

ETÜRKİYE'DE DİJİTAL GAZETECİLİK VE SORUNLARI

Yiğit KAYTMAZ

Özet: Gazete, haber içeren bir metindir. Gazetecilik, haber materyali olarak kabul edilen bilgilerin toplanması, yazılması, düzenlenmesi ve öğrenilmesi içeriğini içerir. Gazete, özellikle 1980'lerde Türkiye'de büyük bir değişim geçirmiştir. 90'lı ve 2000'li yıllara geldiğimizde geleneksel gazete ve gazeteciliğe büyük bir rakip gelmiştir. Buna dijital gazetecilik denilebilir. Bu anlamda, bu çalışma, dijital gazeteciliği ve Türkiye'deki sorunlarını tartışmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Dijital Gazetecilik, Gazete.

DIGITAL JOURNALISM IN TURKEY AND THE PROBLEMS OF IT

Yiğit KAYTMAZ

Abstract: The newspaper is a text that contains news. Journalism includes the content of gathering, writing, organizing and learning the information that is considered as news material. The newspaper has undergone a great change in Turkey, especially in the 1980s. When we came to the 90s and 2000s, a major competitor came to traditional newspapers and journalism. This can be called digital journalism. In this sense, this study aims to discuss digital journalism and its problems in Turkey.

Keywords: Turkey, Digital Journalism, Newspaper.

TÜRKİYE'DE DİJİTAL GAZETECİLİK VE SORUNLARI

Yiğit KAYTMAZ



Temelleri milattan önce 59 yılında Roma Senatosu tarafından çıkarılan Acta Djurna-Acta Publica isimli resmi gazeteye dayanan geleneksel medya büyük bir dönüşüm içerisinde. Antik Roma'dan Mısır ve Çin uygarlıklarına kadar şekilde değişerek günümüze gelen gazete ve gazetecilik günümüzde dijital formunu aldı ve kitlelere ulaşarak okuma alışkanlıklarında önemli değişikliklere sebep oldu. El yazmalarından, matbanın yaygınlaşmasıyla birlikte kitlesel bir iletişim aracı haline gelen gazete ve habercilik 17. yüzyılda süreli yayın olarak okuyucuyla günümüzde Almanya sınırları içerisinde olan Bremen'de buluşmuştu. Zira benzer dönemlerde Hollanda ve Fransa'dan da günlük süreli gazeteler yaygınlaşmaya başlamıştı. Bu ülkeleri sırasıyla Floransa, Roma, Madrid ve St. Petersburg takip etmiştir.

Gazete, içinde haberlerin bulunduğu bir metin bütünüdür. Gazetecilik, haber malzemesi sayılan enformasyonun toplanmasını, yazılmasını, düzenlenmesini ve dağıtılmasını içeren işlemleri bünyesinde barındırır. Bilgi en önemli detay olarak dikkat çekerken bunları derleyen, ulaşan ve toplayan kişiye de gazeteci denir. 5N1K olarak da bilinen ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden ve kim sorularını bünyesinde barındıran bilgilerin bir araya geldiği haberlerden oluşan gazete Türkiye'de ise özellikle 1980'lerle birlikte büyük bir dönüşüme uğramıştır. Öncesinde okuyucuya ulaşarak bilgi aktaran bu bağımsız kurumlar, dev holding şirketlerinin bünyesine girmiş ya da birleşerek dev medya holdingleri oluşturmuşlardır. Bu süreç sonrasında bağımsız gazetelerden daha çok söz sahibi olan bu kuruluşlar etkisini günümüzde de hissettirmektedir.

90'lara ve 2000'lere geldiğimizde ise geleneksel gazeteyi ve gazeteciliğe büyük bir rakip geldi. Fakat bu rakip kendi içerisinden çıktı. Zira teknoloji ve modernite günümüzün ruhuna uygun bir şekilde hayatı da hızlandırmış, okuyucuların (ya da tüketicinin) bilgiye ve içeriğe en hızlı şekilde ulaşma taleplerine çağrı yine medya kuruluşlarından gelmişti.

Türkiye’de dijital gazetecilik

Türkiye’de 1990’ların son dönemleri ve 2000’lerle birlikte mevcut ana akım ve bağımsız gazeteler dijitalleşme sürecine girmiştir. Geleneksel gazetelerde teknoloji sayesinde haber üretiminin ve basımın hızlanmasıyla birlikte gazete yöneticileri gözünü internet adı verilen sanal platforma dikti ve buraya ciddi yatırımlar yapılmaya başlandı. Fakat Türkiye’de başlangıçta dijital gazetecilik, günlük basılan gazetenin içeriğinin internet sitesine birebir kopyalanıp yapıştırılmasıyla başladı. Bu süreç sırasında toplumda henüz yavaş yavaş yaygınlaşan ve teknolojik altyapı yetersizlikleri dolayısıyla kullanılmayan internet kullanıcılarının az talebinin de etkisi vardır. Fakat internetin hızlanması, cep telefonlarının akıllı telefona dönüşerek, herkesin elinde bir cep boyutunda bilgisayar taşımaya başlamasıyla birlikte gazeteler de internet üzerindeki varlıklarını artırmak ve gündemi takip edebilmek için yatırımlarını artırdı. Teknolojik ve istihdam açısından gazetelerin internet departmanlarında çalışanların sayısı geleneksel gazetelerde çalışanları zaman zaman geçerken internet sitelerinin içerikleri de genişlemeye başladı.

Bir dönem sadece basılı gazetenin haberlerini ve içeriklerini kamuoyuyla internet üzerinden duyuran gazeteler artık anlık gelişmeleri okuyucularıyla paylaşabilecekleri bir formata döndü. Böylelikle geleneksel mecranın statik yapısı kırıldı ve anlık yaşananlar kamuoyuyla paylaşıldı.

Elektronik gazete (ya da dijital gazete) teknolojinin avantajlarını kullanarak basım ve dağıtım gibi giderleri ortadan kaldırdığı ve reklam pastasındaki gelirlerini artırdığı için medya patronlarının dikkatini çekti ve yatırımlarını bu yönde yapmasını sağladı. Yani teknoloji sayesinde gazeteler geleneksel alışkanlıklarından uzaklaşarak yeni yöntemler üzerinde durdu.

Valauskas, online gazeteler için, ‘İnternet üzerinde başlangıçta seçkin bir editor grubu ve gözlemci tarafından haber, deneme, makale ve incelemelerin disipline edilerek bir standarda yerleştirildiği, periyodik dijital bir yayındır’ yorumunu yapıyor. Valauskas’ın burada bahsettiği periyodik yayın olma özelliği ise tarihte belki de bir ilktir. Zira geçmişte, aylık, iki haftalık, haftalık ya da günlük olarak basılan gazeteler dijital habercilik ve dijital gazeteler ile birlikte anlık haline gelmiştir. İşte Türkiye’deki dijital gazeteciliğin belki de en büyük sorunu burada ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’de ilk sanal gazeteler

Gazete içeriğinin tamamını düzenli olarak online veren ilk günlük gazete Milliyet’tir. Milliyet 27 Kasım 1996’da online yayına başlamıştır. Milliyet’i Fanatik, Hürriyet ve Sabah gazeteleri izlemiştir. Fanatik 25 Aralık 1996’da, Hürriyet ve Sabah gazetelerinin her ikisi de 1 Ocak 1997’de içeriklerini in-

ternete taşımışlardır. Radikal gazetesinin online yayına başlama tarihi ise 28 Mart 1998'dir.

Dijital gazetelerin sorunları:

1- Tıklanma kaygısı: Günümüzde dijital gazetecilik, veriler ve rakamlar aracılığıyla kendini var eden bir oluşumdur. Dijital platformlarda oldukça şeffaf bir durum vardır. Gazetelerin okunurluk sayısı, kaç kişinin hangi haberi okuduğu, hangi içeriğin en çok paylaşıldığı ya da hangi haberde okuyucunun kaç dakika kaldığı gibi bilgilere kolaylıkla erişilebilir. Gazeteleri ayakta tutan reklamverenler de bu rakamlara büyük önem vermektedir. Geçmişte geleneksel gazetelerde ilan vermeden önce gazetenin tirajına bakan reklamverenler artık ilanların yerini alan banner ya da markalı içerik projeleri başlatmak için rakamlara bakıyor ve internet sitelerinin (yani dijital gazetelerin) okunurluk rakamlarına ve sitelerde ne kadar süre kaldıklarına bakıyor. Dolayısıyla rakamların artması ve istikrarlı olması markaların, bu mecralara para ile reklam vermesine büyük bir katkı sağlıyor. Dolayısıyla internet siteleri, akıllı telefonlardaki push bildirimler aracılığıyla içeriklerini mesajla abonelerine ya da okuyucularına duyuruyor. Bu bazı durumlarda gereksiz kullanılarak okuyucuyu rahatsız etse genellikle rakamların yükselmesine neden oluyor. Öte yandan Türkiye'de belli başlı gazetelerin başlattığı bir akım olarak, sıklıkla 'Skandal', 'Bomba iddia', 'Şok fotoğraflar', 'Kan donduran görüntü' gibi şiddete yönelik ve bir şiddet pornosu içeren başlık ve görsellerle tıklanma sayısını artırmaya çalışıyor. Fakat bu haberlerin içeriğinde bu tür durumlar olmaması ve okuyucuların beklentilerinde hayal kırıklığı yaratması, bu tür mecraların amacını ve sektöre verdiği zararı gözler önüne seriyor. Bu sebeple de Türkiye'de sanal gazeteler ve internet gazeteciliği gerektiği ilgiyi ve saygıyı görmüyor.

2- Kalifiye işçi çalıştırılmaması: Günümüzde iletişim fakültelerinden her yıl binlerce öğrenci mezun oluyor fakat yeterli sayıda geleneksel mecra olmadığı için bu öğrenciler eğitimini aldıkları kurum ve kuruluşlarda çalışmıyorlar. Dolayısıyla yeni mezun öğrenciler henüz hiçbir pratik öğrenmeden, haberciliği yapmadan dijital mecralara geçiyorlar. Zira günümüzde ulusal ve yerel anaakım gazetelerin yanı sıra birçok bağımsız internet platformu oluştu. İnternet sitesi kurmanın çok maliyetli ve zor olmadığı günümüzde sayısı hızla artan internet sitelerinde işe başlayan deneyimsiz öğrenciler, Türkiye'deki dijital gazetelerin en büyük korkusu olan tıklanmaya takılıyor. Dolayısıyla henüz bir deneyimleri olmadığı ve Türkiye'deki eğitim sisteminde yabancı mecraların gösterilmemesi ya da yabancı mecralara yönlendirilerek feyz alınmaması dolayısıyla, sansasyonel ve haberin içeriğiyle uyuşmayacak başlık ve fotoğrafları kullanmayı normalleştiriyorlar. Dolayısıyla Türkiye'deki dijital basıncılıkta hızla yaygınlaşan 'flaş', 'şok', 'inanılmaz ifade' ve

'skandal' gibi ifadeler iyice yerleşerek sektör içinde bir norm haline gelmeye başlıyor.

3- Bilgi kirliliği ve basında tekdüzelik: Öte yandan bu alışkanlıklarla içli dışlı olan medya kuruluşları, birbirinin aynı haberleri ve birbirinin aynı içerikleri üretmeye başlıyor. Bunun sonucunda sanal habercilik dünyasında birbirinin aynı haberler ve içerikler yaygınlaşmaya başlıyor. Haber yalanlanmış veya en başından hatalı olsa bile diğer mecralar rakiplerinden haberi aynen alıp kullanmaktan çekinmiyor. Böylelikle internet sitelerinde bir bilgi kirliliği ve arşiv sorunu oluşuyor. Zira anlık haberlerde yapılan hatalar ya da haberin birkaç saat sonra gelen detayları farklı haberler altında görüntüleniyor ve okuyucu deneyimini rahatsız eden bir görüntü ortaya çıkıyor.

4- Etik: Tıklanma sayılarının artması ve kamuoyu nezdinde tepki çekmemek için milliyetçilikle ilgili ya da ırkla ilgili ifadelere yer verilebiliyor. Türkiye'de kalıplaşmış, '3'ü kadın 5 kişi' gibi cinsiyetçi açıklamaların yanı sıra başka mecralardan birebir alınan ve referans gösterilmeyen haber ve içeriklerde de artış görülüyor. Özellikle sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla, mülkiyet kavramı iyice dönüşerek 'internet üzerinden paylaşılan her içerik alınabilir' mottosuna dönüştü adeta.

5- Türkiye'deki yasal düzenleme: Türkiye'de basın enformasyon bölümünün en görünür mecralarından biri olan gazeteler ile dijital gazeteler arasındaki en önemli farklardan biri de yasalarda karşımıza çıkar. İnternet gazeteciliği resmi olarak gazetecilik sayılmadığı için Türkiye'de geleneksel mecrada çalışan gazeteci ile internet gazeteciliği yapan kişilerin hakları daha farklı olur. Basın kanununa göre 212 kadrosundan çalışan geleneksel gazeteciler daha fazla kıdem ve izin hakkına sahip olurken, sarı basın kartı ve ücretsiz ulaşım gibi ek avantajlara sahip olur. Fakat dijital gazetecilikte bu durum mevcut olmadığı ve yasalar dolayısıyla böyle bir ayrıma gidilmesi sebebiyle medya içerisinde bölünmeler ortaya çıkmaktadır.