU: Gazeteciler olarak biz, dergilerde günlük yazılarımızda yasal bir sorunla karşılaşmamak için usturuplu yazarız, yazacağımızı. Ama diyelim internetteki bazı tartışma gruplarına aboneyse, oralarda biraz daha dolu dizgin yazabiliyoruz. Acaba internet ortamında yazdığımız bir yazıdan, tartışma grubunda sarf ettiğimiz bir sözden, ya da kendi sitemizde yer alan haber/yorumlarımızdan ötürü yargılanma olasılığımız var mı?

Var. “O zaman neden sansür edilemez dediniz,” diyeceksiniz ama söyle bir şey var, tabii ki her yurttaş, ulusal sınırları içinde, ulusal mevzuata tabidir. Bizler de T.C vatandaşları, yurttaşları olarak T.C kanunlarına tabiyiz. Dolayısıyla böyle bir durum var. Düşünce özgürlükleri itibarıyla bir talihsizliğimiz var biliyorsunuz. Türkiye’de yaşayan her insan gibi, belli içerikteki yazıları yazan, bunu da gizlemeyen ve yayınlayan insanlar açısından tabii ki ulusal mevzuat ve onun getirdiği sınırlamalar geçerli. Ancak burada şu tipik örneği de vermek istiyorum. ABD’de antisemitik yasalar çok güçlüdür, orada “burayı havraya çevirdiniz”, “Yahudi gibi pazarlık yapma” gibi sözler ciddi yaptırıma tabidir. Ceza alma olasılığı yüksektir. Ama Türkiye’de bunları söylediniz mi bir şey olmaz. Ulusal mevzuat aç-

sından böyle bir farklı durum -boşluk-söz konusu. Demek ki ABD'de de Yahudi karşıtı içerik yayınlamayabilirsiniz, bunu fiziki olarak ABD'de var olan bir hizmet vericinin bilgisayarında bulduramazsınız. Başka uygun bir ülkedeki server'lere gidebilirsiniz tabii. Ayrıca bunu ABD'deki kamusal otoritelerin sizi bulamayacağı bir kimlikle yapmak zorundasınız. Yani kimliğinizi sanal hale getirerek, başka bir ülkede yayınlatabilirsiniz. Demek ki ulusal mevzuat konusu klasik teknolojiler açısından ciddi bir yaptırım teşkil ederken, internetle ilgili teknolojiler için bayağı bir cılız ve daha çok açık kapı bırakabiliyor. Biliyorsunuz, bugün dünyada çok farklılaşmış politik tarzlar var. Bir ülkede "terörist" kabul edilen bir grup, başka bir ülkede "özgürlük savaşçısı" kabul edilebiliyor ve bunlar internette bir yer işgal ediyor. Bir de, bütün dünyada etik olarak karşısında durulan birtakım konular var, çocuk pornosu gibi, onlar dahi internette yer alabiliyor. Nasıl yer alıyor? Ülkeler-üstü diye adlandırılan bir takım statüler ortaya çıkıyor. Örneğin uluslararası sularda geminin birinde server kurulmuş, uydudan alıyor ağ bağlantısını. Orayı basacaksınız diyelim, fakat hangi kamusal otoriteyle? Bir sürü sorun var. Ama böyle içerikli bol miktarda yayın var internette. Dolayısıyla ulusal mevzuatın getirdiği sınırlamalar önemli olmakla birlikte, internetin sağlayabildiği belirli bir anonimlik de söz konusu. Ben aynı anda istediğim kadar kişi olabilirim internet ortamında.

SORU: İnternet üzerinden aynı zamanda radyo yayıncılığı yapmak gibi bir girişimimiz oldu bizim, Yayın Online üzerinden, ancak yayınlar, internete girdiğiniz zaman bazı servis vericilere göre değişebiliyor bu, kesintili olarak geliyor. Bunun çözümü var mı? Nasıl bir çözüm üretilebilir bu noktada? Bir diğeri de internet'le ilgili yasa çıkarılmaya çalışılıyor. RTÜK sizi kapatığında şu anki mevzuata göre internet üzerinden yayın yapı-

bilirsiniz. Radyoyu kapatarak internet üzerinden yayına devam edebilirsiniz ancak yeni yasa çıktığı zaman bunun önü de kapatılmaya çalışılıyor. Önerilen yasa taslağı böyle. Bu noktada İstanbul'da durup herhangi bir yerden herhangi bir sunucuyu (server) kullanarak aynı şekilde yayınlarınızı internet izleyicilerine ulaştırmanız mümkün olabilir mi?

Öncelikle şunu söylemek lazım. İnternet hakikaten tam anlamıyla emekleme devresinde bir teknoloji. İnternet üzerinden video ve radyo yayıncılığı meselesinde, özellikle de birincisi açısından mevcut teknolojide bazı sorunlar var. Ama diyelim, radyo konusunda yaptığınız yayının bant genişliğinden biraz taviz vererseniz, yani yaklaşık 11 Khz -ki bu da yaklaşık AM yayıncılığına tekabül eden bir bant genişliğidir- daha tasarruflu ve kolay erişilebilen bir yayın yaparsınız. Dolayısıyla düşük bir bant genişliğiyle de, kolay erişilen bir yayın yapılabilir, bunun tek maliyeti özellikle müzik yayınları açısından kalite düşüklüğü olur. Müzik yayınlarındaki *high fidelity* (yüksek sadakat) dediğimiz, sesler arası frekans genişliğini duyabilmek diye basitçe özetleyebileceğimiz bir kaliteden biraz taviz verilmiş olur. Ama siz tabii müzik değil, içerik yayınlayacaksınız, zaten sizin böyle bir sorununuz olmaması lazım. Dolayısıyla yapacağınız şey, mümkün olduğu kadar tasarruflu bir bant genişliğiyle bu işe başlamanız ve radyo yayıncılığı açısından tabii ki yüksek bağlantı hızları sunan bir hizmet vericiye bunu yerleştirmenizdir. Mesela T1 bağlantısı olan bir sunucu bulursanız -ki bunların fiyatları biraz pahalı- hiç bir sorun olmadan aynı anda bağlanan yaklaşık yüzlerce radyo yayını talebini karşılayabilirsiniz. Ama aynı anda binlerce kişi dinlemek isterse o zaman biraz sıkıntı ortaya çıkıyor.

Sorunuzun ikinci kısmı ile ilgili olarak ise şunları söyleyebili-

rim: Radyo yayınlarının internet üzerinden yapılabilmesi için “audio server” (ses sunucusu) olarak çalışan ve internete bağlı bir bilgisayar gereklidir minimum olarak. Bu sunucunun “audio” girişine radyo yayınları verilmelidir. Dolayısıyla server bilgisayar radyo yayınlarını alacak bir yerde olmalıdır. Aynı stüdyoda olması gerekmez ama radyonuzun sesi, bilgisayarın “audio” girişini besleyecek bir düzenek kurulmalıdır. Vericiniz bir semtte, sunucunuz bir başka semtte olabilir. Ama sunucunuza “audio” veren radyo alıcınız sizin radyo vericinizin yayınlarını alabilecek durumda olmalıdır. En iyisi hatta bu bağlantının stüdyo çıkışından doğrudan yapılmasıdır. Başka bir şehirdeki ya da ülkedeki sunucudan yayın yapmak için de en az böyle bir düzeneginizin olması gerekir. Bu düzenekten sonra ana yayın sunucusu olarak yurt dışındaki bir sunucuyu kullanabilirsiniz. Bu genellikle kapasiteyi artırmak ve bağlantı çokluğundan dolayı yaşanan sıkıntıları aşmak için kullanılan bir yöntemdir. Örneğin www.yayinonline.com böyle bir olanak sunar ve sizin küçük sunucunuzdaki yayını daha yetenekli bir sunucudan dağıtır. Yok eğer doğrudan başka bir ülkedeki sunucu üzerinden radyo yayını yapmak istiyorsanız o zaman uydu vb. yöntemlerle radyo yayınızı o sunucuya taşımanız gerekir.

YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDE YÖNDEŞME VE YEREL MEDYA

S. Hakan TUNCEL*

Yeni iletişim teknolojileri sıkça kullanılan bir terim olmakla birlikte, kapsadıkları sürekli yenilenen ve değişen teknolojik gelişmelerin sonucu olduğu için anlamı da muğlaklaşabilmektedir. Beş-altı yıl öncesine kadar yeni iletişim teknolojileri denildiğinde anlaşılan uydudan televizyon yayını ve birtakım telekomünikasyon hizmetleriyken, bugün bu terim kullanıldığında daha ziyade sayısal (*dijital*) televizyon ve internet akla gelmektedir.

Gerçekten de, yeni iletişim teknolojileri terim olarak, belli bir teknoloji ya da teknolojiler grubunu tanımlamaktan çok, bir gelişmeyi ifade etmektedir. 1980'lere kadar üç ayrı alan olarak gelişen yayıncılık, telekom ve bilgi-işlem sektörlerinin yöndeshmesi (*convergence*), sürekli yeni teknolojik araçları ve bunların sağladığı olanakları ortaya çıkartmaktadır.

* Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü öğretim görevlisi.

Yöndeşmenin getirdikleri

Yöndeşme sonucunda, metin, ses, video, grafik, fotoğraf, müzik gibi her tür iletişim ögesinin, daha önceden mümkün olmayan yeni mecralar (örneğin; *web* siteleri) da dahil olmak üzere yayını ve ulusal sınırları tanımazcasına yayımı olanaklı hale gelmiştir.

İlk başlarda, telekomünikasyon amaçlı geliştirilen iletişim uygulamalarının televizyon yayınlarını da taşıır hale gelmesiyle ortaya çıkan uydu yayınları ya da bilgi-işlem ve telekomünikasyon olanaklarının bir araya getirilmesiyle oluşturulan data sebeke-leri (örneğin; otomatik para çekme makineleri) yöndeşmenin ilk sonuçları olarak belirmiştir.

Günümüzde ise yeni iletişim teknolojilerinin çerçevesi, yukarıda saydığımız tüm iletişim öğelerini çeşitli kombinasyonlarla birleştiren ortamları da kapsamaktadır. İnternet bunun en popüler örneğini oluştururken, sayısal televizyon, sayısal radyo ve mobil internet erişimli cep telefonları yöndeşmenin sunduğu olanakları kullanan diğer yeni iletişim teknolojileri olarak yaşantımıza girmektedir.

Üç sektörün yöndeşmesi, şüphesiz, en çok elektronik ve iletişim endüstrilerinin dev şirketlerinin önlerinde yeni ufuklar açmaktadır. Yöndeşen araçlar, bugüne dek var olmayan yeni bir takım iletişim ortamlarının, dolayısıyla da bunlar üzerinde sunulacak yeni hizmet ve ürünlerin yolunu açmaktadır. Birbiriy-le iletişim kurabilen elektronik cihazlardan, *DVD* kalitesinde film izlenmesine olanak sağlayacak cep telefonlarına pek çok yeni teknoloji önümüzdeki yıllar için hazırlanmaktadır. Cep telefonlarıyla başlayan mobil iletişim olanağı, altyapı imkânla-

rının büyümesiyle bilgisayar, radyo, televizyon ve telekom cihazlarının yerine getirdiği tüm işlevlerin küçük bir mobil iletişim aracı tarafından sağlanmasını olası kılmaktadır. Öte yandan, elektronik mürekkep (*e-ink*) adı verilen bir teknolojiyle tıpkı kâğıt gibi taşınabilir, bükülebilir, katlanabilir bir ekranın mümkün hale gelmesi, “gazete almak” kavramını sona erdirecek niteliktedir. “Gazete” bir süre sonra, cep telefonu tarafından “indirilecek” ve kâğıt-ekranda okunabilecektir.

İletişim ve elektronik şirketleri bu teknolojilerin kendileri kadar, bunlar üzerinden sunacakları hizmet ve ürünlerin de hazırlığını yapmaktadır. Geleneksel olarak bilgi-işlem sektöründe faaliyet gösterdiği kabul edilen *Microsoft* firması, ortaklıkları aracılığıyla bugün artık büyük medya şirketleri kadar içerik üretmektedir. Yine de, yeni iletişim teknolojileri bilginin üretiminin, dağıtımının ve paylaşımının demokratikleşmesi açısından da fırsatlar yaratmaktadır.

Yeni iletişim teknolojileri ve medyaya sunduğu imkânlar

Yeni iletişim teknolojileri konusundaki haberler bizlere sunulurken genellikle, “artık”, “bugünden sonra” gibi ifadelerle bezen de, yeni teknolojiler günlük hayatımıza girene kadar endüstriyel ve ekonomik nedenlerle uzun bir süre geçmektedir. Dolayısıyla, vad edilen hiçbir teknoloji yaşantımıza hemen girmeyecektir. Yine de, yeni iletişim teknolojilerinin medya için hangi olanakları getirebileceğinin ve medyayı nasıl dönüştürebileceğinin sürekli olarak göz önünde bulundurulması ve kavranması gereken sorular olduğu açıktır. Bunu, bir kaç yıl içinde

internetin çalışma pratiklerimizi ve iletişim süreçlerimizi ne kadar dönüştürdüğünü göz önüne aldığımızda daha iyi anlayabiliriz. Yeni iletişim teknolojilerinin medya için hali hazırda neler sunduğuna bakacak olursak, bilgi toplama, üretim/yayın ve dağıtım/yayın başlıklarında önemli kullanımlar görebiliriz.

Bilgi toplama

İnternet belki de en çok bu noktada medya çalışanları için yeni olanaklar getirmektedir. Bilgiyi paylaşmada sürekli engellerle karşılaşılan Türkiye'de bile istatistikler, raporlar, hukuki metinler gibi kaynak olarak kullanılabilen içeriğe web üzerinden kolaylıkla erişilebilmektedir. *Hazine Müsteşarlığı*'nın sitesinden Türkiye'nin IMF'ye verdiği niyet mektubunu ya da *Avrupa Birliği Genel Sekreterliği*'nin sitesinden *Katılım Ortaklığı Belgesi*'ni bulabilmek mümkündür. *Sosyal Sigortalar Kurumu*'nun (SSK) ya da *Devlet İstatistik Enstitüsü*'nün (DİE) sitesinden çeşitli konulardaki ulusal rakamlara erişmek de mümkündür.

E-mail, haber grupları, forumlar, veri tabanları ve arama makineleri de, hem bilginin toplanması ve paylaşılması açısından, hem de çalışma sürecinde işleri hızlandırmaları bakımından kullanılabilirlerdir.

Sayısal teknoloji, görsel işitsel medya açısından, görüntü ve ses kayıtlarının yapılması ve aktarılması konusunda önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Dijital fotoğraf makinesi ile çekilen görüntüler, banyo ve baskı aşamalarına gerek bırakmaksızın, çekildikten hemen sonra haber merkezine aktarılabilen ve kullanılmaya hazır hale gelmektedir. *Dijital video*, *Mini-Disc* ses kaydedicileri gibi teknolojilerle bu örnekleri artırmak mümkündür.

Üretim/yapım

Bilgisayarların kapasitelerinin sürekli artması, buna karşılık fiyat/performans oranlarının sürekli iyileşmesi, medyadaki tüm üretim süreçlerinde kullanılabilir hale gelmelerini sağlamıştır. Metin, görüntü ve ses bir kere sayısal hale getirildikten sonra, bilgisayarda düzenlenip taşınabilmekte ve bilgisayarlar arasında aktarılabilir. Dijital video yapımı, en açık örneği oluşturmaktadır. Kameranın derlediği görüntülerin haber/program haline getirilebilmesi birkaç yıl öncesine kadar bile ya profesyonel kurgu sistemlerini ya da onbinlerce dolarlık bilgisayar donanımlarını gerektirirken, bugün birkaç bin dolarlık bir bilgisayarla video görüntüleri işlenip haber/program haline getirilebilmektedir.

Ayrıca, internet ya da benzeri veri ağları üzerinden yürütülen bir çalışma süreci oluşturmak da mümkün hale gelmektedir. Haber üretiminde **“yerinde yapım”** yöntemiyle, haber kaydının olay yerinden ayrılmadan ya da haber merkezine dönmeye hazır bir malzeme haline getirilmesi sağlanmaktadır. Ya da **“dağıtık yapım”** yöntemiyle, üretim sürecinin çeşitli aşamalarında yer alan birimler, fiziki/coğrafi olarak farklı mekânlarda bulunmalarına rağmen ağ üzerinden tek mekânda çalışabilmektedir. Yine internetin olanaklarından yararlanarak, tüm haber üretimini web tabanlı hale getirerek bir **“sanal haber merkezi”** oluşturmak da mümkündür. Bu sonucuna örnek olarak, web üzerinde katılımcı bir haber havuzu oluşturup, bunu yerel medyanın kullanımına sunan BİA projesi gösterilebilir.

Dağıtım/yayın

Medya ürününün baskı/yayın noktalarına ulaştırılması konusunda da yeni iletişim teknolojileri önemli yararlar sağlamaktadır, ancak bunlar daha ziyade ulusal medya açısından kullanışlı olacak nitelikteki teknolojilerdir. Yerel medya açısından baktığımızda, sayısallaştırma ve internet gibi veri ağları sayesinde, gazete hazırlandıktan sonra matbaaya gönderilmesi aşamasında ya da televizyon/radyo yayınının bilgisayardan yürütülmesi, otomasyon olanaklarından söz edilebilir.

Dağıtım/yayın konusunda, internetin medya açısından yaygın bir kullanımı, üretilen içeriğin web sitesi aracılığıyla da sunumu, dolayısıyla da buraya alınan reklamlarla da katma değer yaratılması şeklinde görülmektedir. *Web*, yayınlanan/basılan esas malzemenin yanına ilgili ek malzemeleri (ses kaydı, grafikler, dökümanlar, web linkleri) katarak “*zenginleştirilmiş-içerik*” uygulamalarına da imkân vermektedir.

Sonuç olarak, yerel medya kuruluşları için yeni iletişim teknolojilerinin pek çok olanak sunduğu söylenebilir. Ancak, bunların uygulanabilirliği konusunda hem medya kuruluşlarının hem de hedef kitlelerinin mali koşullarının bağlayıcı birer kriter olduğu açıktır. Bu noktada da, internetin paylaşımcı/katılımcı niteliğinden yararlanan ve iletişim teknolojileri aracılığıyla yerel medyayı güçlendirmeyi amaçlayan BİA projesi gibi projelerin önemi ortaya çıkmaktadır.

BİLGİSAYAR/İNTERNET TEKNOLOJİSİ VE DEĞİŞEN GAZETECİLİK

Hakan KARA*

Dünya son tahminlere göre 4 milyar 560 milyon yaşında. "Dünyanın En Güzel Öyküsü"¹ adlı kitapta ünlü Kanadalı Astrofizikçi *Hubert Reeves*, dünyanın öyküsünü 24 saate sığdırmış:

"Diyelim ki dünya 0:00'da oluştu... Bu durumda ilk canlılar sabahın 05:00'ine doğru ortaya çıkmaya başladılar. İlk yumuşakçalar ancak saat 20:00'ye doğru beliriyor. Sonra dinazorlar ortaya çıkıyor; saat 23:00'de... Onların dünya üzerindeki varlığı sadece 40 dakika sürüyor. 23:40'da yer-yüzünden siliniyorlar. Alanı memelilere bırakıyorlar. Atalarımız ise saat 24:00'ten az önce, yaklaşık 5 dakika önce sahneye çıkıyorlar. Sanayi devrimi mi? Saat 24:00'den bir saniye önce değil... Daha da kısa.. Bir saniyenin yüzde biri kadar bir süre önce yaşanıyor."

Bir saniyenin yüzde biri... Bu kadar kısa sürede zeki bir canlı olarak insanın yarattığı dünyaya bir bakın. Ekolojik sorunlar,

* Cumhuriyet Gazetesi Haber Merkezi Müdürü.

¹Simonnet, Dominique (1996), Dünyanın En Güzel Öyküsü, *Hubert Reeves, Joel De Rosnay, Yves Coppens*, Çev.İsmet Birkan, İstanbul: Telos Yayınları, s. 61.

eşitsizlikler, savaşlar... Ve tümü bir saniyenin yüzde birinde gerçekleştirildi sadece...

Bu öyküde özellikle dinazorlar ilgimi çekti: Jura çağı... *Jurassic Park* filmini izlemiştinizdir.

"200 milyon yıl önce dünyaya dinazorlar egemendi. 65 milyon yıl önce gezegenimize bir göktaşı çarptı. Çapı 5 kilometreydi. Dünyada müthiş bir ekolojik felaket yarattı. 20 cm'den büyük tüm canlılar yok oldu. Dinazorlar devri kapandı. Dinazorlar kendi dönemlerinde dünyanın hâkimi durumundaydılar. Onların yok olması memelilerin önünü açtı."

Dinazorlar, dünya üzerinde 135 milyon yıl yaşadılar. Sahi, bizim uygarlık dediğimiz şey kaç yıllık? 10 bin mi?

Dünyanın öyküsünün ve dinazorların bilgisayar ya da internetle ne ilgisi olabilir? Bir arama motorundan basit bir arama yapmalı... "İnternet AND dinozor AND göktaşı" diye. Belki her üç sözcüğün geçtiği bir metin çıkar karşımıza? Birkaç saniye içinde Japonya'da Sony şirketinin başkanı Nobuyuki Idei ile ilgili bir haber belirdi ekranda: "İnternet, dinazorlar çağını ezip, tuzbuz eden dev bir göktaşı."

Bu öyküyü anlatmamın nedeni, birbirleriyle ilişkisiz gibi görünen konuların nasıl ilişkilendirilebileceğini göstermek değil. Farklı bir bakışı vurgulamak.

Olgulara farklı gözlüklerle bakabiliriz. Çeşitli bilim alanlarının kendine göre kavramları ve olgulara bakış biçimi var... Örneğin bir paleontolog açısından "uygarlık tarihinin" anlamı nedir? Amerikalı gazeteci *Larry King*'in bir paleontologla yaptığı söyleşiyi anımsıyorum: "Paleontoloji açısından, 10 bin yıllık insanlık uygarlığı bir göz açıp kapama süresidir sadece."

Peki bilgisayar ve internet teknolojisi penceresinden gazeteciliğe baktığımızda hangi kavramları bilmeye ihtiyacımız var, onlarla hangi imkânlarla kavuşuyoruz?

Gazetecilikte bilgisayar kullanımı: Bazı kavramlar, olanaklar

Bit/ Byte ve Megabyte

Byte'larla başlayalım. Bu neyi ifade ediyor? Örneğin “Dünyanın En Güzel Öyküsü” adlı kitabı ele alalım. 270 sayfalık bir kitap. Peki başka ne? 300 Kb'lık (kilobyte) bir veri.

Hepimizin kullandığı bilgisayar disketleri 1.44 Mb veri alabiliyorlar. Diğer bir anlatımla, “Dünyanın En Güzel Öyküsü” boyutunda 4 kitap bir diskete sığabilir.

İnternet'te *Gutenberg Projesi*'ni duymuşsunuzdur. 1994'de bir grup insanın bir araya gelerek başlattığı bir proje. Telif hakları açısından sorun yaratmayacak önemli kitapları internet ortamına aktarmayı ve bu kitapları okurlara “ücretsiz” sunmayı amaçlayan bir proje. CD'si de çıktı. İçinde neler mi var? Bin 100 kitap, 4 bin öykü, 4 bin 500 şiir. Küçük bir kütüphane:

“Andersen Masalları, Grimm Kardeşler'in Masalları, Charles Dickens'in öyküleri, Shakespeare'nin oyunları (*Romeo ve Juliette, Julius Cezar, Antonius ve Kleopatra, Macbeth*). Ünlü Tragedya yazarı Sophokles'in eserleri (*Kral Ödip, Elektra, Antigone*). Sonra Goethe'nin kitapları (*Faust*). Hegel, Kafka (*Aforizmalar*), Kant (*Kritik Der Praktischen Vernunft*), Marx (*Feuerbach Üzerine Tezler, Komünist Manifesto*).

Liste epey uzun. Bir tek CD'yle yanınızda bunca kitabı taşıyabiliyorsunuz. CD'yi o tarihlerde Almanya'dan 30 Mark'a almış-

tım. İnternette ücretsiz olarak da indirebilirdim elbet. Yine de böyle projeleri desteklemek gerek. Kaldı ki, bugün aynı fiyata olsa olsa bir ya da iki kitap alabilirsiniz Almanya'da.

Bir CD 650 Mb. Gutenberg Projesi adı verilen bu proje internette, okurlara ücretsiz olarak sunuluyor demistik. İşte Gutenberg Projesi'nin yeni web adresi: <http://www.gutenberg2000.de/>.

Türkiye'de henüz bu boyutta bir proje ne yazık ki gerçekleştirilemedi. Ama kimi çalışmalar yok değil.

Bilgisayarın basit bir depo olarak kapasitesi konusunda birkaç küçük örnek daha vermek istiyorum. Türkiye'de yılda kaç kitap yayınlanıyor? Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümünde Doç. Dr. Bülent Yılmaz'ın araştırmasına göre yılda 4 bin-9 bin arasında.² Henüz 10 bini yakalayamadık. (İngiltere'de yılda yayınlanan kitap sayısı 107 bin 263)

Kitapların biraz daha kalın olduğunu düşünelim. 3 kitap 1 Megabayt alan kapsayacak diyelim. 3 bin kitap 1 Gb. O halde, 9 bin kitap eder 3 Gb. Şu anda yeni bir bilgisayar alsanız herhalde diski 10 Gb'in altında olmayacaktır. Benim gazetede kullandığım bilgisayarın diski 40 Gb. Türkiye'de bir yıl boyunca yayınlanan yeni kitapların tümünü dijital olarak saklamak istesem, diskimin sadece onda biri bu iş için yeterli olur.

Bir başka örnek: Türkiye'de halk kütüphanelerindeki ortalama kitap sayısı ne kadar? Hemen internet üzerinden Devlet İstatistik Enstitüsü'ne (www.die.gov.tr) bağlanıp bakalım: DİE verilerine göre Türkiye'de 1185 Halk Kütüphanesi var. Kütüphane başına ortalama kitap sayısı 9 bin 900. Bu kadar kitap dijital ortamda ne kadar yer kaplar? Yaklaşık 3 Gb.

² Yılmaz, Bülent (9 Eylül 2001), "Türkiye'de Kitap ve Dergi Üretimi Üzerine Niceliksel Bir Değerlendirme". Cumhuriyet Kitap Dergi, İstanbul.

CIA (Central Intelligence Agency) dünya ülkeleri almanasının 2000 sürümü 4 Mb idi. Yani 3 disket. (<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/>). Şimdilerde 15 Mb'a çıkmış.

Gazetecilikte önemli olan/olmayan ayrımının değişmesi

Anımsıyorum. 1980'lerde, gazetede çalışırken şöyle sorularla karşılaşabiliyorduk: "İsmet Sezgin ne zaman Maliye Bakanlığı yaptı?" O dönemde kimi gazeteciler bu sorunun yanıtını hemen verirlerdi: "1979 Demirel hükümeti döneminde."

Bu tür sorulara rahatça yanıt veren gazetecilerin "daha bilgili" olduğu düşünülürdü. Gazetecilik açısından bu bir avantaj sağlardı. Ya bugün?

Türkiye Cumhuriyeti hükümetleri konusundaki veriyi düşünelim. 30.10.1923'te kurulan İnönü hükümeti'nden bu yana 58 hükümet kuruldu. Tümünün bakanlar kurulunu düşünün. Buna tüm hükümetlerin programlarını ve koalisyon protokollerini ekleyin. Eder 25 Mb. Yani toplam 2 bilgisayar disketine sığabilecek bir bilgi.

Mesleki açıdan geçmişte sizi ön plana çıkaran şey bu mu? İki tane bilgisayar disketi! Bu tür bilgileri ezberlemenin anlamı var mı bilemiyorum. Bana böyle bir soru sorulduğunda "Bir dakika" deyip bilgisayarına bakıyor ve yanıtını veriyorum. Verdiğim yanıt "galiba" sözcüğünü içermiyor. Verdiğim tarih sadece yıl değil. Daha kesin bir bilgi iletiyorum. Söz konusu bakanın daha önce ya da sonra hangi dönemlerde de bakanlık yaptığını somut olarak söyleyebiliyorum. Üstelik bu bilgiye ulaşabilmek için uzun uzadıya uğraşmıyorum. Tüm işlem birkaç saniye sürüyor. Çünkü bu bilgiye dijital ortamda sahibim.³

³ Hükümetler için bakınız: <http://www.tbmm.gov.tr/ambar/hukümet.htm>

Gelişen teknolojiler kimi şeyleri değiştirir. Bir bakmışsınız geçmişte “önemsenen”ler bugün önemsiz hale gelmeye başlamış. Geçmişte pek önemsenmeyenler önemli olup çıkmışlar. Bugün, “nedir önemli olan” ve “neyin önemi azaldı” konusunu sanırım yeniden tartışmak gerek.

Bizler haberle ilgili insanlarız. Bu nedenle haberlerle ilgili bir örnek vereyim. Anadolu Ajansı haberleri... 2000’de toplam 186 bin 513 haber geçmiş Anadolu Ajansı. Günde ortalama 510 haber. Toplam kapladığı alan 350 Mb. Yani bir CD’nin yarısı.

Byte “enflasyonu”

Depolama birimlerinin kapasiteleri hızla artıyor. Bu nedenle sayısal ifadelerin bizler için ifade ettiği anlamlar değişiyor. Byte’ların değeri belki de Türk Lirasının değeriyle karşılaştırılabilir. Türkiye’de milyonlardan rahatça söz edebilirsiniz. Eskiden kuruşlar önemliydi. Bugün binler, yüzbinler bir şey ifade etmiyor. Milyonlar önemsizleşti... Milyarlar, trilyonlar söz konusu. Türkiye bütçesi artık katrilyonlarla ifade ediliyor (2003 yılındaki bütçe muhtemelen 146 katrilyon olacak). Oysa bir Alman vatandaşının milyar, trilyon ya da katrilyon sözcüklerini yaşam boyu kaç kez kullandığını doğrusu merak ediyorum. Pek azdır...

İşte *byte* ve *Kilobyte* birimlerinin akibeti de buna benziyor. *Kilobyte* önceleri önemliydi. 1980’lerde *kilobyte* değerinden kaybetti. *Megabyte* ön plana çıktı. Bilgisayarlarda “2000 kabusu” neden yaşandı? Kimine göre bilgisayarlılar, *byte*’ların önem taşıdığı bir dönemde biraz fazla tutumlu davranmışlar. Bilgisayarlardaki tarih verisini kısaltmışlar. Yıl hanesini 2 basamağa indirmişler. 1970 bilgisayarda sadece son iki hane-

le, “70” sayısı ile ifade edilmeye başlanmış. Elbette 2000 yılına yaklaşınca herkesi bir endişe aldı. Eksik tarih verisini kullanan tüm programlar, aygıtlar yanlış çalışacaktı.

Neyse ki yazıldığı gibi “dijital kıyamet” kopmadı. Ülkeler, kurumlar önlemlerini aldılar. Elbette bu işler için milyonlarca dolar harlandı. Bilgisayarıcılar para kazandı. Bu örneği uzatmaya gerek yok. Sadece bir dönemde “byte” hesabının bile ne denli önem taşıdığını anlatmak için, kısaca bu konu üzerinde durdum.

Bugün artık depolama alanları hızla ucuzluyor. Tıpkı Türk Lirası gibi. Burada etken elbette “enflasyon” değil. Teknolojik gelişme.

Bit, byte (8 bit), Kilobyte (1024 byte), Megabyte (1024 kb), Gigabyte derken şimdi bir sonraki birimi öğrendik: *Terabyte*. Sırada ne var: *Petabyte, exabyte, zettabyte, yottabyte...* Ve artık bozuk para boyutunda diskler üretilmeye başlandı.

Dijital ortamın farklılığı

Verilerin dijital ortama aktarılması bize pek çok avantaj sağlıyor. Yukarıda, bilgilerin sadece depolanmasından söz ettik. Daha az yer kaplıyorlar. Dolayısıyla taşınması kolay. İletim açısından da benzer bir durum söz konusu. 15 Mb’lık bir veriyi ortalama bir bağlantı hızıyla 4 dakikada bilgisayarınıza yükleyebiliyorsunuz. Boyut olarak bir başka ülkede bulunan bilgisayarından kendi bilgisayarınıza yüklediğiniz veri yaklaşık 45 kitap. Kitap benzetmesini sadece, verinin miktarı gözünüzde canlanсын diye yapıyorum.

Bilgisayarın bize sunduğu olanaklar bununla sınırlı değil.

Aramak ve analiz etmek: Dijital verilerin biz gazeteciler için sağladığı en önemli olanaklardan birisi, kuşkusuz “arama” işlevidir. Dijital ortama aktarılan verileri büyük bir hızla bulma olanağına sahibiz. Bu konuda basit bir örnek vereyim.

Türkiye’de son yıllarda medya da internet konusunda giderek daha çok ilgi göstermeye başladı. Anadolu Ajansı’nın geçtiği haberlerde de “internet” sözcüğüne giderek daha çok rastlıyoruz. Peki ne kadar? 1997’den bu yana Anadolu Ajansı’nın geçtiği kaç haberde internet sözcüğü yer aldı? İşte basit bir döküm:

Internet sözcüğü geçen haberler			
YIL	KAÇ HABER	TOPLAM HABER	YÜZDE
1997	289	68.460	0,42
1998	471	99.586	0,47
1999	1100	152.729	0,72
2000	2460	186.513	1,32

Tablo 1: İcinde internet sözcüğü geçen Anadolu Ajansı haberleri

Bu veriler, Türkiye’de ya da dünyada internete bağlı insanların sayısında yaşanan artışlarla da karşılaştırılabilir. Böylece farklı bir ilişki kurmaya çalışabiliriz. Bir gazetenin, ajansın “internet” gibi bir konunun önemini ne ölçüde algıladığı üzerine kimi “göstergeler” oluşturulabiliriz.

Yukarıdaki çalışmayı yapmak, bilgisayar sayesinde yaklaşık 5 dakikamı aldı. Eğer bilgisayar olmasaydı ve böyle basit bir analiz yapmaya kalksaydım ne kadar zamana gereksinim duyardım? Basit bir hesap yaptım. Bulduğum sonuç şu: Bir kişi günde 8 saat süreyle çalışırsa, böylesi bir dökümü 264 günde çıkarabiliyor.

Anadolu Ajansı'nın geçtiği her haberi okuyup “internet” sözcüğü geçiyor mu geçmiyor mi diye kontrol edeceğiz. 15 saniyede bir haber okuduğumuzu varsayalım. İşimizi titiz bir şekilde yapıp hataya yer vermek istemiyoruz. 1 dakikada 4 haber eder. Gözden geçirmemiz gereken toplam haber sayısı 507 bin 288. Bunun için ihtiyaç duyacağımız toplam süre 126 bin dakika. Bu sayıyı 60'a bölelim. Eder 2 bin 113 saat. Günde 8 saat aralıksız çalıştığımızı varsayalım. Durmaksızın haberleri gözden geçiriyoruz. Ve her haberde “internet” sözcüğünü arıyoruz. Eder 264 gün.

İçerik analizi-veri madenciliği: Elbette dijital veri üzerinde yaptığımız tek işlem bu değil. Aramak/bulmak dışında, sıralamak, karşılaştırmak da önemli. Özellikle sayı dizilerini. “Biz istatistikçi değiliz. Mesleki açıdan bunlar ne işimize yarar” diye düşünebilirsiniz. Ancak bir istatistikçi kadar olmasa da sayıların bize ifade ettiği şeyi anlamak durumundayız.

Amerika Birleşik Devletleri'nde “Bilgisayar Destekli Habercilik” (*CAR-Computer Assisted Reporting*) kursuna katılan gazeteci Ragıp Duran'ın “Bilgisayar ve Yengemin Sakalları” yazısından bir iki alıntı yapalım. (www.dorduncukuvvetmedya.com)

“...Topladığımız bilgileri işleme sürecinde, özellikle Excel ve Access programları bize inanılmaz zaman kazandırıyor. Mesela, bir ülkenin nüfus sayım sonuçlarını yükleyebilirsiniz bilgisayara, sadece üç işlemle, o ülkenin en zengin kentini, en yoksul yurttaşını, en çok patates üreten köyünü, en çok boşanılan mahallesini, en istikrarlı siyasi bölgesini vb... sonuç olarak bu türden istediğiniz her türlü bilgi ve sıralamayı elde edebiliyorsunuz. Burada bilgisayardan ne istediğiniz önemli (Akıl ve siyaset unsuru).

"Mısır Havayollarına ait bir yolcu uçağı, geçen yıl New York'tan havalandıktan bir süre sonra düşmüştü. Uçağın nasıl düştüğü hâlâ tam olarak belirlenemedi. Kaza? Sabotaj? Teknik arıza? Çeşitli senaryolar ortaya atıldı. Hâlâ da tartışılıyor. Senaryolardan biri, uçağın bir tatbikat sırasında yanlışlıkla atılan Stringer füzesiyle düştüğünü öne sürüyordu. Acaba? Bunu doğrulamak basit: Uçağın hangi dakikada kaç metrede uçtuğu daha önce kule kayıtlarında zaten var. İnternete girip Stringer füzelerinin özelliğini araştıracaksınız ve füzenin yükselebileceği en yüksek irtifayı ve bu irtifadaki vurucu gücünü öğreneceksiniz ve iki bilgiyi (Uçağın irtifası ve Stringer'in teknik özelliklerini) kıyaslayacaksınız. Sonuç, size bu senaryonun olabirliği konusunda ayrıntılı teknik bilgi sağlayacak.

"*Excel* ve *Access* programları sayesinde, neredeyse sonsuza kadar bilgiyi kendi içinde ya da başka verilerle kıyaslama, çapraz denetleme, sıralama (*classification*), denekleme, projeksiyon (geleceğe yönelik çıkarsama) yapma olanağı var." (www.dorduncukuwetmedya.com)

Excel ve Access, *Microsoft* firmasının geliştirdiği ürünler. Birincisi bir hesap tablosu programı. (Geçmişte *Lotus* adlı program çok yaygındı. Bugünlerde onun yerine Excel geçti.) Access bir veri tabanı programı.

Bu ve buna benzer programlar, gerçekten de Ragıp Duran'ın anlattığı gibi, gazetecilik açısından pek çok avantaj sağlayabiliyor.

Veri tabanları konusundaki uzmanlığınız geliştikçe ve daha büyük miktarda verilerle uğraşmaya başladıkça, farklı seçimler yapabilirsiniz. *Microsoft* ürünleri açısından örnek vermek gerekirse, *Access*'ten *Foxpro*'ya oradan *MSDE* ve *SQLServer*'a geçebilirsiniz. Ya da *Linux* işletim sistemi üzerinde çalışıyorsanız (ücretsizdir ve kaynak kodları açıktır) *MySQL* kullanabilirsiniz. Ya da *Post Gree*. *Linux* üzerinde çalışan veri tabanı programlarının sayısı hızla artıyor. Ücretsiz bir işletim sistemi olması önemli bir avantaj.

Microsoft'un *SQL Serveri* ile karşılaştırılabilecek pek çok büyük veri tabanı programı da var elbet. *Oracle*, *IBM'in DB2* programı buna örnek gösterilebilir.

Son yıllarda “*veri madenciliği*” diye bir kavram ortaya atıldı. Bu yöntemle bilgisayarda var olan veriler arasında “anamlı ilişkiler” araştırılıyor. Hepimizin bilgisayarında binlerce doküman var. Bunlar çeşitli formatlara sahipler. (*Word, Excel, HTML, XML, veri tabanları* vs.). İşte kimi yöntemlerle, tüm bu data lar inceleniyor ardından bu veriler arasında “anamlı ilişkiler” ortaya konuyor. Kimi sürpriz sonuçlar bile sağlanabiliyor.

Sürekli veri topluyor ve bunları bilgisayarınızda biriktiriyorsanız, veri miktarı arttıkça, “Bende hangi bilgiler var” sorusuna yanıt vermekte giderek sıkıntıya düşersiniz. Elbette “veri miktarının artması” göreceli bir şey. Kimimizin bilgisayarında 10 bin doküman bulunur. Bazı web siteleri 100 bin sayfayla Türkiye'nin “en büyüğü” olduklarını söylerler. Bu gibi ifadelerde dikkatli olmak gerek. Örneğin bu reklamın yapıldığı dönemde benim bilgisayarındaki haber ve doküman sayısı 1 milyonun üzerindeydi. Doğrusu ben kendimi basit bir kullanıcı olarak görüyorum.

“Anamlı ilişkiler” konusuna yeniden dönelim. Diyelim, seçimler yapıldı ve sizin elinizde illere göre partilerin aldıkları oylar ve yüzdeleri içeren tablolar var. Bu sayıları neyle karşılaştırabiliriz? Elbette düşünerek kimi karşılaştırmalar yapmaya çalışabiliriz. Bu verileri gazete satış oranlarıyla, okuma yazma oranıyla, söz konusu illerin milli gelirden aldıkları payla karşılaştırır, “anamlı” ilişkiler bulmaya çalışabiliriz. Böyle bir ilişki yakaladığımızda bu ilişkiyi geçmişe doğru incelemeye başlarız. Son 20 yıllık verileri karşılaştırabiliriz. Anamlı ilişki sürüyorsa, buna

dayanarak haber yapabiliriz. Bu çalışmada belirleyici olan, sizin düşünce biçiminiz, olaylara yaklaşımınız, kültürünüz...

Yukarıda özetlediğimiz “veri madenciliğinde” ise süreç biraz farklı. Burada bilgisayarda var olan diziler üzerinden hareket ediliyor. Birincil süreç, yani sizin düşünce biçiminiz, olaylara yaklaşımınız, burada göz ardı ediliyor. Sadece sayısal bir yaklaşım söz konusu. Böyle bir taramadan ne çıkabilir? Hiç ummadığınız bir sonuç elde edebilirsiniz. Diyelim bir partinin aldığı oy oranıyla Türkiye genelinde temizlik malzemelerinin illere göre kullanımı (örneğin sabun kullanma alışkanlığı) konusunda anlamlı bir ilişki çıkabilir... Böyle bir karşılaştırma yapmak kimin aklına gelebilir? Anlatmak istediğim bu yöntemle, bizim ilk anda düşünmediğimiz unsurlar arasında ilişkilerin keşfedilebileceği.

Bunun daha ileri adımları da var elbet: “İçerik analizi.” Bugün bilgisayar programlarıyla gerçekleştirilen içerik analizi yöntemleri de çeşitleniyor. Ancak gerek veri madenciliği, gerekse içerik analizi konuları basit birer bilgisayar kullanıcısı olan bizleri, en azından bugün için aşan konular. Bu nedenle bu konularda detaya girmeyeceğim.

Konuya gazetecilik bağlamında baktığımız için şu ana kadar dijitalleşmenin sağladığı olanaklardan söz ederken, daha çok yazı üzerinde durduk. Oysa pek çok alandan örnekler verebiliriz. Birkaç yıl önce elektronik müzikle ilgilenen bir müzisyenle sohbet ediyorduk. Sanal bir “tambur” yaratmaya çalışıyordu. Bunu nasıl yaptığını anlattı bize uzun uzun.

“Bu tamburu sanal ortamda yarattığına göre onun boyutlarını dilediğin gibi değiştirebilirsin,” dediğimde, “Elbette” diye yanıt verdi. “Peki senin sanal tamburunu İstanbul’daki boğaz köprüsü-

ne dönüştürsek, telleri de boğaz köprüsünün telleri olsa. Hani Olympos'tan Apollon inse ve bu tellere dokunsa, nasıl bir ses çıkar? Böyle bir şey de yapabilir mi?" diye sorunca, gülümsedi: "Elbette yapılabilir. Zaten buna benzer örnekler yapıldı."

Bugün artık pek çok deney yapılıyor sanal ortamda. Henüz inşa edilmemiş köprüler, sanal ortamda inşa edilebiliyor. Bu köprülerin depreme ne ölçüde dayanabilecekleri simüle edilebiliyor. Evrenin oluşumuna ilişkin modeller yaratılıyor. Sanal ortam gerçekten pek çok olanak sunuyor.

Hedef daha çok dijitalleşmek

Dünyada dijitalleşme eğiliminin hızla arttığını gözlemliyoruz. Bu gelişme pek çok alanda aynı anda yaşanıyor. Elbette medya da bu sürecin dışında değil. Bizler açısından bireysel olarak da doğru olan olabildiğince hızlı bir biçimde dijital ortama geçmektir.

Bilgisayarda "masaüstü" kavramı kullanılır yıllardır. Bilgisayar açıldığında karşınıza çıkan ekran, masa üstü olarak algılanır. "Masaüstü" bizim kendi bilgisayarımızla kurduğumuz ilişki için oluşturulmuş bir "arayüz"dür. Önceleri tek bir bilgisayar için geçerliydi bu arayüz. Sonra ağ ortamında birkaç bilgisayar anlamına geldi. Şimdiyse, masaüstü denilince artık, internet ortamı anlaşılır hale geldi. İnternet masaüstüyle bütünleşiyor.

Gazetecilik yaparken işimizi kolaylaştırmak için kullandığımız kimi araçlar var. Basitten başlayalım. Çoğu masamızın üzerinde duruyor; telefon rehberi, ajanda, sözlükler, yazım kılavuzu, ansiklopediler, kronolojiler (önemli günler kronolojisi, Cumhuriyet tarihi kronolojisi, dünya tarihi kronolojisi vs.), istatistikler vb. Bu araçların dijital ortama aktarılması, bizlere yukarıda

sözünü ettiğim pek çok olanağı sağlayacaktır. Burada tümü üzerinde duracak değilim. Basit bir telefon rehberi örneği vermekle yetineceğim.

Hepimizin birer telefon rehberi var. Belki de en çok kullandığımız araçlardan biri telefon rehberi. Pek çok arkadaşımız hâlâ elle yazdıkları telefon defterlerini kullanıyorlar. Bu rehberler, gereksinimlerini pekâlâ da karşılıyor. “Neden elektronik bir telefon rehberini kullanayım ki” diye soranlar oluyor. Ben de şöyle bir karşılık veriyorum: Eğer daha kapsamlı bir rehberle ihtiyaç duymuyorsanız şimdikini kullanmaya devam edin. Yine de sormadan edemiyorum: “Sahi, telefon rehberinde kayıtlı kaç avukat var?”. Pek çoğu Ad-Soyad sistemine göre kayıt yaptığı için bu soruya hemen yanıt veremiyor. Eğer 200-300 kişinin kaydını tutuyorsanız sorun yok. Telefon rehberinizde 1000-1500 kişi kayıtlıysa sorun başlıyor...

Bizler genellikle daha kapsamlı telefon rehberlerine gereksinim duyarız. Öncelikle dostlar, haber kaynakları yer alır telefon rehberimizde. Sonra, çalıştığımız alanlara göre farklı kategorilere ihtiyaç duyarız. Örneğin Bakanlar Kurulu listesi, milletvekilleri listesi. Meslek odalarının ve başkanlarının listesi. Kitle örgütlerinin yöneticilerinin listesi, üniversitelerin ve burada kimi zaman görüşlerini aldığımız uzmanların listesi vb. Tüm bu isimler bize gerekebiliyor. Dolayısıyla kapsamlı ve işlevsel bir telefon rehberinin pek çok yararı var.

Tabii bu durumda 5-10 bin kayıtlık bir telefon rehberi çıkıyor karşımıza. Böylesi bir rehberini kâğıt üzerinde tutmak pek akıllıca olmaz. Kocaman bir fihristi yanınızda taşımak bile zordur. Zamanla eskir. Tüm kayıtları yeniden başka bir fihriste aktarmak gerekir vb.

Dijital bir telefon rehberimiz varsa, kayıtları bu bilgiye daha sonra nasıl ulaşabileceğimizi düşünerek tutmakta yarar var. Nasıl gruplayabileceğinizi, neye göre arama yapabileceğinizi düşünmelisiniz. Telefon rehberine ne kadar detaylı bilgi girerseniz sizin için o kadar yararlı olur. Böylece “İzmir’de çevre konusuyla ilgili avukatların listesini istiyorum” deme şansınız olabilir.

Kurumsal çözümler için bilgisayar

Diğer yandan işyerlerinde “kolektif” yapılar da henüz oluşmuş değil. Buraya kadar sözünü ettiğim şeyler tek bir bilgisayarla ilgiliydi. Oysa gerçek güç, ortak çalışma alanları sayesinde yaratılabilir.

Şimdi gazetelerde her muhabirin bir telefon rehberi var. Benim başıma geldiği için söylüyorum. Bir gün ünlü bir yazarın telefonu gerekti. Kültür servisimizde bir arkadaşımızda varmış o telefon. O arkadaşımız da izinli. Dolayısıyla yazarın telefonunu bulmak için epeyi bir çaba harcamak gerekti. Oysa gazete de zaten bir ağ var. Bu ağ üzerine kurulu ortak bir telefon rehberi programı yok. Olsaydı, böyle bir sorunla karşılaşmazdık. Özel telefonlar ve genel telefonlar ayırımı yaparsınız. Böylece herkes o telefon rehberine dilediği kaydı yapar. Aynı zamanda kendi telefonlarını kendi bilgisayarına da topluca aktarır.

Bilgisayar ve fotoğraf kullanımı

Yazı konusunun yanı sıra, fotoğraf alanında da pek çok ilginç gelişme yaşanıyor. Artık gazeteciler açısından dijital fotoğrafa geçmenin zamanı geldi sanıyorum. 12 milyon *pixellik* makineler çıktı. Son olarak bir dijital fotoğraf makinasıyla çekilmiş 1.5 Mb alan kapsayan bir fotoğrafı inceledik. Doğrusu sonuç gerçekten iyiydi. Bu fotoğrafı, *scanner* ile taranmış 40 Mb'lık bir dia ile karşılaştırdık. 1.5 Mb'lık fotoğraf daha kaliteliydi.

Sözünü ettiğim fotoğraflara örnek olarak www.kodak.com adresine bağlanabilirsiniz. Burası Kodak'ın sayfası. Profesyonel yazılı bölüme girdiğinizde yeni çıkarılan DCS Pro 14n Dijital fotoğraf makinesinin çektiği görüntülere ulaşabiliyorsunuz. (Elbette benzer kalitede fotoğraflar çekebileceğiniz Nikon, Canon, Fuji gibi pek çok şirketin fotoğraf makineleri var).

20 yıl önce gazetecilik yapanlar bilirler. O zamanlar fotoğrafı çeker, banyo eder, karta basardık. Sonra da fotoğraf faksıyla merkeze geçmeye çalışırdık. Saniyede bir duyulan "bip" sesi. Bir fotoğraf için ortalama geçme süresi 15 dakikaydı. Fotoğraf faksı bavul boyutunda bir cihazdı.

Bugün, dijital makineyle çektiğiniz fotoğrafı birkaç saniye içinde merkeze aktarabiliyorsunuz. Zaten ajansların gazetelere fotoğraf servisleri son birkaç yıldır dijital ortama kaydı. *Reuters*, *Anadolu Ajansı* fotoğrafları artık "bilgisayara düşüyor". Bunlar ortalama 250/300 Kb boyutunda "Jpg" formatında fotoğraflar. Baskıda da oldukça iyi sonuç veriyor. Yukarıda sözünü ettiğim 12 milyon *pixellik*, 1.5 Mb boyutunda fotoğraf ise rahatça afiş olarak basılabilir.

Elbette bizlerin fotoğraf makinasında aradığı pek çok özellik var. Bu teknolojiyi yakından izlememe karşın, iki yıl öncesine kadar fotoğraf alanında var olan teknolojileri henüz yeterli bulmuyordum. Ancak artık dijital fotoğraf makinelerinin bizim gereksinimlerimizi karşılayabilecek düzeye geldiklerini söylemeliyim. Şimdi biraz da internet konusuna girelim.

İnternet nedir, gazetecilikte ne işlere yarar?

İnternetin gelişimi

İnternet, birçok bilgisayarın birbirine bağlı olduğu, dünya çapında bir iletişim ağı olarak tanımlanıyor. Önceleri bir bilgi kaynağıydı internet. Dev bir kütüphane. Giderek eğlence ön plana çıktı. Ardından ticaret. Kimi interneti, milyonlarca insanın etkileştiği, haberleştiği kendine özgü kuralları olan bir sosyal alan olarak tanımlıyor.

Kimine göre internet kültür-sanat merkezi. Aynı zamanda bir üretim alanı. Bazıları interneti içinde bulunduğumuz yüzyılın en önemli gelişmesi olarak görüyor. İnternet, önümüzdeki yıllarda üretilecek bilgilerin dolaşım sistemi. Yaşam biçimlerini etkileyen, algılayışları değiştiren bir şey. İnternetin yaşamımızdaki etkilerini yavaş yavaş görmeye başladık bile. Ve bu konuda henüz yolun başındayız...⁴

1996'da Almanya'da yayımlanan Der Spiegel dergisinde yer alan bir röportajda şöyle deniyordu: "Şimdi yine büyük bir şey yaratıyoruz. Bunun ne anlama geleceğini sonra anlayacağız".⁵

⁴ Akgül, Mustafa (1995) "İnternet, Araçlar, Olanaklar". <http://www.ankara.edu.tr/start/ke-mer/start.html>

⁵ Spiegel Special. N. 3(1996): 110.

Bir de dünyada ve Türkiye’de internet kullanıcıları sayılarına bir bakalım derseniz.

YIL	SAYI
1996	14.200
1997	35.000
1998	200.000
1999	400.000
2000	1.500.000
2001	4.000.000

Tablo 2: Türkiye’de internet kullanıcı sayıları

Kaynak: İnternet Üst Kurulu üyesi Doc. Dr. Mustafa Akgül

YIL	MİLYON	Toplam içindeki pay	ARTIŞ %
1997	4,1	6,5	
1998	6,6	10,4	61
1999	11,2	17,7	70
2000	18,3	25,5	63
2001*	22,2	34,8	32

Tablo3: Almanya’da internetin gelişimi

Kaynak: Almanya’daki *ARD* ve *ZDF* televizyon kanalları tarafından gerçekleştirilen “Massenkommunikation 2000” (Kitle İletişim 2000) araştırması.

Dünyada internet kullanıcı sayısı	
1995	26 milyon
1996	55 milyon
1997	101 milyon
1998	150 milyon
1999	201 milyon
2000	407 milyon
2001	420 milyon

Tablo 4: Dünyada internet'in gelişimi

Kaynak: *Nua* (dünyada internetin gelişimi konusunda çeşitli sayısal veriler yayınlayan bir kuruluş. Daha detaylı istatistikler için internetteki sayfasına bakabilirsiniz.

<http://www.nua.com/surveys/>

İnternet Üst Kurulu verilerine göre bugün dünyada, 420 milyon civarında internet kullanıcısı, 110 milyon civarında internete bağlı bilgisayar, 35 milyon civarında alan adı ve 25 milyon civarında Web var. Bugün itibariyle 500 milyonu aşmış durumda kullanıcı sayısı. Dünyadaki web sayfası sayısı 550 milyara ulaşmış durumda. Bir veri denizi. Buna bir "cangıl"⁶ diyenler de var.⁷ 2005 yılına kadar dünyada internet kullanıcı sayılarının 1 milyarı aşması bekleniyor. Veriler, internet kullanımında son yıllarda ciddi bir artış olduğunu gösteriyor.

⁶ İnternetin sunduğu olanakları anlatmak için kullanılan bu sözcük, İngilizcedeki, "jungle"ın yerine kullanılıyor ve balta girmemiş orman anlamına geliyor...

⁷ ZDF: <http://www.heute.t-online.de/ZDFheute/artikel/0,1251,COMP-4007-7546,00.html>

Gutenberg'ten bu yana matbaa ve internet

İnternette henüz yolun başındayız demistik. Medya alanında pek çok yeni sürpriz bekliyor bizi. Günümüzün gazetecileri artık internet konusunda da kendilerini eğitmek zorunda. Bu teknoloji gazeteciler için vazgeçilmez hale geldi.

Gutenberg'ten bu yana iletişim araçlarında yaşanan gelişmelere bir bakalım. Matbaanın bulunmasının ardından önce yazılı medya gelişti. Kitaplar çıktı. Sonra gazeteler. Radyo, ardından televizyon. İnternetteki gelişmeye baktığımızda da bir benzerlik kurulabilir. Önce yazı vardı... Giderek fotoğraflar, animasyonlar devreye girdi. Ardından ses. Şimdilerde yavaş yavaş hareketli görüntüleri görüyoruz. İnternet teknolojileri geliştikçe, var olan geleneksel kitle iletişim araçlarıyla bu teknolojiler arasında belli bir bütünleşme yaşanıyor.

İnternette söz ederken, konulara biraz farklı yaklaşmamız gerekiyor. Bunu neden söylüyorum? Bir örnekle açıklamaya çalışayım: Yeltsin'in chat'i. Yeltsin, NBC'nin internetteki chat odasında konuşuyor (12 Mayıs 1998). Kendisine 19 bin soru yöneltiliyor. Kaçına yanıt verildiğini düşünüyorsunuz? Toplam 20. Yani 18 bin 980 tanesi yanıtız.

Ekonomide artık, **e-ticaretten** söz ediyoruz. Siyasette "**doğrudan demokrasi**" tartışmaları yaşanıyor. İnternet'i "**uzaktan eğitim**" için kullanmaya çalışıyoruz. Acaba internet teknolojiyle bir türlü gerçekleştirilemeyen eğitimde fırsat eşitliği sağlanabilir mi tartışmaları var. Daha da ilginç olan, tartışmaların sadece "teknolojik" kapsamın dışına taşması. Öyle ya, çok iyi bir eğitim CD'si hazırlayabilirsiniz. Var olan teknolojileri etkin bir biçimde kullanırsınız. Peki burada ne öğreteceksiniz? Özellikle Türkiye'de ilk ve ortaokullarda öğretilenlere bir ba-

kın. Şimdi aynı konuları bilgisayara taşımak sizce yeterli mi? Bu öğretilenlerle gençleri gerçekten de geleceğe hazırlıyor muyuz? Bilgisayar destekli eğitim çalışmaları sırasında tartışmaların boyutu gerçekte teknolojik sınırları aşmış durumda.

İnternetin sağladığı olanakların yanı sıra tehlikeler de yok değil. Bu teknoloji, İngiliz yazar *George Orwell*'in "1984" adlı kitabında anlattığı bir kabusu da gerçeğe dönüştürebilir. Yani Büyük Ağabey (*Big Brother*) bizi her an gözetleyebilir⁸.

Özellikle Türkiye gibi ülkelerde bu sorun daha ciddi boyutta. Bizde henüz bilgi edinme hakkı güvence altına alınmış değil. Buna karşılık Almanya, Fransa gibi Avrupa ülkelerinde özellikle bilgilerin kurumlar arasında paylaşılmasını "engelleyen" yasalar var. Evet, "engelleyen" yasalar. Çünkü veri bankalarındaki bilgilerin bir araya gelmesi "özel yaşamın gizliliğini" tehdit ediyor. Türkiye'de bu konuda henüz ciddi tartışmalar bile yok.

İnternet medyada ne gibi bir değişim yaratır? Gelecekte hangi teknolojilerle karşılaşacağız? Biraz da bu konuya bakalım. Pek çok görüş var.

Medya ve internet: McLuhan'dan Negroponte'ye

Kanadalı iletişim bilimci *McLuhan*'ın 1960'larda kullanmış olduğu bir ifadeyle söylersek, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişme, dünyayı giderek "**küresel bir köye**" dönüştürdü. Kurulup oturduğumuz koltuklardan hiç kalkmadan, bütün dünyada neler olup bittiğini artık belli ölçülerde öğrenebiliyoruz. Diğer yandan, hiç olmadığı kadar iletişim araçlarının etkisi al-

⁸ Aslında biliyorsunuz, Orwell'in teknolojinin otoriter/totaliter bir devletin elinde nasıl bir denetleme/baskı işlevi yüklenebileceğini eleştirmek üzere yazdığı bu kurgu-roman, bir televizyon programı aracılığıyla, (Türkiye'deki adıyla *Biri Bizi Gözetliyor*) teshir/gözetleme ikilisinin verdiği haz üzerine kurulu bir "eğlenceye" de esin kaynağı olmuş durumda...

tındayız. Nitekim kimi bilim insanları bu varsayılan etkinin boyutlarını anlamak için, kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajların içeriği üzerinde dururken, yine McLuhan gibi bazıları da, “etkinin” mesajdan ziyade, bizzat iletişim aracının taşıdığı özelliklerinden kaynaklandığını anlatmak üzere; “İleti iletişim aracının kendisidir”⁹ diyordu.

Günümüzde de bu tartışmalarla ilgili pek çok görüş var. Kimileri, **medyanın giderek “bağlayıcı” özelliğini yitirdiğini** iddia ediyor. Amerika’da Massachusetts Teknoloji Enstitüsü’nde (MIT) 1985’te kurulan Medya Laboratuvarı’nın yöneticisi Nicholas Negroponte’ye¹⁰ göre, **Medya giderek dijital verilerin aktığı bir nehre dönüşecek.**

Böylece, dileyen, dilediği zaman, dilediği yerden dilediği haberlere ulaşma olanağına kavuşacak. Nasıl mı? İnternet üzerinden. Ve bunu yaparken de bugün kullandığımız türden bilgisayarların yanı sıra çok farklı aygıtlar kullanılacak.

Kısa bir süre önce *WAP* modaydı. Şimdi *GPRS* cep telefonları. Artık cep telefonlarıyla internette dolaşabiliyoruz. Minik filmler bile izleyebiliyoruz. Bu tür yeni teknolojilere önümüzdeki dönemde giderek daha sık rastlayacağız.

Dolayısıyla internet teknolojilerini sadece bir web sayfası olarak algılamak pek doğru değil. Örneğin *Web Services* uygulamalarıyla, dünyanın başka bir yerindeki bir bilgisayarının geliştirdiği uygulamayı çalıştırarak bu bilgisayarda var olan verileri ihtiyaç duyduğunuz biçimde kendi bilgisayarınıza aktarabilirsiniz. Yani sadece web sayfası olarak değil.

⁹ McLuhan, Marshall, “Die magischen Kanäle. Understanding Media” s.21. Almanca tam metin İnternette <http://www.mauthner-gesellschaft.de/mauthner/tex/mcluhan1.html> adresinde de yer alıyor.

¹⁰ Negroponte’nin metinlerine www.wired.com adresinden ulaşabilirsiniz.

Kağıda basılı gazete tarih mi oluyor?

“Yaşanan bu teknolojik gelişmeler, kâğıda basılı gazeteleri ortadan kaldıracak mı” bir diğer tartışma konusu. Bu konuda da pek çok görüş ileri sürüldü. Kimi “kâğıda basılı yazının daha rahat okunabildiğinden, bunun bir alışkanlık yarattığından” söz etti. Doğrudur. Geçen yıl *IBM* tarafından duyurulan yeni bir ürün bu tartışmaları da çeşitlendirdi. Artık **dijital kâğıt** var...

Bir gazete düşünün. Okuduktan sonra onu atmıyorsunuz. Masanın üzerine bakıyorsunuz. Gazete, her gün kendiliğinden yenileniyor. Sabah kaktığınızda dijital gazetenizi elinize alacak ve o günkü haberleri okuyacaksınız.

Elektronik kitaplar piyasaya sürüldü bile. Bu kitaplar da muhtemelen günlük haberlerin izlenebileceği araçlardan birine dönüşebilir. Cep telefonları, el bilgisayarları da öyle.

Geleceğin gazetesi konusunda pek çok varsayım var. Şimdi somut bir şey söylemek güç. Kimi olasılıkları artık sinema filmlerinde de izleyebiliyoruz. Geçen yıl bir örneğini Steven Spielberg’in filminde gördük. *Azınlık Raporu*’nda (*Minority Report*) başrol oyuncusu *Tom Cruise*, John Anderton adında bir polisi canlandırıyor. Film, suçların henüz işlenmeden saptanıp önlendiği geleceğin dünyasını anlatıyor. Pek güzel bir film olduğunu söyleyemem. Fakat bu filmdeki bir sahneden söz etmek istiyorum. (Filmle ilgili bilgiye <http://www.film.gen.tr/film.cfm?fid=267> adresinden ulaşabilirsiniz. Eğer filmlerle ilgili daha kapsamlı bilgilere ulaşmak istiyorsanız, bu adresi bir deneyin: <http://us.imdb.com>)

Polis tarafından aranan kahramanımız bir metroya biner. O sırada metrodaki bir adam gazete okumaktadır. Birden gazete-

nin manşeti değişir ve gazetede Tom Cruise'un arandığına ilişkin bir haber belirir. Yanında da büyükçe bir fotoğrafı. Cephe- den ve yandan görünüş: İşte geleceğin gazetesine ilişkin var olan pek çok varsayımdan bir tanesi.

Teknolojik açıdan bakıldığında böyle bir gazeteyi bugün yarat- mak olanaksız değil. Ancak üretim, kullanım ve iletim maliyet- leri açısından kimi sorunlar var elbet. Kaldı ki, bu gazete çok da öyle geleceğin gazetesi gibi değil. Halen bildiğimiz gazete formatında bir gazete. Sadece daha çabuk değişen, dijital or- tama aktarılmış bir gazete. Böylesi bir gazete bizim haber ge- reksinimimizi gerçekten karşılar mı?

“Gazete ortadan kalkacak mı” sorusu belki de doğru soru de- ğil. “Kâğıda basılı gazete ortadan kalkacak mı” sorusu, üzerin- de düşünmeye değer. Belki farklı tartışmalar da yaşayacağız. Yazının taşıyıcısı yüzyıllardır kâğıt oldu. Sadece yazının demek belki doğru değil: Kültürün taşıyıcısı. Bugün için gazetenin, ha- berin taşıyıcısı da kâğıt. Önceleri deri, taş, tablet, papirüstü. Ya bundan sonra?

Bir gazeteyi gazete yapan nedir? Kâğıt üzerinde yer alması mı? Taşıyıcı dijital bir ortam olursa, gazete, gazete olmaktan çıkar mı? Şu anda internette var olan gazeteler bize geleceğin gazetesine ilişkin ipuçları veriyor zaten. Başka teknolojiler de var.

Kendi gazetenizi kendin yarat

Diyelim ki, siz her gün birden çok gazete okuyorsunuz. *Cum- huriyet, Hürriyet, Milliyet, Sabah, Radikal, Star, Le Monde, New York Times, Washington Post, Süddeutsche Zeitung, Frankfur- ter Allgemeine* vb.

Muhtemelen, önümüzdeki dönemde bir seçki yapma şansına sahip olacağız: “Şu gazeteden, şu konularla ilgili haberleri istiyorum demek gibi. Ya da şu gazetelerden şu yazarların yazılarını okumak istiyorum...” Doğrusu bu mantıkla oluşturulmuş programlar şimdiden piyasada bulunabiliyor. *Point Cast* programı bunlardan biri. Birkaç yıl önce çıktı. Sadece ABD’deki gazeteler için tercih yapılabiliyordu.

Peki bu neyi değiştirir? Öncelikle pek çok kaynaktan haber alma şansına sahip olursunuz. Ama konu sadece bununla da sınırlı değil. Sıralamayı da değiştirmiş olursunuz. Bugün gazetelerde haberlerin belirli bir sıralaması vardır. Gazete yöneticilerinin önemli bulduğu haber manşette yer alır. Daha sonra önemliden önemsizlere doğru sıralanır haberler. Televizyon ve radyo haberlerinde de benzer bir mantık vardır. Burada da sıralamayı belirleyen o yayın organının yöneticileridir.

Buna karşılık “kendi gazetemizi kendimiz” oluşturmaya başladığımızda muhtemelen, kimi gazetelerin manşetlerine bakmayacağız bile. Sadece ilgilendiğimiz konularla ilgili haberler ulaşacak bize. Bunun bir avantajı var... İlgilendiğimiz konularla ilgili haberleri kaçırmayacağız... Daha derinlemesine bilgi sahibi olacağız. Dezavantajı da var... Konuşacağımız ortak konuların sayısı giderek azalacak. Kimi konularda belki tümüyle cahil kalacağız...

Ses tanıma teknolojileri ve gazete

Önemli bir gelişme de “ses tanıma teknolojilerinde” yaşanıyor. Birkaç yıl sonra bilgisayarlarla konuşarak haberleşeceğiz. Sabah işe giderken, arabada, cebimizde, ya da kolumuzdaki küçük bilgisayarlara, “Bana bugünkü tüm ulusal gazetelerin man-

şetlerini oku" diyebileceğiz. Ya da " bugün bilgisayar ile ilgili haberlerin başlıklarını oku" diyebileceğiz. Dolayısıyla gazeteciliğin geleceğine ilişkin tasarımlarda tüm bu teknolojileri göz önüne almak durumundayız.

Burada sözünü ettiğim şey "yapay zeka" ile ilgili bir konu değil. Sözünü ettiğim şey, çok daha basit bir konu. Günümüzde bilgisayarla haberleşmede ağırlıklı olarak iki cihaz kullanıyoruz: **Klavye ve fare**. Bilgisayarla konuşmak dediğim şey, bu cihazlar yerine, sesin kullanılması. Yoksa bilgisayarla gerçek anlamda bir sohbet değil.

Medya, *Negroponte*'nin dediği gibi "dijital verilerin aktığı bir nehré" dönüşünce, insanlar daha yoğun bir enformasyon bombardımanıya karşı karşıya kalacaklar. Bir insan bir günde ne kadar enformasyonu işleyebilir? Bu kadar çok enformasyonu ne yapacağız? Bu da ayrı bir sorun. *Umberto Eco* önemli bir konunun altını çiziyor:

"İnsanoğlunun belleği tümüyle bilgisayara geçirilince ne olacak? Yirmi satırlık bir bibliyografya daha yararlı çünkü sonuçta okuduğunuz üç kaynağın ismini aklınızda tutabiliyorsunuz. Peki bir tuşa basınca karşınıza gelen 10 bin başlıklı bir bibliyografya neye yarar? Ancak çöpe atılır. Fotokopi de aynı. Okumayı, dolayısıyla bilgiyi öldürüyor. Eskiden kütüphaneye gider beni ilgilendiren konular hakkında notlar alırdım. Şimdi kolay olduğu için binlerce sayfa fotokopi çektilerim eve geliyorum, sonra da bunların yüzüne bile bakmıyorum. Dolayısıyla bütün sorun bu aşırı bilgilenmeyi süzgeçten geçirmeyi başarabilmekte ve bunu anında yapmakta düğümleniyor. Çünkü bu elemeyi yapabilmek için eskisi kadar zamanımız yok." (*Aktüel* Dergisi, 12 Nisan 1992)

Gazetecilik açısından baktığımızda, okurun dilediği habere ulaşmasını sağlayacak kimi yapılar üzerinde duracağız. Haberleri gruplayan, sınıflayan, filtreleyen bir yapı. Belki XML benze-

ri bir şey. Bizim dilediğimiz habere ulaşmamızı sağlayacak yapılar.

Yukarıdaki bilgisayarın gazete haberlerini bize okuması sürecine ulaşıldığında, elbette burada duracak değiliz. Yani, haber okunurken “disponibilite yükümlülüklerinden” söz edildiğinde, “Dur, disponibilite nedir ona bir bak” deme şansımız olabilecek. Bilgisayar internet üzerindeki bir ekonomi sözlüğüne bakıp bize yanıt verecek.

İnternet gazetelerinde haberin farklılığı

Şimdiden internet gazetelerinden haber okumaya başladık. Henüz çok başarılı değiller ama hızla ilerliyorlar. Bu haberlerde küçük bir fark dikkatiniz çekti mi?

Basit bir şeyden söz ediyorum. *HTML* yapısının sağladığı bir olanaktan. Verileri birbirleriyle ilişkilendirmekten. Yani “link” ya da “köprü/bağlantı” dediğimiz şeyden.

Dijital ortamın hacim olarak sağladığı olanakları konuştuk. Pe ki bu *link* ne gibi bir fark yaratıyor ona bir bakalım. Bu “küçük” farkın ne denli büyük sonuçlara yol açabileceğini henüz pek kavramış görünmüyoruz. Örneğin bir trafik kazası haberi okudunuz gazetede. Böylece bir kaza konusunda bilgi edindiniz. Fakat bu haber tek başına sizde trafik kazaları konusunda bir bilinç yaratmaz. Size trafik kazaları konusunda detaylı bilgi de sunmaz. Zaten bir gazetenin sayfa sayısı sınırlıdır. Televizyon zaman baskısı altındadır. Radyo da öyle. Dolayısıyla çok büyük bir haber olmadıkça, o haberle ilgili daha yoğun bir enformasyon yer almaz. Olayın kendisi ve olay sınırını aşmayan bilgiler aktarılır.

Oysa internet ortamında bir fark söz konusu: “Etkileşim”. Önce konuyu basit bir biçimde açıklayalım. Bir internet gazetesinde trafik kazası haberi okuduğunuzda, bu haberin altında konuyla ilgili linkler bulabilirsiniz. Örneğin Türkiye’de trafik kazaları istatistiklerine ulaşabilirsiniz. Dünyadaki trafik kazaları istatistiklerini görebilirsiniz. Türkiye ile Avrupa ülkelerini karşılaştırabilirsiniz. Bu karşılaştırmalarla kaza sayısı bir anlam kazanır. Türkiye’de karayolları haritasında tehlikeli noktaları görebilirsiniz. Trafik kazalarının psikolojik, sosyolojik nedenleri üzerine uzmanlarla röportajlar yer alabilir. Trafik uzmanlarının görüşleri. Yol yapısı vb.

Söylemek istediğim şey, güncel bir gelişmeyle beraber size aktarılan konu, enine boyuna anlatılabilir. Böylece okuduğunuz herhangi bir konuda gerçek anlamda bilgilenme şansına sahip olursunuz. Diğer yandan insanları bir “enformasyon bombardımanı” altında bırakmak da doğru değil. Peki doğrusu ne? Elbette kararı okura bırakmak.

Burada var olan linkler, oralara girip yazılanları okuma zorunluluğu getirmiyor. Ancak merak edene de daha çok bilgilenme şansı tanıyor.

Şimdiden internet üzerinde yer alan kim gazete ve dergiler, aynı zamanda birer “haber ansiklopedisi” de oluşturmuş durumdadır. Dolayısıyla, bir Irak haberi veriliyorsa, Irak ile ilgili ulaşılacak pek çok arşiv malzemesi de aynı anda linklerle sunuluyor. Haberin geçmişi de böylece izlenebiliyor. (bkz: www.spiegel.de)

Şimdi bazılarınız diyecek ki: “Zaten habercilik zamanla yarısmaktır. Bir de bunlarla mı uğraşacağız?” Elbette haklılar. Dakikaların, saniyelerin bile önem taşıdığı bir mesleğimiz var. Bu-

na karşılık söyleyebileceğim tek şey şu: “Hayır bu tür işlerle uğraşmayacaksınız. Bu tür işlerle bilgisayar uğraşacak.”

Basit bir kategori yapısı yeterli. Trafik haberi yazacaksınız. Bunun bir trafik haberi olduğunu vurgulayacaksınız. Gerisini bilgisayar yapacak. Bu kadar basit. Gerçekte, bu konu daha detaylı bir konu. Şu anda bile akıllı etiketlerle çok daha fazlası yapılabilir. Siz bilgisayarınıza Bülent Ecevit yazdığınızda, program doğrudan bu ismin altını çizer ve onu Bülent Ecevit’in özgeçmişiyile ilişkilendirebilir. Yani bir enformasyon ne kadar farklı enformasyonla eklemlenirse, değeri o ölçüde artacak.

İnternetin gazetecilik açısından sunduğu olanaklar

Sanırım burada internetin gazetecilere/gazetelere teknik olarak sunduğu olanakları kısaca özetlemek yarar sağlayacaktır.

Haber ve fotoğrafların iletimi: İnternet haber ya da fotoğrafın gazeteye ulaştırılması için kullanılabilir. Günümüzde zaten pek çoğunuz gazetelerine haber ve fotoğraflarını internet üzerinden geçmeye başladınız. Doğrudan bilgisayar bağlantısıyla da aynı işi yapabilirsiniz. Ancak özellikle yurt dışındaki arkadaşlarımız açısından internet daha “ucuz” bir yol.

Bir bilgi kaynağı: Kimi zaman bir haber ile ilgili daha geniş bilgiye gereksinim duyarız. Bu anlamda internet çok yararlı bir kaynak olabilir. Uluslararası kuruluşların neredeyse tümünün internette birer web sayfası var. Bu sayfalarda pek çok bilgi yer alıyor. Bunun dışında da çeşitli veri tabanları var. Ancak bilgi kaynağı olarak internette yararlanabilmek için gazetecilerin

internette bilgiye ulaşım yöntemleri konusunda biraz daha yakından ilgilenmeleri gerekiyor. Ayrıca bilginin kaynağına dikkat etmek gerek. Yoksa kolayca yanlış haber veren bir gazeteci durumuna düşebiliriz. Bu konuda Türk basınında yaşanmış çarpıcı örnekler yok değil.

Haber kaynağı: Günümüzde kurumlar giderek açıklamalarını internet üzerinden de yayınlamaya başladılar. Örneğin ABD’de Başkan *Bill Clinton*’ın Beyaz Saray stajyeri Monica Lewinsky ile ilişkisini araştıran Savcı *Kenneth Starr* tarafından hazırlanan rapor internet aracılığıyla kamuoyunun bilgisine sunuldu. Pek çok şirket, siyasi parti artık elektronik posta listesi oluşturuyor. Basın bültenlerini e-posta ile gönderiyorlar.

Haberin kendisi: İnternet günümüzde hızla gelişen bir alan. Dolayısıyla burada yaşanan yeniliklerin kendisi de bir haber niteliğine sahip. Günümüzde bilgisayar ve bilişim konularıyla ilgilenen gazeteciler bu alanda yaşanan gelişmeleri yakından izleyip, kamuoyuna duyurmaya çalışıyorlar.

Haberleşme: Gazeteciler günümüzde internette elektronik postayı da giderek daha sık kullanmaktadırlar. Haber kaynakları ile bu yöntemle haberleşebilmektedirler. Ayrıca adının açıklanmasını istemeyen kimi haber kaynakları bu yöntemle gazetelere “adının ortaya çıkma” riski olmaksızın bilgi verme olanağına sahipler. Gazetelere bu yolla da giderek daha çok bilgi ulaşmaya başladı.

Tartışma platformu: İnternet haber grupları ya da eş zamanlı iletişim olanakları da sunuyor. Böylece pek çok meslek grubunda olduğu gibi, gazeteciler de kendi mesleki sorunları hakkında bu teknoloji sayesinde tartışma grupları oluşturma olanaklarına sahipler. Bağımsız İletişim Ağı’nın, Çağdaş Gaze-

teciler Derneği'nin, böyle bir haber grupları var. Burada meslektaşlar kendi alanlarında fikir alış verişinde bulunuyorlar. Diğer yandan ICQ benzeri yöntemlerle doğrudan listenizdeki kişilerle haberleşebiliyorsunuz. İnternet üzerinden görüntülü konuşmalar da yavaş yavaş gelişmeye başladı.

Haberlerin yayım platformu: İnternet üzerinde yer alan elektronik gazetelerin sayısı günümüzde giderek artıyor. Kimi zaman gazeteciler bir araya gelip, böylesi bir elektronik gazete çıkartıyorlar. Önümüzdeki dönemde bu uygulamaların daha da artacağını söyleyebiliriz.

Çalışma sürecinde internet teknolojileri: Pek çoğumuz internet teknolojilerini sadece internete bağlı olduğunda kullanılabilecek teknolojiler olarak görüyoruz. Oysa bu teknolojileri işyerlerimizde de rahatça kullanabiliriz. Bunun yöntemi de *intranettir*. Bu yöntemle, kolektif çalışma olanaklarını arttırabiliriz.

Gazetecinin yeni teknolojiler karşısındaki durumu

Medyanın yaşanan dijital devrimden nasıl etkileneceği konusunda pek çok şey söylendi bugüne kadar. Peki, haberciler nasıl etkilenecek?

Gazetecilik birkaç yüzyıllık bir geçmişe sahip. Bugün "haber" dediğimiz şeyin biçimi yüzyılların imbiğinden geçerek günümüze ulaştı. Belli bir olgunluğa erişti. Bir haberin nasıl yazılacağı konusunda pek çok kitap var.

Size Tokyo Üniversitesi'nden bir öğretim üyesi, *Mizokoshin*'nin bir demecini aktarayım (1.12.2000 tarihli Anadolu Ajansı Haberi):

"Birçok kişi için tecrübeli gazeteciler tarafından yazılıp redakte edilmiş haberlerin okunması, ham materyal ve temel enformasyonun okunmasından daha kolay."

Bizlerin gazeteci olarak sahip olduğumuz bu beceri, hiç de yabana atılır bir şey değil. Kolay vazgeçilebilir bir şey de değil. Özellikle de son dönemde "yalan haberin" hızla arttığı internet ortamına baktığımızda bunu daha iyi görüyoruz. Sorun sadece yalan haberler de değil. Haberlerin eksik sunumu da bir sorun. Habercilik kolay iş değil. Dolayısıyla haberciliğin geçmişte olduğu gibi, bugün de **önemini sürdüreceğini** düşünenler arasındayım. Hatta öneminin arttığı görüşündeyim.

Elbette habercilik deyince birkaç aşamadan oluşan bir süreci kastediyorum. Haberin toplanmasından yazımına kadar geçen süreci. Haber kaynağına ulaşmak, elde edilen bilginin doğruluğunu denetlemek vb. Burada bu süreci uzun uzun anlatacak değilim.

Günümüzde haberin yazım aşamasına ilişkin olarak kimi yeni ifadeler var. Örneğin "enformasyon tasarımı" gibi bir kavrama rastlayabilirsiniz. "Dağınık enformasyon parçalarının okunabilir bir formatta bir araya getirilmesi sanatı" diye özetleniyor bu kavram. Gazetecilere gelecekte de çok iş düşecek. Habere ulaşma, araştırma, iletme anlamında bir çeşitlenme söz konusu. Bilgisayar ve internetin bu anlamda sunduğu olanaklardan yararlanmak zorundayız. Yoksa rekabette geri kalırsınız. Bugün artık bir gazetecinin internette, bilgisayardan yararlanmaması düşünülemez bile. Haberin sunumunda kimi değişimler gündeme gelecektir. Haberi dijital ortamda nasıl sunmalıyız? Habere ilişkin bir

harita olacaksa, bu nasıl olmalı? Basit bir görüntü mü, yoksa etkileşimli bir harita mı? Bu konudaki tartışmalara, bugün bizlerin kullandığı yapı yol gösterici olacaktır. Başlık, spot, birinci paragraf, **5N+1K** konuları. Dijital gazeteler de, tıpkı kâğıda basılı gazeteler gibi aynı kaygılara sahipler. Yoğun bir çalışma ortamı içinde bulunan insanlara, bir haberi olabildiğince hızlı, doğru, kapsamlı, kısa ve anlaşılır şekilde sunma kaygısı.

Yeni teknolojiler yazılı basının geleceğini nasıl etkileyecek?

İnternet çağında gazeteler para kazanmaya nasıl devam edebilirler? *Washington Post* gazetesinden *William Raspberry*'nin yazısına göre¹¹, "Amerikan Gazete Editörleri Derneği" Washington'da yaptığı toplantıda, bu yaşamsal soruya yanıt aradı. Toplantıya Başkan *Bill Clinton* da katıldı. Clinton'un söyledikleri özetle şöyle:

"Televizyon ve radyo haberleriyle, internetteki haber kaynaklarıyla yarışmak, gazeteler için hiç kolay değil. Ama 'eski tarz' gazetelerin gündelik hayatımızda hâlâ önemli bir rolü var. O rol de, okurların yalnızca gerçeklerle yalanları değil, önemli olanla önemsiz olanı, geçici olanla kalıcı olanı, eğlencelik olanla ciddi olanı birbirinden ayırmalarına yardımcı olmak..."

İnternet gazeteleri, kâğıda basılı gazeteleri tehdit edebilir mi? Her yeni kitle iletişim aracı çıktığında bu tartışma yaşanır. Geçmiş örnekler bize neyi gösterdi? Yeni kitle iletişim araçlarının eskisini ortadan kaldırmadığını, kendi pazarını yarattığını. Yine de her yeni araç var olanı kuşkusuz etkiledi. İnternet için de bu söz konusu. En yakın örneği Almanya.

¹¹ International Herald Tribune, 15 Nisan 2000.

2002'de Almanya'nın önemli iki gazetesi *Süddeutsche Zeitung* ve *Frankfurter Allgemeine* işçi çıkarma yoluna gittiler.

Konuyu Türkiye'den izleyen bizler, önceleri bunun nedenlerini pek doğru tahlil edemedik. Sonraları Almanya'daki meslektaşlarımızdan ilginç bilgiler aldık. Elbette gazetelerin "ekonomik kriz" yaşaması bizlere yabancı değil. Bunları yaşadık ve hâlâ yaşıyoruz. Ancak Almanya'daki krizin nedenleri arasında öyle bir unsur var ki, bu bizim henüz yaşamadığımız bir şey. Çünkü Almanya'daki bu krizin nedenlerinden biri internet gazeteleri. Öğrendik ki özellikle küçük ilanlar açısından Alman gazeteleri ciddi bir sıkıntı içindeler. Gazetelerin geliri açısından önem taşıyan bu küçük ilanlar, son yıllarda giderek internet gazetelerine kaymaya başlamış Almanya'da. Nedeni basit: Dijital verinin yukarıda da sözünü ettiğim olanakları... Alman gazeteci dostumuz konuyu şöyle aktardı:

"İnsanlar internet gazetelerine küçük ilan veriyorlar. Çünkü büyük bir kesim ilanları buradan takip ediyor. Siteye giriyorsunuz ve ilgilendiğiniz konuyu yazıyorsunuz. Anında ilgilendiğiniz konuyla ilgili ilanlar akıyor karşınızda. 30-40 sayfalık küçük ilanlar sayfasının tümünü taramak zorunda değilsiniz. Doğrudan istediğiniz seylere ulaşıyorsunuz. Üstelik bu küçük ilanların sayısı internet ortamında çok daha fazla. Bir gazetede veremeyeceğiniz kadar kapsamlı."

Geçmişte yukarıda sözünü ettiğimiz büyük Alman gazeteleri, gazetedeki reklam oranı fazlalaştığında, kimi zaman reklam almıyorlardı. Bugün reklam bulmakta sıkıntı çekiyorlar. Benzer bir sürecin Türkiye'de yaşanmayacağından emin miyiz?

Bilgisayarımda ve internette aradığımı nasıl bulurum?

Yazı boyunca yaşanan teknolojik gelişmelerin ne olduğu bunların bizi nasıl etkileyebileceği üzerinde durduk. Benden “aramak ve bulmak” konusunda bazı pratik bilgiler vermem istendi. İşte bu konuda sizlere yardımcı olabilecek bazı ipuçları.

Bilgisayarda pek çok kişinin yaşadığı ortak bir sorun var. Aradığını bulmak. Belge sayısı çoğaldıkça geçmişte yazılan dökümanları bulmak da sorun olmaya başlıyor. Herhangi bir konuda sizde bir döküman olduğunu bilir ancak onu bir türlü bulamazsınız.

Şimdi bu sorun üzerine biraz odaklaşalım. Basit ve pratik yöntemlerle bu sıkıntıyı nasıl aşabiliriz?

Klasör yapısı

Yayına ulaşmak istediğinizde basit bir şey yaparsınız: Klasör yapısı oldukça önemli. Tüm programlar bir klasörün altında, tüm belgeler diğer bir klasörün altında olursa bu size kolaylık sağlar. Hatta bilgisayar diskini ikiye bölüp çalışırsanız, ya da iki diskle çalışırsanız daha da iyi. Programların yer aldığı disk çökerse en azından diğerindeki verileriniz kurtulur. Klasör yapısı için kendinize göre bir sistematik oluşturun. Aynı konudaki dokümanları aynı yerde toplayın. Eğer daha sistematik biriyseniz, kütüphanelerdeki Dewey sistemini de kullanabilirsiniz. Benzer bir sorun gazetelerin web sayfaları için de yaşandı. Türkiye’de Hürriyet, Milliyet gibi gazetelerin bulduğu çözüm, klasör yapısını tarihe göre oluşturmak oldu. Milliyet’ten örnek vereyim. Ana bölümün altında 2003 klasörü oluşturulmuş. 2003’ün altında da 01, 02 diye aylar. Ardından günler. Dolayısıyla

la 6 Mart 2003 tarihli www.milliyet.com.tr/2003/03/06/ adresine gidersiniz. Basit ve kullanışlı bir yöntem.

Basit arama programları

Bilgisayarda belgelerde arama yapmamıza olanak tanıyan programlar vardır. Basit aramalarda belli kriterler kullanarak aradığınız bilgiyi bulma hızınız artar. Nedir bu kriterler:

- Belge adı
- Belge türü
- Belgenin son kayıt tarihi
- Belgenin bulunduğu klasör ve alt klasörler.
- Belgenin içinde geçen sözcük.

Şimdi kısaca bu unsurlara bakalım:

Belge adı: Belge adları olarak artık uzun isimler kullanma olanağına sahibiz. Dolayısıyla belgeye anlamlı isimler vererseniz daha sonra burada geçen sözcükleri anımsamanız ve buna göre arama yapmanız mümkün.

Belge türü: Çeşitli belge türleri kullanırız. Belgelerin noktadan sonra 3 harflik bir takıları vardır. Örneğin basit metin belgesi *“txt”* takısına sahip. Word dokümanı *“doc”*, HTML dökümanı *“HTM”* veya *“HTML”* takısına sahip. Arama ekranına dosya adı bölümüne *“*.Doc”* yazdığınızda (sadece tırnak içindeki bölüm) aramayı sınırlamış olursunuz. Böylece sadece word dokümanlarında arama yaparsınız. (Buradaki yıldız, noktadan bir önceki bölümde her türlü yazının yer alabileceğini gösteriyor. *“*”* ve *“?”* gibi işaretlerin *“DOS”* işletim sisteminden bu yana aramada özel bazı olanaklar tanır. Gerçi zaten şu andaki

arama kriterlerinde dosya adının tamamı ya da bir bölümü gibi bir seçenek söz konusu. Yine de “*” ve “?” işaretleri kimi zaman işe yarıyor. Diyelim ki dosya adı Ahmet ile başlayan word dokümanlarını arıyorsunuz: “Ahmet*.doc” çözüm sağlar. “*” bir harf dizgesi anlamını taşır. “?” ise tek bir harf.)

Belgeye son kaydın yapıldığı tarih: Bilgisayarlar bir belgeye girip birkaç sözcük yazdığınızda ve kaydettiğinizde bu tarihi de saklar. Dolayısıyla bir doküman ararken ben bunu geçen ay yazmışım diye bir şey anımsıyorsanız, buna göre arama yapabilirsiniz. Elbette son bir haftada yazdığım tüm dökümanları görmek istiyorum da diyebilirsiniz.

Belgenin bulunduğu klasör: Eğer çevre konusunda bir metin arıyorsanız ve çevre diye bir klasörün ve onun altında yer alan klasörlerin içinde olduğuna eminseniz, arama yapacağınız yer olarak bu klasörü seçmeniz aramayı hızlandırır.

Belgenin içinde geçen sözcük: Kimi zaman belgenin adıyla değil de içinde yazdığınız bir isme göre arama yapma gereksinimi duyarsınız. O zaman bu özellik işinize yarayacaktır.

Aşağıda *Windows XP* işletim yüklü bir bilgisayarda, başlat bölümüne sağ fare ile tıklayarak Arama bölümünü seçtiğinizde karşınıza çıkan ekranı görüyorsunuz. Burada anlatılanlar *Windows 95, 98, 2000* için de geçerli. Sadece ekran görüntüleri biraz farklı. Açıklamasını da yanına yazdım.

- İlk yazılabilir bölümüne dosya adı ya da adının bir bölümünü yazıp arama yapabilirsiniz.

Eğer içinde geçen metni aramak istiyorsanız bir alt bölüme bir sözcük yazabilirsiniz.

- Konumla sözü edilen şey, yukarıda klöserle ifade ettiğim şeydir.
- Altta daha detaylı bölümler yer alıyor. Ne zaman değiştirildi bölümünde bir hafta önce bir ay önce vs. seçenekler var.
- Boyut bölümünde eğer dosyanızın byte olarak boyutunu biliyorsanız bu boyuttan büyük ya da küçük gibi tercihlerde bulunabiliyorsunuz.

Aşağıdaki ölçütlerden biri ya da tümüyle arama yap.

Dosya adının tamamı ya da bir kısmı:

Dosyadaki sözcük ya da deyim:

Konum:

Ne zaman değiştirildi? ▶

Boyutu nedir? ▶

İleri düzey seçenekler ▶

İndeks oluşturmak ve indeks dosyalarında arama yapmak

İkinci adım, *indeksler üzerinde arama* yapmaktır. Eğer bilgisayarınızda birkaç yüz doküman varsa indeks sistemi zorunlu olmayabilir. Ancak doküman sayısı arttığında ve artık aradıklarınızı bulamaz hale geldiğinizde indeks kullanma zamanınız gelmiş demektir.

Piyasada artık çeşitli indeks programları var. Bu programlar bilgisayarınızdaki tüm dosyaları indekslerler. Kimi parayla satılıyor. Kimi bedava. Örneğin bazılarımız *Windows 2000* kullanıyordu. Ama pek çoğumuz bu işletim sisteminin içinde bir de indeks programı olduğunu bilmeyiz. Oysa bunları kullanmak gerçekten çok kolaydır. *Windows XP*de de aynı özellik var.

Peki ne işe yarar bu indeks programları? En önemli yararı daha büyük miktarda veri içinde daha etkin arama yapabilme olanağıdır. Genellikle bu tür sistemlerde “*Boolean*” denilen bir sorgu yöntemi kullanılır. Size az sonra buradaki sorgulara ilişkin kimi örnekler vereceğim. Bu sorgu yöntemini internet üzerindeki arama motorlarında da kullanabilirsiniz. Bunları kullanmadan yaptığınız aramalarda karşılaşacağınız en büyük sorun gereğinden fazla bilgiyle karşılaşmaktır. Bizse somut bir dokümana ulaşmayı isteriz genellikle.

Basit bilgileri ararken, “Mesut Yılmaz” diye bir arama yapabilirsiniz. Ama belki de siz “Mesut Yılmaz”ın enflasyon konusundaki demeçlerine ihtiyaç duyuyorsunuz. Dolayısıyla içinde “Mesut Yılmaz” ve “enflasyon” sözcüklerinin geçtiği dökümanları aramak durumundasınız. Şimdi size çeşitli sorgu örnekleri vereceğim. Aynı zamanda *Google*’da yapılan bir aramada kaç dökümanın bulunduğunu da yanında yazacağım.

Sorgu örnekleri

Sorgularda genel olarak AND, OR, NEAR gibi terimler kullanılır. Yani; ve, veya, yakın ... Bir de tırnak içinde kullanılır. Bunların tümü daha etkin arama yapmak için bize kimi olanaklar sağlar. Şimdi aşağıda kimi sorgu tümcecikleri göreceksiniz. Bu sorgu tümceciklerini www.google.com arama makinesinde kullandık. Bulduğumuz dökümanların sayısını sağ tarafta göreceksiniz.

Mesut Yılmaz örneği :

Dilerseniz siz de kendi adınızı yazıp bir arama yapın. Belki de ummadığınız kadar çok dökümana ulaşabilirsiniz.

Google™ Web Grafikler Gruplar Dizin

Mesut Yılmaz Ara

Ara: Web Türkçe sayfalar Türkiye'den sayfalar

Web Mesut için yaklaşık 295.000 sonuçtan 1 - 10 arası sonuçlar (0,09 saniye)

Mesut'un Web Sayfası
Quick Basic dersleri, ayrıca örnek Perl, QBasic ve Visual Basic kodları.
www.mesut.web.tr/ - 40k - [Önbellek](#) - [Benzer sayfalar](#)

Biografias de Líderes Políticos CIDOB: Mesut Yılmaz (Turquía)
Mesut Yılmaz Turquía De nombre completo Ahmet Mesut Yılmaz * 6 de noviembre de 1947, Estambul, provincia de Estambul. Estudió en la Escuela Superior de ...
www.cidob.org/bios/castellano/lderes/y-003.htm - 23k - [Önbellek](#) - [Benzer sayfalar](#)

Siirdostu.com, Üstadların Siirleri, sizin siirleriniz, siirlerim...
Mesut YEKTA'nın Kültür - Sanat ve Edebiyat sitesine hoşgeldiniz... Ana Sayfa | Forum | Şiir-Kart | Şiir Ekle | Son Eklenerler | Çok Okunular ...
www.siirdostu.com/ - 38k - [Önbellek](#) - [Benzer sayfalar](#)

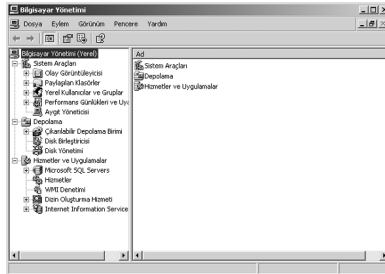
Profile - mesut
Name: Mesut. Email: Send to mesut. Home Page: http://www.Sevgi.net. ICQ #: 1733033. mesut's bookmarks (3). Photo: Categories ...
dmoz.org/profiles/mesut.html - 4k - [Önbellek](#) - [Benzer sayfalar](#)

Daha etkin arama yapmak için internet üzerinde bağlandığınız arama motorunun ilgili bölümüne bakmanızda yarar var. Burada nasıl daha detaylı aramalar yapabileceğiniz mutlaka açıklanıyordu.

Kendi bilgisayarınızda verilerin indekslenmesi

Yukarıda vurguladığım gibi piyasada pek çok indeks programı var. *Windows 2000* ve *Windows XP* işletim sisteminin içinde de böyle bir program var.

Bu programa "*Bilgisayar Yönetimi*" bölümünden ulaşabilirsiniz. Aşağıda bu bölüme girdikten sonra karşılaşıcağınız ekranın görüntüsü yer alıyor.



Sol tarafta “Dizin Oluşturma Hizmeti” diye bir bölüm gÖreceksiniz. Muhtemelen zaten bir dizin oluşturulmuştur. Çünkü Windows işletim sistemi kendiliğinden bir dizin oluşturuyor zaten. Bu bölümün üzerine sağ fare ile tıkladığınızda yeni bir katalog adı girmeniz istenecek. Herhangi bir isim girin. Daha sonra da hangi klasörlerin altındaki verileri indeksleyeceğinizi belirleyin. Sonunda da sistemi çalıştırın. İndeksleme işlemi başlayacak. Veri miktarına bağlı olarak bu işlem daha uzun da sürebilir.

Oluřturduėunuz katalogun altında da “*Katalogu Sorgula*” diye bir bölüm gÖreceksiniz. Aşağıdaki ekranda sol bölüme bakın.

Buraya tıkladığınızda “Dizin Oluşturma Hizmeti Sorgu Formu” çıkacak karşınıza. Detaylı aramalar yapmak için “Geliřmiř Sorgu”yu kullanın.

Burada da yukarıda google örneğindeki gibi sorgular kullanarak arama yapabilirsiniz. Aradığınız bilgiye daha hızlı ulaşabilirsiniz.

Bazı internet adresleri

Son olarak yararlanabileceğiniz bazı internet adresleri verelim: internet’te kullanabileceğimiz bir Türkiye telefon rehberi sitesi var: <http://rehber.telekom.gov.tr/>

Bunun yanısıra günlük işlerde kullanabileceğimiz pek çok yer var internet’te. Örneğin kronoloji bilgileri için <http://www.kronoloji.gen.tr/> ilginç bir adres.

Türk Dil Kurumu’nun Türkçe sözlüğüne de internet üzerinden ulaşabiliyoruz: <http://www.tdk.gov.tr/sozluk.html> . Farklı dillerde sözlükler de var: <http://www.hazar.com/>.

Çeviri hizmeti veren yerler arasında www.altavista.com adresini sayabiliriz. *Altavista* aynı zamanda hızlı bir arama motoru. www.google.com'dan sonra en çok tercih edilen ikinci yer.

Bu adrese bağlanıp herhangi bir konuda arama yaptıktan sonra söz konusu sayfayı bana şu dile çevir diye açabiliyorsunuz. Tüm web sayfasını örneğin İngilizceden Almancaya çevirip karşınıza getiriyor. Sanırım şu anda 8 dilde çeviri yapıyor. Henüz Türkçe yok. Ancak web sayfalarını İngilizceden Türkçeye çeviren programlar var piyasada. Beni bildiğim iki tane. www.google.com'da da benzer bir hizmet var. Ayrıca çeviri konusunda, <http://www.systransoft.com/Products/> adresi de ilginç.

Kimi zaman ansiklopedilere ihtiyaç duyarız. Basit bir bilgiye gerekir. Elbette arşive inip bir ansiklopediye bakabilirsiniz. Tabii eğer gazetedeyseniz. İnternet üzerinden yabancı dilde pek çok ansiklopediye ulaşma olanağımız var. Örneğin <http://www.britannica.com/> adresinden *Britannica*'ya ulaşabilirsiniz. *Encharta Ansiklopedisi* de gayet iyi bir ansiklopedi. <http://encharta.msn.com/encnet/features/home.aspx>

Elektronik ansiklopedilerdeki ilginç nokta şu: Ansiklopedi internet üzerinden sürekli eksikliklerini gideriyor. Evimdeki *Meydan Larousse Ansiklopedisi*'ni 1970'li yıllarda almıştım. Dolayısıyla dünyada o günden bu yana yaşanan gelişmeleri içermiyor. Bilgisayarındaki ansiklopedi her hafta kendini yeniliyor. Çeşitli ülkelerdeki önemli gelişmeleri de içeriyor. Bu ansiklopedilerin fiyatları 40-50 dolar arasında değişiyor.

KAYNAKÇA

- Akgül, M.(1995) "İnternet, Araçlar, Olanaklar"
<http://www.ankara.edu.tr/start/kemer/start.html>
- Çağltay, K.(1994) "Herkes için İnternet",
<http://www.ankara.edu.tr/start/hii/index.html>
- Cökcöl, O. ve Ö. Canay (1998) "İnternet ve ilgili konularda çokça sorulan sorular". sürüm 25. <http://www.sakarya.edu.tr/servisler/css/>
- McLuhan, M. (1995) *Die magischen Kanäle. Understanding Media*, çev. M. Amman, Basel:Verlag der Kunst.
- McLuhan, M. ve B.R. Powers (2001) *Global Köy*, çev. B. Ö. Düzgören, İstanbul: Scala yayıncılık.
- Negroponte, N. (1997) *Total Digital, Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation*, Goldman.
- Leggewie, C. ve C. Maar (1998) *İnternet Politik: Von der Zuschauer zur Beteiligungsdemokratie*, Köln: Bollmann Verlag.
- Simonnet, D. (1996) *Dünyanın En Güzel Öyküsü*, Hubert Reeves, Joel De Rosnay, Yves Coppens, çev. İ. Birkan, İstanbul: Telos Yayınları.
- Yılmaz, B. (6 Eylül 2001) "Türkiye'de Kitap ve Dergi Üretimi Üzerine Niceliksel Bir Değerlendirme" *Cumhuriyet Gazetesi Kitap Dergisi*.

İNTERNET VE GAZETECİLİK

*Murat KARADUMAN**

İnsanlığın 5 bin yılda ürettiği kadar bilginin son 30 yılda üretil-
diğinin öne sürüldüğü bir çağda, yeni iletişim teknolojilerinin
insan hayatındaki önemi giderek artmaktadır. Bu değişimi
başlatan bilişim teknolojileri zamanı ve mekânı ortadan kaldır-
makta, çalışma, ticaret, eğitim ve üretim süreçlerinde farklılaş-
maya neden olmaktadır.

Yeni dünya sistemi içinde başta cep telefonları olmak üzere,
kredi kartları, bilgisayar ve internet, dönüşümü taşıyan bilişim
ayaklarıdır. Bu dörtlü iletişim yapısı giderek birbirine entegre
olmaktadır (Kuntay, 2001:89).

İnternet için kısa bir tarihçe

İnternet, bir siyaset, ekonomi, kültür, kimlik aracı ve alanı ola-
rak 20. yüzyılın sonuna doğru gündeme oturmuştur. 21.

* Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi.

yüzyılın en azından ilk yarısının internet ve buna bağlı teknolojilerin getiri ve götürüleriyle biçimleneceğini söylemek zor değildir. İnternet birçok bilgisayar sistemini birbirine bağlayan ve her geçen gün büyüyen bir iletişim ağıdır. İnternet terimi, “*international*” (uluslararası) ve “*network*” (ağ yapısı) sözcüklerinin birleşmesinden oluşmuştur. Bu uluslararası ağ, birbirine sabit olarak bağlanmış yüksek hızlı iletişimi olan bilgisayarlardan oluşmaktadır. Son yıllarda çok hızlı bir biçimde gelişen teknolojinin son devrimidir.

İnternet, çok kısa bir sürede bu değişimin sembolü olmuş, 1990'lardan itibaren tüm dünyaya damgasını vurmaya başlamıştır. Çünkü bilgiye kolay, ucuz, hızlı ve güvenli ulaşmanın ve onu paylaşmanın en geçerli yoludur. Ancak özellikle son 15 yılda büyüyen internetin, kökenleri bir bakıma 1960'lara kadar uzanmaktadır. İnternet, askeri bir proje olarak geliştirilmiştir; başlangıcı, Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı'nın oluşturduğu ARPANET projesine dayanmaktadır. İlk baştaki askeri amacından çok farklılaşarak günümüze gelen internet, insanlığın bilgi paylaşımı için başvurduğu en önemli kaynak halini almıştır.

Dünyadaki bu gelişmelere paralel olarak, Türkiye 12 Nisan 1993'de TÜBİTAK (*Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu*)-ODTÜ (*Orta Doğu Teknik Üniversitesi-TR-Net*) işbirliğiyle bir DPT (*Devlet Planlama Teşkilatı*) projesi çerçevesinde internete bağlanmıştır. 64 kbit/san hızındaki bu hat ODTÜ'den uzun bir süre ülkenin tek çıkışı olmuştur. Daha sonra Ege Üniversitesi (1994), Bilkent (1995), Boğaziçi (1995), İTÜ (*İstanbul Teknik Üniversitesi*) (1996) bağlantıları gerçekleştirmiştir.

“Televizyonun benimsenmesinin 26 yıl, kişisel bilgisayarların benimsenmesinin 15 yıl, internetin benimsenmesinin ise sadece 7 yıl aldığı” (Yılmaz, 2002) düşündüğümüzde, internet kullanımının ne denli hızlı yaygınlaştığını anlamış oluruz. Yine önemli bir örnek olarak; radyonun 50 milyon kişiye ulaşmasının 38 yılı, televizyonun 50 milyon kişiye ulaşmasının 13 yılı, internetin 50 milyon kişiye ulaşmasının ise sadece 4 yılı aldığını da belirtmek gerekir. İnternetin bu denli hızlı kabullenilip yaygınlaşması, kısa sürede medya sektörünün de gözünü bu alana kaydırmasına neden olmuştur. Bu anlamda internetteki gazetecilik faaliyetlerinden söz etmek gerekir.

İnternet gazeteciliği nedir?

İnternet gazeteciliği kısaca, “gazeteciliğin çeşitli yöntemlerinin kullanılarak insanların internet aracılığıyla bilgilendirilmesi” şeklinde tanımlanabilir. Bir başka deyişle, internet ortamında açılan haber servisi ve sayfaları internet gazeteciliği ya da haberciliği, “sanal gazetecilik” ya da “on-line habercilik” gibi adlarla anılmaktadır. İnternet gazeteleri, internet ile özellikle 1994’ten sonra gelişen ve dünya çapında yaygınlaşan bir iletişim aracıdır (Yüksel-Gürcan, 2001:18).

“İnternet, geleneksel gazetecilik alanına, yeni ve farklı boyutların gelmesini sağlamıştır” (Özgen, 2000:60). Buradan anlaşılacağı gibi, internet enformasyonun hedef kitleye ulaştırılabileceği yeni bir alan olmuştur. Ancak internet kendine özgü olanaklarından dolayı, sadece mevcut kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayılmasına olanak veren bir araç olmakla kalmamış, aynı zamanda enformasyonun yeniden ürettiği ve yeni biçimlerde sunulduğu bir ortam haline gelmiştir.

Burada internet ve gazeteciler arasındaki ilişkiyi ele almak faydalı olacaktır. Bugün internet, bilginin dünyanın her yerinden elde edilebilir tek ve en büyük kaynağı olarak durmaktadır ve gazetecinin bilgi gereksinimi için sunduğu olanaklar sınırsızdır (Callahan,1999:1). İnternet gazeteciler için artık vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Bilginin en önemli kaynaklarından biri olarak internet, gazetecilere haberi üretirken yardımcı olduğu gibi, haberin yayımlanması için de yeni bir olanak sağlamıştır. *Wendland*’a göre gazetecilerin internet hakkında beş şeyi bilmesi gereklidir:

“İnternet bir alet çantasıdır. Birçok takım aleti içinde bulundurur. E-mail, web, dosya transferleri, haber grupları, e-mail listler, tartışma grupları, ses ve görüntüler. Hangi aleti hangi bilgiyi toplamada ve yaymada kullanacağını bilmek, gazetecinin interneti verimli ve etkili kullanmasının ilk şartıdır.

“İnternet sürekli bir değişim içindedir. Her gün, her teknolojik gelişme karşısında internet sürekli değişmektedir.

“İnternet toplumsaldır. İnternet toplumsal engel de oluşturmaktadır. İnternet ahlakdışı, anarşik ve otorite dışı özellikleri nedeniyle görgü kurallarına ve gizliliğe meydan okuyan özelliكتedir. Gazeteci, haberlerini hazırlarken bunları göz önünde bulundurmalıdır.

“İnternet her zaman ve her yerdedir. İnternet her yerde ve günün her saatinde kullanıcısının hizmetindedir. Dünyanın her yerinden ve haftanın her günü ve saatinde enformasyona erişim olanağı bulunmaktadır. Şu ana kadar gördüğümüz en hızlı iletişim aracıdır; hem haberin gelişme evrelerinde hem de haberi yayma yeteneği olarak.

“İnternet bağımlılık yapar. Genellikle daha az değil, daha fazla çalışmamıza neden olur. Gazeteci için son derece yararlıyken kullanıcıyı da kolaylıkla toplumdan ve insanlardan izole edebilir.” (Wendland, 2002).

Türkiye’de yapılan bir araştırmada, gazetecilerin yüzde 40’ı, diğer meslek gruplarınınınsa yüzde 60’ının, internet gazeteleri karşısında kâğıda basılı geleneksel gazetelerin gelecekte var olmayacağını düşündüğü ortaya konmuştur (Karaduman,

2001:201). Bu bulgu, internet gazetelerinin ne denli hızlı geliştiğinin ve geleneksel gazeteleri tehdit ettiğinin açık bir göstergesidir.

İnternet gazeteciliğinin tarihçesi

İnternet gazetelerinin tarihçesine baktığımızda; internet haberciliğinin kökeninin, televizyondaki teletext yayınları olduğunu söyleyebiliriz. (Gürcan,1999:18) İnternet ile ortaya çıkan okuyuculara haber iletme olanaklarına hem geleneksel yöntemlerle yayın yapan gazeteler hem de haber ajansları hızlı bir biçimde uyum göstermişler, bunların hemen ardından da sadece internette yayın yapan haber siteleri ortaya çıkmıştır.

İnternet gazeteleri ilk olarak ABD'de ortaya çıkmıştır. 1995'de sekiz büyük gazete (*The Washington Post, New York Times, Daily Mirror, Herald Tribune* gibi) baskıya hazır gazete sayfalarını on-line olarak anında aktarmak amacıyla; Yeni Yüzyıl Yayım Ağı adıyla bir şirket kurarak haber yayıncılığında sanal dönemi örgütsel olarak başlatmışlardır (Gürcan, 1999:32).

Genellikle ilk dönemlerde basılı gazetelerin web siteleri, basılı gazeteye çok benzemekle birlikte, geniş bağlantılı bir içerikle, şehir rehberleri ve *on-line* alışveriş olanakları gibi eklentilerle ve güncellenebilen yazı/haber içerikleriyle de desteklenmiştir (Onursoy, 2001:5). Daha sonraki dönemlerde ise internet yayıncılığının sürekli gelişimine tanıklık edilmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinden yararlanarak yayınlarını biçimlendiren internet gazeteleri, bugün gelinen noktada farklı biçim ve özgün içerikleriyle kitle iletişim araçları arasında yerini almıştır.

Türkiye’de yayınına internete aktaran ilk kuruluş, *Aktüel* dergisi’dir. 19 Temmuz 1995’te internette sayfa açan Aktüel dergisi, bu anlamda Türk basın tarihinde bir ilki gerçekleştirmiştir. (Gürcan, 1999:160) Aktüel dergisini aynı yılın Ekim ayında online olan *Leman* dergisi izlemiştir. Türkiye’de internete ilk açılan gazete ise *Zaman* gazetesidir. *Zaman* gazetesi o tarihten itibaren, köşe yazıları, güncel, politika, dünya, ekonomi, spor ve medya bölüm başlıkları altında yayın yapmaya başlamıştır. *Zaman* gazetesini *Milliyet*, *Hürriyet*, *Sabah* ve diğer gazeteler izlemişlerdir. Türkiye’de yayın yapan ilk internet gazetesi ise *Xn (Eksen)*dir. Türkiye’de internet gazetelerinin sayısının artmasıyla birlikte, okurun haber alma alışkanlıklarında değişiklikler meydana gelmiştir.

İnternet gazeteciliği üç dönemden geçmiştir. Birinci dönem, gazetecilerin haber içeriğini internet gazeteciliği için üretmedikleri, kendi geleneksel gazetecileri için ürettikleri haber içeriğini internet sayfalarına aktardıkları dönemdir. İkinci dönemde, gazeteciler internet için özgün haber içerikleri üretmişlerdir. Üçüncü dönem ise internet gazeteciliği için düşünülen haber yapma ve kullanıcıya içeriği denetleme olanağı veren, tek yönlü iletişim yerine interaktif iletişimin sağlandığı dönemdir (Tokgöz, 2000:69).

İnternet haberciliğinin olanakları/farklılıkları ve kaynakları

İnternet haberciliğinin olanakları ve farklılıkları şu şekilde sıralanabilir:

- Haberi çok hızlı bir biçimde verebilmesi ve sürekli güncellenmesi.

- Okurun habere 24 saat, dilediği zaman ulaşabilmesi.
- Multimedya temelinde ses-grafik-görüntülü dosyaları kullanma.
- Arşivdeki haberlere kolayca ulaşabilme ve istenilen haberleri saklayabilme.
- Okurla interaktif etkileşim; okurun yorumlarını anında iletebilmesi.
- Haberle ilgili konularda, web sitelerinin linklerinin verilmesiyle, arka plan bilgilerine kolaylıkla ulaşabilme.
- Diğer medyada yer alamayan farklı haberleri bulabilme.

İnternet gazeteleri içeriklerini oluştururken birkaç farklı kaynaktan yararlanır. Bunların en önemlileri; çeşitli ajanslardan haber alma, internette haber edinme ve kendi kaynaklarından haber oluşturma olarak sayılabilir. Genellikle kısıtlı kaynaklarla kuruldukları için, internet gazetelerinin pek azı muhabir istihdam etmektedir.

İnternet gazeteciliğinde haber yazımı

Öncelikle şunu belirtmekte fayda var: Online yayınlar, bir menüye dayandırılan formatta ve daha geniş türde haber seçenekleri olan, genellikle kolay tüketilen şeyler sunarlar (Tewksbury-Althaus, 2000:457). İnternet gazetelerinde hızlı habercilik ön plandadır. Uzun ve yorucu cümleler yerine kısa ve akıcı cümleler tercih edilmelidir. Bu bağlamda, internet haberciliğinde **ters piramit modeli** öne çıkmaktadır.

Ters piramit yöntemi, gazetecilerin 1850'lerde telgrafla haber geçmek için geliştirdikleri bir tekniktir. O yıllarda telgraf hatlarındaki kesilmeler dolayısıyla, haberle ilgili en önemli unsurlar ilk başta geçiliyordu. Daha sonra bu yöntem, önemli haber yazım tekniklerinden biri olmuştur. Ters piramit yönteminde haber iki kısımdan oluşur. Birinci bölüm olan giriş paragrafında olayın ne olduğu ve sonucu özetlenmiş olarak verilir. Bu paragrafta, **5N+1K**'yi oluşturan "ne", "ne zaman", "nerede" ve "kim" sorularının yanıtları verilir. İkinci bölüm ise haberin gövdesidir. Burada olayın "neden" ve "nasıl" olduğu kronolojik olarak açıklanır. Haberle ilgili en önemli unsurların ve sonucu içeren birkaç cümlenin girişte yer alması ve bundan sonra haberin detaylarına geçilmesinden dolayı ters piramit, internet gazeteciliğinde en çok tercih edilen haber yazım tekniklerinden birisidir. Çünkü internet kullanıcılarının web sayfalarını kelime kelime okumadığı, sayfaya sadece göz attığı bilinmektedir. Haberi monitörden okumanın güçlükleri de eklendiğinde, ters piramit modelinin internet gazeteleri için önemi ortaya çıkar.

İnternet gazeteciliğinde "okur"un değişen yeri

İnternet gazeteciliği ile birlikte, gazeteciliğin geleneksel haber merkezi yapılanmasında değişiklikler olmuştur. Bilindiği gibi, yazı işleri birimi genel olarak yayın içeriğinin hazırlanmasından sorumludur ve bu görevlerinden dolayı yazı işleri müdürü, her gazetenin görünüşünü ve içeriğini kararlarıyla yönlendiren anahtar kişidir. Yazı işleri müdürünün pozisyonu, yükümlülüğün iki yönlü olması nedeniyle belirsiz olabilir: Bir tarafta oluşturduğu ve yönlendirdiği yazı işleri ekibi, diğer taraf-

ta ise işin işletmecilik yönü açısından gazetenin sahibi. Bağımsızlığın her iki tarafa karşı korunması da kolay iş değildir (Bohere, 1986:14).

İnternet gazeteciliğiyle birlikte, bir yandan gazete sahibi ve kendisine bağlı olan yazı işleri kadrosuna diğer yandan da okurlarına karşı sorumlu davranmak durumunda olan yazı işleri bölümünün bazı yetkileri okurun eline geçmeye başlamıştır demek, yanlış olmaz. Artık, en önemli görevi hangi haberin gazeteye girip girmeyeceğine karar vermek olan yazı işleri sorumlularının; bir başka deyişle “**eşik bekçilerinin**” önemi azalmıştır. Başka ifadeyle, okur internette dilediği habere ulaşmakta özgür hale gelmiştir. Hatta internet’te haber veren tüm web servislerinin “sınırsız bir enformasyon denizi” oluşturdukları düşünüldüğünde, okurun bu sınırsız enformasyonu kullanarak “kendi gazetesini” yapma olanağına kavuştuğu da söylenebilir. Ayrıca araştırmalar göstermektedir ki, yazı işleri sorumlularının birinci derecede önem atfettiği haberleri, internet okuru aynı derecede önemli bulmamakta, farklı tür haberlere yönelmektedir.

İnternet gazetelerinde okur, geleneksel gazeteden çok farklıdır. İnternetteki okur, artık teknolojiyi kullanan, onunla içiçe olan kimsedir. Ayrıca internetteki olanaklar okur için yeni açılımlar getirmiştir. “İnternetle her geçen gün sayısı artan kullanıcı, yalnızca bilgiyi, haberi alan, kullanan değil; onları üreten ve gönderen de olmaktadır” (Özçağlayan, 1998:197). İnternet gazeteciliğinde okur, haberi farklı kaynaklardan elde etme, yeni haberlere en kısa zamanda ulaşma, haberle ilgili yorumlarını iletebilme ve diğer okur yorumlarını okuyabilme, arşive kolaylıkla ulaşıp istediği haberleri saklayabilme gibi olanaklara sahiptir. O halde, internette, eşik bekçilerinin gazeteyle okur arasına girmesi pek mümkün görünmemektedir.

İnternet gazeteciliğinin geleceği

İnternet gazeteciliğinin geleceği konusunda kestirimde bulunabilmek için, geleneksel haber medyası (gazete, radyo, televizyon) ile internet haberciliğini iki örnek olay üzerinden karşılaştırmak ilginç olabilir.

1963'te Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Başkanı *John Kennedy*'nin öldürülmesi olayında bütün dünya radyo aracılığıyla hemen bilgilendirilebilmiştir. Hatta aynı olayda televizyon da, birçok Avrupa ülkesinde, o anda günün haberlerinin yayınlanıyor olmasından da yararlanarak, Başkan Kennedy'nin ölümünü aynı hızla duyurabilmiştir. Bu arada, ertesi sabah halkın büyük çoğunluğu yine de, ABD Başkanı'nın ölümüyle ilgili haberlerin bütün ayrıntılarına kavuşma güdüsüyle, gazete bayilerine koşmuştur. Ancak birkaç gün sonra, cenaze törenini Amerika ve Avrupa'da naklen yayınlayan televizyon, rakipleri karşısında büyük bir üstünlük sağlayabilmiştir.

11 Eylül 2001'e geldiğimizde ise, hatırlanacağı gibi, New York'da, yerel saatle 08:45'te Dünya Ticaret Merkezi'ne ilk uçağın çarpmasından 15 dakika sonra, bir ikinci uçak saldırısı ve izleyen diğerleri gerçekleştirildi. Eylemi planlayanlar, ilk uçak çarptıktan sonra tüm televizyonların canlı yayına geçeceğini biliyordu ve ikinci saldırı da tam istedikleri gibi onlar canlı yayındayken gerçekleşti. Dünya şiddet olayları tarihine geçecek bu trajik olay, Amerika'da halkın büyük çoğunluğunun is yerinde olmasından dolayı, çok hızlı olarak televizyon kadar, internetteki haber sitelerinden de izlenebildi. Televizyonlar canlı yayındaydı, ancak haber siteleri de olayları haber ve görüntülerle anında aktarıyordu. Yine de, 1963'te John Kennedy'nin öldürülmesinde sonra olan yine oldu: Herkes ertesi

gün gazete almaya koştı, 12 Eylül tarihli gazeteler yok sattı. Rakamlara göre, *New York Times* 1 milyon 650 bin basıldı, Fransa'da *Le Monde* günlük 565 bin olan baskı ortalamasını yüzde 88 arttırarak 1 milyon 65 bin'lere ulaştı. Gazete okuma alışkanlığının çok alt düzeyde gerçekleştiği Türkiye'de yayımlanan toplam 17 günlük gazete ise ortalama 2 milyon 300 bin olan dağıtım rakamlarına, olayın ertesi günü 185 bin daha eklediler (Devrim, 2001).

1963 ve 2001'de meydana gelen bu iki -bütün dünya kamuoyunu ilgilendirecek çaptaki- olayın mevcut medya tarafından nasıl verildiğine ilişkin bu karşılaştırma bizi şöyle bir sonuca götürüyor: 1960'larda haber verme açısından en hızlı araç olan radyo, 2000'lere gelindiğinde, artık televizyonun gerisine düşmüş durumda. Henüz tarihi çok yeni olan internet ise, televizyon kadar hızlı, gazete kadar ayrıntılı haber verebiliyor. Gazeteler ise, hâlâ daha ayrıntılar için, okunuyorlar.*

İnsanların haber alma ihtiyaçlarını karşılamak üzere 16. yüzyılın başında haber mektupları şeklinde ortaya çıkan gazeteler; 17. yüzyılın başlarında gazete kimliğini kazanmaya, 18. yüzyılın başından itibaren ise bugünkü şekliyle hayatımızda yerini almaya başlamışlardı. Haber mektupları, gazeteler, telgraf, tele-

* Ancak verdiğimiz bu iki örneğin günümüzde medya tercihlerinin nasıl değiştiğini göstermek açısından yeterince temsili olmadıklarını da ekleyelim. Çünkü öyle görünüyor ki, 11 Eylül'de gerçekleşen bu şiddet eylemi, bizzat televizyon için tasarlanmış. Başka ifadeyle televizyon diye bir araç olmasaydı bu kadar etkili olmayacaktı ya da hatta belki de başka türlü tasarlanacaktı. Diğer yandan öyle olaylar oluyor ki, ne televizyon ne de internet onları haber yapmada, radyo ile yarışabiliyor hâlâ. Örneğin, 1999'da İznik/Gölcük merkezli olarak gerçekleşen depremde, en hızlı araç, radyoydu, ne televizyon ne de internet. Dolayısıyla her yeni iletişim teknolojisiyle birlikte gündeme gelen, daha önceki haber medyasının tarihe karsacağı korkusu gerçekleşmedi simdiye kadar, dahası eski teknolojiler yenilerle eklenerek başka cazibeler kazanabildi. Bu yüzden geleneksel medyanın ortadan kalkacağı iddiasına temkinlilikle yaklaşılmalı (*editörün notu*).

fon, radyo ve televizyonun ardından gelişen iletişim teknolojilerinin son halkasını ise -şimdilik- internet oluşturuyor. Ayrıca, unutmayalım ki diğer medya ile karşılaştırıldığında internet erişimi olanlar henüz “mutlu bir azınlığı” oluşturmakla birlikte, bir yandan internet kullanımı çok büyük bir hızla yaygınlaşıyor, diğer yandan da bir kez daha hatırlatalım ki, **internet bütün diğer geleneksel teknolojileri kendinde toplama becerisine sahip**. İnternet haberciliğinde bir olayı meydana geldikten çok kısa bir süre sonra vermek, ayrıca sayfa ya da dakika sınırlaması olmadığı için gerektiği ölçüde ayrıntılandırmak mümkün. Bunların yanı sıra, internette bir haberi verirken radyodaki gibi ses, televizyondaki gibi görüntüden de yararlanabiliyoruz. O halde, habercilik açısından bakıldığında bir 40-50 yıl sonra gerçekleşebilecek benzer önemli bir olayda, internetin çok önemli bir etkinliğe sahip olacağı şimdiden söylenebilir.

Son olarak, bilgi akışının son derece kolay sağlandığı internet, şimdiden örneklerini gördüğümüz üzere, haberi, haber anlayışımızı nihayet gazetecilik mesleğini de dönüştüreceğe benziyor.

KAYNAKÇA

- Bohere, G. (1986), *Gazetecilik Mesleği*, Ankara: Uluslararası Çalışma Örgütü Yayınları.
- Callahan, C. (1999), *A Journalists Guide To The İnternet*, New York: Abacon.
- Devrim, H. (25.09.2001) "Fazla Haber Hazımsızlığı", *Radikal Gazetesi* .
- Gürcan, H.İ. (1999), *Sanal Gazetecilik*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Karaduman, M. (2002), *Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya ve İnternet Gazeteciliği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir).
- Kuntay, E. ve G. Erginsoy (2001), "Sirkeci'deki Kartpostallardan İnternet'te Cinsel Sunumlara", *Bilişim Toplumuna Giderken*, Ankara: Türkiye Bilişim Derneği Yayınları.
- Onursoy, S.(2001), *Online Haber Yayıncılığında Görsel Tasarım Boyutu: Haber Siteleri Örnekleri Üzerine Bir Uygulama*, (Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, yayımlanmamış doktora tezi, Eskişehir).
- Özçağlayan, M. (1998), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Özgen, M. (2000), "İnternet ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliği", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (N. V.).
- Tewksbury, D. ve S. L. Althaus (2000), "Differences in Knowledge Acquisition Among Readers Of The Paper And Online Versions Of a National Newspaper", *Journalism and Mass Communication Quarterly*.
- Tokgöz, O. (2000), *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge Kitabevi, İstanbul.
- Wendland, M. (02.05.2002) "Five Things Journalist Need to Know about Net", www.poynter.org/dj/053001.htm
- Yılmaz, Erdoğan: "Eğitimde Net Etkisi", (*İnet Konferansı Sunumu*, İstanbul, 3 Kasım 2002).
- Yüksel, E. ve H. İ. Gürcan (2001), Habercinin El Rehberi, Soru ve Örneklerle *Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

ONLINE GAZETECİLİK

*Nihat HALICI**

İnsanlık son yüzyılda dev adımlar attı. Teknolojik gelişmeler, bilimdeki ilerlemeler baş döndürücüydü. Yenilikler ve değişim, gündelik hayatımıza, meslek hayatımıza da yansıdı. Aslında hayatımızın her alanına etki ettiğini söyleyebileceğimiz değişim, özellikle son çeyrek yüzyılda hızlandı. Ve tartışmasız olarak söz konusu zaman diliminde yaşanan değişimin, olumlu/olumsuz gelişmelerin ana öğelerinden biri de internet.

Bu "ağların ağı", belki de en çok, gazeteciliği ve gazetecileri etkiledi. Habercilik mesleği kendine artık yeni bir mecra buldu. Bugün artık teknolojik gelişmelere paralel olarak internet haberciliği, hem kendi içinde dönüşüyor hem de radyo, televizyon, yazılı gazetecilik gibi diğer mecralarda akan haberciliğe de çeşitli etkilerde bulunmayı sürdürüyor.

* Deutsche Welle Türkçe servisi editörü

Online gazeteciliğin özellikleri

Peki *online* gazeteciliğin farkı nerede? Her ne kadar online gazetecilik için uluslararası kabul gören standartlardan söz etmek mümkün olmasa da, haberciliğin bu yeni türünün belli farklı özellik ve niteliklerinden söz etmek mümkün.

Koşullar

İnterneti, tıpkı televizyon ve radyo gibi "teknik medya" sınıfına sokmak mümkün. Bu medyanın üç yayın aşaması var:

- Sinyal üretimi (sinyal yapılandırılması)
- Sinyal aktarımı (ara depolama)
- Sinyal alımı (yeniden dönüşüm)

Yazılı medyayı izlemek için o medyayı bayiden satın almak yeterlidir. Buna karşılık televizyon, radyo ve online medyayı izlemek isteyen kişi, öncelikle ara kodları algılayabilecek bir cihaza sahip olmalıdır. Ama bu da yetmez. Kişi, o cihazı kullanabilmelidir de...

İnternet kullanıcısının öncelikle bir bilgisayar temin etmesi gereklidir. Önce bilgisayarın kurulumu, ardından cihazı kullanabilmek için masrafların yapılması gerekir. Bilgisayar satın almak için yüklüce bir bedel ödeyen kullanıcının cihazda çalışabilmesi için kurslara gitmesi, kitaplar okuması, danışmanlık alması gerekebilir. Bütün bunların ardından bilgisayarı aracılığıyla "ağların ağı"na bağlanmayı kararlaştıran kullanıcı servis sağlayıcısına bedel öder. İnternete giriş için kendisine artık bir kapı açılmıştır açılmasına ama, kullanıcı internete bağlı olduğu sürece sürekli telefon faturalarının an be an şiştiğini hesaplar; psikolojik baskı yaşar.

Online gazeteler kullanıcıyı belli bir süre bekletir. Bekleme süresi sırasında “veri aktarımı” gerçekleşir. Kullanıcının ekran ayarları ya da online gazetenin tasarımı da online gazete-kullanıcı ilişkisini etkiler. Kötü tasarım, kullanıcı dostu olmayan bir navigasyon (kullanıcıyı internet ortamında gezdirmeye) bazı haberlerin ya da haberin ayrıntılarının gözden kaçmasına neden olabilir.

Ekrandan okuma elleri özgürleştirir. Ancak gözlere ek yük bindirir. Ekran, okuma işi için aslında pek uygun bir medya değildir. Basılı metinlere oranla, okuma hızı yüzde 25 daha düşer.

ABD'nin Ohio State Üniversitesi'nde gerçekleştirilen bir araştırma, okuyucuların bilgisayar ekranından okudukları bir metni daha zor anladıklarını ortaya koymuştur. Kullanıcıların, ekranda kendilerine sunulan metinleri daha az inandırıcı buldukları görülmüştür. Ayrıca araştırmaya katılanlar, yazılı medyada okudukları haber ve makalelerin görüş ve bakış açılarını daha kolay etkilediğini ifade etmişler, buna karşılık ekrandan okunan metinler için bunun çok daha düşük düzeylerde gerçekleştiği ortaya çıkmıştır.

O halde bu sonuçlara bakarak, online gazetecilikte, web sayfalarının arayüzü ve sayfa tasarımının “okunabilirliği” artırmak için önem taşıdığını rahatlıkla söyleyebiliriz:

Güncelleme olanakları

90'lı yılların ortalarından itibaren basılı medya içeriğini sanal dünyaya da taşımaya başladı. İlk örneklerde *hiper metin* ve *multimedya* gibi özellikler dikkate alınmadı. İlerleyen yıllarda basılı medyada içeriği internete internetin sunduğu teknik olanaklarla taşımada da yetmediği gerçeği belirginleşti.

Basılı medyanın online versiyonları ile, online gazeteciliğin örnekleri, sürekli güncellenebilir. Online gazeteciliğin en önemli avantajı, sunduğu enformasyonun her an değiştirilebilmesidir. Yazılı gazetecilikte yapıldığından farklı olarak, günlük değil, anlık güncellemeye olanak tanıyan bir teknoloji söz konusudur.

Online gazetecilikte güncelleme üç şekilde yapılabilir:

- Düzensiz güncelleştirme: Her yeni bir haber/yazı oluşturulduğunda web sayfası değiştirilir.
- Belirli periyodlarla güncelleme: Site içeriği belli bir saatte, günde, ya da haftada bir defa olmak üzere güncellenir.
- Sürekli güncelleme: Haber ajanslarından, muhabir ve yazarlardan gelen yazılar bekletilmeksizin sayfada yerini alır.

Bazı web siteleri bu üç güncelleme türünü birden bünyesinde birleştirir. Haber siteleri ise sürekli güncellenir. Kullanıcı, böylelikle yerli ya da yabancı çok sayıda gazeteye internet üzerinden ulaşabilir. Seçme olanağı çok daha fazladır. Gazetelerin yalnızca güncel sayılarına değil, arşivine, eski sayılarına da erişebilir.

Depolama ve arşiv olanakları

internet sınırsız depolama olanağı sunar. Yeni haberler, eskiyle yer değiştirir. Eski haberler ve yazılar ise arşivde yerini alır. Anahtar kelimeler kullanılarak arşivden bu haberler çağrılır. İyi bir arşiv sistemi kullanıcıya haberleri tarihine, konusuna ve kaynağına göre sıralama olanakları veren bir arama motoru sunar.

Arşiv, gazetecilik işlevine saydamlık katar. Kalite getirir. Kullanıcı, böylece arşivi kullanarak son günlerde, haftalarda, aylarda ve yıllarda o medyada ele alınmış olan konular hakkında bir fikir edinebilir. Arşiv ve arama motoru, online gazetecilikte etkileşimin önemli araçlarından biridir.

Kullanıcıyla etkileşim olanağı

Etkileşim kavramı, internet gazeteciliği söz konusu olduğunda iki farklı anlam içerir: Teknik etkileşim ve sosyal etkileşim. Teknik anlamda etkileşim kullanıcı ve medya (insan-bilgisayar iletişimi) arasındaki etkileşimi anlatır. Sosyal anlamda etkileşim ise kullanıcıların kendi aralarındaki iletişimi anlatır. Ancak bu iletişimde (bilgisayar destekli insan-insan iletişimi) medyum/araç bir platform işlevi görür. Örneğin sohbet (*chat*) bu kapsama girmektedir. Online gazetecilikte ise etkileşim daha çok teknik anlamda gerçekleşmektedir. Ancak bu ilişki türünde de, gazete okuyucularından farklı olarak online gazete kullanıcısı/okuyucu, etkileme ve seçme olanaklarına daha fazla kavuşmaktadır.

Online gazete kullanıcısına **geri bildirim** (*feed-back*) olanakları veren etkileşim yolları şunlardır:

- E-posta: Kullanıcı yazara, online yayıncılığı yürütenlere e-posta aracılığıyla ulaşır; dilek, görüş ve önerilerini aktarır.
- Veri bankaları ve arşivde arama yapma: Daha önce yayınlanan yazılı ve görsel belgeler arasında kelime temelinde çeşitli süzgeçler kullanarak arama yapar.
- Formlar yanıtlama, değerlendirme: "Bu haberi değerlendirin" tarzı minik anketlerle kullanıcıdan görüş almak.

- Çeşitli oyun ve yazılımların indirilmesi.
- Haber grupları.
- Canlı sohbetler: Kullanıcı başka kullanıcılarla ya da site yöneticileriyle yazıyla eşzamanlı sohbet halindedir.
- E-posta listeleri: Görüş alışverişinde bulunmak amacıyla kurulan e-posta listeleridir.
- Forum: Genel ya da özel bir başlık altında açılan tartışma alanlarıdır. Kullanıcılar yazılarıyla tartışmaya katılır. Forum yöneticisi onaylarsa yazı forum sayfalarında yer alır.
- Konuk defteri: Kullanıcılar dilek, görüş ve önerilerini mesaj panosunu andıran yazılıma aktarır.

Çoklu ortam ya da multimedya ayrıcalığı

internet teknolojisi, birden çok medya sistemini kendinde buluşturur. Başka ifadeyle kullanıcıya **çoklu ortam/araç** sunar. Multimedyanın/çoklu ortamın tanımı; "metin, ilüstrasyon, ses ve video gibi mevcut tekniklerin aynı potada kaynaştırılmasıdır" biçiminde yapılmaktadır. Böylelikle, kitlesel ve bireysel iletişim arasındaki sınırları ortadan kalmakta, farklı medya sistemleri, örneğin radyonun ses verileri, televizyonun video ve animasyon verileri, basılı medyanın fotoğrafları ve metinleri birbiriyle iç içe/yan yana ve aynı anda kullanılabilir hale gelmektedir.

internet teknolojisine dayanan online gazetecilik, mutimedya/çoklu ortamın imkânlarından yararlanır. Enformasyon sadece yazılı değil, görüntülü, sesli, hareketli metinler aracılığıyla da aktarılabilir, ya da onlarla desteklenebilir.

Ancak hâlâ multimedya imkânları internet üzerinde yeterince kullanılmamaktadır. Nedeni, görüntülü/sesli/hareketli malzemelerin, bu “*online çağıl*”da kullanıcıyı uzun süre beklemek zorunda bırakarak kaçırmasıdır. Bu yüzden online gazetecilikte renk, ses, video ve diğer içeriklerin kullanımında çok dikkatli olunmalıdır. Ayrıca yazılı metinler de, kullanıcının sıkılıp da gitmemesi için dikkati dağıtacak kadar uzun olmamalıdır.

Online gazetecilikte enformasyon aktırırken yararlanılabilecek araçlar ise şunlardır:

- **Metin:** Kısa bilgi ulaştırır, diğer unsurların gücünden de yararlanır (fotoğraflar, ses...)
- **Fotoğraf:** Bir olayın ayrıntılarını anlık çekimlerken, en önemli anın görüntüsünü verir.
- **Ses:** Metnin, fotoğrafın ya da video belgesinin söylediğine duygusallık katar, vurgular.
- **Animasyon:** İndirilmesi zor olmakla birlikte, online gazetecilikte “hareketli resimlerin” (*animated gifs*) kullanımı yaygınlaşmaktadır.

Hiper-metinden yararlanma olanağı

Online gazeteciliğin bir diğer ayırıcı özelliği, ana metinle ilişkilendirilen “**hiper-metinler**” ya da bağlantılardır (*link*). Bu yolla, görünür/okunur alanın gerisindeki karmaşık ve sınırsız üçüncü boyut kullanıcının hizmetine sunulmaktadır. Başka ifadeyle, herhangi bir metin ya da grafik unsuruna bağlantı/gönderme yapılarak, verilen haberi tamamlayıcı nitelikteki fotoğraf, arşiv bilgisi, grafik gibi hiper-metinler de ana metine dahil edilebilmektedir. Hiper-metinler, yalnızca belirli bir en-

formasyon tipi içinde doğrusal olmayan bağlantıların kurulmasını sağlamaz, aynı zamanda bu bağlantıların farklı enformasyon tipleri arasında da tesis edilmesine imkân verir. Yani, yalnızca bir metin belgesinden başka bir metin belgesine değil, aynı zamanda bir metin belgesinden bir ses belgesine de bağlantı verilebilir.

Hiper-metin alanı yaratabilmek için de çoklu medya/multi-medya teknolojilerine gereksinim vardır. Bu yüzden multi-medya, hiper metnin bir üst aşaması değildir. Yalnızca hiper-metin düzenlemelerinin hayata geçebileceği bir alan sunar. Ek olarak hiper metinler kullanıcıya dahili ve harici olmak üzere iki ana bağlantı türü sunar. Site içi bağlantılar, dahili bağlantı kapsamına girer. Diğer kaynaklara, sitelere verilen bağlantılar ise haricidir.

Kişisellik

Online gazeteciliğin sağladığı arşivleme ve sınırsız veri depolama olanağı, kullanıcının yararlanabileceği hizmetin önünü açar. Bu hizmetlerin en önemlisi, internet ve dolayısıyla online gazeteciliğin, kullanıcıya kişisel haber sunumu için olanak tanınmasıdır. Özellikle abone sistemiyle çalışan/hizmet sunan online haber sitelerinde kullanıcı ilgilendiği alan ve kategorileri belirterek, hangi konularda bilgilendirilmek istediğini ifade etmekte, böylelikle bir bakıma kendi gazetesini (daily me) kendisi yapılandırmış olmaktadır.

Ayrıca, kullanıcı “ürün”ün periyodu konusunda da belirleyici olabilmektedir. Yani, güncelleme onun belirlediği sürelerle göre yapılabilmektedir. Online gazeteciliğin ilk yıllarında, kullanıcı enformasyonu kendisi çekerdi (pull-medium). Artık o devir kapandı. Şimdi enformasyonun kullanıcının “elinin altına getirildiği” (push-medium) bir durum söz konusudur.

Online gazetecilik nasıl gerçekleştirilir?

Üretim ve işletme

Bazı teknik araçların yardımıyla internette bir online-medya yaratmak mümkündür. Bunun için gerekenler şunlardır:

- Web editörü
- Grafik programı
- Bir FTP (File Transfer Protocol) ya da Dosya Transfer Protokolü program: Yani online olabilmek için bir sunucudan/hizmet vericiden sağlanan veri alanı.

Günümüzde web yayıncılığında artık sadece *HTML* dosyalarının üretildiği devir kapanmıştır. *Web* sayfaları, artık her gün yenilen yüzlerce sayfadan oluşmaktadır. Bu sayfaları üretmek için 1995 öncesindeki yaklaşım, onlarca *HTML* operatörü çalıştırarak bu sayfaları elle hazırlamaktı. Daha sonra bu sayfalarda ortak yer alan herhangi bir tarih, telefon, ad bilgisinin değiştirilmesi için saatler süren bul ve değiştir (*find&replace*) işlemleri gerekirdi. Ancak bu tarz güncelleme işlemlerinin günümüzde artık hemen her gün yapılmasının gerekliliği, klasik anlamda *HTML* sayfalarının üretimi durmuştur. Artık *HTML* sayfaları, veritabanından çekilen bilgilerin ara dillerle *HTML*'e dönüştürülmesiyle oluşturulmaktadır.

Diğer yandan web yayını artık "içerik yönetim sistemleri" (*content management system*) aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. İçerik yönetim sistemi, metin ve çoklu ortam içeriği saklamak, indekslemek ve aramak için kullanılır. İçerik yönetim sistemleri, site içeriğinin birden fazla yazar tarafından sağlandığı, bakım işlerinin teknik olmayan çalışanlar tarafından yapıldığı veya

içerik ile grafik tasarımın farklı insan/bölümler tarafından gerçekleştirildiği web sitelerinde çok faydalıdır.

Online gazeteler dijitaldir. Kağıt, baskı, matbaa gibi giderler online gazeteler için söz konusu değildir. Bu nedenle prensipte sınırsız denilebilecek kadar çok alana sahiptirler. Donanım ve yazılım giderleri hariç tutulacak olursa masraflar, haberlerin temini ve yayına hazırlanması sırasında ortaya çıkabilecek, habere dönük masraflardan ibarettir.

Bu arada **mecralar arası yayıncılık** (*cross-media publishing*), özellikle medya sektörü açısından büyük bir avantaj oluşturmaktadır. Bu yöntemle farklı farklı medya ürünleri sunan medya grupları bünyesinde sinerji yaratılmaktadır.

Gelir kaynakları

Online gazeteciliğin gelir kaynaklarının önemli bir bölümünü *banner* sistemi aracılığıyla yürütülen internet reklamları oluşturur. Banner, genellikle üzerinde bir başka siteye köprü (link/bağlantı) taşıyan, istatistikî veriler de toplamaya yarayan etkin bir reklam aracıdır. Banner reklam sisteminde sitelerin dikkat çeken bölümlerine grafikler yerleştirilir. Bu grafikler statik ya da dinamik olabilir; farklı boyut ve hacim içerebilir. Reklamın üzerinde yer aldığı grafik, hareketli resimler (*animated gif*), animasyonlar (*flash*) ve durağan görüntülerden (*jpg, png, gif*) oluşabilir.

Ayrıca üyelere özel “öncelik hizmetlerinden” de gelir elde edilmektedir. Örneğin *New York Times* gazetesinin online arşivinde araştırma yapabilmek için kayıtlı üye olmak zorunludur. Yine sıkça gözlenen gelir kaynaklarından biri de yayın organının internet servis sağlayıcısı olarak etkinlik göstermesidir.

Online gazete, aynı grupta yer alan “kardeş” internet servis sağlayıcısı şirketin sürekli reklamını yaparak sinerji yaratır. Online gazeteler, web tasarımını da gelir kaynağı sağlanan alanlardan biri olarak değerlendirmektedirler.

Bir örnek verilirse, ABD merkezli *Salon.com* 2000 yılında “üyelere özel ücretli bölüm” uygulaması başlatmıştır. Bu bölümde reklamsız; yalnızca abone olan üyelerin görebildiği “çok özel” haber ve yorumlar verilmektedir. Belirtildiğine göre sitenin üye sayısı çok kısa sürede 34 bine ulaşmıştır. *Salon.com*’un başkan yardımcısı, *Patrick Hurley* şöyle demektedir: “İlk abonelerimizi para ve seks tutkusuyla hareket edenlerin arasından kazandık. Tutku bize abone kazandırmayı sürdürüyor: Oyun, spor, din ve müzik... Bunlar kullanıcıların para ödemeye hazır oldukları diğer alanlar.”

Gelir elde etme açısından başarılı bir başka örnek ise, Avusturya merkezli *Vorarlberg.com*’dur. Bu portal 4 kişilik bir haber merkezi kadrosuna sahiptir. Haberler, bu küçük ekip sayesinde ağırlıklı olarak yerel gelişmeler üzerine verilmektedir. Bu da önemli bir kullanıcı kitlesi getirmiştir. Portal yöneticisi *Wolfgang Mierl*: “Kurulduktan 1,5 yıl sonra bilançomuz artı vermeye başladı. Gelir kaynaklarımız seri ilanlar ve ücretli içerikten oluşuyor. Portelimiz üzerinden genellikle otomobiller, gayrimenkullar gibi seri ilanlar veriliyor. Bunların sayısı beklentimizin altında. Ancak geliştirdiğimiz aracılık yöntemiyle satışlardan biz de belli bir pay alıyoruz.” demektedir.

Dünyanın önde gelen finans yayınlarından *Wall Street Journal*, internet üzerindeki içeriğini ücretli hale getiren ilk yayınlardan birisi olmuştur. *WSJ.com*’un şu anda yılda 59 dolar ödeyen 600 bin abonesi bulunmaktadır. Almanya’nın haftalık haber

dergilerinden *Der Spiegel* ile *Focus* da 2002 başından itibaren online yayınlarını giderek artan oranda ücretli hale getireceklerini duyurmuştur. Bu kapsamda bu dergilerin o haftaki kapak konularını, dergi henüz yayımlanmadan internet üzerinden okumak isteyenler 50 cent ödeyerek bunu yapabilmektedir.

Ancak internet kullanıcıları üzerinde yapılan araştırmalar, kullanıcının içeriğe ücret ödemeye henüz tam anlamıyla hazır olmadığını göstermektedir. Ocak 2002'de *Jupiter MMXI* adlı araştırma kuruluşu, konuya ilişkin olarak Batı Avrupa ülkelerinde gerçekleştirdiği bir araştırma sonuçlarını yayınlamıştır. Buna göre Avrupalıların yüzde 47'si internette içerik için ücret ödemek istemediklerini belirtmektedirler. Araştırmaya katılanların yaklaşık yüzde 16'sı müzik, yüzde 5'i ise canlı konser yayını, spor ve finans haberlerine ücret ödeyebileceğini belirtmiştir. Yüzde 3 oranında kullanıcı ise, oyunlar için ücret ödemeye hazır olduğunu beyan etmiştir. İnternet kullanıcısının bu "bedavacılığı" nedeniyle en azından şimdilik online gazeteler, içeriklerinin tümünü ücretli hale getirmek yerine, Salon.com'da olduğu gibi "çok özel" ve reklamsız bölümler açabilirler.

Reklamlar

Dünyada en hızlı gelişen medya olan internet, doğru hedef kitleye ulaşma ve interaktif iletişim kurma olanağı ile pazarlama için önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir. Geleneksel mecralara göre hızlı geri dönüş ve etkinlik açısından daha ekonomik ve ölçeklenebilir hedefler sunan internet, 24 saat ve 365 gün mesajı hedef kitleye ulaştırıp, değiştirme olanağı sağlamaktadır. Bu da interneti ya da online gazeteciliği reklam gelirleri için cazip hale getirmektedir.

Online reklamın üç temel amacı vardır:

- Bir marka, kuruluş, ya da web sitesini, online bir poster ya da afiş kullanarak, izleyiciler nezdinde bilinirliğini arttırmak.
- Web sitesinin ziyaretçi trafiğini oluşturup genişletmek.
- Tüketici tepki yönetimini web sitesine yönlendirerek bir reklam kampanyasının stratejik amacını oluşturmak.

internet teknolojileri, reklam açısından hedef gruplarını kesin olarak tanımlayıp bunlara ulaşmayı mümkün kılmaktadır. İnternet üzerinden reklam verenlerin en büyük avantajı henüz daha kampanya yürütülürken, kampanyaya ilişkin istatistik verilerin elde edilebilmesi olanağına sahip olmalarıdır.

1999'da Almanya'da online reklam pazarının 150 milyon DM civarında olduğu tahmin ediliyordu. Günümüzde ABD'de firmalar reklam bütçelerinin yüzde 10'unu online reklam için ayırırlar. Almanya'da da benzer gelişmeler yaşanıyor. Markanın kurumsallaşmasını sağlamak, yeni satış kanalları oluşturmak ve "geleceği kavramış kurum" görüntüsü sunmak açısından online reklam önemli bir anahtar konumunda.

1998'de *G+J Elektronik Media Service* ile *Media Transfer* kuruluşları 2 bin kişiyi kapsayan bir araştırma yapmışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre, reklamın reklam verenin imajına olumlu katkısı, kullanıcının banner'ı tıklamasıyla değil, ancak sayfa üzerinde markanın yer aldığı banner'ı algılamasıyla gerçekleşmektedir. Yine araştırmaya göre, her reklam banner'ı iki etki alanı ortaya çıkarmaktadır. Birincisi iletişim etkisidir ve

kullanıcının reklam banner'ını algılamasıyla oluşur. İkinci etki ise, karşılıklı etkileşimle ortaya çıkan etkisidir. Bu da kullanıcının banner'ı tıklamasıyla oluşur. Bulgulara göre, banner'ın iletişim etkisi, karşılıklı etkileşim etkisinden 5 kat daha fazladır. Online gazetecilik reklam gelirlerine dayanmak istediğinde, bunu göz önünde bulundurmalıdır.

Diğer yandan, geleneksel medya söz konusu olduğunda, reklam pastasının dağılımında belirleyici olan unsurlar tiraj ve reyting (izlenme oranı) ile ilgili rakamlardır. İnternet'te ise bu kavramların yerini "ziyaretçi sayısı" (*visits*), "sayfa gösterimi" (*page impressions/page views*) ya da "oturum" (*session*) almaktadır.

Mecralar arası yayıncılık (cross media publishing) ve basının geleceği

Bir konunun birden fazla medya alanında değerlendirilmesine "mecralar arası yayıncılık" adı verilmektedir. Birden fazla iletişim aracını, aynı çatı altında buluşturan yayın gruplarının haber merkezine 24 saat boyunca güncel gelişmeler akar. Ses, yazı, fotoğraf ve canlı görüntü biçiminde ayrı mecralarla iletilen bu güncel haberler, eğlence unsurlarıyla da harman edilerek yayımlanır. Hazırlanan içerik, kullanıcının istediği saatte ve istediği şekilde kullanımına sunulabilir. Kullanım için de gazete, dergi, radyo, televizyon, teletext, PC (*Personal Computer*/kişisel bilgisayar), PDA (*Personal Digital Assistant*/avuçiçi bilgisayarlar) ya da mobil telefon seçilebilir.

Bu nedenle geleceğin medya evinin çeşitli kitle iletişim araçlarını tanıyan, hatta belki de pek çok medya aracıyla birlikte

çalışabilen gazetecilere gereksinimi olacaktır. Uygulamada bunun gerçekleştirilebilmesi yolundaki denemeler sürmektedir. ABD'de, Florida eyaletine bağlı Tampa kentinde, *The Tampa Tribune* gazetesi 2000'de ilginç bir proje başlatmıştır. "Tampa News Center" adı verilen projenin diğer ortakları *WFLA-TV* ve *Tampa Bay On-Line*'dir (www.TBO.com). Amaç ise, tam olarak bütünleşmiş bir yazı işleri kurmak olarak belirlenmiştir. Böylelikle, gazete muhabirleri kamera karşısında haber verirken, yazdıkları haberler de, bir yandan komşu binada baskıya girecek, diğer yandan, TBO.com'da izlenebilecektir. Bu arada ünlü radyo sunucuları, *Tribune* gazetesinde köşe yazısı yazarken, televizyon/kamera ekipleri tarafından çekilmiş fotoğraflar gazetelerde yayınlanmaktadır. Benzer şekilde, TBO.com'un çalışma grubu diğer iki yayın kanalının içeriklerini en kısa sürede, elektronik ağda kullanabilmenin yollarını aramaktadır.

KAYNAKÇA

Otaner, K.(2001), *PHP ve MySQL ile Web Yazılımı Geliştirme*, Sistem Yayıncılık.

Welling, L. ve L. Thomson, (2002), *PHP ve MySQL-Uygulama Geliştirme Kılavuzu*, Alfa Yayınları.

Yedig, S.ve H. Akman (der.) (2001), *İnternet Çağında Gazetecilik*, İstanbul: Metis Yayınları.

www.journalismus.com

www.net-media.co.uk

www.ojr.org

www.onlinejournalismus.com

www.presseportal.de

YAZARLAR

Sevda Alankuş

Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'ni bitirdi. Yüksek lisans ve doktorasını yine bu fakültede ve siyaset bilimine ve kamu yönetimi alanında tamamladı. İngiltere'de Leeds Üniversitesi Sosyoloji bölümünde doktora sonrası çalışmalarda bulundu.

1995'de İletişim Bilimleri alanında doçent oldu. 1980'den başlayarak, Ege, Ankara, Anadolu üniversiteleri İletişim Fakültelerinde ders verdi. Kadın, etnik/ kültürel azınlıklar ve medya üzerine çalışmaları yayımlandı.

Halen Doğu Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi dekanlığı yanında doçent olarak akademik çalışmalarını sürdürüyor, ayrıca BİA Yerel Medya Eğitim Programının danışmanlığını yapıyor ve alternatif medya konusunda çalışıyor.

Ümit Atabek

1955'de Sinop'ta doğdu. 1979'da Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İdari İlimler Fakültesi'ni bitirdi. Yüksek lisansını Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde, doktorasını Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yaptı.

Akademik çalışmasını 2001'e kadar Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde sürdürdü. Şimdi profesör olarak Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanlığını yürütüyor. İletişim teknolojileri üzerine aralarında "*Teknoloji ve Medya*", "*Medya-Hükümet-RTÜK: Dehşet Dengesi*",

"Türkiye'de Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Alanı Üzerine Bir Değerlendirme", "Global Medya: Bir Durum Saptaması", Emek ve Medya: Düzen Değişebilir mi?" nin de olduğu çok sayıda yayını bulunuyor.

Hakan Tuncel

Avrupa Birliği'nin medya politikası konusunda yüksek lisans yaptı, "Yeni teknolojiler, medya politikaları ve medya endüstrisi alanlarında" çalışmaları bulunuyor.

İngiltere ve Japonya'da araştırma ve eğitim programlarına katılan Tuncel, halen, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü'nde öğretim görevlisi. Ses ve Görüntüde Temel Kavramlar, Radyo Televizyon Yayıncılığına Giriş, Program Yönetimi derslerini yürütüyor.

Tuncel, aynı zamanda Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Merkezi Müdür Yardımcısı olarak görev yapıyor. Medya politikası, medya endüstrisi, televizyon yayıncılığı, iletişim teknolojileri akademik ilgi alanları arasında.

Hakan Kara

1963 İzmir doğumlu. Ege Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu mezunu olan Kara, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi'nde iletişim konusunda yüksek lisans yaptı. 1982'de *Günaydın* gazetesi İzmir Bürosu'nda çalışmaya başladı. Ardından *Dünya* gazetesinde çalıştı. 1983'den bu yana *Cumhuriyet* gazetesinde çalışıyor. 1983-1993 arasında gazetenin İzmir Bürosu'nda ardından İstanbul'da çalışan Kara, 1993'de İstanbul'da Cumhuriyet Gazetesi Haber Merkezi'nde çalışmaya başladı. Müdür yardımcılığı görevinin ardından 1994'de Cumhuriyet Gazetesi Haber Merkezi Müdürü oldu.

1997'de Cumhuriyet gazetesinin internette yayınlanması projesinde görev aldı. 1998-2001 arasında "Gazetecilik ve internet" konusunda İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde lisans, yüksek lisans ve doktora dersleri verdi.

Radio Cumhuriyet ve *Kent Radyo*'da "Bilgisayar Dünyası" programını hazırlayıp sundu. Halen Cumhuriyet gazetesi Haber Merkezi Müdürlüğü görevini sürdürüyor.

Gazeteciliğin yanı sıra internet, bilgisayarda veri tabanı programcılığı ve elektronik arşiv konularıyla da ilgilenen Hakan Kara, Almanca biliyor.

Murad Karaduman

1975 İzmir doğumlu. İlkokulu Hilal, ortaokulu 60. Yıl Anadolu Lisesi, liseyi Karşıyaka Lisesi'nde tamamladı. 1997'de Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nden mezun oldu.

Daha sonra *Kanal 1* Televizyonu, *Nisan Sanat* dergisi ve *Hürriyet* gazetesi nde muhabir olarak görev yaptı.

1999'da başladığı Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans programını 2002'de tamamladı. Yüksek lisans tezi olarak "Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya ve İnternet Gazeteciliği" konusunda çalıştı.

Halen Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı'nda doktora programına devam ediyor. 2001'den bu yana Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğretim görevlisi olarak çalışıyor.

Yayınları arasında, "*Türk Televizyonculuğunun 'Uyutma' Tarihçesi*", Çağdaş, Mart-Nisan 2004, "*Haber Almada İnterneti Kullanma Alışkanlıkları*", Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi dergisi, sayı:1, 2003, "*İnternet Gazeteleri ve Okur*", Akdeniz Çağdaş, sayı:2, Aralık 2002 sayılabilir.

Nihat Halıcı

İstanbul 1967 doğumlu, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'ni bitirdi. Aralarında *Cumhuriyet*, *Sabah* ve *İnterStar TV* nin de bulunduğu medya kuruluşlarında çalıştı. Habercilik mesleğine polis-adliye muhabiri olarak başladı. Dış haberler bölümünde çalıştı.

2001-2003 tarihleri arasında Bağımsız İletişim Ağı'nın web sitesi Bianet'in İnternet yayınıni yönettikten sonra 2003'ten bu yana Almanya'nın en büyük kamu yayıncılığı kuruluşu Deutsche Welle Türkçe servisinde editörlük görevini sürdürüyor.

BİA YEREL MEDYA EĞİTİM
PROGRAMLARI'NA KATILAN
YEREL GAZETECİ, EĞİTİMCİ VE
KOORDİNATÖRLERİN
TAM LİSTESİ VE İŞLENEN KONULAR

Yerel Medya Eğitim Programı, 1.Basamak

Mersin 24-25 Şubat 2001, Hotel Gondol

Recep Yıldırım (Radyo Metropol/Mersin), Suat Yıldız (Radyo Aktif/Mersin), Necmi Aydın (Radyo Metropol/Mersin), Kıymet Gökçe (Radyo Metropol/Mersin), Sibel Cengiz (Radyo Metropol/Mersin), Ebru Ergüler (Radyo Metropol/Mersin), Hüsamettin Karakele (Akdeniz Haber Ajansı/Mersin), Ergün Karaca (Radyo Mega/Mersin), O. İlker Tasyürek (Radyo Mega/Mersin), Tank Güçlü (Radyo Ses/Mersin), Özlem Altuğ (Akdeniz Gazetesi/Mersin), Özlem Karıncalı (Radyo Şirinnar/Gaziantep), Ahmet Atılmış (Pozitif Dönüşüm/Gaziantep), Azad Adıyaman (Radyo Ses/Mersin), Lale Ayça (Aktif Radyo/Mersin), Ergün Rençber (Yeni Çizgi Gazetesi/Mersin), İlkay Kaydu (Yeni Çizgi Gazetesi/Mersin), Murat Çevik (Cüney Hakimiyet/Mersin), Güler Yıldız (Çınar Gazetesi/Mersin),

Abidin Yağmur (Çınar Gazetesi/Mersin), Suzan Doğan (Sun Televizyonu/Mersin) Deniz Kara (Sun Televizyonu/Mersin), Özcan Aladağ (Zirve Gazetesi/Kozan), Ömer Alpdoğan (Sağduyu Gazetesi/Kozan), Murat Güreş (Fırat'ta Yaşam/Gaziantep), Sinan Şahin (Fırat'ta Yaşam/Gaziantep), Mehmet Can Toprak (Radyo Ses/Mersin), Bilal Aldoğan (Pozitif Dönüşüm/Gaziantep), Alper Güneri (Radyo Star/Tarsus), Gönül Korkut (Radyo Ses/Mersin), Tuğba Okyay (Radyo Metropol/Mersin).

BİA Koordinasyonu'ndan: Nadire Mater, Nazım Alpman, Yaşar Kanbur.

Sunuşlar: Medya ve Toplum (Yrd. Doç. Dr. Beybin D. Kejanlıoğlu/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi), Medya ve Etik (Yrd. Doç. Dr. Süleyman İrvan/Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Haber ve Habercilik (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar (Doç. Dr. Ümit Atabek/Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi) Haber Değerlendirme ve Yazım Atölyesi (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Tuğrul Eryılmaz/Radikal 2).

Diyarbakır, 17-18 Mart 2001, Otel Admira

Hasan Kara (Güneş TV/Malatya), Nüket Uçar (Güneş TV/Malatya), A. Turan Kılıç (Radyo Fon/Malatya), Eyüp Aksaç (Radyo Fon/Malatya), Resat Yiğiz (Çağdaş Gazetesi/Batman), Ubeyt Deniz (Kanal 72/Batman), Fethullah Ekmen (Söz Gazetesi/Batman), Remzi Koyuncu (Söz Gazetesi/Batman), Süleyman Beyaz (İleri Gazetesi/Batman), Kerem Korkmaz (İleri Gazetesi/Batman), Mesut Eryeşi (Batman) Gazetesi/Batman), Nizamettin İzgi (Batman Gazetesi/Batman), Fatih Çiftçi (Hizmet Gazetesi/Şanlıurfa, Cumhuriyet Kılıçcıoğlu (Mücadele Gazetesi/Siirt), Dara Turhan (Mücadele Gazetesi/Siirt), İhsan Tan (Mücadele Gazetesi/Siirt), Ahmet Yağmur (Aktüel Radyo/Diyarbakır), Alper Külahcıoğlu (Can TV (Radyo/Diyarbakır), Kasım Kadirhan (Şırnak Gazetesi/Şırnak), Hasan Payan (Şırnak Gazetesi/Şırnak), Nihayet Durak (Sonsöz Gazetesi/Siirt), Hayriye Aktas (Sonsöz Gazetesi/Siirt), M. Şah Ayaz (Batman Express/Batman), Nevzat Bingöl (Gün TV-Radyo/Diyarbakır), Salih Siyah

(Güneydoğu Bölge Gazetesi/Diyarbakır), Yılmaz Akıncı (Güneydoğu Bölge Gazetesi/Diyarbakır), Nezahat Dağtekin (ART TV/Diyarbakır).

BİA Koordinasyonu'ndan: Nadire Mater, Ertuğrul Kürkcü, Yaşar Kanbur.

Sunuslar: Medya ve Toplum (Yrd. Doç. Dr. Beybin D. Kejanlıoğlu/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi), İletişim Hukuku (Hukukçu Fikret İlkiz), Medya ve Etik (Yrd. Doç. Dr. Süleyman İrvan/Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Haber ve Habercilik (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar (Öğretim Görevlisi Mehmet Sucu/Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi), Haber Değerlendirme ve Yazım Atölyesi (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi, editör Murat Çelikkın/Hürriyet).

Bursa, 31 Mart -1 Nisan 2001, Almira Otel

Sinan Unuak (Radyo Güneş/Bursa), Cüneyt Akman (Radyo Güneş/Bursa), Sezer Koman (Radyo Brt/Balıkesir), Kemal Polaterce (Radyo Brt/Balıkesir), Kamil Yesilfiliz (Biga Doğu/Balıkesir), Necati Şenyıldız Biga Doğu/Balıkesir), Atilla Kaya (Yeni Haber Gazetesi/Balıkesir), İlker Yurttaş (Radyo Boğaz/Çanakkale), İsmet Akıncı (Radyo Boğaz/Çanakkale), Halit Aydın (Son Nokta Gazetesi/Çanakkale), Hasan Anıl (1001 FM/Bursa), Zafer Beyaz (Dost FM/Bursa), M. Kayhan Kaymaz (Radyo 14/Bursa), Dilek Eskicioğlu (Radyo Bester/Bandırma), Esra Tugan (Radyo Bester/Bandırma), Şükrü Er (Radyo Söz/Bursa), İlhan Kaya (Serbest Gazeteci/Çanakkale).

BİA Koordinasyonu'ndan: Ertuğrul Kürkcü, Yaşar Kanbur, Nilgün Uysal, Yasemin Varlık

Sunuslar: Medya ve Toplum (Yrd. Doç. Dr. Halil Nalçaoğlu/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi), Medya ve Etik (Öğretim Görevlisi Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi) Haber ve Habercilik (Öğretim Görevlisi Alper Cörmüş/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi) Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya için İmkanlar (Doç. Dr. Ümit Ata-

bek/Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi) Haber Değerlendirme ve Yazım Atölyesi (Alper Görmüş, Ragıp Duran).

İzmir, 24-25 Mart 2001, Otel Kaya Prestige

Sihhat Akvardar (Radyo Aymega/Aydın), Cesur Doğan (Radyo Aymega/Aydın), Ulvi Tanrıverdi (Radyo Gökyüzü/Yerel Haber Gazetesi/İzmir), Kamer Karaman (Aliğa Sahil Radyo/İzmir), Necla Tüfekçioğlu (Dikili FM/İzmir), Seyhan Biçer (Aliğa Ekspres Gazetesi/İzmir), Şahap Avcı (Aliğa Ekspres Gazetesi/İzmir), Ali Rıza Kafalı (Can Radyo/İzmir), Şenol Eskin (Kuşadası Değişim Gazetesi/İzmir), Sabri İsel (Radyo Hiras/Manisa), Emin Yüce (Radyo Hiras/Manisa), Mustafa Tecim (Alaşehir Kardelen FM/Manisa), Ferit Ünlü (Kardelen FM/Manisa), Mesut Keskin (ART FM/Uşak), Tarkan Atmaca (Batı Radyo/İzmir), Fevzi Palut (Batı Radyo/İzmir), Kadir Öge (Özlem FM/Uşak), Oktay Kurt (Özlem FM/Uşak), Agit Alan (Turgutlu FM/Manisa), Fatoş Ünal (Radyo 45/Manisa), Salih Ziya Ünal (Radyo 45/Manisa), İbrahim Uzun (Radyo Sembol/Manisa), Nevin Şentürk (Aktif Radyo/Manisa), Murat Şentürk (Aktif Radyo/Manisa).

BİA Koordinasyonu'ndan: Nadire Mater ve Baran Gündoğdu.

Sunuşlar: Medya ve Toplum (Doç. Dr. Nilgün Gürkan/Doğu Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi), Medya ve Etik (Yrd. Doç. Dr. Süleyman İrvan/Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Haber ve Habercilik (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar (Doç. Dr. Ümit Atabek/Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi) Haber Değerlendirme ve Yazım Atölyesi (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Celal Başlangıç/Radikal).

Sivas, 7-8 Mart 2001, Büyük Otel

Fikret Ceyhan (SRT/Sivas), Erdem Özden (Arkadaş Radyo/Sivas), Emine Arslan (Dost Radyo/Çorum), Nuri İşlek (Dost Radyo/Çorum), Oğuzhan

Roma (Radyo Tek/Erzincan), Recep Bulut (Kay TV/Kayseri), Selahattin Karakoç (Ana Haber Gazetesi/Kayseri), Erol Eryılmaz (Ana Haber Gazetesi/Kayseri), Zafer Kara (Kay TV/Kayseri), Sabiha Yılmaz Son (Arkadas Radyo/Sivas), Hikmet Kuru (SRT/Sivas), İsmail Dursun (Ulusal TV/Sivas), Hatice Şeker (Arkadas Radyo/Sivas), Yücel Yönel (Anadolu Gazetesi/Sivas), Onur Özçelik (Sivas FM/Sivas), Eraydın Aytekin (Yeni Ülke Gazetesi/Sivas), Erkan Fırat (Radyo Can/Erzincan), Erkan Gündoğdu (Radyo Can/Erzincan), Murat Kılınç (Radyo 2000/Erzincan), Oktay Kılınç (Radyo 2000/Erzincan), Sadık Örgel (Dost Haber/Çorum), Şahin Örgel (Dost Radyo/Çorum).

BİA Koordinasyonu'ndan: Nadire Mater ve Baran Gündoğdu.

Sunuslar: Medya ve Toplum (Yrd. Doç. Dr. Halil Nalçaoğlu/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi), Medya ve Etik (Öğretim Görevlisi Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi), Haber ve Habercilik (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar (Doç. Dr. Ümit Atabek/Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Haber Değerlendirme ve Yazım Atölyesi (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Öğretim Görevlisi Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi)

Trabzon, 14-15 Nisan 2001, Sümela Otel

Metin Akyürek (Medeniyet Gazetesi/Ordu), İbrahim Eksilmez (08 FM/Artvin), Nilgün Mutlu (Radyo Klüp/Samsun), Ercüment Mutlu (Radyo Klüp/Samsun), Evrim Kepenek (Gelişim Gazetesi/Rize), Yasemin Baş (Radyo Aktif/Trabzon), Zeynep Ü. Yılmaz (Radyo Aktif/Trabzon), Can Dağlıoğlu (Radyo Aktif/Trabzon), Nurgül Günaydın (Karadeniz Gazetesi/Trabzon), Aydın Gelleci (Karadeniz Gazetesi/Trabzon), M. Neriman Koç (Trabzon) Haber Gazetesi/Trabzon), Metin Deniz (İğdır Radyo TV/İğdır), Volkan Deniz (İğdır Radyo TV/İğdır), Fatma Karahasanoğlu (Türksesi Gazetesi/Trabzon), Duygu Karahasanoğlu (Türksesi Gazetesi/Trabzon), Mustafa Yılmaz (Rize TV/Rize), Süleyman Onay (Rize TV/Rize), Muhittin Sandıkçı (Rize'nin Sesi Radyo/Rize), Hürselen San-

dıkçı (Rize'nin Sesi Radyo/Rize), Ahmet Kılıç (Kanal G/Giresun), Fatih Korkmaz (Kanal G/Giresun), Hakan Kabahasanoğlu (Çınar Dergisi/Giresun), Yeşim Küçükklü (Art TV/Artvin), Bayram Turan Çelik (Art TV/Artvin)), Saliha Yayla (Aydın Gazetesi/Giresun), Elif Uzunlar (Kanal 52/Ordu), Muzaffer Şensoy (Kanal 52/Ordu), Turan Şentürk (Kafkas Sarp Haber/Artvin), Ahmet Şahinbaş (Karadeniz Umud Radyo/Rize), Muhammet Aykut (Karadeniz Umud Radyo/Rize), Makbule Efe (Medya FM/Samsun), Mehmet Yazıcı (Zümrüt Rize) Gazetesi/Rize), Gönül Yeden (Zümrüt Rize Gazetesi/Rize), Murat Yazıcı (Rize'de.Com/Rize), Özge Turhan (Rize'de.Com/Rize).

BİA Koordinasyonu'ndan: Nadire Mater, Ertuğrul Kürkcü, Yaşar Kanbur, Sevda Alankus.

Sunuslar: Medya ve Toplum (Yard. Doç. Dr. Mine Gencel Bek/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi), İletişim Hukuku (Avukat Fikret İlkiz), Medya ve Etik (Yrd. Doç. Dr. Süleyman İrvan/Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Haber ve Habercilik Atölyesi (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar (Hakan Kara/Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü) Haber Değerlendirme ve Yazım Atölyesi (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi, İpek Çalışlar/Cumhuriyet Dergi)

Antalya, 5-6 Mayıs 2001, Kışlahan Otel

M. Kazım Yıldırım (ATV/Alanya), Alper Kutay (ATV/Alanya), Kamuran İnselel (ATV/Alanya), M. Soner Öktem (ATV/Alanya), Yesim Altaş (Radyo Maraton/Alanya), Ülkü Nural (Alanya Yankı Dergisi/Alanya), Zeki Demir (Alanya Yankı Dergisi/Alanya), Tevfik Günay (Kanal VİP/Antalya), İdris Taş (Kanal VİP/Antalya), S. Çıldır Çiçek (Kanal VİP/Antalya), Halil Altınanar (Kanal VİP/Antalya), Mustafa Taş (Klas TV/Manavgat), Yunus Serttas (Tefenninin Sesi/Burdur), Esmâ Serttas (Tefenninin Sesi/Burdur), Muhammet Dumlupınar (Göhlhisar Pınar Gazetesi/Burdur), Fatih Tecimer (Göhlhisar Pınar Gazetesi/Burdur), İbrahim Nanecioğlu (Bucak Gündem Gazetesi/Burdur), Gülsüm Soylu (Bucak Gündem Gazetesi/Burdur),

Fethi Şimşek (Burdur Radyo/TV/Burdur), Gaye Coşkun (Memleketim Alanya/Alanya), Ekrem Şen (Antalya Gazetesi/Antalya), Adem Tekin (Yeni Alanya Gazetesi/Alanya), M.Ali Dim (Yeni Alanya Gazetesi/Alanya), Refika Akgül (Kanal A/Alanya), S. Tanju Boylu (Isparta Gazetesi/Isparta), Esin Çıldır (E Medya/Antalya), Zeki Dilmer (E Medya/Antalya), Hasan Üstün (Arş. Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi), Murat Karaduman (Arş. Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi), Sibel Sığın (Arş. Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi), Emel Aksoy (Arş. Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi), Yesim Acar (Arş. Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi), Memduh Turhanogulları (Arş. Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi) Cem Özdel (Anadolu Ajansı temsilcisi) .

BİA Koordinasyonu'ndan: Ertuğrul Kürkcü, Yaşar Kanbur, M.Yüksel Özbek.

Sunuşlar: Medya ve Toplum (Doç. Dr. Halil Nalçaoğlu/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi), Medya ve Etik (Öğretim Görevlisi Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi), Haber ve Habercilik (Gazeteci Ruşen Çakır), Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar (Hakan Kara/Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü) Haber Değerlendirme ve Yazım Atölyesi (Ruşen Çakır, Öğretim Görevlisi Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi).

Ankara, 19-20 Mayıs 2001, PÜİS Otel

Cengiz Tarhancı (Ulurmak Gazetesi/Aksaray), Süleyman Eroğlu (Kral FM/Aksaray), Okşan Arıncı (KTV/Konya), Ahmet Aka (Merhaba Gazetesi/Konya), Turgut Yıldız (KTV/Konya), Nurettin Turunç (Yeni Aşıkpaşa Gazetesi/Kırşehir), Gülistan Berktas (Yeni Aşıkpaşa Gazetesi/Kırşehir), Abdülkadir Ay (Aksaray FM/Aksaray), Ramazan Öztürk (Kanal 68 TV/Aksaray), Adem Doğruer (Hasandağı Gazetesi/Aksaray), Zafer Uçkun (Hasandağı Gazetesi/Aksaray), Murat Akarçay (Es FM/Eskişehir), Selahattin Kenar (Ses Radyo/Eskişehir), Nursen Korkmaz (Kapadokya Gazetesi/Nevşehir), Hasan Eraslan (Ahi TV/Kırşehir, Yaşar Üçgül (Ahi TV/Kırşehir, Ahmet Yılmaz (Bayrak TV/Yozgat), Ferhat Özer (Bayrak TV/Yozgat), Gülay Baltalık (Anayurt Gazetesi/Kırşehir), Yasin Şahin (Kapadokya FM/Nevşehir), Müberra Allahverdi (TMMOB/EMO), İlker Erten (TMMOB/MMO), Mus-

tafa Atagün (TMMOB), Şenol Bayraktaroğlu (TMMOB/JMO), Ayla Onar (TMMOB/MMO), Çetin Gül (TMMOB/Meteoroloji M.O.), Aynur Y. Çakır (TMMOB/ŞPO), Günruh Bağcı (TMMOB/Jeofizik M.O.), Selma Kanbur (TMMOB), Eren Tepeuğur (TMMOB/Jeofizik M.O.), Mehmet Kaplan (TMMOB/Jeofizik MO).

BİA Koordinasyonu'ndan: Ertuğrul Kürkcü ve Baran Gündoğdu.

Sunuşlar: Medya ve Toplum (Doç. Dr. Ayşe İnal/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi), Medya ve Etik (Prof. Dr. Bülent Çaplı/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi), Haber ve Habercilik (Araştırma Görevlisi Çiler Dursun/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi), Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar (Araştırma Görevlisi Hakan Tuncel/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi) Haber Değerlendirme ve Yazım Atölyesi (Araştırma Görevlisi Çiler Dursun/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, gazeteci Faruk Bildirici, Hürriyet Gazetesi).

Bolu, 2-3 Haziran 2001, Kuru Otel

İsmail Kadı (Yeni Haber Gazetesi/Gebze), Cengiz Yücal (Yeni Haber Gazetesi/Gebze), Füsun Erdoğan (Özgür Radyo/İstanbul), Arzu Demir (Özgür Radyo/İstanbul), Fevziye Salas (Özgür Radyo/İstanbul), Semra Çelebi (Özgür Radyo/İstanbul), Barış Gündoğdu (Özgür Radyo/İstanbul), Erdem Çalışkan (Özgür Radyo/İstanbul), Gökçe Başbuğ (Özgür Radyo/İstanbul), Saffet Can (Susma Gazetesi/Zonguldak), Bahattin Arı (Susma Gazetesi/Zonguldak), Nilüfer Mavis (Yeni Sakarya Gazetesi/Adapazarı), Levent Bayrı (Yeni Sakarya Gazetesi/Adapazarı), Levent Bektaş (Gözde FM/Sinop), Yılmaz Yılmaz (Barış FM/Sinop), Erdinç Özyılmaz (Barış FM/Sinop), Metin Ferah (Yeni Hayat/Bolu), Sinan Ayhan (Yeni Hayat/Bolu), Gürkan Kılıç (Sakarya Radyo TV/Adapazarı), Esra Gürsen (Sakarya Radyo TV/Adapazarı), İsmail Eser (Gerede FM/Bolu), Fuat Bayramoğlu (Gerede FM/Bolu), Aysel Uzun (Aktif Radyo/Sakarya, Elif Deşis/Hür FM/Sakarya, Filiz Özer/Yeni Umut Gazetesi/Bolu), Özay Yıldırım (Yeni Umut Gazetesi/Bolu), İbrahim Atalay (Karadeniz TV/Bolu), Sedat Akayoğlu (Gerçek Gazetesi/Bolu), Mübeccel Akbaş (Gerçek Gazetesi/Bolu).

BİA Koordinasyonu'ndan: Yaşar Kanbur, Yüksel Özbek, Erol Önderoğlu.

Sunuslar: Medya ve Toplum (Doç. Dr. Halil Nalçaoğlu/Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi), Medya ve Etik (Öğretim Görevlisi Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi. İletişim Fakültesi), Haber ve Habercilik (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar (Doç. Dr. Ümit Atabek/Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi) Haber Değerlendirme ve Yazım Atölyesi (Öğretim Görevlisi Esra Doğru Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Öğretim Görevlisi Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi).

Yerel Medya Eğitim Programı, 2. Basamak İzmir, 21-22 Aralık 2002, Anemon Otel

Selma Öztürk (Demokrat Radyo/İzmir), Doğan Sönmez (Venüs Radyo/Manavgat), Sinan Uluak (Radyo Güneş/Bursa İnegöl), Tahir Çolak (Radyo ART/Uşak), Semra Çelebi (Özgür Radyo/İstanbul), İsmet Akıncı (Radyo Boğaz/Çanakkale), Özge Kural (Radyo Eksen/Bursa), Rüstem Avcı (Radyo Söz/Bursa), Barış Keskin (Radyo Türk/Bursa), Yunus Yeşilöz (Radyo Sahil/Manisa), Mürvet Altıntaş (Radyo Burdur/Burdur), Erdal Emre (Yön FM/İstanbul), İlkay Güngen (Radyo Hit/Bursa), Zafer Beyaz (Dost FM/Bursa), Hasan Anıl (1001 FM/Bursa), Sevgi Akgeç (Radyo Ay-mega/Aydın), Fatoş Ünal (Radyo 45/Manisa), Fatih Gülsuyu (Radyo Hıraş/Manisa), N. Deniz Tüfekçioğlu (Dikili FM/Dikili), Ulvi Tanrıverdi (Radyo Gökyüzü/Menemen).

BİA Koordinasyonu'ndan: Nadire Mater ve Baran Gündoğdu.

Sunuş: Ülkü İmset Giray: Doğru Soluk Alma, Doğru Ses, Duraklamanın önemi ve Zamanlaması, Yorum, Üslup ve Sunuş, Vurgu, Tonlama, Sözlü Anlatım Kuralları ve Pratiği, Uyarlar, Metin Çözümleme ve Okuma.

Ankara, 11-12 Ocak 2003, Neva Hotel

Seyhan Sincar (Radyo Dünya/Adana), Erdinc Özyılmaz (Barış FM/Sinop), Famiha Aslan (Radyo Ses/Mersin), Pınar Doğan (Radyo Metropol/Mersin), Selda Aslan (Gözde FM/Sinop), İpek Ertem (Radyo OD-TÜ/Ankara), Habip Efe (Radyo Aktif/Mersin), Aylin Bozyap (Açık Radyo/İstanbul), Talin Sucuyan (Serbest Gazeteci/İstanbul), Tacettin Ayan (Radyo Can/Erzincan), İbrahim Eksilmez (08 FM/Artvin), Serdar Arı (Radyo Kulüp/Samsun), Işın Tüfekçi (Radyo Aktif/Trabzon), İrfan Aktan (Serbest/Ankara), Adnan Onay (Rize'nin Sesi Radyosu/Rize), Murat Doğanay (Gerede FM/Gerede), Oğuzhan Roma (Radyo Tek/Erzincan), Gencer M. Yaşar (Es FM/Eskişehir), Kemal Atamtürk (Arkadaş FM/Sivas), Sinan Burhan (Bravo FM/Ankara).

BİA Koordinasyonu'ndan: Nadire Mater ve Esra Koç

Sunuş: Ülkü İmset Giray:Doğru Soluk Alma, Doğru Ses, Duraklamanın önemi ve Zamanlaması, Yorum, Üslup ve Sunuş, Vurgu, Tonlama, Sözlü Anlatım Kuralları ve Pratiği, Uyarlar, Metin Çözümleme ve Okuma.

Bursa, 11-12 Ocak 2003, Almira Hotel

Hülya Aksu (Dost FM/Bursa), Hasan Anıl (Radyo Hit/Bursa), Barış Keskin (Radyo Türk/Bursa), N. Fuat Uygur (Demokrat Radyo/İzmir), Şükran Aybala Şeker (Es FM/Eskişehir), İsmet Akıncı (Radyo Boğaz/Çanakkale), Şengül Derin (Yön FM/İstanbul), Fatoş Ünal (Radyo 45/Manisa), Rüstem Avcı (Radyo Söz/Bursa), Özge Kural (Radyo Türk/Bursa), Elif Çalık (Radyo 1001/Bursa), Okan Köroğlu (Balıkesir BRT), Hakkı Gerçek (Özgür Radyo/İstanbul) İlhan Kaya (Çağdaş Çizgi/Çanakkale), Gökhan Özbar-tın (Burası Çanakkale Gazetesi), Tuna Çam (Olay Gazetesi/Bursa) Ayşe Aygör (Olay Gazetesi/Bursa), Ayşe Uzunbaş (Zirve Gazetesi/Zonguldak), İbrahim Atalay (Bolu Gerçek Gazetesi/Bolu), Ahmet Kurt (Özgür Kocaeli/Kocaeli), İbrahim Damar (Yeni Sakarya Gazetesi/Sakarya), Müslüm Karaaslan (Haber Ekspres/İzmir), Erdem Tezcan (Gazete Boğaz/Çanakkale), Kamil Yeşilfiliz (Doğuş Gazetesi/Biga), Ayşe Uzunbaş (Zirve Gazetesi/Zonguldak), Serkan Uran (Hakimiyet Gazetesi/Bursa), Elif Al-

tinbükten (Haber Gazetesi/Bursa), Canan Kızılaltun (ÇGD/Bursa), Şahap avcı (Aliğa Express Gazetesi/İzmir), Turgay Şahbenderoğlu (Kocaeli Gazetesi/Kocaeli), Yeşim Yağış (Anadolu İletişim Meslek lisesi/Bursa), Bahar Göksu (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Sevcan Özgür (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Serpil Yıldız (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Arzu Dindar (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Beril Yıldırım (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Esra Karalı (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Ceylan Cömert (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Ercan Cesur (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Özgür Turhan (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Serhat Ilıldak (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), İlhan Öztürk (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Sertaç Çelik (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Burcu Nazlıel (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Burak Aydın (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Merve Denk (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Nurşah Piliçer (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Esra Mutlusu (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Atakan Altınay (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Doğan Altınay (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Filiz Gündüz (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Yiğit Koçelli (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Ertan Tonguç (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Baran Bozkurt (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Hakan Eryıldız (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Sibel Algaz (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Dilek Atalay (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Elif Karaslan (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Zeynep Diriksoy (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Rafet Kutlu (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa), Mahir Korkmaz (Anadolu İletişim Meslek Lisesi/Bursa).

BIA Koordinasyonu'ndan: Ertuğrul Kürkcü, Baran Gündoğdu, Burçin Belge.

Sunular: Yurttaş Gazeteciliği/Tanımı, Etiği ve Uygulamaları (Öğretim Görevlisi Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi), Yeni İletişim Teknolojileri ve Habercilik Uygulamaları (Hakan Kara/Cumhuriyet Gazetesi, Haber Müdürü), Savaş ve Çatışma Bölgelerinde Gazetecilik (Öğretim üyesi Esra D. Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Araştırmacı Gazetecilik (Celal Başlangıç/Radikal Gazetesi), Mizanpaj (Mehmet Sucu/Cumhuriyet Gazetesi, İstanbul), Gazete Fotoğrafçılığı (Özcan Yurdalan/Fotoğraf Vakfı), Bir Haber Medyası olarak Radyo (Ragıp Duran/Gala-

tasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi), Türkiye'de Kamu Radyoları ve Özel Radyolarda Gazetecilik (İpek Çalışlar, Cumhuriyet Gazetesi, İstanbul)

Alanya, 25-26 Ocak 2003, Grand Kaptan Hotel

Serkan Şimşek (Burdur Radyo TV/Burdur) Hilmi Karagöz (ATV/Alanya), Yasemin Taştepe (Radyo Martı/Antalya), Hüseyin Özkaya (Kanal A/Alanya), Erden Özden (Arkadaş Radyo/Sivas), Mehmet Can Toprak (Radyo Ses/Mersin), Gaye Coskun (Kanal A/Antalya), Refika Akyüz (Kanal A/Antalya), Mehmet Ergün (Flaş Radyo/Alanya), Seyhan Sincar (Radyo Dünya/Adana), Kıymet Gökçe (Radyo Metropol/Mersin), Salim Turgut (Radyo kent/Mersin), Doğan Sönmez (Venüs Radyo/Manavgat), Azad Adıyaman (Radyo Ses/Mersin), Mesut Keskin (ART Radyo/Üşak), Ali Ünlüer (KGRT/Karaman), Makbule Efe (Medya FM/Samsun) Medeni Yavuzaslan (Karaman'ın Sesi/Karaman), Kadir Atalay (Sahil Gazetesi/Manavgat), Ferdi Ökrüce (Devren'in Sesi Gazetesi/Antalya), Soner Kan (Arayış Gazetesi/ Mersin), İbrahim Nanecioğlu (Gündem Gazetesi/Bucak), Adil Okay (Ufuk turu.net/Mersin), Sefa Seyitoğlu (Akdeniz Çağdaş Gazetesi/Antalya), Zeki Demir (Yankı Dergisi/Haber Alanya/Alanya), Alper Kutay (Haber Alanya/Alanya), Coskun Efendioğlu (Önder Gazetesi/Milas), Selçuk Öcal (Hakimiyet Gazetesi/Isparta), Selçuk Tokgöz (Gülşes Gazetesi/Isparta), Bahadır Kozanoğlu (Haber Isparta/Isparta), Ekin Anıl (Yarımada Gazetesi/Bodrum), Sibel Karaduman (Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi), Kerim Toksöz (Yeni Alanya Gazetesi/Alanya), Hatice Özdemir (Demokrat Gazetesi/Isparta), Gülseren Daş (İmece Gazetesi/Mersin), Kadri Baziki (Yeni Gazete/Mersin), Mehmet Tutum (Hedef Gazetesi/Burdur), Mehmet Emin Berber (Çağdaş Gazete/Marmaris), Mustafa Yılmaz (Serbest/Üşak), Hasan Üstün (ÇGD Akdeniz), İsmail Akın (Antalya Gündem/Antalya), Abdullah Yalçın (Gündem/Antalya), Engin Korkmaz (ÇGD Akdeniz), Mustafa Noyan (Karadeniz Gazetesi/Trabzon), Mikdat Algül (Haberci Gazetesi/Mersin), Saadettin Hüsmaz (Memleketim Alanya Gazetesi/Alanya), Cumhuriyet Kılıççıoğlu (Mücadele Gazetesi/Siiirt), Burak Önder (Burdur'un Sesi Gazetesi/Burdur), Abidin Yağmur (Sokak dergisi/Mersin), Adem Tekin (Yeni

Alanya Gazetesi/Alanya).

BİA Koordinasyonu'ndan: Nadire Mater, Ertuğrul Kürkçü, Baran Gündoğdu, Esra Koç, Nuh Köklü.

Sunuslar: Yurttaş Gazeteciliği/Tanımı, Etiği ve Uygulamaları (Yrd. Doç. İncilay Cangöz/Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi), Yeni İletişim Teknolojileri ve Habercilik Uygulamaları (Murat Karaduman Akdeniz Üniversitesi/Antalya), Savaş ve Çatışma Bölgelerinde Gazetecilik (Öğretim üyesi Esra D. Arsan/Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi), Araştırmacı Gazetecilik (Celal Başlangıç/Radikal Gazetesi, İsmail Kızılbay Doğu Akdeniz Üniversitesi), Mizanpaj (Mehmet Sucu/Cumhuriyet Gazetesi) Gazete Fotoğrafçılığı (Özcan Yurdalan/Fotoğraf Vakfı), Bir Haber Medyası Olarak Radyo (Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi), Türkiye'de Kamu Radyoları ve Özel Radyolarda Gazetecilik (Doç. Dr. Sevda Alankuş/Doğu Akdeniz Üniversitesi)

Malatya, 1-2 Şubat 2003, Avsar Hotel

Ayhan Mergen (Tokkap FM/Siirt), Sadık Uygun (Mega FM/İskenderun), Umut Bozkurtoğlu (Radyo Öğüt/Malatya), Necdet Akboğa (Kanal 7/Malatya), Bülent Hanbay (ER TV/Malatya), İbrahim Ulutaş (Radyo Fon/Malatya), Türkan Önemli (Çağlar FM/Malatya), M. Duran Özkan (Güneş TV/Malatya), İsmail Demirci (Ufuk TV/Malatya), Aydın Kazan (TV Malatya), Tahir Özcelik (ER TV/Malatya), Ayla Aykan (Er TV Malatya), Turgut Onur (Güneş TV/Malatya), Mustafa Kısacık (Çağlar FM/Malatya), Muhammet Kemal Gülşen (Radyo Süper 44/Malatya), Erdal akdoğan (Güneş TV/Malatya), Mehmet Emin Danış (Bizim Adıyaman Gazetesi/Adıyaman), Nükhet Uçar (Güneş TV/Malatya), Bülent Handay (Er TV/Malatya), Mahmut Adanır (Gün Radyo TV/Diyarbakır), Serkan Akın (Sivas FM/Sivas), Senar Yıldız (Doğu Radyo/Yüksekova), Ali Yiğit (TRT Malatya/Hüseyin Akıncı (NTV/Malatya), (24) M. Ali Oran (Söz Gazetesi/Batman), M Fert İzgi (Batman Gazetesi/Batman), Sıraç Uslu (Batman Postası/Batman), . Cumhuriyet Kılıçoğlu (Mücadele Gazetesi/Siirt), M. Şah Ayaz (Express Gazetesi/Batman), Seydan Altunç (Son Söz Gazetesi/Siirt), Ersen Korkmaz (Demokrat İskenderun Gazetesi/İskenderun), M. Ulaş İm-

başı (Sabah Gazetesi/Gaziantep), Sezai Çağlayan (Manşet Gazetesi/Malatya) İbrahim Yoldaş (Ak Ajans/Malatya), Duygu Kuş (Yorum Gazetesi/Malatya), Murat Palancı (Dünya Gazetesi/Malatya), Osman Seyrek (Umut Gazetesi/Batman), Yaşar Karaaslan (Yorum Gazetesi/Malatya), Osman Tosun (Güneş Gazetesi/Malatya), Metin Taşçı (İnönü Üniversitesi Basın Yayın/Malatya), M. Ali Köroğlu (Evrensel Gazetesi/Malatya), Ahmet Göçer (Elbistan'ın Sesi/Elbistan), Bekir Şahin (Sabah Gazetesi/Gaziantep), Mahfuz Uyanık (Doğuş Gazetesi/Batman), Murat Güres (Haber Gazetesi/Gaziantep), Rüstem Doğanay (Fırat'ta yaşam Gazetesi/Gaziantep), İmam Tümen (Katılım Gazetesi/Adıyaman), Bülent Karaca (Hizmet Gazetesi/Şanlıurfa) Cumali Aksaç (Manşet Gazetesi Malatya), Kemal Atamtürk (Arkadaş Radyo/Sivas), Nevzat Alter (Yüksekova haber Gazetesi/Yüksekova), Akın Bodur (İskenderun'un Sesi Gazetesi/İskenderun), Serdar Akkılıç (İskenderun'un Sesi Gazetesi), Umut Tarhan (Prestij Haber/Van), Ramazan Oktay (Özgür Siirt/Siirt), Ercan Atay (Son söz Gazetesi/Batman), Burhan Karaduman (Sonsöz Gazetesi/Malatya), Asım Demirkök (Güneş Gazetesi/Malatya), Şahiye Say (Saman dağ Gazetesi/Hatay), Bahar Işık (Saman dağ Gazetesi/Hatay), Osman Tosun (Güneş Gazetesi/Malatya), İrfan Aktan (Serbest/Ankara)

BİA Koordinasyonu'ndan: Nadire Mater, Baran Gündoğdu, Erol Önderoğlu, Hamza Aktan.

Sunuşlar: Yurttaş Gazeteciliği/Tanımı, Etiği ve Uygulamaları (Öğretim Görevlisi Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi), Yeni İletişim Teknolojileri ve Habercilik Uygulamaları (Nihat Halıcı/BİA), Savaş ve Çatışma Bölgelerinde Gazetecilik (Celal Başlangıç/Radikal Gazetesi), Araştırmacı Gazetecilik (Celal Başlangıç/Radikal Gazetesi), Mizanpaj (Hakan Bayhan/Editör, Radikal Gazetesi) Gazete Fotoğrafçılığı (Özcan Yurdalan/Fotoğraf Vakfı), Bir Haber Medyası Olarak Radyo (Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi), Türkiye'de Kamu Radyoları ve Özel Radyolarda Gazetecilik (Ragıp Duran/Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi).