

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN İNTERNET HABERCİLİĞİNİN  
GÜVENİLİRLİĞİNE İLİŞKİN TUTUMLARI: İSTANBUL, ANKARA VE  
İZMİR İLLERİNİ KAPSAYAN BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ**

**Serhat ÇOBAN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Basın ve Yayın Anabilim Dalı**

**Danışman: Yrd. Doç. Dr. Semra AKDEMİR**

**Eskişehir**

**Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Temmuz 2006**

## **YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZÜ**

### **İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN İNTERNET HABERCİLİĞİNİN GÜVENİLİRLİĞİNE İLİŞKİN TUTUMLARI: İSTANBUL, ANKARA VE İZMİR İLLERİNİ KAPSAYAN BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ**

**Serhat ÇOBAN**

**Basın ve Yayın Anabilim Dalı**

**Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2006**

**Danışman: Yrd. Doç. Dr. Semra AKDEMİR**

Bu tezin amacı, iletişim fakültesi öğrencilerinin internet haberciliğinin güvenilirliğine ilişkin tutumlarını ölçmektir. Bu doğrultuda ilkin internet iletişiminin demokratik dinamikler ekseninde biçimlenen gelişme süreci, internet haberciliğinin genel çerçevesi, internet haberciliğinin güncel sorunları ve meslek ilkeleri bağlamında internet haberciliğinin güvenilirliği kuramsal tartışmalar eşliğinde irdelenmiştir.

İletişim fakültesi öğrencilerinin internet haberciliğinin güvenilirliğine ilişkin tutumlarını ölçmek üzere İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde bulunan üniversitelerin iletişim fakültelerinde okuyan öğrencilerden alınan örneklem üzerinde anket formu uygulanmıştır. Anket formu mesleki etik kurallarla ilişkiler bağlamında oluşturulmuştur.

Araştırmadan elde edilen bulgular ışığında internet haberciliğinin iletişim fakültelerinde okuyan öğrenciler arasında fazla güvenilir bulunmadığını söylemek mümkündür. Güvensizlik oranı mesleki etik ilkelerin ihlalinden toplumsal, hukuksal ve ekonomik etmenlerin olumsuz etkilerine uzanan bir aralık içinde bir miktar artış göstermiştir. Ayrıca bir kurum olarak üniversitenin internet haberciliğine duyulan güvensizlikte rol oynayan bir etmen olduğunu söylemek de mümkündür. Bu bağlamda öngörülebilir bir gelecekte internet haberciliğinde etik ilkelere dayalı bir örgütlenmeye gidilmesi; yanı sıra üniversitenin de desteğiyle daha geniş kapsamlı kurumsal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi önerilmiştir.

## **ABSTRACT**

### **THE ATTITUDES OF THE STUDENTS OF COMMUNICATION FACULTIES ON THE RELIABILITY OF INTERNET JOURNALISM: AN EXAMPLE OF APPLICATION COVERING THE CITIES OF ISTANBUL, ANKARA AND IZMIR**

The aim of this thesis is to measure the attitudes of the students of communication faculties on the reliability of internet journalism. Within the framework of theoretical discussions, the development process of internet communication in the axis of democratic dynamics, the general framework of internet journalism the current issues of internet journalism and the reliability of internet journalism in relation with the other professional ethical codes are examined.

In order to measure the attitudes on the reliability of internet journalism, survey method is used on a sample of students coming from the communication faculties of the universities which are placed in İstanbul, Ankara and İzmir. The content of the survey is formed in relation with the professional ethical codes.

According to the data derived from the survey, it can be said that internet journalism is not found much reliable among the students. The rate of unreliability indicates a degree of increase within a range extending from the infringement of professional ethical codes to the negative effects of social, legal and economic factors. Besides, university as an institution is found to be a factor taking role in the unreliability of internet journalism. In this context, it is proposed that internet journalism be organized on ethical principles and wider institutional arrangements be realized with the assistance of universities.

## JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Serhat Çoban'ın "İletişim Fakültesi Öğrencilerinin İnternet Haberciliğinin Güvenilirliğine İlişkin Tutumları: İstanbul, Ankara ve İzmir İllerini Kapsayan Bir Uygulama Örneği" başlıklı tezi 17 Temmuz 2006 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, Basın ve Yayın Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Adı Soyadı

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Yrd. Doç. Dr. Semra AKDEMİR  
Üye : Prof. Dr. Halil İbrahim GÜRCAN  
Üye : Yrd. Doç. Dr. Erhan EROĞLU

Prof. Dr. Nurhan AYDIN  
Anadolu Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

## ÖNSÖZ

Günümüzde internet haberciliği giderek artan bir önem kazanmaktadır. Bu gelişmeyle aynı doğrultuda olmak üzere internet haberciliğinin güvenilirliği sorunu, habercilikle uğraşan diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi interneti de giderek daha fazla kapsamaktadır. Üniversiter yapı içinde habercilik etiğini en yoğun olarak ele alan iletişim fakültesi öğrencileri gelişmeyi yakından izleyen bir kesimi oluşturmaktadır. İletişim fakültesi öğrencilerinin internet haberciliğinin güvenilirliğine ilişkin tutumlarının belirlenmesi, konuya farklı yönlerden açılım sağlayacaktır.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında her türlü yardım ve önerilerinden dolayı öncelikle tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Semra AKDEMİR'e, jüri üyelerim Prof. Dr. Halil İbrahim GÜRCAN ve Yrd. Doç. Dr. Erhan EROĞLU'na ve her türlü desteği esirgemeyen tüm dostlara teşekkür ederim.



1. 1. 3. 3. İdeolojik Yönelimlerin Yoğunlaşması.....	26
1. 1. 3. 4. Hukuki Sorunlar.....	28
1. 1. 3. 5. Etik Sorunlar.....	30
1. 1. 4. İnternet Haberciliğinde Güvenilirlik Sorunsalı.....	32
1. 1. 4. 1. Kitle İletişim Sürecinde Güvenilirliğin Yeri ve Önemi.....	32
1. 1. 4. 2. İnternet Haberciliğinde Güvenilirliğe Etki Eden Mesleki Etik Kurallar.....	35
1. 1. 4. 2. 1. Doğruluk, Dürüstlük.....	35
1. 1. 4. 2. 2. Nesnellik.....	37
1. 1. 4. 2. 3. Editör Denetiminin Zayıflaması.....	40
1. 1. 4. 2. 4. Aşırma, Başkalarının Eserini Kendine Mal Etme.....	42
1. 1. 4. 2. 5. Cevap ve Düzeltme Hakkı.....	44
1. 1. 4. 2. 6. Özel Hayatın Gizliliği.....	46
1. 1. 4. 2. 7. Hakaret, İftira, Karalama ve Temelsiz İthamlar.....	48
1. 2. Amaç.....	49
1. 3. Önem.....	50
1. 4. Sınırlılıklar.....	50
<b>2. YÖNTEM.....</b>	<b>51</b>
2. 1. Araştırma Modeli.....	51
2. 2. Çalışma Kümesi.....	51
2. 3. Verilerin Toplanması.....	55
2. 4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması.....	56
<b>3. BULGULAR VE YORUM.....</b>	<b>57</b>
3. 1. Demografik Özellikler.....	57
3. 1. 1. Cinsiyet Dağılımı.....	57
3. 1. 2. Yaş Dağılımı.....	59
3. 1. 3. Okunulan Üniversitelerin Dağılımı.....	60

3. 1. 4. Okunulan Bölümlerin Dağılımı.....	60
3. 1. 5. Okunulan Sınıfların Dağılımı.....	63
3. 1. 6. Aylık Gelir Dağılımı.....	64
3. 1. 7. İnternet Erişimi.....	66
3. 1. 8. İnternet Bağlantısının Gerçekleştirildiği Yerler.....	68
3. 1. 9. İnternet Kullanım Sıklığı.....	70
3. 2. İnternet Güvenilirliği.....	72
3. 2. 1. İnternet Gazeteciliğinin Güvenilirliği.....	72
3. 2. 2. İnternet Haberciliğinde Editör Denetimi.....	74
3. 2. 3. İnternet Haberciliğinde Doğruluğu Kanıtlanmamış Bilgilerin Sunumu.....	75
3. 2. 4. İnternet Haberciliğinin Farklı Haber Sitelerinin Ürünlerini Kendi Ürünleri Gibi Sunumu.....	77
3. 2. 5. İnternet Haberciliğinde Kaynak Belirtimi.....	79
3. 2. 6. İnternet Haberciliğinde Kâr Olgusu.....	81
3. 2. 7. İnternet Haberciliğinde Kişilerin ve Kurumların Tekzip Hakkı.....	84
3. 2. 8. İnternet Haberciliğinde Yorumların Yer Alışı.....	88
3. 2. 9. İnternet Haberciliğinde Yanıltıcı Haber Üretimi.....	90
3. 2. 10. İnternet Haber Sitelerinde Yer Alan Okuyucu Yorumlarının Siyasal Yanlılığı.....	93
3. 2. 11. İnternet Haberciliğinde Niceliğin Öne Geçmesi.....	96
3. 2. 12. İnternet Haberciliğinde Haberi Ulaştırma Hızı.....	97
3. 2. 13. Haber Sitelerinin Kendi Bağlı Oldukları Şirketlerin Haberlerini Ön Plana Çıkarmaları.....	98
3. 2. 14. İnternet Haberciliğinde Hukuki Yetersizlikler.....	99
3. 2. 15. İnternet Haberciliğinde Özel Hayata Müdahale.....	101
3. 2. 16. İnternet Haberciliğinde Hakaret, İftira ve Karalamalar.....	103
3. 2. 17. İnternet Gazetelerinin Çeşitli Kaynakların Haberlerini İzinsiz Kullanımı.....	104
3. 2. 18. İnternet Haberciliğinin Bağımsız Bir Haber Kaynağı Haline Gelememesi.....	106



3. 2. 19. İnternet Haberciliğinde Nesnellik Olgusu.....	108
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	110
4. 1. Sonuç.....	110
4. 2. Öneriler.....	112
EK.....	114
KAYNAKÇA .....	118

## TABLolar LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
<b>Tablo 1. Online Gazeteciliğin Karakteristiği.....</b>	<b>19</b>
<b>Tablo 2. Farklı Büyüklükteki Evrenler İçin %95 Güven Düzeyine Göre Örneklem Büyüklüğü.....</b>	<b>55</b>
<b>Tablo 3. Katılımcıların Üniversitelere Göre Cinsiyet Dağılımı.....</b>	<b>58</b>
<b>Tablo 4. İletişim Fakültelerinde Yer Alan Katılımcıların Bölümlere Göre Dağılımı.....</b>	<b>62</b>
<b>Tablo 5. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve Toplam Aylık Gelir Miktarları Arasındaki İlişki.....</b>	<b>65</b>
<b>Tablo 6. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve Kaldığı Yerde İnternete Ulaşımı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>67</b>
<b>Tablo 7. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve İnternet Bağlantısını En Fazla Gerçekleştirdiği Yer Arasındaki İlişki.....</b>	<b>69</b>
<b>Tablo 8. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve İnterneti Kullanım Oranları Arasındaki İlişki.....</b>	<b>71</b>
<b>Tablo 9. Katılımcıların Toplam Aylık Gelir Miktarları ve “İnternet Gazeteciliğine Çoğunlukla Güvenilmemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>73</b>
<b>Tablo 10. Katılımcıların Toplam Aylık Gelir Miktarları ve “İnternet Gazeteleri, Doğruluğu Kanıtlanmamış Bilgiler Sunmaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>76</b>
<b>Tablo 11. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazeteleri, Farklı Haber Sitelerinin Ürünlerini Kendi Ürünleri Gibi Sunmaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>78</b>

<b>Tablo 12. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazeteleri Haberlerinde Kaynak Belirtmemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>80</b>
<b>Tablo 13. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazetelerinde Yer Alan Reklamların Fazlalığı, Bu Sitelerde Para Kazanmanın Haberciliğin Önüne Geçtiğini Düşündürmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>82</b>
<b>Tablo 14. Katılımcıların İnterneti Kullanım Sıklıkları ve “İnternet Gazetelerinde Yer Alan Reklamların Fazlalığı, Bu Sitelerde Para Kazanmanın Haberciliğin Önüne Geçtiğini Düşündürmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>83</b>
<b>Tablo 15. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazetelerinde Kişilerin ve Kurumların Tekzip Hakkına Yer Verilmemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>85</b>
<b>Tablo 16. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazetelerinde Kişilerin ve Kurumların Tekzip Hakkına Yer Verilmemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>86</b>
<b>Tablo 17. Katılımcıların Toplam Aylık Gelir Miktarları ve “İnternet Gazetelerinde Kişilerin ve Kurumların Tekzip Hakkına Yer Verilmemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>87</b>
<b>Tablo 18. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazetelerinde Haberi Yazan Kişinin Yorumu da Haberin İçerisinde Yer almaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>89</b>
<b>Tablo 19. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazeteleri Yanıltıcı Haber (Dezenformasyon) Üretmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>91</b>
<b>Tablo 20. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazeteleri Yanıltıcı Haber (Dezenformasyon) Üretmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>92</b>
<b>Tablo 21. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazetelerinde Yer Alan Okuyucu Yorumlarına, Sitenin Siyasi Eğilimleri Doğrultusunda Yer Verilmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>94</b>

<b>Tablo 22. Katılımcıların Toplam Aylık Gelir Miktarları ve “İnternet Gazetelerinde Yer Alan Okuyucu Yorumlarına, Sitenin Siyasi Eğilimleri Doğrultusunda Yer Verilmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>95</b>
<b>Tablo 23. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazeteciliğinde Hukuki Bir Engelin Olmaması, Kişi Hak ve Özgürlüklerinin Suistimaline Yol Açmaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>100</b>
<b>Tablo 24. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazeteleri Özel Hayata Müdahalede Bulunmaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>102</b>
<b>Tablo 25. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazeteleri Çeşitli Kaynakların Haberlerini İzinsiz Kullanmaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>105</b>
<b>Tablo 26. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazeteciliği, Kendi Haberlerini Üreten Bağımsız Bir Haber Kaynağı Haline Gelememiştir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>107</b>
<b>Tablo 27. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazeteleri, Haberlerin İçerisinde Zıt Fikirlerle Yer Vermemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki.....</b>	<b>109</b>

## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1. Türkiye’de Kent Kır Ayrımında Bilgisayar Kullanım Oranları.....	8
Şekil 2. Türkiye’de Kent Kır Ayrımında İnternet Kullanım Oranları.....	9
Şekil 3. İllere Göre İletişim Fakültelerinde Anket Yapılan Öğrenci Sayısı.....	54
Şekil 4. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı.....	57
Şekil 5. Katılımcıların Yaş Dağılımı.....	59
Şekil 6. Katılımcıların Üniversitelere Göre Dağılımı.....	60
Şekil 7. Katılımcıların Fakültelerde Yer Alan Bölümlere Göre Dağılımı.....	61
Şekil 8. Katılımcıların Okudukları Sınıflara Göre Dağılımı.....	63
Şekil 9. Katılımcıların Aylık Gelir Durumuna Göre Dağılımı.....	64
Şekil 10. Katılımcıların Kaldığı Yerde İnternete Ulaşım Dağılımı.....	66
Şekil 11. Katılımcıların İnternet Bağlantısını En Fazla Gerçekleştirdiği Yer Dağılımı.....	68
Şekil 12. Katılımcıların İnterneti Kullanma Sıklığı Dağılımı.....	70
Şekil 13. İnternet Gazeteciliğine Güvenilmez.....	72
Şekil 14. İnternet Gazeteleri Haberlerini Editör Denetiminden Geçirmeden Yayınlanmaktadır.....	74
Şekil 15. İnternet Gazeteleri Doğruluğu Kanıtlanmamış Bilgiler Sunmaktadır.....	75
Şekil 16. İnternet Gazeteleri, Farklı Haber Sitelerinin Ürünlerini Kendi Ürünleri Gibi Sunmaktadır.....	77
Şekil 17. İnternet Gazeteleri Haberlerinde Kaynak Belirtmemektedir.....	79
Şekil 18. İnternet Gazetelerinde Yer Alan Reklamların Fazlalığı, Bu Sitelerde Para Kazanmanın Haberciliğin Önüne Geçtiğini Düşündürmektedir.....	81

Şekil 19. İnternet Gazetelerinde Kişilerin ve Kurumların Tekzip Hakkına Yer Verilmemektedir.....	84
Şekil 20. İnternet Gazetelerinde Haberi Yazan Kişinin Yorumu da Haberin İçerisinde Yer almaktadır.....	88
Şekil 21. İnternet Gazeteleri Yanıltıcı Haber (Dezenformasyon) Üretmektedir.....	90
Şekil 22. İnternet Gazetelerinde Yer Alan Okuyucu Yorumlarına, Sitenin Siyasi Eğilimleri Doğrultusunda Yer Verilmektedir.....	93
Şekil 23. İnternet Gazeteleri Haberin Niteliğinden Çok Haberin Sayısına Önem Vermektedir.....	96
Şekil 24. İnternet Gazeteleri Haberi Ulaştırma Hızına Haberin Güvenilirliğinden Daha Çok Önem Vermektedir.....	97
Şekil 25. İnternet Gazeteleri Kendi Bağlı Oldukları Şirketlerin Haberlerini Ön Plana Çıkarmaktadır.....	98
Şekil 26. İnternet Gazeteciliğinde Hukuki Bir Engelin Olmaması, Kişi Hak ve Özgürlüklerinin Suistimaline Yol Açmaktadır.....	99
Şekil 27. İnternet Gazeteleri Özel Hayata Müdahalede Bulunmaktadır.....	101
Şekil 28. İnternet Gazetelerinde Hakaret, İftira ve Karalamalar Yer almaktadır.....	103
Şekil 29. İnternet Gazeteleri Çeşitli Kaynakların Haberlerini İzinsiz Kullanmaktadır.....	104
Şekil 30. İnternet Gazeteciliği, Kendi Haberlerini Üreten Bağımsız Bir Haber Kaynağı Haline Gelememiştir.....	106
Şekil 31. İnternet Gazeteleri, Haberlerin İçerisinde Zıt Fikirlerle Yer Vermemektedir.....	108

## 1. GİRİŞ

### 1. 1. Problem

İnternet iletişimi, demokratik değişkenlerle geliştirdiği ilişkiler çerçevesinde kentsel yapıyı ve bu yapı içinde üniversiter oluşumları daha da ağırlıklı bir konuma getirmektedir. Buna karşılık, gazetecilik mesleğinin haber toplama pratiklerinin kullanılarak insanların internet aracılığıyla bilgilendirilmesi anlamına gelen internet gazeteciliği günümüzde haber değişimindeki eşitsizliğin artması, ticarileşmenin baskısı, ideolojik yönelimlerin yoğunlaşması ve hukuksal düzenlemenin belirsizliği gibi genel internet iletişimini de etkileyen bir dizi sorunla kuşatılmış durumdadır. İnternet haberciliğini etkileyen en önemli sorunlardan biri de özünde etik bir nitelik taşıyan güvenilirlik sorunsalıdır. Güvenilirlik sorunsalının irdelenmesi süreci, etkileşimde bulunduğu bir dizi mesleki kural ile birlikte genel iletişim ahlak kuralı ile birlikte internet iletişiminin etik yapısının belirlenmesinde önemli bir işleve sahiptir. Bu sürecin üniversiter yapı bağlamında ele alınması, konuyu daha geniş bir perspektifte ele almayı mümkün kılacaktır.

### 1. 1. 1. İnternet İletişiminin Genel Çerçevesi

#### 1. 1. 1. 1. İnternetin Tanımı

Karmaşık küresel sistemlerin gelişmesini sağlayan olgu, giderek karmaşıklaşan bilgisayarların gelişmesidir. Bu bilgisayarlar sadece ulusal değil aynı zamanda uluslararası noktaları birbirine bağlayan otomatikleşmiş ve dijitalleşmiş bir telekomünikasyonlar sistemidir (Stratton, 2002). Bilgisayarlar 1960'lı yıllardan itibaren enformasyonun işlenmesinde, çözümlenmesinde, dağıtımında bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu tarihten itibaren yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı

olanaklar çerçevesinde enformasyonun yayılımında hızlı bir artış meydana gelmiş ve bireylerin enformasyona ulaştırılması yöntemlerinde yeni olanaklar ortaya çıkmıştır (Tokgöz, 2003). Bu yeni olanakları yaratan araçlardan biri de internettir. İnternet, bu bağlam çerçevesinde gelişim tarihi açısından ele alındığında iletişim araçları içerisinde en hızlı gelişen ve yayılan araçtır (Gürcan, 1999).

İnternetle ilgili yapılan çalışmalarda internetin birçok tanımı yapılmakla birlikte genel olarak interneti birçok bilgisayarın birbirine bağlandığı dünya çapında bir ağ olarak tanımlamak mümkündür. Türk Dil Kurumu sözlüğünde internet “genel ağ” diye tanımlanmaktadır (TDK, 2006). “İnternet terimi, ‘international’ (uluslararası) ve ‘network’ sözcüklerin birleşmesinden oluşmuştur” (Karaduman, 2003: 138). Gürcan, “...birbirine bağlı yerel ağların (LAN – Local Area Network) ve daha geniş çaptaki ulusal ağların (WAN – Wide Area Network) oluşturduğu evrensel çapta bir iletişim...” ağ olarak interneti tanımlamaktadır (1999: 40). Erdoğan, interneti, dünya çapında birbirine bağlı bilgisayar şebekeleri, diğer bir deyimle, kullanıcıları birbirine bağlayan şebekeler şebekesi diye tanımlamaktadır (1995). Başaran, internetin “dünya çapında binlerce bilgisayar ağını birbirine bağlayan bir ağ” olduğunu belirtmektedir (2005: 36). Tokgöz ise interneti “ağların ağı” olarak nitelemekte ve “milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan bir sistem” olarak tanımlamaktadır (2003: 77).

### 1. 1. 1. 2. İnternetin Gelişim Süreci

İnternetin ortaya çıkmasındaki temel etmen, ABD ve Rusya (o zamanki adıyla SSCB – Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği) devletleri arasında yaşanan soğuk savaş ve bunun sonucunda iki ülke arasındaki rekabetin her alanda gittikçe hız kazanmasıdır. ABD, SSCB’den gelebilecek olası nükleer saldırı karşısında ülkedeki telefon hatlarının hasar görmesi durumunda bilgisayar iletişiminin sorunsuz bir biçimde sürdürülebilmesini sağlamak için, ABD savunma bakanlığının bir kuruluşu olan ARPA (İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu)’nın desteği ile çalışmalara başlamıştır. Bu anlamda 1969 yılında dört ayrı merkezdeki -Los Angeles’daki California Üniversitesi, Santa Barbara’daki California Üniversitesi, Utah Üniversitesi ve Stanford Araştırma Enstitüsü- bilgisayarlar arasında bilgi transferi gerçekleştirilerek sistemin ilk adımı atılmıştır. Ardından ARPANET adı verilen askeri bilgisayar ağı



kurulmuştur. Sonraki süreçte ARPANET DARPANET'e dönüşmüş ve DARPA (Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu) Amerikan Federal Hükümeti Savunma Bakanlığı'nın araştırma ve geliştirme kolu olarak işlev görmüştür. DARPANET internetin gelişiminde önemli bir rol oynamıştır (Duran, 2000).

ARPANET paket anahtarlamalı ağ olarak tasarlanmıştır. Paket anahtarlamalı ağlarda, her mesaj küçük parçalara bölünmüş ve bu parçaların varış noktasına başarı ile ulaşip orijinal mesajın oluşturulması sağlanmıştır. Ağ, ABD'deki üniversite ve araştırma kuruluşlarının değişik tipteki bilgisayarlarını da içererek büyümüştür. "DARPANET bugünkü, UNIX ve TCP/IP'nin (IP=internet protokol; TCP= transmisyon kontrol protokolu) Berkeley biçimi dâhil, internetin oluşması ve gelişmesinde çoğu fonu ve desteği sağlamıştır" (Erdoğan, 1995). Bu dönem içinde ağı kullanım sadece savunma şirketi ile iş yapan dev firmalara (IBM, Lockheed gibi) açılmış olup internet, NSF (Milli Bilim Kurumu) tarafından yürütülmüştür. NSF internet şebekesinin üst halkasından ticari ağların geçmesine taraftar olmamıştır. 1980'lerin ortalarından itibaren Commercial Internet Xchange (CIX) grubu ana şebekeden geçmeden kendi şebekeleri içinden ticari veri akımı servisini sunmaya başlamış ve artan ticari baskılar sonucu NSF ana şebeke kontrolünden vazgeçmek zorunda kalmıştır. ARPANET kısa zaman içinde beklenenden fazla büyüdüğünden dolayı ARPANET'ten askeri bölümün ayrılması kararlaştırılmış ve MILNET 1983 yılında ayrılmıştır. İki ağ birbirinden bağımsız olarak ayrılmamış ve bilgi alışverişi devam etmiştir. Duran, bu ayrılmayı şöyle açıklar;

"İnternet, ilk kez ABD'de Savunma Bakanlığının araştırma bütçesiyle, Amerikan üniversiteleri tarafından askeri alanda kullanılmak üzere tasarlanan bir iletişim yöntemi. Ancak bilahare, sistemin güvenliği konusundaki zaafı ortaya çıkınca, Net, Amerikan vatandaşlarının vergisiyle finanse edilmiş olduğu halde, yani kamu malı iken, özel sektöre devredildi" (2000).

1980'lere gelindiğinde NSF tarafından beş tane süper-bilgisayar merkezi kurulmuştur. Bu merkezlere savaş araçları üreticisi firmalar ve büyük araştırma firmaları katılmış ve bu merkezleri bağlamak için de IP – "bilgisayarlar ile veri iletme/alma birimleri arasında organizasyonu sağlayan, böylece bir yerden diğerine veri iletişimini olanaklı kılan pek çok veri iletişim protokolüne verilen genel ad" (Bilişim Terimleri, 2006) - teknolojisi kullanılmıştır. Sonraki süreçte araştırmaların üniversitede

yapılmasından ve üniversitelerdeki araştırmacıların bu ağlara bağlanması oldukça pahalı olduğundan bölgesel şebeke zincirleri yaratılmıştır. 1987 yılında ise artık yetersiz hale gelen bölgesel şebeke zincirlerini Merit Network Inc, MCI ve IBM şirketleri hızlı telefon bağlantılarıyla yenilemiş ve böylece 1980'lerin ortalarından itibaren bütün dünya da binlerce firma internet üzerinde hızlı bir biçimde yer almaya başlamıştır. 1990 yılında NSF ile özel şirketlerin ortak işletmesi ile başlayan özelleştirme süreci, 1995 yılının Mayıs ayında NSF'nin internet omurga işletmeciliğinden çekilmesi ile tamamlanmıştır. ABD'de 1995 yılından itibaren internet omurga işletimi özel işleticilerin elinde bulunmaktadır (Erdoğan, 1995; Karaduman, 2003; Tokgöz, 2003).

İnternetin Türkiye'ye gelişi ise 1987 yılıdır. İnternet, ilk olarak Ege Üniversitesi'nin öncülüğünde kurulan Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı (TÜVAKA) ile ülkemize gelmektedir. 12 Nisan 1993 yılında ise Ankara-Washington arasında kiralık hatla kurulan bağlantı ile Türkiye gerçek anlamda internet teknolojisi ile tanışmakta ve internet vatandaşların kullanımına açılmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de, bazı sosyal aktivitelerde bu gün internetin doğum günü olarak kabul edilmektedir. Türkiye bu tarihte TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu)-ODTÜ (Orta Doğu Teknik Üniversitesi-TR-Net) işbirliğiyle bir DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) projesi çerçevesinde internete bağlanmakta, 64 kbit/san hızındaki bu hat ODTÜ'den uzun bir süre ülkenin tek çıkışı olmaktadır. Sonraki dönemde sırasıyla Ege (1994), Bilkent (1995), Boğaziçi (1995), İstanbul Teknik (1996) Üniversitesi bağlantılarını gerçekleştirmektedir (Karaduman, 2003; Gürcan, 2005a). ODTÜ ve Bilkent üniversiteleri 1994 yılında Türkiye'nin ilk web sayfalarını yapmakta ve 1994 yılında Türkiye'de kurumlara ve firmalara internet hesapları verilmeye başlanmaktadır. Bu dönemde Türkiye'nin ilk internet servis sağlayıcısı "Tr.net" hizmete girmiştir. 1996 yılında Türkiye'nin ilk internet altyapısı olan TURNET devreye girmiş ve aynı yıl "interneti öldürmeyin" başlığını taşıyan ilk sanal miting gerçekleştirilmiştir. 1998 yılında internet üzerine çalışmalar yapmak üzere Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde İnternet Üst Kurulu oluşturulmuştur (Akgül, 2001).

### 1. 1. 1. 3. Demokratik Gelişme ve İnternet

İnternetin gelişimiyle birlikte toplumsal yapıda bir takım gelişmeler görülmektedir. Sosyal yapı aşağıdan yukarıya doğru yeniden yapılanarak özgür ve katılımcı bir dünyanın oluşmasını sağlamaktadır. Zaman ve coğrafya insanlar üzerinde sınırlamalar oluşturamamakta ve daha katılımcı bir dünyanın oluşmasında engel teşkil etmemektedir (Gürcan, 1999). Bimber, internetin sağladığı iletişim ve bilgi akışı olanaklarının, siyasal organizasyonların sorunlarını azaltarak “siyaset akışı” hızını arttıracığını, organizasyonların mobilizasyon eşiklerinin ve masraflarının önemli oranda azalacağını, geleneksel medyanın gündem belirleme gücünün azalmasının da çoğulculuğa katkıda bulunacağını belirtmektedir. İnternet üzerinde sayıları gittikçe artan yurttaşlar hükümet politikalarını ve eylemleri öğrenmek, birbirleriyle çeşitli meseleleri tartışmak, belirli görevlilerle temas kurmak, siyasete daha aktif katılımı kolaylaştıracak başka enformasyonları elde etmek amacıyla interneti kullanmaktadır. İnternetin artan bir biçimde kullanılması çoğulculuğu arttırmakla birlikte siyasi katılımın psikolojisi ve sosyolojisi üzerinde önemli bir etkide bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra internetin artan kullanımı, tabanın seferber edilmesi ve örgütlenmesi konusunda siyasi girişimciler ve eylemcilerin örgütlenmesi önündeki engelleri azaltıp, siyasetin hızlanmasını sağlamaktadır. İnternet kolektif eylem düzenlemede daha düşük maliyetlerle örgütlenme sağlamaktadır. Bu anlamda internet grup odaklı, çoğulcu siyasetin yoğunlaşmasına katkıda bulunmaktadır (Bimber, 2002). Medyada tekelleşme yadsınamaz bir olgu olarak karşımıza çıkmakta ve medyaya yatırım yapmak büyük maliyetler getirmekte iken toplumun önemi bir kesimi için internet önemli avantajlar sağlayabilmektedir. Toplumda ekonomik gücü ellerinde bulunduramayanlar bu sayede kendi seslerini internet üzerinden tüm dünyaya duyurabilme imkânına sahip olabilmektedir (Kaya, 2005).

Underwood, Enzensberger’in teorilerinden yola çıkarak günümüzde internetin, toplumun demokratik gelişime olan katkısını, internetin özgürleşimci özelliğinden kaynaklandığını belirtir. Film ve televizyon gibi kitle iletişim aygıtları geribeslemeyi en aza indirerek iletişimi önlemekte bu anlamda da “iletişim medyası” terimini bu araçlar için kullanmak doğru olmamaktadır. Medya iki yönlü iletişim için kullanıldığı takdirde “baskıcı” kullanımının dışına çıkılarak “özgürleşimci” bir biçimde kullanılabilir. Medyanın baskıcı ve özgürleşimci kullanımı yaklaşımlarından yola çıkarak radyo ve

televizyonun “tek-ten-çoka” iletişiminin yerine internetin “çok-tan-çoka” iletişimi demokratik gelişime daha uygundur (2002).

**“Medyanın Baskıcı Kullanımı**

Merkezi olarak denetlenen program  
Tek verici, birçok almaç (receiver)  
Tecrit edilmiş bireylerin hareketsizleştirilmesi  
Pasif tüketici davranışı  
Depolitizasyon süreci  
Uzmanların yaptığı üretim  
Mülk sahiplerinin ya da bürokratların denetimi  
(Enzensberger, 1970: 173 Aktaran: Underwood).

**Medyanın Özgürleşimci Kullanımı**

Ademi merkezileşmiş programlar  
Her almaç potansiyel verici  
Kitlelerin seferber edilmesi  
Katılımcıların etkileşimi, geribesleme  
Politik öğrenim süreci  
Kolektif üretim  
Özörgütlenme yoluyla toplumsal denetim”

Yurttaş seçmen demokrasisi ile çağdaş demokratik ulus devletlerinde geleneksel kitle iletişiminin yükselişinin sonucu olarak edilgin bir konumda bulunan seyirci kitle, internetin ortaya çıkışıyla birlikte farklılaşmaktadır. İnternetin interaktif özellikleri onu ulus devletler içerisinde yer alan ve doğrusal bir biçimde seyirci ile etkileşim gösteren diğer kitle iletişim araçlarından ayırmaktadır. İnternet, bireye interaktif bir biçimde iletişim kurma yollarını açarak bireyi demokratik gelişim içine katmaktadır (Stratton, 2002).

İnsanların internet acılığıyla birbirleriyle iletişime geçmelerinin birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenlerin önde gelenlerinden biri kullanıcıların, medya şirketlerinin “tek-ten-çoka” totalitarizmini dengelemek amacıyla internetin demokratikleştirici potansiyelinden, demokratik ağ iletişiminin “çok-tan-çoka” doğasından yararlanmalarıdır (Underwood, 2002).

Kamusal alanı genişleterek toplumsal katılım ve söylem alanlarını zenginleştiren internet sadece kanı belirtmek ya da tartışmaktan ibaret değildir. İnternet, kimi durumlarda baskı oluşturmak ve çözüm üretmek gibi unsurları da içererek demokrasiye ciddi bir katkıda bulunabilir. Bununla birlikte internetin demokratik sürece sağlıklı katkı yapabilmesi, toplumun çoğunluğu tarafından kullanılabilir olmasıyla sağlanabilirken günümüzde bilginin yoksulları ve varsılları arasında uçurum gittikçe artmaktadır. İnternetin sağladığı imkânlardan yararlanabilecek kişi sayısının artması, asgari donanımın yeterince ucuzlayarak herkes tarafından edinilebilmesiyle olanaklıdır (Uğur ve Bilici, 1998). İnternet toplumsal sorunları tek başına çözemeyip katılımcı

demokrasinin kurumsallaşmasını sağlayamayacaktır. Bununla birlikte bu süreci kolaylaştırıcı özelliklere de sahiptir (Çevikel, 2004).

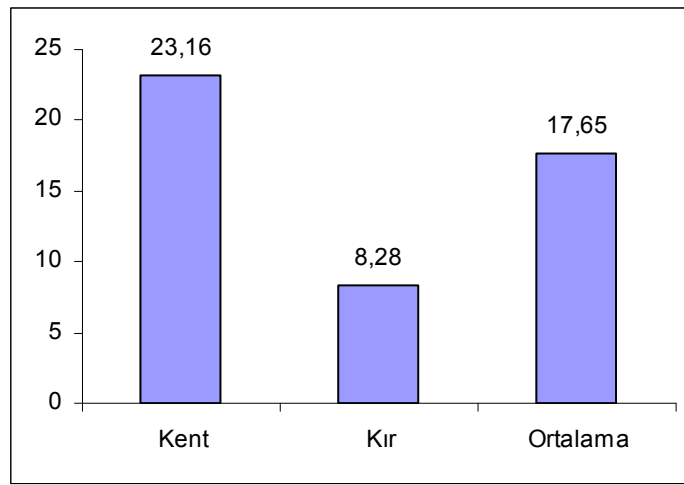
#### **1. 1. 1. 4. Kentsel Gelişmişlik Düzeyinin İnternet İletişimi Üzerindeki Etkileri**

İnternetin demokratik işlevlerinin en belirgin olarak görüldüğü alanlar kentlerdir. Kent, sınırları içinde yaşayan nüfusun geçim kaynaklarını tarım ve hayvancılık dışı uğraşların oluşturduğu, toplumsal ilişkiler, kültürel alanlar, nüfus yoğunluğu gibi birçok yönden kırsal alanlardan farklı olan yerlerdir. Kentli ise, kentte yaşayan ve kentin kendine özgü kültürünü benimsemiş, kırsal yaşam biçimlerinden farklı bir yaşam biçimi sürdüren, geçimini tarım ve hayvancılık dışı faaliyetlerden kazanan kişidir. Kentleşme genel anlamda sanayileşme ve ekonomik gelişmeye bağlı olarak kent sayısının artması ve bugünkü kentlerin büyümesi sonucunu doğuran, toplum yapısında, artan oranda örgütlenme, işbölümü ve uzmanlaşma yaratan, insan davranış ve ilişkilerinde kentlere özgü değişikliklere yol açan bir nüfus birikim sürecidir (Ulusoy ve Vural, 2006). Modern anlamda kentleşme ve kentsel toplum büyük ölçüde sanayi devrimi ile birlikte ortaya çıkan bir olgudur. Yani kentsel yaşamın yaygınlık kazanması ve kent kavramının gelişme, ilerleme, ekonomik büyüme ve bütün anlamıyla organize edilmiş bir sosyal yaşam olarak görülmeye başlaması son 150 yılda gerçekleşen sanayileşme sürecinin bir ürünüdür (Canatan, 1995). Sanayi devrimi beraberinde kentsel devrimi de getirmiştir. Sanayi kenti ile sanayi öncesi kent yaşamı arasında iki açıdan farklılık bulunmaktadır. Bunlardan ilki, sayısal büyüklük ve yoğunluk açısından, ikincisi ise kent ve toplum arasında kurulan yeni niteliksel ilişkiler bakımından farklılıktır. Sanayi öncesi kentler, kırsal alanın emekleriyle beslenen birer ada görünümündeyken sanayileşme ile birlikte nüfus kentlerde yoğunlaşmıştır. Bugün sanayileşmiş toplumlarda kentleşme düzeyi kimi ülkelerde %70-80, kimi ülkelerde ise %80-100 civarındadır (Kumar, 2004).

Kentsel gelişmişlik düzeyleri internet kullanım oranlarını da belirlemektedir. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı verilerine göre internet kullanım oranları kentleşmiş ve sanayileşmiş ülkelerde yoğunlaşırken, kentleşme ve sanayileşmeyi yeteri kadar tamamlayamamış ülkelerde azalmaktadır (UNDP, 2005). Türkiye ölçeğinde de

kentleşme ve sanayileşme internet kullanım oranları üzerinde etkili olmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 16 Kasım 2005 tarihinde açıkladığı hane halkı bilişim teknolojileri kullanımı araştırması da bu durumu doğrulamaktadır.

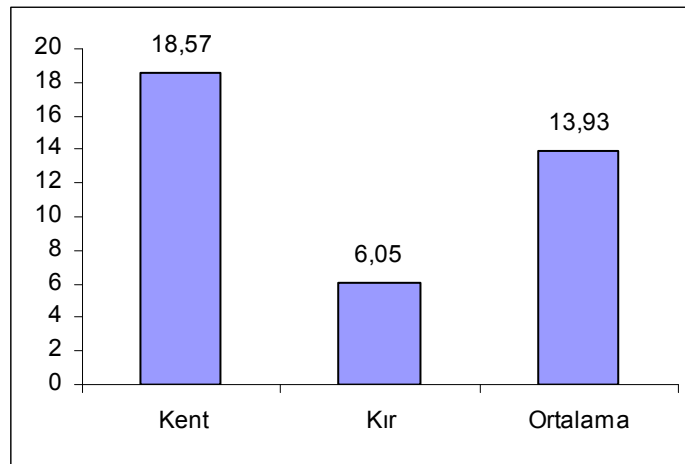
Şekil 1’de Türkiye’de kent kır ayrımında bilgisayar kullanım oranları gösterilmektedir. Buna göre Türkiye’de kent kır ayrımında bilgisayar kullanım oranlarına göre kentlerde bilgisayar kullanımı %23,16 olmakta iken kırsalda bu oran %8,28’e düşmektedir. Bu anlamda Türkiye ortalama bilgisayar kullanım oranı %17,65’tir.



(TÜİK, 2005)

**Şekil 1. Türkiye’de Kent Kır Ayrımında Bilgisayar Kullanım Oranları**

Şekil 2’de ise Türkiye’de kent kır ayrımında internet kullanım oranları gösterilmektedir. Buna göre Türkiye’de kent kır ayrımında internet kullanım oranlarına göre kentlerde internet kullanımı %18,57 olmakta iken kırsalda bu oran %6,05’e düşmektedir. Bu anlamda Türkiye’de ortalama internet kullanım oranı %13,93’tür.



(TÜİK, 2005)

**Şekil 2. Türkiye’de Kent Kırsal Ayrımında İnternet Kullanım Oranları**

### 1. 1. 1. 5. İnternet Üniversite Etkileşimi

İnternetin demokratik işlevlerinin taşıyıcısı olan kentlerin en belirgin özelliği buraların aynı zamanda üniversiter gelişmenin de en yoğun olduğu merkezler olmasıdır. Üniversiter açıdan bilgisayar ortamı iletişim hem geleneksel hem de uzaktan öğretim veren kurumlarca benimsenmiş olup bu ortamın eğitimde kullanımı tüm dünyada hızla yayılmaktadır. Bugün pek çok ülkede eğitimciler interneti kullanarak aralarında haberleşme, dayanışma ve kaynak alışverişi ağı oluşturabilmektedir. Eğitimciler önceden programlanmış kaynaklara bağımlı kalmaksızın araştırma ve haberleşmelerini sürdürebilmektedir (Alptekin, 1999).

Üniversitelerin yeni gelişen bu teknolojiyi kullanımı ile birlikte bilgi yaratma ve yayma süreci de olumlu bir biçimde etkilenmektedir. Üniversitelerin de misyonları gereği çevreye ilişkin bilgileri toplama ve yayınlama kurumu olması nedeniyle internetin bu eğitim kurumlarında kullanımı önemlidir (Kurubacak ve Irgat, 2002). İnternetin kullanımı ile birlikte üniversitelerde bilginin üretimi, paketlenmesi ve dağıtımı süreçlerinde olumlu gelişmeler meydana gelmektedir. Bilginin internet üzerinde yayılması ve kullanıcılara sunulması büyük oranda üniversiteler ile ilişkili bir durumdur. Bu anlamda üniversitelerin internetten yararlanmaları, bunun için gerekli bilimsel, teknik, insan gücü kaynaklarına sahip olmaları önem taşımaktadır. Sosyo-ekonomik olarak ileri düzeyde olan ülkelerin, toplumların üniversiteleri bilgi

teknolojilerinin üreticileri, uygulayıcıları ve kullanıcıları olmakta iken sosyo-ekonomik yönden ileri düzeyde olamayan ülkelerin ve toplumların üniversiteleri ise bilgi teknolojilerinin sadece sınırlı ölçüde uygulayıcıları ve kullanıcıları durumunda kalmaktadır (Tuna ve Özsoy, 2000).

Üniversiteler oluşturacakları web sayfaları ile öğrencilere ve öğretim elemanlarına sınırsız bilgi kaynaklarına erişim imkanı sunabilmekte ve eğitim yöntemlerinin önemli oranda zenginleştirilmesine yardımcı olmaktadır. Günümüzde birçok üniversite, birimlerine ve öğrencilerine internet bağlantısı sağlamaya çalışmaktadır; çünkü üniversitelerde yayıncılık ve iletişimin önemli bir yeri bulunmaktadır. İnternet geleneksel eğitimin sınırlarını aşarak öğrenme-öğretme etkinliklerini okul duvarlarının dışına taşımakta ve eğitimi gerçek anlamda demokratikleştirmektedir (Kurubacak ve Irgat, 2002).

Ege ve Sezer yaptıkları çalışmada bilgi teknolojisinin üniversitelerde kullanımı ile akademik çalışmalar sonucunda ortaya çıkan ürünlerin niceliksel olarak arttığını belirtmektedir. Çalışmada, bilgi teknolojilerinin en önemli aracının internet olduğu saptanmaktadır. İnternetin kullanımı ile birlikte üniversitede araştırmalar gerçekleştiren akademisyenler ve öğrenciler ihtiyaç duydukları herhangi bir bilgiye anında ulaşabilmektedir. İnternet, üniversitelerin altyapı eksiklerini hızla gidermeleriyle birlikte akademik personel arasında yaygın bir biçimde makale, kitap ve tebliğ çalışmaları için de kullanılmaya başlanmaktadır. Üniversitelerde bulunan akademisyenlerin, öğrencilerin interneti etkili bir biçimde kullanabilmeleri akademik verimlilik açısından önemli olmaktadır (Ege ve Sezer, 2006).

İnternetin etkin kullanımının öğretim elemanlarına sağlayacağı yararlar şu şekilde sıralanabilir:

a. İnternet ortamında öğretim elemanları, diğer öğretim elemanları, alan uzmanları, eğitimciler ve diğer öğretim elemanlarıyla bilgi, görüş, deneyim alışverişi ve paylaşımı sağlayabileceği gibi öğrencileri için tasarlayacağı öğretim ortamlarını da güncelleştirecek ve zenginleştirecektir;

b. Büyük şehir merkezlerinden uzakta bulunan öğretim elemanları, öğrenme-öğretme etkinliklerinde gerekli kaynak, doküman, bilgi ve desteği internetten ve diğer üniversite Web sayfalarından edinebileceklerdir.



c. İnternet tabanlı iletişim sayesinde üniversitelerin öğretim elemanları arasında sürekli işbirliği sağlanabilecektir;

ç. İnternet tabanlı öğrenme-öğretme ortamları sayesinde, öğretim elemanları geleneksel eğitimin zaman ve mekan sınırlılıklarını ortadan kaldırarak uzaktan öğretim yapma olanağı bulacaklardır (Alptekin, 1999).

Üniversiteler ve diğer eğitim kurumlarında internetin kullanımı, demokratik öğrenme-öğretme ortamları oluşturarak, öğrencileri pasif dinleyici konumundan etkin katılımcılar haline getirmekte ve kendi geleceklerine ilişkin planlamaları daha akılcı bir biçimde yapabilmelerine olanak sağlamaktadır (Kurubacak ve Irgat, 2002).

İnternetin eğitimde kullanımının öğrencilere sağladığı yararları da şu başlıklar altında toplamak mümkündür.

- a. Dil öğrenmede,
- b. Yazılı eleştiride,
- c. Diğer kültürleri tanımada,
- ç. Fen ve sosyal bilimler derslerinde uzmanlarla iletişim kurmada,
- d. Kütüphanelere ulaşmada,
- e. İsteddiği zaman ve ilgi alanı içine giren konuları öğrenmede (Alptekin, 1999).

Eğitimcilerin ve öğrencilerin interneti eğitim amaçlı olarak kullanabilmesi için teknoloji ve bilgi okuryazarlığı konusunda yetkin bir duruma gelmeleri bir başka ifadeyle bilgiye ulaşma, ulaşılan bilgiyi değerlendirme, kullanma ve etkili olarak alıntı yapabilme gibi davranışları geliştirmeleri gerekmektedir (Kurubacak ve Irgat, 2002).

## **1. 1. 2. İnternet Haberciliğinin Genel Çerçevesi**

### **1. 1. 2. 1. İnternet Haberciliğinin Tanımı**

19. yüzyıl gazeteciliğinin teknolojik yapısının gelişmeye başladığı yüzyıl olmaktadır. 19. yüzyılda matbaacılıkta gelişmeler yanında, telgrafın, telefonun, daktilo makinesinin, fotoğrafın, klişenin gazetecilikte kullanımı, gazeteyi çeşitli teknolojilerden yararlanan bir kitle iletişim aracı haline sokmuştur (Tokgöz, 2003). Gazeteciliğinin temel kapasite ve fonksiyonları teknoloji ile gelişmekte ve geçen 25 yıl

boyunca, sadece uydu ve sayısal teknolojilerinin değil bilgi çağının getirdiği olanakların, haberlerin geniş bir alanda hızlı bir ivme kazanarak yayılmasını sağladığı görülmektedir (Campbell, 2004). 20. yüzyıl da gazetecilik mesleğinin pratiklerine pek çok yenilik daha gelmekle birlikte gazetenin baskısında bilgisayarların kullanımıyla gazetecilik oldukça pahalı bir endüstriye dönüşmektedir. Bilgisayarlar, diğer kitle iletişim araçlarına göre en fazla gazetecilikte yoğun bir biçimde kullanılmaktadır (Tokgöz, 2003). Yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği olanaklar gazetecilik mesleğinin pratikte uygulanışına çeşitli kolaylıklar sağlamaktadır. Gazetecilik mesleğine kolaylıklar getiren yeni iletişim teknolojisi araçlarının başında internet gelmektedir. İnternet, gazetecilik alanına büyük bir ivme kazandırmakta, gazetelerin internet üzerinde yayınlanmaya başlanması ile birlikte yeni bir gazetecilik türü ortaya çıkmaktadır. Bu gazeteciliğe online, elektronik veya sanal gazetecilik denilmektedir (Gürcan, 1999).

İnternet gazetelerinin ortaya çıkması ile birlikte geleneksel gazetelerin internet ortamındaki yayınlarına ulaşılabilmesinin yanı sıra sadece internet üzerinde habercilik yapan web sitelerine de erişilebilmektedir. İnternet üzerinden haber yayını yapan sitelerin birçoğu, haberleri ajanslardan almakta ve kendi sitelerinde yayınlamaktadır. Haber sitelerinde muhabir kadrosunun tam oturmamasından kaynaklı olarak genellikle ajanslar üzerinden gelen haberler yayına sunulmaktadır. Bununla birlikte bazı kişilerin kendi çabaları ile derledikleri haberleri yayınladıkları kişisel web sitelerinde de internet haberciliği yapılabilmektedir. İnternetin herkese yayın yapabilme olanağı sunması ile birlikte örgütsel bir yapıya sahip gazetelerin yanında kişisel gazeteler de ortaya çıkmakta ve bunlar sansürsüz ve kontrolsüz bir biçimde internet üzerinde yayıncılık yapmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005).

İnternet gazeteciliği, gazetecilik mesleğinin haber toplama pratiklerinin kullanılarak, insanların internet aracılığıyla bilgilendirilmesi olarak nitelenebilmektedir. İnternet, kendine özgü olanakların etkisiyle mevcut kitle iletişim araçlarının gerçekleştirdiği enformasyon yayılımının yanı sıra enformasyonun yeniden üretildiği ve yeni biçimlerde sunulduğu bir ortam haline gelmiştir. İnternet gazeteciliği bir menüye dayandırılan formatta daha geniş türde haber seçeneği sunmakla birlikte geleneksel gazetelerin derinliklerine gömülen bilgilere kolay erişme imkanı da sağlamaktadır (Karaduman, 2003).

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

**a. Hipermetinsellik:** Doğrusal olmayan hiyerarşik bir yapı boyunca sayısal bilginin bağlanmasıdır.

**b. Etkileşimlilik:** Bilgi arama veya paylaşma sürecinde aktif insan ve makine katılımlı süreçtir.

**c. Doğrusal Olmama:** Esnek bir bilgi düzenleme sistemidir.

**ç. Multimedya (Çoklu Ortam):** Bir tek üretimde bir den çok medya kullanmadır.

**d. Yakınsama:** Tarihsel olarak farklılaşmış tekniklerin birleşmesidir.

**e. Kişiselleştirme:** Bireysel ihtiyaç ve tutkuları sunmaktır (2003).

İnternetin gazetecilere bilgi gereksinimi için sunduğu kaynaklar sınırsızdır. İnternet, haber üretmenin yanı sıra haber yayınlamak içinde yeni olanaklar sağlamaktadır (Karaduman, 2002). İnternetin gazeteciler tarafından kullanılmasının altında yatan temel neden gazetecilerin haber ve yazıları için yararlanabileceği her tür bilgi, belge, fotoğraf ve kişi görüşüne, gazetecinin ülke-ülke, şehir-şehir dolaşmaksızın oturduğu yerden ulaşabilmesi ve elde ettiği bilgilerin doğruluğunu yine internet üzerinden kontrol edebilmesidir. Gazete açısından bakıldığında ise farklı ülkelerde ya da yerlerde muhabir bulundurmanın ekonomik boyutu karşısında internet üzerinden dünyanın farklı yerlerinde yaşayan kişilerden gelen haberleri derleyebilme olanağı sağlaması internetin önemini artırmaktadır (Gürcan, 1999).

Kısaca internet, enformasyonun hedef kitleye ulaştırılabileceği yeni bir alan olmakla birlikte kendine has özellikleri ile enformasyonun yeniden üretilip yeni biçimlerde sunulduğu bir ortam haline gelmektedir. İnternetin kullanılıp, yayılması ile birlikte günümüzde elektronik gazetecilik ya da internet haberciliği denilen yeni bir gazetecilik türü ortaya çıkmıştır. İnternet üzerinden yapılan habercilik yeni gazetecilik tanımlarının da oluşmasına neden olmaktadır (Karaduman, 2003). Gürcan, online gazeteciliği online ya da internet ortamında yapılan uygulamalı gazetecik olarak tanımlamaktadır (1999). İnternetin yaygınlaşmasıyla internet üzerinden haber yayını yapan yeni bir gazetecilik türü ortaya çıkmakta ve bu durum internet gazeteciliği olarak da adlandırılmaktadır (Bengi, 2002).

Wendland, gazetecilerin internet hakkında beş şey bilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bunlar:

**a. İnternet Bir Alet Çantasıdır:** Birçok takım aleti içinde bulundurur. E-mail, web, dosya transferleri, haber grupları, e-mail listler, tartışma grupları, ses ve görüntüler. Hangi aleti hangi bilgiyi toplamada ve yaymada kullanacağını bilmek, gazetecinin interneti verimli ve etkili kullanmasının ilk şartıdır.

**b. İnternet Sürekli Bir Değişim İçindedir:** Her gün, her teknolojik gelişme karşısında internet sürekli değişmektedir.

**c. İnternet Toplumsaldır:** İnternet toplumsal engel de oluşturmaktadır. İnternet ahlakdışı, anarşik ve otorite dışı özellikleri nedeniyle görgü kurallarına ve gizliliğe meydan okuyan özelliktedir. Gazeteci, haberlerini hazırlarken bunları göz önünde bulundurmalıdır.

**ç. İnternet Her Zaman ve Her Yerdedir:** İnternet her yerde ve günün her saatinde kullanıcısının hizmetindedir. Dünyanın her yerinden ve haftanın her günü ve saatinde enformasyona erişim olanağı bulunmaktadır. Şu ana kadar gördüğümüz en hızlı iletişim aracıdır; hem haberin gelişme evrelerinde hem de haberi yayma yeteneği olarak.

**d. İnternet Bağımlılık Yapar:** Genellikle daha az değil, daha fazla çalışmamıza neden olur. Gazeteci için son derece yararlıken kullanıcıyı da kolaylıkla toplumdandan ve insanlardan izole edebilir (Aktaran: Karaduman, 2003).

Tokgöz, internet gazeteciliğinin üç dönemden geçtiğini belirtmektedir. Birinci dönem, gazetecilerin geleneksel gazeteler için ürettikleri haber içeriklerini aynen internet ortamına aktardığı dönemdir. İkinci dönem, gazeteciler internette yayınlamak için özgün haber üretmişlerdir. Üçüncü dönem ise, internet gazeteciliği için haber yapma ve kullanıcıya içeriği denetleme imkânı veren interaktif iletişimin sağlandığı dönemdir. Bu dönemlerin sırasıyla geliştiğini söylemek zor olmakla beraber internet gazeteciliği bu üç dönemi de bir arada yaşamakta ve her üç dönemden de izler taşımaktadır (Tokgöz, 2003).

İnternette yoğun bir biçimde dolaşan ancak haber niteliği taşımayan enformasyonun haberden ayrılması gerekmektedir. İnternet ortamının teknolojik özellikleri de internet haberlerinin yapısının geleneksel gazete haberlerinin yapısından farklı olmasını gerekli kılmaktadır. Bununla birlikte internet kullanıcıları da geleneksel kalıplar yerine alışılmamış tarzlara eğilim göstermektedir. Bu anlamda bu farklılıkların

getirdiği etki internet haberlerinin farklı bir biçimde yazılmasını gerektirmektedir. İnternet üzerinden yayınlanan haberler öz olmalı, paragraflar 2-3 cümle arasında kurulmalıdır. İnternet haberlerinde düzgün cümle kalıbı kullanılmalı ve her cümle bir fikir içermelidir. İnternet haberlerinde kurulan cümleler açık, anlaşılır olmalı bununla birlikte bu cümlelerde bilinen sözcükler kullanılmalı, cümlelerin yüklemi kuvvetli olmalı ve cümleler mantıki bağlar çerçevesinde yapılandırılmalıdır. İnternet ortamında yayınlanan haber, bu genel haber yazım biçimlerini kullanarak haberin daha kolay anlaşılmasını sağlamakta ve okurun dikkatini haberin içine daha fazla çekmektedir. İnternet haberinin başlığı dışında genel niteliklerinin neşeli bir tarzda ya da sohbet havasında yazılması okuyucuya metni daha rahat okuma imkânı vermektedir (Yüksel ve Gürca, 2005).

### **1. 1. 2. 2. İnternet Haberciliğinin Gelişim Süreci**

Elektronik gazete kavramı ilk kez televizyon üzerinde yayın yapan teletext'le ortaya çıkmıştır. İngiliz yayın kuruluşu BBC tarafından 1971 yılında geliştirilen teletext, televizyondan yayınlanmıştır. Teletext ile haberler, spor, hava, yol gibi konularda toplanan bilgiler bilgisayara girilmiş ve televizyon vericisiyle yayınlanmıştır. İzleyicinin televizyonu teletext'i almaya uygunsa, teletext yayınlarından istediğini uzaktan kumanda aleti ile çağırıp televizyon üzerinde okumaktadır. Toplanan haberler geleneksel gazeteden farklı ama yine de okumaya dayalı olarak elektromanyetik dalgalarla yayınlanıp, elektromanyetik olarak alınıp okunabilmesi elektronik gazete kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Gürca, 1999).

1960'lı yılların ikinci yarısından itibaren öncelikle ABD'de ortaya çıkan, bilgisayarları birbirine bağlama ve bilgisayarlar arası iletişim sağlama çalışmaları sonucunda çeşitli ağlarda haber grupları kurulmuş ve tartışma ortamı yaratılmıştır. 1980'lerle birlikte bilgisayar ağlarında yaşanan gelişmeler 1990 yılında bilgisayar ağlarının internet adı altında birleşmesi sonucunu doğurmuştur. İnternetin ortaya çıkışı ile geleneksel kitle iletişim araçlarına yeni bir araç daha katılmış ve bu da iletişimin küreselleşmesini sağlamıştır. 1994 yılından itibaren elektronik gazete, internette yayınlanan elektronik gazetelere dönüşmüş, diğer bir anlamda sanal gazeteler ortaya çıkmıştır. Teknolojinin hızlı gelişimi sonucunda geleneksel basılı gazetelerin alternatifi

olan bilgisayar ortamında yayın yapan elektronik gazeteler internet üzerindeki okur kitlesine hizmet vermiş ve yeni nesil gazeteleri oluşturmuştur (Gürcan, 1999).

1990 yılında internet adı kullanılmadan önce bilgisayar ağlarında bulunan çeşitli haber grupları kendilerine abone olan kişilerin bilgisayarlarına ya da elektronik posta kutularına haber grubunun havuzuna düşen yazıları aktarmaktaydı. İnternetin değişik isimlerle faaliyet sürdüren bütün bilgisayar ağlarını birleştirerek bir isim etrafında toplaması elektronik gazete sayfalarını oluşturmuş ve bu sanal gazeteler haber gruplarına göre daha profesyonel bir yapıda yayınlanmaya başlamıştır (Gürcan, 1999). İnternet gazeteleri, 1994'ten sonra internet ortamında yayınlanmakta ve dünya genelinde hızla gelişen, yaygınlaşan bir iletişim aracı olmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005).

İnternet gazeteleri ilk olarak ABD'de ortaya çıkmıştır. İnternet gazeteciliğinin örgütsel olarak ilk çıkışı 1995 yılıdır. Bu tarihte sekiz büyük gazete (The Washington Post, New York Times, Daily Mirror, Herald Tribune gibi) “Yeni Yüzyıl Yayım Ağı” adı altında bir şirket kurarak baskıya hazır gazete sayfalarını online olarak aktarmıştır (Gürcan, 1999). İlk dönem basılı gazetelerin web siteleri, basılı gazeteyle oldukça benzemekle birlikte geniş bağlantılı bir içerik ile desteklenmiştir (Onursoy, 2001). Sonraki süreçte internet gazeteleri sürekli gelişen bir değişiklik göstermiş ve özgün yayıncılık yolları aramıştır (Karaduman, 2003).

Türkiye’de yayını internet ortamına aktaran ilk kuruluş, 19 Temmuz 1995’te Aktüel dergisidir. Aktüel dergisini 1995 yılının Ekim ayında Lemana dergisi izlemiştir. İnternette yer alan ilk gazete ise 2 Aralık 1995’te yayınlanan Zaman’dır. Zaman gazetesini Milliyet, Hürriyet, Sabah ve diğer gazeteler izlemiştir. İnternette yayın yapan ilk internet gazetesi ise Xn (Eksen)’dir. Xn 1996 yılının Ocak ayında yayınına başlamış ve yayını bir buçuk yıl sürmüştür. Xn günlük gazetelerden derlediği haberleri ve köşe yazılarını internete aktarmıştır. Türkiye’de geleneksel olarak yayın yapan bir çok gazete 1997 yılında online versiyonlarını yayınlamaya başlamıştır. Bunlar:

- “Zaman 2 Aralık 1995,
- Turkish Daily News 19 Mayıs 1996,
- Türkiye 9 Kasım 1996
- Milliyet 27 Kasım 1996,
- Fanatik 25 Aralık 1996,

Hürriyet 1 Ocak 1997  
 Sabah 1 Ocak 1997,  
 Aksam 15 Eylül 1997,  
 Güneş 2 Nisan 1998  
 Cumhuriyet 7 Mayıs 1998,  
 Milli Gazete 3 Ekim 1998,  
 Star 11 Mart 1999” (Gürcan, 2003a).

Ağustos 1998’de yayına başlayan “NET Gazete” haberlerini kendisi üreten ilk haber sitesi olmaktadır (Gürcan, 1999; Çevikel, 2004).

İnternetin genel gelişimi konusunda söylenecek son bir husus da sonraki dönemlerde internet yayıncılığının artan gelişiminin sürmekte olduğudur. Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklardan yararlanan internet gazeteleri farklı biçim ve özgün içerikleriyle kitle iletişim araçları arasındaki yerini almaktadır. İnternet gazeteciliği, televizyon ve gazetenin en önemli avantajlarını bünyesinde toplayabilmektedir. İnternet okuru, habere ulaşmak için televizyonun haber bültenini ya da ertesi gün basılacak gazeteyi beklemek zorunda kalmamakta, internet üzerinde habere günün 24 saatinde, dilediği kaynaktan ulaşabilmektedir. İnternet gazeteciliği, televizyon ve gazetenin aksine birkaç bin dolarlık yatırımla kurulabilmektedir. İnternet haber sitelerinde yazılı metnin yanı sıra sesli ve görüntülü dosyalarda yayına verilebilmekte, yer ve zaman kısıtlaması olmadığından hem hızlı, hem de ayrıntılı haber yapılabilmektedir. İnternet kullanıcısı diğer kitle iletişim araçlarının sağlayamadığı derecede katılımcı ve etkin bir biçimde internet üzerinde yer almakta ve habere birden fazla kaynaktan ulaşabilmektedir. İnternet kullanıcısı internet haber sitelerinde bulunan arşivleme özelliğinden faydalanabilmekte ve aradığı bir çok bilgiye kolay bir biçimde erişebilmektedir. İnternet, haber sunumu için yeni bir araç olmakla birlikte internet üzerinde yer alan özgün içerik internet gazeteciliğinin geleceği olacaktır (Karaduman, 2002).

### **1. 1. 2. 3. İnternet Haberciliğinin Özellikleri**

İnternet gazetecileri haber içeriklerini hazırlarken farklı kaynaklardan yararlanabilmektedir. Bu kaynaklar; çeşitli ajanslar, internet ve gazetecinin kendi kaynakları olarak sayılabilir (Karaduman, 2003). Gazeteci, internet

üzerinde aradığı bilgileri hızlı bir biçimde bulabilmekte, sıralamakta, karşılaştırmakta ve analiz edebilmektedir. İnternet sunduğu “etkileşim” özelliği ile haberin içine yerleştirilen link’lerle okuyucunun haberle ilgili daha derin bilgi edinebilmesini sağlamaktadır.

Deuze, internet gazeteciliğinin haber stratejilerini üç parçaya ayırmaktadır. Açıklayıcı haber verme (annotative reporting), açık kaynaklı gazetecilik (open source journalism) ve aşırı uyarlamalı haber siteleri (hyperadaptive news sites). Bu stratejiler dört farklı online gazete tipi için ayrı ayrı yer almaktadır (2001).

**Açıklayıcı Haber Verme (Annotative Reporting):** 1995’in başında medya yorumcuları gazetecilerin (özellikle de internet üzerinde çalışan gazetecilerin) artık sadece bilgi vermediğini fark ettiler. Nora Paul 1995 yılının Şubat ayında açıklayıcı haber verme terimini icat etti. Paul’un gazetecilik modeline göre; hiperlinklerle etkileşim içinde ve bilgiyi pasif tüketen değil aktif kullanan bir izleyici görüşü merkeze alınarak, etkileşimli haber üretiminde bütün olarak yeni bir çalışan kategorisi gerekmekte ve burada bilgi açıklayıcı bir biçimde verilmektedir (Deuze, 2001).

**Açık Kaynaklı Gazetecilik (Open Source Journalism):** Jane's Intelligence Review dergisi 1999 yılının Ekim ayının başında Slashdot topluluğunun değerlendirmesinden geçmeden makale yayınlamamaya karar verdi. Buna neden olan olay ise bu dergide yayınlanan bir makalenin Slashdot ziyaretçilerini eleştirmesidir. Editör daha sonra orijinal eseri geri çekmiş ve okuyuculardan gelen eleştiriler ışığında onu değiştirerek yeniden yayınlamıştır. Bu durum bir açık kaynaklı gazetecilik örneğidir. Bu gazeteciliğin, gerçeklerin kontrolünden dolayı “açık”lığı şüpheler taşımaktadır. Açık kaynak teriminin kökleri yazılım kaynak kodlarının açık bir biçimde kullanılabilirliğinden gelmektedir. Yazılım uzmanları ve düzenli kullanıcılar kendi yararları için orijinal kodlardaki küçük teknik problemleri bulup, doğrulayıp, değiştirmektedir. İnternet gazeteciliğinde ise ‘Açık Kaynaklı Gazetecilik’ temelde haber metinleri için uygulanmaktadır. Bu anlamda haber metinleri yayınlanmadan önce dikkatlice incelenip, düzeltilebilmektedir (Deuze, 2001).

**Hiperuyarlamalı Haber Siteleri (Hyperadaptive News Sites):** Haber medya teknolojilerinin gelişiminde özellikle “yakınsama” kavramı temel bir yer almaktadır. Bilgisayar ağları ile varolan teknolojik uygulamaların birleşmesi, tüm bilgi biçimlerinin sayısallaşmasını etkin bir biçimde sağlamaktadır. Bu kolaylıklar tüm aletler arasında -



bilgiyi toplama, seçme, basma ve dağıtma gibi- iletişimi başlatır. 1995 yılının başlarında Tim Guay, web yayınlama paradigmlarında görülen yakınsamaları belirtir. Bu paradigmlar -çoklu ortam (multimedya), hipermetinsellik (hypertextuality), etkileşimlilik (interactivity)- gelecekte farklı standartların olacağını haber vermektedir. Bu standartlar hiperuyarlamayı işaret etmektedir. Hipermetin, çoklu ortam ve etkileşimin yakınsaması hiperuyarlamayı ortaya çıkarır. Gazeteciler için bu durum belirli mesleki prensiplerden kurtulma anlamına gelir (Deuze, 2001). Tablo 1’de online gazeteciliğin karakteristiği gösterilmektedir.

**Tablo 1. Online Gazeteciliğin Karakteristiği**

	<b>Ana Akım Haber Siteleri</b>	<b>Dizin ve Kategori Siteleri</b>	<b>Ticaret ve Yorum Siteleri</b>	<b>Paylaşım ve Tartışma Siteleri</b>
<b>Açıklayıcı Haber Verme</b>	Hayır/Belki	Evet	Evet	Evet
<b>Açık Kaynaklı Gazetecilik</b>	Hayır	Hayır	Belki	Evet
<b>Hiperuyarlamalı Haber Siteleri</b>	Hayır	Hayır	Hayır	Evet

Açıklayıcı haber verme, tüm bilgi toplama çeşitleri için ek bir değer olarak gözükebilir. Herhangi bir internet kullanıcısı bir parça bilgiye işaret edebilir, onu tanımlayabilir, değerlendirebilir ve yorumlayabilir. Bu nedenle dikkat çekici olan bu özellik -ek bir veri ekleme- henüz ana akım haber sitelerinde gelişmemiştir. Bununla birlikte bazı sitelerde özellikle medyayla ilgili bölümlerde bu özellik kullanılmaktadır. Buna karşın dizin ve kategori, ticaret ve yorum siteleri, paylaşım ve tartışma sitelerinde bu özellik uygulanabilmektedir. Açık kaynaklı gazetecilik ise paylaşım ve tartışma sitelerinde uygulanabilmekte, ticaret ve yorum sitelerinin bazılarında da uygulanabilmektedir. Hiperuyarlamalı haber siteleri ise paylaşım ve tartışma sitelerinde uygulanabilmektedir (Deuze, 2001).

İnternet gazeteciliğiyle birlikte, geleneksel gazetecilikte var olan gazete sahibi, yazı işleri kadrosu ve yazı işleri bölümünün bazı yetkileri okurun eline geçmeye

başlamaktadır. Hangi haberin gazeteye girip girmeyeceğine karar veren yazı işleri sorumlularının yani “eşik bekçilerinin” önemi azalmaktadır. Okur, internette istediği habere ulaşabilir hale gelmiştir. İnternet üzerindeki okuyucu geleneksel gazete okuyucusundan farklılaşmıştır. Burada okur, sadece bilgiyi, haberi alan, kullanan olmamakta aynı zamanda üreten ve gönderen de olmaktadır. İnternet gazeteciliğinde okur haberi farklı kaynaklardan alma, yeni haberlere kısa bir zamanda ulaşma, haberle ilgili yorumlarını iletebilme ve diğer yorumları okuyabilme, arşive ulaşip istediği haberi saklayabilme gibi olanaklara sahiptir. Bu anlamda “eşik bekçilerinin” gazete ve okurun arasına girebilmesi mümkün gözükmemektedir (Karaduman, 2003).

#### **1. 1. 2. 4. İnternet Haberciliğinin Sağladığı Olanaklar**

Karaduman, internet haber sitesi okurunun bir takım olanaklara sahip olduğunu belirtir. Haberin çok hızlı bir biçimde verilebilmesi ve sürekli güncellenebilmesi; okurun habere 24 saat, dilediği zaman ulaşabilmesi; multimedya temelinde ses-grafik-görüntü dosyalarının haber metinlerinde kullanılabilmesi; arşiv’deki haberlere okurun kolayca ulaşabilmesi ve istenilen haberleri saklayabilmesi; okurla interaktif etkileşim ve okurun yorumlarını anında iletebilmesi; haberle ilgili konularda, web sitelerinin linklerinin verilmesiyle, arka plan bilgilerine kolaylıkla ulaşabilmesi; diğer medyada yer alamayan farklı haberleri bulabilmesi bu olanakları oluşturmaktadır (2003).

Kurumsal açıdan, birçok gazeteci anonim kimlikler kullanarak alternatif sitelerde kendi yayın kuruluşunu eleştiren bir tutum takınabilmekte, ekonomik kriz nedeniyle ya da kendi bireysel istemiyle birçok gazeteci kendi sitesini kurabilmekte ve medya eleştirilerinde bulunabilmektedir (Atabek, 2003).

Ackerman ve Simonaitis online yayıncılığın geleneksel yayıncılıktan daha fazla fırsatlar doğurduğunu belirtmektedir.

- a. Metin ve resimlerin yanında ses ve animasyon efektleri eklenebilir.
- b. Okuyucu grafikler ve resimler ile yönlendirilebilir.
- c. Uluslararası etkileşim mümkündür.
- ç. Bilgi teslimi hızlıdır.
- d. Web üzerindeki bağlantılar ile diğer elektronik bilgilere ulaşılabilir.

- e. Rahat ve zengin bir biçimde araştırmacıya istediği sunulabilir.
- f. Farklı boyutlarda okuyucuya sunulabilir.
- g. Editörler mailler üzerinden tartışma şansına sahiptirler.
- ğ. Geleneksel gazetenin iki boyutluluğunun neden olduğu basım ve maliyet ile ilgili sorunlar artık geçmişte kalmıştır (Aktaran: Onursoy, 2003).

İnternet gazeteciliğinde sunulan enformasyonun her an değiştirilebilmesi onun bir diğer olumlu özelliğidir. Online gazeteciliğin en önemli avantajı, sunduğu enformasyonun her an değiştirilebilmesi ve yazılı gazetecilikte yapıldığından farklı olarak, günlük değil, anlık güncellemeye olanak tanınmasıdır (Halıcı, 2003).

Online gazete kullanıcılarına, geri bildirim olanağı veren etkileşim yolları şunlardır:

- a. E-posta (kullanıcı yazara, online yayıncılığı yürütenlere e-posta aracılığıyla ulaşmakta; dilek, görüş ve önerilerini aktarmakta).
- b. Veri bankaları ve arşivde arama yapma (kullanıcı daha önce yayınlanan yazılı ve görsel belgeler arasında kelime temelinde çeşitli süzgeçler kullanarak arama yapmakta).
- c. Formlar yanıtlama, değerlendirme (“bu haberi değerlendirin” tarzı minik anketlerle kullanıcıdan görüş almakta).
- ç. Çeşitli oyun ve yazılımların indirilmesi.
- d. Haber grupları.
- e. Canlı sohbetler (kullanıcı başka kullanıcılarla ya da site yöneticileriyle yazılı eşzamanlı sohbet etmekte).
- f. E-posta listeleri (görüş alışverişinde bulunmak amacıyla kurulan e-posta listeleridir).
- g. Forum (genel ya da özel bir başlık altında açılan tartışma alanları olmakla birlikte kullanıcılar yazılarıyla tartışmalara katılmakta, forum yöneticisi kullanıcılardan gönderilen yazıları onaylarsa yazılar forum sayfalarında yer almaktadır).
- ğ. Konuk defteri (kullanıcılar dilek, görüş ve önerilerini mesaj panosunu andıran yazılıma aktarmaktadır) (Halıcı, 2003).

İnternet teknolojisi multimedya yani çoklu ortam sunar. Bu anlamda metin, illüstrasyon, ses, video gibi mevcut teknikleri aynı potada birleştirir. Böylelikle kitlesel ve bireysel iletişim arasındaki sınırları ortadan kaldırmaktadır. İnternet gazeteciliği de

çoklu ortamın sağladığı bu imkânlardan yararlanabilmektedir. İnternet gazeteciliği enformasyon akıtırken metin, fotoğraf, ses, animasyon araçlarından yararlanmaktadır. İnternet gazeteciliğinin bir diğer özelliği linkler yani bağlantılardır. Böylece herhangi bir metin ya da grafik unsura bağlantı yaparak, verilen haberi tamamlayıcı nitelikteki fotoğraf, arşiv bilgisi, grafik gibi hiper-metinlerde ana metine dâhil edilebilmektedir (Halıcı, 2003). İnternette sayfa açmanın maliyeti, geleneksel medya ürünlerinin getirdiği maliyetten bir hayli düşüktür. Gazeteciler kamunun yararına işlev görerek aşırı enformasyon altındaki insanlara onları en çok etkileyecek gelişmeleri süzerek çıkarıp, hepimizin anlayacağı bir dilde sunabilirler. Bu durum internette yer alan enformasyonun çokluğundan dolayı internet gazeteciliğinin de, geleneksel yayıncılığa göre daha önemlidir (Geray, 2005).

İnternet sınırsız depolama olanağı sunmaktadır. Böylece kullanışlı bir arşiv elde etmek olasıdır. İyi bir arşiv sistemi kullanıcıya haberleri tarihine, konusuna, kaynağına göre sıralama olanağı sunar. İnternetin arşivleme ve sınırsız veri depolama olanağı, kullanıcının yararlanabileceği hizmetin önünü açar. Bu hizmetlerden en önemlisi online gazeteciliğinin kullanıcıya kişisel haber sunumu için olanak tanımasıdır. Kullanıcı ilgilendiği alan ve kategorileri belirterek hangi konularda bilgilenmek istediğini bildirmekte ve ona göre kendisine bilgi sunulmaktadır. İnternet gazeteciliği iki farklı anlama gelmektedir. Bunlar teknik ve sosyal etkileşimdir. Teknik anlamdaki etkileşim insan-bilgisayar etkileşimidir. Sosyal anlamda ise kullanıcıların kendi aralarındaki etkileşimdir. Burada internet ortamı bir platform işlevi görür. İnternet gazeteciliğinde etkileşimin teknik boyutu daha çok gözükmeyle birlikte kullanıcı, etkileme ve seçme olanaklarına daha fazla sahiptir (Halıcı, 2003).

### **1. 1. 3. İnternet Haberciliğinin Güncel Sorunları**

#### **1. 1. 3. 1. Eşitlik Sorunsalı**

İnternetin ortaya çıkışıyla beraber meydana gelen en önemli sorunlardan biri, internete herkesin ulaşım ulaşamayacağıdır. Bu görüş çerçevesinde çeşitli bilim insanları farklı düşünceler öne sürmektedirler.

Underwood, internetin belli anlamlarda eski Yunan demokrasilerine benzeyen bir model ortaya çıkarabileceğini ama bu modelin ideal katılımcı demokrasi anlamında değil, küçük bir seçkin sınıfın nüfusun büyük bir kısmını dışlayarak oluşturabileceğini belirtmektedir (2002). Başaran, internet alanında iki tür eşitsizlikten bahsetmektedir.

“İlki, internet alanının başından itibaren bir özel sektör etkinliği olarak düzenlenmesi sonucunda oluşan eşitsizliklerdir. Farklı ülkeler ya da aynı ülkede farklı sınıflar arasında internete erişim noktasında yaşanan eşitsizlikler günümüzde sayısal eşitsizlik ya da sayısal uçurum kavramsallaştırması ile uluslar arası bir ilgiyi üzerinde toplamış bulunmaktadır. İkinci tür eşitsizlik ise, internet üzerinden akan bilgiye ilişkindir. İnternetin ABD’de gelişmesi ve tüm dünyaya ABD’den yayılması sonucunda, coğrafi olarak aynı bölgede bulunan ülkeler bile öncelikle ABD’ye bağlantı kurmak ihtiyacı duymaktadırlar. Ayrıca, internet trafiğinde ülkelere giren ve çıkan veri miktarı büyük farklılıklar göstermektedir” (2005: 36).

Winner, internete eleştirel bir gözle bakarak internetin bütün toplumu kapsayıcı bir özellik kazanamayabileceğini ve küresel bir cemaat yaratmasından ziyade gerçek hayatta var olan cemaat ilişkilerini zedelediğini, ayrımcılığı ve paranın toplumsal yaşam içerisindeki önemini arttırdığını belirtmektedir (2002). Gürcan da internetin hızla gelişmesine karşın günümüzde ve yakın bir gelecekte toplumun tüm kesimlerinden ziyade daha sınırlı bir kesimine hizmet vereceğini belirterek bunun nedeninin herkesin bir bilgisayara, telefon hattına, modeme sahip olmamasında yattığını belirtir (1999).

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı’nın 2005 yılında yayınlanan raporuna göre internet kullanıcılarının %48’i gelir ve eğitim düzeyi yüksek OECD ülkelerindeki kişilerden oluşmaktadır. Gelişen ülkelerdeki (Arabistan, Doğu Asya ve Pasifik, Latin Amerika ve Karaibler, Güney Asya da bulunan ülkeler) internet kullanım oranı %5,3’tür. Dünyada internete erişebilen insan sayısı tüm dünya nüfusunun sadece %12’sidir. Coğrafi dağılıma bakıldığında ise Güney Amerika ve Karaiblerle, Sahra’nın Güneyindeki Afrika ile ilgili belirli bir bilgi verilmemekte, Güney Asya’da ise %1,8’lik bir kullanım görülmektedir. Türkiye, aynı rapora göre internet kullanımında 177 ülke arasında %8,5’lik bir oran ile 94’üncü sıradadır (UNDP, 2005). Duran, UNDP verilerine göre olanağı olan insanların internete girebildiğini, yoksulların sessiz bir şekilde dışlandığını, bu nedenle de onların görüşlerinin ‘Dünya Kamuoyu’ gibi doğru olmayan bir kartvizite sahip internette yer almadığını belirtir (2000).

### 1. 1. 3. 2. Ticarileşmenin Baskısı

İnternetin ortaya çıkması ve artan bir yayılım göstermesini kapitalist ekonomik yapı ile ilişkilendiren bazı araştırmacılar, kapitalist ekonomik yapının interneti kullanım biçiminin “ticari” boyutlu olarak daha fazla kâr elde etme amaçlı olduğunu, fakat toplumun algı dünyası üzerinde yaratılan etkinin ise tam tersi bir biçimde meydana getirildiğinin altını çizmektedirler. Toplumun demokratikleştirilmesi ve geliştirilmesi için internet kullanımının yaygınlaştırılması gerekliliği yanılısamasının toplumun düşün biçimi üzerinde egemen kılınmak istendiğini belirten araştırmacılar, bunun aslında gerçeği -yani kapitalizmin kâr elde etme tutkusu ve hırsını- gizleme amacı taşıdığını belirtmektedirler.

Stratton, geleneksel kitle iletişimi seyircisinin edilgin bir biçimde imajları tükettiğini, Bilgi Süper Otoyolu'nun pek de gizli olmayan amacının ise kullanıcıyı bir ücret karşılığı internette bulunan ticari malları ve hizmetleri tüketen etkin bir tüketici seyirciye dönüştürmek olduğunu nitelemektedir (2002).

Erdoğan bu bağlam içerisinde internetin ticaret ile olan ilgisini şu şekilde anlatmaktadır;

“İnternet bugün özellikle savaş sektörü ve bu sektörün gölgesindeki üniversite çevresinin kullanım egemenliğinden çoktan çıkmış durumdadır. Bugün internet yoluyla seks tüccarlığından sevgiline'leşine çiçek göndermeye kadar çeşitlenen tüketim maddeleri satılmakta ve alınmaktadır; firmalar diğer bölgelerdeki veya ülkelerdeki bölümleri veya temsilcileriyle anında konferans yaparak, direktifler göndererek, yabancı müşterileri, toptancıları ve perakendecileriyle iletişimde bulunarak günlük işlerini etken bir şekilde yürütmektedirler; firmalar internet yoluyla pazarlama ile ilgili girişimleri yapmakta ve enformasyonu anında hedeflere ulaştırmaktadır: internet yoluyla kaynaklarını daha etken bir şekilde kullanmakta ve maliyetini düşürmektedir. Kısaca, internetin kendisi ve sağladığı olanaklar özel teşebbüs için büyüme ve çıkar sağlama kaynağı olmuştur” (1995).

Gürcan, internetin ticari bir ağ olarak kurulduğunu ve sonraki süreçte sürekli geliştiğinin altını çizmektedir (2005a). İnterneti ekonomik – politik yaklaşım içerisinde ele alıp inceleyen Başaran, internetin anlaşılabilmesi açısından, internetin ortaya çıkışına neden olan ve internetin yarattığı endüstriyel yapıların önemli olduğunu belirtmektedir. Başaran, telekomünikasyon araçları üreticileri ile medya ve bilişim endüstrisinin yakınsadığını belirtmekte ve bu yakınsamanın bir dizi uluslararası şirketin

etki alanını, eskisinden daha fazla güçlendirmesi ile sonuçlandığını ifade etmektedir (2005). Duran da, pazar ekonomisini benimsemesine rağmen, siyasal liberalizmi kabullenmemekte direnen Çin'in internet ve e-ticarette büyük bir gelişme gösterdiğini, bu gelişmelerden en çok yararlananların da AOL, Yahoo, Cisco, Compaq, Intel gibi bilgisayar ve internet firmaları olduğunu belirtmektedir (2000).

Atabek, internetin giderek genişleyen çok ciddi bir ticaret medyası haline gelmekte olduğunu ve paralı içerik sunan sitelerin, internetin reklâm-pazarlama aracı olarak kullanımının, şirket-içi iletişim amaçlı kullanımın, internette elektronik bankacılık uygulamalarının bunun bir göstergesi olduğunu belirtmektedir (2003). Başaran, internetin egemenlerin yönlendirmesi ve denetimi altında gün geçtikçe sanal pazar haline gelmeye başladığını belirtmektedir.

“İnternet erişim ve hizmetleri alanında yaşanan şirket birleşmeleri sonucu ortaya çıkan dike ve yatay bütünleşme gibi olgular internetin sermaye kesiminin denetimine giriyor olduğunun ve sermaye birikiminin ihtiyaçları doğrultusunda yeniden düzenleniyor olduğunun ifadeleridir. Durum böyle olunca internet erişiminin yaygınlaşması için yapılan yatırımlar ve büyük çaplı projelerin demokratik ya da kamu yararını gözetme niyetlerine de kuşkuyla yaklaşmak gereği ortaya çıkmaktadır. Çünkü internetin yaygınlaşması aynı zamanda, etkin satış kanalları ile daha büyük çapta bir müşteri kitlesine ulaşmak yani varolan pazarı, sınırlarının ötesine genişletmek anlamı taşımaktadır” (2005: 47).

Winner da internetin ticarileşmesinin önemli bir boyut olduğunu ve gelecekte insanların toplumsal davranış kalıplarının belirlenmesinde bugün takındıkları tavırların etkisi olacağını belirtmektedir. Özellikle internet üzerinden alışveriş yapma, zaman ve mekân kavramını farklılaştırıp değiştirmekte ve bu durum toplumdaki cemaatleri olumsuz bir biçimde etkilemektedir. Winner, mağaza ve dükkânların sadece metaları alıp satan yerler olmadığını aynı zamanda toplumsallaşmanın yaşandığı yerler olduğunu da belirtmektedir (2002).

Ertürk, internetin ticari olanaklarından büyük şirketlerin henüz istedik biçimde kâr elde etme amaçlı olarak yararlanmadığını, bu duruma yol açan temel çelişkinin ise kapitalist ekonomik yapının dünya genelinde yarattığı eşitsizlikler olduğunu belirtmektedir. ABD’de sanayi şirketlerinin üçte biri interneti satın alım ve satışlarda kullanmakta, düşük gelirli ülkelerde her bin kişiye otuz beş telefon hattı ve beş bilgisayar düşmekte, ABD’de her bin kişiden altı yüz ellisine telefon hattı ve beş yüz

kırk kişiye bilgisayar düşmekte, her iki Amerikalıdan biri internete bağlı iken Afrika’da her iki yüz elli kişiden biri internete bağlanabilmekte, Bangladeş’te bilgisayarın fiyatı ortalama maaşlı birinin sekiz yıllık maaşına eşit olmaktadır. Bu anlamda kapitalist ekonomik yapının interneti kendine özgü bir teknoloji olarak yapılandırması belli bir süreci gerekli kılmaktadır. Kapitalist ekonomik örgütlenmenin internet teknolojisini kâr amaçlı kullanıp verimli bir biçime taşıması zaman alacak bir sürece karşılık gelmektedir (2002).

### 1. 1. 3. 3. İdeolojik Yönelimlerin Yoğunlaşması

İnternetin gelişen bir araç olmasının yanı sıra diğer kitle iletişim araçlarıyla oluşturduğu yakınsama ile birlikte diğer kitle iletişim araçlarında var olan egemen ideolojik bakış açısı internet ortamına da taşınmaktadır. İnternet ortamı içerisinde oluşturulan kültürel ortam, erkeklik, kadınlık, gençlik durumlarına dair belirli yapılandırmalar oluştururken bu yapılandırmalar başat kültürel değerlerle uyumlu olarak yeniden üretilmekte ve sunulmaktadır. Genel anlamda medya özel anlamda ise internetin üstlendiği kritik rol, kadınları, erkekliği, gençliği oluşturduğu alanlarda temsil etmekten ziyade onlara bazı değerler sunarak belirli bir kimliğe davet etmesinde yatmaktadır. İnternet yapısı, içeriği, oluşturduğu dil sayesinde kültürel form ve kimliğe davet etmek konusunda önemli bir potansiyele sahiptir (Güzel, 2006). Althusser, “çağırma”, “davet etme”, “seslenme” metaforunu ideolojik işleyişin en yaygın ve görünmez pratiklerinden biri olduğunu bildirmektedir. Althusser, her iletişimin birisine seslendiğini ve kişinin de bu iletişime yanıt vererek kendi toplumsal dolayısıyla ideolojik inşa sürecine katıldığını belirtmektedir (1994). Bu anlamda internet üzerindeki alanlarda insanlara kadın, erkek, gençlik, moda, tüketim gibi hâkim medyada da çokça kullanılan değerler sunulmakta ve seslenilmektedir. Bu çağrılara bir biçimde cevap vererek, ona göre davrananlar seçilmiş ve kurgulanmış kimlikle ve kültürel formlar dolayısıyla yeniden inşa edilir ve başat ideolojinin yeniden üretilmesi sağlanır (Güzel, 2006).

İnternetin başat ideolojinin taşıyıcısı olmasının yanı sıra kişilerin internete ulaşması, ulaşsa bile onu bilinçli bir biçimde kullanması çeşitli engellerle karşılaşmakta ve farklı kimliklerin internet üzerinde karşılaşımı belirli politik sorunların oluşmasına



da zemin hazırlayabilmektedir. Yaşın, kişilerin internete girebilmelerinin belirli eşiklerce engellendiğini belirtir. Bu eşikler:

a. İnternete giriş belli bir fiziksel donanımı yani asgari düzeyde bir bilgisayar, bir modem ve internet bağlantısını gerektirmektedir. Bu koşulları günümüzde herkes sağlayamamaktadır.

b. Bu tür maddi koşulları herkesin yerine getirdiğini düşündüğümüzde ikinci eşik ortaya çıkmaktadır. Bu da herkesin bu tür donanımı kullanacak teknik bilgiye sahip olmamasıdır.

c. Bir diğer bilgi eşiği ise internet içeriklerinin üretiminde karşımıza çıkmaktadır. Bu da “dil” eşiğidir. İnternet içeriklerinin büyük bir çoğunluğu İngilizce olarak bulunmaktadır.

ç. İnternet yapısı itibariyle belli iletişim formatları içine oturmaktadır. Sohbet ortamları, e-posta, web sayfası bu iletişim formatlarına örnek olarak verilebilmektedir. Bu iletişim formatlarını kullanım belli sahiplikleri de beraberinde getirmektedir. Tartışma grupları içinde her kimlik kendi kimliksel yapısı içinde tartışma ortamı oluşturmaktadır. Farklı kimliklerin bir arada bulunduğu tartışma listelerinin sınırlılığı parçalanmış bir iletişim ortamını da beraberinde getirmektedir. Her kimlik kendi içinde tartışma ortamı yaratmakta bu anlamda bir diğer eşik yani farklı kimliklerin iletişim kuramaması eşiği ortaya çıkmaktadır. Ayrıca tartışma gruplarındaki yöneticiler farklı kimlikteki kişileri tartışma platformunda silebilmektedir.

d. İnternet içeriklerine bakıldığında ise diğer iletişim araçlarının içeriğinden farklılaşmadığı görülmektedir. İnternet farklı kimliklerin farklı talep ve söylemleri dile getirdiği bir alan olmaktan ziyade, farklı kimliklerin kitle iletişim araçları içerisinde belirlenmiş gündemin taşıyıcısı konumuna geldiği bir alan konumundadır (2003).

İnternetin farklı kimliklerin var olduğu, özgürlükçü bir alan olarak görülebilmesi için farklı kimliklerin bu iletişimsel alana girmesinin serbest olması, farklı kimlikler arasında bir iletişimin olması, farklı toplumsal talepleri birbirleri ile tartışabilmeleri, farklı kimliklerin kendi kimliklerini tanımlayan farklı siyasi talep, duruş ve tutumlarını bu alana taşıyabilmeleri, internete her kimliğin ve bireyin girişinde hiçbir eşiğin olmaması gerekmektedir (Yaşın, 2003).

### 1. 1. 3. 4. Hukuki Sorunlar

İnternetin diğer kitle iletişim araçlarından farklı özelliklere sahip olması onun hukuki boyutunu değerlendirirken de farklı bir bakış açısıyla yaklaşılmasını gerekli kılmaktadır. İnternette sınırların olmaması birbirinden farklı değer yargılarına sahip toplumların hukuk düzenlerinin nasıl ortak bir biçimde uygulanacağı sorusunu gündeme getirmektedir. İnternetteki ticarileşmenin artması ile birlikte bu yeni medyanın içerik düzenlemesinin nasıl olacağı ilk gündeme gelen konulardan olmaktadır. İlk olarak internetin niteliğinin ne olduğuna dair tespitler yapılmaya çalışılmış ve farklı fikirler ortaya çıkmıştır. Kimileri internetin teknolojik gelişmelerden başka bir şey olmadığını (otomobil hukuku, telefon hukuku gibi), bundan dolayı da yeni kural koymanın gereksiz olduğunu, var olan kuralların internete uygulanabileceğini belirtmektedir. Kimileri ise anonimlik ve yargı yetkisi sınırlarının belli olmamasından dolayı internetin kendine has özellikleri olduğunu, düzenlenemeyeceğini belirtmekte ve internet için yeni bir hukuk düzeninin gerekli olduğunu ifade etmektedirler. Üçüncü bir görüş ise bu iki görüşün de yanlış olduğunu ifade ederek, internetin düzenlenmesi gereken yeni bir hukuk dalı olduğunu fakat iddia edilen görüşlerin internetin değişmezliğini esas aldığını oysaki internetin değişiyor olduğunu belirtmektedir. Bu kurama göre interneti hukuk, normlar, piyasa ve mimari düzenlemektedir. Hukuk, telif hakları, hakaret ve müstehcenlik gibi konuları; sosyal normlar, online toplulukların kendi aralarındaki ilişkilerini; piyasa, yüksek erişim ücretleri, hattan atmalar, ekranda istemeden açılan reklamlar, daha çok reklam almak için çarpıcı hale getirilen web sitelerini; mimari ise internetin yazılım ve donanımlarını düzenlemektedir. Bu dört düzenleyici güç arasında da çeşitli ilişkiler söz konusu olabilmektedir (Batır, 2005).

İnternetin etkileşimsel niteliği onun düzenlenmesini zorlaştırmaktadır. Akdeniz'e göre internetin küresel, merkezi olmayan ve sınır tanımayan doğası, internetle ilgili sorunlar ve tartışma konularında, devletlerin tek başlarına etkili ve tatmin edici yasal düzenlemeler yapmasını olanaksız kılmaktadır (2003). Ülkelerin egemenlik ve yargı yetkisi de internetin düzenlenmesi önünde engel oluşturmaktadır. Yargı yetkisi fiziki bir gerçekliğe bağlı olarak tanımlanmakta ve mülklik prensibi esas olmaktadır. Genellikle bir ülke sınırları içinde bulunmakla kişi o ülkenin yargı yetkisine tabi olmaktadır. İnternet ortamında ise durum farklıdır. İnternetin bu anlamda bir

gerçekliği bulunmamaktadır. İnternet ortamında yargı yetkisinin nasıl iddia edileceği konusunda uluslararası hukuk ve kanunlar itilafı prensipleri açısından belirsizlik söz konusudur. Diğer devletlerin yargı yetkilerine karışamama sorumluluğu da internetin düzenlenmesi için gerekli işlemleri engellemektedir.

Egemenlik ve yargı yetkisi dışında internetin düzenlenmesi önündeki ikinci ana engel kullanıcıların gizliliğidir. İnternette sadece kullanıcıların IP adresleri bilinmektedir. Kullanıcılar kimliklerini gizlemekte ya da takma isim kullanmaktadırlar. Bununla birlikte kullanıcıların milliyetleri de belli değildir. Bu konuların bilinmemesi kullanıcılara hangi devletin hukuk kurallarının uygulanacağını da bilinmemesi hususunu oluşturur. Ağ üzerinde kişilerin kimliklerini tespit etmek güç iken ağa erişimde kullanıcıların kimliklerini tespit etmek mümkündür. Bu durumda bile kişinin hangi mekândan internete bağlandığı belli olmamaktadır çünkü bu sadece kişinin abone kimliğini içermektedir. Başka birisinin abonenin hesabını kullanması durumunda ya da ön ödemeli paketler kullanıldığında, bu durum da bir işe yaramamaktadır. Konuya ifade özgürlüğü açısından yaklaşan Batır, kullanıcının kimliğini gizlemesinin -özellikle otoriter devletlerde- önemli olduğunu ifade etmektedir. Çağdaş demokrasiler için bunun anlamı çok önemli olmamakla birlikte demokratik rejimlerle idare edilmeyen ülkelerde kendini özgürce ifade etme hakkından mahrum bulunan yüz binlerce insan için internet tek çıkış yoludur (2005). İlkiz de internet ortamındaki yayıncılıkta kişilik haklarının korunması bunun yanında da yayın yoluyla düşünce ve ifade özgürlüğünün sağlanması gibi hassas bir durum ile karşı karşıya olduğumuzu belirtir (2002).

Sınar ise düzenlemeye konu olan internet sükelerini, karşılaştırmalı hukukta işlevleri göz önünde tutmak suretiyle üç grupta incelemektedir. Bunlar İçerik Sağlayıcı, Servis Sağlayıcı ve Erişim Sağlayıcı'dır. Bu üç ögenin yanında internetteki işlevleri nedeniyle hukuki sorunlara neden olabilen "Usenet İşleteni" bulunmaktadır. Hukuki düzenlemenin temel amacını bu dört sükenin görev ve sorumluluk alanının belirlenmesi oluşturmaktadır. İnternette kişinin sahip olduğu ve sözleşmesel nitelikli bazı haklar özel hukuk kapsamına girmekte olduğundan özel hukuk alanındaki hükümlerden yararlanmak mümkünken kamu hukuku alanına giren konulardan yararlanmak bu kadar kolay olamayabilmektedir. İnternette yaşanan birçok sorunda kamu hukuku yetersiz kaldığından dolayı bu alana özgü yasaların çıkarılması gerekliliği doğmuştur. İnternette yaşanan bir diğer önemli sorun da telif hakları sorunudur. İnternet ortamında birçok

müzik ve programa ücretsiz ulaşmak mümkün olabilmekte, bu durum da eser sahiplerini zor durumda bırakabilmektedir. Telif hakları ile ilgili çeşitli düzenlemeler yapılmasına rağmen internetin araçsal özelliklerinden dolayı bu durum tam bir çözüme kavuşmamıştır (2001).

### 1. 1. 3. 5. Etik Sorunlar

Haber siteleri haber toplama ve haber yayma işlevini sanal ya da elektronik ortamda yerine getirmektedir. Bu anlamda gazeteciliğe ilişkin konulmuş olan ve uygulanan meslek ilkeleri, etik değerler geleneksel medyanın yanı sıra internet haber sitelerini de bağlamakta ve haber sitelerinin bu değerlere uyması gerekmektedir. İnternet habercilik etiği de gazetecilik etiğinden farklı değildir. Geleneksel gazetelerin etik politikaları online yazarlara yardımcı olabilmektedir (Brayton, 2005). Bununla birlikte internetin kendine özgü yayım teknolojisi ve toplumsal etkilerinden dolayı başka değerlerin eklenmesi de söz konusu olabilmektedir (Gürcan, 2005b).

İnternet haberciliği yapan sitelerin basın etiği ilkelerine genel olarak uymaları gerekirken bazı sitelerin bu etik ilkelere uymadığı görülmektedir. Basın Konseyi Başkanı Oktay Ekşi internet gazeteciliği alanında çalışan gazeteciler için şu değerlendirmede bulunmaktadır.

“Bu alanda görev yapan arkadaşlarımız gazeteciliğin temel ilkelerine etik açıdan bağlı kalarak görevlerini yaparlarsa topluma büyük yarar sağlayacaklar. Ancak varolan durumu istisnalar dışında bu beklentiden çok uzak görüyorum. Çok önemli bir olanağın böylece mahvedildiğini düşünüp üzülüyorum. Bu işi sorumsuz ve seviyesiz bir şekilde yapanların eninde sonunda gazeteciliğin olmazsa olmaz ilkelerine saygılı olmayı öğreneceklerini umuyorum” (2005).

İnternet egemen medyadan farklılaşmış düşünce yapıları üreten bir medya haline gelme özelliğini taşıyan en önemli araç olmasına rağmen şu ana kadar ki haliyle böyle bir görünüm sergileyememiştir. Haber sitelerinin egemen medyadan farklılaşmadığı, özellikle haber üretiminde kurulan dilin hâkim medyanın bakış açısını yansıttığı görülmekle birlikte kendi haberlerini üretme, çoksesli, alternatif, nitelikli bir gazetecilik anlayışını yaşama geçirmede de önemli eksiklikleri olduğu görülmektedir.

İnternet gazeteciliğinin etik sorunlarından biri de haber ve bilginin hızlı bir akış içerisinde olmasından kaynaklanmaktadır. İnternet haber siteleri, maddi gelir elde edebilmede yaşanan sorunlardan kaynaklı olarak genelde az gazeteci çalıştırmaktadır. Bu durum hızlı haber ve bilgi akışı içerisindeki internet gazetelerinde haberlerin doğrudan yayına sokulmasına neden olabilmektedir (Köker, 2005).

İnternet gazetelerinde çalışanların geleneksel gazetecilikten farklı olarak eşit yetkilere sahip olması, esnek ve yatay örgütlenme içinde bulunması o anda sitede çalışan herhangi biri tarafından haberin kontrol edilmeden yayınlanmasına neden olabilmektedir. İnternette haberler hızlı bir biçimde aktığından dolayı bazen haberlerin çeşitli kaynaklardan doğrulanma zorunluluğu atlanabilmektedir. İnternette akan haberlerin her an düzeltme ya da yayından kaldırma olanağının bulunması haber sitelerinde eksik, yanlış, özensiz haberlerin bulunmasına neden olabilmektedir.

İnternetin hızlı bir araç olmasından kaynaklı internet siteleri bazen haberlerinde kaynak belirtmemekte ve hukuki boşluktan kaynaklı da kaynağın alındığı yerin hak iddia etmesi zorlaşmaktadır. İnternet haber sitelerinde kişi hak ve özgürlükleri ile ilgili olumsuz durumlar meydana gelebilmekte ve çoğu zaman da düzeltme hakkı (tekzip) uygulanamamaktadır. İnternet haber sitelerinde künyeye yer verilmemesi de kullanıcıların bu sitelerin niteliği hakkında olumsuz düşüncelere sahip olmasına neden olabilmektedir (Çevikel, 2004). Bu anlamda doğru olmayan haberleri elemek, yanlış yazılan haberleri düzeltmek, haberleri belli bir anlamsallık içine oturtmak gibi geleneksel gazetelerde editörün yaptığı işlevler internet gazeteciliğinde yapılamayabilmektedir. Haberlerde editöryal denetimin azalması ve haberlerin bazen kontrolden geçmeden yayınlanması haberlerin güvenilirliği açısından olumsuz bir rol oynamaktadır (Gürcan 1999; Çevikel 2004).

İnternet haberciliği sırasında ortaya çıkan etik sorunlar İnternet Üst Kurulu'nun da gündemini oluşturmakta olup 3 Ocak 2002 tarihinde İnternet Üst Kurulu tarafından etik bildirgesi yayınlanmaktadır. İnternet haberciliğinin önemi ve bu alanda ortaya çıkan etik sorunlar şu şekilde ifade edilmektedir:

“...özelde internet haberciliği, genelde içerik üretiminde bazı etik sorunlar gündemimizdedir. İnternet ülkemizde habercilik sektörünü de doğrudan etkilemiş, mesleğini özgürce icra etmek isteyen gazeteciler için önemli bir alternatif oluşturmaya başlamıştır. Sayıları her geçen gün artan sadece internette varolan haber sitelerinin, haber

portallarının, sektörel haberciliğin, halkın çok yönlü bilgilendirilmesi ve kamuoyunun serbestçe oluşumu açısından çok önemli bir görev ve işlevleri olduğuna inancımız tamdır. Ancak, yerleşik gazetecilik mesleğinde olduğu gibi internet gazeteciliği ve yayıncılığın da evrensel normlar olarak benimsenen meslek ilkelerine titizlikle uymaları beklenirken, uygulamada aksinin yaşandığı da üzülmeye sebep edilmiştir. Özellikle asla kabul edilemeyecek bir emek gaspı olan, başka gazete yahut internet sitelerine ait haberlerin kaynak gösterilmeksizin özel haber gibi yayınlanması, özel fotoğraf ve çizgilerin izinsiz kullanılması, internet ortamının ‘sınırsız özgürlük alanı olduğu’ gibi yanlış bir anlayışla, internet gazetelerinde kişisel düşmanlıkların açıkça sergilendiği dedikodu yahut metinlere yer verilmesi, web sayfalarındaki sayaçlar üzerinde etkili bir takım ara programlar kullanılarak ziyaretçi sayılarını olduğundan fazla gösterme yoluyla reklâm verenlerin aldatılması gibi hem gazeteciliğin hem de internet ortamının etik kurallarına aykırı davranışlar ve buna bağlı olarak gelişen şikâyetler kurulumuza da ulaşmıştır. Söz konusu durum; yerleşik medyanın halen yaşamakta olduğu sıkıntılarını geleceğin medyası olan internete de taşımakta, internetin sağladığı olanakları mesleki etik ilkelerle bütünleştirerek halkı bilgilendirmek arzusu içindeki gazetecilerin özveriyle çabalarını da baltalamaktadır. Benzeri durumlar diğer internet yayıncılığında da gözlemlenmektedir” (İÜKEB, 2002).

Ayrıca bildirgede internet haberciliği alanında ortaya çıkan etik sorunların çözümlenmesi için kendi kendini denetleyen bir mekanizmanın kurulması planlanmakta ve kurulacak sivil bir oluşum ile etik sorunların çözümlenmesi hedeflenmektedir. İnternet üzerinden haber sunumu yapan sitelere bakıldığında bazı sitelerin çeşitli etik sorunlara neden olduğu görülmekte ve bu etik sorunlar internet haberciliğine olan güveni zedelemektedir.

#### **1. 1. 4. İnternet Haberciliğinde Güvenilirlik Sorunsalı**

##### **1. 1. 4. 1. Kitle İletişim Sürecinde Güvenilirliğin Yeri ve Önemi**

Basın etiği çerçevesinde yayım yapan kurumlar için güvenilirlik önemli bir olgu olarak kendini göstermektedir. Gazeteci, topladığı bilgilerin güvenilir olup olmadığını sorgulamalıdır. Bu anlamda, gazeteci haber kaynaklarını iyi denetlemeli, haber kaynaklarının güvenilir olup olmadığını kendine sormalıdır. Gazeteci çeşitli söyleşiler yaparak, ikinci el kaynaklara başvurarak edindiği bilginin

doğruluğunu denetlemelidir. Haber kaynaklarından elde edilen bilginin güvenilirliğini sağlama bakımından gazetecilerin karşılaştığı başlıca güçlük, haber kaynaklarınca enformasyonun yönlendirilerek verilmesidir. Gazetecilere verilecek bildiri hazırlayanlar bilgiyi kendilerine göre düzenleyip yorumlamakta ve öyle sunmaktadır. Gazeteci bu duruma dikkat etmeli ve nereye çekilmek istendiği sorusunu kendine sormalıdır. Güvenilir olmayan bilgileri yayınlama gazetecilik mesleğine toplum nazarında oluşan güveni zedelemektedir (Tokgöz, 2003).

İnternet ortamında gerçekleştirilen haber yayınında da geleneksel basın kuruluşlarının güvenilir olma adına uygulaması gereken bütün nitelikler geçerli olmaktadır. İnternet haber sitelerinde çalışan gazeteciler kendilerinin ulaştığı ya da internet üzerinden interaktif bir biçimde kendilerine gönderilen bilgilerin güvenilir olup olmadığını sorgulamalıdır (Gürcan, 1999).

İnternet sınırsız enformasyona ulaşılabilen bir kaynak olmasının yanında bu enformasyonun güvenilirliği oldukça önemlidir. İnternet ortamının sunduğu olanaklarla pek çok haber sitesi internet üzerinde yayınlanmaya başlamıştır. Bu sitelere her gün yenileri eklenmiş ve zamanla internet haberlerinin güvenilir olup olmadığı sorgulanmaya başlanmış, bu durum internet kullanıcılarının internet üzerinden alınan bilgilerin doğruluk payı hakkında kaygı duymalarına neden olmuştur (Savaşeri, 2003). Doğruluk ve güvenilirliğin testini yapacak bir mekanizmanın olmayışı, bir tuşla bilgi girişi yapan her kişinin kaynak konumunda olması internetin asparagas haber ve bilgi ile dolu olabileceği hissini uyandırmaktadır (Işık, 2001). Haber portalı iddiasıyla ortaya çıkan on-line gazetelerde görülen ve hızla yayılma eğilimi gösteren ‘haber kleptomani’ internet haberciliğinin güvenilirliğine gölge düşürmektedir. Kişisel ilişkiler yahut parasal güç kullanılarak; başka kuruluşların aboneliği üzerinden, ajans haberlerinin bir kopyasının internet gazetelerinin sayfalarına aktarılması; ulusal gazetelerin gece yarısından sonra güncellenen internet versiyonlarındaki haberlerin, kaynak gösterilmeksizin, olduğu gibi kopyala-yapıştır yöntemiyle çalınması; sahip ve çalışanlarının son derece açık olması gerekirken sitelerin bazılarında künye sayfasının bulunmaması; haberlerin analiz ve subjektif yorumlardan soyutlanmadan yazılması internet gazeteciliğine olan güvenilirliği olumsuz yönde etkilemektedir (Tezcan, 2001).

Enformasyona ihtiyaç duyan kişiler ve doğru haber almak isteyen yayın kuruluşları için enformasyonun güvenilir olup olmadığı başat bir önem taşımaktadır.

İnternet, her çeşit enformasyona masa başından kalkmadan kolaylıkla ulaşma imkânı tanımaktadır. İnternet, bir konuyla ilgili birçok farklı kişiden gelen enformasyonu derleyebilmeyi ve üretilen bilginin dünya genelinde herkes ile paylaşılabilmesini sağlamaktadır. İnternet, enformasyonun dağılımı ve kullanımı anlamında kolaylık sağlamakta iken bu enformasyon bazen gerçek bazen de asparagas olabilmektedir. Gerçek dışı ve yalan haber kullanan yayın kuruluşları kamuoyunu yanlış bilgilendirme ve gerçek dışı bilgi sunma gibi tehlikeli bir konuma düşmektedir. İnternette gelen gerçek dışı enformasyon akışında yayın organları dikkatli davranmalı ve olayı doğrulatmadan yayınlamamalıdır. Yayın kuruluşları, e-posta ile ya da olayla ilgili kişi ve kuruluşlara ilişkin başka kaynaklarla bağlantıya geçip bilgi topladıktan sonra haber yayınlamalıdır. Bir olayın, bir duyumun haber sayılabilmesi için ilk koşul o olay ya da duyumun bağımsız kaynaklar tarafından doğrulanmasıdır. Profesyonel gazeteciler normal şartlarda geleneksel medyada elde edilen bir bilgiyi nasıl güvenilir kıyorlarsa, internet üzerinde herhangi bir olayla ilgili haber yazarken elde ettikleri bilgiyi de aynı yöntemleri kullanarak güvenilir kılmalıdır. İnternet üzerinde herkesin her şeyi yayınlayabilmesi ve gerçek olmayan bir şeyin gerçekmiş gibi gösterilmesi söz konusu olabildiğinden filtreleme yöntemi internet üzerindeki haberin güvenilirliği açısından önem taşımaktadır. Bu yöntemde haberci, internet üzerinden elde edilen bilginin doğruluğunu e-mail aracılığıyla kontrol etmeli bununla birlikte birkaç kaynaktan, elde edilen enformasyonu doğrulatmalı ve e-mail ile teyit etmelidir. İnternette elde edilen enformasyonun güvenilirliğini saptamada uygulanması gereken bu yöntemler etkili olmaktadır (Gürcan, 1999).

Kaya ise internet üzerindeki haber okuyucusu açısından olaya yaklaşarak okuyucuların bazı kıstaslardan sonra okudukları habere güvenmeleri gerektiğini belirtmektedir. Bu kıstaslar şunlardır:

- a. Bir haber sitesine ilk kez giriyorsanız öncelikle künyeye bakın. Sitenin sahibini ve çalışanlarını tanıtan, misyonunu tarif eden bu künyeyi bulamıyorsanız güvenmeniz için hiçbir neden yok.
- b. Haberlerini okumakta olduğunuz sitede imla kurallarına uyulup uyulmadığına bakın.
- c. Haber sitesinde yer alan haberlerde kaynak belirtilip belirtilmediğine bakın.
- ç. Siteyi yönetenlerin daha önce yayıncılık ve habercilik yapıp yapmadıklarını öğrenin.



- d. Takip ettiğiniz sitedeki bilgilerin taze bilgi mi yoksa üç ay öncesinin bayat bilgileri mi olduğuna dikkat edin.
- e. Sitedeki haberler kadar sitede yer alan reklâmlara da bakın. Reklâm ve haber dengesi reklâm lehine ağır basıyorsa, bu sitenin kuruluş amacından kuşkulanın” (2005: 65).

İnternette kurallar, ilkeler ve etik değerler gazeteciler ya da yazarlar tarafından konulup gözetildiğinden geleneksel iletişim araçlarındaki etik kurallara göre daha keyfi bir biçim hüküm sürmektedir. Bu anlamda da internet yayıncılığındaki kuralsızlık ve keyfilik, internet üzerinde yayınlanan haberlere karşı güvensiz bir durumun oluşmasına neden olmaktadır (Gürcan, 2005b). İçerik yönünden denetimsizliğin hüküm sürdüğü internet ortamında sitelerin ve buralarda sunulan içeriğin ne kadar güvenilir olup olmadığının sorgulanması önemlidir (Gürcan ve Günaydın, 2004).

#### **1. 1. 4. 2. İnternet Haberciliğinde Güvenilirliğe Etki Eden Mesleki Etik Kurallar**

##### **1. 1. 4. 2. 1. Doğruluk, Dürüstlük**

Haberin bazı unsurlarının atlanılarak, kasıtlı bir şekilde eksik bırakılarak ya da yanlış yönlendirilerek verilmesi etik kurallarla bağdaşmamaktadır. Gazeteci, haberi ile ilgili unsurları kesin bir şekilde doğrulamaksızın yazması sonucunda büyük mağduriyetlere neden olmaktadır (Demir, 2005).

Gazeteci haberleri doğru ve dürüst bir biçimde hazırlayarak yayınlamalıdır. Habercinin temel amacı doğru bilgi vermektir. Doğru bilgi verirken de dürüst olmak zorundadır. Yalan ya da yanlış, gerçek dışı bilgi, dedikoduya dayalı bilgi haberin içerisinde yer almamalıdır. Gazetecinin dürüst çalışması onun güvenilirliğini arttıracaktır. Güven toplumsal bir gereksinim olup insanların birbirlerine yalan söylememesi ile oluşabilir. Bu anlamda haber de dürüstlük, gösteriş ve abartıdan uzak sade, basit bir anlatımı ifade eder (Kar, 2004).

Medya organizasyonlarında doğruluk ilkesi yaşamsal bir önem taşımaktadır. Haberin doğru olması gazetecilerin görevlerini sorumluluk bilinci içinde yaptıklarının kanıtı olarak görülmektedir. Gazetecinin doğru haber vermesi kolay bir iş olmamakta, gazeteci zaman baskısı içerisinde haberin arkasında yatan etmenleri okuyucusuna ulaştıramayabilmektedir. Bunun yanı sıra gazeteci haber üretirken dürüst olmalı, yalanları değil gerçeği yansıtmalıdır. Gerçeklik, dürüstlikle özdeşleşmektedir. Haberin doğruluğu, toplanan bilgi ve belgelerin doğruluğuna koşut bir biçimde oluşmaktadır. Gazeteci hiçbir durumda doğruluğu konusunda kuşku bulunan bilgi ve belgeleri yayınlamamalıdır. Haber kaynağından elde edilen bilginin hatalı olup olmadığı gazeteci tarafından denetlenmelidir. Gazeteci ulaştığı enformasyonun doğruluğunu araştırılmalı, enformasyonu en az iki farklı kaynaktan kontrol ettirmelidir. Haber kaynağından elde edilen bilgilerin doğruluğunun kanıtlanmasının ilk koşulu, aynı konuda diğer haber kaynak ya da kaynaklarına başvurup, o kaynak ya da kaynaklardan bilgiyi doğrulamaktır. Tek kaynağa dayandırılarak yazılan haberler genellikle riskli olarak nitelendirilmekte ve her zaman ikinci bir kaynağa sorulması gerekmektedir. İkinci kaynaktan elde edilen bilgi ilk kaynaktan alınan bilgiyi eleştiren ya da o bilginin karşıtı niteliğindeyse haber bu görüşlere yer verilerek, haberde denge unsuru sağlanarak yazılır (Yüksel ve Gürcan, 2005).

Tokgöz de haberin doğruluğunu kanıtlama amacıyla haberin değişik haber kaynaklarını karşılaştırarak denetlenmesi gerektiğini belirtir. Gazeteciler haberde geçen adların, adreslerin doğru olup olmadığını kontrol etmeli, haberde verilen ayrıntıların doğruluğunu araştırmalıdır. Gazeteci haberdeki temel gerçeklerden emin olmasının yanında haberi tamamlayıcı ayrıntılar ile ilgili kuşku barındırabilir. Bu durumda ilk baskıda veya bültende kuşku kanıtlanana kadar haberi niteleme yoluyla vermeyi uygun görmelidir (2003).

İnternet haberciliğinde de benzer yollar izlenerek, basın ahlak kurallarına bağlı kalınarak habercilik yapılmalıdır. Doğru bilgi vermek internet haberciliği yapan siteler için de tek amaç olmalıdır. İnternet haberciliği yapan sitelerin doğru bilgi vermesi kamusal sorumluluk açısından da önem taşımakta ayrıca haber sitelerinin toplum nazarında güvenilir olmasına neden olmaktadır. İnternet haber sitelerinde de haberin doğruluğu toplanan bilgi ve belgelerin doğruluğuna paralel bir biçimde oluşmakta ve gazeteci doğruluğundan emin olmadığı bilgi ve belgeleri yayınlamamalıdır. Gazeteci

kendisine ulaşan bilginin doğruluğu sorgulamalı ve çeşitli kaynaklardan doğrulama yoluna gitmelidir. İnternet habercisi bilgiyi nasıl aldığını ve onu internetten yayınlama amacının ne olduğunu okuyucularına açıklamalıdır. İnternet habercisi doğru ve dürüst bir yayıncılık gereği sitesine gelen maddi destekleri okuyucularına açıklamalıdır. İnternet haber sitesi, site üzerinde yer alan reklâmlardan siteye gelen maddi desteğe kadar her türlü parasal konuda okuyucularına açık olmalı ve şeffaf bir yayıncılık sergilemelidir. İnternet habercisi, haber yayınlamak için para ve hediye kabul etmemeli, haber kaynaklarının internet sitesinde yayınlanmasını istediği bir haberi hediye ya da para karşılığında sitede yayınlamamalıdır (Brayton, 2005).

İnternet haber sitelerinin uygulaması gereken doğruluk ve dürüstlük olgularına rağmen internetten yayılan enformasyon seçeneklerindeki artış doğru ve yanlış bilgi sayısındaki artışı da beraberinde getirebilmektedir. Dördüncü Kuvvet Medya adlı internet haber sitesi yayın yönetmeni Ertuğrul Acar internet teknolojisinin getirdiği olanaklardan dolayı haberin niteliğinden çok niceliğine önem verildiğini belirtmektedir.

“...ortalığa kaynağı belli olmayan bir haber düşüyor, herkes aynı haberi sorgusuz sualsiz yayınlıyor. Bir süre sonra ortalıkta dolaşan enformasyon kırıntısı anonim bir hal alıyor. Bağımsız haber siteleri nitelikten çok niceliğe önem veriyor. Ne kadar haber yayınlarsa o kadar iyi habercilik yaptıklarını düşünüyorlar” (Acar, 2005).

Özetle, doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler, söylentiler teknolojik gelişmişlikle beraber oldukça kolay ve hızlı bir biçimde dolaşıma girebilmekte bu durumda haberin güvenilirliğini etkilemektedir (Üstün, 2001).

#### **1. 1. 4. 2. 2. Nesnellik**

Nesnellik, basın ahlak yasalarının çoğunda yaygın bir şekilde kullanılan ilkedir. Haberin üretim aşamasından yayın aşamasına kadar gazetecinin hiçbir zaman tam bir tarafsızlığa ulaşamayacak olmasına rağmen bu konuyla ilgili arayışlar, teşvikler, girişimler devam etmektedir. Haber üretim sürecinde aktif bir rolü olan muhabirin en temel görevi, haberi nesnel bir biçimde okuyucularına sunmaktır. Bununla birlikte gazetecinin çalıştığı kurum ve gazetecinin o ana kadarki

getirmiş olduğu düşünsel dizgi bu durumun oluşmasını mümkün kılmamaktadır (Kar, 2004).

Haberin tam olarak nesnelliği söz konusu olamasa da nesnelliğe yaklaşabilmek için haberin çeşitli şekillerde yazılması gerektiğine dair oluşturulmuş düşünce kalıpları bulunmaktadır. Haberin nesnelliği haberin yansızlığıyla ilintili olup eleştirel kuramcılar haberin ve habercinin yansız olamayacağını nitelerken liberal kuramcılar haberin nesnel olması gerektiğini belirtmektedir (Yüksel ve Gürcan, 2005).

Nesnellik ilkesi, 1800'lü yılların ortasında gerçek anlamda popüler basının ortaya çıkışı ile birlikte adım adım gelişerek, yansız bir dünya görüşünü anlatmak için kullanılmış ve 1900'lü yılların başında ciddi ve güvenilir haberciliğin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Liberal yaklaşımlara göre nesnellik ilkesi, tarafsızlık ve dengelilik, haberin yorumdan ayrılması ve haberin yansız olması kavramlarına gönderme yapmaktadır. Bu bağlam içerisinde nesnellik ilkesi, değer yargılarından arınmış bir gazeteci metaforu üretmektedir. Gazeteci tarafsızlık anlayışı gereği haber metninde kendi görüşlerini açık bir biçimde yazmamalı ve farklı görüşlere eşit oranda yer vermelidir (İnal, 1996).

Haberde nesnel ölçülere özen göstermek basın etiğiyle doğrudan ilgilidir. Gazeteci haberi verirken bireysel etkilerden uzak, doğruyu yansız bir düzenleme ile olduğu gibi vermeli ve haberin içinde rol alıp haberin içeriğini değiştirmemelidir. Gazeteci haberin bir parçası olmamalı, kişisel, siyasi, ideolojik görüşlerinden soyutlanarak olaya yaklaşmalıdır. Gazeteci, haberde nesnelliği sağlayabilmek için haberi toplarken, yazarken ve yayına verirken öznel yorumlarını katmamaya çalışmalıdır. Bu üç aşama birbirine bağlı bir şekilde ilerlemekte ve herhangi bir aşamasında öznel davranım haberin genelini nesnellikten koparmaktadır (Bülbül, 2001).

Haber doğru ve gerçeğe en yakın bilgi demek olup haberi gerçeğe ve doğruya en yakın biçimde aktarmak titiz bir çalışmayı gerektirmektedir. Bir haberin nesnel olduğunu ifade edebilmek en az üç koşulun sağlanması ile mümkündür. Bu üç koşul haberi nesnel olmaya yaklaştıran asgari koşullar olarak görülmektedir. Bunlar; netlik, denge, eşit alan/eşit zaman unsurudur (Yüksel ve Gürcan, 2005).

Netlik, habercinin haberinde kaynak göstermesi demektir. Haberin içerisinde sunulan bilgilerin açık ve net olmadığı durumlarda veriler belli kaynaklara dayandırılarak ortaya konmalıdır. Haberin kaynağı belli değilse ve haber genellemelere

dayanıyorsa haberin nesnellüğünden bahsetmek zorlaşmaktadır. Haberin nesnel olabilmesi haber kaynaklarının açık ve yeterli düzeyde verilmesi, haberi yazan muhabirin adının belirtilmesiyle mümkün olabilmektedir (Yüksel ve Gürcan, 2005).

Denge unsuru, haberde karşıt görüşlerin bulundurulması anlamına gelmektedir. Bunun nedeni haberde ifade edilen bir iddia karşısında zor durumda kalan tarafın savunmasına yer verilmesi gerekliliğidir. Haberci ele aldığı olayı bütün boyutlarıyla ele alıp birçok farklı görüşü haberinde belirtmelidir. Haberci söz konusu görüş sahiplerinin tümünü görmeli, dinlemeli ve onlara eşit bir mesafede yaklaşmalıdır (Bülbül, 2001; Yüksel ve Gürcan, 2005).

Eşit alan ve eşit zaman ise haberde yer alan iddia sahiplerine eşit ve yeterli bir biçimde yer verilmesi anlamına gelmektedir. Haberde iddia sahiplerine, karşıt görüşlere, savunma yapması gereken tarafa aynı alanlarda eşit bir biçimde yer verilmelidir. Bu durum, haberin farklı görüşlere sütun/santim olarak kapladığı alan çerçevesinde gazete için eşit alan, televizyon haberlerin için ise eşit zaman ayırması anlamına gelmektedir. Genel anlamda bu üç ilkeye uyulması sonucunda haberde nesnellığe biraz daha yaklaşılabilmektedir (Bülbül, 2001; Yüksel ve Gürcan, 2005).

İnternet haberciliği, tam olmasa da belirli bir nesnellik koşullarına ulaşabilmek için yukarıda sayılan nesnellik kurallarına uymalıdır. Bununla birlikte internetin teknolojik özellikleri, geleneksel habercilik için doğru olabilecek nesnellik koşullarının bu araç üzerinde tam olarak uygulanabilmesini zorlaştırabilmektedir. Bir nesnellik koşulu olan netlik ilkesi, geleneksel yayım organlarındaki haberler için olduğu kadar internet haberciliği içinde uygulanması gerekmektedir. Bu anlamda haberin kaynağı ve haberi yazan muhabirin adının internet haber sitelerinde verilmesi gerekmektedir.

Haber sitelerinde yayınlanan haberlerde, sözlerine aktarma yapılan kişilerin o konunun uzmanı, yetkilisi, söz söylemeye yetkili kişisi olup olmadığına bakılmalıdır. Bunun yanı sıra sözlerinden alıntı yapılan kişinin görevine ve unvanına yer verilmesi de gerekmektedir. Online haber ortamında herkes rahat bir biçimde kendini ifade etme olanağı bulunduğundan, gerçekten haberde ele alınan konuyla ilgili söz söyleyebilecek uzmanlıkta ve yetkinlikte kişilere haberde yer verilip verilmediği önem taşımaktadır (Gürcan, 2005b).

Denge unsuru ve eşit alan / eşit zaman ilkesi ise haberde karşıt görüşte yer alan fikirlere ve iddia sahiplerine eşit bir biçimde yer vermeyi gerekli kılmakta -bu anlamda

da haberin geniş bir çerçevede ele alınması gerekmekte- olduğundan bu ilkenin internet haber siteleri üzerinde uygulanması zor olabilmektedir. İnternet haberciliği yapan sitelerde haberin geniş bir biçimde yazılmayıp, haberde geçen olayların kısa cümlelerle ifade edilmesi, haberde yer alan iddia sahiplerine eşit ölçüde geniş yer ayırmayı mümkün kılmamakta olmasına rağmen mümkün olduğu kadar iddia sahiplerine ait fikirlerin kısa bir biçimde de olsa haberin içinde verilmesi haberin nesneliği için anlamlı olmaktadır.

Bir diğer nesnellik koşulu olan haber ve yorumun ayrılması internet haber sitelerinde de uygulanmalıdır. İnternet haber sitesinde çalışan gazeteci haberini mümkün olduğu kadar öznel yorumlardan arındırmalı ve haber kaynaklarından gelen nesnel ifadelere yer vermelidir. Bu anlamda tam bir nesnellik oluşmasa bile bu tarz bir habercilik anlayışı ile nesnelliğe yakın bir gazetecilik yapmak mümkün olabilecektir.

#### **1. 1. 4. 2. 3. Editör Denetiminin Zayıflaması**

Editöryal sistem basın kuruluşlarında yayınlanan haberlerin içeriğinin okurun ilgisini çekecek şekilde yeniden yazılıp düzenlenmesini ve haber içeriğinin yeniden kurgulanmasını sağlamaktadır. Editör muhabir, ajans ve diğer haber kaynaklarından gelen haberleri yayın organının politikasına uygun olarak yeniden düzenleyip haberin okura ya da izleyiciye en ilgi çekici şekilde sunulmasını sağlamaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005). Muhabirler tarafından üretilen haberler işlenmemiş haberler olup yayın kurumunun politikası, ülke ve toplum menfaatleri, yasal dayanaklar, etik yaklaşımlar çerçevesinde okurun anlayacağı bir biçimde kısa ve öz olarak yeniden düzenlenmelidir. Muhabirler uzun veya tüm detayları içeren haberler yazabilmekte bu nedenle de haberlerin incelenmesi, gerekiyorsa kısaltılması, içindeki bilgilerin kontrol edilerek, şüpheli unsurların yeniden araştırılması ve şüphelerin ortadan kaldırılması, habere başlık ve spot çıkartılması, fotoğrafın seçilerek haberle sunulması yayın kurumundaki editörler tarafından gerçekleştirilebilecek görevlerdir. Haberlerin yeniden anlamlı bir düzene sokulmasından haber metninde kullanılan imla hatalarına kadar haber yayıncılığının toplum nezdinde güven kazanmasında editöryal sistem önemli bir işlev görmektedir. Bu anlamda haber yayıncılığında editöryal sistem ciddiyet ve güvenilirliğin sağlanmasında önemlidir (Gürcan, 2003b).

Editöryal sistemin geleneksel yayın organlarında gördüğü önemli işlev internet üzerinden yayın yapan haber sitelerini de kapsamaktadır. İnternet üzerinde akan bilgi oldukça fazla olup belli bir anındalık içerisinde okuyucuya sunulmaktadır. Bu anlamda editöryal sistem, internet üzerinden akan bilgilerin haber değeri açısından değerlendirilmesi, güvenilir olup olmadığının sorgulanması ve medya organı için bir denetim mekanizması yaratabilmesi açısından internet haber siteleri için önemli bir nitelik taşımaktadır. Bununla birlikte internet haber sitelerine bilgi akışının fazla olması, anında okuyucuya sunulması ve az kişinin çalışıyor olması gibi etmenlerle editöryal sistem işleyemeyebilmektedir.

Haber siteleri haberlerini editör denetiminden geçirmeden yayınlayabilmekte bu durum da internet yayıncılığında “kalite kontrolü” yapılmadığının bir göstergesi olmaktadır. Editöryal sürecin de haber üzerindeki etkisinin haberi yanlış kurgulamaya dönük bir durum yaratabileceği olasılığı bulunsa da editöryal işleminden geçirilmeden, ajanstan ya da çeşitli haber kaynaklarından derlenen haberlerin aynen elde edildiği biçimiyle yayınlanması ciddi boyutta ifade ve yazım yanlışlarına neden olabilmektedir. Yazım ve imla yanlışlarıyla dolu bir haber sitesinde, okuyucular haber sitesinin gerekli kontrolleri yapmadığını düşünebilmekte ve siteye olan güvenilirlik sarsılabilmektedir. Haber sitelerinde haberler çok hızlı bir biçimde siteye aktığından bazen haberler denetimden geçmeden yayınlanabilmektedir. Bu durum karşılaştığı binlerce bilginin gerçekliğini ispatlamak ya da haber değerini ölçmek konusunda okura sorumluluk yüklemektedir. Bu anlamda da gazetecinin ya da editörün yapması gereken iş okura yüklenmiş olmaktadır. Haber sitelerinde editöryal sürecin işlememesi, haber üzerindeki denetimi ortadan kaldırmakta, okuyucuya sorumluluk yüklemekte ve bu açılardan etik olarak çeşitli sorunlara neden olabilmektedir (Gürcan, 2005b).

Saphiro da bireysel erişim sayesinde araçların ortadan kalkmasının genelde olumlandığını ama haber doğruluğu söz konusu olduğu zaman bu araçların üstlenmiş olduğu sorumluluğu yeni dönemde üstlenecek kimsenin olmadığını ve internetten edinilen bilgilerin güvenilir olmadığını belirtmektedir. İnterneti bir haber kaynağı olarak kullanan gazetecilerin bu anlamda dikkatli olmaları gerekmektedir (2002).

Doğru olmayan haberleri elemek, yanlış yazılan haberleri düzeltmek, haberleri belli bir anlamdalık içine oturtmak gibi geleneksel gazetelerde editörün yaptığı işlevler internet haberciliğinde yapılamayabilmektedir. Haberlerde editöryal denetimin azalması

ve haberlerin bazen kontrolden geçmeden yayınlanması haberlerin güvenilirliği açısından olumsuz bir rol oynamaktadır (Gürcan 1999; Çevikel 2004). Net üzerinde okuyucuya sunulan enformasyon sayısındaki artış ve bu bilgilerin gerçekliğinin ispatlama görevinin okuyucuya bırakılmış olması bu güvensizliğin temel nedenini oluşturmaktadır. Geleneksel yayıncılıkta gazetecinin üstlenmiş olduğu görev internet yayıncılığında okuyucuya bırakılmakta bu anlamda da editöryal sistem, enformasyonun oldukça fazla olduğu internette, okuyuculara onları en çok etkileyecek gelişmeleri süzerek çıkarabilmek ve onların anlayacağı bir dilde sunabilmek açısından önem kazanmaktadır (Geray, 2005).

#### **1. 1. 4. 2. 4. Aşırma, Başkalarının Eserini Kendine Mal**

##### **Etme**

Basının etik sorunlarından birini de doğrudan haber çalmak oluşturmaktadır. Başka gazetede yayınlanan haberi, bir iki küçük cümle ve sözcük değişimiyle, kendine mal etmek de bu eylem içerisinde değerlendirilmektedir (Bülbül, 2001). Haber çalma bir basın organının haberinin ya da haberlerinin bir başka basın organı tarafından kendi haberiymiş gibi yayınlanması anlamına gelmektedir. Bu olgu haber hırsızlığı, haber çalma, haber aşırma, haber korsanlığı, intihal gibi sözcüklerle de ifade edilmektedir (Uzun, 2005). Muhabir ya da yazar bir başka haber ya da yazıdan “alıntı” yapması durumunda basın etiği çerçevesinde bunun mutlaka belirtilmesi gerekmektedir. Bu ilkeye uymayan muhabir ya da yazar başkasının haber ya da yazısını kendisine mal etmiş olmakta ve bu durum da genel ve mesleki etik kurallarla çelişmektedir. Başka yayın organlarından ya da ajanslardan alınmış bir haberi kaynakları belirtmeden doğrudan kendine mal etmek de doğru ve etik bir durum olmamaktadır (Bülbül, 2001). Habercinin yazdığı haberlerde, haber kaynakları mutlaka belirtilmelidir. Haber kaynağı belirtilmeden yazılan her bilgi gerçek dışı olması durumunda mesleğin inandırıcılığı ve güvenilirliğini zedelenmektedir (Yüksel ve Gürcan, 2005).

Basın organının kendi olanaklarıyla elde edemediği haberleri bir başka basın organından alarak kullanması gazetecilik mesleğinde yaygın ve kabul edilebilir bir alışkanlık olarak yer almaktadır. Bu durum gazeteciliğin mesleki pratikleri içerisinde



basın organının kendi çaba, araştırma ve kaynaklarını seferber ederek hazırladığı “atlatma” ya da “özel” haber diye adlandırılan habercilik türleri için de geçerlidir. Teknolojinin gelişmişlik düzeyinin düşük olduğu, bir olayın ancak ertesi günkü gazetelerde haber olarak görüldüğü dönemlerde bu alışkanlık bir sorun yaratmamaktadır. Sonraki süreçte teknolojik gelişmişlik ile birlikte haberin ömrü saniyelerle ölçülecek kadar azalmakta bu durum da orijinal kaynağa insanların hiçbir ödeme yapmadan ulaşmasına neden olmaktadır (Uzun, 2005) .

Teknolojinin gelişimi ile birlikte internet üzerinden yayıncılık yapan haber siteleri ortaya çıkmakta ve internetin sağladığı çeşitli olanakları kullanmaya başlamaktadır. İnternette yer alan bir haber kes-kopyala yöntemiyle başka bir haber sitesine alınabilmekte ve nereden alındığına dair bir kaynak gösterilmeden kullanılabilir. Bu anlamda internet üzerindeki haber siteleri, haber içeriklerinde bir yozlaşmanın yaşanmasına yol açabilmektedir. İçerik hırsızlığı olarak tanımlanabilen bu durum haber sitelerinin haberleri başka sitelerden izinsiz kopyalayıp kendi sitelerinde yer vermeleri ile oluşmaktadır. Haber sitelerinde yaşanan içerik hırsızlığı sorunu, genellikle haber ajanslarına abone olmadan, abone olan sitelerin haber sitelerinde yayınladığı haberleri alarak kendi haber sitesinde yeniden yayınlama olarak kendini göstermektedir (Gürcan, 2003b). Haberle organik bir ilişki kuramayan ve muhabir istihdamında zorlanan haber sitelerinde bu durum daha çok görülmektedir (Basım, 2005).

İnternet üzerinde yayınlanan yazılar, haberler belirli bir üretim sürecinden geçmektedir. Kişinin kendi ürününün bir başkası tarafından izinsiz alınıp kullanılması nasıl hoş gitmeyecek bir durum oluşturuyorsa, internet üzerinde de kişinin ahlaki olarak böyle bir durum yaratmaması gerekmektedir. İnternet üzerinde çoğunlukla makaleler, fotoğraflar, grafikler, videolar ve büyük seçme metinler kopyalanabilmektedir. Kişi internet üzerinden aldığı bu öğeleri nerden aldığına dair bir link (bağ) vermelidir. Bununla birlikte eğer sayfanın linkinin kaybolacağı düşünülüyorsa, okuyuculara yayının adı, yayının yazıldığı tarih ve yayının içeriği ile ilgili kısa bir özet verilmelidir (Brayton, 2005).

### 1. 1. 4. 2. 5. Cevap ve Düzeltme Hakkı

Basın meslek ilkelerinden biri olan cevap ve düzeltme hakkı yayın organlarında yer alan yanlış yayınlardan kaynaklanmaktadır. Cevap ve düzeltme hakkı, birey ve kuruluşlara, medyada kendileriyle ilgili yer alan gerçeğe aykırı iddialar karşısında bir tür savunma imkânı sağlamakta ve bu hakkın kullanılması ile kitle iletişim özgürlüğü ile bireysel hak ve özgürlükler belirli anlamlarda dengelenmiş olmaktadır. Bu anlamda medya özgürce haber verme görevini yerine getirirken bireysel hak ve özgürlükleri zedelediğinde birey de hakkını aynı biçimde yayın yolunu kullanarak uğradığı zararı telafi etme yoluna gidebilmektedir. Bu hakkın kullanımı ile her iki özgürlükte eşit şartlarda korunmuş olup kamuoyu da yanlış bilgilendirilmemiş olmaktadır. Birey, kendisini gerçeğe aykırı bir biçimde yapılandırmış ve kamuoyunu yanlış bilgilendirmiş olan habere karşı bu hakkını kullanarak cevap vermekte ve kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Kişi, kurum ya da kuruluşlara cevap ve düzeltme hakkının tanınmasının amacı, basın yayın yoluyla geniş kitleler önünde kişi, kurum ya da kuruluşların menfaatlerinin olumsuz etkilenmesine karşılık, aynı güçle kendilerini savunma hakkı tanımaktır. Cevap ve düzeltme hakkına hangi içerikli yayınların neden olacağı tartışma konusu olmaktadır. Bu konuda iki temel görüş bulunmakta, bazı yazarlar cevap ve düzeltme hakkının kullanılabilmesi için kişinin, basın yayın yoluyla adının anılmasını veya kendisinden bahsedilmesini yeterli görmektedir. Bu yazarlar, kişinin, adının anıldığı ya da kendisinden bahsedildiği yayın içeriğinde kendisinin düzeltilmesini yararlı gördüğü durumlar için bu hakkı kullanabilmesi gerektiğini, böylece cevap ve düzeltme hakkının, mutlak ve genel anlamda olması gerektiğini ifade etmektedirler. Diğer görüşü savunan yazarlara göre ise cevap ve düzeltme hakkının kullanılması için bazı koşulların oluşması gerekmektedir. Bu yazarlar da cevap ve düzeltme hakkının bu şekilde kullanılması ile basın yayın özgürlüğünün gereksiz yere kısıtlanmasının önüne geçilebileceğini düşünmektedirler (Kar, 2004).

Cevap ve düzeltme hakkı kişilik hakkının korunmasına yönelik bir yöntem olduğu kadar kamusal bir değer de taşımaktadır. Bu anlamda çeşitli kanuni yaptırımlarla bu hakkın korunmasına çalışılmaktadır. Türkiye’de ilk kez 1961 Anayasasının 27. maddesi ile gündeme gelen bu hak, 1982 Anayasasının 32. maddesi ile anayasal düzenlemenin konusunu oluşturmaktadır (Bülbül, 2001). Bu anlamda cevap ve

düzeltilme hakkının koşulları yasalarla güvence altına alınarak anayasal bir nitelik kazanmaktadır. Bu madde şöyledir:

“Düzeltilme ve cevap hakkı, ancak kişilerin haysiyet ve şereflerine dokunulması veya kendileriyle ilgili gerçeğe aykırı yayınlar yapılması hallerinde tanınır ve kanunla düzenlenir. Düzeltilme ve cevap yayımlanmazsa, yayımlanmasının gerekip gerekmediğine hâkim tarafından ilgilinin müracaat tarihinden itibaren en geç yedi gün içerisinde karar verilir” (Anayasa, 1982a).

Kanun, haysiyet ve şerefe dokunan yayının gerçekleri yansıtması durumunda da cevap ve düzeltilme hakkının doğduğunu kabul etmekte ve asıl önemli olanın yayının haysiyet ve şerefe dokunması olduğunu belirtmektedir (Kar, 2004).

Medya, haberde yer alan kişilere ilişkin suçlamaları aktarırken bazı etik yükümlülükleri yerine getirmelidir. Suçlanan kişiye ulaşmak ve cevap hakkını kullanmasını sağlamak bu yükümlülüklerin başında gelmektedir. Bir diğer yükümlülük ise gazetecilerin kişilere yönelik suçlamaların doğruluğunu araştırması gerekliliğidir. Gazetecinin haberinde kaynak göstererek suçu başkasına atma hakkı bulunmamaktadır (Yiğitoğlu, 2006).

Cevap ve düzeltilme hakkı ile ilgili geleneksel basın organları için gerçekleştirilen bu düzenlemeler internet yayıncılığının gelişmesiyle ortaya çıkan internet haber siteleri için de geçerliliğini korumaktadır. İnternet haber siteleri de yayınlarında kişinin kendisine yönelik çıkan bir haberi gerçek dışı bulmasından kaynaklı olarak cevap ve düzeltilme hakkı istemesini uygulamalıdır. İnternetin niteliğinden kaynaklı olarak bu hakkın uygulanmasında sorunlar bulunmaktadır. Geleneksel yayıncılık için cevap ve düzeltilme hakkının kullanılmasının kanuni sınırlarının çizilmesine karşın internette bu durum mümkün olamamakta ve hukuki boşluklar bulunmaktadır. Cevap ve düzeltilme hakkının internet haber sitelerinde uygulanması kanuni bir nitelikten ziyade ahlaki bir nitelik taşımaktadır. Bu durum ise ister istemez bir keyfiliğe yol açmakta, böylece internet haberciliğinin güvenilirliği büyük ölçüde zedelenmektedir.

### 1. 1. 4. 2. 6. Özel Hayatın Gizliliği

Gizlilik mahremiyet ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Mahremiyet, başkalarının istenmeyen davranışlarından korunma hali olup gizlilik mahremiyeti sağlama yoludur. Gizlilik ve gizliliğin korunmasına önem vermek basın etiğinin önemli konularındandır. Gizlilik bütün bireylerin en önde gelen haklarından olmakta ve bu hak yasalarla korunmaktadır (Bülbül, 2001). 1948 İnsan Hakları Evrensel Bildirisinin 12. maddesi özel hayatın gizliliğinin korunması gerekliliğini şu şekilde belirtmektedir. “Hiç kimse özel hayatı, ailesi, meskeni veya yazışması hususlarında keyfi karışmalara, şeref ve şöhretine karşı tecavüzlere maruz bırakılamaz. Herkesin bu karışma ve tecavüzlere karşı kanun ile korunmaya hakkı vardır” (UNİCEF, 1948). Türkiye’de ise anayasanın 20. maddesinde özel yaşamın gizliliği kanunen koruma altına alınmıştır. Bu madde, “herkes özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz” ifadesiyle özel yaşamın gizliliği korunmaktadır (Anayasa, 1982b).

Özel hayatın gizliliği kanunlarla teminat altına alınmış olmasına rağmen birçok ülkede medya etik kodları içerisinde özel hayatın gizliliğinin korunması prensibine öncelik verilmektedir. Özel hayatın gizliliğini ortadan kaldıracak tek istisna ‘kamu yararı’nın bulunduğu durumlar olmakla birlikte kamu yararının ve özel hayatın gizliliğinin sınırının ne olduğu önemli bir tartışma konusudur. Gizlilik hakkının kamu yararı adına belirli koşullarda aşılabileceğine ilişkin uygulamalar bulunmaktadır. Belirli koşullarda gizliliğe uyulmayacağı kabul edilmekle birlikte bu davranış daha büyük yararlar adına meşrulaştırılmaktadır. Kamu yararının sınırının nereye kadar olacağı konusunda objektif bir sınırlama bulunmamaktadır. Bununla birlikte özel hayata ilişkin haber, yorum ve görüntülerin sunumunda gizli kamera, gizli ses ve kayıt düzeni, tele objektif gibi yöntemlerle uzaktan, haber vermeksizin görüntü alma ve dudak okuma yöntemiyle konuşmaları aktarma genel olarak etik dışı görülmekte ve kimi ülkelerde bu konular için hukuki düzenlemeler yapılmaktadır (Demir, 2005).

Gizliliğin etik sınırlarının basın tarafından nasıl çizileceği üç farklı grup içinde ele alınmaktadır. Birinci grup, gizliliği kendilerince oluşturan ve takviye eden kişileri kapsamakta; ikinci grup, kendileri istemeden halkın sürekli gözü önünde bulunan kişileri kapsamakta; üçüncü grup, toplumda güç sahibi olan politikacıları ve onlara

benzer kişileri kapsamaktadır. Gazeteciler toplumsal yaşamın çeşitli alanlarında ünlü olan kişileri izlemekte ve bu kişileri haber, röportaj ve diğer yazınsal türlerle gündeme getirmektedir. Kamuoyu ise bu kişilerin hayatlarını detaylı olarak öğrenmek eğilimindedir. Gazeteci, istenmediği takdirde kişilerin özel yaşamını kamuoyuna sunmamalıdır (Bülbül, 2001).

Gazeteci toplumsal sorumluluğunun bilincinde olarak kamu çıkarının gerektirdiği durumlar haricinde kişilerin özel yaşamını yayın konusu yapmamalıdır (Ulusoy, 2001). Bu durum internet haberciliği yapan siteler için de geçerli olmaktadır. İnternet haber siteleri toplumsal sorumluluk taşıyarak haber yayını yapmalı ve basın meslek ilkelerine uymalıdır. Bununla birlikte internet ortamında gerçekleştirilen yayıncılıkta hukuki boşlukların bulunması özel hayatın gizliliğinin ihlal edilmesine neden olabilmektedir. Birsen'e göre gizli çekilerek yayınlanan video görüntüleri ve fotoğraflarla, kimin yaptığı belli olmayan ancak belirli bir kişiye dönük zarar verici içerik taşıyan özel hayata müdahale eden siteler artık kimse için şaşırtıcı değildir (2005).

Özel hayatın gizliliğinin geleneksel yayın organlarında korunması gerekliliği internet ortamında haber yayını yapan siteler içinde geçerli olmakla birlikte internet medyumunda izlerkitlenin aktif rol üstlenmesi internet haber sitelerine ek birtakım sorumluluklar yüklemektedir. Genellikle çerez dosyaları aracılığıyla izlenen internet kullanıcısı, sitenin kendisinden doldurmasını istediği formla demografik özelliklerini ve elektronik posta adresini bildirmektedir. Site içindeki hareketlerin takip edilmesine olanak sağlayan çerez dosyaları, sitenin kendisini geliştirmesine yardımcı olacak bilgileri, internet kullanıcısının bilgisayarında, geçici internet dosyaları klasörünün içinde depolayarak çalışır. İnternet siteleri bu bilgi yükünü kendi bilgisayarlarında depolamaz kendileri için gerekli olanı alırlar. İnternet siteleri için ilk etapta gerekli olan hangi sayfalara girildiği ve buralarda ne kadar kalındığıdır. İnternet kullanıcısı bir form doldurarak elektronik posta adresini verdiği bir sitede cinsellikle ilgili bir haber okuduysa ve bu tür haberleri okuyanlar izleniyorsa bu konuyla ilgili bir sınıflandırmanın içinde yer alabilir. İnternet kullanıcısının elektronik posta adresi potansiyel müşteri olarak cinsellik ürünleri satan şirketlerden, pornografi sitelerine kadar bu sektördeki herkes için edinilmek istenecek ticari bir ürün haline gelebilir. Bu bilgiler ikinci ve üçüncü şahıslara da satılabilir. Bu anlamda haber siteleri de dahil olmak üzere internet

üzerinde yer alan siteler okur bilgilerinin özel hayat sınırları içine girdiğine dikkat etmeli ve ticari anlamda bu bilgileri kullanmamalıdır (Birsen, 2005).

İnternet medyumunun teknolojik yapısından kaynaklı var olan sorunların çözümünde meydana gelen hukuki boşlukların ve bu boşlukların neden oldukları sorunların kısa vadede çözümünün zor olmasıyla birlikte bireylerin yaşamlarında etik kurallara uygun davranışlar sergilemesi sorunların kısa vadede çözümü için yol gösterici olabilmektedir.

### 1. 1. 4. 2. 7. Hakaret, İftira, Karalama ve Temelsiz

#### İthamlar

Medyanın, haber ve yorumlarında kişinin onurunu ya da ahlâki karakterini hedef alan dayanaksız suçlamalara yer vermemesi gerekmektedir. Bununla birlikte kasıtlı bir biçimde iftira, karalama ve küçültücü ifadeler kullanma mesleki etik ilkeler arasında en ciddi hak ihlalleri olarak görülmektedir (Demir, 2005). İftira, karalama ve temelsiz ithamlar “yalan habercilik” konusu çerçevesinde değerlendirilebilmekte ve “yalan habercilik” basın etiği bağlamında okuyucuların güvenilirliği açısından önemli bir sorun oluşturmaktadır. Sansasyonel habercilikte bu yanlışlığa sıkça tanık olunmakla birlikte kamuoyu nezdinde ortaya çıkan “basın yalan haber yazıyor” iddiası genelde bu tür habercilik anlayışının genellenmesi ile ortaya çıkmaktadır (Bülbül, 2001).

Birinci Ulusal ve Pan-Amerikan Basın Kongresi'nin 1942 yılında kabul ettiği “Gazeteci'nin On Emri”nde, gazetecinin iftira, karalama, onur kırıcı suçlamalar ve temelsiz ithamlarda bulunmasının en ciddi meslekî suç kategorisine girdiğini belirtmektedir. Birinci Ulusal ve Pan-Amerikan Basın Kongresi'nin belirlediği bu kural pek çok ülkenin basın etik ilkelerinde yer almaktadır. Türkiye’de Basın Konseyi de kişilerin ve kuruluşların, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelerle yer verilemeyeceğini belirtmektedir (Demir, 2005).

Hakaret yasal olarak belli hükümlere bağlanmış olup bu hükümler internet haberciliği yapan siteleri de kapsamaktadır. Türk Ceza Kanunu'nun 6. maddesinin 1. fıkrasının g bendinde; “basın ve yayın yolu ile deyiminden; her türlü yazılı, görsel, işitsel ve elektronik kitle iletişim aracıyla yapılan yayınlar” (Türk Ceza Kanunu, 2004a)

anlaşılır ibaresiyle internet haberciliğinin de bu kapsam içinde değerlendirildiği görülmektedir. Hakaret fiilide Türk Ceza Kanunu'nda yasal olarak hükme bağlanmış olup cezai yaptırımı bulunmaktadır. Türk Ceza Kanunu'nda hakaret “Şerefe Karşı Suçlar - Hakaret” konu başlığıyla sınıflandırılıp 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131 sayılı maddelerle cezai hükme bağlanmıştır. Türk Ceza Kanunu'nun 125. maddesinin 1. fıkrasında ; “Bir kimseye onur, şeref ve saygınlığını rencide edebilecek nitelikte somut bir fiil veya olgu isnat eden veya sövmek suretiyle bir kimsenin onur, şeref ve saygınlığına saldıran kişi, üç aydan iki yıla kadar hapis veya adli para cezası ile cezalandırılır...” (Türk Ceza Kanunu, 2004b) denmektedir.

Hakaret, iftira, karalama ve temelsiz ithamlarla ilgili yasal kurallar internet üzerinde habercilik yapan haber sitelerini de kapsamaktadır. Bununla birlikte internetin geleneksel kitle iletişim araçlarından ayrılan özellikleri nedeniyle internet ortamı üzerinde yasal kuralların uygulanması mümkün olamayabilmektedir. İnternet üzerinde ciddi ve gazetecilik meslek etiği kurallarına uygun yayın yapan haber siteleri olduğu gibi bu kurallara uymayan haber siteleri de bulunmakta ve bu siteler internet okuyucusunda internet haber sitelerinin tümünün güvenilir olmadığı izlenimini yaratabilmektedir. “İnternette de ciddi yayınlar ve bulvar yayınları karşıtlığı hâkim. Kimi portallarda sadece dedikodular yer alıyor. Kimilerinde kendi görüşlerini yaygınlaştırmaya uygun yayınlar var. Kiminde ise habercilik” (Erinç, 2005). Bu anlamda internet üzerindeki haber sitelerinin en azından gazeteciliğin mesleki etik ilkelerini uygulaması yaşanan olumsuz durumların önüne geçilmesini bir ölçüde de olsa sağlayabilecektir.

## 1. 2. Amaç

Bu çalışmada İstanbul, Ankara ve İzmir illeri özelinde iletişim fakültesi öğrencilerinin internetin güvenilirliği ile ilgili tutumlarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla şu sorular yanıtlanmaya çalışılmıştır.

- a. Öğrencilerin internet haberciliğinde doğruluk denetimine ilişkin tutumları nelerdir?
- b. Öğrencilerin internet haberciliğinde kaynak kullanımına ilişkin tutumları nelerdir?

- c. Öğrencilerin internet haberciliğinde kâr olgusuna ilişkin tutumları nelerdir?
- ç. Öğrencilerin internet haberciliğinde nesnellik olgusuna ilişkin tutumları nelerdir?
- d. Öğrencilerin internet haberciliğinde ideolojik yönlendirmeye ilişkin tutumları nelerdir?
- e. Öğrencilerin internet haberciliğindeki hukuksal yaptırımlara ilişkin tutumları nelerdir?
- f. Öğrencilerin internet haberciliğindeki özel hayatın gizliliğine ilişkin tutumları nelerdir?

### **1. 3. Önem**

Araştırmanın önemi internet haberciliğinde etik standartların geliştirilmesi sürecinde izler kitleye, haber sitelerine, yasa oluşturuculara ve akademisyenlere yol gösterici önerilerde bulunmaktır.

### **1. 4. Sınırlılıklar**

Araştırma sonuçlarının genellenmesinde etkili olan bazı sınırlılıklar şunlardır:

- a. Bu araştırma 15.12.2005 ve 15.01.2006 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.
- b. Araştırma İstanbul, Ankara, İzmir illerinde yer alan 14 iletişim fakültesinde okuyan 11461 öğrencinin yaklaşık %5'ini oluşturan 539 öğrenci ile sınırlıdır.
- c. İstanbul, Ankara ve İzmir illeri, iletişim fakültesi öğrencilerinin en yoğun olarak bulunduğu iller olduğundan araştırma bu üç ille sınırlıdır.



## **2. YÖNTEM**

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma kümesi, verilerin toplanması, çözümü ve yorumlanması ile ilgili bilgiler verilmiştir.

### **2. 1. Araştırmanın Modeli**

Araştırma modeli, en genel anlamda, araştırma amacına uygun ve ekonomik bir süreçle, verilerin toplanması ve analizi için gerekli koşulların düzenlenmesidir. Bu araştırma, temel araştırma modeli olan tarama modeli uygulanarak elde edilecek bilgiler doğrultusunda hazırlanacaktır. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen varolan bir durumu varolduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımları olup araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne kendi koşulları içinde, olduğu gibi tanımlanmaktadır. Bu araştırmada internet haberciliğine olan güvenilirliğin araştırılıp, var olan durumun olduğu gibi ortaya konulması amaçlandığından genel tarama modeli seçilmiştir. “Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile, evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir” (Karasar, 1999: 79). Tarama modeli çerçevesinde varolan somut duruma ilişkin bilgileri elde edebilmek için bir yazışma tekniği olan anket uygulanmıştır.

### **2. 2. Çalışma Kümesi**

Bu araştırmanın çalışma kümesini İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde bulunan iletişim fakültelerinde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu illerdeki öğrenciler arasından da olasılıksal olmayan örneklem tekniklerinden yargısal örneklem yöntemine göre seçim yapılmıştır. Bu örneklem yönteminin temel özellikleri; katılımcılara ulaşılmasının kolay, temsil gücünün yüksek ve maliyetin düşük olmasıdır. Ayrıca bu illerin seçilmesinin en önemli nedenlerinden biri de bu illerin ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan internet kullanımının en yoğun olarak gerçekleştirildiği merkezler

olmalarıdır. Bu anlamda Yükseköğretim Kurulundan alınan veriler ışığında bünyesinde iletişim fakültesi bulduran Ankara, İzmir, İstanbul illerindeki üniversitelerin iletişim fakültelerinde yer alan öğrenci sayıları aşağıda verilmektedir. İzmir ilinde bulunan Yaşar Üniversitesiyle yapılan görüşme sonucunda bu üniversitenin iletişim fakültesinde öğrenci bulunmadığı kaydedilmiş olup anket çalışması gerçekleştirilmemiştir. Araştırmanın gerçekleştiği üniversitelerdeki iletişim fakültelerinde toplam 11461 öğrenci bulunmaktadır.

### **Ankara**

- Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi: 1154 öğrenci
- Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi: 810 öğrenci
- Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi: 497 öğrenci

### **İzmir**

- Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi: 1117 öğrenci
- İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi: 201 öğrenci

### **İstanbul**

- Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi: 478 öğrenci
- Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi: 192 öğrenci
- İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi: 1209 öğrenci
- İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi: 1854 öğrenci
- İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi: 266 öğrenci
- Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi: 258 öğrenci
- Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi: 482 öğrenci
- Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi: 1842 öğrenci
- Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi: 1101 öğrenci

Ankara, İstanbul ve İzmir’de yer alan 14 iletişim fakültesinden seçilen öğrenci sayısı ise “oransal yöntem” ile saptanmıştır. Bu yöntem ile Ankara, İzmir ve İstanbul’da yer alan iletişim fakültelerindeki toplam öğrenci sayısının belirlenen örneklem büyüklüğüne olan oranı saptanmıştır. Bu yöntem çerçevesinde Ankara, İzmir, İstanbul

illerindeki üniversitelerin iletişim fakültelerinden alınan örneklem sayıları aşağıda verilmiştir. Çalışma toplam 539 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir.

### **Ankara**

- Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi: 54 öğrenci
- Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi: 37 öğrenci
- Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi: 25 öğrenci

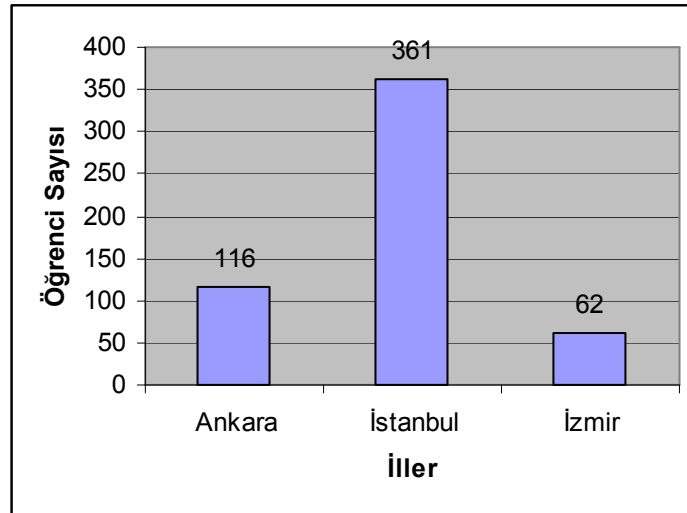
### **İzmir**

- Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi: 52 öğrenci
- İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi: 10 öğrenci

### **İstanbul**

- Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi: 22 öğrenci
- Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi: 10 öğrenci
- İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi: 57 öğrenci
- İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi: 87 öğrenci
- İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi: 13 öğrenci
- Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi: 12 öğrenci
- Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi: 22 öğrenci
- Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi: 86 öğrenci
- Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi: 52 öğrenci

Şekil 3'te illere göre iletişim fakültelerinde anket yapılan öğrenci sayısı gösterilmektedir.



**Şekil 3. İllere Göre İletişim Fakültelerinde Anket Yapılan Öğrenci Sayısı**

Bu çalışmada, Ankara, İzmir, İstanbul illerindeki iletişim fakültelerinde toplam 539 öğrenci ile görüşülmüştür. Ankara ilinde toplam 116 öğrenci, İzmir ilinde toplam 62 öğrenci ve İstanbul ilinde toplam 361 öğrenci ile görüşülmüştür. Anket çalışması yapılan öğrenci sayısının, illere göre farklılaşmasının temel nedeni Ankara, İzmir ve İstanbul'da seçilen üniversitelerdeki iletişim fakültelerinde yer alan öğrenci sayısının genel oranıdır.

Araştırmanın güven düzeyi açısından bakıldığında da araştırmanın %95'lik güven düzeyi için alınması gereken örneklem sayısını sağladığı görülmüştür. Güven düzeyi göz yumulabilir yanılğı payının oranını belirtmektedir. Güven düzeyinin %95 olduğu bir araştırmada hata payı %5 oranındadır. Tablo1'de göz yumulabilir yanılğı sınırları içinde hesaplanan örneklem büyüklükleri verilmektedir. Tablo farklı büyüklükteki evrenlerin %95 güven düzeyini sağlaması için alması gereken minimum örneklem sayılarını belirtmektedir (Bal, 2001). Bu tabloya göre araştırmanın evrenini oluşturan Ankara, İzmir, İstanbul illerindeki üniversitelerin iletişim fakültelerinde yer alan denek sayısı 11.461 olup %5 güven düzeyine göre minimum alınması gereken öğrenci sayısı 370'dir. Bu araştırmanın örneklemine oluşturan denek sayısı ise 539 olup %5'lik güven düzeyi için alınması gereken örneklem sayısını sağlamaktadır.

**Tablo 2. Farklı Büyüklükteki Evrenler İçin %95 Güven Düzeyine Göre Örneklem Büyüklüğü**

Evren Büyüklüğü	1%	2%	3%	4%	5%
1.000	-	-	-	375	278
2.000	-	-	696	462	322
3.000	-	1334	787	500	341
4.000	-	1500	842	522	350
5.000	-	1622	879	536	357
10.000	4899	1936	964	566	370
20.000	6489	2144	1013	583	377
50.000	8057	2291	1045	593	381
100.000	8763	2345	1056	597	383
500.000+	9423	2390	1065	600	384

(Bal, 2001: 115)

### 2. 3. Verilerin Toplanması

Araştırmada, Ankara, İstanbul ve İzmir’de yer alan 14 üniversitedeki iletişim fakültelerinde saptanan sayıdaki öğrencilerin verilerini toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. “Anket, belli bir amaç ve plana göre düzenlenmiş soru listesidir” (Karasar, 1999: 176). Verilerin yorumlanması için de istatistik paket programı olan SPSS kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS’e tek tek girilmiş, güvenilirlik ve anlamlılık testi yapılarak yorumlanmıştır.

Çalışmada kullanılan anket ekte verilmiştir. Anket formu toplam 28 sorudan oluşmuştur. Anket formu birinci ve ikinci bölüm olarak iki kısma ayrılmıştır. Bunun amacı verilerin sınıflandırılması ve yorumlanması aşamasında araştırmacıya kolaylık sağlamasıdır. Anket formunun ilk bölümünde demografya ve internete ilişkin sorular; ikinci bölümünde ise internet gazeteciliğine duyulan güveni tespit etmeye yönelik sorular sorulmuştur. Anket formunda yer alan sorular Likert Tutum Ölçeği’ne uygun bir biçimde oluşturulmuştur. “Likert Tutum Ölçeği, tutumları en kolay ve doğrudan ölçen bir yöntemdir” (Kağıtçıbaşı, 1999: 136). Ölçek; “tamamen katılıyorum”, “katılıyorum”, “kararsızım”, “katılmıyorum” ve “hiç katılmıyorum” şeklinde derecelendirilmiştir. “Tamamen katılıyorum”a 1, “katılıyorum”a 2, “kararsızım”a 3, “katılmıyorum”a 4 ve “hiç katılmıyorum”a 5 rakamı verilerek SPSS paket programına veri girişi yapılmıştır.

Likert Tutum Ölçeği'nde verilen bu rakamlar niceliksel bir değeri ifade etmemekte sadece verileri çözümlenmede kolaylık sağlamaktadır.

#### 2. 4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

Gerçekleştirilen çalışmada 539 öğrenci ile görüşülmüştür. Gerçekleştirilen araştırma güvenilirlik testinden geçirilmiş ve alfa katsayısının değeri 0,8495 bulunmuştur. Alfa ( $\alpha$ ) katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme kriteri aşağıda verilmektedir. Bu kritere göre araştırma yüksek derecede güvenilirdir.

“ $0.00 \leq \alpha \leq 0,40$  ise ölçek güvenilir değildir.

$0.40 \leq \alpha \leq 0,60$  ise ölçek düşük güvenilirliktedir.

$0.60 \leq \alpha \leq 0,80$  ise ölçek oldukça güveniliridir.

$0.80 \leq \alpha \leq 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir” (Özdamar, 1999: 522).

Araştırma için anlamlı bir sonuç taşıyan ve tezin araştırdığı konu ile bağlantılı olan her ilişki ayrı ayrı tablolaştırılmıştır. Soruların anlamlılık seviyeleri de “Chi - Square” testi sonucuna göre belirlenmiştir. “Pearson Chi-Square” testinin ortaya çıkardığı sonuçlara göre anlamlılık seviyesi belirlenmiştir. Çıkan sonucun 0,05'ten küçük olması var olan durumun anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır.

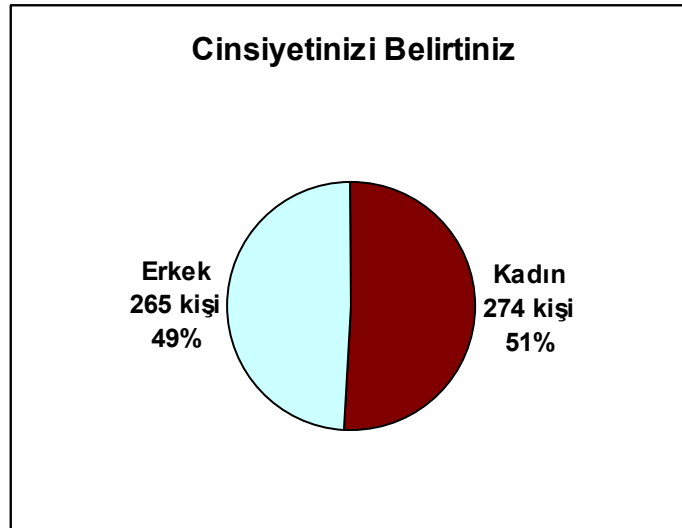
### 3. BULGULAR VE YORUM

#### 3. 1. Demografik Özellikler

Ankette yer alan birinci bölüm soruları katılımcıların demografik özellikleri ile ilgilidir.

##### 3. 1. 1. Cinsiyet Dağılımı

Anket çalışmasının ilk sorusu katılımcıların cinsiyetini belirtir niteliktedir. Şekil 4'te araştırmada yer alan kadın ve erkek sayıları gösterilmektedir. Anket çalışmasında 274 kadın, 265 erkek yer almıştır. Çalışmada ankete yanıt veren kadınlar yüzde 51, erkekler ise yüzde 49'luk bir dilim oluşturmaktadır.



Şekil 4. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

**Tablo 3. Katılımcıların Üniversitelere Göre Cinsiyet Dağılımı**

	Cinsiyetinizi belirtiniz.		Toplam
	erkek	kadın	
Galatasaray	5	5	10
Maltepe	11	11	22
İstanbul Ticaret	7	6	13
Gazi	24	13	37
Ege	25	27	52
İzmir Ekonomi	5	5	10
İstanbul	37	20	57
İstanbul Bilgi	27	60	87
Ankara Üniversitesi	28	26	54
Marmara	47	39	86
Başkent	13	12	25
Bahçeşehir	7	15	22
Kadir Has	7	5	12
Yeditepe	22	30	52
Toplam	265	274	539

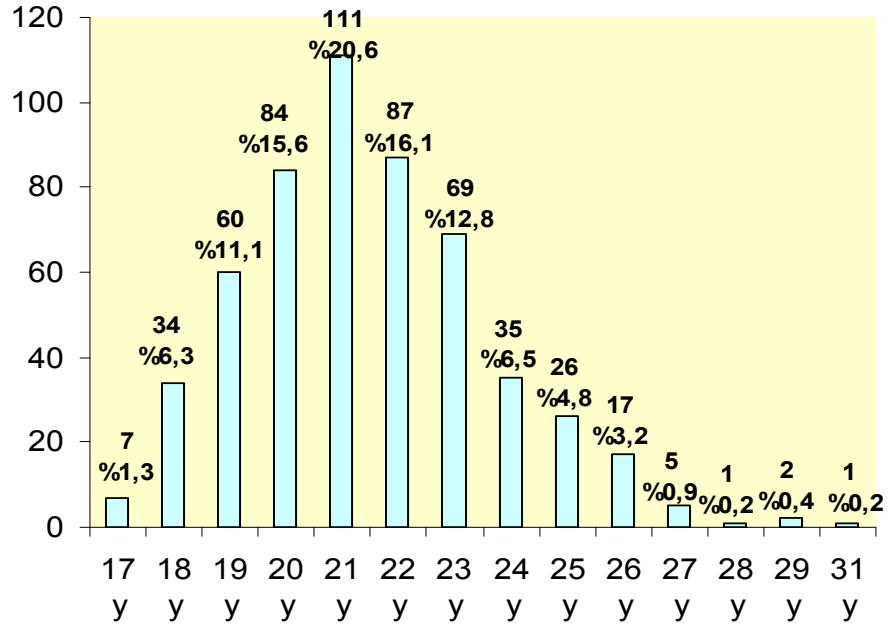
Tablo 3'ten de görülebileceği gibi kadın ve erkek katılımcı sayıları yaklaşık olarak birbirine eşittir. Bununla birlikte Gazi, İstanbul Bilgi, Marmara ve Yeditepe Üniversitelerinde erkek ve kadın sayıları bir miktar değişkenlik göstermektedir.



### 3. 1. 2. Yaş Dağılımı

Anket çalışmasının ikinci sorusu katılımcıların yaşını belirtir niteliktedir.

Şekil 5'te anket çalışmasının yapıldığı katılımcıların yaş dağılımı verilmektedir.

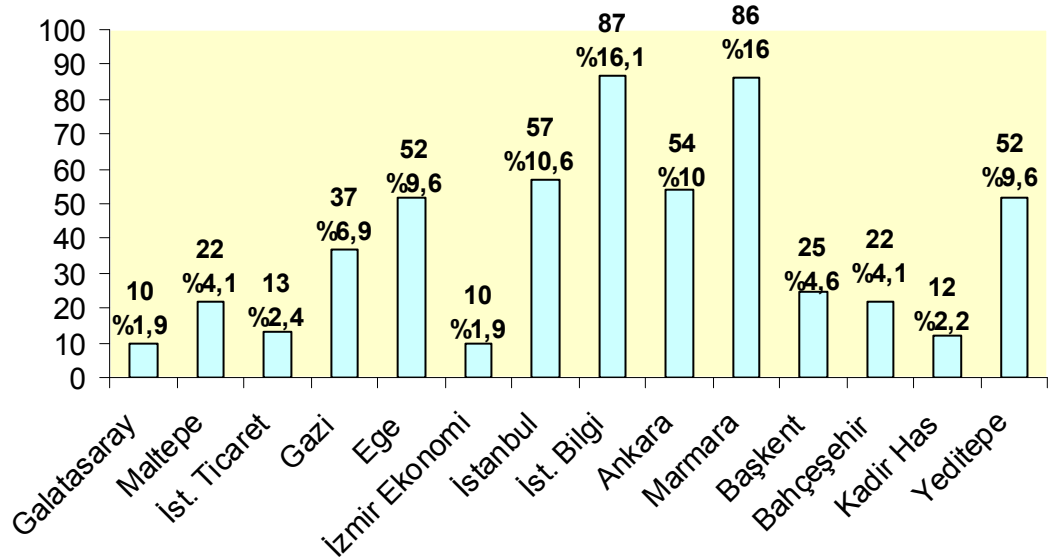


Şekil 5. Katılımcıların Yaş Dağılımı

Şekil 3'te de görüldüğü gibi 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24 yaşlarında katılımcıların yoğunlaştığı görülmekte bununla birlikte 17, 25, 26, 27, 28, 29, 31 yaş aralığında ise katılımcıların sayılarının azaldığı görülmektedir.

### 3. 1. 3. Okunulan Üniversitelerin Dağılımı

Anket çalışmasının üçüncü sorusu katılımcıların okudukları üniversiteleri belirtir niteliktedir. Araştırmada elde edilen veriler şekil 6'da gösterilmektedir.



Şekil 6. Katılımcıların Üniversitelere Göre Dağılımı

Yöntem bölümünde de belirtildiği gibi katılımcıların seçilmesinde oransal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Buna göre en fazla katılımcı sayısı İstanbul Bilgi ve Marmara Üniversiteleri'ndedir. En düşük katılımcı sayısı ise Galatasaray ve Kadir Has Üniversiteleri'ndedir.

### 3. 1. 4. Okunulan Bölümlerin Dağılımı

Anket çalışmasının dördüncü sorusu katılımcıların okudukları bölümleri belirtir niteliktedir. Üniversitelerin iletişim fakültelerinde yer alan bölümler dört kategori içerisine alınmıştır. Bu bölümlerin dört kategoriye alınmasının temel nedeni çalışmayı kolaylaştırma ve çalışmanın kolay anlaşılmasını sağlamaktır. Bölümleri ders içerikleri bağlamında dört gruba ayırmak mümkündür:

a. İletişim (iletişim, görsel iletişim gibi genel olarak iletişim konusunun kapsamı içerisindeki bölümleri kapsamaktadır)

b. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (halkla ilişkiler, reklamcılık gibi genel olarak reklam ve halkla ilişkiler konusunun kapsamı içerisindeki bölümleri kapsamaktadır)

c. Radyo, Sinema ve Televizyon (sinema, televizyon, radyo gibi genel olarak televizyon yayıncılığı ve radyo yayıncılığını temel alan bölümleri kapsamaktadır)

ç. Gazetecilik (basın, yayın, gazetecilik gibi genel olarak gazete yayıncılığını temel alan bölümleri kapsamaktadır)

Şekil 7’de araştırmanın yapıldığı üniversitelerdeki bölümlerde yer alan toplam katılımcı sayısı ve yüzdeleri verilmektedir.



**Şekil 7. Katılımcıların Fakültelerde Yer Alan Bölümlere Göre Dağılımı**

Araştırmanın yapıldığı üniversitelerde 110 kişi iletişim bölümü öğrencisi olup, bu sayı toplam öğrenci sayısının yüzde 20’sine denk düşmektedir. Araştırmanın yapıldığı üniversitelerde 143 kişi halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümü öğrencisi olup, bu sayı toplam öğrenci sayısının yüzde 27’sine denk düşmektedir. Araştırmanın yapıldığı üniversitelerde 124 kişi radyo, sinema ve televizyon bölümü öğrencisi olup, bu sayı toplam öğrenci sayısının yüzde 23’üne denk düşmektedir. Araştırmanın yapıldığı

üniversitelerde 162 kişi gazetecilik bölümü öğrencisi olup, bu sayı toplam öğrenci sayısının yüzde 30'una denk düşmektedir.

Tablo 4'te, anket çalışmasının yapıldığı üniversitelerdeki katılımcı sayısının bölümlere göre dağılımı verilmektedir.

**Tablo 4. İletişim Fakültelerinde Yer Alan Katılımcıların Bölümlere Göre Dağılımı**

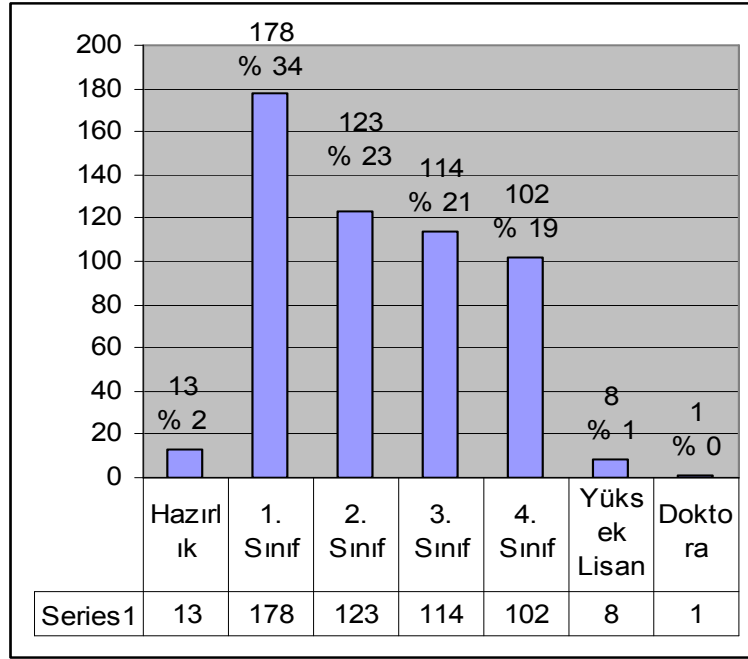
	Okuduğunuz bölümü belirtiniz.				Toplam
	İletişim	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	Radyo, Sinema ve Televizyon	Gazetecilik	
Galatasaray	10	0	0	0	10
Maltepe	8	5	9	0	22
İstanbul Ticaret	10	3	0	0	13
Gazi	0	13	7	17	37
Ege	0	15	10	27	52
İzmir Ekonomi	2	8	0	0	10
İstanbul	0	11	20	26	57
İstanbul Bilgi	51	21	7	8	87
Ankara	0	9	8	37	54
Marmara	0	25	27	34	86
Başkent	6	11	8	0	25
Bahçeşehir	10	8	4	0	22
Kadir Has	5	3	4	0	12
Yeditepe	6	13	20	13	52
Toplam	110	143	124	162	539

Tablo 4'te katılımcıların bölümlere göre dağılımı gösterilmektedir. Gazetecilik bölümünde okuyan katılımcı sayısının diğer bölümlere oranla biraz daha fazla olduğu buna karşın iletişim bölümünde okuyan katılımcı sayısının diğer bölümlere göre daha az olduğu görülmektedir. Üniversite bazında baktığımızda ise iletişim bölümünde okuyan katılımcı sayısının en fazla Bilgi Üniversitesinde yoğunlaştığı; halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümünde okuyan katılımcı sayısının Marmara ve İstanbul Bilgi

Üniversitelerinde yoğunlaştığı; radyo, sinema ve televizyon bölümünde okuyan katılımcı sayısının ise Marmara, İstanbul ve Yeditepe Üniversitelerinde yoğunlaştığı; gazetecilik bölümünde okuyan katılımcı sayısının ise Ankara, Marmara, Ege, İstanbul Üniversitelerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

### 3. 1. 5. Okunulan Sınıfların Dağılımı

Anket çalışmasının beşinci sorusu katılımcıların kaçınıcı sınıfta olduklarını belirtir niteliktedir. Şekil 8’de araştırmanın yapıldığı üniversitelerde yer alan katılımcıların, genel toplam içerisinde kaçınıcı sınıfta olduklarını sayıları ve yüzdelik dilimleri görülmektedir.

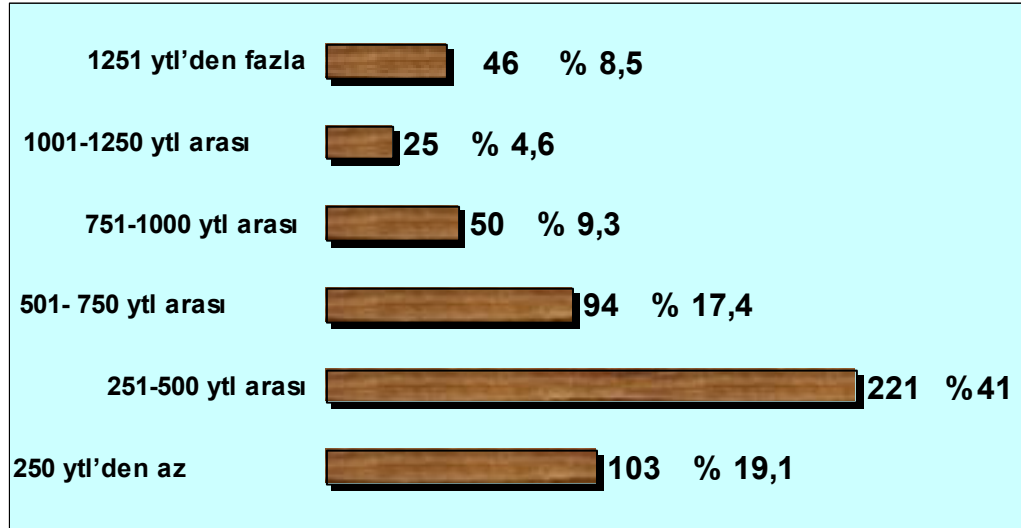


Şekil 8. Katılımcıların Okudukları Sınıflara Göre Dağılımı

Şekil 8’de de görüldüğü gibi katılımcılar en fazla %34 gibi bir oranla 1. sınıfta yoğunlaşmaktadır. Katılımcıların ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf dağılımlarının da birbirine yakın olduğu görülmekle birlikte katılımcıların hazırlık, yüksek lisans ve doktora dağılımlarında yoğunlaşmanın azaldığı görülmektedir.

### 3. 1. 6. Aylık Gelir Dağılımı

Anket çalışmasının altıncı sorusu katılımcıların toplam aylık gelirlerinin ne kadar olduğunu belirtir niteliktedir. Şekil 9’da anket çalışmasında yer alan katılımcıların aylık gelirleri gösterilmektedir.



Şekil 9. Katılımcıların Aylık Gelir Durumuna Göre Dağılımı

Şekil 9’da da görüldüğü gibi katılımcıların aylık gelir durumu %41 oranıyla 251-500 ytl arasında yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte en düşük yoğunlaşma %4,6 oranı ile 1001-1250 ytl arasında görülmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile gelir miktarları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 5 bu anlamlılık ilişkisini göstermektedir.

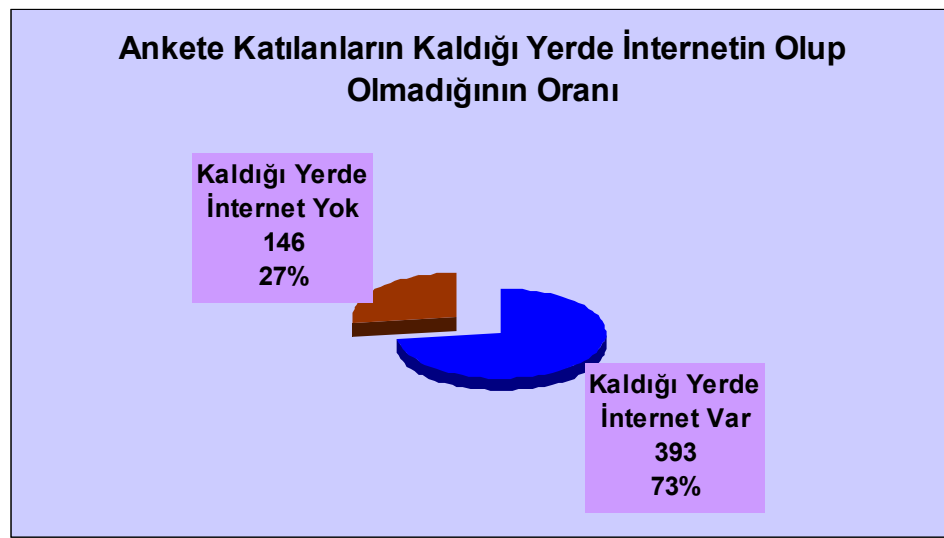
**Tablo 5. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve Toplam Aylık Gelir Miktarları Arasındaki İlişki**

	Toplam aylık geliriniz ne kadardır?						Toplam
	250 ytl'den az	251 - 500 ytl arası	501 - 750 ytl arası	751 - 1000 ytl arası	1001 - 1250 ytl arası	1251 ytl'den fazla	
Galatasaray	1	5	4	0	0	0	10
Maltepe	1	2	3	4	4	8	22
İstanbul Ticaret	0	3	4	2	2	2	13
Gazi	5	21	6	2	2	1	37
Ege	12	26	5	5	1	3	52
İzmir Ekonomi	1	6	0	1	0	2	10
İstanbul	19	21	10	5	0	2	57
İstanbul Bilgi	9	29	26	12	6	5	87
Ankara	22	20	5	3	2	2	54
Marmara	21	41	13	6	2	3	86
Başkent	3	11	4	1	1	5	25
Bahçeşehir	2	10	3	1	0	6	22
Kadir Has	2	1	3	3	1	2	12
Yeditepe	5	25	8	5	4	5	52
<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>221</b>	<b>94</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>46</b>	<b>539</b>

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile toplam aylık gelir miktarları arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 1. 7. İnternet Erişimi

Anket çalışmasının yedinci sorusu katılımcıların kaldığı yerde internetin olup olmadığını belirlemektedir. Şekil 10’da anket çalışmasında yer alan katılımcıların kaldığı yerde internetin olup olmadığı gösterilmektedir.



**Şekil 10. Katılımcıların Kaldığı Yerde İnternete Ulaşım Dağılımı**

Ankette yer alan 393 kişinin kaldığı yerde internet bulunmaktadır. Bu da toplamda yüzde 72,9’dur. Ankette yer alan 146 kişinin kaldığı yerde internet bulunmamaktadır. Bu da toplamda yüzde 27,1’dir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile kaldığı yerde internete ulaşımı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 6’da, bu anlamlılık ilişkisi gösterilmektedir.



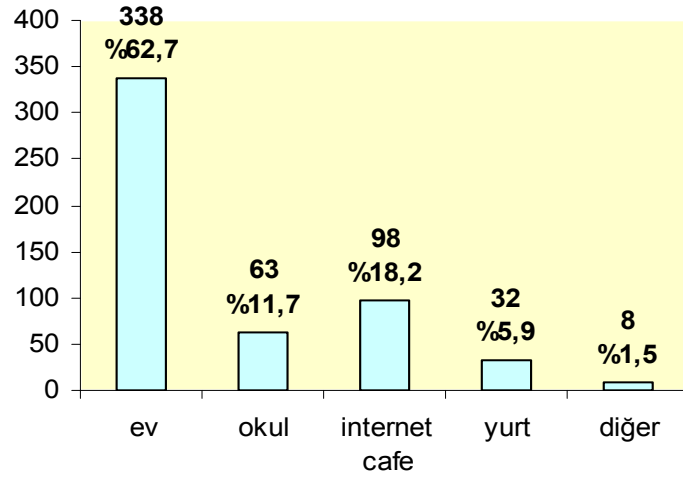
**Tablo 6. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve Kaldığı Yerde İnternete Ulaşımı Arasındaki İlişki**

	Kaldığınız yerde internet var mı?		Toplam
	var	yok	
Galatasaray	7	3	10
Maltepe	21	1	22
İstanbul Ticaret	10	3	13
Gazi	18	19	37
Ege	27	25	52
İzmir Ekonomi	10	0	10
İstanbul	34	23	57
İstanbul Bilgi	81	6	87
Ankara	28	26	54
Marmara	53	33	86
Başkent	24	1	25
Bahçeşehir	21	1	22
Kadir Has	11	1	12
Yeditepe	48	4	52
Toplam	393	146	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile kaldığı yerde internete ulaşımı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 1. 8. İnternet Bağlantısının Gerçekleştirildiği Yerler

Anket çalışmasının sekizinci sorusu katılımcıların internet bağlantısını en çok nereden yaptıklarını ortaya koymaktadır. Şekil 11’de anket çalışmasında yer alan katılımcıların internet bağlantısını en çok nereden yaptıkları gösterilmektedir.



**Şekil 11. Katılımcıların İnternet Bağlantısını En Fazla Gerçekleştirdiği Yer Dağılımı**

Şekil 11’de de görüldüğü gibi katılımcılar %62,7’lik bir oranla internet bağlantısını en fazla evden gerçekleştirmektedir. Katılımcıların en az internet bağlantısını gerçekleştirdiği yer ise %5,9 ile yurtlar olmaktadır.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile internet bağlantısını en fazla gerçekleştirdiği yer arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 7, bu anlamlılık ilişkisini göstermektedir. Tablo 7’de, katılımcıların okudukları üniversiteler ve internet bağlantısını en fazla gerçekleştirdiği yer arasındaki ilişki gösterilmektedir.

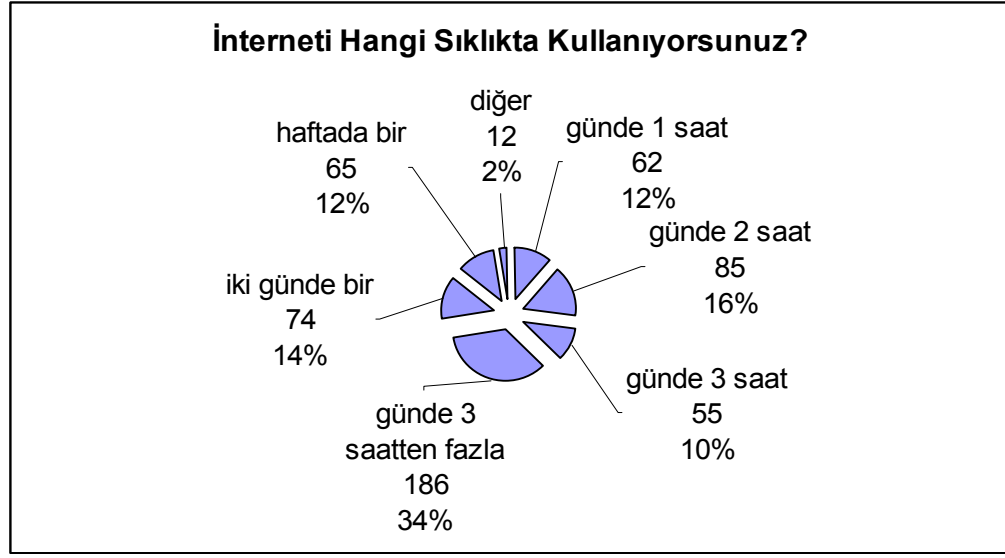
**Tablo 7. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve İnternet Bağlantısını En Fazla Gerçekleştirdiği Yer Arasındaki İlişki**

	İnternet bağlantınızı en çok nereden yapmaktasınız?					Toplam
	ev	okul	internet cafe	yurt	diğer	
Galatasaray	7	1	2	0	0	10
Maltepe	19	3	0	0	0	22
İstanbul Ticaret	9	2	0	0	2	13
Gazi	11	5	13	5	3	37
Ege	22	9	17	3	1	52
İzmir Ekonomi	10	0	0	0	0	10
İstanbul	27	5	20	4	1	57
İstanbul Bilgi	72	12	0	3	0	87
Ankara	20	12	16	6	0	54
Marmara	48	10	22	5	1	86
Başkent	23	0	1	1	0	25
Bahçeşehir	17	0	1	4	0	22
Kadir Has	10	2	0	0	0	12
Yeditepe	43	2	6	1	0	52
Toplam	338	63	98	32	8	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile internet bağlantısını en fazla gerçekleştirdiği yer arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 1. 9. İnternet Kullanım Sıklığı

Anket çalışmasının dokuzuncu sorusu katılımcıların interneti hangi sıklıkta kullandığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Şekil 12’de anket çalışmasında yer alan katılımcıların interneti hangi sıklıkta kullandıkları görülmektedir.



**Şekil 12. Katılımcıların İnterneti Kullanma Sıklığı Dağılımı**

Şekil 12’de de görüldüğü gibi katılımcıların büyük bir kısmı %34’lük bir oranla interneti günde üç saatten fazla kullanmaktadır. Katılımcıların interneti kullanma sıklığının diğer oranları ise birbirine yakındır.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile internet kullanım oranları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 8’de, katılımcıların okudukları üniversiteler ve internet kullanım oranları arasındaki ilişki gösterilmektedir.

**Tablo 8. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve İnterneti Kullanım Oranları Arasındaki İlişki**

	İnterneti hangi sıklıkta kullanıyorsunuz?							Toplam
	günde bir saat	günde 2 saat	günde 3 saat	günde 3 saatten fazla	iki günde bir	haftada bir	diğer	
Galatasaray	0	1	2	5	1	1	0	10
Maltepe	2	3	1	11	2	2	1	22
İstanbul Ticaret	1	2	2	5	0	3	0	13
Gazi	4	3	3	6	14	5	2	37
Ege	6	11	2	12	11	8	2	52
İzmir Ekonomi	1	2	0	7	0	0	0	10
İstanbul	7	10	4	13	9	10	4	57
İstanbul Bilgi	13	18	11	42	2	0	1	87
Ankara	6	9	6	4	15	12	2	54
Marmara	12	13	9	27	12	13	0	86
Başkent	1	2	6	14	0	2	0	25
Bahçeşehir	0	2	3	12	3	2	0	22
Kadir Has	0	0	0	10	0	2	0	12
Yeditepe	9	9	6	18	5	5	0	52
Toplam	62	85	55	186	74	65	12	539

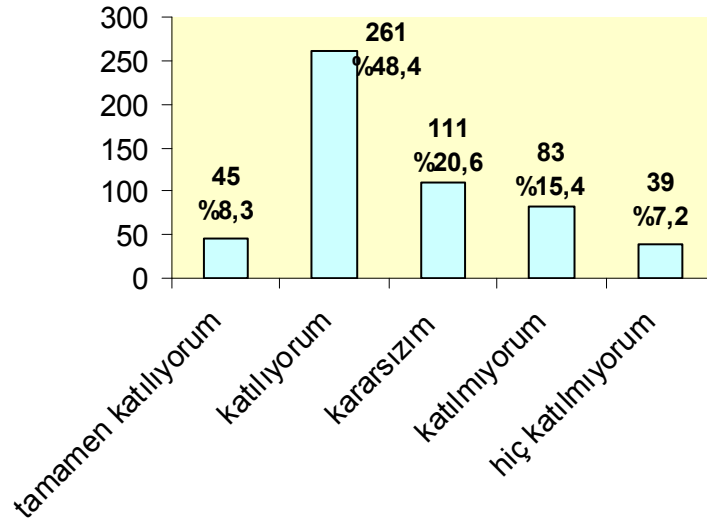
Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile internet kullanım oranları arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 2. İnternet Güvenilirliği

İkinci bölüm içerisinde yer alan sorular, internet gazeteciliğine olan güvenilirliğin tespitine yöneliktir. Bu amaçla ikinci bölüm içerisinde sorulan 19 soru sayısallaştırılıp, tablolaştırılmış bu anlamda da internet gazeteciliğine olan güvenilirlik ortaya konulmuştur. İkinci bölüm içerisindeki yargı cümleleri Likert Tutum Ölçeği'ne uygun bir biçimde oluşturulmuştur.

#### 3. 2. 1. İnternet Gazeteciliğinin Güvenilirliği

İkinci bölümün birinci yargısı internet gazeteciliğine olan güveni ortaya koymayı amaçlamaktadır. Şekil 13'te "internet gazeteciliğine güvenilmez" yargısına ankette yer alanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



Şekil 13. İnternet Gazeteciliğine Güvenilmez

Şekil 13'te de görüldüğü gibi “internet gazeteciliğine güvenilmez” yargısına katılımcıların %56,7'si katıldığını, %22,6'sı katılmadığını, %20,6'sı da kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteciliğine güvenilmez” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların toplam aylık gelir miktarları ile “internet gazeteciliğine çoğunlukla güvenilmemektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 9'da katılımcıların toplam aylık gelir miktarları ve “internet gazeteciliğine çoğunlukla güvenilmemektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

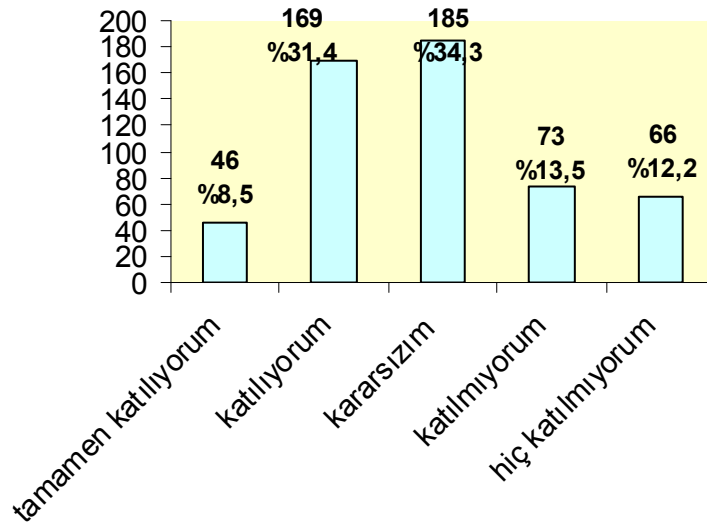
**Tablo 9. Katılımcıların Toplam Aylık Gelir Miktarları ve “İnternet Gazeteciliğine Çoğunlukla Güvenilmemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazeteciliğine çoğunlukla güvenilmemektedir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
250 ytl'den az		9	56	17	14	7	103
251 - 500 ytl arası		16	111	43	39	12	221
501 - 750 ytl arası		1	49	22	12	10	94
751 - 1000 ytl arası		4	17	12	10	7	50
1001 - 1250 ytl arası		5	13	4	3	0	25
1251 ytl'den fazla		10	15	13	5	3	46
Toplam		45	261	111	83	39	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların toplam aylık gelir miktarları ve “internet gazeteciliğine çoğunlukla güvenilmemektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 2. 2. İnternet Haberciliğinde Editör Denetimi

İkinci bölümün ikinci yargısı “internet gazeteleri haberlerini editör denetiminden geçirmeden yayınlamaktadır” şeklindedir. Şekil 14’te ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 14. İnternet Gazeteleri Haberlerini Editör Denetiminden Geçirmeden Yayınlamaktadır**

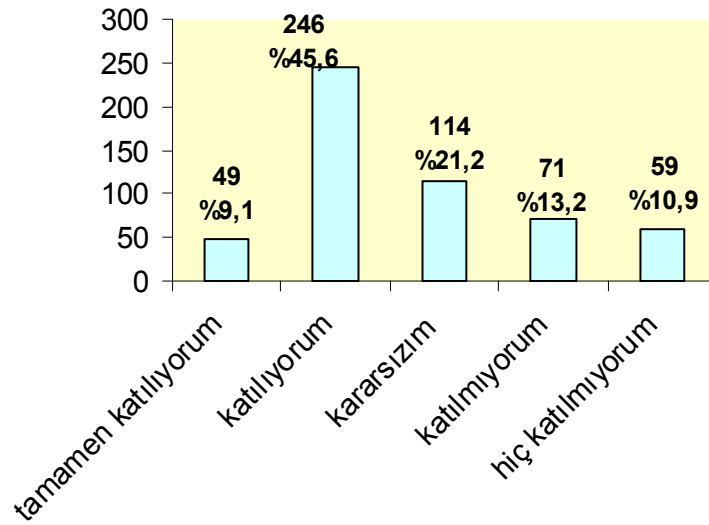
Şekil 14’te de görüldüğü gibi “internet gazeteleri haberlerini editör denetiminden geçirmeden yayınlamaktadır” yargısına katılımcıların %39,9’u katıldığını, %25,7’si katılmadığını, %34,3’ü da kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri haberlerini editör denetiminden geçirmeden yayınlamaktadır” yargısı katılımcıların önemli bir bölümü tarafından kabul edilmekle birlikte katılımcıların büyük bir oranı da bu yargıya kararsız kaldığını ifade etmektedir.



### 3. 2. 3. İnternet Haberciliğinde Doğruluğu Kanıtlanmamış Bilgilerin

#### Sunumu

İkinci bölümün üçüncü yargısı “internet gazeteleri, doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler sunmaktadır” şeklindedir. Şekil 15’te ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 15. İnternet Gazeteleri Doğruluğu Kanıtlanmamış Bilgiler Sunmaktadır**

Şekil 15’te de görüldüğü gibi “internet gazeteleri, doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler sunmaktadır” yargısına katılımcıların %54,7’si katıldığını, %24,1’i katılmadığını, %21,2’si de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri, doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler sunmaktadır” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların toplam aylık gelir miktarları ile “internet gazeteleri, doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler sunmaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 10’da katılımcıların toplam aylık gelir miktarları ve “internet gazeteleri, doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler sunmaktadır” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

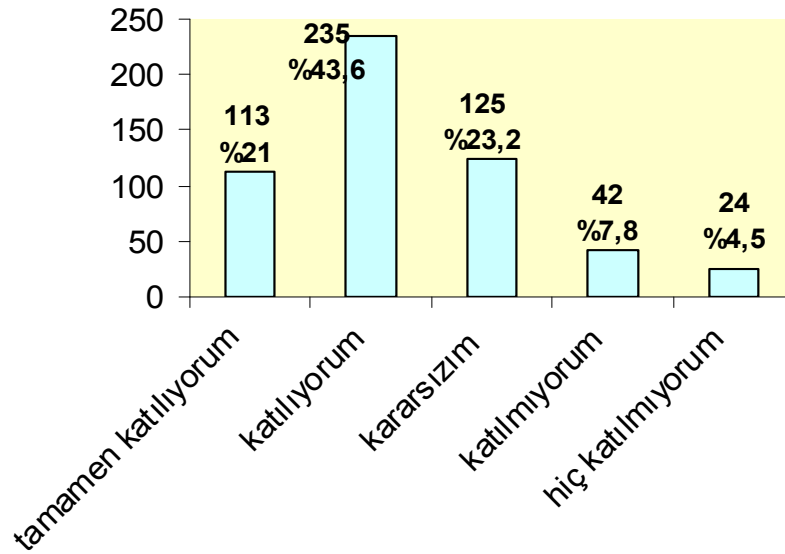
**Tablo 10. Katılımcıların Toplam Aylık Gelir Miktarları ve “İnternet Gazeteleri, Doğruluğu Kanıtlanmamış Bilgiler Sunmaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazeteleri, doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler sunmaktadır.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
250 ytl'den az		7	48	22	12	14	103
251 - 500 ytl arası		15	97	45	35	29	221
501 - 750 ytl arası		8	47	18	11	10	94
751 - 1000 ytl arası		1	21	16	9	3	50
1001 - 1250 ytl arası		6	12	7	0	0	25
1251 ytl'den fazla		12	21	6	4	3	46
Toplam		49	246	114	71	59	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların toplam aylık gelir miktarları ve “internet gazeteleri, doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler sunmaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 2. 4. İnternet Haberciliğinin Farklı Haber Sitelerinin Ürünlerini Kendi Ürünleri Gibi Sunumu

İkinci bölümün dördüncü yargısı “internet gazeteleri, farklı haber sitelerinin ürünlerini kendi ürünleri gibi sunmaktadır” şeklindedir. Şekil 16’da ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 16. İnternet Gazeteleri, Farklı Haber Sitelerinin Ürünlerini Kendi Ürünleri Gibi Sunmaktadır**

Şekil 16’da da görüldüğü gibi “internet gazeteleri, farklı haber sitelerinin ürünlerini kendi ürünleri gibi sunmaktadır” yargısına katılımcıların %64,6’sı katıldığını, %12,3’ü katılmadığını, %23,2’si de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri, farklı haber sitelerinin ürünlerini kendi ürünleri gibi sunmaktadır” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile “internet gazeteleri, farklı haber sitelerinin ürünlerini kendi ürünleri gibi sunmaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 11’de katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazeteleri, farklı haber sitelerinin ürünlerini kendi ürünleri gibi sunmaktadır” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

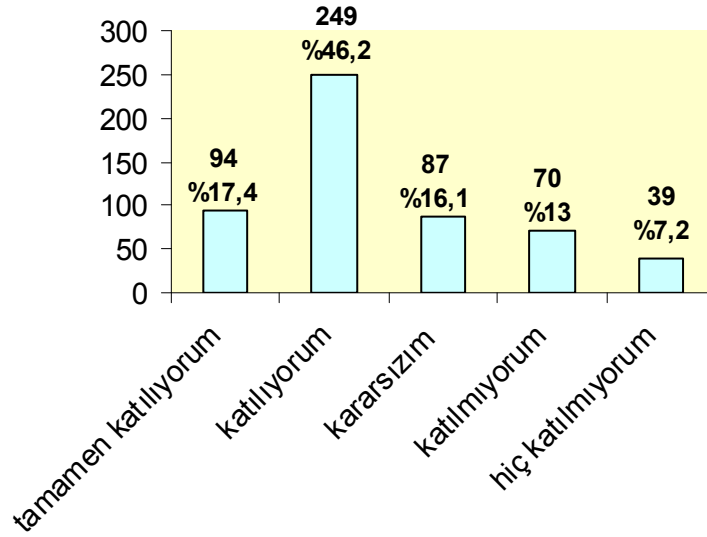
**Tablo 11. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazeteleri, Farklı Haber Sitelerinin Ürünlerini Kendi Ürünleri Gibi Sunmaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki**

	İnternet gazeteleri, farklı haber sitelerinin ürünlerini kendi ürünleri gibi sunmaktadır.					Toplam
	tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
Galatasaray	4	3	2	1	0	10
Maltepe	4	9	3	2	4	22
İstanbul Ticaret	4	6	3	0	0	13
Gazi	4	19	11	1	2	37
Ege	9	23	11	9	0	52
İzmir Ekonomi	2	6	0	2	0	10
İstanbul	17	26	6	2	6	57
İstanbul Bilgi	12	37	28	7	3	87
Ankara	19	21	8	4	2	54
Marmara	19	39	20	8	0	86
Başkent	3	14	5	2	1	25
Bahçeşehir	5	7	8	0	2	22
Kadir Has	3	5	2	1	1	12
Yeditepe	8	20	18	3	3	52
<b>Toplam</b>	<b>113</b>	<b>235</b>	<b>125</b>	<b>42</b>	<b>24</b>	<b>539</b>

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ve ‘internet gazeteleri, farklı haber sitelerinin ürünlerini kendi ürünleri gibi sunmaktadır’ yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 2. 5. İnternet Haberciliğinde Kaynak Belirtimi

İkinci bölümün beşinci yargısı “internet gazeteleri haberlerinde kaynak belirtmemektedir” şeklindedir. Şekil 17’de ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 17. İnternet Gazeteleri Haberlerinde Kaynak Belirtmemektedir**

Şekil 17’de de görüldüğü gibi “internet gazeteleri haberlerinde kaynak belirtmemektedir” yargısına katılımcıların %63,6’sı katıldığını, %20,2’si katılmadığını, %23,2’si de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri haberlerinde kaynak belirtmemektedir” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları bölümler ile “internet gazeteleri haberlerinde kaynak belirtmemektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 12’de katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazeteleri haberlerinde kaynak belirtmemektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

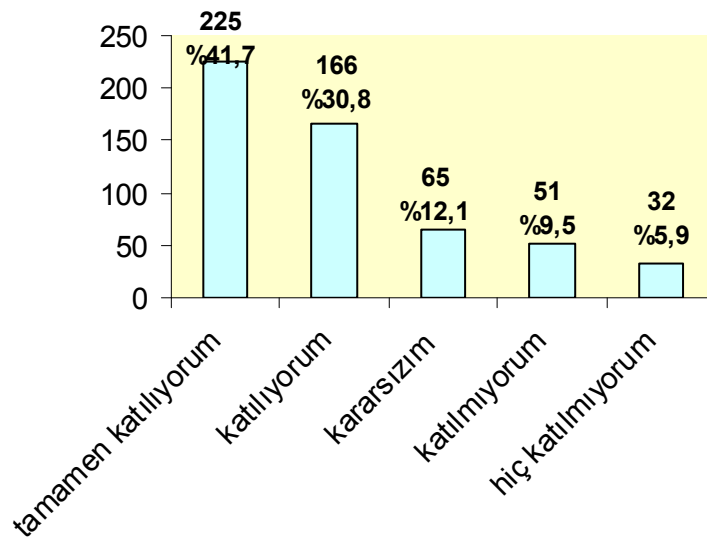
**Tablo 12. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazeteleri Haberlerinde Kaynak Belirtmemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazeteleri haberlerinde kaynak belirtmemektedir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
İletişim		18	53	18	11	8	108
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık		17	65	26	22	15	145
Radyo, Sinema ve Televizyon		15	66	20	13	10	124
Gazetecilik		44	65	23	24	6	162
Toplam		94	249	87	70	39	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazeteleri haberlerinde kaynak belirtmemektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 2. 6. İnternet Haberciliğinde Kâr Olgusu

İkinci bölümün altıncı yargısı “internet gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para kazanmanın haberciliğin önüne geçtiğini düşündürmektedir” şeklindedir. Şekil 18’de ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 18. İnternet Gazetelerinde Yer Alan Reklamların Fazlalığı, Bu Sitelerde Para Kazanmanın Haberciliğin Önüne Geçtiğini Düşündürmektedir**

Şekil 18’de de görüldüğü gibi “internet gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para kazanmanın haberciliğin önüne geçtiğini düşündürmektedir” yargısına katılımcıların %72,5’i katıldığını, %15,4’ü katılmadığını, %12,1’i de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para kazanmanın haberciliğin önüne geçtiğini düşündürmektedir” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ve interneti kullanım sıklıkları ile “internet gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para kazanmanın haberciliğin önüne geçtiğini düşündürmektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 13’te katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para kazanmanın haberciliğin önüne geçtiğini düşündürmektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir. Tablo 14’te de katılımcıların interneti kullanım sıklıkları ve “internet

gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para kazanmanın haberciliğın önüne geçtiğini düşündürmektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

**Tablo 13. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazetelerinde Yer Alan Reklamların Fazlalığı, Bu Sitelerde Para Kazanmanın Haberciliğın Önüne Geçtiğini Düşündürmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para kazanmanın haberciliğın önüne geçtiğini düşündürmektedir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
	Galatasaray	4	2	0	2	2	10
	Maltepe	3	11	3	1	4	22
	İstanbul Ticaret	5	4	4	0	0	13
	Gazi	18	15	2	1	1	37
	Ege	24	18	8	1	1	52
	İzmir Ekonomi	2	5	1	1	1	10
	İstanbul	31	12	7	4	3	57
	İstanbul Bilgi	24	35	10	12	6	87
	Ankara	32	17	0	4	1	54
	Marmara	30	23	14	14	5	86
	Başkent	9	3	5	6	2	25
	Bahçeşehir	10	7	3	2	0	22
	Kadir Has	5	5	1	0	1	12
	Yeditepe	28	9	7	3	5	52
	<b>Toplam</b>	<b>225</b>	<b>166</b>	<b>65</b>	<b>51</b>	<b>32</b>	<b>539</b>

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para



kazanmanın haberciliğin önüne geçtiğini düşündürmektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

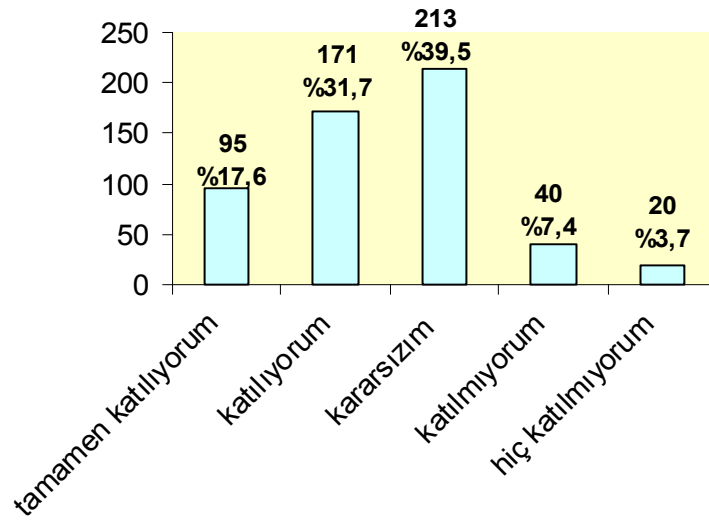
**Tablo 14. Katılımcıların İnterneti Kullanım Sıklıkları ve “İnternet Gazetelerinde Yer Alan Reklamların Fazlalığı, Bu Sitelerde Para Kazanmanın Haberciliğin Önüne Geçtiğini Düşündürmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para kazanmanın haberciliğin önüne geçtiğini düşündürmektedir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
	günde bir saat	21	20	9	9	3	62
	günde 2 saat	37	28	10	5	5	85
	günde 3 saat	21	17	6	10	1	55
	günde 3 saatten fazla	65	60	25	19	17	186
	iki günde bir	42	24	3	4	1	74
	haftada bir	33	12	11	4	5	65
	diğer	6	5	1	0	0	12
Toplam		225	166	65	51	32	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların interneti kullanım sıklıkları ve “internet gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para kazanmanın haberciliğin önüne geçtiğini düşündürmektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 2. 7. İnternet Haberciliğinde Kişilerin ve Kurumların Tekzip Hakkı

İkinci bölümün yedinci yargısı “internet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir” şeklindedir. Şekil 19’da ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 19. İnternet Gazetelerinde Kişilerin ve Kurumların Tekzip Hakkına Yer Verilmemektedir**

Şekil 19’da da görüldüğü gibi “internet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir” yargısına katılımcıların %49,3’ü katıldığını, %11,1’i katılmadığını, %39,5’i de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir” yargısı katılımcıların önemli bir bölümü tarafından kabul edilmekle birlikte katılımcıların büyük bir oranı da bu yargıya kararsız kaldığını ifade etmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler, okudukları bölümler ve toplam aylık gelir miktarları ile “internet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 15’te katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir. Tablo 16’da da katılımcıların okudukları bölümler ve

“internet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir. Tablo 17’de de katılımcıların toplam aylık gelir miktarları ve “internet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

**Tablo 15. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazetelerinde Kişilerin ve Kurumların Tekzip Hakkına Yer Verilmemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

	İnternet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir.					Toplam
	tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
Galatasaray	1	4	1	3	1	10
Maltepe	3	5	10	1	3	22
İstanbul Ticaret	3	5	0	3	2	13
Gazi	10	7	13	5	2	37
Ege	10	15	23	3	1	52
İzmir Ekonomi	0	4	5	1	0	10
İstanbul	9	21	21	3	3	57
İstanbul Bilgi	10	23	47	6	1	87
Ankara	17	17	19	1	0	54
Marmara	15	29	28	10	4	86
Başkent	3	9	12	0	1	25
Bahçeşehir	3	7	11	0	1	22
Kadir Has	1	4	4	2	1	12
Yeditepe	10	21	19	2	0	52
Toplam	95	171	213	40	20	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05)

**Tablo 16. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazetelerinde Kişilerin ve Kurumların Tekzip Hakkına Yer Verilmemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
İletişim		16	30	43	14	5	108
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık		18	43	75	4	5	145
Radyo, Sinema ve Televizyon		27	44	41	7	5	124
Gazetecilik		34	54	54	15	5	162
Toplam		95	171	213	40	20	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

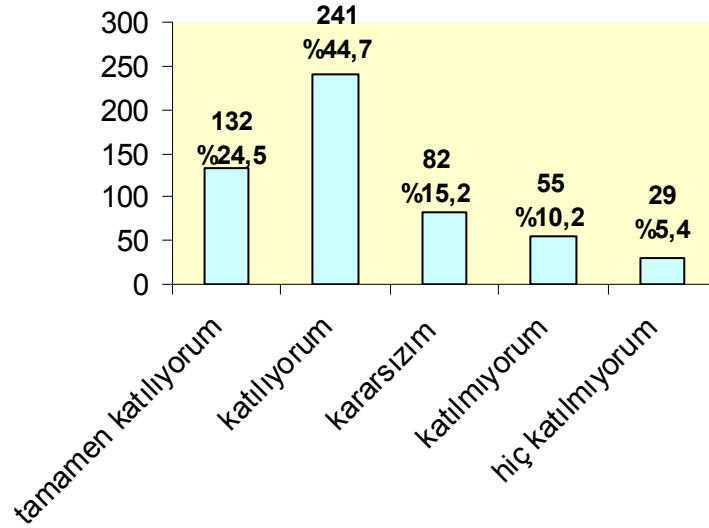
**Tablo 17. Katılımcıların Toplam Aylık Gelir Miktarları ve “İnternet Gazetelerinde Kişilerin ve Kurumların Tekzip Hakkına Yer Verilmemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
250 ytl'den az		21	31	43	8	0	103
251 - 500 ytl arası		35	69	93	20	4	221
501 - 750 ytl arası		21	34	25	8	6	94
751 - 1000 ytl arası		4	20	20	3	3	50
1001 - 1250 ytl arası		6	5	11	0	3	25
1251 ytl'den fazla		8	12	21	1	4	46
Toplam		95	171	213	40	20	539

Chi-square testine göre % 95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların toplam aylık gelir miktarları ve “internet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 2. 8. İnternet Haberciliğinde Yorumların Yer Alışı

İkinci bölümün sekizinci yargısı “internet gazetelerinde haberi yazan kişinin yorumu da haberin içerisinde yer almaktadır” şeklindedir. Şekil 20’de ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 20. İnternet Gazetelerinde Haberi Yazan Kişinin Yorumu da Haberin İçerisinde Yer Almaktadır**

Şekil 20’de de görüldüğü gibi “internet gazetelerinde haberi yazan kişinin yorumu da haberin içerisinde yer almaktadır” yargısına katılımcıların %69,2’si katıldığını, %15,6’sı katılmadığını, %15,2’si de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazetelerinde haberi yazan kişinin yorumu da haberin içerisinde yer almaktadır” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile “internet gazetelerinde haberi yazan kişinin yorumu da haberin içerisinde yer almaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 18’de katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazetelerinde haberi yazan kişinin yorumu da haberin içerisinde yer almaktadır” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

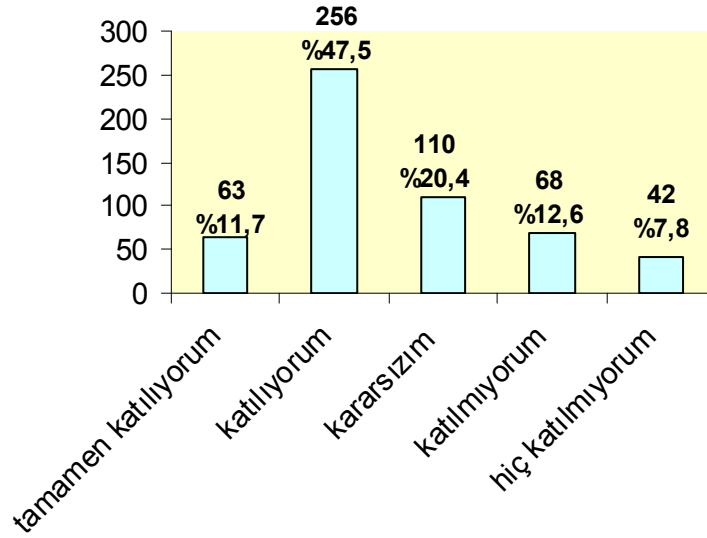
**Tablo 18. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazetelerinde Haberi Yazan Kişinin Yorumu da Haberin İçerisinde Yer Almaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazetelerinde haberi yazan kişinin yorumu da haberin içerisinde yer almaktadır.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
	Galatasaray	2	4	1	2	1	10
	Maltepe	4	12	4	1	1	22
	İstanbul Ticaret	3	6	1	3	0	13
	Gazi	8	14	7	3	5	37
	Ege	11	30	4	5	2	52
	İzmir Ekonomi	2	5	1	2	0	10
	İstanbul	20	21	5	7	4	57
	İstanbul Bilgi	14	41	17	12	3	87
	Ankara	27	23	2	1	1	54
	Marmara	14	37	21	10	4	86
	Başkent	6	10	5	1	3	25
	Bahçeşehir	4	14	3	1	0	22
	Kadir Has	3	4	4	0	1	12
	Yeditepe	14	20	7	7	4	52
	Toplam	132	241	82	55	29	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazetelerinde haberi yazan kişinin yorumu da haberin içerisinde yer almaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 2. 9. İnternet Haberciliğinde Yanıltıcı Haber Üretimi

İkinci bölümün dokuzuncu yargısı “internet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir” şeklindedir. Şekil 21’de ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 21. İnternet Gazeteleri Yanıltıcı Haber (Dezenformasyon) Üretmektedir**

Şekil 21’de de görüldüğü gibi “internet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir” yargısına katılımcıların %59,2’si katıldığını, %20,4’ü katılmadığını, %20,4’ü de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ve okudukları bölümler ile “internet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 19’da katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir. Tablo 20’de



de katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

**Tablo 19. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazeteleri Yanıltıcı Haber (Dezenformasyon) Üretmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
	Galatasaray	0	6	2	1	1	10
	Maltepe	4	8	6	2	2	22
	İstanbul Ticaret	1	8	3	1	0	13
	Gazi	3	11	8	8	7	37
	Ege	5	25	9	7	6	52
	İzmir Ekonomi	0	3	2	4	1	10
	İstanbul	5	32	12	6	2	57
	İstanbul Bilgi	3	44	24	10	6	87
	Ankara	21	25	4	2	2	54
	Marmara	6	41	21	14	4	86
	Başkent	3	11	4	4	3	25
	Bahçeşehir	2	10	5	3	2	22
	Kadir Has	5	4	2	0	1	12
	Yeditepe	5	28	8	6	5	52
	Toplam	63	256	110	68	42	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

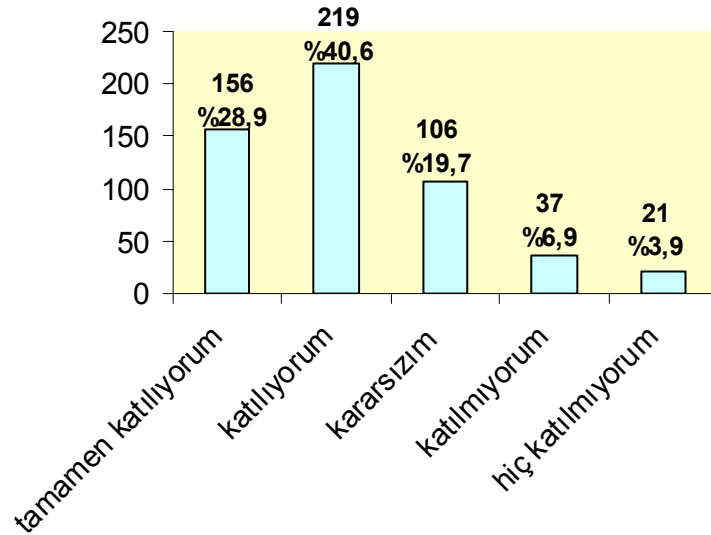
**Tablo 20. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazeteleri Yanıltıcı Haber (Dezenformasyon) Üretmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
İletişim		9	52	33	9	5	108
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık		12	63	33	21	16	145
Radyo, Sinema ve Televizyon		13	68	17	17	9	124
Gazetecilik		29	73	27	21	12	162
Toplam		63	256	110	68	42	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05 )

### 3. 2. 10. İnternet Haber Sitelerinde Yer Alan Okuyucu Yorumlarının Siyasal Yanlılığı

İkinci bölümün onuncu yargısı “internet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına, sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir” şeklindedir. Şekil 22’de ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 22. İnternet Gazetelerinde Yer Alan Okuyucu Yorumlarına, Sitenin Siyasi Eğilimleri Doğrultusunda Yer Verilmektedir**

Şekil 22’de de görüldüğü gibi “internet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına, sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir” yargısına katılımcıların %69,5’i katıldığını, %10,8’i katılmadığını, %19,7’si de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına, sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları bölümler ve toplam aylık gelir miktarları ile “internet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına, sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 21’de katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına, sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir. Tablo 22’de de katılımcıların toplam aylık gelir miktarları ve “internet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına,

sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

**Tablo 21. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazetelerinde Yer Alan Okuyucu Yorumlarına, Sitenin Siyasi Eğilimleri Doğrultusunda Yer Verilmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına, sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
İletişim		25	48	20	12	3	108
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık		45	55	33	4	8	145
Radyo, Sinema ve Televizyon		36	45	31	11	1	124
Gazetecilik		50	71	22	10	9	162
Toplam		156	219	106	37	21	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına, sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SIG=0<0.05)

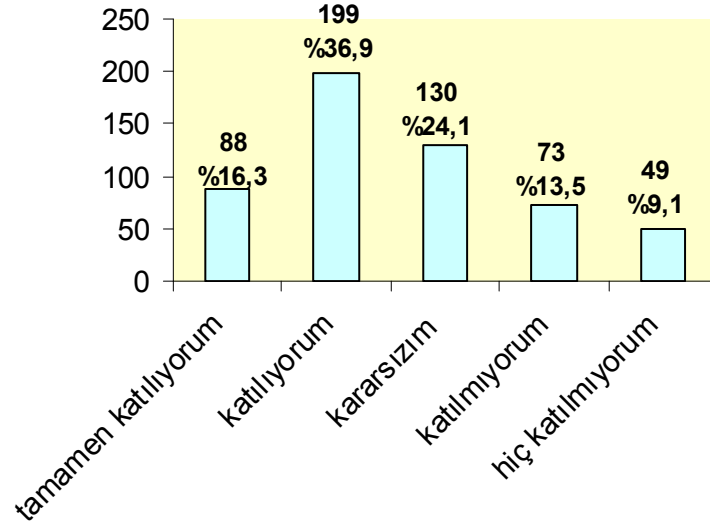
**Tablo 22. Katılımcıların Toplam Aylık Gelir Miktarları ve “İnternet Gazetelerinde Yer Alan Okuyucu Yorumlarına, Sitenin Siyasi Eğilimleri Doğrultusunda Yer Verilmektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına, sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
250 ytl'den az		34	40	22	7	0	103
251 - 500 ytl arası		64	90	42	14	11	221
501 - 750 ytl arası		23	38	16	12	5	94
751 - 1000 ytl arası		8	28	12	2	0	50
1001 - 1250 ytl arası		10	6	7	2	0	25
1251 ytl'den fazla		17	17	7	0	5	46
Toplam		156	219	106	37	21	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların toplam aylık gelir miktarları ve “internet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına, sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05)

### 3. 2. 11. İnternet Haberciliğinde Niceliğin Öne Geçmesi

İkinci bölümün on birinci yargısı “internet gazeteleri haberin niteliğinden çok haberin sayısına önem vermektedir” şeklindedir. Şekil 23’te ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.

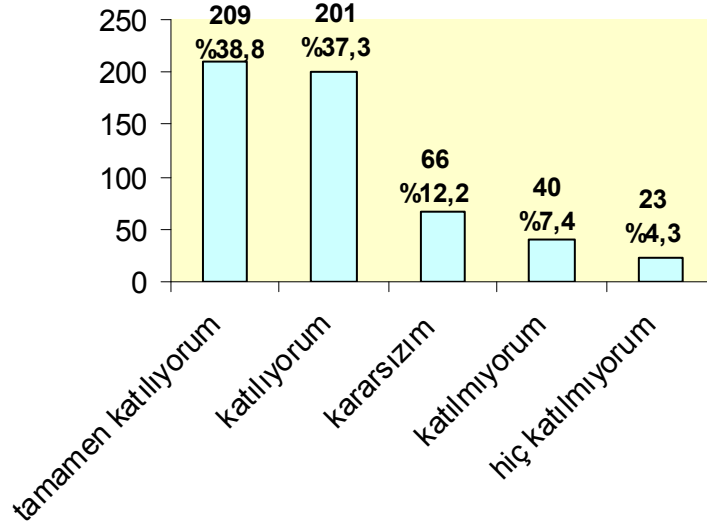


**Şekil 23. İnternet Gazeteleri Haberin Niteliğinden Çok Haberın Sayısına Önem Vermektedir**

Şekil 23’te de görüldüğü gibi “internet gazeteleri haberin niteliğinden çok haberin sayısına önem vermektedir” yargısına katılımcıların %53,2’si katıldığını, %22,6’sı katılmadığını, %24,1’i de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri haberin niteliğinden çok haberin sayısına önem vermektedir” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

### 3. 2. 12. İnternet Haberciliğinde Haberi Ulaştırma Hızı

İkinci bölümün on ikinci yargısı “internet gazeteleri haberi ulaştırma hızına haberin güvenilirliğinden daha çok önem vermektedir” şeklindedir. Şekil 24’te ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.

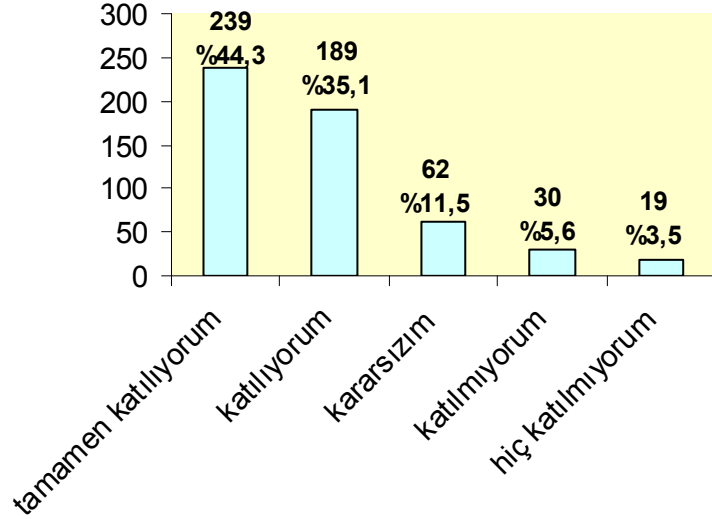


**Şekil 24. İnternet Gazeteleri Haberi Ulaştırma Hızına Haberin Güvenilirliğinden Daha Çok Önem Vermektedir**

Şekil 24’te de görüldüğü gibi “internet gazeteleri haberi ulaştırma hızına haberin güvenilirliğinden daha çok önem vermektedir” yargısına katılımcıların %76,1’i katıldığını, %11,7’si katılmadığını, %12,2’si de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri haberi ulaştırma hızına haberin güvenilirliğinden daha çok önem vermektedir” yargısının öne sürdüğü fikir katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

### 3. 2. 13. Haber Sitelerinin Kendi Bağı Oldukları Şirketlerin Haberlerini Ön Plana Çıkarmaları

İkinci bölümün on üçüncü yargısı “internet gazeteleri kendi bağı oldukları şirketlerin haberlerini ön plana çıkarmaktadır” şeklindedir. Şekil 25’te ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



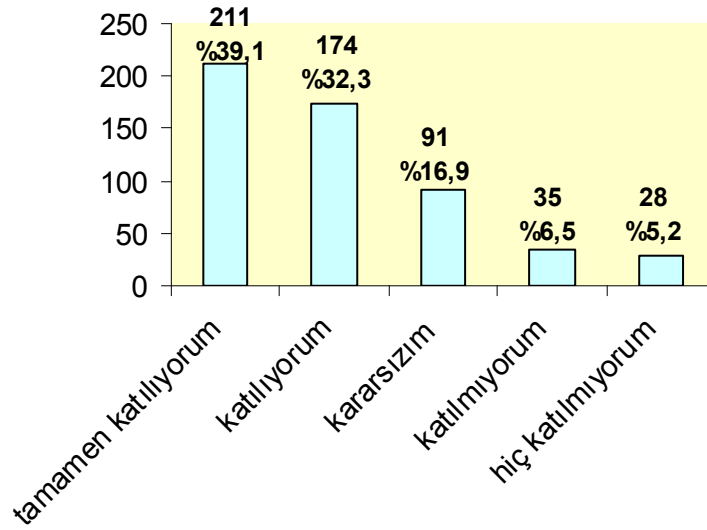
**Şekil 25. İnternet Gazeteleri Kendi Bağı Oldukları Şirketlerin Haberlerini Ön Plana Çıkarmaktadır**

Şekil 25’te de görüldüğü gibi “internet gazeteleri kendi bağı oldukları şirketlerin haberlerini ön plana çıkarmaktadır” yargısına katılımcıların %79,4’ü katıldığını, %9,1’i katılmadığını, %11,5’i de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri kendi bağı oldukları şirketlerin haberlerini ön plana çıkarmaktadır” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.



### 3. 2. 14. İnternet Haberciliğinde Hukuki Yetersizlikler

İkinci bölümün on dördüncü yargısı “internet gazeteciliğinde hukuki bir engelin olmaması, kişi hak ve özgürlüklerinin suistimaline yol açmaktadır” şeklindedir. Şekil 26’da ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 26. İnternet Gazeteciliğinde Hukuki Bir Engelin Olmaması, Kişi Hak ve Özgürlüklerinin Suistimaline Yol Açmaktadır**

Şekil 26’da da görüldüğü gibi “internet gazeteciliğinde hukuki bir engelin olmaması, kişi hak ve özgürlüklerinin suistimaline yol açmaktadır” yargısına katılımcıların %71,4’ü katıldığını, %11,7’si katılmadığını, %16,9’u da kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteciliğinde hukuki bir engelin olmaması, kişi hak ve özgürlüklerinin suistimaline yol açmaktadır” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile “internet gazeteciliğinde hukuki bir engelin olmaması, kişi hak ve özgürlüklerinin suistimaline yol açmaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 23’te katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazeteciliğinde hukuki bir engelin olmaması, kişi hak ve özgürlüklerinin suistimaline yol açmaktadır” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

**Tablo 23. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazeteciliğinde Hukuki Bir Engelin Olmaması, Kişi Hak ve Özgürlüklerinin Suistimaline Yol Açmaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki**

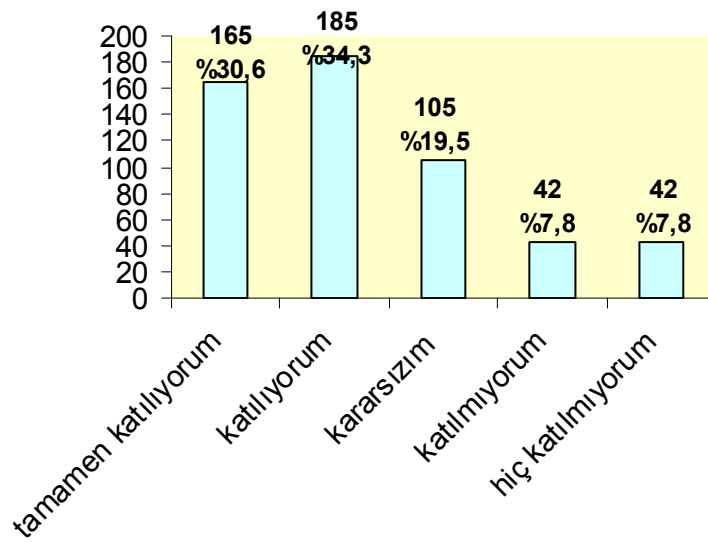
		İnternet gazeteciliğinde hukuki bir engelin olmaması, kişi hak ve özgürlüklerinin suistimaline yol açmaktadır.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
	Galatasaray	3	5	1	0	1	10
	Maltepe	6	9	3	2	2	22
	İstanbul Ticaret	4	7	1	0	1	13
	Gazi	10	16	5	4	2	37
	Ege	22	17	7	3	3	52
	İzmir Ekonomi	5	2	2	1	0	10
	İstanbul	33	11	10	1	2	57
	İstanbul Bilgi	23	27	22	10	5	87
	Ankara	31	18	1	1	3	54
	Marmara	29	26	19	11	1	86
	Başkent	14	3	5	1	2	25
	Bahçeşehir	5	11	5	0	1	22
	Kadir Has	5	4	0	1	2	12
	Yeditepe	21	18	10	0	3	52
	Toplam	211	174	91	35	28	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazeteciliğinde hukuki bir engelin olmaması, kişi hak ve

özgürlüklerinin suistimaline yol açmaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05)

### 3. 2. 15. İnternet Haberciliğinde Özel Hayata Müdahale

İkinci bölümün on beşinci yargısı “internet gazeteleri özel hayata müdahalede bulunmaktadır” şeklindedir. Şekil 27’de ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



Şekil 27. İnternet Gazeteleri Özel Hayata Müdahalede Bulunmaktadır

Şekil 27’de de görüldüğü gibi “internet gazeteleri özel hayata müdahalede bulunmaktadır” yargısına katılımcıların %64,9’u katıldığını, %15,6’sı katılmadığını, %19,5’i de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri özel hayata müdahalede bulunmaktadır” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile “internet gazeteleri özel hayata müdahalede bulunmaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 24’te katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazeteleri özel hayata müdahalede bulunmaktadır” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

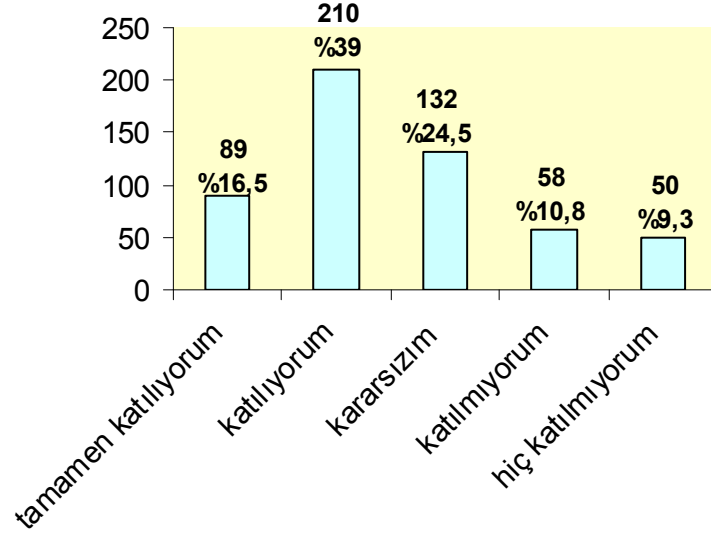
**Tablo 24. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazeteleri Özel Hayata Müdahalede Bulunmaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazeteciliğinde hukuki bir engelin olmaması, kişi hak ve özgürlüklerinin suistimaline yol açmaktadır.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
	Galatasaray	3	5	1	0	1	10
	Maltepe	6	9	3	2	2	22
	İstanbul Ticaret	4	7	1	0	1	13
	Gazi	10	16	5	4	2	37
	Ege	22	17	7	3	3	52
	İzmir Ekonomi	5	2	2	1	0	10
	İstanbul	33	11	10	1	2	57
	İstanbul Bilgi	23	27	22	10	5	87
	Ankara	31	18	1	1	3	54
	Marmara	29	26	19	11	1	86
	Başkent	14	3	5	1	2	25
	Bahçeşehir	5	11	5	0	1	22
	Kadir Has	5	4	0	1	2	12
	Yeditepe	21	18	10	0	3	52
	Toplam	211	174	91	35	28	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazeteleri özel hayata müdahalede bulunmaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05)

### 3. 2. 16. İnternet Haberciliğinde Hakaret, İftira ve Karalamalar

İkinci bölümün on altıncı yargısı “internet gazetelerinde hakaret, iftira ve karalamalar yer almaktadır” şeklindedir. Şekil 28’de ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.

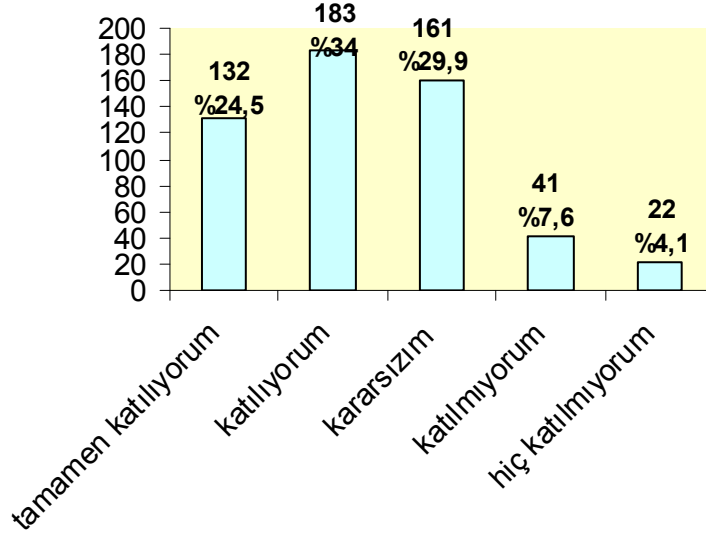


**Şekil 28. İnternet Gazetelerinde Hakaret, İftira ve Karalamalar Yer Almaktadır**

Şekil 28’de de görüldüğü gibi “internet gazetelerinde hakaret, iftira ve karalamalar yer almaktadır” yargısına katılımcıların %55,5’i katıldığını, %20,1’i katılmadığını, %24,5’i de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazetelerinde hakaret, iftira ve karalamalar yer almaktadır” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

### 3. 2. 17. İnternet Gazetelerinin Çeşitli Kaynakların Haberlerini İzinsiz Kullanımı

İkinci bölümün on yedinci yargısı “internet gazeteleri çeşitli kaynakların haberlerini izinsiz kullanmaktadır” şeklindedir. Şekil 29’da ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 29. İnternet Gazeteleri Çeşitli Kaynakların Haberlerini İzinsiz Kullanmaktadır**

Şekil 29’da da görüldüğü gibi “internet gazeteleri çeşitli kaynakların haberlerini izinsiz kullanmaktadır” yargısına katılımcıların %58,5’i katıldığını, %11,7’si katılmadığını, %29,9’u da kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri çeşitli kaynakların haberlerini izinsiz kullanmaktadır” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları bölümler ile “internet gazeteleri çeşitli kaynakların haberlerini izinsiz kullanmaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 25’te katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazeteleri çeşitli kaynakların haberlerini izinsiz kullanmaktadır” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

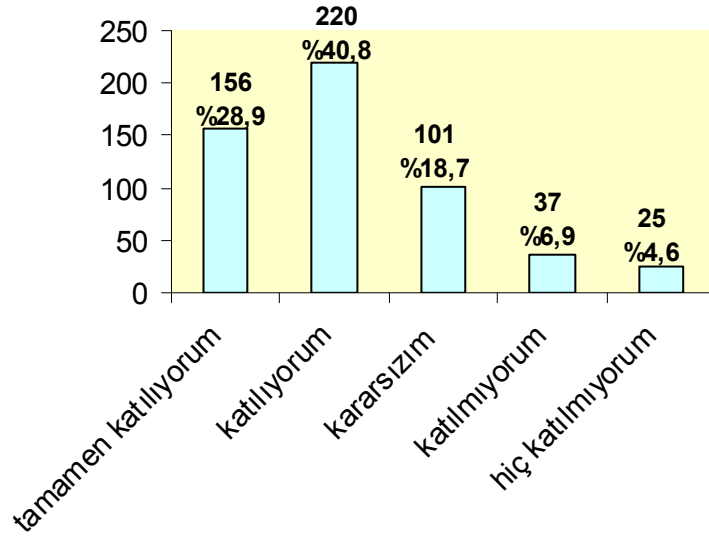
**Tablo 25. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazeteleri Çeşitli Kaynakların Haberlerini İzinsiz Kullanmaktadır” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazeteleri çeşitli kaynakların haberlerini izinsiz kullanmaktadır					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
İletişim		25	40	35	5	3	108
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık		26	45	48	20	6	145
Radyo, Sinema ve Televizyon		35	37	37	6	9	124
Gazetecilik		46	61	41	10	4	162
Toplam		132	183	161	41	22	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazeteleri çeşitli kaynakların haberlerini izinsiz kullanmaktadır” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05)

### 3. 2. 18. İnternet Haberciliğinin Bağımsız Bir Haber Kaynağı Haline Gelememesi

İkinci bölümün on sekizinci yargısı “internet gazeteciliği, kendi haberlerini üreten bağımsız bir haber kaynağı haline gelememiştir” şeklindedir. Şekil 30’da ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 30. İnternet Gazeteciliği, Kendi Haberlerini Üreten Bağımsız Bir Haber Kaynağı Haline Gelememiştir**

Şekil 30’da da görüldüğü gibi “internet gazeteciliği, kendi haberlerini üreten bağımsız bir haber kaynağı haline gelememiştir” yargısına katılımcıların %69,7’si katıldığını, %11,5’i katılmadığını, %18,7’si de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteciliği, kendi haberlerini üreten bağımsız bir haber kaynağı haline gelememiştir” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları bölümler ile “internet gazeteciliği, kendi haberlerini üreten bağımsız bir haber kaynağı haline gelememiştir” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 26’da katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazeteciliği, kendi haberlerini üreten bağımsız bir haber kaynağı haline gelememiştir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.



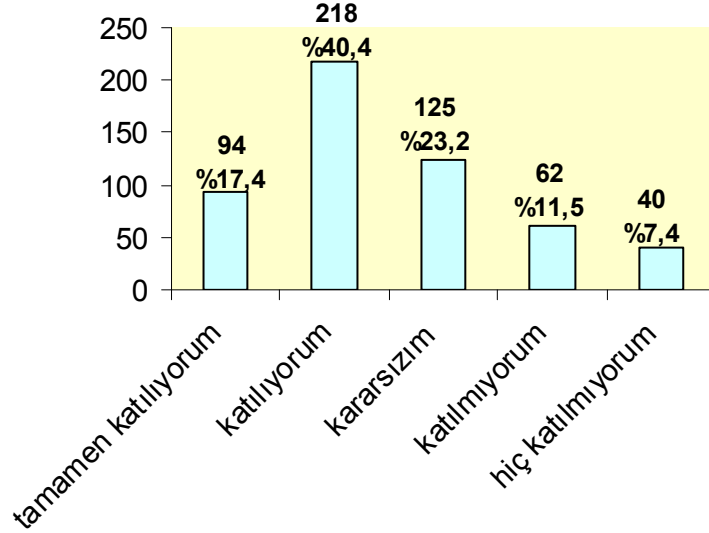
**Tablo 26. Katılımcıların Okudukları Bölümler ve “İnternet Gazeteciliği, Kendi Haberlerini Üreten Bağımsız Bir Haber Kaynağı Haline Gelememiştir” Yargısı Arasındaki İlişki**

		İnternet gazeteciliği, kendi haberlerini üreten bağımsız bir haber kaynağı haline gelememiştir.					Toplam
		tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
İletişim		30	47	20	7	4	108
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık		32	61	37	5	10	145
Radyo, Sinema ve Televizyon		38	52	20	7	7	124
Gazetecilik		56	60	24	18	4	162
Toplam		156	220	101	37	25	539

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları bölümler ve “internet gazeteciliği, kendi haberlerini üreten bağımsız bir haber kaynağı haline gelememiştir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05)

### 3. 2. 19. İnternet Haberciliğinde Nesnellik Olgusu

İkinci bölümün on dokuzuncu yargısı “internet gazeteleri, haberlerin içerisinde zıt fikirlere yer vermemektedir” şeklindedir. Şekil 31’de ankete katılanların verdiği yanıtlar gösterilmektedir.



**Şekil 31. İnternet Gazeteleri, Haberlerin İçerisinde Zıt Fikirlere Yer Vermemektedir**

Şekil 31’de de görüldüğü gibi “internet gazeteleri, haberlerin içerisinde zıt fikirlere yer vermemektedir” yargısına katılımcıların %57,8’i katıldığını, %18,9’u katılmadığını, %23,2’si de kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu anlamda “internet gazeteleri, haberlerin içerisinde zıt fikirlere yer vermemektedir” yargısı katılımcıların yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Yapılan anlamlılık testinde katılımcıların okudukları üniversiteler ile “internet gazeteleri, haberlerin içerisinde zıt fikirlere yer vermemektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 27’de katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazeteleri, haberlerin içerisinde zıt fikirlere yer vermemektedir” yargısı arasındaki ilişki gösterilmektedir.

**Tablo 27. Katılımcıların Okudukları Üniversiteler ve “İnternet Gazeteleri, Haberlerin İçerisinde Zıt Fikirlere Yer Vermemektedir” Yargısı Arasındaki İlişki**

	İnternet gazeteleri, haberlerin içerisinde zıt fikirlere yer vermemektedir.					Toplam
	tamamen katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	hiç katılmıyorum	
Galatasaray	2	3	2	1	2	10
Maltepe	4	9	7	0	2	22
İstanbul Ticaret	1	9	0	2	1	13
Gazi	8	8	10	7	4	37
Ege	11	20	7	9	5	52
İzmir Ekonomi	0	4	2	3	1	10
İstanbul	11	27	7	7	5	57
İstanbul Bilgi	5	37	29	10	6	87
Ankara	18	25	6	4	1	54
Marmara	12	36	21	14	3	86
Başkent	5	8	8	0	4	25
Bahçeşehir	4	7	6	2	3	22
Kadir Has	4	5	1	1	1	12
Yeditepe	9	20	19	2	2	52
<b>Toplam</b>	<b>94</b>	<b>218</b>	<b>125</b>	<b>62</b>	<b>40</b>	<b>539</b>

Chi-square testine göre %95 anlamlılık düzeyinde katılımcıların okudukları üniversiteler ve “internet gazeteleri, haberlerin içerisinde zıt fikirlere yer vermemektedir” yargısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (SİG=0<0.05)

## 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

### 4. 1. Sonuç

Araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda ele alınması gereken sonuçlardan ilki, ankete katılanların demografik durumuna ilişkindir. Katılımcılar cinsiyetleri açısından yaklaşık olarak eşit bir dağılım göstermekte ve yaşları açısından da üniversite dönemi olan 20-24 yaşları arasında yoğunlaşmaktadır. Katılımcılar Türkiye'nin en büyük metropol yerleşim alanı olan İstanbul'da yoğunlaşmaktadır. Seçilen iletişim fakültelerinde yer alan denekler yaklaşık olarak eşit yoğunlukta dağılmıştır. Ankete katılanların yoğun olarak birinci sınıfta okuduğu görülmekte iken ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıflarda okuyan katılımcılar da çalışmada yer almıştır. Katılımcıların toplam aylık gelirinin 251-500 ytl arasında yoğunlaştığı görülmekte olup büyük bir çoğunluğunun kaldığı yerde internet bağlantısı bulunmaktadır. Nitekim bunların yarısından fazlası internet bağlantısını evlerinden gerçekleştirmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu interneti günde üç saatten fazla kullanmaktadır. Elde edilen sonuca göre katılımcılar üniversite çağında, düşük gelir düzeyinde, internete farklı yollardan ulaşmaya çalışan ve sıklıkla internet kullanan gençlerden oluşmaktadır. Buna göre bu gençler düşük gelir seviyesinden gelseler de kısmen büyük şehirlerde yaşamının bir gereği olarak, dış dünyayla iletişime açık bir görünüm sergilemektedir. Ayrıca katılımcıların okuduğu üniversiteler ile aylık gelir, internete ulaşım ve internet kullanım sıklığı arasında anlamlılık ilişkisi saptanmıştır. Bu çerçevede üniversitenin bir kurum olarak öğrencilerin internet haberciliğini değerlendirmeleri sürecinde gerekli ön koşulları sağlayan ara değişkenlerden biri olduğu kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.

Araştırmadan elde edilen verilere göre ortaya çıkan diğer bir sonuç da internet güvenilirliğinin kendisine ilişkindir. İnternet haberciliği araştırmanın geneli açısından güvenilmez bulunmaktadır. Ancak güvenilmezliğe ilişkin tutumlar geniş bir aralık içinde farklılık göstermektedir. Buna göre katılımcıların %39,9'u internet haber sitelerinin haberlerini editör denetiminden geçirmeden yayınladığını, %49,3'ü internet

haber sitelerinin cevap ve düzeltme hakkına yer vermediğini düşünmektedir. Katılımcıların %53,2'si internet haber sitelerinin nitelikten çok niceliğe önem verdiğini; %54,7'si internet haber sitelerinin doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler sunduğunu; %55,5'i internet haber sitelerinin hakaret, iftira ve karalamaya yer verdiğini; %57,8'i internet haber sitelerinin yayınladıkları haberlerin içinde zıt fikirlere yer vermediğini; %58,5'i internet haber sitelerinin çeşitli kaynakların haberlerini izinsiz kullandığını; %59,2'si internet haber sitelerinin dezenformasyon ürettiğini düşünmektedir. Katılımcıların %63,6'sı internet haber sitelerinin haberlerinde kaynak belirtmediğini; %64,6'sı internet haber sitelerinin farklı haber sitelerinin ürünlerini kendi ürünlerini gibi sunduğunu; %64,9'u internet haber sitelerinin özel hayata müdahale ettiğini; %69,2'si internet haber sitelerinin yorumu haberlerin içinde verdiğini; %69,5'i internet haber sitelerinin okuyucu yorumlarını sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda sunduğunu; %69,7'si internet haber sitelerinin bağımsız bir haber kaynağı haline gelmediğini düşünmektedir. Katılımcıların %71,4'ü internet haber sitelerinde hukuki bir engelin olmamasının kişi hak ve özgürlüklerinin suistimaline yol açtığını; %72,5'i haber sitelerinde para kazanmanın haberciliğin önüne geçtiğini; %76,1'i internet haber sitelerinin haberlere ulaşma hızına haberlerin güvenilirliğinden daha çok önem verdiğini; %79,4'ü internet haber sitelerinin bağlı oldukları şirketlerin haberlerini ön plana çıkardığını düşünmektedir.

Görüldüğü gibi internetin güvenilmezliğine yönelik tutumlar editoryal denetim gibi internet haberciliğinin görece olarak göz önünde olmayan işlevlerinden başlayarak haber içeriği gibi doğrudan algılanan özelliklere doğru gittikçe artmakta; bu artış siyasal eğilimler ve özel hayat gibi sosyo-kültürel etkiler açısından daha da yoğunlaşmakta ve maddi kazanç elde etme, habere hızlı ulaşma ve kendi şirketlerinin haberlerini yayınlama gibi ekonomik olarak nitelendirilebilecek etkiler açısından da en üst noktaya ulaşmaktadır. Araştırmada aynı zamanda katılımcıların okuduğu üniversite ve bölümlerin internet güvenilirliği ile anlamlılık ilişkisi ortaya konulmuştur. Daha çok doğruluk, nesnellik, kaynak belirtme, maddi kazanç elde etme olgusu, cevap ve düzeltme hakkı, haber ve yorum farklılığı, dezenformasyon, kişi hak ve özgürlükleri, özel hayatın gizliliği, hakaret, iftira, karalamalar ve nesnellik gibi iletişim fakültelerinde okutulan kitle iletişimine ilişkin etik kuralların tümünde bu ilişki belirginlik kazanmaktadır. Toplam aylık gelir de güvenilirlik, doğruluk ve siyasi yanlılık gibi

etkenlerle ilişki içindedir. Ayrıca, interneti kullanım sıklığı internet haberciliğindeki maddi kazanç elde etme olgusuyla anlamlılık içindedir.

Tüm bu veriler dikkate alındığında internet haberciliğinin üniversite öğrencileri arasında fazla güvenilir bulunmadığı ortaya çıkmaktadır. Güvenilmezlik oranları haber içeriğinden siyasal, toplumsal, hukuksal ve ekonomik değişkenlere uzanan bir aralık içinde artış göstermektedir. Ağırlıklı olarak okunan üniversitenin kurumsal yapısı ve daha az oranda olmak üzere toplam aylık gelir miktarı bu güvenilmezlik düzeyiyle belirli bir anlamlılık ilişkisi içermektedir.

Demografik açıdan dış dünyaya açık, öğrenmeye eğilimli büyük şehir üniversite gençliğinin pek de güvenilir bulmadığı yaygın bir habercilik ağı ile kuşatılmış bulunması kendi adlarına bir şaşmazlık olarak değerlendirilir. Aylık genel gelir düzeyi oldukça düşük olan bu kesimin internet gibi ucuz bir iletişim ortamından sağlıklı bilgi edinimi yönünde yararlanamaması ülkenin kalkınma dinamiklerinin verimli bir biçimde kullanılmaması açısından da önemli bir sorun olarak görülebilir. Bu durum, yeni iletişim teknolojilerine ilişkin politika oluşturma sürecinde dikkate alınması gereken önemli değişkenler içermektedir.

#### **4. 2. Öneriler**

1. Özel haber siteleri kurumsal anlamda geleneksel medya kuruluşlarının alternatifini oluşturabilmeli, mesleki etik kurallara gereken ağırlığı veren bir örgütlenmeye sahip olmalıdır.

2. İnternet haberciliğinde editör denetimi mutlaka sağlanmalıdır. Editör ya da editörlerin adlarının bir künye sayfasında yer alması siteye olan güvenilirliği arttıracaktır.

3. Okuyucu yorumları yayınlanırken nesnel davranılmalı sitenin siyasi eğilimleri ön plana çıkarılmamalıdır.

4. İnternetteki yasal boşluk bir an önce giderilmeli böylelikle yaşanacak olumsuz durumların sorumluluğunun kimin olacağı netlik kazanmalıdır. Bu anlamda da şu an yaşanan sorunların kaynağı net bir biçimde tanımlanmalı ve ona göre yasal düzenlemeler yapılabilirdir. Yapılması gereken yasal düzenlemelerle birlikte kişi hak ve hürriyetlerinin korunmasına özen gösterilmelidir.

5. İnternet haberciliği de dâhil yeni iletişim politikaları oluşturma sürecine üniversiter yapı mutlaka dâhil edilmelidir.

6. Üniversitelerde ileride internet haberciliği sektöründe yer alabilecek öğrencilere kılavuzluk etmek üzere internet etiğine ilişkin özellikli dersler konulmalıdır.

**EK: ANKET FORMU****İNTERNET GAZETECİLİĞİ ANKET SORULARI**

Değerli katılımcı,

Bu anket internet gazeteciliğine duyulan güveni tespit etmek amacıyla yüksek lisans tezinde kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Anket soruları iki bölümden oluşturulmuştur. İlk bölümde demografya ve internete ilişkin sorular; ikinci bölümde ise internet gazeteciliğine duyulan güveni tespit etmeye yönelik sorular sorulmaktadır. Sorulara verdiğiniz yanıtlar araştırmanın sonuçlarını doğrudan etkileyeceği için gerçek duruma en uygun seçeneği işaretlemeniz rica edilmektedir. Araştırmanın güvenilirliği sizin vereceğiniz cevapların doğru ve içten olmasına bağlıdır. Zamanınızı ayırarak anketi cevapladığınız için teşekkür ederim.

Anadolu Üniversitesi Basın ve Yayın Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

Serhat Çoban

**1. Bölüm**

1. Cinsiyetinizi belirtiniz. ....
2. Yaşınızı belirtiniz. ....
3. Okuduğunuz üniversiteyi belirtiniz. ....
4. Okuduğunuz bölümü belirtiniz. ....
5. Kaçınıcı sınıftasınız? .....

6. Toplam aylık geliriniz ne kadardır?

- 250 ytl'den az       251-500 ytl arası  
 501- 750 ytl arası       751-1000 ytl arası  
 1001-1250 ytl arası       1251 ytl'den fazla

7. Kaldığınız yerde internet var mı?

- Var       Yok

8. İnternet bağlantınızı en çok nereden yapmaktasınız?

- Ev       Okul       İnternet Cafe       Yurt       Diğer



9. İnterneti hangi sıklıkta kullanıyorsunuz?

- Günde 1 saat       Günde 2 saat       Günde 3 saat  
 Günde 3 saatten fazla       İki günde bir       Haftada bir       Diğer

## 2. Bölüm

1. İnternet gazeteciliğine güvenilmez.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

2. İnternet gazeteleri haberlerini editör denetiminden geçirmeden yayınlamaktadır.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

3. İnternet gazeteleri, doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler sunmaktadır.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

4. İnternet gazeteleri, farklı haber sitelerinin ürünlerini kendi ürünleri gibi sunmaktadır.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

5. İnternet gazeteleri haberlerinde kaynak belirtmemektedir.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

6. İnternet gazetelerinde yer alan reklamların fazlalığı, bu sitelerde para kazanmanın haberciliğin önüne geçtiğini düşündürmektedir.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

7. İnternet gazetelerinde kişilerin ve kurumların tekzip hakkına yer verilmemektedir.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

8. İnternet gazetelerinde haberi yazan kişinin yorumu da haberin içerisinde yer almaktadır.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

9. İnternet gazeteleri yanıltıcı haber (dezenformasyon) üretmektedir.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

10. İnternet gazetelerinde yer alan okuyucu yorumlarına, sitenin siyasi eğilimleri doğrultusunda yer verilmektedir.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

11. İnternet gazeteleri haberin niteliğinden çok haberin sayısına önem vermektedir.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

12. İnternet gazeteleri haberi ulaştırma hızına haberin güvenilirliğinden daha çok önem vermektedir.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

13. İnternet gazeteleri kendi bağlı oldukları şirketlerin haberlerini ön plana çıkarmaktadır.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

14. İnternet gazeteciliğinde hukuki bir engelin olmaması, kişi hak ve özgürlüklerinin suistimaline yol açmaktadır.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

15. İnternet gazeteleri özel hayata müdahalede bulunmaktadır.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

16. İnternet gazetelerinde hakaret, iftira ve karalamalar yer almaktadır.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

17. İnternet gazeteleri çeşitli kaynakların haberlerini izinsiz kullanmaktadır.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

18. İnternet gazeteciliği, kendi haberlerini üreten bağımsız bir haber kaynağı haline gelememiştir.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

19. İnternet gazeteleri, haberlerin içerisinde zıt fikirlere yer vermemektedir.

- Tamamen Katılıyorum       Katılıyorum       Kararsızım  
 Katılmıyorum       Hiç Katılmıyorum

## KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

- Althusser, Louis. **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**. İstanbul: İletişim Yayınları, 1994.
- Atabek, Ümit. **Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar**. Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya. Der.: Sevda Alankuş İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.
- Bal, Hüseyin. **Bilimsel Araştırma Yöntem ve Teknikleri**. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Yayınları, 2001.
- Başaran, Funda. **İnternetin Ekonomi Politikası**. İnternet, Toplum, Kültür. Der.: Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay Ankara: Epos Yayınları, 2005.
- Batır, Kerem. **İnternetin Hukuki Düzenlemesi**. İnternet, Toplum, Kültür. Der.: Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay Ankara: Epos Yayınları, 2005.
- Birsen, Haluk. **İşgören Niteliği ve Üretim Süreci Açısından Haber Sitelerinin Basın Etiği Kurallarını Uygulayabilme Yeterliliği**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2005.
- Bülbül, A. Rıdvan. **İletişim ve Etik**. Ankara: Nobel Yayınları, 2001.
- Campbell, Vincent. **Journalism in an International Context**. New York: Oxford University Pres, 2004.
- Canatan, Kadir. **Bir Değişim Süreci Olarak Modernleşme**. İstanbul: İz Yayınları, 1995.

Gürcan, Halil İbrahim. **Sanal Gazetecilik**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999.

Halıcı, Nihat. **Online Gazetecilik**. Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya. Der.: Seveda Alankuş İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.

İlkiz, Fikret. **Mahkûmiyetler ve Yasal Çalışmalar Üzerine**. İnternet Çağında Gazetecilik. Der.: Serhan Yedig ve Haşim Akman İstanbul: Metis Yayınları, 2002.

İnal, Ayşe. **Haberi Okumak**. İstanbul: Temuçin Yayınları, 1996.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem. **Yeni İnsan ve İnsanlar**. Onuncu Basım. İstanbul: Evrim Yayınları, 1999.

Karaduman, Murat. **İnternet ve Gazetecilik**. Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya. Der.: Seveda Alankuş İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.

Karasar, Niyazi. **Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler**. Dokuzuncu Basım. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 1999.

Kawamoto, Kevin. **Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism**. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers, 2003.

Kumar, Krishan. **The Rise of Modern Society: Aspects of the Social and Political Development of the West**. Backwell: Oxford University Pres, 2004.

Özdamar, Kazım. **Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi**. İkinci Basım. Eskişehir : Kaan Kitabevi, 1999.

Sınar, Hasan. **İnternet ve Ceza Hukuku**. İstanbul: Beta Yayınları, 2001.

Tokgöz, Oya. **Temel Gazetecilik**. Beşinci Basım. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2003.

Yüksel, Erkan ve Halil İbrahim Gürcan. **Haber Toplama ve Yazma**. Konya: Tablet Yayınları, 2005.

### **YAYINLANMAMIŞ TEZLER**

Işık, Umur. Sanal Gazetecilik: Özgürlüğe Kaçış Aracı Olarak İnternet.

Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi SBE, 2001.

Onursoy, Sibel. Online Haber Yayıncılında Görsel Tasarım Boyutu: Haber Siteleri Örnekleri Üzerine Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi SBE, 2001.

Savaşeri, Seda. İnternet Ortamında Haber Sunumunun Gazetecilik Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi SBE, 2003.

### **GAZETELER**

Acar, Ertuğrul. “Sanal Dünyada Sanal Gazetecilik” Hamza Aktan’ın Yazı Dizisi, **Birgün**. 21 Mayıs 2005.

Basım, Nevzat. “Sanal Dünyada Sanal Gazetecilik” Hamza Aktan’ın Yazı Dizisi, **Birgün**. 19 Mayıs 2005.

Ekşi, Oktay. “Sanal Dünyada Sanal Gazetecilik” Hamza Aktan’ın Yazı Dizisi, **Birgün**. 21 Mayıs 2005.

Erinç, Orhan. “Sanal Dünyada Sanal Gazetecilik” Hamza Aktan’ın Yazı Dizisi,  
**Birgün**. 21 Mayıs 2005.

Geray, Haluk. “Sanal Dünyada Sanal Gazetecilik” Hamza Aktan’ın Yazı Dizisi,  
**Birgün**. 18 Mayıs 2005.

Köker, Mustafa. “İnternet Medyası” Mustafa Gökmen’in Yazı Dizisi, **Yeni Asya**. 30  
Nisan 2005.

### DERGİLER

Bimber, Bruce. “İnternet ve Siyasi Dönüşüm: Hızlandırılmış Çoğulculuk”, **Cogito Dergisi** 30: 166-174, Kış 2002.

“Enzensberger, Hans Magnus. *Baukasten zu einer Theorie der Medien*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag, 1970” Mick Underwood. “Kamusal Alan Olarak İnternet”, **Cogito Dergisi** 30: 121-142, Kış 2002, s. 121’deki alıntı.

Ertürk, İsmail. “İnternet ve Ekonomik Etkileri”, **Cogito Dergisi** 30: 195-202, Kış 2002.

Gürcan, Halil İbrahim. “İnternet Haberciliğinde Etik Değerler”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi** 22: 15-21, 2005b.

Kaya, Fethi. “Kopyala Yapıştır Gazeteciliği”, **Akademi İletişim Dergisi** 1: 63-66, 2005.

Saphiro, Andrew L. “İnternet Demokratik mi? Hem Evet Hem Hayır”, **Cogito Dergisi** 30: 190-193, Kış 2002.

Stratton, Jon. “Siberalan ve Kültürün Küreselleştirilmesi”, **Cogito Dergisi** 30: 80-98, Kış 2002.

Underwood, Mick. “Kamusal Alan Olarak İnternet”, **Cogito Dergisi** 30: 121-142, Kış 2002.

Winner, Langdon. “Siberliberter Söylemler ve Cemaatin Başarı Şansı”, **Cogito Dergisi** 30: 145-164, Kış 2002.

### İNTERNET KAYNAKLARI

“Ackerman, Laurens and Alphonse Simonaitis. Beyond Paper Images: Radiology on the Web. The Journal of electronic Publishing, <<http://press.umich.edu/jep/0301/RSNA.html>>” Sibel Onursoy. “Graphic Usage in Newspapers and their Internet Versions”. <<http://cim.anadolu.edu.tr/article?aid=16>> 2003 [23.03.2006]

Akdeniz, Yaman. “Türkiye Bilişim Vakfı Beyaz Kitap, İnternetin Çok Taraflı Yönetimi: Türkiye’deki Politika Yaratma Sürecinin Çağdaşlaşmasına Doğru”. <[www.tbv.org.tr/TBV/Documents/ Yayinlar/Kitaplar/BeyazKitap.pdf](http://www.tbv.org.tr/TBV/Documents/Yayinlar/Kitaplar/BeyazKitap.pdf)> 2003 [02.05.2006]

Akgül, Mustafa. “Türkiye interneti 8 yaşında”. <<http://www.ntvmsnbc.com/news/75619.asp>> 2001 [01.21.2006]

Alptekin, Yasemin. “Eğitim İçin İnternet, İnternet İçin Eğitim: Elektronik İletişim ve Etik”. <<http://inet-tr.org.tr/inetconf5/tammetin/alptekin.doc>> 1999 [23.03.2006]

Anayasa, **Türkiye Cumhuriyeti Anayasası.**

<<http://www.anayasa.gov.tr/general/icerikler.asp?contID=276&menuID=58&currID=59>> 1982a [17.03.2006]

....., **Türkiye Cumhuriyeti Anayasası.**

<<http://www.anayasa.gov.tr/general/icerikler.asp?contID=276&menuID=58&currID=59>> 1982b [17.03.2006]



Bengi, Hilmi. “İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu”.

<<http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/36.doc>> 2002 [12.03.2006]

Bilişim Terimleri. **TCP/IP nedir?**

<[http://www.bilisimterimleri.com/bilgisayar\\_bilgisi/bilgi/55.html](http://www.bilisimterimleri.com/bilgisayar_bilgisi/bilgi/55.html)> 2006  
[11.04.2006]

Brayton, Colin. “What are the ethics of online journalism?”,

<<http://www.ojr.org/ojr/wiki/ethics/>> 2005 [03.04.2006]

Çevikel, Tolga. “Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliğinin

Gelişimini Sınırlayan Faktörler”. <<http://cim.anadolu.edu.tr/article?aid=110>>  
2004 [26.02.2006]

Demir, Vedat. “Medya ve Etik”.

<[http://www.byegm.gov.tr/seminerler/adiyaman-xi/adiyaman\\_7.htm](http://www.byegm.gov.tr/seminerler/adiyaman-xi/adiyaman_7.htm)> 2005  
[05.16.2006]

Deuze, Mark. “Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media  
on the World Wide Web”.

<[http://firstmonday.org/issues/issue6\\_10/deuze/index.html](http://firstmonday.org/issues/issue6_10/deuze/index.html)> 2001 [19.01.2006]

Duran, Ragıp. “İnternet ve Muhalefet”.

<<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/yazarlar/duran21.htm>> 2000  
[18.02.2006]

Ege, İlhan ve Sevgi Sezer. “Bilgi Teknolojileri Kullanımı İle Akademik Verimlilik  
İlişkisi : Erciyes Üniversitesi Örneği”.

<[http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=233](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=233)> 2006  
[01.06.2006]

Erdoğan, İrfan. “Uluslararası Bilgisayar Şebekesi İnternet ve İletişimin Kontrolü”.

<<http://politics.ankara.edu.tr/~erdogan>> 1995 [20.03.2006]

Gürcan, Halil İbrahim. “Analysing of the Turkish News Sites”.

<<http://cim.anadolu.edu.tr/article?aid=14>> 2003a [24.02.2006]

.....“Haber Sitelerinde İçerik Kalitesine Yönelik Bir Analiz”.

<<http://www.cgdbursa.org/cagdas200302icerik.asp?Artid=28>> 2003b  
[15.05.2006]

.....“Analysing of 50 Turkish Web Sites”.

<<http://cim.anadolu.edu.tr/article?aid=137>> 2005a [06.03.2006]

Gürcan, Halil İbrahim ve Barış Günaydın. “Türk Haber Sitelerinde Künye

Uygulamaları”. <<http://cim.anadolu.edu.tr/article?aid=86>> 2004 [15.03.2006]

Güzel, Mehmet. “Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü”.

<[http://globalmedia-tr.emu.edu.tr/bahar2006/Lisansustu\\_Calismalari/](http://globalmedia-tr.emu.edu.tr/bahar2006/Lisansustu_Calismalari/)> 2006  
[22.05.2006]

**İÜKEB, İnternet Üst Kurulu Etik Bildirgesi.**

<<http://www.kurul.ubak.gov.tr/m09.php#>> 2002 [28.02.2006]

Kar, Ahmet. “Medya ve Etik”. <<http://www.bilder.org.tr/tezleriniz.htm#>> 2004

[03.24.2006]

Karaduman, Murat. “Haber Almada İnterneti Kullanma Alışkanlıkları”.

<<http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/105.doc>> 2002 [01.05.2006]

Kurubacak, Gülsün ve Eyüp Irgat. “Üniversite Web Sayfalarında Yer Alması Gereken

Özellikler”. <<http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/48.doc>> 2002 [18.03.2006]

**TDK. Türk Dil Kurumu.** <<http://www.tdk.org.tr/>> 2006 [02.11.2005]

Tezcan, Ahmet. “Televizyon Ekranından Bilgisayar Ekranına Dördüncü Kuvvet Medya”.  
 <<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/medyascope/medyascope5.htm>> 2001  
 [15.05.2006]

Tuna, Muammer ve Uğur Özsoy. “Türkiye’de Üniversitelerde İnternet Kullanımı”.  
 <<http://inet-tr.org.tr/inetconf6/tammetin/tuna-tam.doc>> 2000 [9.04.2006]

**TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu.**

<[http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab\\_id=87](http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=87)> 2005 [04.02.2006]

**Türk Ceza Kanunu. 5237 Kanun Numaralı Türk Ceza Kanunu.**

<<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5237.html>> 2004a [08.03.2006]

.....**5237 Kanun Numaralı Türk Ceza Kanunu.**

<<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5237.html>> 2004b [08.03.2006]

Uğur, Aydın ve Mücahit Bilici. “İnternet ve Demokrasi, Dijital Alemin Genleşen Kamusal Alanı”.  
 <<http://www.medyakronik.com/akademi/makaleler/makaleler07.htm>> 1998  
 [03.15.2006]

Ulusoy, Ahmet ve Tarık Vural. “Kentleşmenin Sosyo Ekonomik Etkileri”.  
 <[http://www.ceterisparibus.net/arsiv/ulusoy\\_vural3.doc](http://www.ceterisparibus.net/arsiv/ulusoy_vural3.doc)> 2006 [12.05.2006]

Ulusoy, Belkıs. “Gazete İçin Çalışmak Mı, Gazeteci Olmak Mı?”

<<http://www.istanbul.edu.tr/4.boyut/belkis.html>> 2001 [07.03.2006]

**UNDP. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı.**

<<http://hdr.undp.org/reports/global/2005/>> 2005 [21.05.2006]

**UNİCEF. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi.**

<[http://www.unicef.org/turkey/udhr/\\_gi17.html](http://www.unicef.org/turkey/udhr/_gi17.html)> 1948 [01.04.2006]

Uzun, Ruhdan. “Haber Telif Hakları ve İnternet Gazeteciliğinde İntihal”.

<[http://www.ilet.gazi.edu.tr/iletisim\\_dergi/21/2.%20makale.pdf](http://www.ilet.gazi.edu.tr/iletisim_dergi/21/2.%20makale.pdf)> 2005

[21.04.2006]

Üstün, İsmail. “İnternet Üzerindeki Medya: İnternet Gazeteciliği (İnternet Yayıncılığı)”.

<<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arastirma/internetgaz.htm>> 2001

[14.02.2006]

Yaşın, Cem. “İnternet’te Tartışma Listeleri: Demokratik Bir Açılım mı? Egemen

Söylemin Taşındığı Kanallar mı?” <[inet-tr.org.tr/inetconf9/bildiri/94.doc](http://inet-tr.org.tr/inetconf9/bildiri/94.doc)>

2003 [05.12.2005]

Yiğitoğlu, Vedat. “Medya ve Etik”.

<[http://www.yigitoglu.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=69&](http://www.yigitoglu.org/index.php?option=com_content&task=view&id=69&Itemid=25#_ftnref8)

[Itemid=25#\\_ftnref8](http://www.yigitoglu.org/index.php?option=com_content&task=view&id=69&Itemid=25#_ftnref8)> 2006 [16.04.2006]