

Atıf - Reference: Aliyeva, Fidan (2019) Yeni teknolojilerin gazeteciliğe etkisi: Azerbaycan örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 4(7): 51-65.

Yeni teknolojilerin gazeteciliğe etkisi: Azerbaycan örneği¹

Fidan Aliyeva*

Öz

XX. yüzyılın sonu ve XXI. yüzyılın başlarında bilgi teknolojilerinin evrimi niteliksel olarak yeni iletişim muhitini, küresel İnternet ağını kurmuştur. Bilgi teknolojilerinde yaşanan bu gelişmelerle İnternet benzersiz bilgi ve iletişim kaynağı olarak karşılıklı iletişimin yeni formlarını yarattı, Kitle İletişim Araçlarının önceki biçimlerini içeren yeni medya sistemini meydana getirdi. Bilgi toplumunun temel kavramı olan yeni medyanın imkanları sayesinde bireyler sürekli kendini ifade etme hakkı kazanmıştır. Lakin yaşanan bu durum bireylerin veya toplumun tam özgürlüğü anlamına gelmemektedir. Yeni medya teknolojileri ve sosyal ağlar farklı ya da bazen sistemden izole olan grupların kendi seslerinin duyulmasına, düşüncelerinin ifadesine ortam sağlamaktadır ve bireyler arasındaki mekan ve zaman sınırlamasını ortadan kaldırarak yeni medya biçimlerini sosyal platforma çevirmektedir. Yeni medya tüm geleneksel medya araçlarının olanaklarını içeren benzersiz medya aracı olarak esneklik, açıklık, kolay ulaşım ve başka spesifik özelliklere sahiptir. Bu çalışmanın amacı internet gazeteciliğinin doğuşunu ve internet haberciliğinin yapısını araştırmaktır. Çalışmada baz alınan önemli konulardan biri günümüzde internet haberciliğinde ortaya çıkan yeni kavramları açıklamak, bununla birlikte önümüzdeki yıllarda habercilik yapısında öngörülen değişimleri belirlemektir. Ayrıca habercilik alanında yaşanan bu değişimin Azerbaycan'a nasıl yansıtıldığı çalışmanın ana unsurlarından biridir. Bu amaç doğrultusunda Azerbaycan'da 12 Ocak-01 Şubat 2018 tarihleri arasında 10 genel yayın editörü ile yapılan derinlemesine görüşmeden elde edilen verilere yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, internet, internet gazeteciliği, sosyal medya, Azerbaycan

The effect of new technologies on journalism: Example of Azerbaijan

Abstract

The evolution of information technologies at the end of the XX century and the beginning of the XXI century qualitatively establishes a new communication environment, the global Internet network. With these developments in information technologies, the Internet has created new forms of mutual communication as a source of unique information, communication, and has created a new media system that includes previous forms of Mass Media. Through the opportunities of the new media, which is the basic concept of the information society, individuals have the right to express themselves continuously. However, this situation does not mean complete freedom of individuals or society. New media technologies and social networks provide an environment for the voices of groups that are different or sometimes isolated from the system to be heard and to express their thoughts and eliminate the space and time constraints between individuals and transforming new media forms into social platforms. The new media has flexibility, clarity, easy access and other specific features as a unique media tool that includes the possibilities of all traditional media tools. The aim of this study is to investigate the emergence of internet journalism and the structure of internet journalism. One of the most important issues in the study is to explain the new concepts that are emerging in internet journalism and to determine the changes anticipated in the news reporting structure in the coming years. In addition, how this change in the field of journalism reflected to Azerbaijan is one of the main elements of the study. For this purpose, data obtained from in-depth interviews with 10 editors in chiefs in Azerbaijan between 12 January and 01 February 2018 are given.

Keywords: Journalism, internet, internet journalism, social media, Azerbaijan

* Yüksek lisans öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, e-posta: fidan.ali66@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7757-4040

Giriş

1990'lı yıllarla birlikte hayatımıza giren internet, gazetecilik ortamında önemli değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Gazeteciliğin geleneksel tanımlarını ve temel değerlerini yeniden ele almayı zorunlu kılan bu değişimler ardı arkası kesilmeden devam etmektedir. Özellikle gelişen teknoloji sayesinde internetin yaygınlaşması, insanların bilgiye daha çabuk ulaşma isteğinin bir sonucu gibi görünmektedir. İnternet haberciliğinin bu kadar hızlı kabul görmesi, geleneksel alışkanlıklardan uzaklaşmasını da beraberinde getirmiştir. Geleneksel habercilikten internet haberciliğine geçilmesi de olağan, hatta beklendik bir gelişme olarak değerlendirilmelidir. Gazeteler, teknolojik gelişmelerdeki hızlı ilerlemenin sonucunda geleneksel gazete yayınlamanın yanı sıra okura yeni bir yöntemle ulaşabilmenin fırsatını elde etmişlerdir. Günümüzde hemen bütün elektronik gazeteler yayınlarını kendi hizmet sağlayıcılarından, internet kanalı ile okuyucularına sunmaktadırlar.

Yeni medya geleneksel medyaya oranla daha geniş diyaloga dayanan iletişime zemin hazırlayarak tek yönlü olmaması ve zaman, mekân ayrımı olmadan daha az harcama gerektiren iletişim kurmayı sağlayan olanakları açısından birçok yenilikler getirmiştir. Yeni medya demokratik ve özgür düşünce alanı olup, geleneksel medyadan farklı, kitlenin medyada sürekli ve özgür biçimde katılımını sağlamaktadır. İnteraktif iletişim özelliği ve çok katlı yapısı ile bireylere kendini ifade etmek, sosyal-politik gelişmeleri tartışmak ve onların katılımına çevrilmek imkânı veriyor, toplumsal alanın yeni modelini yaratmaktadır.

İnternet, eski medyanın tüm imkanlarını kapsamak ile (metin, görüntü, grafikler, animasyon, ses, video, gerçek zamanlı yayın) interaktiflik, isteğe bağlı erişim, kullanıcı kontrolü ve uyarılma dahil olmak üzere geniş yelpazede yeni imkanlar sunmaktadır. Dolayısıyla, internet aracılığıyla yeni medya araçlarını kullanan gazeteciler, belirli bir hikâye için gerekli uygun olan yöntemleri ve iletişim özelliklerini kullanarak hikayeler anlatabilirler. Basın aracı olarak internet üzerindeki gerçek kısıtlamalar ise bant genişliği, bağlanabilirlik ve içeriğin güvenliğidir.

Öte yandan geleneksel medyada da birtakım değişiklikler olmuş ve yeni medya ortamına uyum sağlamıştır. Şöyle ki gazetelerin internet versiyonu bu noktada bir örnek teşkil etmektedir. Artık günümüzde insanların büyük bir çoğunluğu haberleri gazete, radyo veya televizyondan değil, internet ortamında yer alan platformlardan takip etmektedir. Bunda nitekim mobil (akıllı telefon) cihazların da etkisi çoktur. Hız oranı ve kullanıcı sayısı kendisinden önceki araçların hiçbirisiyle kıyaslanamayacak kadar farklı özelliğe sahip internet, kişisel bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasıyla dev sanal ağları ve sanal kitleleri ortaya çıkararak kendi kültürünü kurmuş ve yeni bir yaşam biçimini yaratmıştır. İnternetin sunduğu hız, etkileşim, sınırsızlık, düşük maliyet ve diğer avantajlarıyla birlikte multimedya özelliği yeni medya ve iletişim teknolojilerinin, geleneksel medya karşısında güçlü olmasına yol açmış durumdadır. Çok kısa bir zaman dilimi içerisinde genel alışkanlıklar, beklentiler ve belki de hayallerin bile oldukça dışına çıkılarak, klasik yöntemler olarak adlandırdığımız ve artık bugün geleneksel medya olarak tanımladığımız gazete, dergi, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarına bakış son derece farklı bir boyuta doğru geçiş yapmıştır (Bulunmaz, 2011: 23).

Geleneksel medyayla karşılaştırıldığında yeni medya kanal sayısı, içerik, kapsam alanı, bilginin elde edilmesi, aktarılması ve dağıtılması, zaman, yapısal, toplumsal

denetim gibi alanlarda geleneksel medyadan keskin biçimde farklılaşmaktadır. Yeni medyanın ağ yapısı, zaman ve mekân sınırsızlığı, interaktiflik, çevrimiçi sistem, bilginin elde edilmesinde, aktarılmasında ve dağıtılmasında benzeri olmayan rahatlık imkanları sunmaktadır. Bu özellikler yeni medyayı kitle iletişim sisteminde en etkili iletişim aracına dönüştürmekle beraber, aynı zamanda, bilgiyi sosyal ürüne çevirerek herkesin istediği gibi yararlanmasını sağlamış olup, bilgi ve gazetecilik kavramlarının yeniden tartışılmasını gerekli kılmaktadır.

Dünyanın birçok yerinde olduğu gibi Azerbaycan'da da internet gazeteciliği çok yaygın hale gelmiştir. Birçok gazetenin basılı versiyonundan vazgeçilmiş ve faaliyetlerini internet ortamında devam ettirmeye başlamışlardır. Bunun yanı sıra geleneksel medyanın ile internet ortamında gazetecilik yapmak arasında birçok fark olduğu aşikardır.

Çalışmanın ana amacı Azerbaycan'da faaliyet gösteren yeni medya ve internet gazetelerinin şu anki durumunu ortaya koymaktır. Çalışma, Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de yeni medya çalışanları ile 12 Ocak 2018 ve 01 Şubat 2018 tarihleri arasında yapılan derinlemesine görüşmeden elde edilen verilere dayanmaktadır.

Yeni medya gazeteciliği

Online (çevrimiçi) gazetecilik internet aracılığıyla haberlerin hazırlanıp yayılmasıdır. Yeni medyada haberler, bilgiler, görüntüler, Twitter, YouTube, Facebook, bloglar, cep telefonları ve e-posta üzerinden inanılmaz bir hızla tüm dünyaya üretilebilmektedir (Erdoğan, 2014: 80).

İlk online gazetecilik sitesi 90'lı yıllarda ABD'nin Kuzey Carolina eyaletinde The News&Observer bünyesinde faaliyet gösteren "Nando" sitesi oluşmuştur. 1995 yılında ise salon.com ve slate.com isimli sadece çevrimiçi habercilik yapan internet siteleri kullanıcılara sunulmuştur. Lakin internet haberciliğinin ilk örnekleri teletext yayınları olarak kabul edilmekte olsa da 1995 yılında Amerika'da ortaya çıktığı bilinmektedir. Amerika'da yayınlanan sekiz büyük gazete (*The Washington Post*, *New York Times*, *Daily Mirror*, *Herald Tribune* gibi) baskıya hazır gazete sayfalarını çevrimiçi olarak anında aktarmak amacıyla; Yeni Yüzyıl Yayım Ağı adıyla bir şirket kurarak haber yayıncılığında sanal dönemi örgütsel olarak başlatmışlardır (Gürcan, 1999:32). Yapılan araştırmalara göre, Azerbaycan'da internet kullanıcılarının sayısı 8 milyondur. Ancak bazı araştırmalarda bu rakamlar farklılık teşkil etmektedir.

Internet World Stats – 7.8 milyon

ITU (International Telecommunication Union) – 7.72 milyon

Internet Live Stats – 6.03 milyon

CIA World Factbook – 7.72 milyon

"Hootsuite" ve "We Are Social" merkezinin araştırmasına göre, Azerbaycan'da internet kullanıcılarının sayısı geçen seneye göre artmış durumdadır. İnternet kullanıcı sayısı son bir senede yüzde 3, sosyal medya kullanıcı sayısı ise yüzde 29 artmıştır. Ayrıca, ülkede aktif olan mobil cihazların sayısının 11 milyonun üzerinde olduğu belirtilmiştir. Yapılan araştırmalara göre, Azerbaycan'da kullanılan internetin yüzde 39'u bilgisayar ve dizüstü bilgisayar aracılığıyla, yüzde 59'u mobil cihaz, diğer kalan

kısmı ise tablet ve başka cihazlardan girilerek kullanılmıştır. Son bir senede bilgisayar ve dizüstü bilgisayar aracılığıyla kullanılan internetin hacmi yüzde 15 azalmış, akıllı telefonlarda kullanılan internetin hacmi ise yüzde 15 artmıştır (orkhanrza.com)

John Pavlik, yeni teknolojilerin gazetecilere dijital malzemelerin hazırlanmasında birkaç yönden fırsat sağladığını belirtmektedir. Bunlar; gazetecinin resim ve video elde etmesinde, metinlerin düzenlenmesinde, el yazılarının ve sesin aktarılmasında mobil teknolojilerden faydalanma imkânlarıdır. Artık çok büyük ölçekli haberlere, arşivlere, haritalara, video ve ses kayıtlarına veya haberi destekleyici malzemeye artık internet sayesinde ulaşmak çok kolay hale gelmiştir (Tokgöz, 2008: 88). Şöyle ki, dünyanın herhangi bir noktasında yaşanan bir olay bilgisayarın, telefonun, tabletin ekranından rahatlıkla izlenebilmektedir. Bu ise internet gazeteciliğini daha da güçlendirmektedir. En önemlisi ise, internet haberciliğinin yeni teknolojilerin etkisi ile her geçen gün yenilenmesidir. İnternet, gazetecilik mesleğini etkilerken medya profesyonellerine sınırsız teknolojik olanakları kullanma ve kaynaklardan geniş bir biçimde yararlanma olanağı sunmuştur (Bardoel ve Deuze, 2001: 91). Bu yeni teknolojik yapı haber içeriğini etkilemiş, daha farklı haber türü üretmek ve tüketmek için yeni yöntemler ortaya koymuştur. Günlük olarak yeni olguların entegre edildiği, daha fazla sesin duyulduğu, aynı haber hikayesinin farklı perspektiflerde sunulduğu bu yeni dönemde haberlerin daha uzun zaman diliminde arşivlenebilir ve aranılır olduğu görülmektedir (Van Der Haak vd., 2012: 11). Şu anda gazetecilik sadece kitleye ulaşım için değil, aslında mesleğinin temelleri korunması şartıyla yeni bir ortamda mücadele vermektedir. Gazetecilik mesleği yeni medya ortamında var olan zorluklara alışmaktadır. Kitlelerin temel ihtiyaçlarını öngörerek onlara özel içerik takdim etmeye çalışmaktadır. Bu ortamda gazeteciliğin ayakta kalması için temel koşullardan biri ise metin düzeltme sürecini hızlandırmaktır ve böylece gazeteciler verdikleri bilginin doğru olması ile diğer gazetecilerden farklı hale gelmektedirler. İnternet ortamında herhangi bir haberin daha çok okunulması isteniyorsa, haber kitleye değil, belirli kişilere yönelik olmalıdır başka bir ifadeyle hedef kitle belli olmalıdır. Ayrıca gazeteciler elde ettikleri hızlı bir şekilde internet kullanıcılarına ya da takipçilerine gönderirken doğruluğundan da emin olmaları gerekmektedir.

Bilgisayara, modeme ve kişisel çıkarlara sahip her birey güvenli görünen bir web sitesi kurabilmekte ve kültürel bir kitle için dünyanın bilindik haber kuruluşlarının sağladığı haberlerle beraber haber yapabilmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin iletişim araçlarında sağladığı hız, depolama, çeşitlilik, veri, görüntü, ses ve metnin bir arada daha verimli bir şekilde kullanıldığı multimedya yapıyla birlikte, haber kurumlarının organizasyon yapıları, haberin üretimi ve sunumunda birtakım değişiklikler yaşanmaktadır. Nitekim buna bağlı olarak da gazetecilik pratiklerinde bir dönüşüm yaşanmaktadır.

Yeni medyanın habercilikte etkisi

Gün geçtikçe gücü yenilenen internet teknolojileri her alana etki yaptığı gibi, habercilik üzerinde de etkisini göstermektedir. Geleneksel gazeteciliğin klasik habercilik yöntemi internetin ortaya çıkmasından önce en parlak ve doğru yöntem sayılmaktaydı. Nitekim internet hız, erişim, maliyet, teknolojik anlamda birçok avantajlar sağlasa da bunun beraberinde gazetecilik için bazı sıkıntıları da beraberinde getirmiştir. Geleneksel gazetecilikte haber her gazetede farklı çıkarken, internetle birlikte “kopyala yapıştır”

haberciliği diyebileceğimiz pek de etik olmayan yaklaşımlar ortaya çıktı. Yani, haberin doğru veya yanlışlığına çok da önem vermeden rakip internet sitesi gördüğü haberi hemen kopyalayıp takipçilerine/okuyucularına sunmaya başlamıştır. Tabii bu günümüzde tüm internet haber siteleri için geçerli değildir. Ama bazı haber sitelerinin böyle yapması okuyucuda artık güvensizlik oluşturmaya başlamışlar.

Yeni medyanın doğası gereği kullanıcıya sunduğu ileri teknolojik hizmetler, hız, aktif katılım gibi özellikler çerçevesinde geleneksel gazeteciliğin habere ulaşma, haberi işleme ve haberi sunma şekillerinde değişiklikler olduğu gibi, aynı zamanda yeni medyanın yarattığı atmosfere ve geniş kullanım alanına bağlı olarak geleneksel gazeteciliğin haber yayınında içerik dikkate alındığında haberin yeni medya araçlarına dayandırılarak okuyucuya sunulduğu da görülmektedir (Bulunmaz, 2012: 6).

Günümüzde bireylerin ayrı-ayrı grup olarak topluluklar halinde olması, kendisi ile ortak yeni kültür de meydana getirmektedir. Bilinen herhangi bir bilgiyi paylaşmak - karlı bir havada yaşanan bölgede veya gidilen yollardaki durumu sosyal ağlar aracılığıyla resim, video veya yazıyla gruba aktarmak- buna örnek teşkil etmektedir. Sosyal medyada herhangi bir müziği paylaşırken kimse bundan dolayı vergi talep etmemektedir. Lakin fiziksel dünyada bu müziğin yazıldığı CD'yi satmak bir tür aşamalardan geçmeyi mecbur kılmaktadır. Fakat bu durum, yazar haklarının çiğnenmesi gibi problemlere de yol açabilmektedir. Çünkü "haber korsanlığı"ni önlemek adına şimdilik herhangi bir yöntem ve çözümler sunulmuş değildir. Bütün dünya coğrafyasında internet haberciliği hızla ilerlerken, buna ilişkin yasal ve hukuki mevzuatları oluşturmak ve yürürlüğe sokmak mümkün olmamıştır. İnternet üzerinden yayın yapan sitelerde çalışan habercileri "gazeteci" olarak tanımlayacak yasal mevzuat birçok ülkede henüz oluşturulamamıştır.

Yeni teknolojilerin gazeteciliğe etkisi: Azerbaycan örneği

Çalışmanın Problemi

Geleneksel medya son dönemde yeni medya ortamıyla iç-içe geçmiştir. Bununla beraber, geleneksel medyada yapılan gazetecilik ve habercilik ile internet ortamında yapılan habercilik ve gazetecilik arasında birtakım benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. İnternet gazeteleriyle 1990'lı yıllarda tanışan Azerbaycan örneğinden bakıldığında; habercilik rutinleri ve değerlerini hiçe sayan çok sayıda etik dışı uygulama dikkati çekmektedir. Bu çalışmanın temel problem durumunu Azerbaycan'ın internet ortamındaki yeni ve gelişmekte olan internet haber siteleri oluşturmaktadır. Azerbaycan'da faaliyet gösteren internet haber sitelerinin mevcut durumunu belirlemek çalışmanın temel problemini teşkil etmektedir. Mülakatlar, Azerbaycan'da faaliyet gösteren internet haber sitelerinden genel yayın yönetmenleri ile 12 Ocak-01 Şubat 2018 tarihleri arasında Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de gerçekleştirilmiştir.

Amaç

Bu çalışmada amaç Azerbaycan'da gazetecilik yapan ve meslekte basın kartına sahip gazetecilerle görüşerek, ülkedeki yeni medya haberciliğinin şu anki durumunu ortaya koymaktır. Ayrıca, internet gazeteciliği yapan bireylerin mesleki anlamda karşılaştıkları kolaylıklar ve güçlükler ele alınacaktır. Çalışmanın bir diğer amacı da iletişim alanında

dünya literatüründe Azerbaycan konusunda varolan eksikliği gidermek ve bu konuda veriler ortaya koyabilmektir.

Önem

Azerbaycan basın sektörüne ve yeni medya alanına ilişkin çalışmaların az oluşu çalışmanın önemi açısından önemli bir motivasyon kaynağıdır. Çalışmanın aynı zamanda –bu alanda önemli bir literatür eksikliği bulunan Azerbaycan özelinde- genç iletişimciler ve meslek profesyonellerine de kaynaklık ve rehberlik edeceği düşünülmektedir.

Yöntem

Akademik literatür ile şekillendirilen konular çerçevesinde Azerbaycan’da yayın yapan internet haber sitelerinin genel yayın yönetmeni düzeyindeki meslek profesyonelleri ile yapılan derinlemesine görüşmeler çalışmanın ana yöntemidir.

Çalışma öncesi, alexa.com¹ verilerine göre en çok ziyaret edilen ve Azerbaycan’da yayın yapan haber siteleri belirlenmiş ve genel yayın yönetmeni düzeyindeki profesyoneller ile derinlemesine mülakat yapılmıştır. Görüşülen kişiler ve kodları aşağıda yer alan Tablo 1’deki gibidir.

Tablo 1. Derinlemesine mülakat yapılan haber siteleri

ÇALIŞTIĞI KURUM	GÖREVİ	KODLAMA
Oxu.az	Genel Yayın Yönetmeni	E1
Musavat.com	Genel Yayın Yönetmeni	E2
Milli.az	Genel Yayın Yönetmeni	E3
Qafqazinfo.az	Genel Yayın Yönetmeni	E4
Azxeber.com	Genel Yayın Yönetmeni	E5
Day.az	Genel Yayın Yönetmeni	E6
Axar.az	Genel Yayın Yönetmeni	E7
Yenicag.az	Genel Yayın Yönetmeni	E8
Olke.az	Genel Yayın Yönetmeni	E9
A24.az	Genel Yayın Yönetmeni	E10

Tablo 1’de görüldüğü üzere Azerbaycan’ın en çok takip edilen ve dijital alanda çalışmalarına devam eden kurumlardır. Bu kuruluşlar ile görüşme talebi yapılmış ve hepsinden görüşme talebine olumlu geri dönüş olmuştur. Görüşülen kurumlar

¹ <https://www.alexa.com/topsites/countries/AZ>

günümüzde internet haberciliğinin gelişiminde ve toplumun habere kolay ulaşmasında emeği olan, ülkenin en önde olan internet haber siteleridir.

Azerbaycan’da yeni medya haberciliği

Tüm dünyada olduğu gibi Azerbaycan’da da yeni medya olanakları geleneksel düzeyde yayın yapan radyo, televizyon ve en çok da basılı gazeteleri köşeye sıkıştırılmış durumdadır. Yeni medya ortamları, internet haber siteleri giderek önü alınamaz bir biçimde büyümekte ve etki alanının genişletmektedir.

Azerbaycan’da yeni medya ve internetin etkileri 1997 tarihinden itibaren boy göstermeye başlamıştır. Ülkede internet medyasının ilk örnekleri “Yeni Müsavat” (www.musavat.com) ve “Зеркало” (www.zerkalo.az) internet gazeteleri ile olmuştur. Ardından “Turan Haber Ajansı” online olarak hizmet sunmaya başlamıştır. (www.turaninfo.com). Başlangıçta yeni medya ortamlarını görmezden gelen geleneksel medya aktörleri de online ortamda hizmetler sunmaya başlamışlardır. Bunlara “Azadlıq Gazetesi” (www.azadliq.az), “525-ci qəzet” (www.525ci.com), “Ayna” (www.ayna.com), “Bizim əsr” (<http://bizimasr.media-az.com>), “Azərbaycan” (<http://azerbaijan-news.az>), “Trend Haber Ajansı” (www.trend-az.com) gibi geleneksel yayın yapan kuruluşların internet versiyonlarının yaratılması dahildir (Babayev, 2004:105).

Azerbaycan’da internet haber siteleri “haber üreten, toplayıcı portal ve sırf eğlence haber siteleri” olarak bölünmektedir. Ne yazık ki, kendi haberlerini üreten haber siteleri o kadar da fazla değildir. Bunun aksine son zamanlar çevrimiçi medyada çok sayıda “toplayıcı haber siteleri” ortaya çıkmıştır. Özgün içerik üreten, kendisine ait profesyonel yazı işleri kadrosu bulunan haber sitesi örneği henüz bulunmamaktadır. Azerbaycan özelinde daha çok popüler haber siteleri ve geleneksel medya kuruluşlarının haberleri ile beslenen, ikinci el habercilik yapan kuruluşlar, haber siteleri çoğunluğu oluşturmaktadır.

Yine Azerbaycan özelinde; webe yönelik yayınların tümünde görülen önemli problemlerin başında “dil sorunu” gelmektedir. Azerbaycan internet medyasında gözlemlenen en önemli problem, Azerbaycan diline aykırı yabancı kökenli kelimelerin sık-sık, yerli-yersiz kullanılmasıdır. Bu ise önemli dil ve imla sorunlarına yol açmakta, okuyucunun haber ve makaleleri anlamasında zorluk çekmesine neden olmaktadır. Tabii yeni medya haberciliğinde hızlılık önemli olduğu için dil konusu gazeteciler için o kadar da cazip mesele gibi gözükmemektedir. Lakin bu problemi yok etmek imkânsız bir şey de değildir. Nitekim bunun için gazeteciler sadece haberleri hazırlarken elektronik formatında olan Azerbaycan terminoloji sözlüğünü gözden geçirmekle dile yabancı olan, leksikona resmi şekilde dahil olmayan sözlerin kitle iletişim araçlarına nüfus etmesinin karşısını alabileceklerdir. Böylece dil yabancı etkilerden korunmuş olmakla beraber bunun yanı sıra haber ve makalelerin okunaklılığı ve hızlıca kavranılması kolaylaşacaktır.

İnternette haber hazırlamak

Hayatımızın vazgeçilmez bir parçasına çevrilen internet aslında yalnızca gazeteciliğe değil tüm alanlara etkisini göstermiştir. Ama gazeteciliğe gösterdiği etki yeni bir hizmet koşulu yaratmakla sonuçlanmıştır. Bu da yeni medya anlamıdır. Yeni medya anlamıysa gazeteciliğe yenilik değil, gazeteciliğin okuyucu için yeni aracıdır. Olaya bir başka

deyişle, internet gazetecilerin bir vasıtasıdır. Çünkü, internet geleneksel medyanın formatlarını kendisinde toplamaktan başka, gazeteciliğin yeni formatlarını da sağlamaktadır. Bir zamanlar internetin en önemli problemi onun ulaşılabilirliğinin, hızının düşük olması ve içerik azlığı iken zaman geçtikçe hızlı internetin yayılması daha çok insanın kullanıcıya çevrilmesine ve içerik yaratmasına sebep olmuştur. Şüphesiz ki, bu değişiklikler gazetecilik ortamını değiştirmiştir. Yeni medya gazeteciliği geleneksel medyadan temel ilkeleri baz alarak, onları kullanarak yeni araçlarla malzemeler ortaya koymuştur. 1993'ten bugüne internet haber merkezleri teknolojik gelişmelerin de etkisi ile başta yazı ve görsel ile başladıkları haber yazım işleminde tablolardan, infonografiye galerilerden sesli haber oluşturmaya video haberden mobil için haber oluşturmaya kadar birçok aşamadan geçti (Duman, 2017: 6;7). Günümüzde internette haber hazırlamak gazete ve televizyonda haber hazırlamaktan daha kolaymış gibi gözükmektedir. “Çevrimiçi habercilik “meslek pratikleri” ve “örgütsel işleyiş” anlamında neleri dönüştürmüştür?” sorusuna katılımcıların çoğu kısmı “İnternet haberciliği daha kolay ve sınırsızdır, hızlıdır” yanıtını vermişlerdir:

Bugün gazeteciler için gazeteciliğin en iyi ve daha perspektifli formatı internet haberciliğidir (E1).

Çevrimiçi habercilik geleneksel gazetecilikten daha kolay ve daha hızlıdır. Zaten çevrimiçi gazeteciliğin en önemli unsurlarından biri hızlı olmasıdır (E8).

Çevrimiçi habercilik çok farklıdır. Haber bir cümleden bile oluşabiliyor. Burada her şey hızlanmış durumdadır. Ve gazeteci için çok uğraşmak gereği yoktur (E7).

Günümüzde teknik araçlar, iletişim araçlarının gelişmesi gazeteciliği çok kolaylaştırmıştır. Ancak, geleneksel medya ve televizyon gazeteciliğinden daha çok tercih edilen çevrimiçi gazeteciliğin ana görevi işlemseliktir. Genel olarak, gazeteciliğin temel prensiplerinden biri zaten işlemseliktir. Ancak, çevrimiçi medyada haber kelebek ömrü yaşıyor. Yani, haberin doğumuyla ölümü çok kısa sürüyor. Bu nedenle, belirli bir zamanda haberi okutturmak gerekiyor. (E4)

Çevrimiçi habercilik haberciliği değiştirdi. Burada gazeteci de okur da artık hızlanmaya başladı. Haberin yayılması ise daha da hızlandı. Yani Gazeteci de okur da artık olayın içinde olmaya başladı. (E2)

Gazetecilerin işi bir yandan kolaylaştı. Lakin diğer yandan da zorlaştı. Bir gazeteciden eskiye nispete daha fazla beceriler istenmeye başladı. (E3)

Sıradan kullanıcılar da artık gazeteci olma şansı kazandı. Profesyonellik azalsa da rekabet güçlendi. (E9)

Hazırda yeni medyanın siyasal, sosyal, kültürel, ekonomik, psikolojik vb. pek çok alanlarda görülen etkileri, haberin üretiminde, tüketim ve baka süreçlerinde birçok değişimlere neden olabilmüştür. Nitekim haberin üretimi açısından değerlendirdiğimizde baya prestijli ve profesyonel haber merkezleri bu değişim ve dönüşüm sonucunda hem yapısal hem de işleyiş olarak yeni bir görünüm kazanmıştır (Ünal, 2016: 41). Lakin çevrimiçi haberciliğin en önemli kısımlarından biri de haberi hazırlayan gazetecinin hangi niteliklere sahip olmasıdır. Çünkü okuyucu haberi okusa da yazarın hangi başarılarla sahip olduğunu bilemez ve onun için önemli olan tabi ki haberdir. Genel Yayın Editörleri “Bugün, bu mesleği yapacak gazetecilerde aranan nitelikler nedir?” sorusuna daha çok gazetecinin kendi zihinsel, fiziksel başarısını ve haberi hissetmek duygusunun öneminden bahsetmektedirler. Yeni dönemin habercilik eğitimi ile yetişen gazeteci adayları birden çok medya platformunda eğitim görmüş ve gelecek gazeteciler olacaklarken, mevcut sistemin içinde yer alan çalışanlar ise kendi imkanları ile yeni medya düzeninin kurallarını öğrenmeye çalışıyorlar (Siapera ve Veglis, 2012: 33).

Katılımcıların çoğu kısmı gazetecilikle ilgili bu alanda eğitim almak durumunun gereksiz olduğu kanaatinde dirler. Görüşme yaptığımız editörler yeni medya alanında çalışan muhabirin karşısında zor görevlerin durduğunu ve bunun için ondan taleplerin çok olduğunu da belirtmektedirler:

Azerbaycan'da yeni medyanın maddi imkanları kısıtlı olduğu için bazen bir muhabire röportaj ve haber yapması için her türlü konular veriliyor. Bu yüzden de çevrimiçi gazetecilikte çalışan gazeteci her taraflı bilgiye sahip olmak zorundadır. (E9)

Tabii ki, istenen özelliklerde ilk olarak, gazetecilik eğitimi gelmiyor. Çünkü, burada en önemli konu okuyucunun istediği bilgiyi en hızlı şekilde ona ulaştırmak yeteneğidir. (E10)

Öncelikle gazeteciliğin bu türünde çalışan gazeteci hızlı olmalıdır. Yani, haber duyumu yüksek ve habercilik duyumu ise güçlü olmalıdır. Aksi halde o herkesten geri kalacaktır. Ve sonuç itibarıyla başarılı olma şansı azalacaktır. Ayrıca, haberi kısa şekilde yazmayı bilmelidir. Dil bilgisi olmalı, en azından Rus ve İngilizce bilmelidir. (E2)

Çevrimiçi gazetecilikte çalışan gazetecinin öncelikle iyi ilişkileri olmalıdır. Çünkü, bu ilişkilerin sayesinde herhangi bir ilginç bilgiler elde edebilir. Yani, iyi gazetecinin öncelikli kaynakları olmalıdır. Daha sonra ise gazetecinin haber duyumu olmalı, karşısındaki insanla ortak dil bulabilmeli ve çatışmaya gitmemelidir. (E1)

Bu durumda haberin kalitesi yüksek olmaksızın değişmiş ve sonuç olarak çok sayıda gazetecinin yapacağı işi az sayıda gazetecilerin yapması durumu ortaya çıkmış ve yeni medya çalışanlarının üzerindeki yük, sorumluluk çoğalmıştır. Günümüzde “ücretsiz çalışma saatlerinin artması, yeni beceriler açısından eski çalışanların tasfiyesi, iş güvenliği ve yeni becerilere adaptasyon konusunda kurumsal eğitimin eksikliği” gibi konular, profesyonel habercilerin ve geleneksel medyadaki gazetecilerin de öteden beri yaşadığı “eski sorunlara” “yeni”lerinin eklenmesine neden olmuştur (Yıldırım, 2010: 246).

Yani, birçok gazetelerin “çok görevli gazeteciler” istihdamı bu işin kalitesini düşürmemiş değildir. Şöyle ki, katılımcılarımız da Azerbaycan'da olan çevrimiçi habercilik yapan gazetecilerden daha düşük maaşla daha fazla işler talebi olduğunu da yalanlamayarak, gazeteciden istenen niteliklerin bu alanda eğitim yerine daha çok ve en önemlisi olarak “çok fonksiyonellik” olduğunun kanaatinde dirler:

Çünkü, online medyada mali olanakları kısıtlı olduğu için bazen bir muhabir her türlü konularla görevlendirilebiliyor. Bu yüzden online medyada çalışan gazeteci her taraflı bilgiye sahip olmalıdır. Çünkü, ona editör tarafından konu verildiğinde, onu yapmasını bilmelidir. Bilmediğinde, onun işinde devam edebilmesi zor olacaktır. (E9)

Bizde haber yazan muhabir köşe yazıları da yazıyor. Yani, gazeteciden talepler çok. Tabii bu zaman da kalite istendiği gibi olmuyor. (E10)

Gazetecilerimize hak ettiği maaşı vermeye çalışıyoruz. Sadece bazen işde ekipte eksiklikler olunca değişik mevzularla da onlara yüklenabiliyoruz. Ama bu çok az zamanlarda oluyor. (E2)

Gazeteci uzman aracılığıyla herhangi bir sorunu araştırmalıdır. Sırf gazeteci eğitimi olmayabilir. Önemli olan bu işi başarıyor mu ya nasıl. Kısacası, çok işlevsel olmalıdır. Foto çekim, video v b. bu gibi işleri de bilmesi önemlidir. Bugün yeni medya alanında çalışan gazeteciden istenen şey çok fonksiyonelliktir. Bu ise onun maaşına bazen etki yapar. (E3)

Hazırda gazetecinin bu alanda eğitim alması şart değil. Gazeteci hangi alanda çalışıyorsa, o alanın profesyoneli olmak zorundadır. Eğitimle ilgili kitaplar, belki 2 yıl veya belki 40 yıl önce basılan kitaplardır. Onlar asla her zaman güncel olamaz. Onun öğrendiği öğretmenler ise kadro gazeteciler değiller. Yani, bu pazarda yoklar ve asla da gazeteci olarak, hiçbir yerde çalışmamışlar. Onlar öğrencilerine fakat teorik eğitim verebilir. O eğitim faydasızdır demiyorum. Ancak ileride gazetecinin faaliyetine yardım etmeyecektir. (E6)

Günümüzde yeni medya gazeteciliğine en büyük etkisini gösteren şeylerden en önde olanı da sosyal medyadır. Nitekim sosyal medya bugün yeni medya gazetecisi için haber kaynağıdır. Sanal ortamda üretilen herhangi bir mesajın, fikrin, içeriğin diğer kullanıcılarla eş zamanlı bir şekilde paylaşımını sağlayan sosyal medya, iletişim olgusunun önemli bir ögesi olan geri bildirim hızı ve doğrudan alınmasını sağlar (Kınık, 2013: 76). Çünkü sosyal medya haberin daha fazla okuyucuya ulaşması, okuyucu yorumu ve olayın hemen sosyal medya paylaşılması açısından daha fazla statüye sahiptir. Haber ajansları haber kaynaklarına ulaşabilmek, bunun yanı sıra yeni gelişmelerini takipçilerine iletmek ve onlarla etkileşim sağlamak bu haberleri iletmek üzere sosyal medya hesaplarını kullanmaktadırlar (Ünsal, 2016: 43). Artık her geçen gün sosyal medya, mesleki faaliyetlerini yürütürken gazetecilere onların hazırladıkları haber metinlerini zenginleştirme, güncelleme, habere malzeme bulma ve diğer birçok konularda önemli kolaylıklar göstermektedir. Ancak katılımcılar sosyal medyanın gazeteci için bazı negatif taraflarını da açıklamaktan çekinmediler:

Bugün gazeteciliğe gelenlerin birçoğu Facebook dilinde yazıyor. Yani, İngiliz harfleri ile yazıyorlar. Azerbaycan alfabesi ile yazamıyorlar. Muhabir alıyoruz ve eğer biz onu çalışmada tutmak istiyorsak, en azından 1 ay ona Azerbaycan alfabesini öğretmeliyiz. Çünkü, Facebook'ta istediğimiz tarzda yazabiliyoruz. Hatayı sonradan kişi isterse telafi eder, ya hiç etmez. Bu şahsın kendisine aittir. Ama habercilikte daha profesyonel alfabede yazmak önemlidir. Bu da günümüzdeki gazetecilerde çok az ve bu çok ciddi eksikliklerimizden birisidir. Bu sonuca gelmek lazım ki, sosyal ağlar hem de bizim dilimizi bozuyor. (E8)

...Ama şimdiki zamanda sosyal ağlar böyle bir duruma yol açar ki, herkes kendisi bir medya organı gibi hareket ediyor. Bir paylaşım bir habere dönüşe biliyor. (E1)

Bugün sosyal ağlar olmadan internet medyasını düşünemiyoruz. (E2)

Sosyal ağlar işimizi kolaylaştırdı ve insanları bir araya topladı. (E9)

Sosyal medyanın beraberinde getirdiği olanaklar ve yaydığı enformasyon, kullanım amacına uygun olarak toplumların ve bireylerin geleceğini büyük oranda değiştirme potansiyeline sahip olduğu kadarıyla, aynı toplum ve bireylerin büyük bir dezenformasyon içinde yaşamlarına sebep olabilmektedir (Çakır, 2013: 12). Sonuç itibarıyla sosyal medyanın gazetecilik alanına girmesi, gazetecilik mesleği için bazı dezavantajlar da getirmiştir. Yani, sosyal ağlar üzerinden herkesin denetimsiz biçimde içerik üretip paylaşabilmesi gazetecileri de bazen yanıltılabilmektedir. Böyle bir ortamda verilen haberin doğruluğu, hazırlanan içeriğin gerçekleri yansıtması, insanların doğru bilgilendirilmesi, medya markalarının önemini ve iyi gazetecilerin fikir önderliğini pekiştirmiştir. “Güvenilir haber medyası” olmayı, medya kuruluşlarının en önemli marka değeri haline getirmiştir (Behar, 2013). Milyonlarca sosyal medya kullanıcısı tarafından sürekli olarak dolaşıma sokulan doğru veya yanlış bilgi keşmekeşinin olduğu bir ortamda, “güvenilir marka” sınıfına girebilen medyalar, okuyucu için vazgeçilmez enformasyon kaynağına dönüşmeye başlamıştır (Kurt, 2014: 4):

Sosyal ağ hız yönünden bizim işimize çok yarıyor. Ama negatif tarafıysa yalan bilgilerin de fazla olmasıdır. (E7)

Online gazetecilik için sosyal ağ önemlidir. Kötü tarafı şu ki orda ne yazılıyorsa hepsine inanılma durumu yüksektir. Çünkü sosyal ağlarda yalan bilgiler de az değildir. Ama sosyal ağlar gazetecinin işini biraz daha kolaylaştırıyor. (E3)

Günümüzde sosyal medya toplu olarak bir yere yığılmanın, siyasi düşüncelerin, mücadelelerin esas kürsüsüne dönüşmüş durumunu almıştır. Tabii ki, bu da gazetecilerin

doğrudan olarak, temel haber kaynağına dönüşmüştür. Aynı zamanda, bu haberler toplu şekilde yayıldığı için biz haber siteleri olarak, ona büyük önem veriyoruz. (E5)

Sosyal ağlar işimizi kolaylaştırırsa da gazeteciliğin profesyonelliğini önlüyor. (E4)

Haberciler, özellikle anlık-ani gelişen olaylarda sosyal medyayı enformasyonun toplanacağı bir “istihbarat aracı-ortamı” olarak görmekte, bundan ötesini kapsayan süreçleri, yani enformasyonun işlenmesini gerektiren süreçleri, haberciliğin geleneksel norm ve pratikleri içerisinde kalarak yürütmektedirler (Kıyan, Törenli, 2018:32-52). Mesela bir yangın olayı olunca gazetecinin o an orada olması imkânsız olmak niteliğindedir. Ve bu zaman olayı sosyal medyadan takip edip haber niteliğine getiriyorlar. Ancak kurumsal açıklamayı ise kendileri öğrenerek okuyucuya sunmaktadırlar. Katılımcılarımız da bunu daha dolgun açıklamaktadırlar:

Hazırda sosyal medyada oturuyorsunuz ve kim neredeyse oradan bir şeyler yazıp paylaşıyor. Tren metro istasyonuna gecikince onu orda olan biri hemen çekip paylaşıyor. Yani, orada bulunan kişi artık bir gazetecidir. Sadece her şeyi doğru yapmak için doğru kontrolde olmak gerekiyor. Bu bir yandan iyidir. Muhabir olaya hızlıca yaklaşabiliyor. Kötü tarafı, çalışmaman. Yani, sen sadece oturup izliyorsun ve aramıyorsun. (E4)

Örneğin, bir binanın öbür ucunda yangın olunca biz oraya ulaşana kadar birisi onu çekip Facebook canlı yayına koyarlar. Bu işlevsellik açısından bizim işimize çok yarıyor. (E7)

İletişim teknolojilerinin çok hızlı bir biçimde sürekli olarak gelişmesi, sonuç itibarıyla bilgiyi küreselleştirdiği gibi bunun yanı sıra bilgiye ulaşmayı benzersiz bir biçimde kolaylaştırıp yaygınlaştırmıştır (Kurt, 2014:4). Bilgiye kolay ve hızlı ulaşmanın en yaygın araçlarından olan sosyal medyanın ortaya çıkması geleneksel medyayı devre dışı bırakmak durumuna getirmektedir. Tabii bu sırada istediği zaman paylaşım yapabilen sıradan kullanıcıların yardımcısı mobil teknolojilerin de rolü az değildir. Ve sonuç itibarıyla haber vermenin farklı bir tekniğini ortaya koyan sosyal medya, aynı zamanda “yurttaş gazeteciliği” ile geleneksel olarak yapılan gazetecilik mesleğine farklı bir anlam kazandırmıştır. Sosyal medyanın olmadığı dönemlerde sadece okuyucu/izleyici olan geniş kitleler artık bu süreçte haberin üretilme ve dağılıma sürecine müdahil etme yetkisine sahip olan bir birey haline gelmişlerdir (Behar, 2013).

Yeni teknolojilerin etkisi ile değişen gazetecilik

Teknolojinin gelişmesi karşımızda hesapsız bilgiye ulaşma imkânı sağlamaktadır. Ama çok az durumlarda bu fırsatların beraberinde gelen tehlike ve sınırlar hakkında düşünerek, fikir alışverişi yapmaktayız. Teknolojik gelişme günümüzün temel meselesine dönüşmüştür. Söz konusu olan iletişim araçları zamanla olgunlaşıyor ve biz kablodan kablosuz cihazlara, telefondan televizyon çağına geçişin tanığı olduğumuz gibi, şimdi de siber dünyadaki değişim içindeyiz. Dijital medya uzmanı Nic Newman medyanın sonraki dev teknolojik değişime doğru hızla gittiğini öngörmektedir. Buna neden mobil cihazların ve sosyal medya araçlarının hızla değişmesidir. Artık mobil cihazların hayatımızın ayrılmaz bir parçası olduğu bir gerçektir. Çünkü bugün dev medya kuruluşları kendi haber üretim politikalarında mobil cihazları öne çıkarmaktadırlar. Artık cep telefonu ekranları haber manşetlerini değiştirmektedir. Peki insanlar mobil cihazlarda haberleri, genellikle, nereden okumaktadır? Dünyada yapılan çok sayıda araştırmalarda Facebook öncüller sırasında yer almaktadır. 2016 yılının istatistiklerine göre, dünyada her gün ortalama 1 milyar yarımdan çok insan Facebook kullanıyor, YouTube kanalında izleme sayısı da aşağı yukarı aynıdır. Twitter platformunda ise günlük 305 milyon kullanıcı yer almaktadır. Gençler bugün haberleri

daha çok Twitter'dan alsalar da paylaşmak için Facebook'u tercih etmektedirler (Beşirli vd.: 2018). Görüşmemizde fikirleri yer alan katılımcı editörler de Azerbaycan'da yeni teknolojilerin onların işlerini kolaylaştırdığını söylemektedirler. Ancak internet haber sitelerinin mobil versiyonlarının zayıf olduğunu da itiraf etmektedirler:

Mobil iletişim bugün işimizi rahatlattı. Ben Azerbaycan'da ilk site başlatanlardan biriyim. Biz o zaman 2003 yılında site açtık, biz o siteye bir makaleyi yüklemek için çok vakit harcıyorduk ve bu yaklaşık 1 saat alıyordu. Bugün mobil imkanlar bunu hızlandırmış durumda. Ve bu daha da olgunlaşacak ve böyle olduğu halde, profesyonel gazetecilerden daha çok, profesyonel olmayan gazetecilerin sayısı artacaktır. Çünkü, artık okuyucular da profesyonellik aramıyorlar. Bu işte önemli olan işlevselliştir. (E8)

Yeni medya aslında yeni teknolojilerden yararlanmıştır. Yeni teknolojilerin işin içine girmesi gazeteciliği değiştirdi. Bu zaman gazetecilerin iş formatı değişti. Ve hem okuyucu hem de gazeteci işlevselliğe alıştı. (E9)

Bir sitenin Google Analytics'te istatistiklere bakın. Bu ise yaş etabına göre belli olacaktır. Mobil iletişim olmasaydı şimdiki sitelerin reytingi 4-5 defa geride olacaktı. Traffic aşağı düşecek ve tüm reklam olanakları da elden çıkmış olacaktı. Çünkü mobil iletişiminin payı Azerbaycan'da yüzde 70'den fazladır. Biz kendimiz de böyleyiz. Çalışmalarımızda göre leptoptan izliyoruz. Çalışma saati olmadığı zaman haberleri cepten takip ediyoruz. Ve teknik alanda çok büyük sorunlar var. Bugün teknik imkânlarına göre birkaç yılın internet haber siteleri var ki, zayıftırlar. Haberi satamıyorlar. (E10)

İnternet teknolojisinin son yıllardaki gelişimi gazetecilik açısından da değişime işaret etmiştir. Bunun sonucu olarak da haber kaynaklarına ulaşmak açısından gazetecilik için oldukça önemli bir alan sunmuştur. Günümüzde ise mobil iletişimin gelişmesi ve gazeteciliğe etkisi hem bu işin kalitesine hem de hızına yeterince kendi katkısını vermektedir. Tabii bu durumda büyük haber ajansları arasındaki rekabet de yüksek noktaya gelmektedir:

Mobil iletişimin gelişmesi haber alanında da yeni dönemin başlamasına neden oldu. Bugün artık haber siteleri teknik yönden de rekabete giriyorlar. Düne kadar sadece haberde rekabet vardiyorsa, bugün artık teknik rekabet de artmış durumdadır. Önceleri okuyucu interneti etkinleştirirken kendisi haber arıyorduyorsa, şimdi aksine okuyucuya bildiri gönderiliyor. Böyle siteler bugün artık Azerbaycan'da mevcuttur ve okuyucunun isteğine göre düzenleniyor. Çünkü günümüzde artık ihtiyaç onadır. İnsanlar günün uzun bölümünü bilgisayar başında oturup bilgi aramaya ait etmiyorlar. (E5)

Gazetecilikte canlılık ölüyor. Artık kimse canlı bir röportaj vermek istemiyor. Herkes yazılı bir röportajı tercih ediyor. Çünkü korkuyorlar. Yazdıktan sonra bana göster diyorlar. Soruları yazılı istiyorlar. Bunların hepsi mobil iletişim ve diğer taraftan bulanıklaşma ile ilgilidir. Gazetecilerin bazıları mobil cihazları nasıl kullanması gerektiğini hala bilmiyorlar. Genel olarak, yasal taraf henüz belli değildir ki, cep telefonlarında çekim yapabilir ve yayabilir miyiz? Gazetecinin bugün bir mikrofona bile ihtiyacı yoktur. Yani, tüm teknolojik yenilikler hem olumlu hem de olumsuz yenilikler getiriyor. (E4)

Teknoloji faktörler gazeteciliğin önemli parçasıdır. Mobil iletişim ise hem gazeteciye hem de okuyucuyu geliştirdi. Bizim işim hem kolaylaştı hem de zorlaştı. (E2)

Bence, rekabeti güçlendiren zaten bu nokta mobil iletişimdir. Çünkü, bugün okuyucunun elinde cep telefonu var. O dünyanın her yerinde istediği internet sitesine üye olabilir. Ve istediği haberi bu sitede bulamayınca, diğerine müracaat edecektir. Bu da sonuç itibarıyla bu alanda olan gazetecilerin birincilik rekabetini yükseltmektedir. (E1)

Teknolojinin gelişmesi gazetecilikte çalışma mekânının sınırlarını da aşmış durumuna getirdi. Castells (2008), ağ toplumunda yeni iş pratiklerinden söz ederken yükselişte olan eğilimin işgücünün bölünmesi ve sanal işletme ağlarının oluşumu yönündeki geniş kapsamlı eğilimin bir parçası olarak tam zamanlı ya da yarı zamanlı

olarak “eve ek iş getirenlerin” ve serbest çalışanların çoğalmasından söz eder (Castells, 2008: 528). Nitekim gazeteci veya muhabir istediği haberi evden veya yurt dışından da hazırlayarak haber sitesine yerleştirebilir. Katılımcılar da yeni teknolojilerin getirdiği en büyük özelliklerden birini gazetecilikte çalışma mekanının sınırlarını aşmakta görmüşlerdir:

Mekân sıkıntısı yaşamadığımız için bu çok iyi sayılmaktadır. Örneğin gece haberlerimizi muhabirlerimiz gece kendi evlerinden de bilgisayarın başına oturup hazırlayabilmektedirler. (E3)

Ulaşılabilirlik ve hız işimizin en önemli kısmı sırasındadır. Tabii çalışma mekânı da önemlidir. Ama örneğin gazetecimiz yurt dışında ilginç bir olayla karşılaşmışsa bunu haber yapmak için ofise gelmesine gerek kalmamaktadır. (E6)

Teknoloji bazlı bu dönüşüm medya kuruluşlarını genellikle gazetecilerin farklı teknolojik yapılara uyum sağlamasını bekler hale gelmiştir. Bu durumda kuruluşun daha fazla beceri ve bilgi talebi arttıkça gazeteciler için endişe artmıştır (Duman, 2017: 11). İnternet artık her alana etkide bulunduğu için mevcut durumda gazeteciler de yeni bir şeyler öğrenerek zamana ayak uydurmakla beraber, kendilerini gazeteciliğin bu türünü daha iyi şekilde öğretmeğe çalışmaktadırlar.

Sonuç

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte meslekler üzerinde yaşanan değişimden en çok gazetecilik etkilenirken; internet gazeteciliği ortaya çıkmış ve internet ortamında yapılan gazetecilik mesleği her geçen gün ortaya çıkan farklı platformlar çerçevesinde gelişmekte ve değişmektedir. Çalışmada da belirtildiği gibi internet medya kaynaklarının sürekli gelişimi Azerbaycan’ın küresel internet ortamında yer edinmesi için büyük olanaklar sunmaktadır. İnternet kitle iletişim araçları sosyal-politik, ekonomik ve kültürel hayatın önceliklerini belirleyen bir ögeye dönüşmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi Azerbaycan’da da internet medyası olumlu ve olumsuz, önemli ve eksik yönleri ile ilerlemekte, yeni başarılar kazanmakta ve geleneksel medyayı geride bırakmaktadır.

İnternet gazeteciliğinin Azerbaycan’daki günümüz durumunun tespit edilmesi için yapılan bu çalışmada, 10 farklı internet haber gazetesi genel yayın yönetmeni ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmelerden edinilen veriler ışığında Azerbaycan’da internet gazeteciliğinin meslek anlamında daha kolay ve pratik olduğu için gazeteciler arasında daha çok tercih edildiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca sıradan vatandaşlar da çekmiş oldukları resim ve videolar ile gazetecilik yapmakta (sosyal medya hesapları-Facebook, Twitter vb. aracılığı ile); bilgiyi ve haberi yayma imkânı bulurken, gazetecilere ve gazeteler haber kaynağı olabilmektedirler. İnternet gazeteciliğinin en önemli özelliklerinde biri de okuyucuların haberlere yorum yaparak, haber ile ilgili, sitenin haber yapış tarzı ile ilgili görüş ve düşüncelerini bildirebilmektedirler. Öte yandan internet haberciliğinde “kopyala yapıştır” imkânı oldukça sık kullanılmakta olduğu ayrıca herhangi bir gazetecinin birçok farklı alanda gazete köşe yazısı yazdığı görülmüştür. Bununla birlikte internet ortamında haber sitesi açmak maddi bakımdan çok masraflı olmadığı için site açmak kolay olmaktadır. Ancak bu kolaylık profesyonel olmayan birçok kişinin gazete haber sitesi açmasına yol açmaktadır. Sosyal medya bakımından olumsuz nokta ise özellikle sahte hesaplar aracılığıyla yalan ya da yanlış haberlerin çok hızlı bir şekilde yayılmasıdır. Genel olarak çalışmada İnternet gazeteciliğinin mesleki anlamda kolay olması, çok maddiyat

gerektirmemesi, bilginin hızlı ve birçok kişiye ulaşması bakımından daha çok tercih edilir hale geldiği görülmüştür. Yakın gelecekte özellikle basılı gazetelerin sayısının yok denecek kadar azalacağını tahmin edilmesi bu sonuç ile paralellik arz etmektedir.

Notlar

¹ Bu makale Fidan Aliyeva'nın henüz yazım aşamasındaki *Yeni Teknolojileri Gazeteciliğe Etkisi: Azerbaycan Örneği* başlıklı tezinden üretilmiştir.

Kaynakça

- Babayev, Ziyafettin (2004) *Gazetecilikte Bilgisayar Teknolojisinin Kompleks Uygulaması*, Bakü: Birlik Yayınevi.
- Bardoel Jo ve Deuze Mark (2001) Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism, *Australian Journalism Review*, 23(2), 91-103.
- Behar, Haymi (2013) Sosyal Medya Çağında Gazetecilik. <http://blog.radikal.com.tr/Sayfa/sosyal-medya-caginda-gazetecilik-14284>, Erişim tarihi: 03.02.2019.
- Beşirli, Aynur; Cevadova, Hanım; İzzetli Sabina (2018) *Yeni Medya Gazeteciliği*, Bakü: Tabasko Branding Bureau.
- Bulunmaz, Barış (2011a) İnternet Gazeteciliğinin Medya Dünyası İçindeki Rolü ve Ekonomik Boyutları. *Marmara İletişim Dergisi*, (18): 27-46.
- Bulunmaz, Barış (2011b) Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı ya da Kim Kazanacak. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(7): 22-29.
- Castells, Manuel (2008) *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt 1: Ağ Toplumunun Yükselişi*, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çakır, Mukadder (2013) Sosyal Medya ve Gösteri. *Sosyal Medya Araştırmaları 1*, Ed. A. Büyükaslan ve A. M. Kırık, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Duman, Kenan (2017) “Yeni Medya Çağında Haberleri Yeniden Düşünmek: Teknoloji İle İçeriğin Kesişmesi ve Yenilikçi Davranışlar”, *Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(8): 95-107.
- Erdoğan, İlker (2014) Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları, *Yeni Medya Pratikler, Olanaklar*, Ed. Emel Baştürk Akca, İstanbul: Umuttepe Yayınları.
- Kınık, Mehmet (2013) *Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kıyan, Zerrin; Törenli, Nurcan (2018) Sosyal Medyanın Gazetecilikteki Rolü: Türkiye’deki Haber Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17 (1): 32-52.

- Kurt, Hanifi (2014) Journalism Practice and Social Media. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13 (4): 821-835.
- Orkhanrza, <http://orkhanrza.com/azerbaycanda-internet-istifadecilerinin-sayi-8-milyona-catir-yeni-statistika>, Erişim tarihi: 05.01.2019.
- Siapera, Eugenia; Veglis, Andreas (2012) *The Handbook of Global Online Journalism*, UK: Wiley-Blackwell Press.
- Tokgöz, Oya (2003) *Siyasal İletişimi Anlamak*, Ankara: İmge Yayınları.
- Ünal, Recep (2016) Haber Merkezlerinin Yeni Medya ile Dönüşümüne “Emek” verenler, *İktisat ve Toplum Dergisi*, 2016, 71: 40-46.
- Van der Haak, B., Castells, M.; Parks, M. (2012) The Future of Journalism: Networked Journalism, *IJOC*, 6: 2923-2938.
- Yıldırım, Besim (2010) Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşik Gazetecilik, *Selçuk İletişim*, 6 (2): 230-253.