



**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**KIRGIZİSTAN'DA İNTERNET GAZETECİLİĞİNİN
GELİŞİMİ: HABER SİTELERİ
ÜZERİNE BİR İNCELEME**

GULNAZİ SABYRKYZY

GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

TEMMUZ 2019



**KIRGIZİSTAN'DA İNTERNET GAZETECİLİĞİNİN GELİŞİMİ:
HABER SİTELERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

Gulnazi SABYRKYZY

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

TEMMUZ 2019

Gulnazı SABYR KYZY tarafından hazırlanan “ Kırgızistan’da İnternet Gazeteciliğinin Gelişimi: Haber Siteleri Üzerine Bir İnceleme ” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi Gazetecilik Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman(Başkan): Doç. Dr. Ayşe Elif Emre KAYA

Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye: Doç. Dr. Erol İLHAN

Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye : Doç. Dr. Osman Murat GÜVENİR

İletişim Tasarımı, Başkent Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum

Tez Savunma Tarihi: 26/07/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

.....
Prof. Dr. Figen ZAİF
Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Gulnazi SABYRKYZY

08.06.2019



KIRGIZİSTAN’DA İNTERNET GAZETECİLİĞİNİN GELİŞİMİ: HABER SİTELERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

(Yüksek Lisans Tezi)

Gulnazi SABYRKYZY

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Temmuz 2019

ÖZET

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte, haberin toplanması, yazımı ve yayımıyla ilgili süreçler de değişime uğramıştır. Haber, artık daha hızlı ve kolay iletilen, sürekli güncellenen “bilgiye” dönüşmüştür. Bu çalışmada, Kırgızistan’daki geleneksel gazetecilikten internet gazeteciliğine geçiş süreci ve internet gazeteciliğinin gelişimi ele alınmaktadır. Çalışmada, internet haberciliğinin geleneksel haber yapma biçimleri üzerindeki etkisi ortaya konmakta ve internet gazeteciliğinin haber yapma biçiminin geleneksel gazetecilikten nasıl değişiklik gösterdiğinin irdelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada örneklem olarak haber siteleri Kırgızistan’da yayın yapan 5 internet haber sitesi ele alınmış ve bu sitelerde yer alan içerikler üzerinde nicel ve nitel analizler yapılmıştır. İnternet siteleri üzerinde yapılan analizin sonucunda, haber yapma biçiminde geleneksel medyadan büyük bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Bilginin hızlıca ulaştırması ve toplanması, sayfa düzeni, dağıtımı gibi konularda değişiklikler saptanmıştır.

Bilim Kodu : 116501

Anahtar Kelimeler : Kırgızistan, İnternet Gazeteciliği, Haber, Haber Siteleri

Sayfa Adedi : 105

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Ayşe Elif Emre KAYA

THE EVOLUTION OF INTERNET MEDIA IN KYRGYZSTAN: AN ANALYSIS ON
NEWS SITES

(M.Sc. Thesis)

Gulnazi SABYRKYZY

GAZI UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

July 2019

ABSTRACT

Along with the developments in communication technologies, the processes related to the collecting, writing and publishing of the news have also changed. The news is now transmitted faster and easier and has turned to constantly updated "information". In this study, the process of transition from traditional journalism to internet journalism in Kyrgyzstan and the development of internet journalism are discussed. The impact on the ways of reporting is revealed and how the news reporting in internet journalism differs from traditional journalism is aimed to be revealed. In the study, news sites were taken as a sample and quantitative and qualitative analysis was conducted on the contents of these sites. This thesis will play a pioneering role in the field and the findings of this study will provide an important basis for other studies. As a result of the analysis made on the internet sites, in news reporting they don't have big difference from the traditional media. Besides providing more information faster internet journalism has alterations in direction such as information gathering, page layout and dissemination

Science : 116501

Key Words : Kyrgyzstan, Internet Journalism, Internet Space

Page Number : 105

Supervisor : Doç. Dr. Ayşe Elif Emre KAYA

TEŞEKKÜR

Bu çalıőmanın yűrűtűlmesi sırasında bana sűrekli yardımda bulunarak yol gűsteren, her tűrlű desteęi saęlayan tez danıőmanım Doç. Dr. Sayın Ayőe Elif Emre KAYA'a sonsuz teőekkűrlerimi sunuyorum. Ayrıca yaőamımın her anında olduęu gibi bu çalıőma sűrecinde de manevi olarak destekleyen aileme ve yardımlarını hiç esirgemeyen arkadaőlarıma teőekkűr ederim



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR.....	vi
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	viii
RESİMLERİN LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR	x
1. GİRİŞ.....	1
2. GAZETE, İNTERNET VE İNTERNET GAZETECİLİĞİ KAVRAMLARI VE TARİHSEL GELİŞİMLERİ.....	9
2.1.Gazete Kavramı ve Tarihsel Gelişimi.....	9
2.2. İnternet Kavramı ve Tarihsel Gelişimi	15
2.3. İnternet Gazeteciliği Kavramı ve Tarihsel Gelişimi.....	18
3. KIRGIZİSTAN’DA BASININ VE İNTERNET GAZETECİLİĞİNİN GELİŞİMİ.....	41
3.1. Kırgızistan’da Basının Ortaya Çıkışı.....	41
3.2. Kırgızistan Basınında Haberciliğin Gelişmesi.....	50
3.3.Kırgızistan’da İnternet ve İnternet Gazeteciliğinin Gelişimi	56
3.4. Kırgızistan’da Reklam ve İnternet Reklâm Gelirlerindeki Artışı.....	65
4. KIRGIZİSTAN’IN İNTERNET HABER SİTELERİ HAKKINDA GENEL DEĞERLENDİRME.....	73
4.1.Haber Sitelerinin İçerik Değerlendirilmesi.....	73
4.1.1.Super.kg Haber Sitesinin İçerik Değerlendirilmesi	79
4.1.2.Azattyk.org Haber Sitesinin İçerik Değerlendirilmesi.....	82
4.1.3.Sputnik.kg Haber Sitesinin İçerik Değerlendirilmesi.....	85
4.1.4. Kaktus.Media Haber Sitesinin İçerik Değerlendirilmesi.....	87
4.1.5. Kloop Media Haber Sitesinin İçerik Değerlendirilmesi.....	90
4.1.6. Seçilmiş Haber Sitelerinin Haber Yapma Biçimleri.....	92
5. SONUÇ	97
KAYNAKLAR.....	99
ÖZGEÇMİŞ.....	105

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 4.6. Haber Sitelerinin İçerik Analizi	73
Çizelge 4.7. Örnek Haber Sitelerin 10 Günlük Haber, Fotoğraf ve Video Sayısı.....	92
Çizelge 4.8. Haber Sitelerinin Sosyal Medya Hesaplarındaki Takipçi Sayısı	95



ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 3.1. Kırgızistan'da Toplam İnternet Reklam Gelirlerindeki Artış Oranı	67
Şekil 3.2. Mecralara Göre Reklam Artış Oranı	68
Şekil 3.3. Kırgızistan Nüfusunun İnternete Erişimi	69
Şekil 3.4. Halkın Ana Kaynak Olarak Tercih Ettiği İletişim Aracı	70
Şekil 3.5. En Çok Ziyaret Edilen Site Kategorileri	70
Şekil 3.6. Halkın İnternet Kullanım Sıklığı.....	71



RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 4.1. Super.kg Sitesinin Ana Sayfası	80
Resim 4 2. Azattyk.org Sitesinin Ana Sayfası	83
Resim 4.3. Sputnik.kg Sitesinin Ana Sayfası	86
Resim 4.4. Kaktus.Media Sitesinin Ana Sayfası	89
Resim 4.5. Kloo Media Sitesinin Ana Sayfası	91



KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
KTR	Kırgız Radyo Televizyonu
HTML	Hypertext Markup Language
TCP/IP	Transmission Control Protocol/Internet Protocol
SSCBS	Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti Birliği
SM	Sosyal Medya
WWW	Word Wide Web

1. GİRİŞ

15. yüzyılda matbaa aracılığıyla gerçekleşen devrimin ardından bugün dijitalleşme ile yeni bir döneme girilmiştir. Yazının bulunması toplumda güç sahibi olanlar dışında kalanların da katılabildiği bir iletişim sürecini başlatmış, matbaanın bulunması kitlesel tüketimi mümkün kılmış, dijital teknoloji ise, kitlesel tüketim kadar üretim imkanlarını da ortaya çıkarmıştır (Binatlı, 2011:13).

İnternet, dünyadaki tüm veri tabanlarını ve bilgisayarları birbirine bağlayan bilgisayar ağları sistemidir. İnternet, 1960'lı yıllarda ABD'de askeri amaçlı bir proje ile ortaya çıkmıştır. Bilgisayarların eklenmesiyle ağ üzerinden iletişim giderek artmış ve e-posta, tartışma listeleri, dosya transfer gibi yeni kullanım alanları kullanıcılarına sunmuştur. Daha sonra 1973 yılında TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) İnternet üzerinde yer alan farklı özellikteki bilgisayarların ve ağların birbirleriyle sağlıklı bir şekilde iletişimi sağlayan ortak bir dil olarak geliştirilmiş ve kullanılmaya başlanmıştır (Aydoğan ve Başaran, 2012: 219). 1960-1980 yıllarında iletişim teknolojileri alanında yaşanan yenilikler, enformasyon devrimi ya da dijital devrim olarak nitelendirilmektedir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte, bilgi teknolojilerindeki gelişmeler insanları, toplumları birbirine yaklaştırmış, dünyayı küçük bir köy haline getirmiştir. Bilgi teknolojisindeki ucuzlama ve 1980'li yılların başında kişisel bilgisayarların devreye girmesiyle birlikte, insanlar artık her türlü bilgiye istedikleri anda ve mekanda ulaşabilme olanağına sahip duruma gelmişlerdir. (Özçağlayan, 1998: 16-17). Dünyanın küresel bir köy haline dönüştüğünü savunan Kanadalı iletişim bilimci Marshall McLuhan yeni iletişim teknolojilerinin insanları özgürleştirdiğini, eşit şartlara sahip duruma getirdiğini, bilginin herkesçe üretilen, ulaşılabilen ve yararlanılabilen bir konuma gelmesinin evrensel demokrasiyi güçlendirdiğini belirtmiştir (Alankuş, 2003: 27).

İnternet gazeteciliğinin ilk ortaya çıkışı ve gelişimi başlangıç dönemde basılı gazetelerde yer alan haberlerin internette yayınlanmasından ibaret olmuştur. 1995'te, *New York Times*, *The Washington Times* gibi gazetelerin yayınlarını birebir internete aktarmaları, bu süreci başlatmıştır. Aynı yıl Avrupa'da da *International Herald Tribune* ve *Daily Mirror* gibi gazeteler sayfalarını internete açmıştır. İnternet gazeteciliği farklı aşamalardan geçerek günümüze kadar gelmiştir.

Geleneksel gazetenin içeriğini birebir kopyalanmasıyla başlayan internet gazeteciliği, daha sonra basılı gazetede yer alan haberler dışında haberlere de yer verilerek gelişim göstermiştir (Aydoğan, 2013: 31). İletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeyle birlikte geleneksel medya haberlerini okura/izleyiciye yeni ve farklı bir yolla ulaştırabilme olanağı bulmuşlardır. Hemen hemen bütün elektronik gazeteler yayınlarını kendi hizmet sağlayıcılarından, internet kanalı ile okuyucularına sunmaktadırlar.

Haluk Geray internetin kısa sürede gazetecilik için yeni olanaklar sunma sürecini şöyle değerlendirmiştir: “İnternet kısa sürede medya ortamını ve iletişim pratiklerini etkilemiş ve geleneksel gazetecilik ortamı yavaş yavaş internet gazeteciliğine evrilmiştir. Geleneksel medya gazeteciliğine göre; daha hızlı ve pratik olması, kullanıcı yani okuyucuyu interaktif pozisyona getirmesi ve zaman ve mekandan sınırsız olması nitelikleriyle internet gazeteciliği tercih sebebi olmaktadır. İnternet gazeteciliği ile geleneksel gazetecilik; kurum yapıları, pazara giriş olanakları, haber üretim yapıları ve etkileşim alanlarında da birbirinden farklılık göstermektedir. İnternet medyası, geleneksel medyadan farklı olarak enformasyonun geniş kitlesel paylaşımına fırsat tanımaktadır. Özellikle okurun, tepkisini aracısız bir biçimde anında verebilme imkanına sahip olarak haber yapım sürecine de doğrudan etki etmesi internet gazeteciliğinin önemini artırmaktadır” (2003: 17- 19).

Dünyanın her ülkesinde olduğu gibi, Kırgızistan’da da dördüncü kuvvet olarak görülen medya, kamuoyu oluşturma ve gerçekleri kamuoyuna duyurma gibi önemli bir sorumluluğu üstlenmektedir. Günümüz Kırgızistan bölgesinde ilk süreli yayın Rus aydınları tarafından, 1913’te tarımla ilgili materyaller yayınlanan *Prjevalskiy Selskiy Hozyain* dergisidir. Bunun yanında *Pişpekskiy Byulleten (Pişpek Bülteni)*, *Telegrafny Vestnik (Telgraf Gazetesi)*, *Okraina (Kenar Bölge)* gazeteleri çıkmakta idi ancak kısa süre sonra yayını durdurulmuştur. Kırgızistan’da Sovyet gazeteciliği ise, 1918’de ortaya çıkmış ve *Pişpekskiy Listok (Pişpek Levhası, 1918)*, *Golos Proletariata (Proletarya Sesi, 1919)* gibi gazeteler yayınlanmaya başlamıştır. Yeni Sovyet yönetiminin propagandasını yapmak, önemini halka anlatmak görevini üstlenen Kırgızistan’daki bu ilk Sovyet gazeteleri isimlerinden de anlaşılacağı gibi Rusça basılmıştır. 1924 yılına kadar Kırgız dilinde yayınlanan gazete olmamıştır. 1924 yılın 7 Kasım’ında, Taşkent’te Kırgızca *Erkin Too (Bağımsız Dağlar)* gazetesinin çıkmasıyla basındaki gelişmenin yeni süreci başlamıştır. Yeni Cumhuriyetin en büyük olayı, *Erkin-Too* gazetesinin çıkması olmuştur. *Erkin-Too*

Kırgız dilinde çıkan ilk gazete olarak tarihe geçmiştir (Halilov, 2002:9). *Erkin-Too* gazetesini çıkarmak son derece zor şartlar içerisinde gerçekleşmiştir. Çünkü matbaa bulunmuyordu bunun yanı sıra gazetede işini iyi yapabilen Kırgız kadroları nerdeyse yoktu. Buna karşın, ilerleyen zamanlarda başka Kırgızca süreli gazeteler de yayınlanmaya başlamıştır. Demokratik ülkeyi kurmaya yönelik Kırgızistan için iktidara yaslanan yayınların geleceğinin olmadığını yaşayanlar göstermiştir. Çünkü giderleri bütçeden karşılanan ve serbest olmayan basın kimseye yararı bulunmadığı görülmüştür. Hükümete bağlı olmayan serbest basın, gün gittikçe çoğaldı. İleriye daha geniş açıdan bakarsak bilgi alanında söz sahibi olacak toplum olduğunu görebiliriz. Serbest basın halkın istek ve taleplerini korumakla birlikte, iktidarın sözünü söylemekten uzakta duruyor. Kolaylık ve desteğe rağmen hükümet gazetelerinin baskı sayısı hızla düşüyor, serbest gazetelerin okuyucuları gün geçtikçe çoğalıyordu (İbrayeva, 2002: 44). Kırgız basını giderek kalite ve sayıca artmıştır. Her yıl gazete ve dergilerin aboneleri çoğalmıştır. Basının geniş kitleler üzerindeki etkisi gittikçe derin ve çeşitli olmaya başlamıştır.

Kırgızistan'ın 1991 yılında bağımsızlığını kazanması ve siyasal iktidar yapısının değişmesiyle birlikte basın, devlet tekelinden çıkarak, özel sektörün bu alanda faaliyet göstermeye başlamıştır. Sovyetler Birliği döneminde rejimin propaganda aracı olan ulusal ve yerel gazeteler, bağımsızlıkla birlikte liberal bir yapıya kavuşarak, kurumsallaşmasını tamamlayabilmek için mücadele vermeye başlamışlardır. SSCB'nin dağılmasıyla hem SSCB'nin eski devletleri için hem 1991 yılında bağımsızlığını kazanan Kırgızistan için yeni bir dönem başlamıştır. Özellikle, kitle iletişim araçlarında niteliksel açıdan yenilenme sürecine girdiği görülmüştür.

İnternet küresel bir bilgi toplumu oluşmasını sağlayıp gazeteciliği olumlu yönde geliştirmektedir. İnternet yayıncılığı dünyada olduğu gibi, Kırgızistan'da da medya sektörünü derinden etkilemektedir. İnternet kullanımının yaygınlaşması, yayıncılık teknolojilerindeki hızlı gelişim, klasik anlamı da değiştirmektedir. Dünya eğilimlerine paralel olarak, Kırgızistan'da da web tabanlı yayıncılık ve mobil cihazlar üzerinden çeşitli uygulamalarla yapılan yayıncılıkta bazı gelişmeler yaşanmaktadır. Teknolojinin ve dijitalleşmenin internet yayıncılığını dönüştürme sürecinde meydana gelen sürekli değişimler, internet gazeteciliğinde oldukça doğal bir gelişme seyri göstermektedir. Burada kilit önemde olan konu; medya içeriklerinin kalitesinin yükselmesidir. Bugün geldiğimiz noktada Kırgızistan'da ve dünyada internet haberciliği oldukça ciddi boyutlara ulaşmıştır.

Habercilik açısından dönüşümlerin yaşandığı bu süreçte, bir yandan geleneksel versiyonlarını internet ortama aktarılırken, diğer yandan da yeni bir iletişim platformları olarak internet haber siteleri ortaya çıkmıştır. Yeni iletişim teknolojileri okur kitleye habere ulaşma noktasında yeni seçenekler sunmaktadır. Ayrıca, internet ortamında bir haberin metni yanında, fotoğraf, ses, hareketli görüntü gibi öğelere ulaşarak daha çok ayrıntılı bilgilenmeye imkanı sağlamaktadır. Bununla birlikte; okuyucu, haberle ilgili linklere kolayca ulaşabilmekte ve yorum yazarak geri bildirimde bulunabilmektedir.

Bu yaşanan değişiklikler gazetecilikte önemli rol oynamaktadır ve internet gazeteciliği, habercilik açısından incelenmesi gereken yeni ve önemli bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak Sovyetler Birliğinin dağılmasından sonra, ülkede yaşanan ekonomik, siyasi ve kültürel çöküş gazeteleri olumsuz etkilemiştir. 1992–1993 yılları, gazetelerin sayısının azalmasına rağmen, bu dönem basınındaki dönüm noktası olarak sayılmaktadır. Bu yıllarda basının yapısında önemli değişiklikler olmuştur. Yeni televizyon kanalları ve yeni gazeteler hayata geçmiştir. Basın eski görüşteki meclisi dağıtma, yenisini tekrar seçme, toplumun fikir ve görüşünü değiştirme ve muhalefete baskı yapmada etkili olmuştur (Tümönbayev, 2002: 55-65).

1995 yılında serbest piyasa koşullarının oturmaya başlamasıyla birlikte, özel servis sağlayıcılar devreye girmiş; ülke 1995-1997 yılları arasında Batılı devletlerin ekonomik desteği ve ardından telekomünikasyon sisteminin yenilenmesiyle dünya internet sistemine entegre olmuştur. Halkın televizyona çok ilgi göstermeye başlaması ve gazete, dergiler eskisi gibi halka bilgi sağlamaya devam etmiştir. Demokrasi basının gelişmesine büyük bir imkan olmuştur (İsayeva, 2002: 64).

Kabar Milli Haber Ajansı, Kırgız Cumhuriyeti'nin resmi haber ajansıdır. 28 Ocak 1937'de Kırgız Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti'nin kararı ile kurulmuştur. O zamanlarda *Telgraf Ajansı* statüsüyle çalışmalarını sürdürüyordu. Sovyetler döneminde ülkenin siyasi, ekonomik ve kültürel yaşantısını, çeşitli kararları, faaliyetleri, planların uygulanıp uygulanmadığını, bilim ve teknolojinin gelişimini, kültürel haberleri, Sovyetlerin iç ve dış siyaseti hakkında haberler sunuluyordu. Kırgızistan'daki ilk bağımsız haber ajansı olan *AKİpress* ise, 2001 yılında kurulmuştur, daha sonra 2005 yılında *24.Kg* haber ajansı yayına başlamıştır. Bu üç ajans, ülkedeki internet gazeteciliğin temelini oluşturmuşlardır. Kırgızistan'da 2005 yıldan itibaren internet yayıncılığı olumlu gelişmeler göstermeye

başlamıştır. Birçok basılı gazete elektronik formata geçmiştir. Örneğin *Veçerniy Bişkek*, *Delo№2*, *Cumhuruyet*. Kırgız dilindeki *Zaman Kırgızistan*, *Akış*, *Alem* gazeteleri de internet üzerinde yayıncılık yapmaya başlamıştır. İnternetin hızlıca gelişmeye başlaması ülkenin sosyal politikasını da etkilemiştir. Özellikle *Strana*, *K-news* gibi yeni haber siteleri açılmış, ilk *Stan.kg* haber video portalı işe başlamıştır. Orta Asya'daki ilk *Foto.kg* fotoğraf haber ajansı da çalışmaya başlamıştır. Birçok gazete yayınlarının elektronik versiyonlarının açılmasına önem vermeye başlamıştır. 2001-2012 yılları arasında ülkede internet kullanımı giderek yoğunlaşmış ve bu süreçte internet gazeteciliği de ortaya çıkmıştır.

Bugün geldiğimiz noktada Kırgızistan'da ve dünyada internet haberciliği oldukça ciddi boyutlara ulaşmıştır. Öyle ki dünyanın dört bir tarafında internet haberciliği üzerine akademik ve sektörel tartışmalar yapılmaktadır.

Bu tez çalışması, Kırgızistan'daki internet gazeteciliğinin gelişimini konu olarak ele almaktadır. Çalışmada, Kırgızistan'da geleneksel gazetecilikten internet gazeteciliğine geçiş süreci değerlendirilmektedir ve internet gazeteciliğinin gelişimi ele alınmıştır. Bu konu doğrultusunda, en çok takip edilen beş haber sitesi üzerinde nicel ve nitel içerik analizi gerçekleştirilmiş, böylelikle internet gazeteciliğinin, haber yapma biçimleri üzerinde ne yönde etkisi olduğu ortaya konulmuştur.

Kırgızistan'ın mevcut siyasi, yasal ve ekonomik koşullarında internet gazeteciliğinin nasıl bir gelişim gösterdiğinin incelendiği bu çalışmada, internet gazeteciliğinin geleneksel gazetecilik yapma biçimlerini ne yönde farklılıklar gösterdiği konusu çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, beş haber sitesi belirlenmiş ve siteler üzerinde içerik analizi yapılarak, internetteki haber sitelerinin, geleneksel gazetelerin haber yapma biçimleri ile benzeştikleri ve ayrıldıkları yönleri üzerinde odaklanılmış, internet teknolojisinin geleneksel haber yapma biçimlerinden farklılıkları incelenmiştir.

Kırgızistan'da, Kırgızistan'ın geleneksel gazeteciliğine ilişkin çok sayıda çalışma bulunmasına karşın, internet gazeteciliğini değerlendiren çalışmalar sınırlıdır. Yapılan tez taramalarında, yalnızca Abduvaitova Ayjan'ın 2012 yılında tamamladığı, "Kırgızistan'da İnternetin Gelişimi" başlıklı çalışma ile, Kulikovskiy'in 2013 yılında tamamladığı, "Kırgızistan'daki Haber Ajanslarının Gelişim Spesifikası" başlıklı yüksek

lisans tez çalışmalarına rastlanmıştır. Bu nedenle bu tez çalışması, alanda öncü bir rol oynayacak ve çalışmanın bulguları diğer çalışmalar için önemli bir zemin hazırlayacaktır.

Çalışmada, internet gazeteciliğinin doğuşunu ve günümüz internet habercilik yapısını ortaya konmuştur. Kırgızistan'daki internet gazeteciliği ile sınırlı olan bu çalışmada, inceleme alanı olarak en çok takip edilen beş internet sitesi üzerinde durulmuştur. *Super.kg*, *Azattyk.org*, *Sputnik.kg*, *Kaktus.Media*, *KloopMedia* siteleri üzerinde yapılan nicel çalışmada, sitelere ilişkin bütün bilgiler değerlendirilmiştir. Nitel çalışmada ise, yalnızca sitelerin ana sayfasında yer alan haberler değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Haber sitelerinde yer alan haberler, bölüm başlıklarına göre ayrılmıştır. Aynı zamanda bu haber sitelerinin gelişim süreci, haber kaynağının gösterip göstermediklerini, yazıların yazarlarının belli olup olmaması, haberlerin basılı medyada yayınlanıp yayınlanmadığını, son dakika haberlerinin sunulup sunulmaması, sayfalarında yer alan fotoğrafların kaynağı, ziyaretçi sayılarını, haber içerikleri, portala girilen günlük ortalama haber sayısı ve reklam ücretleri incelenmiştir. Haber sitelerinin sayfalarında yer alan haberlerin konuları araştırma alanına dahil edilmemiştir.

Bu tez çalışmasında, Türkçe, İngilizce, Rusça, Kırgızca dillerinde literatür taraması yapılmıştır. Üç bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümde, geleneksel gazetecilik kavramı üzerinde durulmuş ve tarihsel süreç içerisinde nasıl biçimlendiği, daha sonrasında da internetin ortaya çıkışı ve internet gazeteciliği anlatılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise, Kırgızistan'da basının ortaya çıkışı ve internet gazeteciliğinin gelişimi yer almıştır. Bunun yanı sıra Kırgız basınında haberciliğin gelişimine yer verilmiştir.

Çalışmanın son bölümünü ise, analiz kısmı oluşturmaktadır. İnternet gazeteciliğinin haber yapma biçiminde geleneksel gazetecilikten nasıl değişiklik yaşandığını ortaya koymak amacıyla *Super.kg*, *Azattyk.org*, *Sputnik.kg*, *Kaktus.Media*, *KloopMedia* haber siteleri örneklem olarak ele alınmış, bu sitelerde yer alan içerikler üzerinde nicel ve nitel analiz yapılmıştır. Saha çalışması ile elde edilen veriler internetteki haber sitelerinin, geleneksel gazetelerin haber yapma biçimleri değişip değişmediği açısından karşılaştırılmış, birbirleri ile benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koyulmuştur. Konular ile

ilgili hem grafik ve tablolar oluşturulmuş, hem de nitel kategoriler oluşturulup, onlar üzerinde inceleme gerçekleştirilmiştir.





2. GAZETE, İNTERNET VE İNTERNET GAZETECİLİĞİ KAVRAMLARI VE TARİHSEL GELİŞİMLERİ

2.1. Gazete Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

G.M. McLuhan iletişimi üç aşamaya ayırmıştır: sözlü iletişim dönemi, sonra basılı dönem ve son olarak XX. yüzyılın ortasından itibaren elektronik iletişim dönemidir. Sözlü iletişim döneminde insan, kendini geliştirme yönündeki ihtiyaçları açısından sınırlı durumdaydı. İncecek, yiyecek, giyime ve güvenliliğinin sağlanması hususları öncelikliydi. Bunlarla birlikte her zaman insanın bilgiye olan ihtiyacıydı (Bülbül,2000:15). Bilgiye olan ihtiyacı gidermenin en önemli aracı haberleşmektir.

İnsanlar arasındaki ilk haberleşme işaretleme ile başlamıştır. İlkel toplumlarda yüksek tepeler üzerinde ateş yakarak, uzaklardan belirlenecek biçimde duman çıkartarak, Afrika yerlilerinde olduğu gibi tam tam çalarak, işaretler ve seslerle doğrudan doğruya yapılan bu kişisel haberleşme yanında, haberin ulaştırılmasının mekanla ilgili olduğu, araya uzun mesafeler girdiği zamanlar, doğrudan haberleşmenin sosyal bağın devamlılığını sağlamadaki yetersizliği anlaşılabilir, yaya veya atlı haberciler gönderilmesi zorunluğuna doğmuştur (İnuğur, 2005: 26). Nitekim yazının bulunuşundan önce, bilginin aktarılabilceği kanallarının biri de insan hafızasıdır (Jeanneney, 2006: 21). M.Ö. 490'da, Yunanlıların Perslileri yenmesini Maraton'dan Atina'ya koşarak bildiren asker, at örneğini bilmeyen İnkalar ve 16. yüzyılın başlarında Peru'da kullanılan yaya haber iletim sistemi olarak örnekler arasındadır (Alemdar ve Uzun, 2013: 34). İlkel haberleşme yöntemlerinin yanında, haber iletme biçimlerinin geliştiğini gösteren farklı örnekler de bulunmaktadır. Bunlar arasında eşek, öküz ve tekerlekli araçlar sayılabilir. Ancak, haber iletiminde en çok yararlanan hayvanlar, çöl gemisi olarak bilinen deve ve at olmuştur. Bunların yanında posta güvercinleri de haberleşmede kullanılmıştır (Özer, 2010: 45). Ancak zaman geçtikçe bu iletişim yöntemleri yetersiz gelmeye başlamıştır, aralarındaki bağlantıyı hızlı bir şekilde sağlayacak farklı yöntemlere ihtiyaç duymuştur. Haber iletme konusundaki önemli bir aşama yazının bulunmasıdır. Yazının icadından sonra, haberleşme eylemi de birçok aşamalar geçirmiş, daha ileri toplumlarda uygarlığın evrimine paralel bir gelişim göstererek basın ortaya çıkmıştır.

Gazeteye yönelik birçok farklı tanım bulunmaktadır. Gazete, gelişen, toplumsal olan ya da olmayan, toplumu ilgilendiren ve sosyal yapısı üzerinde etkiye yol açan olayların, “bilgi-emek” düzleminde kamuoyuna iletilmesini sağlayan bir kitle iletişim aracıdır. Gerçeğin ya da olmayanın objektif bir gözlükle halk ile yüz yüze gelmesini sağlayan bir buluşma buluşturma köprüsüdür. Halkın bilgilendirilmesi ve aydınlatılmasını sağlamak gazetenin en asli ve en önemli görevidir. Bu görev gazetenin doğal vurgusunda anlam bulmaktadır. Bu sorumluluk, basına, gerçeklerin yanında olmak ve halkı bu gerçeklerle karşılaşmasını sağlamak görevini yüklemektedir. Gazetenin ve gazeteciliğin gerçek ve en önemli anlamı bu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörün, yalan-yanlış zeminlerde kullanılması halinde onarılmaz sonuçlar doğurabilmektedir (Arhan, 1998: 118-119).

Tanımını verdiğimiz gazete kelimesinin kökeni, İtalyanca «gazetta» sözcüğünden gelmektedir. Fransa’da ilk kez 1631 yılında Theophraste Renaudot tarafından yayınlanan «La Gazette» ile başlayan gazetecilik, zaman içinde gelişerek toplumların en güçlü kitle iletişim araçlarından birini oluşturmuştur (Bülbül, 2000:15).

Tomates III döneminde bir gazetenin olduğu, Firavun Amorsis’in, eleştiri ve hicivlerden tedirginlik duyduğu bunları önleyemediği için de kahrından öldüğü Mısırlı tarihçiler tarafından dile getirilmiştir (Ertuğ, 1970: 25). Ünlü basın tarihçisi Rene Mazedier, Çinlilerin VI. yüzyılda tahta üzerinde oyulmuş harfleri kullandıkları bilindiğini, Çin’in Pekin şehrinde M.Ö 911 yılında *King-Pua* adlı gazetenin var olduğunu, Çinlilerin ise, Mısırlılar gibi papirüs değil, bir çeşit kağıt kullandıklarını yazmaktadır. Volten, ilk gazetenin M.Ö 4000 yılında Çin’lilerde görüldüğünü, Babil’de de olayları günü gününe kaydeden Vakanavüslerin bulunduğu ifade etmektedir (Bülbül, 2000: 8). Gazeteler başlangıçta savaş, provokasyon ve çeşitli ülkelerdeki azınlıkları kendi ülkeleri hakkında bilgilendirmek amacıyla haber mektupları şeklinde ortaya çıkmıştır. Ardından belli aralıklarla ve son olarak günlük gazeteler oluşmuştur. Avrupa’nın el yazması mektuplar ve duvar gazeteleriyle uğraştığı haber ağı kurmaya çalıştıkları dönemde, Çinliler matbaayı bulmuş *Tipao* isimli bir resmi gazete yayımlamışlardır ki, bu olay 618 ve 907 yılları arasında yaşamış olan T’ang hanedanı döneminde gerçekleşmiştir. Çinlilerin matbaayı buluşlarından yaklaşık sekiz yüz yıl sonra Avrupalılar matbaa ile tanışmışlardır (Kalsın, 2016:77).

Gazetelerin öncüleri olan haber mektupları, 13. yüzyılla beraber görülmeye başlanmışsa da, önceleri elle yazılarak çoğaltılmışlar, esas olarak da matbaanın icadından sonra yaygınlaşmışlardır. Tacirlere, bankerlere ve gemicilere haber sağlayan bir araç olan ve özellikle onların bu anlamdaki gereksinimlerini karşılamak amacıyla ortaya çıkan haber mektupları, gazeteciliğin doğuşunda ve 17. yüzyılla birlikte görülmeye başlayan gazetelerin gelişiminde de çok önemli bir rol oynamıştır.

Haber kağıtları ile haber mektupları, gazetenin öncüleri olarak Avrupa'da 14. yüzyıldan itibaren çeşitli işlevler görmüştür. Haber kağıtları, aristokrasi hakkında bilgi taşıma işlevi görürken, haber mektupları, burjuvazinin ticari sorunlarını çözmesinde yardımcı olmuştur. Bir başka kaynaktan da gazeteciliğin gelişimine ilişkin şu bilgiler paylaşılmıştır: “ Batı Roma İmparatorluğu'nun yıkılmasından 15. yüzyıla kadar bir süre gazeteciliğin adı unutulmuştur. 15'nci yüzyılda Avrupa'da yavaş yavaş haber endüstrisi ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu haberler devlet adamlarının kendi etrafındaki topladıkları bilgilerden, askerlere, hacılara yapılan konuşmalardan meydana gelmekteydi. Bu haberlerin mektupları kopyası çıkartılarak halka satılmaktaydı. Gazeteciliğin ataları olan bu mektuplar Venedik'te o çağın Venedik parası karşılığında satılıyordu ve bundan sonra haber yayın basılı şeylere Gazzetta adı verilmiştir” (İnuğur, 1993: 34).

Gazetecilikte en önemli gelişme, Gutenberg'in Almanya'nın Mainz kentinde değişebilir harfleri maden alaşımından dökmesi ve tahta baskı makinesinin kullanılmasıdır. Gutenberg ilk yapıtını 1440 yılında basmıştır. En önemli baskılarından biri, Hıristiyanların kutsal kitabı olan İncil'dir. Jan Faust'un 1445 ve Peter Chofer'in 1457 yıllarındaki yayınlanan kitapları, basın tarihinin ilk eserlerini oluşturmaktadırlar (Tokgöz, 2006: 34). Gazeteciliğin yaygınlaşması ve güçlenmesi kuşkusuz, matbaanın icadıyla hızlanmışır. Şöyle ki, Gutenberg'in bu buluşu kısa zamanda gezici Alman basım ustaları aracılığıyla, bütün Avrupa kentlerine yayılmıştır. Avrupa'da çeşitli ülkeler arasındaki çoğu din kaynaklı savaşlar hakkında bilgi edinme isteğinin de gazeteciliğin gelişiminde önemli rol oynadığı bir gerçektir. Gazetelerin ilk örneklerinin, Orta Avrupa'da ticaretin geliştiği, kentleşmenin en yoğun olarak görüldüğü kentlerde, insanlara belirli ve düzenli aralıklarla yayın sunma olanağı şeklinde ortaya çıkması şaşırtıcı değildir.

Bazı kaynaklara göre; bilinen şekli ve içeriğiyle ilk süreli gazete, 1609'da Bremen yakınlarında Augsberg'da yayınlanmıştır. Augsberg'da çıkan gazetenin adı *Avis*

Relation oder Zeitung'dur. Aynı yıl, Strasburg'da *Relation* adlı bir başka gazetenin yayımlanmaya başladığı bilinmektedir. Başka bir kaynak ise, Hollanda'da 1605'te ticari bültenden doğduğu sayılan *Niuew Tijdingen* adlı yayının ilk süreli gazete olduğu üzerinde durmaktadır. 1622'de Londra'da ilk İngiliz gazetesi *The Weekly News From Italy and Germany* ve 1631'de Paris'te ilk Fransız gazetesi *La Gazette* adıyla haftalık olarak yayımlanmış, bunları 1640'da Roma'da yayımlanan ilk İtalyan gazetesi *Gazete Publica* izlemiştir. 17'inci yüzyılda haftalık gazeteler, bütün Avrupa ve Amerika'da yayılmıştır. Artık gazetecilik başlı başına bir meslek haline gelmiştir.

17. yüzyıl, basının gelişmesi açısından ayrı bir özelliğine sahiptir. Çünkü ilk dergiler de, bu yüzyılda kurulmuştur. Dergi niteliğinde ilk edebi ve ilmi gazete, 1665 yılında Paris'te yayınlanan *Journal des Savants*'dir. Zamanla, diğer ülkelerde de yavaş yavaş dergiler kurulmaya başlamıştır. Ancak dergilerin önem kazanması daha çok 18. yüzyılda mümkün olmuştur (Bülbül, 2011:22).

Basın tarihçileri tarafından 18. yüzyıl basını, Fransız Devrimi'ne kadar olan dönem ve Fransız Devrimi'nden sonraki dönem olmak üzere, iki bölümde incelenmiştir. Bu dönemde, toplumun birçok kurumları ile birlikte basında da önemli derecede gelişmeler meydana gelmiş, öteki yandan düşünsel ve siyasal alanda meydana gelen köklü değişiklikler nedeniyle basınevleri birer sınaî kuruluş haline gelmeye başlamış, yayınlanan gazetelerin içerikleri zenginleşmiştir (Özer, 2010: 21). 18. yüzyılda gazetenin ve gazeteciliğin gelişim çizgisini değiştiren iki önemli olay, hiç kuşkusuz Amerikan Bağımsızlık Savaşı ile Fransız İhtilali ile basının özgür olması anlayışı kabul görülmüş, Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi'ne ve İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'ne yazılı olarak girmiştir. Gazeteciliğin kuramsal çerçevesini oluşturan düşünce ve fikir özgürlüklerinin yazılı hale gelmesi, gazete ve gazeteciliğe özgü yöntem ve tekniklerin biçimlenmesine büyük katkıda bulunmuştur. İlk günlük gazeteler ise, 1660 yılında Leipzig'de *Gazete Quotidienne*, 1702 yılında Londra'da *Daily Couran*, 1777'de Paris şehrinde *Jurnal de Paris* ve 1784 yılında Amerika Philadelphia eyaletinde *Pensilvania Paquet* adlarıyla yaşama geçmişlerdir (Bülbül, 2000: 8-9).

Gazete ve gazetecilik değişik evrelerden geçerek ilerlemiştir. 19. yüzyıl, gazetenin ve gazeteciliğin gelişmesi, kuramsallaşması bakımından pek çok değişikliğin görüldüğü bir yüzyıldır. Hiç kuşkusuz, 19. yüzyılda İngiltere'de endüstri devriminin başlaması, dünyada

gazeteciliğe de damgasını vurmuştur. İngiltere’de başlayan endüstri devrimiyle bağlantılı olarak gelişen enformasyon devrimiyle, gazetecilik daha fazla özgürlük elde etmiş, bir meslek şekline dönüşmüş ve okuyucu kazanmıştır. Gazeteler okuyucusunu tutmak, sürekli okuyucu haline getirmek için haberleri izlemiştir. Gazete ve gazetecilik toplum içinde etkili olmaya yönelmiştir (Tokgöz, 2003:58).

Endüstri devrimi ve beraberinde getirdiği teknolojik gelişmeler, gazetelerin bu teknolojilerden yararlanmasına neden olurken, gazeteler toplumsal ve teknolojik kurum olarak yerini almıştır. Gazeteciliğin gelişmesinde en önemli değişikliklerden biri, insanın ilgisini çekme ilkesinin benimsenmesidir. İnsanın ilgisini çekme ilkesiyle birlikte, gazetecilik yeni boyut kazanmıştır. Bu ilkenin getirdiği yeni anlayışla, gazeteler, sadece seçkinlerin okuduğu yayın organları olmaktan çıkıp, geniş kitlelerin okuduğu gazeteler olmaya dönüşmüştür. 19’uncu yüzyılın başlarında buhar enerjisinin keşfi ve sanayide kullanılması gibi bu da son derece önemli bir olay olarak görülmektedir. 1818’de Paris’te Fransız matbaacısı Pierre Lorilleux çabuk kuruyan basım mürekkebinin bularak daha hızlı baskı yapma olanağını sağlamış, 1827’de Nicephore Niecep tarafından bulunan fotoğraf, daha sonraki yıllarda geliştirilmiş ve böylelikle basında klişecilik dönemi başlamıştır. Bu tarihten sonra klişeler yapılarak gazetelere resim basılması sağlanmış, bu sayede renkli eğlence basınının, bir anlamda bugünkü magazin temelleri atılmıştır. Fransa’nın ilk resimli dergisi *Illustration* 1843’te yayınlanırken, 1800’lü yılların sonunda kağıt üretiminin tam anlamıyla geliştirilmesi ve üretim hammaddesi olarak ağaç hamurundan yararlanılması kağıdın daha ucuza mal olmasını ve basımın gelişimini sağlamıştır (İnuğur 1993: 118). 19. yüzyılın ortalarından itibaren, seçkin gazetecilik anlayışından halka dönük gazetecilik anlayışına ve kitle gazetesine geçiş, gazetenin 19. yüzyılda doruk noktasına ulaşmasını sağlamıştır. Gazetecilikte insanın ilgisini çekme anlayışı olarak nitelenen bu yaklaşımla ilginçlik, önemlilik, anlamlılık ve sansasyon gibi kavramlar gazetecilikte önemli rol almaya başlamıştır.

20. yüzyılın ilk yarısına yazılı basın-gazete, dergi ve kitap egemen olurken, ikinci yarısında önce radyo daha sonra televizyon ağırlık kazanmıştır. 19. yüzyılın son çeyreğinden itibaren oluşmaya başlayan basın tekelleri yönünden yapılan eleştiriler de aynı yöndedir. 20. yüzyılın ilk yarısı içinde gerçekleşen iki büyük dünya savaşı ve izleyen olaylar, geleneksel gazeteciliğin yenilenmesine neden olmuştur. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, gazetecilik yönünde durum daha karmaşık bir hal almıştır. Bir yandan

reklamlar yoluyla sömürü, diğer yandan siyasal yönlendirme izleyicilerin dikkatli olmalarını beraberinde getirmiştir. Gazetecilik yapan kitle iletişim araçları çerçevesinde “toplumun iyiliğini isteme veya kamu yararı için” çeşitli şekillerde değerlendirmeler yapılmış ve beklentiler dile getirilmiştir. Çoğu kez “özgürlükler/denetimler”, “toplumsal/kişisel”, “laik/ahlaki istekler”le tutarlı kılınmıştır. Özgürlük/denetim arasında savaşlar sürerken, gazetecilik kurumları bu durumdan çeşitli şekillerde etkilenmektedir. Ayrıca, gazetecilik kuruluşları, dünyada gelişen iletişim teknolojisiyle küresel siyasal ekonomideki değişikliklere ayak uydurmak zorundadır. Uluslararası iletişim alanında çokuluslu şirketlerin büyümesi, küresel reklamcılığın gelişmesi, gitgide gazetecilik yapan kitle iletişim araçlarının yönetimini ve denetimini daha az sayıda elde toplanır şekle dönüştürmektedir. Gazetecilik yapan araçlarla iletişimin gerçekleşmesi ise, artan ölçüde parasal gücün kullanımıyla mümkün olabilmektedir. İnsanlık tarihi boyunca ortaya çıkan her yeni teknoloji, beraberinde insanlara habere ve enformasyona ulaşmak için yeni olanaklar sunarken, habere ve enformasyona ulaşma alışkanlıklarının da doğal olarak değişmesine yol açmıştır (Özçağlayan, 2018: 24).

Ateş yakmayı, dumanı, ses çıkarmayı, çok önceki dönemlerde kitle iletişim aracı olarak kullanan insanoğlu, çeşitli aşamalardan sonra bugünlere ulaşmıştır. Teknolojik gelişmeler, ekonomideki yapılanmalar, demokrasi ve rejimler ülkelerin, yaklaşımlarını ve bakış açılarını da, değiştirmiştir. Bu değişiklik ve yenilenme çabaları, basın ortamını da etkilemiş, geleneksel gazetecilikten çağdaş gazeteciliğe geçişi hızlandırmıştır (Bülbul, 2000: 17). Sözcüğün yanı sıra görüntünün de elektronik olarak üretildiği ve uzak mesafelere taşındığı televizyon, ardından belirli ölçüde türdeş bir kitleye kablo bağlantısı yoluyla ulaşan kablolu televizyon (1948) ve 1960’lardan sonra hız kazanan uzay araştırmaları sonucunda, atmosferde belirli yörüngelere oturan ve elektronik iletişimin yeryüzünde karşılaşılabileceği engelleri büyük ölçüde ortadan kaldırarak internet, medyanın bir bakıma önünü açan uyduların iletişimde kullanılmaya başlaması, 1970’lerde bireysel tüketicilerin kullanabileceği türde bilgisayarların üretimi ve 1990’ların başlarında da internetin ticari kullanıma açılması, bu yeni gelişmeler arasında temel öneme sahip olanlardır.

Nurcan Törenli (2005,68), basılı sözcükten elektronik olarak üretilmiş sözcüğe geçiş dönemini kısaca şöyle özetlemiştir: “Telgraf, telefon, telsiz, teleks ve ardından radyo okuryazarlık gerektirmeyen, dinleme yoluyla yararlanılabilen, işitsel ya da elektronik olarak

üretilmiş, iletişim alanında on dokuzuncu yüzyıla damgasını vuran, birbirleriyle teknolojik ve ekonomi-politik birçok yönden bağlantıları olan gelişmelerdir”.

İnternetin insanoğlunun hizmetine sunulması, gazetecilik için yeni bir form olmuştur. Kısa süre içerisinde küresel ölçekte yaygınlaşan internetle birlikte hem kurumlar hem de kişiler kendi içeriklerini üretebilme ve paylaşabilme imkanına kavuşmuştur.

2.2. İnternet Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Günümüzde internet, değişik coğrafyalara dağılmış milyonlarca bilgisayar, telefon cihazları kullanan insanlar arasında, şimdiye değin karşılaşılanlardan oldukça farklı bir iletişim olanağı yaratmıştır.

İnternet terimi, ‘international’ (uluslararası) ve ‘network’ sözcüklerinin birleşmesinden oluşmuştur (Karaduman, 2003: 138). İnternet, dünya çapında yaygın bilgisayar ağları ve kullanıcıları olan açık endüstri standartlarına dayanmaktadır. Bu yaygın bilgisayar ağları, binlerce veri tabanı ve diğer kaynaklardan bilgi sağlamaya ve bilginin diğer kullanıcılarla değiş-tokuşuna, paylaşımına olanak tanımaktadır (Gürcan, 1999: 38). İnternet için çok yönlü tanımlamasını kullanan Merril Moris ve Christin Ogan’a göre, “İnternet, geleneksel kitle iletişim modelindeki ‘kaynak-mesaj-alıcı’ rolünü tek başına üstlenmektedir. Bu doğrultuda, sözü edilen işlevi bazen geleneksel yayıncılık şablonuyla yerine getirmekte; bazen de kaynak-mesaj-alıcı öğeleriyle; yeni iletişim modelleri konfigüre etmektedir. Bu durum, bir tür iletişim ‘dönencesi’ olarak da adlandırılmaktadır. Mesaj, tekilden-gruba, gruptan-kitleye ve ters yönde kitleden-gruba ya da gruptan-tekile iletilebileceği gibi, kitleden bireye ya da gruptan-kitleye olmak üzere çok değişik şekillere bürünebilmektedir” (aktaran Dağtaş ve Derelioğlu, 1999:89).

Görüldüğü üzere, internet medya ortamı, farklı iletişim boyutlarının aynı anda ve koşut olarak gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır. Örneğin, çoğuldan çoğula veya tekilden çoğula eş zamanlı iletişim sohbet hizmeti şeklinde; tekilden tekile eş zamansız iletişim e-posta iletisi şeklinde; çoğuldan çoğula eş zamansız iletişim grup iletişimi şeklinde; sunucudan çoğula veya tekile ya da bir diğer sunucuya eş zamansız iletişim web yayıncılığı şeklinde gerçekleşmektedir (Binark, 2007: 22).

İnternetin kökeni, 1962 yılında Amerikan Askeri Araştırma Projesi (ARPANET) ve Massachusetts Institute of Technology'nin tartışmaya açtığı "galaktik ağ" kavramıyla birlikte gündeme gelmiştir. ARPANET çerçevesinde ilk bağlantı, 1969 yılında dört merkezle University of California at Los Angeles, Stanford Research Institute, University of Utah ve University of California at Santa Barbara yapılmıştır. İnternet'in temelini oluşturan bu projedeki ağa zamanla yeni bilgisayarların eklenmesiyle ağ üzerinden iletişim giderek arttırılmış ve çok sayıda kullanıcının yararlandığı e-posta, tartışma listeleri, dosya transfer gibi yeni kullanım alanları ortaya çıkmıştır (aktaran Kalsın, 2013: 70). 1970'lerin sonlarında başlayan teknolojik gelişmeler, enformasyonu sayısal işlemde geçirerek bilgisayarların işleyebileceği, depolayabileceği, iletilebileceği hale getirmiştir. Sayısallaştırma, günümüzü niteleyen yeni iletişim ortamının ve bu iletişim ortamında yazı, ses, görüntü ve hareketli görüntü gibi farklı medya formatlarında kodlanmış her türlü enformasyonun aynı iletişim altyapısı üzerinden aktarılabilmesinin ve iletişim altyapısının sayısal bir iletişim ağı olarak ulusal sınırları aşan, küresel düzeyde iletişime uygun bir altyapıya dönüşmesinin temelinde yer almaktadır (Aydoğan ve Başaran, 2012: 219). 1971 yılında Ağ Kontrol protokolü (Network Control protokol) çalışmaya başlamıştır.

1973 yılında farklı ağların aralarında veri iletimi sağlayabilmeleri için TCP/IP (Transmission Control Protocol/Inter net Protocol) internet üzerinde yer alan farklı özellikteki bilgisayarların ve ağların birbirleriyle sağlıklı bir şekilde iletişim kurabilmelerini sağlayan ortak bir dil oluşturulmuştur ve kullanılmaya başlanmıştır. 1989 yılında ise ABD hükümeti ARPANET'i finanse etmeyi bırakma kararı alınca, ağa bağlı kullanıcılar, internet adı verilecek sistem için tasarılar hazırlamışlardır. İnternet kelimesi, o zamandan beri ağın kendisi ve ağ üzerindeki iletişimi yöneten protokoller şeklinde iki anlamda kullanılmaktadır. Anlaşıldığı üzere internet tek bir şebeke olmayıp, birbirlerine bağlı ağların adıdır.

1989'da Avrupa Nükleer Araştırmalar Merkezi'nde (CERN) World Wide Web (www)'in geliştirilmesi, internetin gelişmesinde diğer bir önemli dönüm noktası olmuştur. Bu gelişme, interneti multimedia için uygun bir platforma dönüştürmüş, diğer taraftan da ticari kullanıma hazır hale getirmiştir. 1990'lara kadar devlet desteğinde gelişen internet omurgasının özelleştirilmesi sürecinin başlangıcı olmuştur.

1990'ların başında ticari kullanıma açılan ağın, bir yıl içerisinde bir milyon civarında kullanıcısı olmuştur. 1991'de ilk web görüntüleme yazılımı olan Mosaic kullanıma girmiştir. Siviller arasındaki internet 1991 yılında etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Başlangıçta deneysel ve herkesin kullanımına açık olan Mosaic, 1994 yılında Netscape adıyla pazarlanmaya başlamıştır (Kara, 2006: 18). 1994 yılında teknolojik gelişmelerle popüler duruma gelen internet, çeyrek yüzyıl gibi kısa sürede üç evreden geçmiştir. Bunlar kısaca Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 olarak tanımlanmıştır. Birinci nesil web etkileşimin sınırlı olduğu bir internet teknolojisini vurgular. 1995'e gelindiğinde internet alanı neredeyse tamamen özelleştirilmiştir. Sonuçta internet, Castells'in deyişiyle, "bilgisayar bilimcilerin kafasında 1960'larda başlamış, 1970'ler ve sonrası boyunca bilim adamları arasındaki genişleyen ve zenginleşen ağlar ile hayat bulmuş ancak insanların büyük çoğunluğu için ancak 1995'te başlayabilmiştir" (aktaran Aylin, 2012: 228).

1995 ile 2004 yılları arasında web sayfalarının yapılması ve düzenlenmesi elle yapılmış ve uzmanların kontrolünde olmuştur. Daha sonrasında programcılar web sayfalarını hızlı ve kolay şekilde düzenlemeyi sağlayan araçlar geliştirmişlerdir (Poe, 2015: 378). 2004 yılında Web 2.0 ile kullanıcının da müdahil olduğu ikinci nesil internet hizmetlerine geçilmiştir. Etiket teknolojisinin ana hatlarını belirlediği bu nesilde sosyal ağ siteleri, blog ve vikiler kullanılmaya başlanır. Web 2.0 terimi okunabilir/yazılabilir web anlamına gelmektedir. Bu dönem itibarıyla internetin yeni tanımını Poe (2015: 378), "kaydedilebilir/fotoğraf ve video çekilebilir web" şeklinde açıklar. Web 3.0 ile ise; içeriklerin yazılımlar tarafından anlaşılabilir, yorumlanabilir ve kullanılabilir olması yönünde geliştirilmiştir. Web 1.0'dan sonra özellikle de yeni Web 2.0 ve Web 3.0 görünümüyle internetin küresel ölçekte yaygınlaşmasının temelleri atılmıştır (Castells 2016: 150). Bilgisayar teknolojileri ile medya arasındaki bu yaklaşma gazeteciliğin yapısında önemli bir değişime neden olmuştur. Basının tüm süreçleri tekrar oluşurken özellikle 2004 sonrası gelişmelerle web 2.0 olarak tanımlanan okurun da habere müdahil olduğu yepyeni bir dönem başlamıştır. Habercilikteki dönüşümle birlikte, yine aynı dönemde web alanında özellikle sınırsız sayıdaki bilgiyi tek bir alan üzerinde toplayan arama motorları önemli bir kullanım alanı olarak karşımıza çıkmıştır. Yine okurdaki dönüşümle web üzerinden habere ulaşma önemli bir eğilim olmuştur (Duman, 2018: 25).

İnternet, kendi zaman ve uzamanını yaratarak bu coğrafya içerisinde kendi yasalarını yürürlüğe koymuştur. Bunların en önemlilerinden biri, sahip olmanın sembolik

yaygınlaşmasıdır. Bununla ifade edilmek isteyen şey, bir televizyon, gazete, dergi gibi iletişim araçlarında olduğu gibi tek bir sahip yoktu. Bilgisayarı olan her internet kullanıcısı bu yapılanmanın sahiplerinden biridir. Böylece erk ve tekel kavramları, internet evreni yasa ve kavramları içerisinde anlamsız ifadelerle dönüşmüş, sadece dış dünyanın gerçekliği olarak dışlanmışlardır (Bulut, 2006:24).

Her devirde ve dönemde toplumsal değişimlerin ve dönüşümlerin başat aktörü olan teknoloji, içinde bulunduğumuz yüzyılda ise, yeniliklere ilişkin devinim hızını geçmiş oranla çok daha yüksek seviyelere çıkarmıştır. Geçmiş yıllarda bir yeniliğin ya da buluşun ilave bir katma değer yaratması seneleri bulurken, günümüzde çok daha kısa sürelerle ifade edilebilen zaman dilimleri içerisinde gerçekleşir hale gelmiştir. Bu nedenle teknoloji, yaşadığımız çağın çok boyutlu ifade edilebilen ve yine aynı şekilde çok boyutlu etkileri olan temel belirleyicilerinden biri olarak düşünülmelidir (Bulunmaz, 2015: 2).

İnternet, sanayi toplumundan bilişim toplumuna geçişin habercisi ve taşıyıcısı olan bir model olarak düşünülmektedir. İnternette geç kalmak, telafisi mümkün olmayan sonuçlar doğurabilir, interneti çağdaş bir matbaa olarak değerlendirilmektedir. İnternetin ve teknolojinin gelişmesi giderek toplumu ve yaşamın tüm boyutlarını değişime zorlamaktadır.

2.3. İnternet Gazeteciliği Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Medya; kitle medyası olarak kökenleri itibariyle iletileri belirli bir mesafeden, tek yönlü aktaran teknolojilerin bir bütünü olarak tanımlanır. Bugün ise, kitle iletişim araçlarına bilgisayarın eklenmesiyle medya kavramı yakınsanmış ya da yöndeşmiş ve çok yönlü olarak hareket edebilen bir ortama doğru dönüşmüştür. Bu durumun ortaya çıkmasında özellikle 1970'lerin sonlarına doğru, başta uydu teknolojilerindeki gelişmelere bilgisayar tabanlı gelişmeler ve kablo gelişmeleri ile yeni bir ilişki ortaya çıkması büyük rol oynamıştır.

İnternet gazeteciliği farklı aşamalardan geçerek günümüze kadar gelmiştir. İlk zamanlar geleneksel gazetenin içeriğini birebir kopyalanmasıyla başlayan internet gazeteciliği, daha sonra basılı gazetede yer alan haberler dışında haberlere de yer verilerek farklı platformlarda paylaşılmaya başlanmıştır (Aydoğan, 2013, 31).

Teknik açıdan da internet, hızı ve ucuz maliyetli iletişim aracı olmuştur. Hiçbir kurala bağlı olmadan yapılan interaktif iletişim sayesinde internet kullanıcılarının dolaşıma soktukları haberler veya ilginç öz deneyimler başka kullanıcılar tarafından ilgi ve katılım görünce internet gazeteciliğinin birinci adımı atılmış oldu. İnternet sağladığı hızlı bilgilenme, bilgi aktarma, bilgiyi yorumlama geri dönüşümün anında alma gibi özelliklerden dolayı da hızla gelişmeye başladı. Gün geçtikçe artan bilgisayar kullanıcı sayısı ve buna bağlı olarak internet kullanıcılarının artması da internet gazeteciliğinin gelişmesine önemli katkı sağlamıştır (Bulut, 2006: 26).

Geleneksel olarak matbaa ile basılan gazete, dergi gibi bir çok yayın da giderek artan oranlarda internet ortamında yayınlamaktadır. Birçok yayımcı, basılı olarak yayınladıkları gazete ve dergilerini aynı zamanda web ortamda da sunmaya başlamışlardır. Bunun dünyada ilk örnekleri; 1995'te *New York Times*, *The Washington Times* ile başlatmıştır. Aynı yıl Avrupa'da da *International Herald Tribune* ve *Daily Mirror* gibi gazeteler sayfalarını internete açmıştır. Basılı yayın olarak yayınlanan gazete ve dergilerin neredeyse tümünün artık web versiyonları da bulunmaktadır. Bu gelişmeye paralel olarak yalnız internette sunulan ve basılı hali bulunmayan bir çok gazete ve dergi de yayınlanmaktadır (Atabek, 2001: 128).

İnternetin hızla yayılmaya başlaması gazetede de değişim ve dönüşüme sebep olmuştur. İnternet tarihin en hızlı yayılma gösteren iletişim aracı olmuştur: ABD'de radyonun 60 milyon insana ulaşması 30 yılı almış, TV bu yayılma seviyesine 15 yılda ulaşmıştır. İnternet ise, dünya çapında bilgisayar ağının gelişmesini izleyen üç yıl içinde bunu başarmıştır.

Metin, fotoğraf, video, grafik, ses unsurları, reklam ve yüklenebilir yazılımlar içeren web, üç ana unsurdan biraraya gelmektedir: Erişim sağlayıcıları, içerik sağlayıcıları ve kullanıcılar. İçinde yaşadığımız dijital çağ, diğer bir çok alanda olduğu gibi kitle iletişim araçlarını da yapı ve yöntem bakımından değişime zorlamaktadır. Gazeteler, var oluş nedenleri olan haber verme işlevlerini, geleneksel yapısının yanı sıra internet ortamında da sürdürmeye çalışmaktadır. Haber, toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek, gerçekliğin, kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmasıdır. Haber, içinde barındırdığı çok katmanlı yapısı nedeniyle formel olarak düzenlenişi, tanımlanmasından ve kavramsallaştırılmasından

daha kolay bir iletişimsel yapılanmadır. Bu iletişimsel yapılanmanın internet ortamındaki sunuş şekline farklı çalışmalar içinde online, sanal, dijital, elektronik gazetecilik, ayrıca web ya da internet gazeteciliği de denilmektedir.

İnternetle birlikte ortaya çıkan yeni gelişmelerle geleneksel tek yönlü iletişim yerine etkileşimli olarak ses, hareketli görüntü, metin ve resim gibi içerikler taşınabilir duruma gelmiştir. Bu nedenle, 1990'lı yılların başlarından itibaren internet gazetecilikte kısa sürede önemli, aynı zamanda yetkin bir tamamlayıcı öge olarak değerlendirilmeye alınmıştır. Bilgisayar teknolojileri var olan haber endüstrisi ürünlerine gerçek zamanlı olarak erişmeyi mümkün kılan hale getirmiştir. Çok büyük ölçekli haberlere, arşivlere, haritalara, video ve ses kayıtlarına veya haberi destekleyici malzemeye artık internet sayesinde ulaşmak çok kolaylaşmıştır. Bununla birlikte, bilgisayar başında oturup internetten haber okumaya başlayan izler kitle oluşmuştur. Bu yeni izlerkitleye yönelik olarak haber iletmenin önemiye çok çabuk kavranmıştır. Halen geleneksel olarak yayınlarını sürdüren gazeteler, haber ajansları, televizyon, radyo istasyonları çok kısa süre içinde yeni izler kitleye ulaşma yönünde uyum gösterdi. Bugün internete girildiğinde, ABD ile dünyanın pek çok ülkesinde yayımlanan yüksek tirajlı gazeteleri web sayfalarında günlük olarak izlemek mümkündür (Tokgöz, 2003:80). Aynı şekilde, Kırgız gazeteleri de bu yeni olanaktan yararlanmaktan geri kalmamıştır.

Gazeteciliği geliştiren ve etkili bir iletişim aracı haline getiren 19. yüzyılın ulusal ve uluslararası çalkantıları, teknolojik iyileşmeler, okuryazarlığın artması gibi pek çok toplumsal etken oldu. Burjuvazi gelişmeseydi gazetecilik de ortaya çıkamayacaktı. (Alemdar ve Uzun, 2013: 44). Fakat iletişim ortamı bilindiği gibi, son yıllarda baş döndürücü bir hızla yaygınlaşan yeni teknolojilerin egemenliğinde gelişmektedir. Bunun en önemli aracı internettir. Bilginin ve haberin dolaşımına olağanüstü hız kazandıran bu teknoloji, giderek bütün dünyaya yayılmıştır. Avrupa'da burjuvazi iletişim alanına nasıl gazeteyi getirdiyse, ABD'yi yönetenler koşullara uygun yeni bir iletişim aracını, interneti yaygınlaştırmışlardır.

İletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeyle birlikte geleneksel medya haberlerini okura/izleyiciye yeni ve farklı bir yolla ulaşabilme olanağı bulmuşlardır. İnternetin yaygın olarak kullanılmaya başlamasıyla birlikte, bir çok alanda web sitesi açılmıştır. Şu anda milyonlarca kullanıcısı olan sanal ortama hemen her konuda bilgiye ulaşmak mümkün hale

gelmiştir. Hızlı olmasından dolayı okuyucular günlük gazeteleri kısa bir süre içerisinde tarayabilmekte, son dakika haberlerine göz atabilmektedir. Hemen hemen bütün elektronik gazeteler yayınlarını kendi hizmet sağlayıcılarından, internet kanalı ile okuyucularına sunmaktadırlar.

İnternet gazeteciliği, gazetecilik olgusunu internet üzerinden dijital olarak yapılanmasıdır. Her ne kadar elektronik gazetecilik ile internet gazetesi kavramları farklı olarak kullanılıp işlev olarak farklı alanlara hizmet etse de, çalışma açısından ikisi de aynı kavram içerisinde internet gazeteciliği olarak kavramlaştırılmaktadır (Törenli, 2005: 205-206).

İlk dönem internet gazeteciliğinin özellikleri arasında geri beslemenin hızlanması dikkat çekerken okurun da etkileşimine imkân vermesi önemli bir gelişmedir. Hızla gelişmekte olan teknolojinin yanı sıra sosyo-politik ve ekonomik değişiklikler ile gazeteciliğin değerleri veya nitelikleri yeni çevreye uyum sağlamak için yeni yollarla yeniden yorumlanması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Yeni iletişim teknolojileri gazetecilik alanını da kısa bir süre içinde bir asteroid çarpışmasına benzeyen bir etki bırakmış, kısa bir sürede dalgalanma etkisini hissettirmiştir. Yeni gelişmeler, gazeteciliğin temel nitelikleri için hayatta kalması için yeterli olmayabilecek önemli zorlukları da ortaya koymuştur (Siapera ve Veglis, 2012:32).

İnternetin gelişip yaygınlaşmasıyla birlikte, içerik üretmek ve üretilen içeriği paylaşmak, herkes için olanaklı ve pratik hale gelmiştir. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte hayatımıza giren sosyal medya ortamlarının etkileşimsellik ve eşzamanlılık gibi temel özellikleri, bireylerin fiziksel ortamda bir araya gelme zorunluluğunu ortadan kaldırmış ve böylece gerek bireysel, gerekse toplumsal iletişimi önemli ölçüde etkilemiştir. İnternet medya teknolojilerinin ortaya çıkışı, iki ayrı koldan ilerleyen bilgisayar ve medya teknolojilerindeki tarihsel gelişmelerinin bir araya gelmesiyle mümkün olmuştur. Lev Monovichyeni medyanın ortaya çıkışını hazırlayan gelişmeleri 1830'lara kadar dayandığını savunur. Bu süreç Charles Babbage'in "antik makine" ve Louis Daguerre'in "dagerotip"i icadıyla başlayarak, 20 yy'ın ortasında modern dijital bilgisayarın geliştirmesine kadar devam etmiştir (Arık, 2013: 6).

Yeni medya alanında kökten gelen değişimler getirerek analog medyayı dijital temsile çevirmiştir, internet istenen her yere ulaşılmakta ve farklı medya türlerinde gösterebilmektedir. Yeni medyanın ayırt edici beş prensibini sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kültürel kod çevrimi olarak belirtilmektedir (Arık, 2013: 8). İnternet gazeteciliği yazınının ilk örneklerinde araştırmacılar teknolojik gelişmeyi ve bunun içerik üretimine ve sunumuna getirdiği olanakları merkeze almıştır. İnternet gazeteciliği yazınında birinci dalga olarak sınıflandırılan bu çalışmalarda internetin etkileşim (interactivity), bağlanabilirlik (hypertextuality) ve çokluortam (multimedia) özelliklerinin internet gazeteciliğinde kullanılmasının potansiyel sonuçları ütöpic bir yaklaşımla kavranmış ve bu üç özelliğin uygulamalarda mutlaka kullanılması gerektiği belirtilmiştir (Domingo, 2008: 23). İnternetin etkileşim, bağlanabilirlik ve çokluortam özelliklerinin internet gazeteciliğinin ayırt edici özellikleri olarak benimsendiğini ve bu üç özelliğin gazetecilik açısından barındırdığı potansiyellerin mevcut örneklere ne derece yansıtıldığının incelenmiştir (Steensen, 2011: 312).

Yeni iletişim ortamları sözlü, yazılı, görsel ve işitsel iletişim araçlarını kapsayan bir yapıdadır. Teknolojilerin birbiriyle bağlantılı olduğu böylesi yapılar çoklu medya ortamlarını yaratırken; cep telefonları, diz üstü bilgisayarlar ve yetenekleri günden güne artan tablet cihazlarda hayat bulmaktadırlar. Gelişen teknoloji ve bilgisayar kullanımındaki yaygınlaşma ekonomik ve kültürel olarak toplumun doğasını ve anlayışını kaçınılmaz olarak etkilemektedir (Gökçe, 2013: 8).

1995 sonrası sayıları hızla artan ve kurumsallaşmaya başlayan internet gazeteciliği, gelişimi ve uygulama şekli bakımından üç döneme ayrılarak incelenebilir. Birinci dönem, geleneksel gazetelerin egemen olduğu fakat gazetecilerin haber içeriğini internet gazeteciliği için üretmedikleri, günlük gazete için üretilen haberleri gazetenin web sayfası için tekrar tasarladıkları dönem olarak özetlenebilir. Birinci dönemin izleri hala devam etmektedir. İkinci dönemde, gazeteciler haber içeriğini özgün olarak sadece web sayfası için düzenlemektedirler. Düzenlenen bu içerik, okuyucunun anında çeşitli sınıflanmış haber ve enformasyonu etkileşimli olarak ulaşabilmesini sağlamaktadır. Üçüncü dönemde ise, 2000 sonrası haber merkezlerinde görülen sadece web sayfasının yeni bir iletişim mecrası olarak biçimlendirilmesidir (Tokgöz, 2003: 82-83). Bu dönemde dikkat çeken gelişme ise; günlük gazetelerin haber web sitelerinin, özel parasız haber sitelerinin kopyala yapıştır biçiminde akınıyla karşı karşıya kalmasıdır (Maigret, 2012: 341). Özellikle istihdam ve

finansman sorunu yaşıyan yeni nesil haber web siteleri geleneksel haber merkezleri ve ajanslar ile beslenerek var olmaya çalışmaktadırlar. İnternet gazeteciliğine ilişkin modelleri, Deuzetarafından ana akım (main stream) haber siteleri, indeks ve gruplama (index & category) siteleri, eleştiri ve yorum (meta & comment) siteleri ve paylaşım ve tartışma (share & discussion) siteleri olarak gruplandırılmıştır (aktaran, Kırçıl ve Karagüler, 2003:19).

İnternet kendine özgü olanakları dolayısıyla, mevcut kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayılmasında olanak veren bir araç olmakla kalmayıp, aynı zamanda enformasyonun yeniden üretildiği ve yeni biçimlerde sunulduğu bir ortam haline gelmiştir (Karaduman, 2003: 139). Bilginin üretilmesiyle birlikte, yeni üretim teknolojileri, doğal olarak gazeteciliğin teknik ve basım işlerinde değişime neden olmuştur. İnternet'in 40 yıl gibi kısa bir geçmişi olmasına rağmen; bugün yer, mekan ve zaman kavramlarını birbirleriyle bütünleşik hale gelmiştir. İnternetin varlığını güçlendirerek devam ettirdiği bu yeni küresel dünya, insanların yaşamlarının bir parçası olmuştur. Bu gelişme ışığında toplumları oluşturan insanların da paylaşım anlayışları, internetin varlığıyla birlikte evrimleşerek, değişime uğramıştır. Geçmiş zamanlarda paylaşma güdüsüyle yerine getirilen fotoğraf çekmek, telefonla haberleşmek, mektuplaşmak gibi alışkanlıklar yine bu hızla hayatlarımızın merkezi konumunda kendine yer edinen internetle birlikte bütünleşmiştir. Artık bütün paylaşım alışkanlıkları tek elden, daha hızlı, daha direkt ve bütün olarak internet aracılığıyla yapılmaktadır.

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, her gün yeni bir ivme kazanarak devam etmektedir. Radyo ve televizyonun hayatımıza girmesi ile birlikte gazetenin ortadan kalkmadığı gibi yeni iletişim teknolojilerinin geleneksel iletişim araçlarını ortadan kaldıracaklarını söylenmemelidir. Ancak yeni iletişim teknolojilerinin geleneksel iletişim araçlarını ve özellikle de gazeteleri olumsuz yönde etkilediğini ve ileride bunun artarak devam edeceğini artık bir gerçektir. Merkezi İngiltere'de bulunan *The Economist*'in yaptığı analize göre, insanlar haberleri artık internetten takip ettiği ve genç nesil gazeteleri fazla okumadığı için gazetelerin tirajı yıldan yıla azalıyor. Reklamların online sitelere kayması nedeniyle, gazetelerin reklamlardan aldığı pay da giderek düşüyor. Yapılan araştırmalara göre, yazılı basındaki reklamların yaklaşık dörtte biri önümüzdeki 10 yıl içinde internet medyaya kayacak. Yazılı basının 1995 yılında tüm reklam gelirlerinden aldığı yüzde 35'lik payın, 2005'te yüzde 30'a inmiştir (Özçağlayan, 2018: 9)

Öncelikli kullanım amacı insanların birbirleriyle iletişim kurmasını sağlamak olan internet zamandan ve mekandan bağımsız olarak, insanlar arası iletişimin hem niteliğini hem de süresini artırarak, insanların günlük yaşamları üzerinde olumlu sosyal sonuçlara yol açmaktır. İnternetin oluşturduğu çevrimçi ortamın sunduğu bu yeni tür demokrasi potansiyeli internetin şu özelliklerinden kaynaklanmaktadır.

Etkileşim: Kullanıcıların aynı anda birçok kişiye, karşılıklı iletişim kurmalarına olanak sağlar.

Küresel ağ: İletişim, ulus-devlet sınırlarını aşarak küresel bir boyutta gerçekleşir.

İfade özgürlüğü: İnternet kullanıcılarının görüşlerini, sınırlayıcı devlet sansürü olmadan ifade etmelerini sağlar.

Bilgi üretim ve dağıtım olanağı: İnternet kullanıcıları, resmi otoritelerin denetim ya da yaptırım tehdidi olmadan bilgi üretebilir, ürettikleri bilgiyi dağıtabilir

Bir gruba üye olma özgürlüğü: Bireyler ilgi alanları doğrultusunda internette oluşturulmuş sanal topluluklara katılabilir.

Resmi ve özel otoritelere itiraz etme olanağı: Resmi ya da özel otoritelerin ortaya koyduğu bilgilere itiraz edebilir ya da bu bilgiler reddedebilir (Karaduman, 2014: 106).

Haberlerin işlenmesi ve yayılması bakımından yeni imkânlar sunan internet gazeteciliği, biçimi ile çoklu medya imkânları gelmiş ve bir haberin metin, fotoğraf, ses ve video görüntüsü ile aktarılabilmesi sağlanmıştır. Yakınsama olarak tanımlanan internet medya kültürünün en belirgin özellikleri olan etkileşim, dijital kod kullanımı ve hiper metin ile geleneksel haber biçimleri farklı bir boyut kazanmıştır. Dijk, etkileşimin iki yönlü veya çok yönlü iletişim kurabilme yeteneği sağlayan, eşzamanlılığı ortadan kaldıran bu internet gazeteciliği döneminde internet medyanın daha etkileşimli olduğu için geleneksel medyadan potansiyel olarak daha güçlü olduğuna vurgu yapar (2016: 22).

İnternet gazeteciliğın geleneksel medyadan farklı olarak en fazla ön plana çıkan dört yönü hızı, geri dönülebilir olması, detaylara izin vermesi ve yayıncı açısından da okuyucu

açısından da özgürleştirici olma özelliğidir. Özellikle en son haberler, TV bültenlerinden bile önce internet gazetelerinde anında online olarak yayınlanıyor. Günlük gazeteler bu haberi ancak ertesi günkü baskıda verebiliyor. İnternet gazeteler birçok kolaylık getiriyor. İnternet gazeteciliğın sunmuş olduğu imkanları ana başlıklarıyla toparlayarak olursak. Bunlar; “hiper-metinden yararlanma, etkileşim, depolama ve arşivleme, multimedya (çoklu ortam), her an taze haber sunabilme, maliyetinin ucuz olması ve kişiselleştirme” özellikleridir (Halıcı, 2005: 156-162).

1. Hiper-metinden Yararlanma Özelliği: Hiper-metinler, ağ üzerinden diğeri alternatif mecralara kolayca erişimin gerçekleşmesidir. Diğeri bir deyişle hiper-metinler ana metinle ilişkilendirilen (linkler) bağlantılardır. Hiper-metinler kısaca WWW ya da World Wide Web olarak da bilinir. Hiper-metinler “ses, video, grafik ve metinsel bilgilerin” birleştirilmesini içerir. Hiper-metinler ile bazı dokümanları okumak veya dinlemek; ses dosyalarını ve film nesnelere eylem halinde algılamak mümkündür. İnternette hiper-metinlerin en yaygın kullanım biçimi HyperText Markup Language (HTML)’dir. Sayfalar internet tarayıcı programları (browser) yardımıyla görüntülenir (Sütçü ve Akyazı, 2005: 104). İnternet haberlerinin hiper-metin özelliğiyle, haberle ilgili tüm dokümanlara bağlantılar verilebilmektedir. Haberle ilişkili geleneksel araçlardaki zaman ve sütun sınırlılıkları ortadan kalkmıştır. Haberler uzun olarak verilebilmektedir. Herhangi bir metin ya da grafik unsuruna bağlantı/gönderme yapılarak verilen haberi tamamlayıcı nitelikteki fotoğraf, arşiv bilgisi, grafik gibi hiper-metinler de ana metne dâhil edilebilmektedir (Binark, 2007: 22). Haberde bir hiper-metin dokümanı genellikle okura küçük sayfalar olarak sunulmakta ve içinde ilgili diğeri dokümanlara, parçalara, resim, tablo gibi nesnelere bağlantı işaretleri (link) içermektedir. Bu işaretler, küçük ikonlar, altı çizili satırlar, gölgeli satırlar, farklı renkli cümlecikler ile okurun karşısına çıkmaktadır. Okur, bu göstergelerden birini seçince o linkle bağlantılı olan verilere geçiş yapmaktadır (Akgül, 2006: 35). Hiper-metinler yalnızca belirli bir enformasyon tipi içinde doğrusal olmayan bağlantıların kurulmasını sağlamaz aynı zamanda bu bağlantıların farklı enformasyon tipleriyle de bağlantı kurulmasına imkân verir (Pavlik, 2013: 28). Diğeri bir ifadeyle, hiper-metinler, yalnızca bir metin belgesinden başka bir metin belgesine değil aynı zamanda bir metin belgesinden bir ses belgesine de bağlantı sağlamaktadır (Halıcı, 2005: 161-162).

2. Etkileşim Özelliği: İnternette birlikte kullanıcı içeriği kontrol etme, seçme olanaklarına sahip olmuş ve geleneksel tek yönlü iletişim yerine etkileşimli (interaktif)

iletişim gündeme gelmiştir (Kazaz, 2007: 24). Yeni iletişim teknolojilerinin etkileşim özelliği, iletişimde gözün ve kulağın eşzamanlı bir biçimde devrede olduğu bir ortamı oluşturmaktadır (Törenli, 2005:156). Okurlar, dijital kodlamayı aynı anda aktarabilme ve geri dönüşümde bulunabilme olanağına sahiptirler. Etkileşim özelliğinin iletişim sürecine ilişkin bir diğer dönüştürücü etkisi de iletişimin zamanında eş zamanlı olma derecesine ilişkin yaptığı açılamdır (Binark, 2007: 21). Yeni iletişim teknolojilerinden internet, coğrafi uzaklıkları bilgiye ulaşmada bir sorun olmaktan çıkarmış, uzakta olan insanların diğerleriyle etkileşimini ve deney alışverişini kolaylaştırmıştır (Özçağlayan, 2018: 16).

Timisi'ye (2003: 134) göre, internet bağlamında etkileşim üç unsuru içermektedir. Bunlar “hız, eylemin sayısı ve kapsamıdır”. Etkileşimin hızı ya da tepki zamanı, yeni iletişim sistemlerinin en önemli niteliğidir. Etkileşim, iletişimde bulunan bireylerin tepkilerini birbirlerine gönderme süreleri ve kapasiteleri olarak tanımlanabilir. Etkileşimde hızın en yüksek olduğu iletişim biçimi yüz yüze iletişimidir. Yüz yüze iletişim biçiminde var olan etkileşim hızına en yakın iletişim aracı iki insanın yaptığı telefon görüşmesidir. Geleneksel iletişim araçlarından örneğin radyo ve televizyon, etkileşim hızını ancak telefonla programa katılım sırasında gerçek zaman iletişimine yaklaştırmaktadır. Bu anlamda bilgisayar temelli yeni iletişim teknolojileri, etkileşim hızını en yüksek noktaya çıkaran iletişim araçlarıdır. Telefon bağlantısının bir özelliği olarak internet iletişimini örneğin telekonferans sistemi sayesinde birden fazla bireyi birbirine gerçek zamanda bağlamaktadır. Benzer olarak karşılıklı konuşmaya izin veren sohbet (Chat) sistemi de kullanıcılar arasında anında etkileşimi sağlayan sistemlerdir

Etkileşim özelliğiyle okur, yanlış yapılan habere müdahale edebilir, uyarıda bulunulabilir ve haberin düzeltilmesine katkı sağlayabilir. Okur, tepkisini aracısız bir şekilde anında verme imkânına sahiptir. İnternet gazetecilik ortamında okur, kullanıcıya dönüşürken geleneksel gazetecilikten farklı olarak haberlere yaptığı yorumlarla yayın organına gazeteye katkıda bulunabilir ve tepkisini anında iletebilir. Ayrıca hiperlinkler aracılığıyla arşiv ve diğer kaynaklara ulaşılabilir. İnternetin sunduğu gözetim teknolojileri sayesinde hangi sayfaların ziyaret edildiği, hangi haber ya da yorumların kaç kez okunduğu gibi geri bildirimler site yönetimi tarafından elde edilebilir (Alemdar ve Uzun, 2013: 222).

İnternet medyasının etkileşim özelliğiyle okurlarından geri bildirim almasını sağlayan olanaklar şu şekilde sıralanabilir (Halıcı, 2005: 159-160):

- E-posta: Okur 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: Okur başka okurlarla 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.

3. Depolama ve Arşivleme Özelliği: İnternet sınırsız depolama olanağı sunar. Yeni haberler, öncekilerle değişir. Önceki haberler ve yazılar ise arşivde yerini alır. Anahtar kelimeler kullanılarak arşivden haberlere ulaşılabilir. İyi bir arşiv sistemi okura haberleri tarihine, konusuna ve kaynağına göre sıralama olanakları veren bir arama motoru sunar. Okur, arşivi kullanarak son günlerde, haftalarda, aylarda ve yıllarda medyada ele alınmış olan konular hakkında bir fikir edinebilir. Arşiv ve arama motoru, etkileşimin önemli araçlarından biridir (Halıcı, 2005: 158-159). İnternet gazeteciliğinin depolama kapasitesinin yüksek olması, okurların seçiciliğini desteklemektedir (Binark, 2007: 22). Çünkü arşivleme olanağı sayesinde okurlar, ulaşmakta zorlandığı gazete binalarındaki arşiv odalarına internet üzerinden evindeki bilgisayarının birkaç tuşuna dokunup anahtar kelimeyi yazarak kolayca ulaşabilmektedir. Okurlar, istediği haber, makale ya da fotoğrafın çıktısını alıp

saklayabilmektedir (Gezgin, 2002: 32). Böylece internet gazeteleri, okurlara arşivlerinde araştırma yapma ve bu yolla da önceki olayları güncel olaylarla bağlayabilme konusunda kolaylık sağlamaktadır. Arşivinin ulaşılabilirliği ve işlevselliği alışlagelmiş gazeteci anlayışı olan “Bir kere yaz ve ardından unut” mantığını değiştirerek gazetecinin ürettiği içerikle ilgili sorumluluğunu sürekli canlı tutmasını sağlamaktadır (Yıldırım, 2010: 236). İnternet gazeteciliğinin sağladığı arşivleme ve sınırsız veri olanağı, okurlara kişisel haber sunumu için olanak tanımaktadır. Özellikle abone sistemiyle çalışan/hizmet sunan internet haber sitelerinde okur, ilgilendiği alan ve kategorileri belirterek hangi konularda bilgilendirilmek istediğini ifade edebilmektedir (Halıcı, 2005: 162). Gazeteler, IP (İnternet Protokol) numaraları aracılığıyla kendileriyle bağlantı kuran okurları ve onların ilgi alanlarını tespit ederek siteyi ziyaretlerinde ilgi duydukları konuları önlerine getirmektedir (Sütçü, 2006: 316). Okur, kendi gazetesini kendi oluşturarak, gazete yönetiminin önemliden önemsiz doğru oluşturduğu haber sıralamasını takip etmek yerine, kendi ilgisi doğrultusunda oluşturduğu haber sıralamasını takip edebilmektedir (Gezgin, 2002: 41). Diğer yandan okurlar, ürünün periyodu konusunda da belirleyici olabilmektedir. Tüm bu haberdar etme işlevi, okurların belirlediği sürelerle yapılabilmektedir (Halıcı, 2005: 162). Eğer okurlar haberdar olmak isterse önceden belirleyebildikleri konu başlıkları temel alınarak bu konularla ilişkili haberler web sitelerinde yayınlandığında uyarılır ve istenirse bilgisayarına otomatik yüklenme sağlayan yazılımlarla bilgilendirilir (Törenli, 2003: 217).

4. Multi-medya (çoklu ortam) Özelliği: İnternet teknolojisi, birden çok medya sistemini kendinde barındıran bir teknolojidir. Bu özelliğiyle kullanıcıya çoklu ortam sunar. Multimedya (çoklu ortam), “metin, ilüstrasyon, ses ve video gibi mevcut tekniklerin aynı potada kaynaştırılmasıdır.” Multimedya ile kitlesel ve bireysel iletişim arasındaki sınırlar ortadan kalkmakta ve farklı medya aynı anda kullanılabilir. İnternet gazeteciliğinde multimedya ile enformasyon sadece yazılı değil görüntülü, sesli, hareketli metinler aracılığıyla da aktarılabilir ya da onlarla desteklenebilir (Halıcı, 2005: 160-161). Multi-medya, elektronik iletişim çapını evden işe, okullardan hastanelere kadar gündelik hayatımızın her alanını kapsayacak şekilde genişletmiştir (Castells, 2005: 85). İnternet teknolojileri var olan haber endüstrisi ürünlerine gerçek zamanlı olarak erişmeyi mümkün hale getirmiştir ve büyük ölçekli haberlere, arşivlere, haritalara, video ve ses kayıtlarına veya haberi destekleyici malzemeye ulaşmayı olanaklı kılmıştır (Tokgöz, 2013: 110). Multi-medya adı verilen yapı, çok sayıda iletişim aracı arasındaki bağlantıların etkileşimli tek bir iletişim ortamında ya da çok sayıda iletişim ortamı arasındaki

bağlantıların etkileşimli tek bir iletişim aracında gerçekleşmesini sağlamıştır (Törenli, 2003: 117). İnternet gazeteciliği, internet üzerinde kısaca web olarak adlandırılan ve HTML kısaltmasıyla bilinen yazılım dilinde sayfalar yazılmasına olanak veren multimedya ortamının kullanıma girmesiyle uygulanabilir olmuştur (Çakır, 2007:138). HTML ile multimedya araçları, dünya çapında ağda (www) yer alan diğer sitelere ait linkler gibi kodlanabilmiştir (Pavlik, 2013: 33). Halıcı'ya göre, internet gazeteciliğinde kullanılacak multi-medya öğeleri şunlardır:

- Metin: Kısa bilgi ulaştırır, diğer unsurların gücünden de yararlanır (fotoğraflar, sesler..).
- Fotoğraf: Bir olayın ayrıntılarını anlık çekimlerken en önemli anın görüntüsünü verir.
- Ses: Metnin, fotoğrafın ya da video belgesinin söylediğine duygusallık katar.
- Animasyon: İndirilmesi zor olmakla birlikte, internet gazeteciliğinde “hareketli resimlerin” kullanımı yaygınlaşmaktadır (Halıcı , 2005: 161).

5. Taze Haber Sunma Özelliği: İnternet gazeteciliğinin en önemli avantajlarından biri de, sunduğu enformasyonun her an değiştirilebilme olanağına sahip olmasıdır. Network bağlantılarının dünyayı kuşatması, artık tüm okurların istenilen zamanda ve mekânda internet aracılığıyla gazeteyle ulaşmalarını olası duruma getirmiştir. Bu gelişme, geleneksel anlamda gazete haberciliğinin temel öğelerini oluşturan zamanlılık ve yakınlık kavramlarının yeniden tartışmaya açılmasını da gündeme getirmiştir. Örneğin gazetenin sabahları taze akşam ise bayatlayan haber içeriği, internet gazeteleri açısından kabul edilebilir bir durum olmaktan uzaktır (Gezgin, 2002: 31). Çünkü internet gazeteciliğinde yazılı gazetecilikte yapılandan farklı olarak günlük değil, anlık güncellemeye olanak tanıyan bir teknoloji söz konusudur. İnternet gazeteciliğinde 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 ajansları, muhabir ve yazarlardan gelen yazılar bekletilmeksizin sayfada yerini alır (Halıcı, 2005: 158).

6. Ucuz Maliyetli Olma Özelliği: İnternet gazeteciliğinde baskı masrafları, matbaa makineleri masrafları, yazılı basına göre işçi sayısının azlığına bağlı olarak işçi masraflarındaki azalmalardan dolayı daha az maliyet söz konusudur. Haber sitelerinin haber üretim maliyetleri düşüktür (Gezgin, 2002: 32). İnternet gazeteciliğinde muhabir, foto muhabiri, köşe yazarı istihdam edilmediği için içerik oluşturmadaki maliyeti artırıcı unsurlar ortadan kalkmaktadır. Haber sitelerinin yayın maliyeti; editör ve web tasarımcıların istihdamı, ajans aboneliği, web yayımlama (hosting) ücretleri, büro giderleri gibi sınırlı sayıda gider kaleminden oluşmaktadır ki, bunlar da sabit giderlerdir. Diğer bir deyişle, web yayıncılığında enformasyon yayımı için yapılacak harcama, enformasyonun büyüklüğüne ve o enformasyona erişen kişi sayısına (tiraja) bağlı olmadan sabit bir maliyet üzerinden gerçekleşmektedir (Gürcan ve Batu, 2001: 4). Özellikle gazetenin temel masraflarından biri olan kâğıt masrafının olmamasının internet gazeteciliğini önemli bir masraftan kurtardığını belirten Törenli'ye göre, internet gazeteciliğiyle kâğıda basılı gazeteye sadece araç-ortam açısından bir seçenek yaratılmamıştır. Aynı zamanda bol, ucuz, kullandıkça çoğalan enformasyon 'girdisiyle' emeğin üretim sürecindeki payını azaltmaya yönelik esnek çalışma (büro-ofis dışı, yarı zamanlı ya da ev merkezli çalışma) ya da istihdam modellerini medyadaki üretim süreçlerine ve ilişkilerine dâhil edebilme olanağı da yaratmıştır (2003: 209). Ekonomik yatırımı daha az maliyetli olan bu yeni gazetecilik ortamı, dağıtım maliyetlerinin azlığı nedeniyle yaygın bir şekilde yapılmaya başlandı. İngiliz medya profesörü Donald Trelford: İnternet gazetesi ile artık yarışmak çok zor. Anında haberi en ince detayına kadar geniş bir şekilde verebiliyor. Geleneksel gazetelerin ise bunu takip etmeleri imkansız. Eğer günümüzün gazeteleri haberleri geniş kapsamlı yayınlamaya kalkarsa hacmini büyütmesi yani sayfa dedini çoğaltması lazım. Bu da hem maliyet hem de zaman açısından imkansız. Günümüzün gazetelerinin artık derin analizlere yer vermeye başlamaları gerekiyor. Klasik haber anlayışını yavaş yavaş terk etmeleri önemli. Geleneksel gazeteler gençleri çekmek için bir şeyler yapmalı demektedir (Çakır,2007: 23)

7. Kişiselleştirme Özelliği: Geleneksel gazetelerin pek çok kişinin istemediği, kullanışsız ve gereğinden fazla enformasyonun bulunduğu şekillerde yayımlanması nedeniyle okunma oranlarında düşüşler ve okunmayan nüshalar üretilmektedir. Okur

açısından ortaya çıkan bu olumsuz durum karşısında internetin sunduğu kişiselleştirme olanaklarıyla internet gazeteleri, gelişmeye ve okura yeni bir alternatif gazete sunmaya başlamıştır. Geleneksel gazete okuru, gazetesi kendisine ne sunduysa onu almak ve onunla yetinmek durumundadır. İnternet gazeteciliğinde ise okur, bulunduğu gazete web sitesini beğenmediğinde başka haber sitelerine geçebilmektedir. Bu sayede okur, gazetenin sunduğu tüm enformasyonu ister istemez almak zorunda kalmak yerine kendi belirlediği içeriğe ve beğeniye uygun enformasyonu alma seçeneğine sahip olmaktadır (Gürcan, 1999: 22).

İnternet genellikle özgürleştirici bir araç olarak nitelendirilmektedir. Fakat liberalizimin kurucuları “birinin özgürlüğü başladığı yerde bir diğersinin özgürlüğü son bulmaktadır” demekteler. Sınırsız olan bu özgürlük ortamı, etik açısından tartışmalara yol açmaktadır. İnternet gazeteciliğinde etik kurallarının uygulanıp uygulanmadığı soru ortaya çıkmaktadır. Etik kavramı her meslekte olduğu gibi gazetecilik mesleğinde de önemli bir yere sahiptir. Gazetecilerin bilgi alışverişini sağlamada içinde yaşadığı topluma ve bireylere karşı bir takım sorumlulukları bulunmaktadır. Gazeteciler mesleklerini icra ederken bu sorumluluk bilinci temel alarak ile etik kuralları uygun olarak haber yapmaktadır (Araslı,2011:56).

Haber ve bilginin internet ortama aktarılmasıyla basın etiğinin taşıdığı önem ve sorumluluk artmıştır. Çünkü haber takipçileri artık bilgiye internet aracılığıyla internet gazeteciliği uygulamalarından yararlanarak ulaşmaktadır. Bu gelişimler haber yapma şeklini, muhabir profillerini ve haber kaynaklarını değiştirmiştir, mesleğe yeni bakış açıları kazandırmıştır. Bu değişiklikler etik tartışmalarını farklı boyutlara götürerek internet gazeteciliğinde etik konusunda ihlalleri öne çıkarmıştır (Erdoğan, 2013: 87).

Dünya çapında, yeni bilgisayara dayalı ve bilgisayar ağı merkezli teknolojilerin benimsenmesiyle birlikte, dijital fotoğrafta görüntülerin manipülasyonu, enformasyonu elde etme hızı, içeriğin elenmesi ya da seçilmesi ve gerçeğin kontrol edilmesi ile ilgili sorunlar ile izin almaksızın enformasyonun yerinden dağıtılması, çevrimiçi haberin ve diğer dijital içeriğin güvenilirliği gibi çok sayıda etik sorun ortaya çıkmaktadır (Ramaprasad, 2012: 113). Bununla birlikte, özel yaşamın gizliliği, kişisel verilerin güvenliği, telif ve patent haklarının korunamaması, haber ve ticari enformasyon arasındaki sınırların karşılıklılığı ya da belirsizliği, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yeniden üretimi, nefret söylemi dilin özensiz

kullanımı, içeriğin asıl kaynağının gösterilmemesi, üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğu teyit edilmeden yayılması, yeni medya özellikleriyle kullanıcının yoğun reklama maruz bırakılması, içeriklerin yanıltıcı bir biçimde etiketlenmesi ve başlıklandırılması, söylemsel pratiklerdeki sorun, bireyin yeni medya ortamında tüketici olarak konumlandırılması, haberin çarpıtılması, gerçek dışı haber, bilgi akışı ve yayılımı, kaynakların güvenilir olmayışı ve bunun kontrolünü yapmanın zor oluşu, editoryal bir kontrolün genellikle olmayışı, yoğun reklam içeriği, fotoğraf ve videolarla yapılan çeşitli yanıltıcı eylemler, görüntülerde çarpıtma ya da tahribat, yeni medyadaki etik sorunların yalnızca bir kısmını oluşturmaktadır. Ancak, internet medya gazeteciliğindeki etik sorunlar bunlarla sınırlı değildir. Başka gazetelere ya da internet sitelerine ait haberlerin kaynak göstermeksizin özel haber gibi yayımlanması, fotoğrafların izinsiz kullanılması, internet ortamının “sınırsız özgürlük alanı olduğu” gibi yanlış bir anlayışla, internet gazetelerinde kişisel düşmanlıkların açıkça sergilenmesi, web sayfalarındaki sayaçlar üzerinde etkili birtakım arama programlar kullanarak ziyaretçi sayılarını olduğundan fazla gösterme yoluyla reklam verenlerin aldatılması hem gazeteciliğin, hem de internet ortamının etik kurallarına aykırı davranışlardır (Erol, 2009: 40).

İnternet gazeteciliğinde, hız, bilgi deposu, kolay kullanım gibi özelliklerinin büyük avantaj sağladığını belirtmiştik. Tüm bu avantajlarının yanında dezavantajları bulunmaktadır. İnternet gazeteciliğinin özellikleri, geleneksel gazeteciliğe göre, gazeteciliğin pek çok alanını değiştirmiş ya da yeniden tanımlamıştır. Ancak zamanla internet gazeteciliğinin, insan hayatını kolaylaştıran ve insan hayatına hız ve zaman kazandıran avantajlarının yanı sıra, gazetecilik mesleğine dezavantajları getirmiştir (Gürcan ve Bekiroğlu, 2007: 24). İnternet gazeteciliğinin, basılı gazetecilik karşısında pek ilerleme kaydedemediği, temelde güvene dayanan daha bir sorunu vardır. Mantar gibi biten haber siteleri ve özellikle son dönemlerde internet gazetelerinde çıkan haberlerin %90’a varan bir oranda sahte haber oluşu internet gazeteciliğinin halledilmesi gereken bir sorunu olarak okuyucuyu itmektedir ayrıca bir haberin da rastgele ele alınış, tartışma konusu edilişi haberi bayağılaştırmakta bu da internet okuyucunu sıkılmaktadır (Bulut, 2006: 59). İnternet gazeteciliğinin, aslında avantajı gibi görünen başka bir dezavantajı da, bir haber konusunda bağlantı yapılması istenen sitelerin çokluğu ve bu sitelerin aslında aynı haberleri birbirinden kopya etmiş olmalarıdır bu durumda diğer siteler birkaç kez bağlanan okuyucu karşısında hep aynı format ve hatta aynı kalemde yazı görünce artık bağlanmaktan vazgeçmekte, bir süre sonra internetten haber okumayı da terk etmektedir. İnternet

gazeteciliğin en çok eleştiri alan noktalarından biri de, geleneksel medyadan alıp, aynen web ortamına aktararak yayın yapmasıdır (Çıkar, 2007: 25). Yasal açıdan internet ile ilgili olarak hukuki düzenlemelerin tam olarak gerçekleştirilmemiş olması ve bu çerçevede meydana gelen sorunlar da, internet gazeteciliğinin dezavantajlarından biridir (Bulunmaz, 2012:14).

Öncesinde de belirtildiği üzere, internet gazeteciliği yayın hayatına birçok yenilik getirmiştir. Ancak bu gazetecilik türü günümüzde güvenilir haber kaynağı olmaktan çok uzak bir yerdedir. Geleneksel gazeteciliğin internet gazeteciliğine karşı en önemli üstünlüğü de bu güven duygusudur. Çok hızlı güncellenme imkânına sahip olan internet gazeteciliğinin bu avantajı, ‘okuyucu güvensizliği’ olarak dezavantaja dönüşebilmektedir. Bir internet gazetesi yayımlandığı bir haberi tepkiler sonucu saniyeler içinde yayından kaldırabilirken, geleneksel gazetede basılmış bir haberi, bir daha değiştirmek mümkün değildir. Bu yönü ile ele alındığında geleneksel gazete, bir haberi yazmadan önce güvenilir kaynaklardan o haberin doğruluğunu teyit etmektedir. Buna karşılık internet gazeteleri, haberleri derinlemesine araştırmadan yazabilmekte ve çoğu zaman uydurma haberler yapmaktadırlar. Bu da yayın etiği konusunda önemli açıkların oluşmasını sağlamaktadır.

İnternet gazeteciliği kullandığı teknolojik imkanlarla büyük miktarda bilgi kaynağına hızlı bir şekilde erişmeyi sağlamaktadır. Ancak bu olumlu yönlerinin yanı sıra hızlı ve sürekli güncellenen haber akışı kimi olumsuzlukları da getirmektedir.

Web sayfa tasarımı: Bilgisayar ve ağ teknolojileri, haberi iletmede yeni olanaklar sunmaktadır. Haberin okura ulaşması için artık mutlaka gazetede basılması gerekmiyor. Ancak, bu durum haberin görsel tasarımının önemsizleştiği anlamına gelmiyor. Tam tersine binlerce, milyonlarca sitenin birbirleriyle rekabet ettiği sanal ortamda, haberin görsel sunumu eskisinden daha çok önem kazanıyor. Bu süreçte, web sayfası tasarımı da gazetecilerin bilimsel gereken konulardan birini oluşturmaktadır. Aslında profesyonel bir iş olan web sayfası tasarımında, giderek gelişen ve kullanımı kolaylaşan yazılımlar, kendi haberini internet üzerinden kendisi yaymak isteyen herkese olanak sunmaktadır. Web sayfa tasarımında her şeyden önce sitenin konusuna göre bir tasarım yapmak gerekir. Sitenin konusu tasarımın üzerine inşa edileceği temel gibidir. Site, bu temel üzerine biçimlenir (Alemdar ve Uzun, 2013:115). Web siteleri, içerdiği sayfalara erişimi sağlayacak ve bunun yanında çekici özellikleri taşıyacak şekilde olmalıdır. Web sayfalar içerik yönden

mümkün olduğunca birbirine yakın olmalı ve gereksiz bilgilere doldurulmuş uzun sayfalardan kaçınılmalıdır (Gürcan, 1999:112).

İnternet Gazetesi ve Nitelikleri: Haberin niteliğini değiştiren internetin günümüzde gazetecinin tanımını da değiştirdiği düşünülmektedir. Elektronik gazeteci dendiği zaman, önceleri teknoloji haberleri yapan, yeni geliştirilen donanımları ve yazılımları inceleyen ve en önemli özelliği teknoloji tabanlı ve merkezli haberler yapan gazeteciler anlaşılmaktaydı. Ancak zamanla bu anlayış değiştirmiştir ve tüm gazetecilerin bir şekilde elektronikleşmek zorunda olduğu ve bunu başaramayanların mesleği icra etmekte zorluklarla karşılaşacağı iyice su yüzüne çıkmıştır (Sütçü, 2006: 316). Bu durum internet gazetecisinin daha donanımlı olması, mesleki birikiminin yanı sıra gerektiğinde editör, muhabir, foto muhabiri hatta bir yayın yönetmeni gibi karar alabilme yetkisine sahip olması gerektiğini göstermektedir. Çünkü internet gazeteciliğinde haber akışı sürekli ve bu haberlerin en kısa sürede yayına sunulması gerekmektedir. Diğer taraftan, televizyon, radyo, gazete ve internet sitesi gibi bütün haber iletim kanallarına sahip medya grupları, her kurum için ayrı muhabir istihdam etmek yerine, haber ihtiyaçlarını tek muhabir aracılığıyla karşılamayı tercih etmektedir. Bu durumdaki bir muhabirin; televizyon, gazete, radyo ve internet formatında haber yazabilecek donanıma sahip olması gerekmektedir (Çakır, 2007: 142).

Yeni iletişim teknolojilerin gelişmesi ise, haber dağıtımını konusunu yeni bir boyuta taşımıştır. Yeni iletişim teknolojileri, geleneksel medya kuruluşlarına haber dağıtımında yeni olanaklar sağlamanın yanında bireylere de olanak yaratmaktadır. Herhangi bir yurttaş, dijital ortamda baskı ve dağıtım maliyetleri ortadan kalktığı için haberini kolaylıkla geniş bir okur kitlesine ulaştırabilmektedir.

Hazırladığı haberi ağ ortamında, geniş kitlelere ulaştırmanın bir yolu, profesyonel haber sitelerini kullanmaktır. Bu siteler; hem geleneksel medya kuruluşlarının internet versiyonlarını, hem de yalnızca internetten yayın yapan internet gazeteleri ya da haber portallarını içerir. Bir başka seçenek ise alternatif medya olarak adlandırılan ve çoğunlukla yurttaş gazeteciliği yapılan web siteleridir (Alemdar ve Uzun; 2013: 119).

İgnacio Ramonet, “İletişim Zorbalığı” adlı kitabının internetten tanıtımı için yaptığı özetlemede, “bilgilenme yoruyor” bölümü içerisinde, haberin artık nasıl hazırlanması gerektiğini açıklarken bir taraftan da internet gazeteciliğinde haberin yapılandırılması

sorununa da yanıt getirmektedir. Ramonet, “haber artık üç temel özelliğe sahip olmalıdır: kolay olmalı, hızlı ve eğlenceli olmalıdır” demektedir. Ramonet’in “kolay” olmalı dediği şey; haberin kısa, basit ifadelerle, anlaşılır ve açık, zorlanmayı gerektirmeyen, bir bakışta okunabilecek olan, okuyucunun fazla zaman kaybetmeyeceği biçimde olmasıdır. Hızlılık özelliği ise, haberin en kısa sürede okuyucuya iletilmesi olarak değerlendirilir. Haberin eğlenceli oluşu ise, özellikle iç karartan, magazinleştirilen haber tekniğinden uzak, okuyucuyu olumsuz duygular içerisinde bırakmayan, tam tersine gülümseten bir haber yapılanmasını öngörmektedir (Bulut, 2006: 27).

Haber sitesi okuru, kendisine sunulan enformasyonun hangisini alacağı konusunda geleneksel medyanın izler kitlesine göre daha özgürdür. Geleneksel medyanın izler kitlesi ilgilendiği haberle ilgili olarak kendisine neler verildiyse onunla yetinmek zorundadır. Haber sitesi okuru ilgilendiği haberle ilgili konuları sitesinde bulabileceği gibi, bununla yetinmeyip diğer haber sitelerini de ziyaret ederek, ayrıntılı bilgi alabilir. Bu durum haber sitesi okurunu bilgiye ulaşmak konusunda daha özgür kılmaktadır (Birsen, 2005: 97).

Haber Yazımı: Basılı gazetede haberin başlığı; hem kapsayıcı, hem de ilgi çekici şekilde düzenlenmelidir. Haber metninin giriş bölümü haberin ne ve hangi konuda olduğunu açıklayıcı özellikler dikkate alınarak yazılır. Birçok haber yazma tekniği içerisinde en çok tercih edilen ters piramit yazım modelidir. Bu modele göre, haberin en önemli unsurları haberin ilk paragrafı içerisinde verilir. İnternet gazeteciliğinde de bu kurallar geçerlidir. Yani internetten verilen bir haberde 5N+1K formülüne uygun olarak düzenlenmeye çalışılır. Ama internet gazeteciliğinde bütün bloggerlerin (tartışıcı, muhabir) imla kurallarını bilmesi, haber yapılandırılması konusunda bilgi sahibi olması, basit bir dil ve kısa cümleler kullanması beklenilmez. Hatta bazıları internet gazeteciliğinin kendine özgü ve daha zengin bir dili olduğunu ileri sürmektedir. Örneğin ABC News.com’un editörü Ann Compton internet gazeteciliği ile televizyon veya basılı gazetecilik arasındaki temel farkı şu şekilde açıklamaktadır: “Bizim stilimiz daha canlıdır. Biz argoya daha çok yer veririz. İnternet yoluyla yapılan röportajlarda ulaşılan zenginliği bir televizyonda elde etmek mümkün değildir. Yazılı gazetede, basın ve internet arasında da böyle bir karşılaştırılma yapılabilir” (Giles, 2001: 44).

Zaman ve mekan içerisinde geri dönüşlere dayanan anlatı biçimine dayanan bu sistem artık haberciyi bir aktarıcı olmaktan çıkarmakta ve olaylara aktif katılımını sağlamaktadır.

Gazetecilikte haber yazıldıktan sonra geri dönüşümü ender de olsa ardıl bir biçimde alınabilir ama internet gazeteciliğinde geri dönüş anında olabilir ve dolayısıyla haberci okuyucu pozisyonuna düşer. Bu anında geri dönüşüm ise, yazılan haber metnin geliştirilmesine olanak sağlar ve bu gazeteciliğe katılımcı gazetecilik de denebilir (Bulut, 2006: 35). İnternetin en karakteristik özelliği hipermetinselliğidir. Bu özellik okurun aynı sayfadaki metin içindeki bir yere ya da başka sayfalara linkler aracılığıyla ulaşmasını sağlamaktadır. Üstelik çoklu medya avantajı, sayfalara ses ve video görüntüsü ekleme olanağı da yaratmaktadır. Bu durumda ortaya çıkan yapı, doğrusal olmayan bir enformasyon sunumudur. Bu yapı ile okuru enformasyona istediği yerden ve aşamadan ulaşma şansına sahip olmaktadır. Doğrusal olmayan bir haber yazım biçimi tercih edileceğinden editör ya da muhabir, haberi tematik açıdan, kronolojik açıdan ve okura haberi incelemek için farklı seçenekler sunabilen bir açıdan parçalara ayırabilir. İnternet için haber yazmanın en can alıcı noktası birden fazla unsuru doğru ve akıcı bir şekilde yerleştirmektir (Birsen, 2005: 98).

Yapılan araştırmalara göre, bütün özelliklere rağmen internet gazeteciliğinde de haber yazarken bazı ölçütler getirilmesi gerektiği saptanmış ve bunun nedenleri özetle şöyle verilmiştir: Öncelikle basılı gazete okuru ile internet kullanıcılarının fiziksel yapıları farklıdır. Basılı gazete okuyucuları yaşlı bir kitle, internet kullanıcıları ise; daha genç bir kitledir. Kuşaklar arası bu farklılıktan dolayı her iki kitlenin ilgi alanı da farklıdır ve haber yazımında bu ölçüt göz önüne alınmalıdır. İkinci ölçüt ise haberin okunduğu yüzey ile ilgili geliştirilen bir öneridir. Ekrandan bir yazıyı okumak kullanıcı için yorucu bir iştir. Hatta bu durumun basılı gazeteye bir avantaj sağladığı bile ileri sürülmektedir. Bir engeli aşabilmek için internet metinlerinin kısa olması ve ekranın ebatlarını aşmaması gerektiği vurgulanır (Bulut, 2006: 37).

Haber kaynakları: İnternet gazeteciliği haber kaynağına erişim noktasında geleneksel gazetecilikten ayrılmaktadır. Geleneksel gazetecilikte haber ajansları birinci, ikinci ve üçüncü el haber kaynakları kullanırken, internet gazeteciliğinde haberin kaynağı doğrudan internet ağının kendisidir. Nitekim haberi yapan kişi aynı zamanda olayın tanığı konumundadır ve bizzat birinci elden bu haberi paylaşılır (Bulut, 2006:32). Bu durum yurttaş gazeteciliği olarak adlandırılan yeni bir alanı ortaya çıkarmıştır. Böylece internet alanınca kullanıcı tarafından haber değeri taşıyan çeşitli olaylar paylaşılmakta ve üstelik bu haberler geleneksel gazetecilik alanında dahi ilgi çekiciliğine göre yorumlanabilmektedir.

Her ne kadar bu süreç veri karmaşasına zemin hazırlasa da, geleneksel gazetecilik ve internet gazeteciliğinin karşılıklı etkileşimine katkıda bulunmaktadır. Geleneksel gazeteciliğin haber kaynakları, haber ajansları, birinci el haber kaynakları (muhabirin bizzat olayla ilgili kişi veya kurumdan aldığı haber), ikinci el kaynakları (bir tanık aracılığıyla elde edilen haber), üçüncü el kaynakları (bir tanıktan dinlenen haberin üçüncü bir kişi tarafından aktarılmasıyla oluşan haber) şeklinde sıralayabilir.

İnternet gazeteciliğinde ise, haber genelde birinci elden, haber yapan kişinin kendi tanıklığında ortaya çıkan haberdir. İnternet gazeteciliğinin başka bir haber ise; internet ağının kendisidir. Dolayısıyla klasik gazetecilikte önemli olan haber kaynağı özellikleri internet gazeteciliğinde aranmaz. Güvenilir olması, arandığı zaman bulunabilir olması gibi zaman kaybettirici hiçbir unsur haber oluşturma sırasında gündeme gelmeyeceği için bunlar internet gazeteciliği için sorun oluşturmaz ayrıca internet gazeteciliğinde yapılan haberin önemsiz olması da sorun değildir (Bulut, 2006: 32).

İnternette Güvenilir Enformasyon: Haberin hızı gazeteye göre, artarken en yeni olma kaygısı ilerleyen dönemde içeriğe olan güveni azaltmaya başlamıştır. Genel gazetecilik alanında haberi toplama, oluşturma ve yayma biçimi değişime uğrarken; gazeteciliğin omurgasını oluşturan yapıların etkilenmeye başlamıştır. Habercilik sektörü haberi iki amaçta kullanmaktadır. Birincisi; haberi yayınlamak, ikincisi ise haberi toplamak. Gazetecinin haber toplama aşamasında kaynağına güvenmesi, elde ettiği bilginin doğruluğuna güvenmesi arasında hiçbir fark yoktur. Ancak habercinin ve okurun sorumlulukları arasında farklılıklar vardır. Okur bilgiyi kendi adına talep ederken, gazeteci kamu adına sorgulamaktadır ve okuruna zamanında, doğru ve güvenilir olmak koşulu ile haberi iletmekle yükümlüdür (Birsen, 2005: 109).

Haber sitelerindeki enformasyonla ilgili en önemli etik sorunlardan biri, güvenilirlik derecesini belirleme noktasında ortaya çıkmaktadır. Herkes kendi adıyla ya da takma adla görüşlerini yayımlayabilmektedir. Bu durum, kısmen ya da tamamen uydurulmuş ya da doğrulanmamış söylentilerin yayılmasına neden olmaktadır. Bu noktada, şeffaflık büyük önem kazanmaktadır. Çünkü mesajların kaynağının (ticari ya da politik) bağlantıları ve olası çıkarları hakkında açık olmak gerekmektedir. Bu sayede, belirli bir süre, yazılarıyla kamu güvenini sarsmadığını kanıtlayan blog yazarı, yavaş yavaş belirli bir güvenilirlik ve inanılabilirlik seviyesine ulaşabilmektedir (Evers, 2010: 326). İnternet,

gazetecilerin enformasyon ararken ve araştırma yaparken kullanabilecekleri çok önemli bir medya olmasına karşın, internetteki enformasyonun güvenilirliğini denetlemek giderek zorlaşmaktadır. Çünkü internet doğru bilgiden çok çarpıtılmış, eksik, yalan, uydurulmuş, gerçeği uydurulmuştan ayırmak, gazetecilikte giderek daha önemli bir beceri haline geliyor. Bu beceriyi geliştirmenin ilk adımı ise; internet kaynaklarına karşı kuşkucu ve eleştirel bir yaklaşımı benimsemektir (Alemdar ve Uzun; 2013: 141).

Mann'e göre, hız ve dolaysızlık ya da doğrudanlık; doğruluğun, tarafsızlığın ve dengenin sağlayabileceği anlamına gelmemektedir. Singer'a göre, kaynakların güvenilirliği soruşturmak ya da kanıtlamak zordur. Yeni bir hikaye, yazı, söylenti birkaç dakika içerisinde tüm dünyaya dağıtılabilmektedir. Yine Singer'a göre, bu durum, atlatma bir haber yapmak için baskıya neden olmaktadır. Ancak, online ortamda çalışan bir gazeteci, yayımlamadan önce tenkit edilmiş bir haber kaynağından haberin yanlış olduğunu kanıtlamak için yeterli zamana sahip olmayabilmektedir (Erdoğan, 2010: 88).

“Haberin toplanması, işlenmesi ve dağıtımı aşamalarında internet medyanın devreye girmesi, piyasa koşullarında rekabet açısından büyük önem taşıyan hızı ve verimliliği arttırmış, aynı ürünün farklı medya ortamlarında pazarlanabilmesine olanak sağlamıştır, bu durum rakipleri atlatarak verilen “atlatma haber”lerin çok daha ötesinde; seri, sıradan, ucuza getirmiş kalitenin düştüğü haber içeriklerinin iletişim ortamını kapladığı bir süreci beraberinde getirmiştir” (Törenli, 2005: 186-187).

Sitenin güvenilirliğine ilişkin bir başka gösterge; sitenin sahibi olan kişi, kuruma ya da sponsor kuruluşlara bakmaktır. Gazete ya da dergilerde, yayın adını periyodunu, sahibini, yazı işleri kadrosunu, ilan ve reklam sorunlularını ve iletişim bilgilerini gösteren bölüme künye adı verilir. İnternetteki haber sitelerinin de künyeleri de vardır. Görünür bir biçimde iletişim bilgisi içeren siteler bu tür bir bilgiyi içermeyenlerden daha güvenilirdir. Eğer site için bir sahip belirleyebilirsiniz biraz araştırmayla onun kimlik bilgilerini öğrenebiliriz. Bir sitenin sahibinin kimliğini belirlemek onun önyargılarını ya da sitedeki enformasyonu yayınlama güdülerini belirlemeye de yardımcı olabilir (Alemdar ve Uzun, 2013:142).

İnternet gazeteciliği, ifade özgürlüğüne, siyasal katılım gibi birçok alanda katkı sağlamaktadır. İnternet medyada enformasyon miktarına paralel olarak yoğunluğu da

artmaktadır. Böylece içeriğinin ne kadar sağlıklı olup olmadığı bir soru işareti yaratmaktadır. Güvenilir bir içerik oluşturulması için internet siteleri propoganda için yapılan sahte sitelere dikkat etmeleri gerekmektedir.





3. KIRGIZİSTAN'DA BASININ VE İNTERNET GAZETECİLİĞİNİN GELİŞİMİ

3.1. Kırgızistan'da Basının Ortaya Çıkışı

Sovyet dönemi öncesi Türkistan bölgesinde, *Turkestanskiye vedomosti (Türkistan Belleteni)* (1870- 1917), *Turkestanskaya Tuzemnaya Gazeta (Türkistan Tuzem Gazetesi)* 1870-1916 yılında Özbek ve Kazak dillerinde çıkıyordu, *Okraina (Kenar)* (1894-1898), 1898'de ise, sosyal ekonomi ve edebiyat gazetesi olan *Russkiy Turkestan (Rusya Türkistan'ı)* tarzında gazeteler çıkmaya başlamıştır. Gazete, burjuvazi ideolojisini yansıtmaktaydı. Ancak 1905 yılında gazetenin yayın işleri, Bolşeviklerin eline geçmiş ve bu zamandan itibaren gazetenin yönü değişmiştir. Gazetenin sayfalarında Menşevik, eser ve parti tartışmaları yer almıştır. Ancak Hükümete karşı çağrılar ve yazılardan dolayı gazete editörleri mahkum edilmiş ve gazete kapatılmıştır (Avşarova, 1961: 15). Bu yasaklara rağmen, Türkistan'da ve onun içinde Kırgızistan'da Bolşevik propagandasında etkili olmaya çalışmış yeni *Raboçiy (İşçi)*, 1906'da askerler için çıkan *Pravda (Gerçek)* çıkmaya başlamıştır. 1914 yılında Pişpek (Bişkek) şehrinde özel matbaanın temelinde yerli gazeteleri yayınlamaya ilk adımları atılmıştır. *Pişpekskiy Bülleten (Pişpekskiy Belleteni)* (1914) ve Çüy sulama sisteminin yazıhanesinde çıkartılan *Telegrafny Vestnik (Telegraf Belleteni)* (1916) gazeteleri Rus dillerinde yerel iktidarın emirlerini, savaş olayları hakkında haberler yayınlanmıştır (Gurin, 1964: 43). Kırgızistan'ın kendi gazetesi olmamasından dolayı az sayıda olsa da Kazak, Tatar, Özbek dergi ve gazetelerinde Kırgız yazarlarının yazıları bulunmaktaydı (Vasilyev, 1915: 72). 1917 Ekim İhtilali'nden sonra Çarlık Rusyası'nda rejim değişmiş ve Bolşevikler iktidara gelmiştir. Yeni Sovyet döneminin başlamasıyla Rusya'da ve Türkistan'da siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel alanlarda köklü değişiklikler bütün ülke çapında devreye girmiştir. Kültürel, ekonomik, siyasi gelişmeleri ve öncelikle resmi devlet ideolojisini yaymada Sovyet basınına büyük görev düşmüştür (Altımuşova, 2013: 74).

Kırgızistan'da ilk süreli yayın, 1913'te tarımla ilgili bilgiler yayınlayan *Prjevalskiy Selskiy Hozyain (Prjevalsk Köylüsü)* dergisi olmuştur. 1914'te Rusça *Pişpekskiy Byulleten (Pişpek Bülteni)*, 1916'da *Telegrafny Vestnik (Telgraf Gazetesi)*, *Okraina (Kenar Bölge)* gazetesi yayın hayatına başlamış, ama kısa süre sonra durdurulmuştur (Bakaşova, 2002:5). Bu

dönemde Kırgızistan'da Kırgız dilinde parti ve Sovyet gazetelerinin halen çıkmaması, kitlenin bilincini yükseltmeye belli bir derecede engel olmuştur. Devrimin, Kırgızistan gibi Türk halklarına yapay yolla zorla getirildiğini ve her şeyin kaba yöntemlerle gerçekleştirildiğini düşünürsek, Rusya'nın basın üzerindeki bu yaklaşımı da anlaşılırdır. Buna rağmen Kırgızistan'ın topraklarında Kazak, Özbek ve Tatar dilinde çıkan gazetelerle birlikte Rusya'da çıkan *Pravda*, *İzvestiya*, *Krestyanskaya Gazeta* gibi gazeteleri dağıtılmaktaydı (İsabekova, 2003: 78-79). Kırgızistan'da ise, az sayıda olsa da Rus dilinde *Pişpekskiy Listok*(*Pişpek Sayfası*), *Golos Proletariyata* (*Proletaryanın Sesi*), *Krasnoye Znamya* (*Kızıl Bayrak*), *Krasnoye Utro* (*Kızıl Sabah*) gazeteleri yayınlanıyordu. (İsabekova, 2003: 78).

1924 yılına kadar Kırgız dilinde hiç bir gazete yayınlanmamıştır. Kırgızca yayın olmadığı için, 1924 yılına dek Kırgız yazarların Kırgızca yazıları Almatı ve Taşkent şehirlerinde Kazak, Özbek ve Tatar dillerinde basılan gazete ve dergilerde yayınlanmıştır. 23 Nisan 1924'deki Bolşeviklerin, Rusya Komünist Partisi'nin Merkez Komitesi'nin (RKR) "Yayın ve yayın işlerinde parti yönetimini güçlendirmek" için alınan kararda, Doğu halklarının özelliklerine özgü gazetelerin yayınlanması, milli cumhuriyetlerde ve vilayetlerde yerli halkın dilinde okul kitaplarının yayınlanması göz önünde tutulmuştur. 23-31 Mayıs 1924 tarihinde Moskova'da düzenlenen Bolşeviklerin Rusya Komünist Partisi'nin XIII. Kongresinde, Milli Sovyet Cumhuriyetlerin parti örgütlerine Sovyet Cumhuriyetleri'nde milli, yerli halkın dilinde yazılan basımların yayınlanması ve onların halk ile iletişiminin güçlendirilmesi, görevi verilmiştir (Jamgırchiyev, Ploskih, 1986, 46). Komünist Partisi'nin XI. Kurultayı'nda basını geliştirme, kitle ile olan bağlantısını güçlendirme, gazetelerin siyasi ve medeni seviyesini yükseltmeyle ilgili prensipleri belirlenmiştir. Kurultayın, "gazeteleri çıkarmaya ve milli azınlıklar için, özellikle Türk dillerinde yayın yapmaya" ayrıca dikkat etmesi olumlu neticeler vermiştir (Mambetsariyev, 1894: 34). Sovyet iktidarı yıllarında milli basının gelişmesi, milli sorunların belli bir derecede çözülmesi ve halk arasında iyi ilişkilerin oluşması milli devlet kuruluşunun sonucu olarak değerlendirilebilir.

7 Kasım 1924 tarihinde Taşkent'te Kırgızca *Erkin Too'nun* (*Bağımsız Dağlar*) gazetesinin çıkmasıyla basında yeni süreç başlamıştır. Yeni Cumhuriyetin en büyük olayı olan *Erkin-Too* gazetesi, Kırgız dilinde çıkan ilk gazete olarak tarihe geçmiştir (Halilov, 2002:9). *Erkin-Too* gazetesi, oldukça zor koşullarda çıkartılmıştır. Çünkü gazete işini

yeterli seviyede bilen Kırgız kadroları neredeyse yoktu. Basım harfleri yetersiz, matbaa bulunmuyordu. Gazetenin ilk çıktığı yıllarda yazı işleri kurulu beş ya da altı kişiden oluşmaktaydı. Kırgız Milli İlimler Akademisi'nin Akademisyeni Hüseyin Karasayev o dönemi şöyle anlatmaktadır "... *Editörlüğe Osmonkul Aliyev getirildi. Yazar S.Karaçev gazetenin genel sekreteri oldu. Murat Salihov tercümandı. Ben ise tashih, düzeltme işlerine bakıyordum. Öğrenci Mustafa Akmatov gazeteyi basıp çıkarmakla görevliydi. İlk tarihi gazetemiz "Erkin-Too'nun ilk çalışanları bunlardı"* (Kabılbekova, 2008: 16).

Kırgız dilindeki ilk gazetenin birinci sayısının Ekim devriminin 7. yıldönümünü kutlama şenliklerine denk getirilmesi kararı alınmıştır. Kırgızların ilk aydınlarından ve gazetenin kurucularından biri olan İşenali Arabayev o dönemi şöyle anmaktadır.

"...*Kırgız, Kırgız olalı öz dilinde gazete, dergi, kitap görmeden, bilmeden tüm dünyadan ve kendi vatanındaki olaylardan, siyasetten, medeniyetten nasibini almayıp, geride kalarak karanlıkta boğuluyordu. Şimdi ise, Özerk Bölge olup, istediğine kavuştuktan sonra; Sovyet hükümeti Kırgızlar yeni hayattan, siyasetten, medeniyetten, ilim ve bilimden haberdar olsun diye, bu gazeteyi çıkarmaktadır. Bu gazeteyi gönlümüzü sevindiren ve istenilen Erkindik (Özgürlük) ile Too (Dağ) kelimelerini birleştirerek Erkin Too (Bağımsız Dağlar) olarak adlandırdık"* (1924:2).

Erkin Too, 1924 yılında ilk yayınlanmaya başladığında, haftada iki kere 1000 adet baskı ile çıkmaktaydı. İlk altı sayısı Taşkent'te, sonraki sayıları Pişpek şehrinde çıkmaya devam etmiştir. *Erkin-Too*, Marks-Lenin'in ideolojisinin propagandası, Komünist Partisi ve Sovyet iktidarının milli siyasetinin anlatımında, Sovyet iktidarını sağlamlaştırmada, halkı sosyalist kuruluşuna çekmeye ve siyasi propagandada kullanılmıştır. *Erkin-Too* Komünist Partisi, Kırgız bölge komitesi ve merkezi icra komitesinin organıydı. İlk sayısında Orta Asya'nın milli devletlere ayrılması, Kırgız Özerk Bölgesinin oluşması hakkında makale çıkmıştır (Kabılbekova, 2008:18).

Erkin-Too gazetesinin dışında da yeni gazeteler çıkmaya başlamıştır. Örneğin, Komünist Partisi, Kırgız Bölge Komitesi ve Kırgızistan Merkezi İcra Komitesi'nin organı olan, 23 Mart 1925 tarihinde Rus dilinde yayına başlayan *Batratskaya Pravda*'dır. Bu gazete, 24 Haziran 1925'te *Krestyanskiy Put*, 9 Ocak 1927'de *Sovetskaya Kirgiziya* daha

sonra *Kızıl Kırgızistan* ve 1956'dan itibaren de *Sovyetlik Kırgızistan* olarak dönemin siyasi görüşüne uygun biçimde isim değişikliklerine uğramıştır (Mambetsariyev, 1984: 35).

7 Aralık 1926'da Kırgız dilinde *Leninçil Caş (Leninci Gençler)* çıkmıştır. Aynı tarihte Kırgız dilinde komünist partisinin görüşlerini içeren *Komünist* dergisi yayınlanmaya başlamıştır. Bu dönemde kadın haklarının korunması aktif bir şekilde savunulmuş ve gazete sayfalarına yansıtılmıştır.

1926'dan itibaren *Kızıl Kırgızistan (Kızıl Kırgızistan)*, *Sovetskaya Kirgiziya (Sovyet Kırgızistan'ı)*, *Leninçil Caş (Leninci Gençler)* gazetelerinde, kadınların özgürlüğe kavuşması devletin ve tüm emekçilerin işbölümü oluşturulmuştur (Kabılbekova, 2008: 20). Kadın haklarını korumak ve kadınları bilinçlendirmek amacıyla *Kırgızistan kadınları kendi haklarını bilmeli, Nikâh ve aile hakkında, Eski geleneklerle mücadele* gibi makaleler yayınlanmıştır. Bu makalelerde başlık parası, çok eşlilik ve buna benzer gelenek göreneklerin ortaya çıkışı ve zararları anlatılmıştır (Halilov, 2002: 31). 5 Mayıs 1928 yılında, Halk Eğitimi Komiserliği'nin ve emekçilerin aydınlanmasında önemli derecede katkıda bulunan, cumhuriyet komitesinin yayın organı olan aylık ilmi, pedagoji ve edebiyat dergisi *Canı Madaniyat Colunda (Yeni Medeniyet Yolunda)* yeni Kırgız alfabesinde çıkmaya başlamıştır. Dergide editör tarafından yazılan yazıda, Kırgızistan emekçilerinin yeni kültürü kurma yolundaki sınıf mücadelesinde silah görevi üstlenecektir denilmekteydi. Dergide genellikle eğitim, pedagoji, edebiyat eserleri, kültür meseleleri ve yurt bilgisi konuları yer almaktaydı (Kabılbekova, 2008: 18).

Zamanla gazete ve dergiler, farklı fikir ve görüşlere yer vererek ve yaygınlaşarak Kırgız halk kültürünün ayrılmaz parçası haline gelmiştir. Basının geniş kitleler üzerindeki etkisi gittikçe artmıştır. Bununla birlikte yeni dergi ve gazetelerin yayınlar başlamıştır.

1930 yılında çıkan *Sabattuu Bol (Eğitimli Ol)* gazetesinin halk içindeki okuryazar olmayanların okuma yazma öğrenmesinde büyük bir katkısı olmuştur. *Kızıl Kırgızistan* hiciv köşesinin temelinden yola çıkılarak, *Çalkan (Isırgan)* dergisi çıkartılmaya başlamıştır (İsabekova, 2003: 80-81). 1933 yılının 1 Şubatında, *Kırgızistan Piyoneri*'nin sayfalarında devlet kuruluşuna değinen teori makaleleri komünist ideolojisi açısından çok önem taşımaktaydı. Örneğin, 6 Temmuz 1925'de *Krestyanskiy Put (Çiftçinin Yolu)* gazetesinde, *Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği Nasıl Bir Yapıda* makalesi ekonomiyi yeniden

oluşturmada Sovyet ülkesinin iç ve dış durumunu sağlamlaştırmada büyük rol oynayan SSCB'nin oluşumunun amacı ve vazifesi anlatmıştır. Basın, Lenin'i anma günlerine geniş yer vermekteydi. Anma günlerinin hazırlığı çok ciddi siyasi kampanyaya dönüşmekteydi. Bu hazırlık günlerinde Rus ve Kırgız dillerinde özel sayılar çıkartılmaktaydı (Kabılbekova, 2008: 28).

Gazete sayfalarında ülkedeki sanayileşme, kolektifleştirme, yer-su reformunun gerçekleştirilmesi, yapılan faaliyetler, sosyalist yarışmanın yaygınlaşması gibi konular yer almaktadır. Basın, SSCB'nin yeni Anayasasını kabul etme (1936) ve Kırgız Cumhuriyeti'nin oluşması (1936) çalışmalarında büyük faaliyet göstermiştir. Tüm gazeteler yeni Anayasaya 5,5 ay boyunca sayfalarında yer vermişlerdir. Yeni Anayasanın fikirlerini propaganda edilmesinde *Anayasa nedir? (Kızıl Kırgızistan)*, *Neden yeni Anayasa gerekli?(Kommunist)* gibi makaleler yer almıştır (Kudaybergenov, 1966: 37).

Kırgızistan gazeteleri okuyucuların Rus edebiyatı ile yakından tanışmasını sağlamışlardır. Yalnız 1936 yılında *Kızıl Kırgızistan* ve *Leninçil Caş* gazetelerinin sayfalarında Çernişevskiy, Nekrasov, Lomonosov, Ostrovskiy, Gorkiy, Krılov Puşkin, Belinskiy, Tolstoy gibi Rus yazarlarının hayatı, eserleri hakkında bilgiler yayınlanmıştır. Gazetelerin ön sayfalarında ülkede ve dünyada meydana gelen çeşitli konulardaki haberler ve makaleler yayınlanmıştır (Sooronbayev, 1960: 40).

Bu dönemde Kırgız basınının hem niteliği ve sayısı artmıştır. Bununla birlikte, gazete ve dergilerin okur kitlesi de giderek artmıştır. Toktogonov'un *Kırgız Basın Tarihi* kitabında, gazete ve dergilerin tiraj sayısındaki artışı görebiliriz. 1926'dan başlayarak *Sovetskaya Kirgiziya*, 1928 Ocaktan itibaren ise, *Kızıl Kırgızistan* gazeteleri günlük yayına başlamışlardır. *Kızıl Kırgızistan*'ın tiraj sayısı; 1924'de 2000 adet, 1928'de 3000 adet, 1929'da 6500, 1930'da 11,500 adete ulaşmıştır. *Sovetskaya Kirgiziya* ise 5 kat çoğalarak 15,000 adete ulaşmıştır. *Leninçil Caş* gazetesi 1929 yılında 1800 adet iken, bir sene sonra 5000 adeti bulmuştur (Toktogonov, 1972: 25).

Kırgızistan'da 1929 yılının başlarında yalnız altı gazete yayınlanıyorken, 1937 yılında 39 yerel gazete, 7 cumhuriyet gazetesi ve 3 dergi çıkıyordu. Basın çalışmalarını halka yaygınlaştırmada toplum müesseseleri, öğretmenler, kültür çalışanları yardımda katkıda bulunmuştur. Gazete içerikleri temel esas alınarak halk önünde konuşmalar

yapılmıştır. 1938 yılında *Komsomolets Kirgizii (Kırgız Komsomolu)* dergisi çıkartılmıştır. Aynı yılda *Sovetskoye Zdravohraneniye (Sovyet Sağlığı)* dergisi çıkmaya başlamıştır. 1940 yılında ise Latince'den Rus Kril alfabesine geçiş gerçekleşmiştir (Bakaşova, 2008: 30).

İkinci Dünya Savaşı yıllarında, tüm basın organları maddi ve manevi güçlerini cephe ihtiyaçlarına yönelterek aktif olarak çalışmışlardır. Şehirde tahliye edilmiş müesseselerin çok baskı adedi olan gazeteleri faaliyete başlamıştır. Savaştan sonraki dönemde ekonomiyi tekrar eski haline getirme çalışmalarında basın yayın kuruluşları ilk sırada yer almaktaydı. 1951'den itibaren *Kırgızistan Ayaldarı (Kırgızistan Kadınları)* dergisi, 1952'de çocuklar için *Caş Leninci (Genç Leninci)* dergisi, 1953'de *Mugalimder Gazetası (Öğretmenler Gazetesi)* 1955'te *Kırgızistan Ayl Çarbası (Kırgızistan Köy Ekonomisi)* dergisi ve *Çalkan (Hiciv)* dergisi, 1960'ta *Den-Sooluk (Sağlık)* dergisi çıkmaya başlamıştır (Amankulova, 2002: 35).

Sovet Birliği döneminde, kolhozlarla (kolektif çiftlik) ilgili gelişmeleri ön plana çıkararak, tarım ve hayvancılık alanında toplum kalkınmasını sağlayan gazeteler kitlenin aydınlanmasını sağlamıştır. Bilhassa halk arasında yaşanan sorunların çözümüne katkı sağlayarak, ekonomik kalkınmada önemli bir rol üstlenmiştir.

1958-1980'lü yıllarda basının etkisi oldukça çoktur. Gazetelerin tüm sayfalarında üretimin artmasında işçilerin beş yıllık planlarını yerine getirmelerinin önemi üzerinde durulmaktadır. Tıp ve eğitim gibi rayına oturmuş sistemlerin halka kaliteli hizmet vermesi, yeni kültürün ruhunda eğitimin sağlanması gibi önemli meseleler, basının temel vazifesi olarak öne çıkmıştır. Basın tüm halkın, toplum fikrinin tribünü olmuştur. Bu yüzden parti, basının gelişmesini sağlayarak onun çalışma yönünü belirtiyor ve siyaset, ekonomi ve kültür açısından görevini netleştiriyordu.

1959 yılında *Sovetskaya Peçat (Sovyet Basını)* ve *İzvestiya (Haber)* gibi gazetelerin esas vazifesi, Lenin'in parti ve kitle prensiplerini gerçekleştirme, SSCB'nin yedi yıllık planını yerine getirmede emekçileri organize etme olarak belirlenmiştir. Bununla beraber; gazetelerde siyasi, ekonomik, ideolojik, ahlak ve etik gibi konularındaki aktüel problemlerin zamana uygun işlenmesi gerektiği de vurgulanmıştır. Bu kararlara bakılırsa basının totaliter ve ideolojik rolünün bir hayli büyük olduğu göze çarpmaktadır (Halilov, 2002: 44).

Daha sonra 1962 yılında Kırgızistan'da, Kırgız SSCB Yazarlar Birliği ve Kültür Bakanlığının yayın organı olan *Kırgızstan Madaniyatı* haftalık gazetesi çıkmaya başlamıştır (Asanova, 2002: 48).

1974'de *Veçerniy Frunze (Frunze Akşamı)* gazetesi, 1977'de çocuklar için *Bayçeçekey (Kardelen)* dergisi çıkmaya başladı. Frunze şehrinde bunlardan başka *Literaturniy Kırgızstan (Kırgızistan Edebiyatı)*, *İlimdin Cana Tehnikanın Canılıktarı (İlim ve Teknik Yenilikleri)*, *Kırgızstan Propagandisti (Kırgızistan Propagandacısı)*, *Russkiy Yazık i Literatura v Kirgizskoy Skole (Kırgız Okulunda Rus Dili ve Edebiyatı)*, *Ekran, El Agartuu (Halkı Aydınlatma)* dergileri çıkmıştır (Toktogonov, 1972: 25).

1985 yılında iktidarın siyasi görüşlerini yansıtan sekiz tanesi ülke genelinde, 1 tanesi Frunze şehrinde ve 40'tan fazla yerel gazeteler yayınlanmaktaydı. Gazetelerin toplam baskısı, 150.5 ve yıllık 7.3 milyon idi. Bunların dışında reklam bültenleri çıkıyordu. Kırgızistan'da yeni bölgelerin oluşmasından dolayı, 1971 yılının Ocak ayından itibaren *Isık-Köl Pravdası (Isık Göl Gerçeği)*, *Narın Pravdası*, Talas bölgesinin meydana gelmesiyle Kırgız dilinde *Lenin Tuusu (Lenin Bayrağı)*, Rus dilinde *Leninskoe Znamya" (Lenin Bayrağı)* gazeteleri çıkmış ve bölge gazetelerinin sayısı sekize ulaşmıştır. Bölge gazeteleri halkın etnik yapısı dikkate alınarak, Rusça, Kırgızca ve Özbek dillerinde çıkmaktaydı. Bir diğer gazete de Dungan dilinde yayınlanan *Şiedu çi (Ekim Bayrağı)* idi (Toktogonov, 1972: 25-26).

Cumhuriyetin ilk gazetelerinden biri olan *Sovetskaya Kirgiziya*'nın on bininci sayısının çıkışıyla, 1961'de gazete nişana layık görülmüştür. Örneğin 1925 tarihinde ülkede sadece 2 gazete çıkıyorken, 1981 yılında 109 gazete çıkmaktaydı. Basın sadece sayıca değil aynı zamanda kalite açısından da gelişmekteydi. Artık gazetelerin konuları ve bölümleri içerik olarak zenginleşmiş ve ele alınan problemler aktüel olmaya başlamıştır (Halilov,2002: 48).

1966'da Komünist Partisi'nin XXIII. Kurultayı gerçekleşmiş ve kurultay basını daha da geliştirmeyi hedef olarak belirlemiştir. Alınan karara göre, gazetelerin baskısının %40 kadar çoğaltılması gerekmektedir. Basın, Komünist Parti'nin amaçlarını gerçekleştirmede ve siyasal amaçlarına ulaşmasında önemli bir rol üstlenmiştir. Bu nedenle Komünist Parti medya çalışanlarını ve medyanın içeriğini sürekli kontrol altında tutmuştur.

Hatta Komünist Parti üyesi olmayan gazetecilerin basın yayın kuruluşlarında çalışması engellenmiştir (Ayhan, 2008: 193-194). Komünist Parti propaganda faaliyetlerini etkili bir şekilde yürütebilmek için Sovyet ülkelerindeki basın kuruluşlarıyla yakın ilişkiler kurmuştur. Bunun en önemli örneği, Komünist Parti tarafından Kırgızistan'da Sovyettik Kırgızistan, Kazakistan'da Sovyettik Kazakistan, Özbekistan'da Sovyettik Uzbekistan, Türkmenistan'da Sovyet Türkmenistan gazeteleri ile yakın ilişkiler kurularak sıkı işbirlikleri gerçekleştirilmiştir (Asanova, 2002: 50).

Basının önemli görevlerinden biri, siyasi-toplumsal değişiklikler hakkında geniş enformasyon yaymak ve Sovyet ruhunda terbiye etme görevi ile birlikte kabul edilmiş yenilikleri halka yaymaktır. Aynı zamanda günümüzde basında çalışanlar için ders olacak olan toplumsal gelişmeleri görmek mümkündür. 1976-1982 yıllarında gerçekleşmiş gazeteciler toplantısından sonra çıkarılan gazetelerin arşivlerine bakılırsa, birçoğunun bilgi ağırlıklı olduğu görülmüştür. Ayrıca ulusal gazetelere göre, yerel gazetelerin sayısı ve tirajı artmıştır (Altıok,2018:5).

Genel olarak basının bu yıllarda ele aldığı konular; haberler, olaylar, belirli günler, bazı önemli toplantılar, planlar, kararlar ve onların sonucu idi. Örnek vermek gerekirse; 12 Nisan 1961'de Gagarin'in aya uçuşu, komünist partisinin XXII., XXIII., XXIV., XXV., XXVI. kurultayları, toplantıları, Lenin'in 100. doğum yılı, Kırgız Cumhuriyetinin kuruluşunun 50. yılı SSCB'nin yeni Anayasasının tartışması (1977), SSCB'nin kuruluşunun 60.yılı, SSCB yüksek kurul seçimi gibi sosyal ve siyasi olaylar gazetelerde işlenen konulardı. Basın bunların halka yayılmasında büyük bir rol oynamıştır. Tarihin her döneminde basın o dönemin topluma ve yapısına göre kendini revize etmektedir. Örneğin totaliter dönemde basın o zamana uygun bir ideolojik araç olarak kullanılmıştır. Çünkü SSCB'nin stratejisi bunları gerektirmekteydi. Diğer taraftan basın halkın sesi olma rolünü gerçekleştirirken, en ücra köşelere kadar uzanıyor, halkın tüm katmanlarına hitap ediyor ve emekçilerin o dönemde ülkede yapılan değişimleri anlamalarına yardımcı oluyordu (Asanova, 2002: 48). Toplumdaki değişim süreci zıt, geniş ve çok acılı idi. 1985 yılının Nisan ayındaki toplantıda iktidar tarafından sosyal kuruluşları tamamen değiştirmeye yönelik yapılan hareket, planlı ekonomiden pazar ekonomisine geçme ve bunun neticesinde ortaya çıkan kapitalizm toplumu ani bir şekilde değiştirmiştir. Bu da komünist partisinin ideolojisini zayıflatmıştır. Cumhuriyetin iki gazetesi *Sovettik Kırgızistan* ve *Sovetskaya Kirgiziya*'da yayınlanan içeriklerin etkililiği ile ilgili olarak editör raporları

merkezi komitenin bürosunda incelenmiş ve çareler aranmıştır (Cunuşaliyev, 2001: 226). Bu dönemde Kırgızistan'da bölge gazetelerini ekleyince 128 farklı isimde gazete ve dergi çıkmakta ve yıllık tirajı 264 milyonu bulmaktaydı. Perestroyka (yenilenme) döneminde katı baskı olmadığı için farklı ve çeşitli bakışlara izin verilmiş ve siyasi yasak kaldırılmıştır. Kırgızistan'da milli anlaşmazlık, Oş olayından sonra, demokrasi yönünü seçen bilim adamı A.Akayev'in iktidara gelmesiyle ülkenin temel siyasi politikası netleşmiştir. Basının yukarıda saydığımız türleri ile birlikte siyasi yönleri de değişti. Basın sadece sayıca değil, kalite açısından da yükseldi. Bir sürü gazete gerçek toplumun fikrini yaratıp popülerliğe ulaşmıştır (Cunuşaliyev, 2001: 226). Basın Kırgızistan'da komünist partisinin otoritesini, saygısını düşürdü ve yıpranmasında büyük oranda etkili olmuştur. Özellikle 1991 Ağustos'undan sonraki siyasi gelişmeler, Kırgızistan'da basının gelişmesine yol açmıştır (Kabılbekova,2008: 24).

Kırgız Televizyon Radyosu (KTR) 1931 yılında radyo kanalı olarak yayına başlamıştır. 1958 yılında ise, televizyon kanalı olarak ekranda yerini almıştır. Sovyetler döneminin tek televizyon kanalı olan KTR'nin kuruluş amacı, Radyo ve Televizyon programlarını halka sunma olarak belirlenmiştir. KTR o dönemlerde Sovyet Komünist Partisinin ideolojilerini yansıtmaktaydı. Yayına başladığı dönemlerde günde 15 dakika yayın yapmıştır (Otorbaev, 2014: 11). 1960 yılından itibaren kesintisiz yayın yapmaya başlamıştır. O dönemlerde Sovyet ideolojisi taraflı yayınlar yayınlanıyordu. Ama her şeye rağmen Sovyet dönemindeki televizyon bugüne kadar ulaşmış ve Kırgızistan'ın kitle iletişim araçlarının gelişmesine katkı sağlamıştır (Myrzagulov, 2013:9). Sovyet döneminde KTR gençlere ve çocuklara, siyasi bakış açılarını aktaran programlar ve haberler yayınlıyordu. O dönemlerde *Şibege* adında programı vardı. *Şibege* programı toplumdaki herhangi bir yetersizliği, eksikliği gösterip, şahısların yerine getirmedikleri görevlerin altını çiziyordu. *Şibege* programında gösterilen bu tür şahısların yaptıklarının bir suç olduğu ekrana yansıtılıyor ve hatta cezalandırılıyorlardı. Sovyet döneminde en çok Sovyet gençleri, Sovyet Komünist Partisi, 5 veya 10 yıllık planı yerine getirme, et, süt, pamuk üretimini belli bir seviyeye ulaştırma konuları ele alınmaktaydı. Kırgızistan'da ise, daha çok tarım alanına ağırlık verilmekteydi (Myrzagulov,2013:11). Retransmisyon denilen, yani başka televizyon kanallarının programlarının aralarına kendi programlarını yerleştirme yöntemi kullanılıyordu. Sovyet döneminde de ilk önce Moskova Merkezi Televizyon Kanalının haberleri yayınlıyor ardından Kırgızca haberler ekrana yansıtılıyordu. Günümüzde ise; Kırgızistan'ın özel kanalları örneğin NTS kanalı Rusya'nın NBT televizyon kanalının

programlarını göstererek aralarına kendi yayınlarını eklemektedir. Sovyet Döneminde Kırgızistan'da özel teşebbüsle kurulan televizyon kanalları olmadığı için Sovyet Döneminde ticari yayıncılıktan söz etmek mümkün değildir (Tamer, 1983: 85). Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından KTR kanalında yayın politikası bağlamında çeşitli değişiklikler yaşanmıştır. Günümüzde KTR kanalı Sovyet ideolojisinden uzak, Kırgız ulusal birliğini sağlayacak şekilde dizayn edilmiştir (İşcan, 2017:18). M-Vektor, İnternews Network ve Soros Kırgızistan şirketleri tarafından, Sekizinci Dalga Medya Araştırmasının sonuçlarına göre; Kırgızistan'da nüfusun %97'sinin evlerinde televizyon bulunmaktadır. Bunların %40 11-30 kanalı izleyebilmekteyken, %26'sı 30-50 kanala %25 de 50-100 kanala ve sadece %5'i 100'den fazla kanala ulaşabilmektedir. 2017 yılından itibaren kanallar uydu üzerinden yayın yapmaya başlamıştır. En çok izlenen kanalların sıra başında KTRK kanalıdır, ikinci olarak da KTRK Müzik kanalı izlenirken üçüncü sırada ORT kanalı yer almaktadır (İnternews Soros Kırgızistan, 2017:22).

Yüz yıllık bir geçmişe sahip olan televizyon, günümüzde Kırgızistan'da da en etkili kitle iletişim araçlarının başında gelmektedir. Hızlı bir şekilde ilerleme kaydeden televizyon yayıncılığı tüm diğer ülkelerde olduğu gibi Kırgız toplumun eğitiminden kültürel etkileşime, bilgi alışverişinden propagandaya kadar daha birçok alanda etkili olmaktadır.

3.2. Kırgızistan Basınında Haberciliğin Gelişmesi

1924 yılında Kırgız dilinde yayınlanmaya başlayan ilk gazeteden sonra, habercilik adım adım ilerlemiştir. Gazete tirajı az da olsa, Rus dilinde de gazeteler çıkmaktaydı. Orta Asya'da milli sınırların belirlenmesiyle, Sovyet Cumhuriyetleri kurulmuş, bu da basının ve gazeteciliğin gelişmesine önemli rol oynamıştır

29 Ağustos, 1927'de Komünist Partinin Kırgızistan Vilayet Komitesi, *Erkin Too* gazetesinin adının *Kızıl Kırgızistan (Kırmızı Kırgızistan)* olarak değiştirilmesi hakkında karar çıkarmıştır ve *Erkin Too*, *Kızıl Kırgızistan* olarak değiştirilmiştir. 1927, 1928 ve 1929 yıllarında *Kızıl Kırgızistan* gazetesinde, Kırgızca yazılar hem Arap alfabesiyle, hem de Latin alfabesiyle karışık olarak yayınlanmış ve Ocak 1930'dan itibaren tamamıyla Latin harfleriyle yayınlanmaya başlamıştır. Kırgız Sovyet basınının o dönemdeki ana konusu; Sovyet yönetiminin pekiştirilmesi, yeni sosyalist ekonominin ve kültürel hayatın kökleştirilmesi amacıyla yürütülen mücadeleden oluşmuştur. Komünist Partinin Kırgızistan

Vilayet Komitesi siyasi kararları gerçekleştirmek, ekonomik, sosyal ve kültürel hayatı sosyalizme uygun hale getirmek için basını ideolojik bir alet olarak kullanmış ve gazetenin içeriğini bu amaca uygun şekilde ayarlamıştır. Sovyetler döneminde, basın ideolojik bir propaganda yapmada temel araç olarak kullanılmıştır. Basının önemli görevlerinden biri, siyasi-toplumsal değişiklikler hakkında kitleye geniş enformasyon yaymak ve Sovyet ruhunda terbiye etme görevinin dışında yeni kabul edilmiş yenilikleri halka yaymak olmuştur. Bununla birlikte, bugünün gözüyle bakarsak günümüz basında çalışanlar için ders olacak olan toplumsal içerikleri okumak mümkündür (Altıok, 2018,13).

Geçiş dönemlerinde siyasi iktidar faktörü genellikle yaşamın temel gelişme yönünü belirlemektedir. Kırgızistan basınının eski Sovyet dönemindeki sistemi ve rejim ile sıkı bağlantısı basının yönünü net ve açık bir biçimde göstermiştir. Sovyet sonrası dönemde ise, grup ve boy çıkarlarının çatışmasından dolayı basının bu tip olaylara alet edildiği görülmeye başlanmıştır.

Gazetede yayınlanan işçi ve köy muhabirlerinin yazılarında, çeşitli yerlerdeki Sovyet parti kurumları hakkında bilgiler, ekonomik ve toplumsal örgütlerin faaliyetleri, vergiler, köylülere toprak dağıtımı, eğitim, halkın hayatı ve kültür haberlerine yer veriliyordu. 1920-1930'lu yıllar arasında işçi ve köy muhabirlerinin çoğu eleştirel haber ve makalelerini yayınlarken, takma ad ve soyad kullanmışlardır, özellikle ünlü gazeteci yazarlar yazılarını bu şekilde yayınlamışlar, aynı zamanda takma adlarını da sık sık değiştirmişlerdir. Çünkü Sovyetler, sosyalist hayatı uygulamaya başladığı için yeni hayat düzenini istemeyenler tarafından gazete muhabirlerinin öldürüldüğü durumlar olmuştur (Bakaşova, 2002: 10).

Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra, bağımsızlığına kavuşan Kırgızistan, yeniden düzenleme sürecinde 29 yıldan fazla bir zamanı geride bırakmıştır. Kırgızistan'da basın, özellikle ekonomik, siyasi ve kültürel bilinçlenme sürecine önemli katkılar sağlasa da, Sovyetler Birliği'nin dağılma sürecine hazırlıksız yakalanması ülkeyi demokratikleşme sürecinde birtakım sorunlarla karşı karşıya bırakmıştır (Budak, 2013:2).

Sovyet medya sisteminin otoriter yapıya sahip olması nedeniyle sansürün her türlü medyaya uygulanması ve basının kontrol altında tutulması Kırgız medyasının gelişmesini engellemiştir ve yetmiş seneyi aşkın bir sürelik iz bırakmıştır. Sovyetler Birliği döneminde

yaşanan bu denetim sıkıntıları, bağımsızlıkla birlikte yerini farklı sorunlara bırakmıştır. Ağustos 1991 yılında basın devlet tekelinden çıkarak özelleşmeye başlamıştır. Sovyet döneminde devlet desteği alan gazeteler, bu dönemden sonra ülkede yaşanan devalüasyon ile birlikte maddi sıkıntılarla uğraşmaya başlamıştır. Bu dönemde devletin desteklediği *Asaba*, *Kırgız Tuusu* ve *Slova Kırgızistan* gazeteleri ayakta kalsalar da, birçok gazete ve dergi kapanmıştır (Tümanbayev, 2002: 55).

Kırgızistan totaliter sisteminden kurtularak, liberal yapıya geçmek için önemli hamle yapılmıştır. Devlet Başkanı bu süreci hızlandırmak için Avrupa ve Atlantik bölgelerine ziyaretler gerçekleştirmiştir. Bu durum Kırgız medyasının uluslararası sürece katılmasını sağlamıştır (Kulikova ve İbrayeva, 2007:7). Fakat Sovyetlerin izleri, Kırgız medyası üzerinden uzun süre silinmemiştir.

Sovyet Komünist Kurumu'nun ortaya koyduğu ilkeler, Kırgız basınının şekillenmesinde etkili olmuştur. Kırgızistan'da basın ve siyaset arasındaki ilişkisi Sovyet rejiminin bir taklidi şeklinde gerçekleşmiştir. Yani medya ve siyaset arasındaki ilişki totaliter yapıdan, otoriter yapıya geçiş göstermiştir. Sovyet sisteminin izlerini silme ve liberal sisteme geçmeye çalışan Kırgızistan'da lokomotif rol üstenecek basın, sermaye yetersizliği, teknik altyapı yetersizliği ve yetişmiş eleman sıkıntısı gibi birçok sebepten dolayı bu yapılanma sürecinde pasif kalmış ve istenilen etkiyi ortaya koyamamıştır. Bunun yanında liberalleşme tam olarak uygulanamamış, basın gayri resmi sansür uygulamalarına maruz kalmıştır (Ayhan, 2008:20).

Bağımsızlığa kadar kitle iletişim araçları, yalnızca hükümetin dediklerini yazarak, belirli bir ideolojinin siyasetini yerini getiriyor iken; özgürlüğünü ilan ettikten sonra Kırgızistan'da 20'ye yakın parti, 15 toplumsal hareket, 30 mesleki ve 18 sanatsal, kültürel, eğitim, kadın, gençlik birlikleri ve müesseseleri toplum hayatına girmiştir (Tümönbaev, 2002: 58).

Ülkenin siyasi, ekonomik yaşamına aktif bir şekilde girerek, halka hızlı ve zamanında haber ileten *Kırgız-Tuusu*, *Erkin-Too*, *Slova Kırgızstana*, *Veçerniy Bişkek* gibi gazeteler bulunmaktadır. Bu gazeteler çoğunlukla önemli olan ekonomik ve siyasi konuları ele alarak, bu alanın gelişimine ve sorunların çözümüne aktif olarak katılmıştır. Ülkenin

ekonomik, siyasi yaşamıyla ilgil toplumun fikrini, bakışını oluşturmada bu gazetelerin etkisi büyük olmuştur.

Aynı zamanda kitlenin sosyal katmanına katılarak gündelik hayatı, toplumdaki zıt görüşleri yansıtan *Aalam (Alem)*, *Arman (Üzüntü)*, *Tagdır (Kader)*, *El Tamırı (Halk Damarı)*, *Ata- Curt (Ata Yurt)* ve *Ak Bata (Ak Dua)* gazeteleri de bulunmaktaydı. Bu gazeteler, halkın sosyal hayatını yansıtmakla beraber, farklı bir bakış açısı göstermeye çalışmışlardır. Bunun dışında farklı alanlarda da yayınlar ortaya çıkmıştır. Örneğin, cumhuriyetin kültür hayatını yansıtan, halka medeniyeti ve yenilikleri anlatmayı amaçlayan *Obon (Melodi)*, *Külkü (Gülmek)*, *Kerbež (Kerbež- Kırgız melodisindeki bir terim)* *Kırgız Karavan (Kırgız Kervanı)* gibi gazeteler çıkmaya başlamıştır (Sıdıkova,2001:9).

Toplumdaki yasa meselesine propaganda yapan *Delo No*, *Suç ve Ceza*, *Betme-Bet*, *Jungli Zakonu*, *Kriminal*, *Kriminaldik Sensasya* gazeteler de yayınlanmaya başlamıştır. Bu gazetelerde toplumdaki suç olayları, yasaya karşı çıkmalar, hukuk ve mahkeme organlarının doğru ve yanlış kararları, kazalar, savaşlar gibi çeşitli konularda yazılar yayınlanıyordu. Bu yayınlar okurlarını arttırmak için olayları çok hızlı takip etme yarışındaydılar (Tümönbayev, 2002: 60).

Akla gelmeyen ve bilimle açıklanamayan gizemler, galaksi ve uzay konuları, sihir, astronomi ve parapsikoloji düşünceleri, keramet güçleri gibi konuları anlatmaya çalışan *Aalam (Alem)*, *Zagadoçny Mir (Sırduu Düynö)*, *Magiya (Büyü)* gibi gazeteler yayınlanmaya başlamıştır. Bunlar 70 yıldır halkın karşılaşmadığı konular olduğu için, geniş bir okur kitlesine sahip olmuştur (Bakaşova, 2002:34).

Önceden yasaklanmış olan konuları işleyen gazeteler de ortaya çıkmıştır. *Payşamb*, *Süyüü*, *Periştem*, *Kız Cigit*, *Mahabat Meydanı* ve *İntim* gazeteleri örnek olarak verilebilir. Bu gazete sayfalarında etik ilkelere ve ahlaki kurallara uymayan erotik konular yansıtılmıştır. Aynı zamanda bu görüşteki gazetelere karşı çıkan yayınlarda ortaya çıkmıştır. Örneğin: *İslam Medeniyeti*, *Koom Cana Üy- Bülöo*, *Şeriat*, *Senin Yolun*, *Ümit Nuru* gibi dini gazeteler yayınlanmıştır (Altıok, 2018: 9). Kırgızistan'da kadınlara ait meseleler çeşitli dergi ve gazetelerde işlenmeye başlamıştır. Bunlar *Asılzat(Asilzade)*, *Censkoe Delo (Kadın Dosyası)*, *Ayalzat (Kadınlar)*, *Kızdın Sırı (Kızın Sırrı)* ve *Tunuk (Berrak)*'dur. Bu yayınlarda kadınların sıfatları, ana ile kızın, gelin ile kaynananın ilişkileri,

gelenek ve görenek, sağlık, güzellik, moda, giyim ve kuşamla ilgili konular genişçe anlatılmaktadır. Ayrıca çeşitli müessese ve parti gazeteleri de çıkmaya başlamıştır. Bişkek Tamir Kurumu'nun *Bipost* gazetesi, Uçkun Şirketi'nin *Rif* gazetesi, Kırgızistan Komünist Partisi'nin *Pravda Kırgızstana (Kırgızistan Gerçeği)*, Kırgızistan demokrasi hareketinin *Maydan (Meydan)* ve *Akbata (Ak Dua)* gazeteleri, Absolyut Ajansı'nın *Absolyut-Ekspres* gazetesi, Kırgız Televizyon ve Radyosunun *KTR-Obo* ve *Piramida* televizyonunun *Piramida Plyus* gibi gazeteler örnek olarak verilebilir. *Ay-Danek* ve *Piramidka (Piramitcik)* gazeteleri ise; çocuklara yönelik yayın yapmaktadır (Kabılbekova, 2008: 28).

Sıdıkova medyadaki konulara iki yönden bakmıştır. Birinci açıdan konuları toplum ve siyaset ile toplum ve kültür olarak iki gruba ayırmıştır. İkincisinde ise, konuları siyasi açıdan, hükümet politikasını destekleyen ve muhalif görüşteki serbest yayınlar olarak ikiye ayırmıştır. Yayınlar, siyaset ve kültür gazetesi olarak toplum hayatının tüm yönlerini yansıtarak, hükümetin her iş ve hareketini propaganda etmiştir. İktidarın yürüttüğü politikayı sadece hükümet gazeteleri değil, aynı zamanda siyasi açıdan kendini tarafsız sayılan gazeteler de desteklemiştir. Muhalefet gazeteleri ise, iktidarın ve cumhurbaşkanının politikasını eleştirerek; doğru, yanlış ve zayıf yönlerini gazete sayfalarında yansıtmaya çaba göstermişlerdir. Muhalifeti destekleyerek sayfalarında onların görüş ve fikirlerini kitleye sunmuşlardır. Ancak bağımsız basın, iktidarı destekleyen basına göre objektifliğe daha çok önem vermişlerdir.

Bağımsızlığın başlangıç sürecinde bazı gazeteler maddi durumdan dolayı kapanmak zorunda kalmıştır. Bağımsızlıktan sonra, yasaklanan konuların açığa çıkmasıyla bu konulara ilgi artmış ve gazetelerin tiraj sayısında artış görülmüştür. Tarih, edebiyat, ekonomi ve kültürdeki kapalı konulara değinilmesi çok fikirliliği sağlamıştır. Eskiden konu anlatılırken klasik tarz kullanılmaktayken, onun yerine yeni tarzlar oluşturularak, eski sınırlamaları aşmışlardır (Bakaşova, 2002: 59).

Basındaki bir diğer değişiklik ise, gazetelerin dil ve kelime hazinesinde olmuştur. Haber metinleri eskisi gibi belli kriterlere uyan bir dilde değil, konuşma diline uygun bir şekilde yazılmaya başlanmıştır (İbrayeva, 2002: 45). Sovyetler Birliği döneminde; kadınlara yasak olan dini yayınlar, sağlık, kültür, reklamcılıkla ilgili gazeteler ile siyasi kuruluşlarla, sivil toplum örgütlerinin çıkardığı gazeteler yayın hayatında önemli yer tutmaktadır. Daha önce Sovyetler Birliği döneminde günlük olarak yayınlanan gazetelerin,

bu kuruluşların ekonomik durumlarının kötü olması ve yetişmiş eleman sıkıntısından dolayı haftanın belirli günlerinde bir veya iki kez, hatta bazı bölgelerde aylık olarak yayımlandığı görülmektedir (Çakın, 2017: 79).

Konu alanları genişletilip, farklı haberler ele alınarak, kamuoyu üzerinde etkin olmaya başlanmıştır. Hazar ve Muhtarova'nın *Kırgızistan Örneğinde Medyanın Gündem Kurma Etkisi* çalışmasında, gündem belirleme üzerinde durmuşlardır. Bu çalışmaya göre; basının yapısında, devlet destekli resmi gazeteler ile özel ticari kuruluşlar tarafından çıkarılan gazeteler görülmektedir. Devlet destekli olan gazetelerin editörleri Cumhurbaşkanı tarafından atanırken, özel kuruluşlar 2000'lerin başlarında hem merkezi, hem de yerel bölge idarelerinin kontrolünde bulunmaktadır. Fakat günümüzde bu kontrol azalmıştır. Siyasi ve güncel olarak yayın yapan gazetelerin yanında tematik konulu yayınlara da rastlanmaktadır (2018:15).

Gazetelerin tasarımında, dış görüntüsünde birçok değişiklikler olmuştur. Tekniğin gelişmesiyle tasarım bilgisayarın yardımıyla yapılarak gazetenin istendiği gibi düzenlenmesi sağlanmıştır. Gazeteler toplum hayatındaki tüm sosyal, ekonomik, siyasi ve kültürel görüşleri yansıtmakta ve okurun talebini yerine getirmek için farklı konuları işlemektedirler.

Kırgızistan'ın Orta Asya Ülkeleri arasında ifade özgürlüğü daha yüksek pozisyonda olmasına rağmen, Kırgız gazeteciliği birçok zorlukla karşı karşıya kalmaktadır. İlk olarak kitle iletişim araçlarına olan güvenilirlik ve profesyonellik söz konusudur. İkincisi ise, Kırgızistan'daki reklam pazarının zayıf olmasıdır. Demokrasiyle özdeşleştirilen gazeteciliğin bu sürecinde, değişimler olmakla birlikte eksiklikler de ortaya çıkmıştır. Haberler yeteri kadar araştırılmadan yayınlanıyor ve çoğu zaman kulaktan dolma bilgilere yer veriliyordu. Bu nedenle gazetecilik eski etkisini kaybetmiştir.

Basın organlarının çoğalmasıyla, aynı branşta birkaç gazetenin olması, gazetecilerin daha da çok araştırma yapmalarını ve çalışmalarını sağlamıştır. Ancak gazetelerin çoğalıp aynı konunun çeşitli kanıtlarla sunulması okurların objektif ve doğru bilgi almasına engel olmuştur (Kabılbekova, 2008:30). Yukarıda bahsettiğimiz sorunları çözmek için medya uzmanları şunu belirtmektedir: "*Medyanın mesleki seviyesini yükseltmesi gerekmektedir, çünkü kitle iletişim araçlarının ekonomik durumu iyi düzeyde araştırma yapmalarına izin*

vermemektedir. Medyanın iki fonksiyonu söz konusudur: Birincisi etkileşim ikincisi de potensiyeldi” (Kırgız Medya Okuryazarlığı Araştırma Raporu, 2018: 24)

Günümüzde mobil iletişim teknolojileri, tablet bilgisayar ve akıllı cep telefonlarını yaygın kullanılan iletişim araçları haline dönüştürmüştür. Bu bağlamda medya kuruluşları, haber toplama ve sunma, özellikle multimedya içeriği olmak üzere bilgi depolama, düzenleme ve geri çekme, işlem, üretim ve editoryal, dağıtım veya basım, sunum, görüntüleme ve erişim kapsamında önemli ölçüde değişime uğramaktadır. Kağıt üzerinde uzun yıllar varlıklarını sürdüren gazeteler, internet siteleri, tablet ve mobil uygulamalarıyla okuyucularını kaybetmemeyi amaçlamaktadırlar. Anlık yaşanan gelişmelerin kamuoyuna aktarılmasında geleneksel iletişim araçları ve özellikle gazeteler okuyucunun hızlı bir şekilde bilgilendirilmesinde yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle internet haberciliği ortamına taşınmaktadır (Değirmencioğlu, 2016: 13). İnternet haberciliğini bugün web sitesinde, bir fotoğraf ile yayımlanan bir metin olarak düşünmek son derece eksik kalmaktadır. İnternetin sağladığı imkanlarla yapılan habercilik metnin yanı sıra metni destekleyen çok sayıda farklı unsurdan da oluşmaktadır. İnternet ortamında yayımlanacak haberde alanın kullanımı yazılı basına göre daha rahattır. Bununla birlikte haberin gereksiz şekilde uzatılması okuru kaçırır. Haberin içinde taramayı kolaylaştıracak anahtar kelimeler kullanılması önemsenmelidir. Haber içinde önemli kısımları vurgulamak, okurun bu haberi nasıl izlemesi okuması gerektiği konusunda yönlendirmede bulunmak önemlidir. Bu yöntem kullanıcıların haberi okumak için harcadığı sınırlı süreyi en iyi şekilde kullanmalarını sağlamaktadır.

3.3. Kırgistan’da İnternet ve İnternet Gazeteciliğinin Gelişimi

SSCB’nin dağılmasıyla, SSCB'nin eski devletleri için yeni bir dönem başlamıştır. Kırgızistan’da da egemen devletin kurulmasıyla birlikte, kendi anadilinde milli basının geliştirilmesi için farklı ve özgür kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmuştur.

Kırgız Medyasının Tarihsel Gelişimi ve Bugünkü Durumu (2002) adlı kitapta, Gulnara Ibraeva ve Svetlana Kulikova, bağımsızlık sonrasındaki Kırgız medya sektörünün tarihsel gelişimini analiz etmiş ve süreci birkaç döneme ayırmışlardır. 1991-1992 yılları: Egemen Kırgız televizyon ve radyo dönemi, Sovyetler Birliği'nin çöküşüyle başlamaktadır. Şubat 1991'de, Devlet Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Kurumu, Devlet Komitesi'nin

Kırgızistan SSR Televizyon ve Radyo Yayıncılığı altında kurulmuştur. 1992 yılında, devlet kurumları ve diğer sektör katılımcıları tarafından yeni kitle iletişim araçlarının kurulmasını yasaklayan *Kitle İletişim Araçları* yasası çıkarılmıştır. Bu dönemde devlet ve medya arasındaki ilişkilerdeki değişikliklerin kaçınılmaz olduğu açıklanmıştır.

Bu dönemin medya sistemi, devlet televizyonu ve radyo yayıncısının tekeliyle karakterize edilmektedir. Bu dönemde, basın, televizyon kadar etkili olmamasına rağmen, oldukça güçlü ve etkili olan yayınlar da bulunmaktadır. *Akşam Bişkek, Kırgız Ruhı, Aalam, Bişkek Şam, Zaman-Kırgızistan, Asaba, Svobodnye Gory* gazeteler ise ilk özel radyo istasyonu olan *Almaz* bu döneme örnek kitle iletişim araçlarıdır.

1993'ten itibaren medyada özel sektör, sosyo-politik gündem belirlemede daha etkili olmuş ve ülkedeki politik ve ekonomik konularda sivil toplumda farklı bir merak ve bakış açısı uyandırmıştır. Çalışmanın yazarları G. Ibrayeva ve S. Kulikova, 1993 yılında özel basının aktif bir şekilde çalışmaya başlamıştır. Bunlar arasında *Vaka No, Vesti Issyku, Echo Osh* ve *Ashar*'dır. Ayrıca o yıllarda özel televizyon şirketi kurulmuştur. Oş şehrinde Osh-TV, Bişkekte şehrinde ise *Piramit* televizyon ve radyo istasyonu özellikle belirtilmektedir (İbrayeva ve Kulikova,2002:18). Bu dönemde Kırgızistan'da artık kablolu televizyon stüdyoları gelişmeye başlamıştır. Bu ağların içeriğini filmler, çizgi filmler ve reklamlar oluşturmuştur. Bu stüdyoları ilerlemesi daha sonra yeni özel televizyon kanallarının kurulması için zemin olmuştur.

Ancak elektronik medyanın gelişimi sorunlar büyük yatırımlara ihtiyaç duyuması, TV ve radyo istasyonlarının faaliyetlerinde tecrübenin azlığı ve işi iyi bilen uzmanların yetersizliği gibi sorunlar yaşanmıştır. Devlet, televizyon ve radyo yayıncılığı alanında tekeli olarak kalmış, mevcut medyanın çoğunun (cumhuriyetçi, bölgesel ve ilçe gazeteleri) devlete ait olması nedeniyle bu medya kurumları devletin görüşlerinin yansıtması misyonuyla yayıncılık yapmışlardır. Ancak, özel yayın yapan ve bu yönüyle ortaya çıkan kuruluşlar, basılı medya olarak halkın gözünde ciddi bir şekilde önem kazanmaya başlamıştır. Bu süreç gazetecilerin faaliyet yapmalarını yasaklandığı dönem olarak görülmektedir (Borbeyeva ve Eşenaliyeva,2018 : 48).

1990'ların sonundan itibaren sivil toplum kurumları ortaya çıkmaya başlamıştır. 1997'den itibaren Soros Kırgızistan Vakfı, Internews Network gibi uluslararası kuruluşların

yerel şubelerinde medya özgürlüğünün gelişmesi için projeler uygulanmaya başlamış, 1998'de kurulan *Gazeteciler Derneği*, Kırgızistan'ın en eski medya kurumlarından biri haline gelmiştir. Ancak 1998'de açılan Internews Network Uluslararası Kurumu, yerel kamu kurumlarında Internews televizyon medya eğitimleri vererek, yerel medyanın potansiyelini geliştirmeye başlayarak Kırgız gazeteciliği için önemli bir dönüm noktası olmuştur (Toraliyeva, 2006: 26).

1999-2005 yıllarında ise, medya kurumlarının yeniden paylaşılması ve bir elde toplanmasıyla karakterizedir. Öncelikle kar elde etmek amaçlayan medya kurumları ve siyasi kampanyaların aracı haline geldiği görülmektedir. İbraev ve Kulikova'ya göre; 2000 yılının başlarında, medyanın gerekli kamuoyunu oluşturmadaki gücünü ve ekonomik açıdan karlılığını gören hükümet *KOORT* kanalını, *Veçerniy Bişkek* gazetesini, *Ayzirek* reklam ajansını, *Kırgız İnfö* haber ajansını, *Loveradio Radyo* istasyonu gibi kurumları kontrol altına almıştır. Bunun dışında da milli televizyon kanalı ve radyosu, 70'e yakın yerel gazeteler ve haber ajansları hükümetin durumunu bütün ülkeye yaymaya devam etmiştir. Sadece özel kitle iletişim araçları haber yayınlamada topluma farklı bir bakış açısı sağlamaya çalışmışlardır. *Piramida*, *AKİpress*, *Azattyk Radyosu* gibi medya kurumları örnek olarak verilebilir (İbraeva ve Kulikova, 2002: 56).

Sovyet Dönemi'nde ticari yayıncılıktan söz etmek mümkün değildi. Bağımsızlık sonrasında ise, tüm dünyada olduğu gibi Kırgızistan'da da *5.Kanal*, *NTC*, *Piramida*, *Eho Manas*, *NBT*, *Komuz TV* gibi ticari yayın yapan kanallar ortaya çıkmıştır. Bazı ekonomik, eğitimsel ve hukuki sebeplerden dolayı televizyon yayıncılığının örgütlenmesinde farklılıklar görülmüştür (İşcan, 2017: 3).

Ülkede gazeteciliğin gelişmesine yardımcı olan sivil toplum örgütlerine daha fazla ihtiyaç duyulmuştur. Çünkü medya pazarındaki en büyük tekelleri olan Uchkun'a bir alternatif oluşturmak gerekiyordu. Bu sebeple 2003 yılında kitle iletişim araçlarını desteklemek ve yardım etmek amacıyla Bişkek'te Basın Merkezi açılmıştır. Gazetecilere hukuki destek sağlamak için Internews PA 2004 yılında Medya Politika Enstitüsü'nü açmıştır (daha sonra "PF Enstitü Medya Politikası Kurumu" olarak değişmiştir). Bu kurumun görevi, gazetecilere ve basına işlerindeki çatışmalarda hukuki yönden yardım sağlayarak gazetecinin bilgi ve ifade özgürlüğünü geliştirmektir. Aynı zamanda Kırgız gazeteciliğinin hangi yönde geliştiğini tartışarak, gazetecileri nesnel ve

tarafsız olmaya, meslek etiğine bağlı kalmaları yönünde de onlara çağrıda bulunuyordu. Kırgız Gazetecileri, 2007 yılında “Gazetecinin Etik Kuralları” kabul ederek, Medya Şikayet Komisyonu kurulmuştur (Kırgız Halkının Medya Tercihleri Raporu, 2017: 38).

İkibinli yılların ikinci yarısından itibaren dikkat çeken diğer bir özellik ise, yakınsama ve medyanın birleştirmesidir. 2005 yılında, V. Filak ve S. Kuinin, Yakınsama Gazeteciliği (Convergent Journalism) kitabını yayınlamışlardır, ABD gazeteciliğinin kaçınılmaz geleceği olarak görmüşlerdir. Bu kitapta, Annenberg İletişim Okulu'nda ders veren Amerikan profesörü Larry Pryor'un tanımına yer vermişlerdir: “Yakınsama kavramı ile yeni teknolojilerin imkanları sayesinde, farklı medya organlarının birarada ve birbirlerine eklenmiş biçimde kullanılabilmesini ve izleyicisine gün boyunca kesintisiz erişimin sağlanması kastedilmektedir” (Kırgızistan'daki Kırgız Dilindeki Sitlerin Gelişim Yolları, 2013: 45).

Sovyetler sonrası medya ticarileşmesiyle ön plana çıkmıştır. İkibinli yıllardan itibaren bilgi bir ürün haline gelerek, yeni bir pazar oluşmaya başlamıştır. Birkaç başarılı özel haber ajansı kurulmuştur. Sovyet iktidarı döneminde kurulan medya örgütleri hala devlet statüsünü ve şimdiki iktidarın politikasının çıkarlarını korumaktadır. Bağımsızlığını kazanan Kırgızistan'da özel medya örgütlerinin açılması, yeni bir kitle iletişim kanalı olan internetin öğrenilmesi ve geliştirilmesi ile başlamıştır.

2006 yılından Kırgızistan'da AKİpress'e ciddi bir rakip olan 24.kg haber ajansı kurulmuştur. 2006 yılından itibaren Kırgız toplumunda internet kullanıcılarının sayısı artmaya başlamıştır. Ancak kullanıcılar internetten gelen bilgileri yeterli derecede algılamaya hazır değillerdi. Bu iki ajans da gelecekte internetin çok önemli hale geleceğini öngörerek Kırgız medyasında kendi yerlerini korumuşlardır. Kırgız dilinde çıkan internet gazeteciliğindeki gelişmeler, 1998 yılından sonra *Kabar* ajansı ile birlikte başlamıştır. O dönemde ülkenin kötü ekonomik durumuna rağmen ayakta kalan bu ajans yabancı haber ajansları içinde en yetkili bilgi kaynağı olmuştur. Üç sene sonra *AKİpress* dergisinin haber ajansı kurularak, Kırgızistan'da bulunan haber ajansları devlet (*Kabar*) ve özel (*AKİpress*) olarak iki tipe ayrılmıştır. AKİpress'in kurucusu Marat Tazabekov'a göre; o yıllarda Kırgızistan'da tam formatlı ikinci bir haber ajansı kurmak riskliydi: “Bu işi ticari bir iş olarak görenlerden biri bizdik. Amacımız sadece ticari iş değil de, toplumun habere olan ihtiyacını gidermektir. Ancak eğer kitlenin buna gereksinimi varsa erken de olsa geç de olsa

bu işten para geleceğine dair inancım vardı. Tek sorun ise, ayakta kalabilmektir. 2-3 sene içerisinde ayağa kalkmayı planlıyorduk ama ancak 4 sene sonra zarar etmemeyi başarabildik” (Töraliyeva, 2006:38)

24.kg ajansı, haber yaymada keskin ve çeşitli haber yayınlayarak, halk arasında başarılı olmuştur. Kırgızistan’daki internet gazeteciliğinin gelişim sürecinde temeli oluşturan bu haber ajanslarının özelliklerini şöyle özetlenebilir. Birincisi, devlete bağlıdır ve iktidarın resmi bir sözcüsüdür, ikincisi beş yılda kitlede popülarite kazanarak ilk özel kitle iletişim aracı olmuştur, üçüncü ise internet gazeteciliğinin gelişimini etkileyerek gücünü gösterebilmiştir.

2005-2010 yılları arasında internette Kırgız yayınlarında aktif bir şekilde ilerleme olduğu görülmektedir. 2005 ve 2009 yıllarındaki başkanlık seçimleri, 2007’de parlamento seçimlerinde etkili olmuştur. İnternet gazeteciliğinin ülkedeki sosyo-politik yaşam üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmüştür.

Bağımsızlık sonrası ülkede ilk olarak demokrasi bir basının geliştirilmesi için uluslararası yasa taleplerin temeline dayanan *Kitle İletişim Aracı* yasası düzenlenmiştir. İkinciden resmi olarak sansürün kaldırılması hükümet ve özel gazetelerin sayısını artırarak basının gelişmesini olumlu etkilemiştir. Bu gelişme gazeteler arasındaki rekabeti artırıp, gazetelerin kalitesinin geliştirmiştir. Bununla birlikte, konu ve içerik bakımından benzer gazetelerin sayısı artarak, ticarileşmeye yönelmiştir. 2001-2002 yıllarında ülkenin sosyal durumunu yeniden kurma döneminde *Tor*, *Çatıraş* gibi bulmacaları halk tarafından daha çok tercih edilmiştir. Çünkü halk bu zor zamanlarda kafa dağıtıcı bulmacalara yönelmiştir (Nazarbayeva, 2016:138).

Farklı konuları ele alan gazeteler çıkmaya başlamıştır. Örneğin, ülkenin sosyal siyasi hayatına aktif katılan, halka anında haber ileten *Kırgız Tuusu*, *Asaba*, *Erkin Too*, *Slovo Kırgızistana*, *Kırgız Ruhı*, *Veçerniy Bişkek* gibi gazeteler ortaya çıkmıştır. Bu gazeteler aslında ülkenin ekonomisine, siyasetine ilgi şeyleri gösterip, o alandaki başarıları yayınlayarak, problemleri çözmeye etkili olmuştur. Ülkenin ekonomik ve siyasi kamuoyu yaratmada, herhangi bir siyasi adım atmada bu gazetelerin önemli yeri vardı (Altıok, 2018:9).

Teknoloji ve internetin hızlı gelişmeleri medya sektörünü de etkileyerek medya alanında çalışanları yeniliklere ayak uydurma gerekliliğini de beraberinde getirmiştir. Bu gelişmeler Kırgız basınına da etkilemiştir. İnternet medyasının başlangıcını, yazılı basının sayfalarını internete aktarması oluşturmaktadır. Kırgızistan’da ilk olarak, 4 Mayıs 2006’dan itibaren *Super İnfó* gazetesi internette yayınlanmaya başlamıştır. Başlangıçta bu gazetenin internet sayfasında başka kaynakları da kullanılarak haberleri yayınlamışlardır. Aynı zamanda gazetede yer alan haberleri internet sayfasına aktarmışlardır. İlk olarak geleneksel gazetenin kopyası olan online sayfalar sonra kendine özgü yapıya dönüşerek daha çok haberi bünyesinde toplamış ve basılı gazetenin kopyası olmaktan çıkmıştır. 2010 yılında Kırgızistan’da internetin gelişmesi ve haber sitelerinin popüler olmaya başlaması, bazı basılı medyaların bilgi politikalarını ve internette yürüten faaliyetlerini yeniden gözden geçirmelerine neden olmuştur. Bazıları resmi sitelerini güncellemiş ve yeniden işletmişlerdir. Buna Kırgızistan’ın en etkili yayınlarından biri olan *Vecherny Bishkek* gazetesi örnektir. 2010’dan itibaren gazetenin internet sayfa yapısını tamamen değiştirilmiş ve gazete okuyucularına yeni bir haber sitesi versiyonu sunulmuştur.

Gazete tirajlarının sayısının azalmasının birkaç nedeni vardır. İlk olarak ülkede internet kullanıcı sayısının artmasıdır. Kanişay Abdiyeva’ya göre; basının içeriğinin kalitesizliği ve halkın gazetelere olan güveni yoktur. Okurun ilgisini çekmek için yeni bir üsluba geçilmesi gerekmektedir. Gazeteciler Birliği’nin Müdürü Marat Tokoevde, “Bazı medya sahipleri mesleklerini internet üzerinden yürütebileceklerini düşünerek gazetelerini tamamen internet sayfasına taşımaktadır. Ancak interneti iyi bilen kişi sayısı azdır. Gazete tirajının azalmasının diğer bir nedeni de, gazete içeriğidir. Sponsorların beğendiği şeyleri yazarak okurun isteklerini karşılamamaktadırlar. Bu da şüphesiz okuru itmektedir (Analitik Bir Araştırma, 2017: 33)

Özel haber siteleri insanlara kendi seslerini duyurmaları için imkan oluşturmuştur. Kırgızistan’da internet gazeteciliğinin gelişiminde ilk olarak haber ajansları temel oluşturmuştur. Ajansların ve sitelerin en önemli özelliği de, hızlı bir şekilde güncel bilgiyle kitleyi bilgilendirmesidir. Ülkede ilk olarak *Kabar.kg*, *Akipress.kg*, *www.gazeta.kg* gibi haber ajansları aktif bir şekilde çalışmaya başlamışlardır. Giderek birçok basılı gazetenin internet sayfaları açılmaya başlanmıştır. 2008’de, *kloop.kg* web haber sitesi açılmıştır ve haberleri 14 ila 25 yaş arasındaki genç gazeteciler tarafından hazırlanmıştır (Borbeyeva ve Eşenaliyeva, 2018: 54).

24 Mart 2005 ve 7 Nisan 2010 tarihlerinde beş yıllık arayla iki kez siyasal devrimlerle gerçekleşen siyasi iktidar değişimleri ülkenin siyasi, sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan gelişmesini yavaşlatırken, basının yapısal olarak gelişip, ilerlemesini de engellemiştir. Bu süreçten en çok etkilenen yerel gazeteler olmuştur. Bağımsızlığa kadar sermaye, personel, teknik altyapı ve baskı ve kâğıt desteği alan gazeteler, devletin desteğini çekmesiyle birlikte taşrada etkisini yitirmeye başlamıştır. Devlet bütçesine yük olduğu düşünülen ulusal ve yerel basın kuruluşları özelleştirilmiştir (İsayeva, 2002: 33).

2010-2014 yıllarında, Kırgız medyasına dair sosyal güçler ve kurumlar tarafından farklı değerlendirmeler görülmüştür. Çünkü 2010 yılındaki Nisan olayları medyanın gelişmesini derinden etkilemiştir. Hükümet yapısını yeniden düşünmeye ve ifade özgürlüğüne çok önem verilmiştir. “Kamu Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Kurumu” yasasının yürürlüğe koyulması bu medya örgütünün değişimine de son vermiştir. Ancak toplumda ne o dönemde ne de sonraki yıllarda devlet televizyon kanalının kamu yayıncılığına dönüştürülmesi tanınmamıştır (Borbeyeve ve Eşenaliyeva, 2018:56)

2010 yılında, KirTAG haber ajansının kurulması ile yeni bir dönem başlamıştır. Yetenekli genç gazeteciler için de önemli bir imkan oluşturulmuştur. KirTAG'ın kuruluşundan bir sene sonra *K-News* ve *Chalkan.kg* gibi haber siteleri çıkmıştır. Bu yıllarda internet gazeteciliği aktif bir şekilde gelişim göstermiştir. Haber ajanslarının gelişiminin “patlama” döneminde Kırgızistan'da birçok analitik çevrimiçi kaynak ortaya çıkmıştır (Kolosov, 2012: 16). 2010 yılından itibaren *Vesti.kg*, *Polit.kg* ve *Region.kg* gibi analitik haber siteleri açılmaya başlamıştır. Bunlardan ilki, ajans ve portal unsurlarını bütünleştirerek tasarlanmış haber siteleri olmuştur. *Region.kg* ve *Polit.kg* siteleri birbirine potansiyel olarak rakiplerdir. Çünkü Kırgızistan odaklı site olmalarına rağmen, ikisinde bütün Orta Asya'ya yöneliktir. Bugün Kırgızistan'da haber siteleri, resmi web sitelerini ana yayın organı olarak kullanmaktadır. İnternetin ortaya çıkmasıyla, Kırgızistan'da da haberin üretilmesi ve yayılması kolaylaşmıştır.

2013 yılına kadar yerel bölgelerde yazılı basın daha çok tercih edilmesine rağmen, internet gazeteciliğinin gelişimi de devam etmiştir. Geleneksel medya örgütleri de internete daha da dikkat etmeye başlamışlardır. Ancak Kırgız dilinde yayın yapan medya kurumları internet yayıncılığına ürkek adımlarla başlamışlardır. Bunun nedeni öncelikle maddi yetersizlikler olmuştur. Bu yayın organların 2/3'ü kısmen kendi gelirlerini sağlamakta ya

da tamamen sponsorlar tarafından karşılanmaktaydı. Bu medya kuruluşlarının yazılı yayın ilkeleri ve sahipleri ya da editör tarafından ve sözlü olarak belirlenmekteydi (Nazarbayeva, 2016:139)

İlgili kurumların gelişimi hem kriz döneminde, hem de ülkenin kalkınma aşamasında gündemi oluşturmuştur. 2010-2014 döneminde, ülkedeki medya gelişimi ve ifade özgürlüğü hem uluslararası kuruluşlar, hem uzmanlar tarafından olumlu niteliklerle ifade edilmesine rağmen, ülkedeki medya durumunun olumlu değerlendirilmesi yeterli olmamıştır. 2010 yılında *Kanal Beş, Global Media, Piramit TV ve Radyo Şirketi, Media Image* gibi medya örgütleri millileştirilmesi. Medyanın gelişimi, ifade özgürlüğü, demokrasi ve insan hakları alanlarıyla ilgilenen uluslararası kuruluşlar, Kırgız Cumhuriyeti'ndeki medyanın durumuyla ilgili medyanın millileştirilmesi durumunda şeffaf ve adil olunması gerektiğini belirlenmiştir. Bu eylemlerin meşruiyetinin tesis edilmesi gerek. Kitle iletişim araçlarının özel sektöre geçişinde ayrıca sonraki durumlarda da malın hızlı geri dönmesini, açık ve şeffaf olarak ihale edilmesini sağlar tespitlerinde bulunmuşlardır (Töraliyeva, 2006:27).

2017'de, halkın geniş bir bilgi kaynağına erişiminin genişletmesine olanak tanıyan dijital yayına geçilmiştir. Şubat 2017'de, Kırgız Cumhuriyeti'nin "Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Üzerine" Yasası, uluslararası anlaşmaya göre, yabancı kanalların da yayınlanmasına izin verilmesi yönünde değiştirilmiştir. Aynı zamanda, Kırgızistan medyasındaki değişimler, internetin kullanım sayısının artmasına bağlı olarak gelişme göstermektedir. Kırgızistan'da 2017 verilerine göre; internet kullananların sayısı % 82 dir. Bu faktörler, çeşitli bilgi kaynaklarına daha geniş ve engelsiz erişim için koşullar yaratmaktadır ve nüfusun yeni bilgi alışkanlıklarını oluşturmaktadır (Rahimov ve Usenoba, 2018 : 65). Milli İstatistik Komitesi'ne göre, 1998 ve 2016 yılları arasında doğan Kırgızların sayısı nüfusun % 40'ından fazladır. Yani, Kırgız halkının yarısından biraz azı dijital çağda büyümüştür ve medya alışkanlıkları eski kuşağın alışkanlıklarından farklıdır. Kırgız Milli İstatistik Komitesi'nin 2017 yılındaki çalışmasının gösterdiği gibi, insanların temel bilgi kaynağı olarak neyi gördüklerine dikkat edilirse, nesiller arasında çok net bir fark olduğu görülebilir. Gençlerin, haberleri mobil internet aracılığıyla ya da sosyal ağlardan almayı tercih ettikleri (nüfusun % 48'i) tespit edilmiştir.

Genel olarak internet yayınlarının ilk üç özelliği, yazılı basından farklı değildir. Bunlar; yayıncının durumu, statüsü ve rolüdür. İnternet medyasının sahibi kamu kuruluşları, şirketler ve bireyler olabilir. İnternet ve geleneksel medyanın hedefleri aynıdır. Haberleri toplayarak ve yayınlayarak, sorunlar karşısında vaziyet alarak, eleştirerek, görüşlerin oluşmasına katkıda bulunarak kamusal görevi yerine getirmektedir.

Kırgızistan'da gazetelerin tirajlarında azalma görülmektedir. Bunun ilk nedeni de internetin aktif bir şekilde gelişmesi ile beraber nüfusun özellikle gençlerden oluşması, gazete okumaya olan ilginin kaybolmasında önemli derecede etkilidir. Basına halk arasında ilginin kaybolmasında dağıtım konusundaki sorunlar, özellikle de haftada iki üç kere yayınlanan gazetelerin bölgelere hızlı ulaşamaması ve haberin eskimesi gibi faktörler etkili olmuştur. Hem ulusal, hem de yerel gazeteler, bu kapitalizm koşullarında daha iyi bir şekilde ilerlemek için çalışmaktadır. Okur kitlelerinin sayısının azalmasına karşı olumsuz eğilimi kırmak için çaba harcamaktadırlar. Reklam kurumları da tirajı ve internet sayfasında tıklanma sayısı çok olan medya örgütlerini seçmektedir. Bu yüzden basın yeni koşullarda internet üzerinden iş yönetmeyi ve orada yeni reklam verenleri bulmayı yavaş yavaş öğrenmektedir.

Bilginin sayısallaşması, bilgisayarların kişiselleşmesi, askeri amaçlarla geliştirilen internet ağı ve mobil teknolojilerin sivilin hizmetine de sunulması ve bu hizmetlerin zamanla yaygınlaştırılıp, herkesin satın alabileceği düzeye çekilmesi önemli gelişmelerdir. Bütün bu gelişmelerin medyayı etkilemesi de doğal bir sonuçtur. Özellikle gazeteler bundan geniş bir şekilde etkilenmişlerdir (Özçağlayan, 2018: 9). Okuyucu ve reklam verenler bu mücadelede aktif olarak en iyi deneyimlerini kullanmaktadırlar. Renkli baskıya geçmek, okurları için uygun bir boyut yapmak, markalarını değiştirmek, içeriğini zenginleştirmek, haber sunum formlarını ve internet sayfalarını geliştirmektedirler. Bu nedenle, genel eğilim doğrultusunda, medya aktif bir şekilde internete doğru gitmektedir. Buradaki fayda ise, internet kullanıcılarının sayısı genişledikçe, internet reklamlarından gelen gelirin yüksek olmasıdır. Medya uzmanları internet okur kitlesinin değişmekte olduğunu söyleyerek şu şekilde açıklamaktadırlar: Haber sitelerinin iç yapısının, basının yapısından çok farklı olmadığını iddia etmekteledir. Bunun nedeni, internet medyası ile geleneksel medyanın amacının bir olmasından ileri gelmektedir. İçeriklerin farklı olması her şeyden önce tematik, tür ve ilkelere göre yürütülmektedir” (Kulikov, 2013:29). Her site kendi pozisyonunu, görüşünü savunarak rekabete katılmak zorundadır. Medya sahiplerinin temel

amacı kullanıcılarında sürekli bir artış sağlamak ve ziyaretçilerini aktif tutabilmektir. Haber sitelerinin ana ürünü bilgidir. Kitleye güvenli ve gencil bilgiyi hızlı bir şekilde yayınlayan site rekabeti kazanmaktadır

İnterneti dönüştürme sürecinde meydana gelen sürekli değişimler, internet gazeteciliğinde oldukça normal bir görünüşdür. En önemli değişimlerin biri de, medya içeriklerinin kalitesinin yükselmesidir. Her geçen yıl internet kullanıcıları daha kaliteli dosyaları almaktadırlar. Aynı zamanda kullanıcıların talepleri de artmaktadır. Her duruma hizmet gösteren küresel websiteler gelişmektedir ve tık sayısı da artarak reytinglerde ön sıralara çıkmaktadır. Televizyonun internet ile birleşmesinin kaçınılmaz olduğu görülmektedir. Bu durumun Kırgızistan'da da yaşanacağı kuşkusuzdur. Buna örnek olarak *Kabar.kg*, *Chalkan.kg* ve *K-News*'in sitelerinde videonun haber vermede ana unsur olarak kullandığını söyleyebiliriz. Basının internet ile birleşmesi uzun zaman önce olmuştur. İnternet kitleyi fethederek küresel bir bilgi toplumu oluşmasını sağlayıp, gazeteciliği değişime uğratmaktadır. Teorik olarak internetin gelişmesi ve yaygınlaşması geleneksel medyayı alan dışı bırakacaktır (Jumagulov, 2015: 22).

Kitle iletişim araçlarının temel sorununu medya örgütünün kendi sansüründen kaynaklandığını görülmektedir. Post Sovyet ülkelerindeki kitle iletişim araçlarının durumunun bu devletlerin ekonomik ve sosyal durumları iyileştiğinde değişeceğini ve sonuçta kar elde eden bir iş olacaktır. Medya sahibi okurları için kaliteli iş yapmaya başladığında medyanın gelişiminde de yeni bir seviye söz konusu olabilir.

3.4. Kırgızistan'da Reklam ve İnternet Reklâm Gelirlerindeki Artışı

Günümüzde internet hayatımızın bir parçası olduğu kuşkusuzdur. İnternet, insanların farklı bir yaşam tarzını biçimlendirerek iletişim üsluplarını ve dünya bakışını oluşturmaktadır. Ayrıca internet şehir, ülkeler arasındaki sınırı kaldırarak, kendi kuralları olan bir topluluk oluşturmaya imkan sağlamaktadır. İnternetin ortaya çıkması ve gelişmesi her alanı etkilediği gibi reklamcılık sektörünü de etkilemektedir.

Reklamın bütün kitle iletişim araçlarının önemli gelir kaynağı olduğu kuşkusuzdur. 1970'lerden itibaren internettin ve bilgisayarın gelişimiyle birlikte kitle iletişim araçlarında önemli gelişme olmuştur. Gelişen teknolojiler sonucunda gerek firmaların

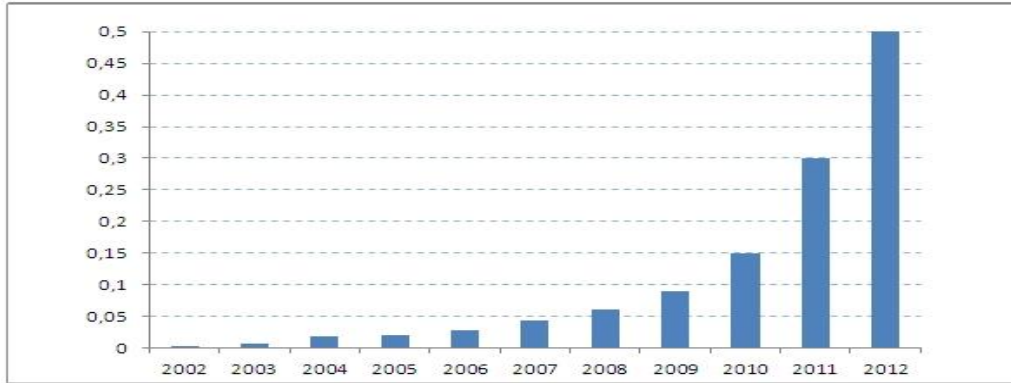
pazarlama ve reklam stratejilerinde, gerekse tüketicilerin tüketim alışkanlıklarında değişiklikler yaşanmaya başlamıştır (Özen ve Sarı, 2008: 11).

Kırgızistan'da bağımsızlık öncesinde siyasi yapısı ve yönetim şekli dolayısıyla kitle iletişim araçlarına sıkı bir şekilde sansürün uygulanması ve reklamın yasak olması, reklamcılık sektörü gelişmemesine neden olmuştur. Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra, ülke demokrasi ile birlikte kapitalizm sürecine girmeye başlaması reklam ve reklamcılık alanının canlandırmaya başlamıştır. “Kitle İletişim Araçları Yasası”nın kabul edilmesiyle basında sansür yasaklanmıştır. Ülke genelinde, 1997 yılı itibarıyla toplam 351.000 adet telefon abonesi bulunmaktadır. Yine aynı yılın verilerine göre; ülkede yaklaşık 210.000 adet kayıtlı TV, 520.000 adet ise, radyo alıcısı mevcuttur (Djumabayev, 2009: 56). Reklam ve reklamcılık ise, Sovyetler döneminde finanse edilen birçok kitle iletişim aracının kapatılması sebebiyle çok yavaş gelişmiştir.

Kırgızistan'da reklam, 1994 yıllarından itibaren gelişmiştir. *AKİpress* dergisi, reklam faaliyetlerine başlayan ilk yayın organı olmuştur. Kısa zaman içinde *AKİpress* dergisini başka yerli dergiler de takip etmeye başlamıştır. 1995 yıllarında ise, Kırgızistan'a ithal dergiler gelmiştir. Çoğunlukla, Rusya'dan gelen gazete ve dergiler kadın, spor ve gençlere yönelik konularda yayın yaparak, Kırgızistan dergi piyasasında kısa zamanda lider konumuna gelmişlerdir (Djumabayev, 2009: 61). Kırgızistan'da reklam ve reklamcılıkla ilgili ilk düzenlemeler, Cumhurbaşkanı Askar Akaev dönemine rastlar, kitle iletişim araçlarının giderek çoğalması, yerli ve yabancı şirketlerin ülke içerisindeki yatırımları sebebiyle reklam ve reklamcılık ile ilgili yasal bir düzenleme yapılması gereği duyulmuştur. Bu bağlamda 24 Kasım 1998 tarihinde *Zakon Kırgızkoy Respubliki, O Reklame* adı altında toplam altı bölüm ve 33 maddeden oluşan *Kırgızistan Reklam Kanunu* hazırlanıp, kabul edilmiştir (Keneş, 2012: 28). 1998'de çıkarılan reklamcılık yasası, 5 Temmuz 2000'de, 6 Şubat 2006'da, 17 Aralık 2008'de, 18 Aralık 2009'da gelişen kitle iletişim araçları ve reklamcılık tekniklerine bağlı olarak dört kez revize edilmiş, günün şartlarına uygun hale getirilmiştir (Yoldaş ve Ergezer, 2013:17).

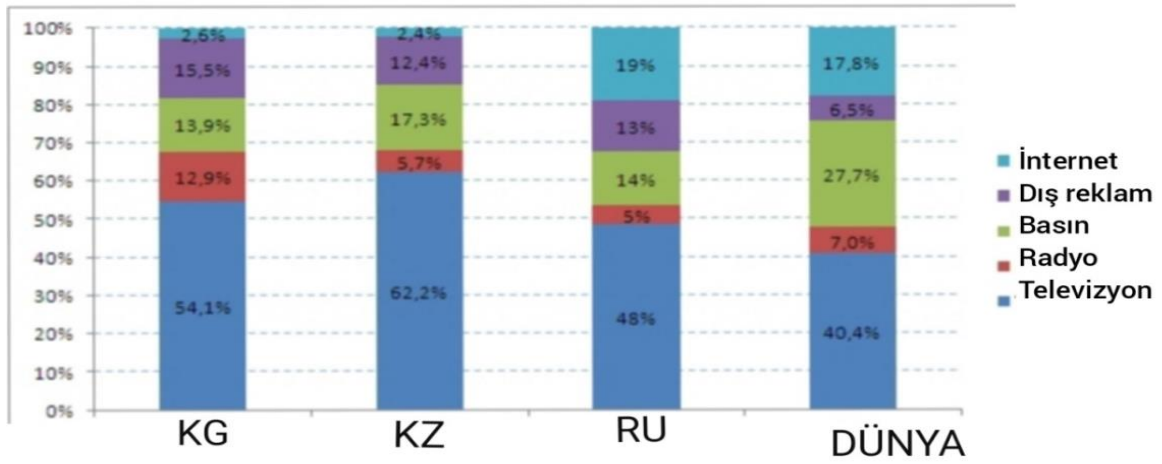
Reklam açısından, diğer kitle iletişim araçları ile karşılaştırıldığında, internetin başlangıç aşamasında olduğu görülmektedir. Ancak internetin hızlı bir şekilde büyüdüğünü göz önüne alırsak, internetin ileride diğer kitle iletişim araçlarına göre, daha etkin bir reklam ortamı olacağı kuşkusuzdur. Kırgızistan'ın dijital pazarı hızlı bir şekilde gelişmekte

ve evrensel pazarda sosyal medya, medya ve arama motorları popüler hale gelmektedir. *Expert* kurumunun yaptığı araştırmanın internet reklam gelirleri sonuçları Tablo 1’de görülmektedir. 2002 yılında internet alanında reklamdan gelen gelir hiç yoksa, 2012 yılında bu gösterge artarak 0,5 dolara yükseldiği izlenmiştir.



Şekil 3.1. Kırgızistan’da Toplam İnternet Reklam Gelirlerindeki Artış Oranı (Kaynak:[http:// www. Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi](http://www.Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi), 2019, 12.Mart)

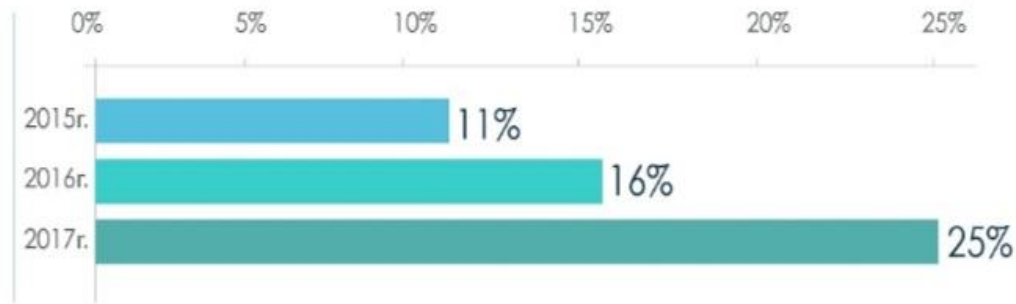
Bilginin sayısallaşması, bilgisayarların kişiselleşmesi, askeri amaçlarla geliştirilen İnternet ağı ve mobil teknolojilerin sivilin hizmetine de sunulması ve bu hizmetlerin zamanla yaygınlaştırılıp, herkesin satın alabileceği düzeye çekilmesi önemli gelişmelerdi. Bununla birlikte, internet kullanıcılarının sayısının artmasıyla internet alanındaki reklamlar gelişmektedir. Medya uzmanlarına göre; internet reklam pazarının büyüme potansiyeli büyüktür ve daha da artacaktır. 2012 yılında Kırgızistan, Kazakistan, Rusya ve dünyada mecralara göre; reklam artış oranı aşağıdaki grafikte gösterilmektedir.



Şekil 3.2. Mecralara Göre Reklam Artış Oranı. (Kaynak:<http://www.Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi>, 2019, 12.Mart)

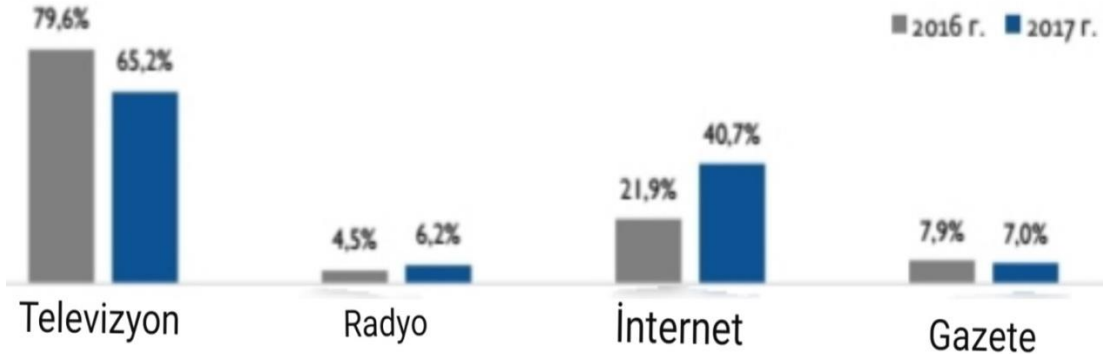
Kırgız medyasının gelişimi reklamların maddi gücünden kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda reklamın bütçesi ülkenin ekonomik durumuna ve tüketicinin talebine bağlıdır. *Expert* tarafından yapılan araştırmalara göre; internet pazarı 2,5 milyon dolara ulaşmaktadır ve her yıl %30 artış göstermektedir. 2019 yılında bu artışın 3,2 milyon dolar olması öngörülmektedir.

İnternet, ifade özgürlüğü hakkına yeni bir boyut getirmekte, bir yandan, bireylere yeni olanaklar sağlayarak ifade özgürlüğü alanını güçlendirmektedir. Demokrasinin temel taşı basının özgürlüğüdür. İfade özgürlüğü, özgür bir toplum ve bir birey olmanın en önemli birleşimlerinden biridir. Kırgızistan'ın medya özgürlüğünün durumunu, medya uzmanı Gulnura Toraliyeva şöyle açıklamaktadır: *Ülkemizde Medya özgürlüğü konusunda oldukça dengesizdir. Her zaman siyasi olaylara bağımlı kalmaktadır. Reklam pazarı ve enformasyona olan erişim de buna bağlıdır. Ülkedeki iktidar değişiminin medya özgürlüğünü nasıl etkilediğine bakarsak, o zaman hükümetin üçüncü senesine kadar durum iyidir. Ancak başkanlık ekiplerinin güçlenmesi ile durumun her zaman kötüye gittiğini görüyoruz* demiştir (<https://rus.Azattyk.org>, 25 Mart, 2015'te alınmıştır). Kırgız medya alanındaki araştırmanın önemini anlayarak, 2017 yılında M-Vektor, İnternews Network ve Soros Kırgızistan şirketleri tarafından, Sekizinci Dalga Medya Araştırması yapılmıştır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre; Kırgızistan'da nüfusun %69'u internet kullanmaktadır, bunların %49'u internete mobil telefonla girmektedir. Kuzey bölgede %64, güney bölgede ise %55'i bulmaktadır. Şehirde %73'ü kullanırken, köyde %52'i kullanılmaktadır.



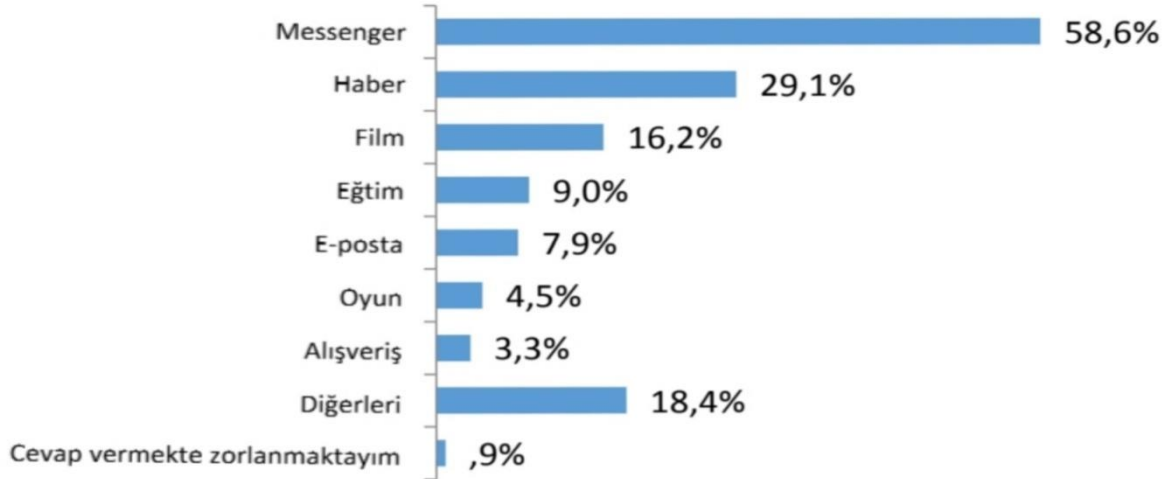
Şekil 3.3. Kırgızistan Nüfusunun İnternete Erişimi.(Kaynak:[http:// www.Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi](http://www.Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi), 2019, 12.Mart)

Kitle iletişim araçlarından söz ederken, bu araçların haber kaynağı olarak ne derece kullanıldığını tespit etmek gerekiyor. Diğer bir deyişle, insanlar farklı kitle iletişim araçları kullansalar da, haber almak söz konusu olduğunda hangisine daha fazla güvendiğini anlamak, bu araçlara verdikleri değeri ortaya koyuyor. İletişim teknolojinin hızlı geliştiği koşullarda, Kırgız nüfusunun 3/2'si televizyonu bilgi kaynağının ana kanalı olarak kullanmaktadır, buna rağmen internette bilgi edinme popülaritesi artmaktadır ve nüfusun %49'u haber almak için interneti kullandıkları görülmektedir. Ülke nüfusunun haber alma tercihlerine gelince, 2017 yılında %15'e varan azalma görünmesine rağmen, ana kaynak olarak televizyon olduğu tespit edilmiştir. İnternet kaynak olarak ikinci sırada bulunmaktadır ve iki sene önceki istatistik araştırmayla kıyasla iki kat daha yükseldiği görülmektedir. Genel olarak internet kullanımının ciddi bir ivmeyle arttığını görebiliriz.



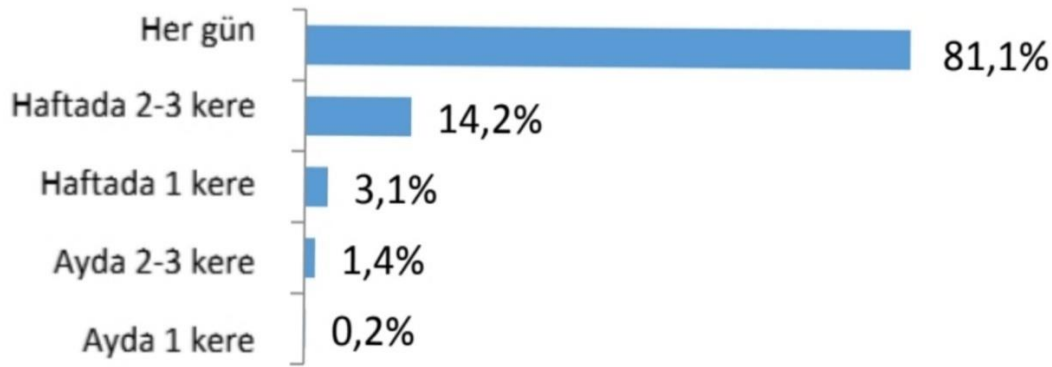
Şekil 3.4. Halkın Ana Kaynak Olarak Tercih Ettiği İletişim Aracı. (Kaynak:[http:// www.Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi](http://www.Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi), 2019, 12.Mart)

Kırgızistan'da gençlere oranla yaşlıların internet kullanımı daha düşüktür. İnternet kullanıcıları arasındaki kadın ve erkek oranları eşittir. 14-34 yaş arası kullanıcılar daha ağır basmaktadır. Kırsal alanlarda % 94'ü mobil cihaz kullanmaktadır. Kullanıcılar interneti %58,6 oranda daha sık Messenger uygulamaları için, %29.1'i ise, haber siteleri için kullandıkları görülmüştür. Bunun dışında film %16.2, eğitim %9, e-posta %7.9, oyun %4.5, alışveriş %3.3, diğerleri %18.4 ve cevaplamakta zorlanmakta olanlar %9'u bulmaktadır.



Şekil 3.5 En Çok Ziyaret Edilen Site Kategorileri. (Kaynak:[http:// www.Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi](http://www.Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi), 2019, 12.Mart)

İnternet kullanma sıklığı, kullanıcılarının % 81'i her gün ziyaret ettikleri, % 14'ü ise, haftada 2-3 kere girdikleri tespit edilmiştir. % 3,1'i haftada bir kere kullanırken, ayda 2-3 kere ziyaret edenler % 1,4 göstermiştir. Ayda 1 kere girenler ise % 0,2'dir.



Şekil 3.6. Halkın İnternet Kullanım Sıklığı.(Kaynak:[http:// www. Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi](http://www.Expert.kg/ru/monitoring/clipping-smi), 2019, 12.Mart)

İnternet, kendine özgü yapısından dolayı, sadece mevcut kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayılmasına olanak veren bir araç olarak kalmamış, aynı zamanda enformasyonun yeniden üretildiği ve yeni biçimlerde sunulduğu bir ortam haline gelmiştir. İnternet gazeteciliği ile de iletişim alanına yeni imkanlar kazandırmış ve geleneksel gazeteciliğe de değişiklikler getirmiştir.

İnternet yayıncılığı dünyada olduğu gibi Kırgızistan'da da medya sektörünü derinden etkilemektedir. İnternet kullanımının artması, yayıncılık teknolojilerindeki hızlı gelişmeyle birlikte klasik anlayışı da değiştirmektedir. Dünya eğilimlerine paralel olarak, Kırgızistan'da da web ve mobil cihazlar üzerinden yapılan yayıncılıkta gelişmeler yaşanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının en önemli işlevlerinden olan haber vermede de haber konu ve olaylarda çeşitlilik, haber verme sürecinin hızlanması gibi değişiklikler olmaktadır. Bu değişiklikler sayesinde hangi yazarların daha çok okunduğu, hangi haberlerin dikkat çektiği ve ne tür tepki topladığını tespit etmek kolaylaşmaktadır.



4. KIRGIZİSTAN'IN İNTERNET HABER SİTELERİ HAKKINDA GENEL DEĞERLENDİRME

4.1. Haber Sitelerinin İçerik Değerlendirmesi

Kırgızistanda da diğer ülkeler gibi bu teknolojik gelişmelerden etkilenmiş ve ülkede internet gazeteciliği yayıncılığı oluşmuştur. Bu çalışmada Kırgızistan'da internet gazeteciliğinin doğuşunu ve günümüz internet habercilik yapısını ortaya koymak için Super.kg, Azattyk.kg, Sputnik.kg, Kaktus.Media ve Kloop Media haber siteleri analiz birimi olarak seçilmiş ve bu sitelerde yer alan içerikler nitel ve nicel olarak değerlendirilmiştir. Bu sitelere ait bulgular aşağıdaki formda belirtilen unsurlara göre değerlendirilmiştir. İlk haber sitelerinde yer alan haberler, bölüm başlıklarına göre ayrılmıştır. Haber portallarının gelişim süreci, haber kaynağının belirtilip belirtilmemesi, yazıların yazarlarının belli olup olmaması, haberlerin basılı medyadan alınıp alınmadığını, son dakika haberlerinin sunulup sunulmaması, haber ve fotoğrafların kaynağı, ziyaretçi sayıları, portala girilen günlük ortalama haber sayısı ve reklam ücretleri gibi konular incelenmiştir. Bu sorularla sitelerin içeriğine yönelik bir değerlendirme yapılarak, içerik kaliteleri ortaya koyulmaktadır. Haber sitelerinin, geleneksel gazetelerin haber yapma biçimleri ile benzeştikleri ve ayrıldıkları yanları üzerinde de durulmuştur.

Çalışma varolan bir durumu ortaya koymaya yönelik olarak niceliksel betimleme yöntemiyle tasarlanmıştır. Araştırmanın uygulanmasından içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Çizelge 4.1. Haber Sitelerinin İçerik Analizi

	Super.kg	Azattyk.kg	Sputnik.kg	Kloop Media	Kaktus.Media
İÇERİK					
YETKİNLİK					
Sayfanın içeriğinden sorumlu olan kişi belli mi?	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
Haber sitesinin	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Evet

amaçlarının/ yayın politikasının tanımlandığı bir sayfa var mı?					
Haber sitesinin meşruluğunu (gerek ticari gerekse hukuki) gösterecek ibare mevcut mu? (posta adresi ve telefon gibi)	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Gündem anlık takip ediliyor mu?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Haber özetlerini tek sayfada görebilme	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Haberlerin türlerine göre gruplandırılması	Evet	Evet	Evet	Hayır	Evet
Sitede kişisel yazıların yazarları belirtilmiş mi?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Haber sitenin başka bir yayım şekli var mı? (gazete,dergi, radyo,tv gibi)	Evet	Evet	Evet	Hayır	Hayır
DOĞRULUK					
Haber kaynaklarının belirtilmesi	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Haberlerin editöryel işlemden geçmiş izlenimi var mı?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
YANSIZLIK					
Ana sayfada reklam kullanım yoğunluğu(sayısal)	8	-	-	4	-

adet)					
KAPSAM					
Haber kaynaklarına ilişkin sayfalara bağlantı var mı?	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
Anket, test vb. okur katılımına yönelik olanaklar	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Hayır
Haber dışı konulara yer verme (oyun, hobi, e-ticaret vb. bölümler var mı?)	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
GÜNCELLİK					
Haberler ne kadar süreyle güncelleniyor?	30dk	-	20dk	-	-
Sitenin son güncellenme bilgisi	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Günlük haberler veriliyor mu?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Anlık (son dakika) haberler veriliyor mu?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Sitenin telif bilgileri	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Kullanıcılar için iletişim amaçlı e-mail, adres ve telefon var mı?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet

TEKNİK ÖZELLİKLER	Super.kg	Azattyk.kg	Sputnik.kg	Kloop.kg	Kaktus.Media
Ana sayfanın kullanım rahatlığı	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet

Ana sayfadan haberlere ulaşmada sıkıntı var mı?	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
Ziyaretçi sayacı ort	15 bin	?	?	?	?
Bütün linklerin çalışması	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Yazıcı çıktısı alabilme butonu	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
Giriş sayfası yapma butonu	Evet	Evet	Evet	Hayır	Hayır
Sıkça sorulan sorular sayfası	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
Haberleri sitene ekle butonu	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
Site içi arama	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Arşiv/arşive ulaşım imkanı	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Dil seçim olanağı	Hayır	Evet	Evet	Evet	Hayır
Editöre doğrudan mail	Hayır	Evet	Hayır	Hayır	Hayır
Yazarlara doğrudan mail	Hayır	Evet	Hayır	Hayır	Hayır
Chat (sohbet) odası	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
Okuyucu için forum köşesi	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır

İncelenen toplam beş sitenin içerikleri şu başlıklar altında değerlendirilmiştir: Yetkinlik, doğruluk, yansızlık, kapsam, güncellik ve teknik özellikleri. Haber sitesinin üç tanesinin (Super.kg, Azattyk.org ve Sputnik.kg) geleneksel versiyonu bulunmaktadır. Diğer ikisi (Kaktus.Media ve KloopMedia) sadece internet üzerinden yayın yapmaktadır. İnternet siteleri günün her saatinde güncellenerek, 7 gün 24 saat boyunca yeni haberleri okuyucuya sunmaktadırlar. İncelenen sitelerin hepsinde gündem anlık olarak takip edilebilmektedir. Günlük yayınlanan haber sayısı ortalama 70'dir. Haberin özetleri tek sayfada görülmektedir

ve haberler gündem, siyaset, ekonomi, kültür-sanat gibi türlerine göre farklı başlıklar altında gruplandırılmıştır.

İnternet sitelerinin geleneksel medyadan daha önemli bir farklılığı okur kitlesinden geri dönüş alınabilmesidir. Ele alınan haber sitelerinin bir tanesinde (Super.kg) hem chat odası, hem de okuyucu için forum köşesi bulunurken diğer haber sitelerinde (Azattyk.org, Sputnik.kg, Kaktus.Media, Kloop Media) bunlar bulunmamaktadır sadece okur katılımına yönelik anket ve test gibi olanaklar yer almaktadır.

Etkileşimli bir iletişim ortamı sağlayan internet gazeteciliğinde okurların oluşturduğu yorumlar sayesinde haberle ilgili değerlendirme yapılmasına olanak sağlamaktadır. Haber sitelerinde okuyucu istediği habere yorum yapabilmektedir. İncelediğimiz haber sitelerde de haber altına yorumlar yapılmaktadır. Bu etkileşimlilik günümüz internet haberciliğinde en büyük avantaj olmuştur. Bunun yanında geleneksel medyada bir haberi kaç kişinin okuduğunu tespit etmek oldukça zorken, internet medyasında ise, sayfasının haberi günlük kaç kişinin okuduğunu öğrenme şansına sahiptir. Haber sitesindeki ziyaretçi sayısının günlük olarak 15 bin kişi olduğu sadece (Super.kg) gözükmektedir, kalan dört sitede (Azattyk.org, Sputnik.kg, Kaktus.Media, Kloop Media) günlük kaç kişinin ziyaret ettiğini görmek mümkün değildir.

Gazeteci web sitelerindeki bilgiye temkinli yaklaşmalıdır. Özellikle içeriğin kim tarafından üretildiği belli değilse muhabir ve gazetecinin o bilgiyi kullanmaktan kaçınması en sağlıklıdır. Analizini yaptığımız sitelerde, kendi muhabirleri tarafından üretilen haberler dışında ajans ve diğer haber sitelerinden alındığı da tespit edilmiştir. Sitelerin hepsinde haber kaynaklarını belirtilmiştir.

İnternet sitelerinde son dakika haberciliği daha fazla önemsenilerek, en çok güncellenen bölümün haber bölümleri olduğu görülmektedir. KloopMedia sitesinin bazı bölümlerinin düzenli olarak güncellenmediği tespit edilmiştir. Sitelerin okurlarını tutabilmek için her bölümün güncellenmesine özen göstermeleri gerekmektedir.

Ele aldığımız haber sitelerinin dördünde haberlerin yazarları (Super.kg, Azattyk.org, Sputnik.kg, KloopMedia) belirtilmiştir, Kaktus.Media sitesinde ise, yazıların yazarları gösterilmemiştir. Super.kg haber sitesi, sadece Kırgız dilinde yayın yaparken, Azattyk.kg,

Sputnik.kg, Kakrus.Media sitelerinde Kırgız ve Rus dil seçeneği vardır. Kloop Media sitesinde Kırgız, Rus ve Özbekçe yayınlamaktadır.

Geleneksel medyada arşivleme ve arşive ulaşmak yeterince zorken, haber sitelerinde oluşturdukları sistem sayesinde arşiv oluşturmayı ve arşive ulaşımı kolaylaştırmıştır. Seçilmiş sitelerde ayrı olarak arşiv bölümü bulunmasa da, geçmiş tarihteki haberlere ulaşmak mümkündür.

Elbette reklamın bütün kitle iletişim araçlarının gelir kaynağı olmasından dolayı incelenen haber sitelerinin iki tanesinin (Super.kg ve Kaktus.Media) sayfasında reklam karşımıza çıkmaktadır. Diğer üçünde (Azattyk.org, Sputnik.kg ve Kloop Media) reklam bulunmamaktadır. Sitelerin dördünde haber dışı konulara örneğin oyun, hobi, e-ticaret, gibi bölümlere yer verilmemiştir. Yalnızca Super.kg sitesinde oyun bölümü bulunmaktadır.

Araştırmaya konu edilen beş haber sitesinin ulaşılabilirlik açısından bir sorun görülmemektedir. Bütün linkler çalışmaktadır ve ana sayfaya dönüş kolaydır. Siteye girdiğimizde giriş sayfası yapma butonu (Super.kg, Azattyk.org, Sputnik.kg) sitelerinde çıkmaktadır, diğer iki sitede (Kaktus.Media ve Kloop Media) *giriş yap* butonu yoktur. Sitelerin hepsinde *site içi arama* için kısmına yazarak arama yapılabilir. Sitemizde

Sitelerin tümünde telif bilgileri *Kurallar* kısmında yer almaktadır. Bunun dışında kullanıcılar için iletişim amaçlı, adres ve telefon bilgileri vardır. Bunların yanı sıra sitelerin hepsinde sosyal medya hesapları ve WhatsApp numaralı gösterilmiştir. Azattyk.org ve Kloop Media sitelerinde editöre doğrudan mail gönderebilme imkanı varken, diğer üçünde Super.kg, Sputnik.kg, Kaktus.Media bu olanak yoktur. Azattyk.org sitesinde yazarlara doğrudan mail gönderebilmek için e-posta bilgileri *Hakkımızda* bölümünde görülmektedir.

Forumda belirtilen unsurlara bakıldığında, incelenen beş haber sitesinin profesyonel haber yayını yapıldığı görülmüştür. İnternet teknolojinin gelişmesiyle birlikte, bu haber siteleri de sürekli değişim içinde olduğunu söylemek mümkündür.

4.1.1 Super.kg Haber Sitesinin İçerik Değerlendirilmesi

Kırgızistan’da yayın hayatını sürdüren haftalık “*Super Info*” gazetesini, 31 Mayıs 2002 tarihinde ilk sayısı çıkmıştır. Gazete, iletişim teknolojisinin gelişmesiyle 28 Mart 2006 yılında internet yayınına başlamıştır. *Super.kg* web adresinden internet yayıncılığı yapan gazete, sayfasında oluşturduğu haber sitesi sayesinde okuyucusuna güncel haberler iletmektedir.

Super.kg sitesi Kılıçbek Sultanova’ya aittir. Sitenin kurucusu Sultanov, İ. Arabayev Kırgız Devlet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bölümünü bitirmiştir. 1996 yılından itibaren farklı medya kuruluşlarında çalışmıştır. 2002 yılında *Super Info* gazetesini kurmuş, 2006 yılında ise aynı gazetenin internet sayfasını düzenlemiştir. *Super.kg* sitesinin gelişmesi ve okur sayısının artması için emek harcayan Sultanov halen site sahibidir. K.Sultanov bunun dışında 2008’de ELTR Devlet Kanalı’nın Genel Müdürü, 2012’de Bilgisayar Press Kuruluşu’nun Başkanı olarak medya alanında etkinlik göstermiştir. 2013’te Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı, 2014 yılında Malezya’daki Kırgız Büyükelçisi, 2017 yılında ise, Güney Korede Kırgız Büyükelçisi olarak görev almış ve devlet kurumlarında çalışmalarını sürdürmüştür. Farklı kurumlarda çalışarak medya alanında büyük tecrübe kazanan Sultanov haber sitesini kurarken karşılaştığı zorlukları hakkında aşağıdakileri belirtmiştir.

28 Mart 2006 yılında çıkmaya başlayan bu haber sitesi, sadece ülke içindeki okurlara değil, yurt dışındaki okurlara ulaşmayı amaçlayan Kırgız dilindeki ilk internet sitesi olmuştur. O dönemde Kırgız dilinde hiç haber sitesi olmamıştı, sitenin tasarımını ve içeriğini oluştururken, yeni terimleri çevirmekte ve onları kullanmakta zorlanmıştı. Çünkü internet teknolojisinin gelişmesiyle “web-portal, login, şifre” gibi yeni terimler kullanılmaktadır (Kulikov, 2014: 9).

Kurulduğu günden itibaren sitenin içeriği, görünüm olarak zenginleşerek gelişmektedir. 2017 yılında M-Bektor şirketinin araştırma sonuçlarına göre; Kırgızistan’da yayınlanan haber sitelerinin ilki olmuştur. Günümüzde bu haber sitesinin 77 bin 515 takipçisi vardır ve günlük yaklaşık on beş bin kişi siteyi ziyaret etmektedir (Kırgız Halkının Medya Tercihleri Raporu, 2017: 48). Web sitesinin ana sayfasını oldukça kalabalık oluşturan göze çarpmaktadır. Sitenin en üst kısmında logo ve reklam afişi yer almaktadır. Logonun hemen altında, portalın içeriği ile reklam afişi bulunmaktadır. Logonun hemen yanında ise,

dünya para birimlerinin günlük alış satışlarıyla ilgili bilgi ve hava durumunun bilgileri yer almaktadır. Super.kg sitesinin ana sayfasında *Son Dakika Haberleri*, *Super Info*, *Super Tv*, *Medya Portal*, *Film Salonu*, *Superstan*, *Takvim* ve *Kurallar* gibi bölümler bulunmaktadır. Bu bölümler de ayrı alt bölümlerden oluşmaktadır. Son dakika haberleri bölümünde en çok okunulan ve en çok tartışılan haberler yer almaktadır. Bu bölüm, 2012 yılında eklenmiştir ve hem dünyada, hem de Kırgızistan'da yaşanan gelişmelerin okuyucuya anında sunulmasını sağlamaktadır. Sitenin Son Dakika bölümüne 20 dakika içerisinde en az bir haber yayınlandığı görülmektedir. 2015 tarihinde halk sesinin duyurulabilmesi için *Halk Haberleri* adlı alt başlık açılmıştır. Hedef kitle ile etkileşimde olabilmek için açılan bu bölümler, böylece halk ve hükümet arasında köprü olmuştur.

Resim 4.1. Super.kg Sitesinin Ana Sayfası. (İnternet: <http://www.Super.kg/mobile/> adresinden 01Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir)

2006 yılından itibaren gazetenin basılı versiyonu siteye aktarılmış ve *Super Info* başlığı altında yer almıştır. Bu bölümde gazetede yer alan haberler yayınlanarak, yurt dışındaki okurlarına ulaştırılmaktadır. *Superstan* bölümünde sohbetlere ve ilanlara yer verilmiştir. Bu bölüm ülkedeki ve ülke dışındaki Kırgız gençleri için kendi fikirlerini paylaşmalarına

imkan oluşturulmuş ve yurt dışındaki Kırgız vatandaşlar arasındaki ilişkilerin gelişmesini sağlamıştır. *Takvim* bölümünde dünyada ve Kırgızistan'daki önemli tarihlerle ilgili bilgilere yer verilmektedir. *Super Tv* bölümü ise; *Siyaset, Toplum ve Yaşam, Ceza ve Kaza, Faydalı Tavsiyeler, Spor, Mutfak Sırları, İş ve Magazin* gibi alt başlıklardan oluşmaktadır. 2008 yılında siteye *Medya Portal* bölümü eklenmiş ve klipler, halk videoları, bu bölümde yer almıştır. 2014 yıllarında Kırgız sinema sektöründe aktif bir şekilde gelişme görülmüştür. Bu doğrultuda okurlarını bu alandaki gelişmelerden haberdar etmek amacıyla *Film Salonu* bölümü açılmıştır. Bu kısımda Kırgız dilinde çıkan filmler, dizi ve konserlere yer verilmektedir.

26 Ekim 2011 tarihinde okur kitleye okuma, yorumlama, bilgilendirme dışında oyun oynama imkanı sağlanmıştır. Son olarak *Kurallar* bölümünde ise; okurlara ilgili sitenin kuralları anlatılmaktadır.

Sitede yayın amacına yönelik bir bölüm görülmemektedir. Bu da sitenin yayın politikalarına yönelik internet kullanıcılarının bilgilendirilmemesine neden olmaktadır. Ancak sitenin haber amaçlı yayın yaptığı açık olarak görülmektedir. Site sadece Kırgız dilinde yayınlanmaktadır. Ana sayfada yer alan haber sayısı, her gün değişmektedir. Günlük ortalama 80 civarında haber yayınlanmaktadır ve haberlerin pek çoğunun yalnızca başlık olarak sunulup, haber metinlerine bağlantılar verildiği görülmektedir. Sitede haberler ve yorum yazılarının net olarak birbirinden ayrıldığı da görülmektedir.

Haberlerin daha çok özel kaynaklardan alındığı, geriye kalan haberlerin ise, ajans ya da diğer haber sitelerinden alındığı görülmektedir. Sitede haberlerin altındaki saat ve tarihin gösterilmesi haberin güncel olduğunu göstermektedir. Sayfanın en alt kısmında son 15 dakika içerisinde kaç okuyucunun ziyaret ettiğini gösteren istatistiksel bilgiler bulunmaktadır. Bununla beraber sitenin adresi ve haritası da vardır.

Etkileşim internet gazeteciliğinin en önemli noktalarından biridir. Etkileşim site okurlarının aktif olmasını sağlayan, ziyaretçinin yalnızca izleyici değil, aynı zamanda üyelik, sohbet, forum yollarıyla katılımcı olmasını sağlayan özelliktir. *Super.kg* sitesinin ana sayfasında haber dışında internet kullanıcılarının aktif bir şekilde katılımını sağlayan anket ve forum köşesi bulunmaktadır. Okuyucuların kendi görüş ve düşüncelerini yazdıkları bir bölümdür. Bu bölümde en çok eleştiriler ve öneriler yer almaktadır.

Geleneksel gazetelerin sağlayamadığı bu oluşumu, internet gazeteleri ve haber siteleri sunmaktadır. Böylece okuyucu daha özgür hareket ederek, görüş ve düşüncelerini belirtmesine imkan sağlanmaktadır. “*Halk haberleri ve Halk videoları*” başlıklarındaki bölümlerde internet kullanıcısı tarafından gelen haberler yayınlanmaktadır. Bu da etkileşimin fazla olduğu göstermektedir.

Sitenin tasarımında özgünlük dikkati çekmektedir. Ancak haber yazılarına göre, görsel çekicilik bakımından açık renkteki büyük ve gif reklamlar hareket ederek, kullanıcının dikkatini dağıtmaktadır, bunların yanında haber yazılarının oldukça küçük boyutlarda kalması da kullanıcı açısından olumsuzlukları beraberinde getirmektedir. Sitede yazılı haberlerin yanında fotoğraflar da yer almaktadır. Bir arşiv bölümünün bulunmamasına rağmen, sitede yer alan arama butonu sayesinde eski tarihteki haberlere erişim kolaylaşmaktadır. *Super.kg*'nin internet sitesinde yer alan arama butonu kullanıcı kolaylığı açısından olumlu sonuç yaratmaktadır.

Super.kg sitesinin ana sayfasında ortalama sekiz reklam banneri bulunmaktadır. Bu sitenin ana gelir kaynağı reklamdır. Sitede *Reklam* bölümünde Super İno, Super.kg ve Super.TV üç bölüme ayrı reklam fiyat listesi bulunmaktadır ve reklam verenler için bilgiler yer almaktadır. Reklam bannerlarının ölçümüne, sayfanın neresinde yer alacağına göre; 150-1000 dolar arasında fark göstermektedir.

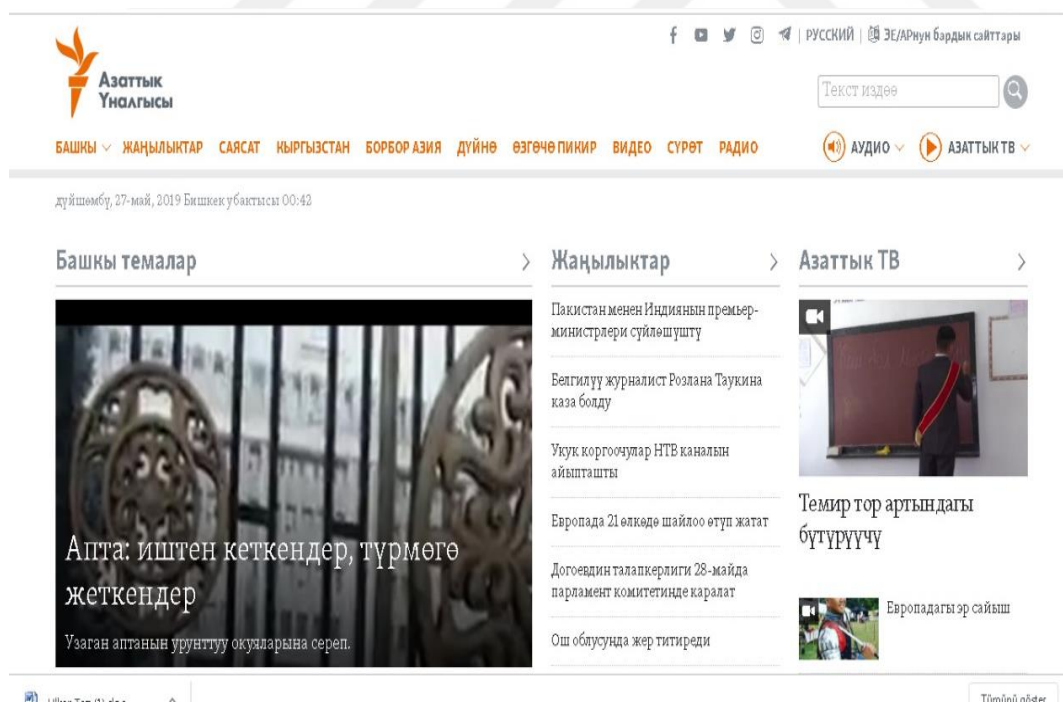
Kullanılan karakterler orta boyuttadır, renk kullanımı yeterlidir; çoğunlukla beyaz, mavi ve kırmızı renkler tercih edilmiştir. Haberler ise; siyah ve mavi renklerle yazılmıştır, her haberin yanında fotoğraf kullanılmıştır. Günümüzde çoğu internet sitesinin animasyonlar ve videolarla siteyi canlı tuttuğu gibi bu sitede de haber içerikli videolardan başlangıç film ve klipler de yer bulmaktadır.

4.1.2. Azattyk.org Haber Sitesinin İçerik Değerlendirilmesi

Batıda yaşayan Kırgız, Kazak, Türkmen, Özbekler *Türk Halkı* dergisini kurmuşlar ve yayınlamışlardır. Daha sonra, 1953 tarihinde Azattyk adında radyo olarak Almanya'nın Münih şehrinde yayınlanmıştır. 1967 yılında Azattyk, *Kuzey Türkistan* yazı kurulu olmuş ve Özbek, Türkmen, Tacik dillerinde, *Güney Türkistan* ise Kırgız, Kazak ve Uygur dillerinde çıkarak ikiye ayrılmıştır. Günümüzde Azattyk medya kurumunun ana ofisi Prag

şehrinde. Bu kurum ABD Kongresi tarafından finanse edilmektedir. Bu kurum, önceleri sadece radyo olarak çıkmaktayken, 2005'te Azattyk Sınalğısı olarak Adalet Bakanlığı tarafından resmi kayıt olmuş ve televizyonda da çıkmaya başlamıştır. Azattyk.org sitesi ise, 2008 yılından itibaren yayına girmiştir.

Siteye göz attığımızda ilk olarak manşet haberleri görülmektedir. Logonun hemen sol tarafında site içeriğini oluşturan bölüm başlıkları bulunmaktadır. Bu alanda en önemli haberler yer almaktadır. Haber sitesinde okuyucuya birçok bölüm sunulmuştur. Bu bölümler şu şekildedir: Azattyk.org sitesinde, ana sayfada ilk olarak *Audio ve Azattyk.TV* bölümleri yer almaktadır. Audio başlığı altında radyoda yayınlanan haberler yer alırken, *Azattyk TV* kısmında ise, *Önemli Sorular, Biz ve Dünya, Uzman Analizi, Bugün Azattyk'ta, Gözbebeğindeki Avrasya, Kardeşler, İki-Bir, Dantiste* gibi bölümler bulunmaktadır. Bu bölümdeki programların hepsi televizyon kanalında yayınlanmaktadır. Bu bölüm sayesinde internet üzerinden televizyon izlenebilmektedir. Bunun dışında *Haberler, Siyaset, Kırgızistan, Orta Asya, Dünya, Fikirler ve Multimedya* gibi alt başlıklar da bulunmaktadır.



Resim 4.2. Azattyk.org Sitesinin Ana Sayfası. (İnternet: <http://www.Azattık.org> / adresinden 01Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir)

Sitenin en alt kısmında *Hakkımızda*, *Yasal Bilgiler*, *Adres ve İş İlanı* bölümleri vardır. Bunun yanında sosyal medya hesaplarının da linki verilmektedir. Ana sayfada günlük 70 haber yayınlanmaktadır. Haberlerin başlık olarak sunulup, haber metinlerine bağlantılar verildiği görülmektedir. Haberler kendileri tarafından üretilmekte ve aynı zamanda Kırgızca'dan Rusça'ya çevrilmiş haberlerin altında tercüme edildiği belirtilmekte, haberin orijinaline ait link de verilmektedir. Her haberin yazarları bellidir ve yayınlanan tarih gösterilmektedir. Sitede hiç reklam karşımıza çıkmamaktadır. Bu da sitenin en büyük avantajlarından. Haber okumak için gelen kullanıcı sitede çok rahatlıkla gezinebilmektedir. Yukarıda belirtildiği gibi, Azattyk.org sitesi Amerika Birleşik Devletleri Kongresi tarafından finanse edilmektedir.

Ana sayfada tarih ve saatin bulunması sayfanın ne zaman güncellendiğini bildirmektedir. Bu da anlık gelişmeleri izlemek isteyen kullanıcılara daha güvenilir bir haber hizmeti sunmaktadır. Sitede haber dışında eğlence amaçlı haberler bulunmamaktadır.

Sitede kullanıcılar için Azattyk.org yöneticisi ve çalışanlarının telefon ve e-mail adreslerinin bulunması da, kullanıcının site hakkındaki eleştirileri, yaşadığı sorunlar, sormak istediği sorular hakkında iletişim kurulabilmesine olanak tanımaktadır. Böylece kullanıcı etkileşiminin birebir görüşmelerle oluşması sağlanmaktadır. Bunun yanında *Fikirler* bölümünde okuyucuların farklı konulardaki makalelerine yer verilmiştir.

Sitede beyaz, siyah ve turuncu renkler tercih edilmiştir, yazıları da anlaşılır ve net olarak görünmektedir. Bunun yanında fotoğraf ve videolar da yer almaktadır. İşlevsellik bir sitenin iyi çalışan bir site olup olmadığının göstergesidir. Hızlı yüklenen, canlı linkleri olan, kullanıcıyı yeni teknolojilerle, renkli sayfalarıyla kendine çekebilen siteler işlevselliği yüksek olan sitelerdir. Azattyk.org sitesinde kullanıcının bilgilere ulaşmakta zorlanmaması sağlanmış, işlerini rahatça ve kolayca halledebileceği şekilde düzenlenmiştir. Azattyk.org'nın internet sitesi renklilik, canlılık ve özgün dizayn konusunda iyi tasarlanmıştır. Kullanıcılar tarafından kolayca dolaşılabilen bir site olması, erişilebilirlik yönünden olumlu özellikler taşımaktadır. Sitenin takipçi sayısı, bir haberi kaç kişinin okuduğunu gösteren bilgiler yoktur.

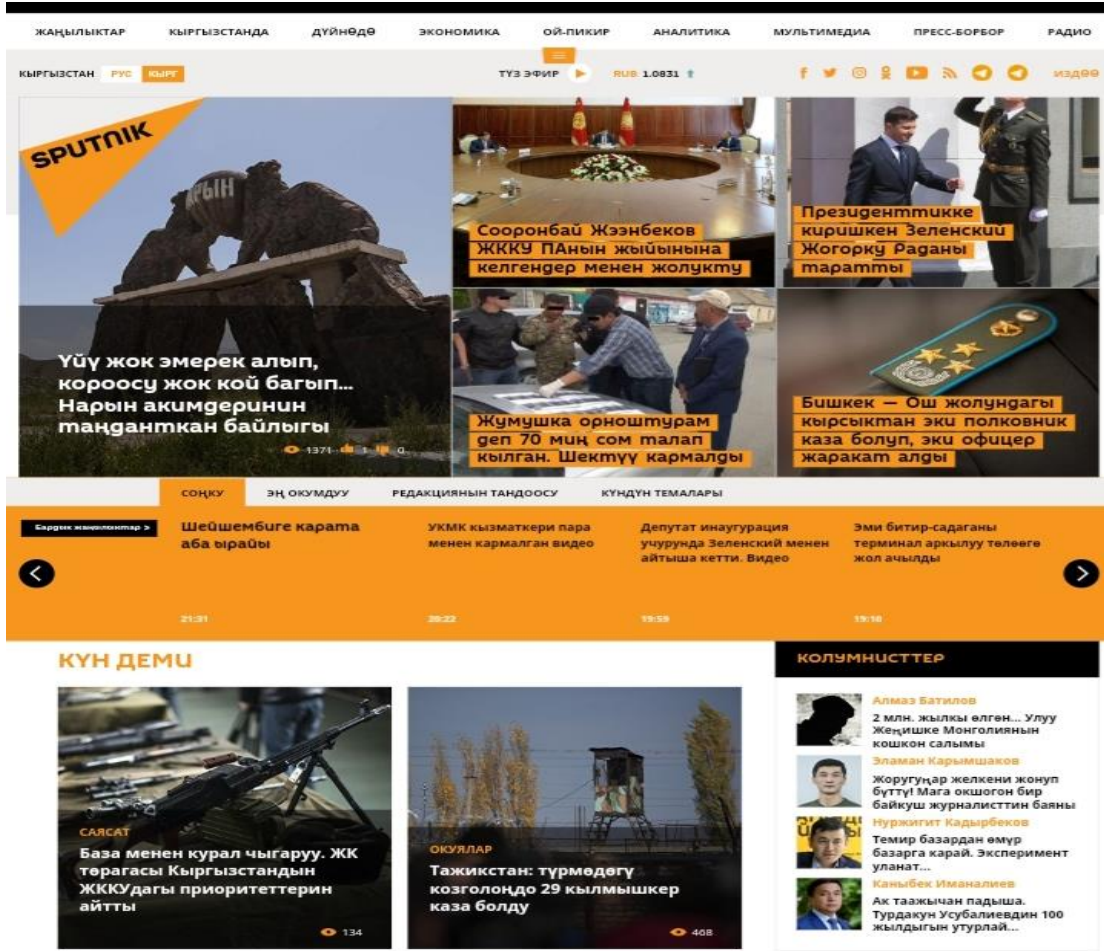
Eski ya da herhangi bir habere ulaşmak için arama motoru bulunmaktadır, bunun dışında site içerisinde kullanıcının dolaşımını kolaylaştıran, birçok yönlendirici işaretler yer

almaktadır. Her açılan sayfada site içerisindeki diğer linklere ulaşma imkanı verilmekte ve her açılan yeni sayfada bir önceki sayfaya veya ana sayfaya dönme imkanı sağlayan linkler bulunmaktadır.

4.1.3. Sputnik.kg Haber Sitesinin İçerik Değerlendirilmesi

Sputnik'in merkezi Moskova'da bulunmaktadır. Federal Devlet Üniter Kurumu Rossiya Segodnya Medya Grubu tarafından 10 Aralık 2014 yılında faaliyete geçirilmiştir. Baş editor A.S. Anisimov'dur. Sputnik'in uluslararası editor kadrosu şimdi İngilizce, İspanyolca, Almanca, Arapça, Çince gibi diller dahil olmak üzere 30'u aşkın dilde çalışmayı sürdürmektedir.

Sitenin ana sayfasında ülke içinde olan haberlerin yer aldığı *Kırgızistan*, tüm dünyayla ilgili haberlerin yer aldığı *Dünya'da*, ekonomi alanıyla ilgili haberlerin bulunduğu *Ekonomi*, farklı alanlardaki uzmanların görüşlerinin sunulduğu *Düşünce ve Fikirler*, çeşitli konular üzerinde yapılan analitik haberlerin yer aldığı *Analitik*, yayınlanan haberlerin, videoların yer aldığı *Multimedya*, en güncel haberlerin yer aldığı *Son Dakika*, okurların ilgisini çeken değişik konuların yer aldığı *En İlginç*, farklı ülkelerde olan ilginç haberlerin bulunduğu *Yörünge Sputnik*, sadece Rusya'yla ilgili haberlerin bulunduğu *Rusya ve Radyo* gibi bölüm başlıkları bulunmaktadır. Sitenin radyo bölümü sayesinde okuyucuya internette haber okumanın yanında sayfanın üst kısmında yer alan radyo butonuna tıklayarak, canlı radyo dinleme olanağı sağlamaktadır. Sitenin bu kısmında ücretsiz üyelikten yararlanılabilir. Bunun dışında ana sayfada *Fotoğraflar*, *Video Klüb* ve *İnfografik* bölümleri de yer almaktadır. Ana sayfanın alt kısmında da *Partner'lerin Haberi* bölümü bulunmaktadır. İnternet gazeteleri ve haber sitelerinin neredeyse hepsinde bulunan anket bölümü Sputnik.kg'de de yerini almıştır. Bu bölüm sayesinde site yöneticileri haber sayfalarına giren okuyucular yoluyla kamuoyu araştırmaları yapabilirler. Bunun yanında sayfanın en altında bölgelere ait haberlere erişmek için linkler bulunmaktadır.



Resim 4.3. Sputnik.kg Sitesinin Ana Sayfası.(İnternet:http://www.Sputnik.kg/mobile_return/ adresinden 01Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir)

Sitenin yayın amacını belirten bir sayfa yer almamaktadır. Ana sayfadaki haberlerin sayısı her gün değişiklikler göstermektedir. Günlük hemen hemen 60-70 haber çıkmaktadır. Sitede Kırgızca ve Rusça dilde okuma tercihi sunulmaktadır. Sputnik.kg sitesinin ana sayfasının yazı ve fotoğraflarla kullanıcıların dikkatini çekmeye çalıştığı görülmektedir. Sitede bir arşiv bölümü bulunmamaktadır. Fakat siteye atılan haberler otomatik olarak kayıt altına alınmaktadır ve okuyucunun herhangi bir tarihteki habere erişmesi için sayfada yer alan “ara” kısmına yazması ya da en altta diğer sayfaya geçme butonuna tıklaması yeterlidir. Böylece haberlere kolayca ulaşılabilir.

Ana sayfanın ne zaman güncellendiğini haberlerin altında yer alan tarih ve saate bakarak anlamak mümkündür. Her haberin altında kaç kişinin okuduğuna ve yorum yaptığına dair sayı görünmektedir. Bu da internet kullanıcılarının hangi haberleri daha çok okuduklarını görebilme imkanı sağlamaktadır.

İnternet gazeteciliğinin etkileşimsellik özelliği, okurun katılımını etkilemektedir. Etkileşimlilik noktasında, Sputnik.kg sitesinde editöre doğrudan mail olanağı yoktur yalnızca iletişim için telefon numarası ve e-posta gönderebilmektedir. Sohbet odası ya da okuyucu için forum köşeleri bulunmamaktadır. Fakat *Fikirler* bölümünde çeşitli konularda hikayelere de rastlanmaktadır. Günümüzün önemli sorunlarını yansıtan bu hikayelerde, yazar gösterilmemektedir. Genel olarak beyaz, siyah ve turuncu renkleri tercih edilmiştir. Ana sayfada her haberin yanında büyük ölçüdeki fotoğraflar yer almaktadır. Zemin rengi beyazdır ve siyah renkle yazılan yazıları okumak için uygundur.

Web sayfa tasarımı yapılırken kullanılan fontların dikkatli bir biçimde seçilmesi, anlatılmak istenen içeriğin sunumunu kolaylaştırmaktadır. Ana sayfanın genel kullanımı ve planlanması iyi tasarlanmıştır. Sayfada bulunan haber metinlerinin üstüne tıklayarak kolayca gezilebilmektedir. Haberlerin çoğunluğunun resmi kurumlardan alındığını görebiliriz. Bunun dışında kendi muhabirleri de haber üretmektedir. Sputnik'in Rusya destekli olmasına rağmen, haberleri vermede esas kaynağa ulaşmaya çalıştığını görebiliriz. Haber linkine gelirse haberlerin çoğunluğunun Rus kaynaklarından elde edildiğini anlayabiliriz. Sitede bulmaca, fal gibi haber dışı eğlence amaçlı köşeler bulunmamaktadır. Ancak internet kullanıcılarının aktif katılımını sağlayacak anket köşesi bulunmaktadır.

4.1.4. Kaktus.Media Haber Sitesinin İçerik Değerlendirilmesi

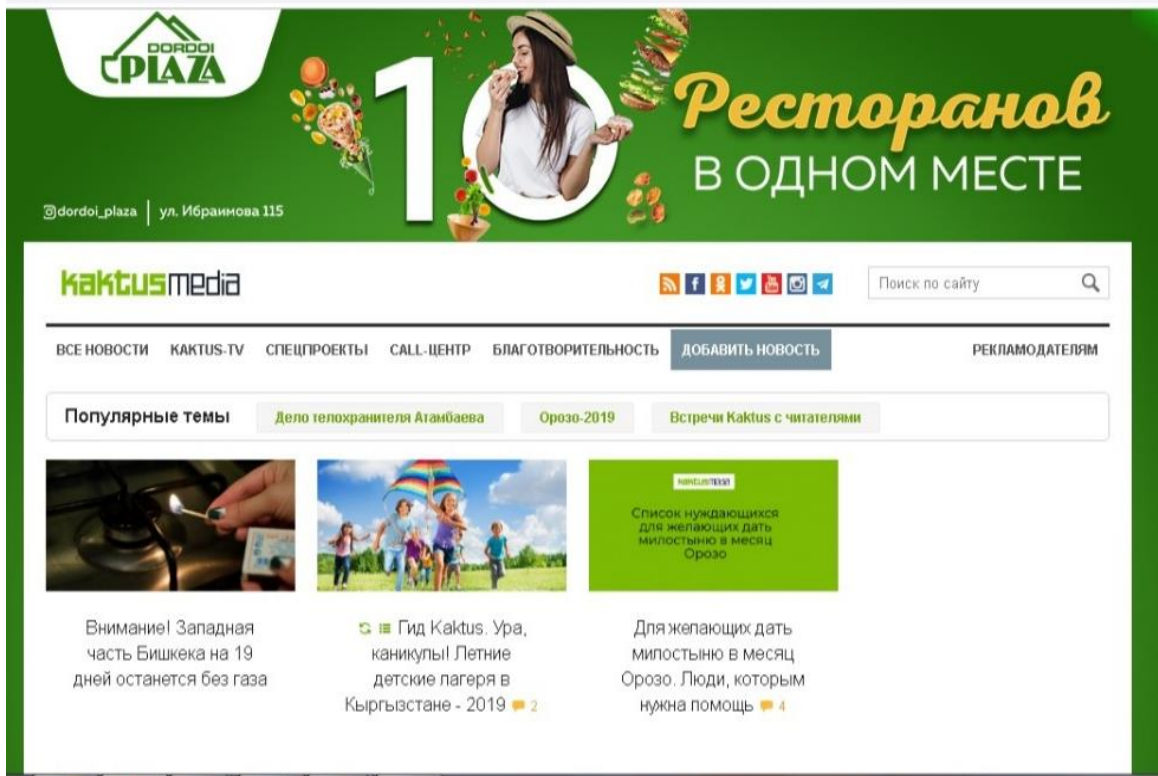
Kaktus.Media sitesi, 2015 yılında Zanoza.kg adıyla çıkmaya başlamıştır, kurucusu gazeteci Narın Ayıp ve Dina Maslova'dır. Narın Ayıp 1990-2015 yıllar arasında *Özgür Avrupa*, *Res Publica*, *Kyrgyz Weekly*, *Arbat News*, *Kabar*, *KTRK kanalı*, *Veçerniy Bişkek* gibi farklı medya kurumlarında gazeteci olarak çalışmıştır. Dina Maslova ise, 2005 yılında Kırgız-Rus Slovyan Üniversitesi'nin Gazetecilik Bölümü'nden mezun olmuştur. 2006 yılından itibaren *Veçerniy Bişkek*, *Rd Jolbors Fest*, gibi farklı medya örgütlerinde çalışmıştır.

2017 yılında Zanoza.kg adını değiştirilmiş ve Kaktus.Media olmuştur. Sitenin, en üst kısmında genel olarak reklam bannerları yayınlanmaktadır. Reklam afişinin hemen altında portalın logosu ve site ile ilgili kurumsal bilgilerin bulunduğu bölüm başlıkları yer almaktadır.

Tüm haberler başlığı altında Son Haberler, En Önemli Haberler, Şirketlerin Haberleri, Fayda, Tarih, Partner'lerin Haberi ve Son Üç Gün İçindeki Popüler Haberler gibi alt başlıklar yer almaktadır. Bu konularla ilgili gün içerisinde yaşanan gelişmeler okuyucuya bölümler aracılığıyla sunulmaktadır. Geleneksel gazetelere oranla bu bölümlerde daha fazla haber yayınlamaktadır. *Son Dakika* başlığı altında dünyada ve Kırgızistan'da yaşanan gelişmeler anında okuyucuya ulaştırılmaktadır. Bu bölümdeki haberlerin çoğunu kendi muhabirleri üretmekle birlikte, ajans haberlerinden de yararlanılmaktadır.

Kaktus TV bölümünde sitede yer alan tüm haberlerin video versiyonları yer almaktadır. Bu bölüm, video görüntülerinin yayınlandığı bölümdür. Sitenin bu bölümünde haberlerin video görüntülerini izlenebilmektedir. *Özel Projeler* adlı başka bir bölümde ise, çeşitli alanlarda yapılan araştırmalar bulunmaktadır. *Call-Merkezi* bölümünde Kırgızistan'da olan farklı olaylarla ilgili haberlere şahit olan internet kullanıcılarının kendi haberleri yayınlanmaktadır. Böylece okurlarının fikir ve düşüncelerine yer verilmektedir. Forum köşesi gibi olanaklar bulunmamaktadır.

Hayırseverlik ve çeşitli alanlarda desteğe ihtiyacı olanlara yardım etmek ve bunun gibi faaliyetler hakkındaki bilgilerin yer aldığı *Hayırseverlik* bölümü bulunmaktadır. Son olarak da *Reklam* bölümü yerleştirilmiştir.



Resim 4.4. Kaktus.Media Sitesinin Ana Sayfası. (İnternet: <http://www.Kaktus.Media//html/> adresinden 01 Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir)

Ana sayfada yer alan arama butonu, istenilen hedefe ulaşmadaki süreyi oldukça kısaltmakta ve kullanıcının ulaşmak istediği bilgiye kısa sürede ulaşmasını sağlamaktadır. Bu durum site açısından önemli avantaj sayılmaktadır. Sitede günlük olarak 60 haber yayınlanmaktadır. Site sadece Rus dilinde yayınlanmaktadır. Bu Kırgız dilli okurlar için büyük bir eksik olarak ortaya çıkmaktadır. Sitenin en çok ziyaret edilen *Son Dakika* kısmındaki haberi günlük olarak 20 bin kişinin okuduğu görünmüştür.

Sitenin sade bir tasarımı olduğu göze çarpmaktadır. Sitede yazıya çok fazla yer verilmesi kullanıcıları yormaktadır. Ana sayfadaki grafiklerin çok küçük kalması kullanıcıları grafiklerin ne anlattığını anlamak için dikkatle bakmak zorunda bırakmaktadır. Ana sayfada haberlerin yanında küçük fotoğraflar kullanılmaktadır ve yazılara daha çok yer verilmiştir. Yazıların çok fazla olması ve grafiklerin küçük olması her ne kadar sitenin yüklenme hızının artmasını sağlasa da, kullanıcı açısından olumsuzlukları beraberinde getirmektedir.

Sitenin ana sayfasında ortalama altı tane reklam banneri bulunmaktadır. Reklam sitenin ana kaynağıdır. Bir reklamın aldığı yere ve hangi bölüme yerleşeceğine göre bir ay çıkacak olan reklama 500-1000 dolar arasında değişmektedir. Bunun yanı sıra 24 saat sitede yer alacak reklamlar 70-250 dolar arasında değişmektedir. Sosyal medya hesabına çıkacak olan bir tane reklam bilgisi 200 dolardır.

Öncelikle kullanılan karakterler küçük kalmış, renk kullanımı yetersiz olmuş ve çoğunlukla beyaz renk tercih edilmiştir. Soldaki haberler bölümünde sadece gri rengin kullanılması canlılığı azaltmıştır. Değişik ve göze çarpıcı tonda renklerle alanlar birbirinden ayrılabilir ve siteye canlılık katılabilirdi. Kısaca sitede renk optimizasyonu iyi bir şekilde oluşturulamamıştır. Kaktus.Medya internet sitesinin görsel çekicilik bakımından eksiklikleri bulunsa da, oturmuş bir tasarımının olduğu görülmektedir.

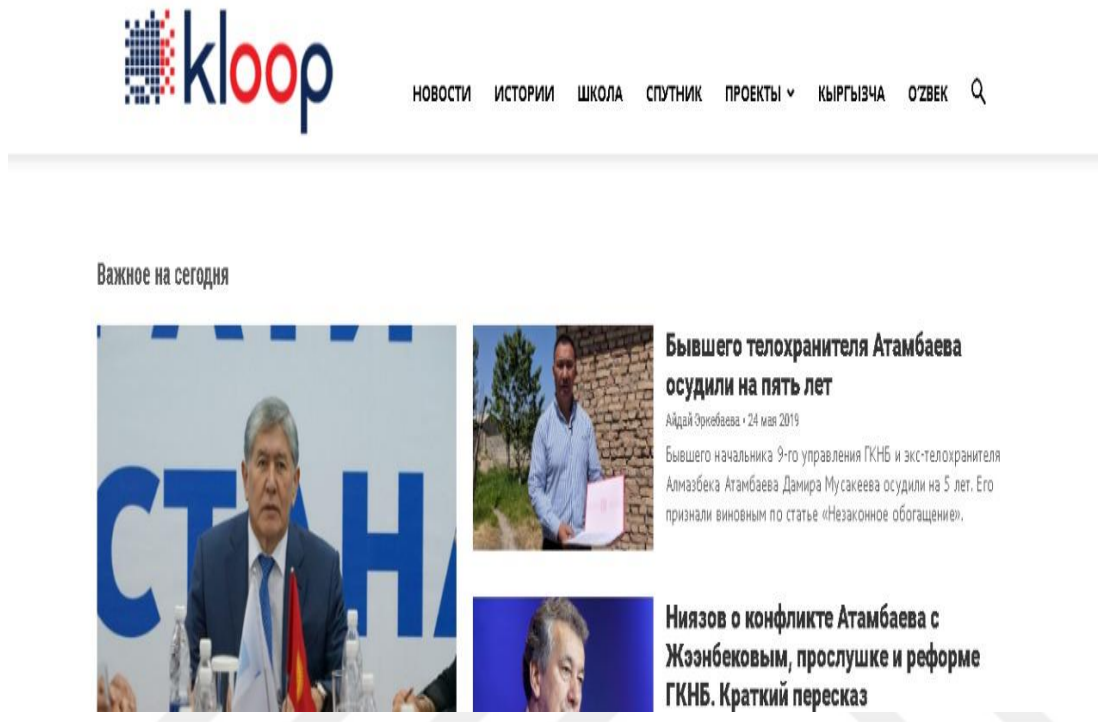
Önceden da belirtildiği gibi, sitede bir arama butonunun bulunması ve eski tarihli haberlere erişimi kolaylaştıran bir arşiv bölümünün bulunması kullanıcıların istedikleri bilgiye çabuk ve rahat bir şekilde ulaşmalarını kolaylaştırmaktadır. Bu kullanıcı kolaylığı açısından olumlu sonuç yaratmaktadır. Kısaca belirtmek gerekirse Kaktus.Medya internet sitesi yapı ve dolaşım bakımından oldukça işlevsel bir site olarak karşımıza çıkmaktadır.

4.1.5. Kloop Media Haber Sitesinin İçerik Değerlendirilmesi

KloopMedia sitesinin kurucusu Bektur İskender ve Rinat Tuhvatshin'dir. KloopMedia haber sitesi, 2007 yılında yayınlamaya başlamıştır. Bu site, Kırgızistan'daki gençlerin yaptığı haberlerin yayınlandığı bir sitedir. Kloop Medya gazeteciler derneğinin öğrencilerinden ve genç gazetecilerden oluşmaktadır.

KloopMedia'nın site haritasına bakıldığında; sitenin, *Haberler* ana başlığı altında *Günün Önemli Haberleri*, *Kurumun Seçimi*, *Partnerin Röportajları* ve *Fikir* alt başlıklardan oluştuğu görülmektedir. Bunun dışında *Tarih*, *Okul*, *Sputnik* ve *Projeler* gibi ana başlıklar yer almaktadır. Sayfanın yayın amacına yönelik bir bölüm bulunmamaktadır. Günlük ortalama 50-60 içerik çıkmaktadır. *Haberler* ana başlığı altında siyaset, ekonomi, magazin spor gibi haberler yayınlanmaktadır. Sayfanın en alt kısmında, *Hakkımızda*, *İş ilanı*, ve sosyal medya sayfaları yer almaktadır. Site çok sade bir tasarıma sahiptir. Sayfanın ne zaman güncellendiğini görmek mümkün değildir. Sadece haberlerin yayın tarihi

yazılmaktadır. Bunun yanında diğer sitelerde olan haberin tıklama sayısı görünmemektedir. Haberleri kendileri üretmektedirler ve haberlerde verilen linkleri tıklayarak, diğer bir sayfaya geçiş yapılabilmektedir.



Resim 4.5. KloopMedia Sitesinin Ana Sayfası.(İnternet: <http://www.KloopMedia//html/> adresinden 01Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir)

Sitede Kırgız ve Rus dilleri seçeneği vardır. Sitenin ana sayfasında reklamın yokluğu kullanıcı açısından büyük bir avantaj sayılmaktadır. Site Hollanda Hivos Vakıfı ve Balacan Medya Merkezi tarafından finanse edilmektedir. Sitenin ana sayfasında sadece haberlere yer verilmektedir. Sitenin sol tarafındaki başlıklara ulaşmayı sağlayan linklerin oluşturduğu butonu tıklayarak, başka bölümlere geçilebilmektedir. Ele aldığımız bu sitede, ziyaretçinin sadece okur değil, aynı zamanda aktif bir katılımcı olmasını sağlayan üyelik, sohbet, forum köşeleri yoktur. Kullanıcıların sayısını arttırma konusunda sitelerin tasarım ve görselliği çok önemli rol oynamaktadır. Ancak Kloop.kg sitesi tasarım açısından çok sadedir. Dikkat çekici grafikler ve animasyonlar yok sayılabilir. Site genelinde font büyüklüğü en üstteki manşet haberlerde 16 punto, alt tarafta yer alan diğer haberlerde ise; 12 punto olarak gözükmemektedir. Bu da kullanıcının haberi rahat bir şekilde okuyabilmesini sağlamaktadır.

Diğer haber sitelerinde olduğu gibi, arama butonu herhangi bir habere ulaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Görsellik açısından çekici değildir. Beyaz ve siyah renkler seçilmiştir. Sitenin önemli bir eksikliği de video bölümünün olmamasıdır. Sadece bazı videoların youtube kanalına link verilmiştir. Web sayfalarında görsel malzemeler dengeli olmalıdır. Ancak sitenin video ve animasyon dosyalarının olmaması sadece yazının olduğu metinler internet kullanıcıların sıkılmasına neden olan bir görünüm ortaya çıkmaktadır. KloopMedia internet sitesinin ana sayfasının genel kullanımı ve planlanması iyi yapılamamıştır. İnternet kullanıcılarının dikkatini çekebilecek görsellik ve çekicilik bakımından bir çok eksikliği bulunmaktadır.

4.1.6. Seçilmiş İnternet Sitelerinin Haber Yapma Biçimleri

Neyin haberleştirileceği kadar, nasıl haberleştirileceği de önemlidir. Her haberin kendine özgü kurgusu ve anlatımı vardır. Bu anlatım biçimi, olaya oluşu kadar muhabirin yazım diline hakimiyeti ve yeteneğine göre de değişmektedir. Haberi doğru kurgulamanın yolu büyük oranda ters piramit kuralında (5N1K) geçmektedir (Çetinkuş veKeleş, 2018:36). İnternet haberinde; Ters Piramit, T modeli, Online Piramit, Doğrusal ve Doğrusal Olmayan, Anlatım ve Kum Saati yazım teknikleri kullanılmaktadır. Bu yöntemler haberin 5N+1K formülüne yanıt verecek şekilde düzenlenmektedir.

Günümüz haber sitelerinde yukarıda belirttiğimiz haber yazım yöntemlerinin hangisi daha çok tercih edildiğini seçilmiş haber sitelerinin ana sayfasında yer alan haberleri incelenerek değerlendirilmiştir. Bu sitelerin 30 günlük (1-30 Nisan 2019) haberlerin, fotoğraflarının ve videoların tablosu oluşturulmuştur.

Çizelge 4.2. Örnek Haber Sitelerinin 30 Günlük Haber, Fotoğraf ve Video Sayısı

	Toplam Haber Sayısı	Toplam Fotoğraf Sayısı	Toplam Video Sayısı
Super.kg	2301	3690	415
Azattyk.org	1974	3543	398
Sputnik.kg	1896	3479	288
Kaktus.Media	1875	3240	246
Kloop Media	1652	2358	-

Tablo 2’de görüldüğü üzere, 30 gün içinde Super.kg sitesinde 2301 haber yayınlanmıştır. Azattyk.org’da 1974 haber çıkarken, Sputnik.kg’de bu sayı 1896’ı, Kaktus.Media da toplam 1875 ve KloopMedia’de 1652’i bulmuştur. Ele aldığımız Super.kg, Azattyk.org, Sputnik.kg, Kaktus.Media ve KloopMedia.kg internet sitelerinin ana sayfada yer alan haberlerinin haber yapma biçimine gelirsek, bu sitelerde yer alan haberlerin geleneksel medyada yer alan haber yapımından farklı olmadığı görülmektedir. Kitleye haber yayınlamakta en hızlı iletişim araçlarının biri olan haber siteleri, basınla tipolojik özellikleri ve haber yazma biçimleri açısından önemli benzerlikleri olduğu görülmektedir. Haber siteleri de, gazete veya dergide olduğu gibi, haberlerini oluşturma biçiminde metni temel olarak kullanmaktadır.

Ana sayfada yer alan haberlerinde, yöntem olarak Ters Piramit, T modeli, Online Piramit, Doğrusal ve Doğrusal Olmayan, Anlatım ve Kum Saati yazım teknikleri kullanılmaktadır. Ancak sitelerin çoğunda ters piramit tekniğinin kullanıldığı görülmüştür. Bu yönetime göre; haberin en önemli unsurları haberin ilk paragrafında verilmektedir ve paragraf 5N+1K formülüne yanıt verecek biçime uygundur.

Web sitelerdeki uzun yazılar nedeniyle oluşan ekran kaydırma işleminden internet kullanıcıları, haberleri okumadan sayfadan uzaklaşabilmektedir. Haberlerin en önemli unsurlarını ve sonucunu içeren bir iki cümlelik girişten sonra detayının verilmesini sağlayan ters piramit tekniği, web ortamındaki yazılarda özellikle uygulanması gereken bir yazım kuralı olarak görülmektedir.

Haber yazım biçimleri aslında geçmişten günümüze oluşturulmuş habercilik kuralları ile bu bakımdan paraleldir. Ancak haberlerin bir kısmı geleneksel gazeteden doğrudan sayfaya kopyala yapıştır olarak yerleştirilmekte ve okurlarına sunulmaktadır. Bunun dışında, sitede okurun merakını uyandıran soru işaretli başlıklı haberler yer almaktadır. Bu konu başlıkları okur kitesinin dikkatini çekmektedir. Metinler uzun değil, basit dilde yazılmış yanına da fotoğraf ve videolar eklenmiştir.

Super.kg’deki haber içerikleri, diğer haber sitelerinden çok da farklı işlenmemektedir. Super.kg haber sitesinde, diğer haber sitelerinde olmayan birçok bölüm bulunmaktadır. Bu durum Super.kg’nin belirli bir hedef kitlesi olduğunun göstergesidir. Azattyk medya kurumu, her şeyden önce ‘içeriğin kutsandığı’ ve habercilik anlayışının çok

ciddi şekilde ele alındığı bir kurumdur. Kapsamlı, titiz ve usta gazetecilerle hazırlanmış içeriğe sahiptir. Ana sayfasında yer alan haberlere baktığımızda haber yapma tarzında geleneksel gazetecilikte kullanılan yazım kurallarının kullanıldığı görülmektedir. Ağırlıklı olarak sitede yer alan haberlerde ters piramit biçimi kullanılmaktadır. Fakat Azattyk.org sitesinde *Audio ve Azattyk.TV* başlıklı kısımlarda yer alan haberleri Super.kg sitesinde olduğu gibi, hem geleneksel medyada, hem internet sitesinde izleyicisine ulaştırdığı görülmektedir. Bu doğrultuda düşünüldüğünde Azattyk.org internet sayfası, yayın akışını vermenin yanı sıra, haber sitesi olma özelliği taşımaktadır. Azattyk web sitesi son dakika haberleri vererek devamlı güncellenmektedir. Bu durum internet kullanan okuyucu açısından düşünüldüğünde okuyucuya istediği an habere ulaşma olanağı sağlamaktadır. Bir önceki bölümde belirttiğimiz *Haberler, Siyaset, Kırgızistan, Orta Asya, Dünya, Fikir ve Multimedya* gibi kısımlardaki haberleri okuyucu istediği an okuyabilmektedir. Azattyk adıyla kapsamlı bir internet sitesi kuran bu medya kurumu internete özel içerik üretmeleri için de ayrı bir kadro oluşturmuştur. Böylelikle geleneksel süreç içerisindeki rekabetçi yönlerinin avantajlarını kullanırken, aynı zamanda internet gazeteciliği alanına yönelik içerik üretecek bir yapıyı da inşa etmiştir.

Sputnik.kg sitesinin ana sayfasında yer alan haber metinleri ve içeriği kısa tutularak, aynı zamanda uzun olmayan özet şeklinde video ve fotoğraf gösterimleri ile destekleyerek internet medyasının kendi doğasına uygun olacak şekilde, oldukça başarılı bir medya yayıncılığı gerçekleştirmektedir. Metinler kısa bir şekilde verilmektedir ve habere ilişkin iki üç cümlelik özetle olayın sonucu açıklanmaktadır. Böylece T modeli kullanılarak yazılan haberler okuyucuyu en kısa bir zamanda bilgilendirmektedir. Bu sitenin haber yapma şeklinde genel görünüm haber ajansına benzemektedir. Bu sitede yer alan haberler radyosunda yer bulmaktadır. Bununla birlikte, ana sayfanın *Analitik* başlığı altına yerleştirilen haberlerde ise, oldukça uzun metinler kullanılarak bir konu üzerinde analiz yapılmakta ve okuruna sunulmaktadır. Bunun gibi metinlerde konuyla ilgili başka bir kaynakçaya linkler verilmektedir, bu da haberle ilgili daha da derin bilgi edinmek isteyen okuyucuya kolayca ulaşmasına imkan oluşturmaktadır.

Kaktus.Media sitesinde ana sayfada yer alan haberlerin en önemli unsurlarını ve sonucunu içeren bir iki cümlelik girişten sonra T' nin yatay çizgisi haber yazma tekniğinde olayın geçtiği yer ve şartların geniş olarak anlatıldığı, öykünün girişi, gelişmesi ve sonucu olan çeşitli diyaloglara yer verilen anlatım (narration) tekniğine kadar uzun yazılar

kullanılan yazım yöntemleri kullanılmaktadır. Ana sayfada yer alan haberde manşet yerine konu odaklı uzun başlıklara yöneldikleri görülmektedir. Bunun yanında sadece metinsel değil video ve fotoğraf kullanılmaktadır. Haber içi linkleme önemli olduğu için konuyla alakalı başka haberlere geçiş yapılabilir.

KloopMedia sitesinin ana sayfasında yer alan haberler, genel olarak haberlerin yazım kurallarına uygun yazıldığı, haberlerin yapısının doğru ve açık anlamaya uygun ve gramer kullanımının doğru olduğu görülmektedir. Bu haber sitesinde de bölüm başında belirttiğimiz haber yazma teknikleri kullanıldığı izlenmektedir. Haberlerin yanında fotoğraflar kullanılmaktadır ancak haberle ilgili video bölümü bulunmamaktadır. Kırgızistan'daki ilk yayına başlayan site olmasına rağmen, video bölümlerin olmaması büyük bir eksikliği olarak sayılmaktadır. Haberin yazarları *Azattyk.org*, *Super.kg*, *Sputnik.kg* ve *KloopMedia* sitelerinde belirtmişlerdir, *Kaktus.Media*'da ise yazıların yazarları belli değildir. Sitelerin hepsinde kullanılan fotoğraflarda da kaynakça gösterilmektedir. *Sputnik.kg* sitesinde yer alan fotoğraflar ise kendi haber fotoğrafçısı üretmektedir. Haber içeriğinde konuyla ilgili diğer haberlere link verilmektedir.

Günümüzde internetin gelişmesiyle sosyal medya yaygın olarak kullanılır hale gelmiştir. Bu haber sitelerinde sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Youtube, Twitter, Facebook ve Instagram gibi platform mecralarıyla okurlarına haber öykülerine dair link göndermektedirler. Bu seçilmiş haber sitelerinin sosyal medyaya hesaplarındaki takipçi sayısı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Çizelge 4.3. Haber Sitelerinin Sosyal Medya Hesaplarındaki Takipçi Sayısı

	Super.kg	Azattyk.org	Sputnik.kg	Kaktus.Media	KloopMedia
Youtube	533bin	662 bin	43 bin	13bin	41bin
Facebook	30 bin	220 bin	51 bin	112bin	56 bin
Twitter	3 bin	14bin	6 bin	97 bin	14 bin
Instagram	1 milyon	852bin	93 bin	170 bin	17 bin

Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, akıllı telefon ve sosyal medya kullanımlarının yaygınlaşması, gazetecilik mesleğinde değişim ve dönüşüme neden olmuştur. Haber sitelerin arasında *Super.kg* sitesin Instagram sayfasında en çok takipçisi

görülmektedir. *Azattyk.org*, *Sputnik.kg*, *Kakrus.Media* ve *Kloop Media* sitelerinde da Instagram'da takipçileri diğer sosyal ağlara göre birinci sıradadır. *Super.kg* ve *Azattyk.org* sitelerinde ise, ikinci sırada Youtube platformu iken, *Sputnik.kg*, *Kakrus.Media* ve *Kloop Media* sitelerinde ikinci sırada Facebook gelmektedir. Twitter beş site arasında en az takipçiye sahip olduğu görülmektedir. Sosyal medya mecralarının her birinin farklı özellik ve kullanıcı alışkanlıkları bulunuyor. Haber siteleri de ürettiği içerikler bu mecralarda özelliklerine göre çeşitli şekillerde sunulmaktadır.



5. SONUÇ

Bu çalışmada, Kırgızistan'daki geleneksel medyadan, internet gazeteciliğine geçiş süreci incelenmiştir. İnternet ve teknolojinin gelişmesiyle bilgi ve bilgi teknolojisinin önemi artmaktadır. Bu dönemde bilgiyi arama, bilgiye ulaşma ve sunma biçimi de değişmektedir. Böyle geniş çaplı değişim ortamında hayatta birçok şey bu teknolojiye uyum sağlamaya başlamıştır. Kitle iletişim araçları sayılan radyo, televizyon, gazete ve dergi gibi pek çok araç da değişerek, internete ayak uydurmaya başlamıştır. İnternet, haberin seçilmesinde ve yapılmasında teknik olarak nitelendirdiğimiz haber yapma yöntemlerinin değişmesine de neden olmuştur. Bu değişim, gelişen teknoloji sayesinde iletişimdeki hızın artması okuyucu alışkanlıklarını değiştirmiş, daha hızlı bir şekilde yeni enformasyonu alma istekleri artmaktadır. Değişimin alt yapısını hazırlayan internet, etkileşimi, hızlı, eş zamanlılığı, metin, ses, video görüntüsünün bir arada bulunduran araç olarak etkin bir hale getirmiştir ve özgür bir ortama dönüşmüştür. Bu özellik ışığında, yeni ortama uyum sağlamış ve bu sayede siteler kurulmuştur. İnternet sitelerinin kurulduğu andan itibaren internet gazeteciliği giderek bir uzmanlık alanı oldu. İnternet gazeteciliği, bu gelişen teknoloji ortamında büyük önem kazanmıştır. İnternet ve geleneksel gazeteciliği birbirinden ayıran en önemli faktör “hız” olmuştur. Haber siteleri önemli haberleri son dakika bölümünde vermektedir ve ortalama olarak her 30 dakikada bir yeni haber yayınlanmaktadır.

İnternet siteleri üzerinde yapılan içerik analizi sonucunda haber yapma biçiminde geleneksel medyadan büyük bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Bilginin hızlıca ulaştırmanın yanında internet gazeteciliğinin enformasyonun toplanması, sayfa düzeni ve dağıtım gibi aşamalarında değişiklikler olduğu görülmüştür. İnternet sitelerinin en büyük avantajı gün içindeki güncel haberleri anında okuyuculara sunması olmuştur. Ayrıca, geleneksel gazetelerde haberlerle ilgili ayrıntılı bilgiler bulmak zorken, internet sitelerinde haberin içeriği ve görselliğiyle ilgi daha fazla bilgiye ulaşmakta ve metin içerisinde verilen linkleri tıklayarak ikinci bir habere kolayca geçebilir.

Seçilmiş haber sitelerinde en çok kullanılan yöntem olarak detaylar önem derecelerine göre aşağıya doğru paragraflandırılan ters piramit biçimi olduğu görülmüştür. Bu teknik tarihsel olarak haber yazmada baskındır. Bir gazete sayfası ile sınırlıdır, ancak internet sitelerde uzun metinli analitik haberler yer almaktadır. Bu da internet sayfalarında

basılı gazetede olduğu gibi bir sayfaya sıkıştırma zorunluluğun olmamasından kaynaklanmaktadır. Yazının dışında fotoğraf ve videolar ile içeriği zenginleştirilmektedir.

İnternet gazeteciliğindeki kolaylıklardan biri de arşive ulaşma imkanıdır. Sitelerinde yer alan haberler yayınlanan tarihten itibaren saklanmaktadır ve kullanıcı geçmişe ait istediği habere kolayca ulaşabilmektedir. İnternetin sağladığı diğer bir avantaj ise, haberi kaç kişinin okuduğunun tespit edilebilmesidir. Geleneksel medyadan farklı olarak iki yönlü iletişim sağlamaktadır. Okuyucu düşüncesini, fikrini yorum yaparak anında yanıt verebilmektedir.

Sosyal medya araçlarının yardımı ile çok sayıda insana ulaşabilmek olanağı sunulmaktadır. İncelediğimiz haber siteleri de sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmaktadır ve önemli takipçi sayılarına sahip olduğu görülmüştür. Sitelerin kamusal erişime açıklığı, haberleri kısa ve hızlı bir biçimde dolaşıma sokmaya olanak tanıyan esnekliğidir. Instagram, görsellerle kısa videoları, paylaşmak için imkan sağlamaktadır ve siteler içinde en çok takipçiye sahip platform olarak görülmektedir. Haber videolarını paylaşma amacıyla kullanılan YouTube, haber siteleri arasındaki ikinci sırada takipçi sayısına sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Facebook, dünyada en fazla kullanıcıya sahip platform olmasına karşın, haber siteleri tarafından öncelikli araçlardan birisi olarak gösterilmemiştir. Bu siteler arasında Twitter'ın en az takipçi sayısı olan platform olduğu görülmektedir. Kırgızistan'da henüz reklamlar, geleneksel gazeteciliğin derecesine erişememiştir. Ancak araştırmalarda görüldüğü gibi, reklam alanında internet lehine değişmeye başlamıştır.

Günümüzde teknolojik gelişmeler ve bu gelişimin getirdiği değişimler sonucunda, yeni iletişim teknolojilerinden biri olan internet gazeteciliği daha çok ön plana çıkmıştır. Çalışmada ele alınan haber siteleri teknolojik bağlamda daha güçlü bir şekilde haber verme olanağına sahiptir. Haber sitelerinin eksik tarafları bulunmuştur. Sitelerin üç tanesi geleneksel medyada da haber yayınlamaktadır ve haberleri doğrudan alıp sayfalarına taşıdıkları görülmektedir. Alternatif medya olarak görülen internet, gazetecilik açıdan baktığımızda daha bu özelliği taşımamaktadır. Buna ek olarak internet gazeteciliği yasal düzeyde gereken ilgiyi görmemiş ve üzerinde yeterince çalışılmamıştır

KAYNAKÇA

- Alemdar, K. ve Uzun, R. (2013). *Herkes İçin Gazetecilik*. Ankara: Tanyer Kitap, 72-73.
- Altıncısova, Z. (2013). Kırgızistan'da İlk Milli Gazetenin Tarihçesi (1924-1940) *Fen Edebiyat Fakültesi Bilimler Dergisi Ağustos*, Cilt: 1, Sayı: 3, 26.
- Amankulova, N. (2012). *Kırgız Gazeteciliğinin Gelişimindeki Ana Eğilimler*. Sayı 29, 69-88.
- Araslı, O. (2011). *İnternet ve İnternet Haberciliği: Türkiye'deki Popüler Haber Sitelerinin Etiksel Açudan İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 66.
- Arhan, F. (1998). *Medya Eleştirisi ya da Hermesi Sorgulamak*. Ankara: Öteki Yayınevi, 6 -11.
- Atabek, Ü. (2003). *İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar, Sevda Alankuş (Der.). Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, Habercinin El Kitabı Dizisi: İstanbul: İletişim Vakfı Yayınları, 93.*
- Avşarova, M. (1961) *Russkaya Periodičeskaya Peçat ve Turkestane (1870- 1917gg)*. Taşkent, 33-45.
- Aydoğan, A. (2012). İletişim Araştırmalarında İnternet Gazeteciliği: Bağlamsal Çalışmaların Eksikliği *İnternet Journalism in Communication Research: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergesi*, The Lack of Contextual Studies, Sayı 35, 16.
- Bakaşova , J. (2002). *Kırgızistan Gazeteciliğinin Tarihi*. Bişkek, 45-65.
- Berrin, K. (2016). *Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği*. The Journal, Number: 42, 75-94.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Dipnot Yayınları. İstanbul, 77-78.
- Birsen, H. (2005). *İşgören Niteliği ve Üretim Süreci Açısından Haber Sitelerinin Basın Etiği Kurallarını Uygulayabilme Yeterliliği: Türkiye'de İnternet Üzerinden Yayınlanan Haber Sitelerinin Editörüyle Bir Anket Çalışması*. Doktora Tezi, 106-108.
- Bülbül, R. (2000). *Basın ve Genel Gazetecilik*. Ankara, 23-25.
- Bulunmaz, B. (2012) Yeni İletişim Teknolojileriyle Değişen Medya Yayıncılığı: Yeni Medyada İçerik Üretimi ve Sunumu. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi*, Sayı 18, 27-46.
- Bulut, M. (2006). *Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete ve İnternet*. Ankara.Tekağış Yayınları, 38-40.
- Çakır, H. (2012). *Gazeteciliğe Giriş: Online Journalism*. Konya Sayı : Sayı 22 , 123-149 .

- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür* (2.Cilt), (Çev:E.Kılıç 2008). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 48-49.
- Castells, M.(2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt 1: Ağ Toplumunun Yükselişi*, (Çev: Ebru Kılıç). İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 123-124.
- Dağtaş, E. ve Derelioğlu,G.(1999). *Geleneksel Yayıncılığa Alternatif Bir Medya Modeli Olarak İnternet Yayıncılığının Konumu ve Önemi*. Kültür ve İletişim, Sayı 11, 1-15.
- Deuze, M. ve Paulussen, S. (2002). Online Journalism in the Low Countries: Basic, Occupational and Professional Characteristics of Online Journalists in Flanders and the Netherlands. *European Journal of Communicatio*, 9 (2), 27-43.
- Djumabaev, M. (2009) *Kırgızistan'daki Dergi Reklamlarında Yer Alan Görsel ve Yazılı Öğeleri Algılama Biçimlerine Göre Türkiye'de ki Kırgızistanlı Gençlerde Yüksek ve Düşük Bağlılı Kültürlerin İncelenmesi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 15-17.
- Duman, K. (2018). Arama Motorları ve İnternet Haberciliğine Etkileri: Türk İnternet Haber Medyası Örneği, *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 257-287.
- Erdoğan, İ. (2013). Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 21, 47-48.
- Erol, E. G. (2009). Medya ve Etik: İnternet Haberciliğinde Nesnellik, Etik İlkelerinin İçeriği, Uygulamadaki Sorunlar ve Televizyon Haberciliği İle Karşılaştırılması. *Medya ve Etik Sempozyumu*, Fırat Üniversitesi, 59.
- Evers, H. (2010). *İnternet Gazeteciliği ve Yeni Etik Sorunlar mı?. Televizyon Haberciliğinde Etik*. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (der). Fersa Yayıncılık, Ankara, 33-35.
- Gezgin, S. (2002). *Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği, İnternet Çağında Gazetecilik*, Metis Yayınları, İstanbul. 53-54.
- Gibson, Rachel and Stephen Ward (2000). *A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites*. Social Science Computer Review, MJEN 2 (1) 2014 35-43
- Gigin, A. (2000). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik*. İnkılap Kitabevi, 68-70.
- Giles, B. (2001). *İnternet Çağında Gazetecilik*. Nieman Reports Dergisi, Cilt 5, Sayı 9, 19-21.
- Girgin, A. (2005). *Haber Yazmak*, Der Yayınları, İstanbul, 63-64
- Gökçe, O. (2001). İçerik Çözümlemesi. Konya: *Selçuk Üniversitesi Yaşatma ve Geliştirme Vakfı Yayınları*, Sayı XIX, 37-40.

- Gürcan, H.İ. ve Batu, Ç. (2001). *İnternet Gazeteciliğinde Sanal Yazı İşleri ve Gazetecilikte Değişen Roller. VII. Türkiye’de İnternet Konferansı*, Askeri Müze, İstanbul, 26-36.
- Gürcan, H. İ. (2006). *İnternet Gazeteleri İle Klasik Gazeteler Arasında Karşılaştırma*. <http://www.dorduncukuvvetmedya/araştırma>, Sayı IX, 37-43.
- Gurin, V. (1964) *Zarajdeniye Sovetskoy Peçati V Kirgizii*. Frunze, 68-70.
- Halıcı, N. (2005). Online Gazetecilik, (Der: S. Alankuş). Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya. *İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları* , Sayı IX, 77-78.
- Haluk, G. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslar arası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi, 48.
- İbraeva, G. K. (2002). *Kırgız Medyasının Tarihsel Gelişimi ve Bugünkü Durumu*. Bişkek: Salam, 32-33.
İnternet: <http://www.Azattık.org/> adresinden 01Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <http://www.Kaktus.Media//html> / adresinden 01 Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <http://www.KloopMedia//html> / adresinden 01Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: http://www.Sputnik.kg/mobile_return/ adresinden 01Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <http://www.Super.kg/mobile/> adresinden 01Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnuğur, N.(2005). *Basın ve Yayın Tarihi*. İstanbul, 33-34.
- İsabekova, M. (2003). *Vestnik Kgnu İmeni C.Balasagina*, Bişkek, 19-20,
- İsayeva, A. (2002) . *Pressa Demokratiyaga, Demokratiya Pressaga*, Bişkek, 55.
- İşcan, H. (2017). Kırgızistan’da Televizyon Yayıncılığının Örgütsel Yapısı. *Tarih Okulu Dergisi*, Sayı XXIX, 377-407.
- Jumagulov, S. (2015). *Gazeteciliğe Yol «Medya Geliştirme Merkezi»*. Bişkek, 74.
- Kalmıkova, A. A. ve Kohonova, L. A. (2005). *İnternet Gazeteciliği*. Moskova, 123-124.
- Karaduman, M. (2003). İnternet ve Gazetecilik. *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya,İletişim Vakfı Yayınları*, İstanbul, 46.
- Kazaz, M. (2007). Geleneksel Habercilikten İnternet Haberciliğine Geçiş Sürecinde Spor Basını. *Selçuk İletişim Dergisi*, Sayı 36, 147-154.
- Keneş, T. (2012), *Zakon Kirgizskoy Respubliki O Reklame*. <http://www.kenesh.kg>.
- Kılıç,E. (2007). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*.İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 45.
- Kırgız Medya Okuryazarlığı Araştırma Raporu, (2018). Bişkek, 65.

Kırgızistan'daki İnternet Gazeteciliğın Durumu (2008). <http://www.Azattık.kg>

Kolosov, A. (2004). *Kırgızistan'da İnternet: durumu ve gelişim yönelimleri*. Uluslararası Konferansı Bildirileri, Almatı.Kudaybergenov, S. (1966). *Kırgızstandın Basma Sözüünün Tarihınan*, Frunze, 18-19.

Kulikovskiy,A.V.(2010). *Kırgızistandaki Haber Ajanslarının Gelişme Spesifikası*, Bışkek, 64.

Kuyucu, M. (2014). *İnternet Gazeteciliğının Geleneksel Gazetelerle Savaşı: İnternet Gazeteciliği Geleneksel Gazeteciliği Bitirdi Mi? Üniversite Öğrencilerinin İnternet Gazeteciliği İle İlgili Görüşleri Üzerine Bir Güncelleme* International Conference on New Trends in Communication 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı İstanbul Aydın Üniversitesi, 22.

Mambetalieva,T. E. (2005). *Kırgızistan'ın Kitle İletişim Araçları*.Internews, Bışkek
Monahov, B. N. (2003). *Kitle İletişim Araçları ve İnternet*. Bışkek, 45-50.

Murzakulova, G. (2008). *Farklı Toplumlarda İnternet Gazeteciliği: Rusya ve Türkiye İnternet Gazetelerinin Karşılaştırmalı Çözümlemesi*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 26-29.

Özçağlayan, M. (1998). *Yeni ĞletiĞim Teknolojileri ve DeğİĞim*. (Editörler: Ebru Özel ve Nuri) Kaymakçı. İstanbul: Alfa Yayınları, 38-43.

Özdemir, H. M (2009). *Geleneksel Gazetecilik Ve Sanal Gazetecilik Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*.Yüksek Lisans Tezi, 36-40.

Özel, S. (2012). Yeni Medya'nın Temelleri Üzerine Bir Tartışma. *Online Academic Journal of Information Technology*. Cilt: II, Sayı: 1, 15.

Özer, Ö. (2010). *Liberal Basın*.Konya, 24-28.

Pavlik, J. (2013).*Yeni medya ve Gazetecilik*, Phoenix Yayınları, Ankara, 46-50.

Pluskih, V. ve Camgırçinov, M. (1986) *İstoriya Kirgizskoy Respubliki*, Frunze, 96-99.

Poe, M. T .(2015). *İletişim Tarihi*, Işık Yayınları, İstanbul,69.

Siapera, E. ve Veglis,A. (2012). *The Handbook Of Global Online Journalism*: Malden, Mass, 85.

Sooronbayev, K. (2001). *Peçat Sovetskogo Kirgızstana*, Frunze. 66-70.

Tamer, E.C. (1983). *Dünü ve Bugünüyle Televizyon*. Varlık Yayınları, İstanbul, 48.

Taş,O.(2012). *Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları: Profesyonellik, Piyasa ve Sorumluluk*. İstanbul, 58-60.

Tokgöz, O. (2010). *Temel Gazetecilik*. Ankara, İmge Kitabevi, 64-69.

Toktogonov, C. (1972). *Kırgız Basın Tarihi*. Frunze, 66-67,

Töraliyeva, G. (2005) *Online Gazetecilik*. Bişkek, 112-114.

Törenli, Nurcan (2005), *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 87-88.

Törünlü, A. (2000) *Demokratikleşme Sürecinde Televizyonun Rolü ve Kırgızistan Örneği*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 63-64.

Turgut,S. (2013). *Yeni Medya: Medyanın Kağıttan Kalesi Çökereken*: İstanbul. Destek Yayınları, 26-27.

Zasurskiy, İ. (2007). *İnternet ve İnteraktif Medya Araştırması*: Bişkek, 36-45.





ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Gulnazi Sabyrkyzy
Uyruğu : Kırgız
Doğum tarihi ve yeri : 09.04.1995/ Kırgızistan
Medeni hali : Bekar
Telefon : 0 (535) 065 30 87
e-mail : gulnazi19@mail.ru

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi	Devam ediyor
Lisans	Vostochniy Universitet Mahmud Kahgari Barskani	2016
Lise	K.İmanaliyev Lisesi	2012

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
-----	-----	-------

Yabancı Dil

Rusça, Türkçe, İngilizce

Yayımlar

Gulnazi Sabyrkyzy (2019) “İnternet Gazeteciliğininin Gelişimi”, Sayı 1, Sayfa 83-84,
ISBN: DOI 1033514/BK-1694-7711-2019-1-86-94

Hobiler

Yüzme, fitness, tenis, kitap okuma.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..

