

**KAMUSAL HABER KANALLARINA AİT
KURUMSAL WEB SİTELERİNİN
KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

Yüksek Lisans Tezi

Gülgün ABBASBAYLI

Eskişehir 2020

**KAMUSAL HABER KANALLARINA AİT KURUMSAL WEB SİTELERİNİN
KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

Gülgün ABBASBAYLI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Tezcan ÖZKAN KUTLU

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Temmuz, 2020

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Gulgun ABBASBAYLI'ın "Kamusal Haber Kanallarına Ait Kurumsal Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi" başlıklı tezi 06 Temmuz 2020 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan **Basın ve Yayın Anabilim Dalı** nda, **yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : **Dr.Öğr.Üy. Tezcan ÖZKAN KUTLU**

Üye : **Dr.Öğr.Üy. Ahmet TAYLAN**

Üye : **Doç. Dr. Alaaddin F. PAKSOY**

Doç. Dr. Mustafa KARACA
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

KAMUSAL HABER KANALLARINA AİT KURUMSAL WEB SİTELERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Gülgün ABBASBAYLI

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mayıs 2020

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Tezcan ÖZKAN KUTLU

Dijital teknolojilerde yaşanan ilerlemeler artık dijital platformları hayatın bir parçası haline getirmiştir. Hayatın her alanına etki eden bu gelişmeler medya sektöründe de köklü değişimlere neden olmuş, geleneksel medya artık yerini yeni medya adı verilen bir anlayışa bırakmıştır. Yeni medya geleneksel medyadan farklı olarak kullanıcıyla karşılıklı etkileşime olanak sağlayan, haber akışının oldukça hızlı ve kolay olduğu bir habercilik anlayışını tanımlamaktadır. Bu nedenle özellikle etkileşim unsurları noktasında yeni medya geleneksel medyadan ayrılmaktadır.

Bu çalışma temel olarak kamu hizmeti yayıncılığının yeni medyaya entegrasyonu üzerine yoğunlaşmaktadır. Çalışmada temel olarak uluslararası ölçekte faaliyet gösteren 6 farklı devlet kanalının haber sitesi incelenerek karşılaştırmalı bir analiz yapılmaktadır. Bu kapsamda yeni medyanın etkileşim unsurları olan dijitalleşme, etkileşimlilik, çoklu ortam ve hipermetinsellik özelliklerinden yola çıkılarak çalışmanın amacına uygun şekilde belirlenen 17 kriter doğrultusunda nitel bir içerik analizi temelinde internet sitelerinin çözümlemesi yapılmaktadır.

Çalışmanın bulguları genel olarak incelenen tüm haber sitelerinin birçok noktada yeni medyaya uyum sağladığını göstermektedir. Sonuçlar yeni medyanın ayırt edici özellikleri çerçevesinde değerlendirildiğinde ise bu kanallar arasında kamu hizmeti yayıncılığının lokomotif olarak görülen BBC'nin özellikle bir adım önde olduğu ancak çalışmaya konu olan diğer haber kanallarının da aralarındaki birtakım farklılıklara rağmen yeni medyaya entegrasyonu noktasında başarılı oldukları söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Yeni medya, Kamu Hizmeti Yayıncılığı, İçerik Analizi

ABSTRACT

**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CORPORATE WEB SITES OF
PUBLIC NEWS CHANNELS**

Gülgün ABBASBAYLI

Department of Journalism

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, May 2020

Supervisor: Assist. Prof. Tezcan ÖZKAN KUTLU

Advances in digital technologies have made digital platforms a part of life. These developments, which affect all areas of life, have caused radical changes in the media sector, and traditional media has now been replaced by a new approach called new media. New media, unlike traditional media, defines a approach of journalism that enables interaction with the user and where the news flow is very fast and easy. For this reason, new media differs from traditional media especially in terms of interaction elements.

This study focuses mainly on the integration of public service broadcasting into new media. In the study, a comparative analysis is made by analyzing news portals belonging to 6 public service broadcasters operating mainly on an international scale. In this context, internet sites are analyzed on the basis of a qualitative content analysis based on 17 criteria determined in accordance with the purpose of the study based on the digitalization, interactivity, multimedia and hypertextuality features, which are the interaction elements of the new media.

The findings of the study show that all news sites examined in general have adapted to the new media at many points. When the results are evaluated within the framework of the distinctive features of the new media, the BBC, which is seen as the locomotive of public service broadcasting among these channels, is especially one step ahead. However, it can be said that other news channels that are the subject of the study are successful in terms of their integration into the new media, despite some differences.

Key Words: New Media, Public Service Broadcasting, Content Analysis

ÖNSÖZ

“Kamusal Haber Kanallarına Ait Kurumsal Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi” adlı bu tez çalışmasında uluslararası ölçekte yayın yapan haber kanallarının web siteleri, yeni medyanın iletişim unsurları kapsamında belirlenen kriterler doğrultusunda incelenmekte ve karşılaştırılmaktadır.

Bu tez çalışması süresince desteklerini benden hiçbir zaman esirgemeyen, sabırla ve özveriyle her konuda destek olan ve yol gösteren değerli danışmanın Dr. Öğr. Üyesi Tezcan ÖZKAN KUTLU'ya teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, eğitim hayatım boyunca her zaman yanımda olan ve bana her türlü desteği sunan sevgili aileme teşekkürü bir borç bilirim.

28/07/2020

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Gülgün ABBASBAYLI

İÇİNDEKİLER

Sayfa

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
GRAFİKLER VE TABLOLAR DİZİNİ	x
GÖRSELLER DİZİNİ	xi
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI.....	8
1.1.Kamusal Alan Tanımı	8
1.2.Kamu Hizmeti Yayıncılığı Kavramı	9
1.2.1. Kamu hizmeti anlayışı	9
1.2.2. Kamu hizmeti çerçevesinde kamu hizmeti yayıncılığı	11
1.2.3. Kamu hizmeti yayıncılığının ilkeleri	15
1.3.Kamu Hizmeti Yayıncılığının Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi	18
1.4.Türkiye’de Kamu Hizmeti Yayıncılığı	20
1.4.1. Türkiye’de radyo ve televizyon yayınlarının başlaması ve tarihsel gelişimi	20
1.4.1.1. Türkiye’de radyo yayıncılığı	20
1.4.1.2. Türkiye’de televizyon yayıncılığı	22
1.4.2. Bir kamu hizmeti yayıncılığı kurumu olarak TRT’nin yayın hayatına başlaması ve gelişimi	24
1.4.3. 2954 sayılı TRT yasası	25
1.4.4. TRT World’ün yayın hayatına başlaması.....	26

İKİNCİ BÖLÜM

2. YENİ MEDYA VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞININ YENİ MEDYAYA ENTEGRASYONU	28
2.1. Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Süreci	28
2.1.1. Geleneksel medya anlayışı	28
<i>2.1.1.1. Geleneksel kitle iletişim araçları</i>	29
2.1.2. Yeni medya anlayışı	31
<i>2.1.2.1. İletişimde küreselleşme</i>	32
<i>2.1.2.2. Dijital teknolojilerdeki gelişmeler ve yeni medya</i>	34
<i>2.1.2.3. Günümüzde yeni medya araçları</i>	35
2.2. Yeni Medya Bağlamında Kamu Hizmeti Yayıncılığı	36
2.2.1. Kamu hizmeti yayıncılığı ve yeni medya araçları	38
<i>2.2.1.1. İnternet sitelerinin kullanımı</i>	39
<i>2.2.1.2. Mobil uygulamaların kullanımı</i>	40
<i>2.2.1.3. Sosyal medyanın kullanımı</i>	42
2.3. Neoliberal Politikaların İletişim Alanına Etkileri	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. KAMUSAL HABER KANALLARINA AİT KURUMSAL WEB SİTELERİNİN İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİ İLE KARŞILAŞTIRILMASI	45
3.1. Yeni Medyanın Temel Unsurları	45
3.2. İçerik Analizi	47
3.3. Haber Web Sitelerinin İncelenmesi	48
3.3.1. Kanal logosu ve konumu	48
3.3.2. Kanal web sitesinin tasarımı	54
3.3.3. Ana manşet haberi	59
3.3.4. Güncelleme bilgisi	61
3.3.5. Görsel zenginlik	64
3.3.6. Canlı yayın (watch live) imkanı	68
3.3.7. Sosyal medya uzantıları	71
3.3.8. Farklı dil seçenekleri	74
3.3.9. Feedback (geri bildirim) özelliği	76
3.3.10. İletişim ve erişim bilgileri	79

3.3.11. Yazı tipi ve boyutu.....	82
3.3.12. Haber kategorileri (türleri)	84
3.3.13. Çerez (cookies) kullanımı	87
3.3.14. Mobil uygulama uzantıları	90
3.3.15. Kullanıcı etkileşim olanağı	92
3.3.16. Sesli haber dinleme özelliği.....	96
3.3.17. Haberlerde hipermetin kullanımı	99
SONUÇ	104
KAYNAKÇA.....	113
ÖZGEÇMİŞ	

GRAFİKLER VE TABLOLAR DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Grafik 1.1. Yıllara Göre Gazete Satışları.....	2
Grafik 1.2. Günlük Ortalama TV İzleme Süresi (2018)	23
Tablo 2.1. Uluslararası Haber Kanallarının Sosyal Medyadaki Takipçi Sayıları	42
Tablo 3.1. Karşılaştırmalı Tablo	106

GÖRSELLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Görsel 3.1. TRT World Ana Sayfası	49
Görsel 3.2. BBC News Ana Sayfası.....	50
Görsel 3.3. France24 Ana Sayfası.....	51
Görsel 3.4. DW News Ana Sayfası	52
Görsel 3.5. Russia Today Ana Sayfası.....	53
Görsel 3.6. CCTV English Ana Sayfası.....	54
Görsel 3.7. TRT World Görsel İçinde Metin Kullanımı	55
Görsel 3.8. BBC Most Read Seçeneği	56
Görsel 3.9. France24 Site Tasarımı.....	57
Görsel 3.10. DW News Site Tasarımı	57
Görsel 3.11. RT Site Tasarımı.....	58
Görsel 3.12. CCTV Site Tasarımı	59
Görsel 3.13. TRT World Güncelleme Bilgisi-1	61
Görsel 3.14. TRT World Güncelleme Bilgisi-2	61
Görsel 3.15. DW News Güncelleme Bilgisi	62
Görsel 3.16. RT News Güncelleme Bilgisi	63
Görsel 3.17. CCTV English Güncelleme Bilgisi	63
Görsel 3.18. TRT World Web Sitesinden Görsel Örnekleri	64
Görsel 3.19. BBC News VR Örneği	65
Görsel 3.20. France24 Web Sitesinden Görsel Örnekleri	66
Görsel 3.21. DW News Web Sitesinden Görsel Örnekleri	66
Görsel 3.22. RT News Web Sitesinden Görsel Örnekleri.....	67
Görsel 3.23. CCTV English Web Sitesinden Görsel Örnekleri	68
Görsel 3.24. TRT World Canlı Yayın Seçeneği ve Sosyal Medya Bağlantıları	68
Görsel 3.25. BBC iPlayer Servisi.....	69
Görsel 3.26. France24 Canlı Yayın Seçeneği	69
Görsel 3.27. RT Canlı Yayın Seçeneği	70
Görsel 3.28. CCTV English Canlı Yayın Seçeneği	70
Görsel 3.29. BBC News Sosyal Medya Bağlantıları	71
Görsel 3.30. France24 Sosyal Medya Bağlantıları.....	72
Görsel 3.31. DW News Sosyal Medya Bağlantıları.....	72

Görsel 3.32. CCTV English Sosyal Medya Bağlantıları.....	73
Görsel 3.33. BBC Farklı Dil Seçenekleri.....	74
Görsel 3.34. DW News Farklı Dil Seçenekleri	75
Görsel 3.35. CCTV English Farklı Dil Seçenekleri	76
Görsel 3.36. TRT World Feedback Bağlantısı.....	76
Görsel 3.37. BBC News'in Contact BBC News Bağlantısı.....	77
Görsel 3.38. France24 Contact Us Bağlantısı	78
Görsel 3.39. DW News Feedback Seçeneği.....	78
Görsel 3.40. RT Feedback Seçeneği	79
Görsel 3.41. TRT World TV Kanalına Ait İletişim Bilgileri	80
Görsel 3.42. DW News Kanalına Ait İletişim Bilgileri	81
Görsel 3.43. RT Kanalına Ait İletişim Bilgileri	81
Görsel 3.44. TRT World Haber Kategorileri-1	84
Görsel 3.45. TRT World Haber Kategorileri-2.....	85
Görsel 3.46. BBC News Haber Kategorileri.....	85
Görsel 3.47. DW News Haber Kategorileri	86
Görsel 3.48. TRT World Çerez Kullanımı.....	87
Görsel 3.49. BBC News Çerez Kullanımı	88
Görsel 3.50. France24 Çerez Kullanımı.....	88
Görsel 3.51. DW News Çerez Kullanımı.....	89
Görsel 3.52. RT Çerez Kullanımı	90
Görsel 3.53. TRT World Mobil Uygulama Uzantıları.....	91
Görsel 3.54. TRT World Kullanıcı Etkileşimi	93
Görsel 3.55. BBC News Alerts Özelliği	94
Görsel 3.56. RT Conversation Özelliği	95
Görsel 3.57. RT Subscribe Özelliği	95
Görsel 3.58. TRT World Sesli Haber Dinleme Seçeneği	96
Görsel 3.59. BBC News Listen Live Özelliği.....	97
Görsel 3.60. DW News Listen to Audio Özelliği	98
Görsel 3.61. TRT World Hipermetin Kullanımı.....	99
Görsel 3.62. BBC Hipermetin Kullanımı-1	100
Görsel 3.63. BBC Hipermetin Kullanımı-2	101
Görsel 3.64. France24 Hipermetin Kullanımı.....	101

Görsel 3.65. DW News Hipermetin Kullanımı.....	102
Görsel 3.66. RT Hipermetin Kullanımı.....	103
Görsel 3.67. CCTV English Hipermetin Kullanımı.....	103

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BBC	: British Broadcasting Corporation
CCTV	: China Central Television
CNN	: Cable News Network
DW	: Deutsche Welle
EBU	: European Broadcasting Union
İETT	: İstanbul Elektrik Tramvay ve Tünel İşletmeleri
MTV	: Makedonya Devlet Televizyonu
PTT	: Posta ve Telgraf Teşkilatı
RT	: Russia Today
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TDK	: Türk Dil Kurumu
TGRT	: Türkiye Gazetesi Radyo ve Televizyonu
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TTTAŞ	: Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TV	: Televizyon
VR	: Virtual Reality

GİRİŞ

Dijital platformlar artık bireylerin yaşamlarının bir parçası haline gelmiştir. Öyle ki, günümüzde milyarlarca insan aktif olarak dijital platformların kullanıcısı durumundadır. We Are Social'ın 2019 yılında yayınlanan raporuna göre dünyada yaklaşık 4.4 milyar birey internet kullanıcısı bulunmaktadır. Yaklaşık 3.5 milyar kişi ise sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmaktadır.¹ Eş zamanlı bilgi akışına olanak sağlayan bu platformlar, uluslararası medya kuruluşları tarafından da aktif şekilde kullanılmaktadır. Bu yönüyle internet, insanların birbirleriyle içerik ve bilgi paylaşımını sağladıkları sanal ortamlar olmanın yanı sıra, medya kuruluşları için de, haber kullanıcılarına kolaylıkla ulaşabildikleri önemli bir mecra haline gelmiştir. Bu yönüyle internet gazete, radyo, televizyon gibi aklımıza gelebilecek tüm medya türlerini tek bir medya olarak bir araya getirme yeteneğine sahiptir (Korkmaz, 2009, s.12).

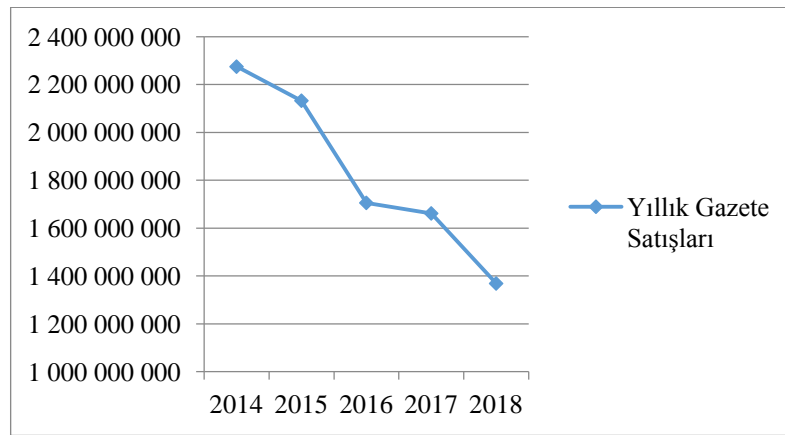
Günümüzde tüm resmi veya özel kurum ve kuruluşların kendi web siteleri vardır. Haber kanallarına ait internet siteleri de bunların bir örneğidir. İster özel ister kamusal haber ajansları olsun tüm haber kanalları da kullanıcılarına kendi web sayfalarından ulaşmaktadırlar. Bu web sayfalarının temel amacı da objektif olarak topluma bilgi sunmak ve bireylerin de bu bilgiye kolaylıkla erişimlerini sağlamaktır.

Kurumsal haber kanalları web siteleri yardımıyla kullanıcılarına ulaşırken web sayfalarının kullanıcıya hitap edecek şekilde tasarlamayı hedefler. Bu amaçla haber kanalları web sayfalarında haberleri kullanıcılarına düz yazılar şeklinde vermek yerine çeşitli görseller, multimedya öğeleri veya bağlantılarla içeriklerini zenginleştirirler. Bu tez çalışması da kurumsal haber kanallarının web sayfalarındaki içeriklere odaklanmaktadır. Bu kapsamda çalışmada uluslararası ölçekte yayın yapan ve kamu yayıncılığı anlayışıyla faaliyet gösteren haber kanallarına ait web sitelerinin karşılaştırmalı bir analizi yapılmaktadır. Çalışmada giriş bölümünde problem, amaç, önem, varsayım, evren ve örneklem ile sınırlılıklar ortaya konulmaktadır. Birinci ve ikinci bölümde kavramsal çerçeve ve literatür, üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi ile bulgulara ve son olarak sonuç kısmına yer verilmektedir.

¹ <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> Erişim Tarihi: 05.05.2020

Problem

İletişim teknolojileri ve yeni medya hızlı bir gelişim göstermektedir. Yeni iletişim teknolojileri geleneksel kitle iletişim araçlarını da değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Yeni medyanın gelişimi geleneksel kitle iletişim araçlarının metin, ses, görüntü gibi içerik türlerinin kullanımında, dinleyici/okuyucu/izleyici kitleleriyle iletişimde ve bilgi dolaşımında farklılıklar ortaya çıkarmıştır. Günlük hayatta artık basılı gazetelerden ziyade online (çevrimiçi) haber sitelerinden yararlanılmaktadır. Öyle ki, TÜİK verilerine göre Türkiye’de basılı gazete satışları yaklaşık %45 oranında azalmıştır.



Grafik 1.1. Yıllara Göre Gazete Satışları

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜİK verilerine göre 2014 yılında yaklaşık 2.27 milyon olan basılı gazete satışı, 2018 yılında 1.38 milyon adete gerilemiştir. Öte yandan 2016 TRT faaliyet raporuna göre sadece TRT’ye ait web sayfaları aylık ortalama 8 milyon kez ziyaret edilirken, ortalama 27 milyon kez görüntülenmektedir.²

Geleneksel medya yazılı, işitsel ve görsel basının gazete, dergi ve televizyon aracılığıyla kamuoyunu bilgilendirdiği ortamları tanımlar. Ancak günümüz haberciliği artık geleneksel medyadan ziyade yeni medya kanalları aracılığıyla kullanıcılarına ulaşmaktadır. Artık haber kanalları web sayfaları aracılığıyla topladıkları haberleri kullanıcılarına kolayca ulaştırabilmeyi hedeflemektedir. Bu hedef doğrultusunda haber kanalları söz konusu haberleri hedef kitleyle paylaşırken web sayfalarını en iyi şekilde tasarlayarak kullanıcıların web sayfalarında daha fazla vakit geçirmelerini

²<https://trtkurumsal.trt.net.tr/Uploads/application/pdf/2015-02-17-13.42.00/fc2378f865884f03b7e76c82fbae6064.pdf> Erişim Tarihi: 10.12.2019

amaçlamaktadır. Yeterince iyi tasarlanmamış, kullanışsız web sayfaları hedef kitle üzerinde olumsuz etkilere neden olabileceği gibi kullanıcıların tamamen kaybedilmesine de neden olabilir. Öte yandan yeterince iyi tasarlanmış web sayfalarının sağlamış olduğu avantajlar bu web sayfalarına sahip haber kanallarının daha tercih edilebilir olmasını sağlayacaktır.

Küreselleşmenin de etkisiyle Marshall McLuhan ve Powers'ın (2015) da belirttiği gibi dünya artık global bir köy haline gelmiştir. Bu gelişim teknolojik ilerlemelerle birlikte medya ve habercilik sektöründe de kendini hissettirmiştir. Artık dünyanın dört bir tarafından insanlar dijital platformlar sayesinde aynı anda aynı haberi okuyabilmektedirler. Bu global iletişim sayesinde farklı kıtalardan farklı milletlerden insanlar oturdukları yerden, web sayfalarının sundukları avantajlar sayesinde dünyanın dört bir yanında yaşanan olaylara dair haberlere ulaşabilmektedirler. Dünyanın tüm coğrafyalarından insanlar bilgisayar, cep telefonu veya tablet gibi platformları kullanarak yazılı ve görsel haberlere bir tıkla çok kısa süreler içinde ulaşabilmektedirler. Bu hızlı iletişim sayesinde herhangi bir haber dünyanın dört bir yanındaki büyük kitlelere eş anlı olarak ulaşabilmektedir. Tüm bunlara olanak sağlayan etken ise elbette hızla gelişen internet ortamı ve buna bağlı olarak gelişim gösteren internet haberciliğidir.

Artık haber akışı eskiye oranla çok daha hızlı olmakla birlikte kullanıcılar açısından habere ulaşmak hem daha az maliyetli hem de daha fazla esneklik. Öyle ki, artık bireyler ücret ödeyerek basılı gazete satın almak yerine, ücretsiz online haber portallarını kullanmayı tercih etmektedirler. Öte yandan bireyler artık haber kanallarının web sayfaları sayesinde günler öncesinde yayınlanan bir habere ulaşmada dahi zorluk yaşamamaktadırlar. Bu yönüyle internet haberciliğinin kullanıcılara haberlere ulaşmada esneklik sağladığı da görülmektedir.

Dijital teknolojilerin gelişmesi ile ortaya çıkan internet haberciliği, haber kuruluşlarının web sayfaları üzerinden hedef kitleye ulaşmalarını günümüzde daha önemli kılmaktadır. Artık bireyler bilgisayar ortamları, akıllı telefonlar veya tabletler yardımıyla haber kanallarının web siteleri ve uygulamaları üzerinden haberlere kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Bu anlamda internet haberciliği ses, metin ve görüntüyü bir arada barındırması, multimedya özelliği, zaman ve mekan kısıtının olmaması, arşivleme özelliği sayesinde geçmişe yönelik haberlere ulaşımın kolay olması, etkileşime olanak

tanınması, maliyetinin düşük olması gibi özellikleriyle geleneksel gazetecilikten ayrılmaktadır (İnce, 2018, s.9-10).

Bu çalışma yeni medya ortamında küresel faaliyet gösteren uluslararası haber kanallarının internet siteleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Zira haber yayıncılığı da diğer tüm alanlarda olduğu gibi teknolojik bir dönüşüm içerisinde ve haber kanalları da bu dönüşümün gerisinde kalmayı arzu etmemektedir. Bu kapsamda dijital platformlarda faaliyet gösteren uluslararası haber kanallarının bu dijital dönüşüme ne derece ayak uydurabildiği ve ilgili teknolojileri ne kadar benimsedikleri araştırma probleminin temel çerçevesini oluşturmaktadır.

Medyanın temel ve kamusal görevi kamuoyunu bilgilendirmektir. Medya kuruluşları bu amaçla topladıkları haberleri bazen geleneksel iletişim araçlarıyla bazen de web sayfaları, sosyal medya uygulamaları gibi yeni medyanın dijital araçları ile kullanıcılarına ulaştırmaktadır. Bu çalışmada ise özel/ticari medya kuruluşlarından farklı olarak ve kamu ve/veya devlet destekli faaliyet gösteren resmi haber kurumlarının uluslararası ölçekte yayın yapan internet sitelerine odaklanılmıştır. Bu kapsamda da devlet destekli faaliyet gösteren kamusal haber kanalları yeni medyaya uyum sağlayabildiler mi ve yeni medyanın olanaklarını kullanmada ne kadar başarılılar sorusu bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Buradan hareketle, uluslararası ölçekte yayın yapan kamu ve/veya devlet destekli faaliyet gösteren resmi haber kurumlarının dijital ortamda kullanıcılarına hangi hizmetleri sunduklarını ve yeni medyanın başlıca unsurları açısından web sistemlerini nasıl düzenlediklerini ortaya çıkarmak bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır.

Amaç

Günümüzde her alanda olduğu gibi habercilik alanında da internet ve dijital teknolojiler yoğun olarak kullanılmaktadır. Artık ulusal veya uluslararası haber ajansları yeni medya unsurlarıyla zenginleştirdikleri web sayfaları üzerinden kullanıcılarına ulaşmaktadır. Burada ilgili web sayfalarının hedef kitleye ne derece hitap edebildiği önem arz etmektedir. Bu çalışmada hedeflenen de küresel ölçekte yayın yapan kamu yayıncılarının yeni medyaya entegrasyonuna ilişkin web sayfaları üzerinden bir durum saptaması yapmaktır. Bu doğrultuda çalışmada temel olarak cevap aranan sorular şunlardır:

- Yeni medyanın kamusal haber yayıncılığı üzerindeki etkileri nelerdir?
- Kamusal yayıncılık yapan uluslararası medya kuruluşları internet sitelerinde yeni medya unsurlarından ne ölçüde yararlanmaktadır?
- Kamusal yayıncılık yapan uluslararası medya kuruluşları arasında yeni medyaya entegrasyon düzeyleri bakımından farklılık var mıdır?
- Kamusal yayıncılık yapan uluslararası medya kuruluşlarına ait web sayfalarının benzer ve farklı yönleri nelerdir?

Bu çalışmada sözü edilen soruların cevaplanmasına yönelik olarak, içerik analizi yöntemiyle devlet destekli kamu yayıncılığı yapan uluslararası medya kuruluşlarına ait web sayfalarına ilişkin bir durum saptaması yapılarak, web sayfaları yeni medyanın başlıca unsurları üzerinden karşılaştırmalı olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda çalışmanın temel amacı ilgili medya kuruluşlarının web siteleri arasındaki benzerlik ve farklılıkların neler olduğunu belirleyebilmek, bu doğrultuda küresel dünyada ulaşmayı hedefledikleri kitlelere yönelik olarak web sitelerini nasıl kullandıklarını ve yeni medyaya ne kadar uyum sağlayabildiklerini ortaya çıkarmaktır. Bu şekilde kamu yayıncılığı anlayışıyla faaliyet gösteren haber kanallarının yeni medyaya entegrasyonları bağlamında birbirlerine karşı üstünlükleri ve eksikliklerinin görülmesi sağlanacaktır.

Önem

Küreselleşmenin ve teknolojik ilerlemelerin bir sonucu olarak geleneksel medya artık yerini yeni medyaya bırakmıştır. Yeni medya ise dijital platformlarla yakından bağlantılıdır. Bu nedenle yeni medya üzerinde yapılan çok sayıda çalışma dijital platformları konu edinmektedir. Bu kapsamda literatürde haber kanallarının web sayfaları üzerine çok sayıda çalışmayla karşılaşılmaktadır. Ancak ilgili literatür incelendiğinde uluslararası haber kanallarının web siteleri üzerine yapılmış ulusal veya uluslararası çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bununla birlikte ticari yayıncılığın ulusal ve küresel ölçekte giderek yaygınlaştığı günümüzde nitelikli bir kamusal yayıncılığa erişim hakkı demokratik toplumların vatandaşları için vazgeçilmezdir. Bu noktada kamusal yayıncılığın yeni medyanın unsurlarıyla geliştirilmesine yönelik çabalar da vatandaşların doğru ve güvenilir haberlere erişimi açısından önemlidir. Aynı zamanda ilgili literatürde ilk kez kamu yayıncılığı anlayışıyla yayın yapan uluslararası haber kanallarının yeni medyaya entegrasyonlarını

yeni medyanın temel unsurları bağlamında karşılaştırmalı olarak inceleyen bu çalışma bu noktada özgünlük sunmakta ve literatürdeki bu boşluğu doldurması ve literatüre katkı sağlaması bakımından önem arz etmektedir.

Varsayımlar

Bu çalışmada,

- Uluslararası ölçekte faaliyet gösteren kamu yayıncılarının internet sitelerinin kendi hedef kitlelerine ulaşmada dijital bir köprü vazifesi gördüğü,
- Uluslararası ölçekte faaliyet gösteren kamu yayıncılarının yeni medyaya entegrasyonlarının aynı seviyede olmadığı, her birinin kendine özgü üstünlüklerinin veya eksikliklerinin olduğu,
- Uluslararası ölçekte faaliyet gösteren kamu yayıncılarının hedef kitleye ulaşmada yeni medyanın iletişim araçlarından olan internet sitelerini aktif olarak kullandıkları varsayımlarından hareket edilmektedir.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni uluslararası ölçekte kamu yayıncılığı anlayışıyla yayın yapan haber kanallarına ait web siteleridir. Öte yandan uluslararası ölçekte faaliyet gösteren kamu yayıncılarından olan TRT World (Türkiye), BBC News (Birleşik Krallık), France 24 (Fransa), Deutsche Welle/ARD (Almanya), Russian Today (Rusya) ve CCTV (Çin Halk Cumhuriyeti) kanallarının web siteleri çalışmanın örneklemine oluşturmaktadır. İlgili kanallar amaçsal örnekleme yöntemiyle belirlenmiş, kanallar belirlenirken uluslararası ölçekte takip edilebilirliği ve geniş kitlelere hitap etmeleri göz önünde bulundurulmuştur.

Bu kapsamda,

- <https://www.trtworld.com/>,
- <https://www.bbc.co.uk/news>,
- <https://www.france24.com/en/>,
- <https://www.dw.com/en/>
- <https://www.rt.com/>,
- <http://english.cctv.com/>

olmak üzere ilgili haber kanallarının internet siteleri çalışmada içerik analizinin yapılacağı web sayfalarıdır.

Sınırlılıklar

Günümüzde ulusal veya uluslararası ölçekte yayın yapan çok sayıda haber kuruluşu vardır. Aynı zamanda neredeyse tüm haber kanalları yalnızca görsel medya aracılığıyla değil dijital teknolojileri kullanarak da kullanıcılarına ulaşmaktadır. Bunu da kendi web sayfaları üzerinden yapmaktadırlar.

Bu çalışma uluslararası ölçekte faaliyet gösteren devlet destekli kamu yayıncıları üzerine yürütülmektedir. Uluslararası ölçekte faaliyet gösterdiği bilinen çok sayıda haber kanalı vardır ancak tüm bu web sayfalarına ulaşmak ve analiz etmek oldukça güçtür. Aynı zamanda bu kanalların tamamının küresel haber tüketicisine ulaşabildiği söylenemez. Bu nedenle evreni en iyi şekilde temsil edecek bir örneklemin tercih edilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda bu araştırma yeni medyanın iletişim araçları üzerinden takip edilirliliği yüksek olan ve büyük kitlelere ulaşma potansiyeli yüksek olan söz konusu kamusal haber kanallarının web siteleri ile sınırlıdır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

1.1.Kamusal Alan Tanımı

“Kamusal alan” kavramı günümüzde yoğun tartışılan bir kavramdır. Kamusal alan kavramının ne anlama geldiği ile ilişkili birçok tanım ve açıklama vardır. Bu kavrama Antik Yunan, Eski Roma, Ortaçağ ve Burjuva Devrimi sonrasında farklı tanımlar getirilmiştir. TDK'nın “kamu ile ilgili işlerin yapıldığı yer” şeklinde tanımladığı kamusal alan kavramı 17. yüzyıl ortalarından itibaren Batı toplumunda kullanılmaya başlanmıştır. Ancak kamusal alan kavramını ilk olarak tanımlayan Habermas olmuştur. Jürgen Habermas'a göre kamusal alan kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alan kastedilmektedir. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınmıştır. Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur. (Habermas, 2004, s.95). Avrupa'daki burjuva devrimi, özellikle 1789 Fransız İhtilali neticesinde burjuva sınıfının iktidarı ele geçirerek egemenlik elde etmesi ve bu konuların ortak bir alanda tartışılması kamusal alanı var eden ilk temel sebep olmuştur.

Öte yandan kamusal alan kavramını Dağtaş (2014, s.12) “bireylerin, kendilerini ilgilendiren ortak bir sorun çerçevesinde akıl yürütmeleri ve rasyonel bir tartışma içine girdikleri yaşam alanıdır” şeklinde tanımlamıştır. Baştürk'e (2013, s.125) göre ise kamusal alan, toplumun politik olarak kendini örgütlemesi ve ifade etmesi, siyasal bir refleksi göstermesinin yanı sıra demokratik prosedürlerin inşasında da rol oynamaktadır. Bu düşünceden hareketle demokratik prosedürlerin inşası denildiğinde akıllara liberal devlet ya da liberalizm düşüncesi gelmektedir. Çünkü, liberal devlet modeli çoğulcu demokrasiyi, birey haklarını, kamusal alana katılımı destekleyen bir devlet modelidir. Dolayısıyla kamusal alanın sadece liberal devlet modeli kapsamında var olacağı düşünülmektedir. Zira, Marksizm sınıf egemenliğinin kültürel mübadeleyi nasıl yapılandığı konusundaki çözümlemesini güçlü şekilde doğrulamışken, liberalizm ise kolektif haklar yerleştirilmesi yoluyla devletin gücünün sınırlanması gereksinimine işaret etmiştir (Stevenson, 2008, s.85). Kolektif hak demek çoğulcu

demokrasi anlamına gelir ve dolayısıyla çoğulcu demokrasi de kamusal alan kapsamında var olmaktadır.

Habermascı kamusal alan fikri, birçokları tarafından günümüz kapitalizminin koşullarında mevcut liberal demokrasinin eleştirisi ve radikal ya da sosyalist demokratik yaşamın tasarımı ve inşasında vazgeçilmez kavramlardan kabul edilmektedir (Özbek, 2004, s.20). Habermas'a göre kamusal alan, sivil toplumun içinden ortaya çıkmış özgül bir alandır. Habermascı kamusal alan kavramı 'mekansal olarak' Wood'un sivil toplum tanımından 'ekonomik ilişkiler ağı' çıkartıldığında geriye kalan 'insan ilişkileri ve etkinlikleri' alanının ürünüdür. Ancak Craig Calhoun, daha genel sivil toplum kavramı ile daha özgül olan kamusal alan kavramının karıştırılmaması ve aynı anlamda kullanılmaması gerektiğini savunmaktadır. Çünkü kamusal alan, sivil toplum içinde meydana çıkan özgül bir alandır. Kamusal alan politik kavgaların çözümlenmesini amaçlayan etkili bir rasyonel-eleştirel söylemin gelişmesini sağlayacak kültürel ve toplumsal örgütlenme alanıdır (Özbek, 2004, s.27).

Bahsi geçen iki kavramın, demokratik kuramın gerektirdiği sosyolojik ve kültürel analizi ilerletmek açısından farklı sonuçları vardır. Sivil toplumun kamusal alandan ayırt edilmesi gerektiği gibi, ekonomik sistemin taleplerinin ve analizinin de, toplumsal örgütlenmenin diğer biçimlerinden ayırt edilmesi gerekir. Buradaki temel mesele, toplumsal örgütlenmenin dokularıyla, kamusal alan söylem ve politik katılım arasındaki ilişkidir. Söylem ya da politika, kültür ve aktörlerin iradeleri önemli değilmiş gibi, toplumsal örgütlenmeye indirgenemez. Ayrıca, demokratik kamusal yaşamın özgül toplumsal örgütlenme tiplerine dayandığını da unutmamak gerekir (Calhoun, 1993, s.267-268'den aktaran Özbek, 2004, s.28).

1.2.Kamu Hizmeti Yayıncılığı Kavramı

1.2.1. Kamu hizmeti anlayışı

İngilizce "Public" kelimesinin Türkçe tercümesi olan "kamu" kavramı halka ait, umumi, müşterek anlamına gelmekte ve toplumu ifade etmektedir. Latince insan nüfusu anlamına gelen poplicus ve popolustan gelen Public kavramı insanların oluşturduğu bütünü ve bir bütün olarak insanları ilgilendiren şeyleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Kejanlıoğlu, 2005'ten aktaran Taylan, 2019, s.107-108). Günümüzde kamu kavramı ise devlet veya devlete ait anlamından çok herkese açık ya da açık olan, özel olmayan şey

veya belirli bir konu etrafında oluşan insan grubu anlamına doğru evrilmiştir (Taylan, 2019, s.108).

Kamu hizmeti kavramı ise, toplumda ortak ve genel bir ihtiyacın belirmesi, bu ihtiyacın süreklilik taşıması diğer bir ifadeyle giderilmekle tükenmemesi, tatmin edilmemesi halinde de toplumda bir huzursuzluk doğacağı, dirlik ve birliğin bozulacağı varsayımından hareketle, devletin ya o zamana kadar var olan ya da bu iş için özel yasayla kurulacak bir idare aracılığıyla kamu hizmeti dediğimiz bir etkinliğe girişmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Kejanlıoğlu, 2004, s.31). Sağlık hizmetinden ekonomiye, iletişime kadar toplumsal ihtiyaçların bulunduğu her alanda pek çok faaliyet kamu hizmetinin ilgi alanına girmektedir. Özellikle idare hukuku alanında kilit bir rolü olan kamu hizmeti kavramı da kamusal alan kavramı gibi tartışmalı kavramlardan biridir ve henüz ortak ve kesin bir tanımı yapılmamıştır. Truchet, kimsenin kamu hizmeti için kesin bir tanım sunmadığını, yasa koyucuların bunu fazla dert edinmediğini, hakimlerin değerlendirme özgürlüklerini kaybetmemek için tanımlamak istemediğini ve öğretinin ise bunu başaramadığını savunmaktadır (Truchet, 1982'den aktaran İştin, 2007, s.2).

Daha önceleri yapılan tartışmalar kamu hizmeti kavramının tanımına veya sınırlarının belirlenmesine ilişkin olsa da son zamanlarda yapılan tartışmalar kamu hizmeti kavramının varlığıyla ilgilidir. Kamu hizmeti kavramı ilk kez 19. yy'ın sonları ve 20. yy'ın başlarında Duguit ve Bordeaux okulu tarafından öne sürülmüştür. Burada öne sürülen tanımlamada kamu hizmeti kavramı hukuksal boyuttadır. Duguit'e (1928) göre yöneticiler tarafından yürütülmesi, düzenlenmesi ve denetlenmesi zorunlu olan faaliyetler kamu hizmeti niteliğindedir. Duguit'in tanımına göre, eğer ortada toplumsal yaşam için gerekli bir faaliyet söz konusu ise ve bu faaliyet özel girişim tarafından düzenli ve sürekli olarak yürütülemiyorsa, o faaliyet bir kamu hizmetidir (aktaran, Ulusoy, 2004, s.12). Duguit'ten farklı olarak Bordeaux okulundan olan Gaston Jeze kamu hizmeti tanımını subjektifleştirmiş ve kamu hizmetini sadece yöneticilerin kamu hizmeti olarak yerine getirmek istedikleri kamusal ihtiyaçlar olarak tanımlamıştır (Çapar, Demir ve Yıldırım, 2015, s.365).

Kamu hizmetleri, tekel niteliğinde olan ve tekel niteliğinde olmayan kamu hizmetleri şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Burada yalnızca kamu tüzel kişileri tarafından yürütülebilen özel kişilere yasak olan hizmetler tekel niteliğindeki kamu hizmetleridir. Adalet, milli savunma ve ulaşım hizmetleri gibi hizmetler bu tür kamu hizmetlerine

örneklerdir. Öte yandan eğitim ve sağlık hizmetleri gibi yürütülmesi özel kişilere de açık olan hizmetler ise tekel niteliğinde olmayan kamu hizmetlerine örnek gösterilebilir (Günday, 2004). Diğer taraftan kamu hizmetleri yürütüldükleri alana göre de ikiye ayrılmaktadır. Milli kamu hizmetleri ve mahalli kamu hizmetleri (Karatoprak, 2010, s.366). Örneğin TCDD'nin sunduğu ulaşım hizmeti milli kamu hizmeti örneği iken İETT'nin sunduğu hizmet mahalli kamu hizmeti örneğidir.

Kamu hizmetinin temel amacı kısaca, toplumun çıkarlarını korumak ve kamu yararını sağlamaktır. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın ikinci maddesinde belirtilen, demokratik, laik ve sosyal hukuk devleti ilkelerinin gerçekleşmesi için, devletin yürütmekte olduğu bazı kamu hizmetleri vardır ve bu kamu hizmetlerinden vazgeçmesi mümkün değildir. Radyo ve televizyon yayıncılığı da bu kamu hizmetleri arasındadır. İletişim veya televizyon yayıncılığı alanında da kamu hizmeti anlayışının yeri büyüktür. Her ne kadar 1980'li yıllara kadar televizyon yayınları radyo dalgaları vasıtasıyla hayata geçirilse de yapılan yayınlar toplumun ortak malıdır. Televizyon iletilerinin aktarılmasında kamunun malının kullanılması, verilen hizmetin de niteliğini belirlemiştir. Kullanılan araç toplumun müşterek malı olduğu için bu anlamda verilen hizmet de kamu hizmeti kapsamındadır (Pekmen, 1997, s.9).

1.2.2. Kamu hizmeti çerçevesinde kamu hizmeti yayıncılığı

EBU (European Broadcasting Union) başkanı Albert Scharf, kamu hizmeti yayıncılığını, ülke halkının tümüne sunulan bir hizmet olarak değerlendirmektedir. Scharf, halkın farklılıklarını, zıtlıklarını, coğrafi olarak dağılımını ve yaygınlığını göz önünde tutarak kamu hizmeti yayıncılığının halkın ihtiyaçlarını karşılamasının zorunluluğunu vurgulamaktadır. Scharf, kamu hizmeti yayıncılığının düşünce ve inanç çoğulculuğunu göz önünde bulundurması, toplumla bütünleşmeyi sağlaması ve her türlü program kategorisine hizmet vermesi gerektiğini öne sürmektedir (Yazıcı, 1999). Kamu hizmeti yayıncılığı ilkesi de, halkın bütünlüğünü korumak amacıyla, halk adına karar verebilen bir kurumsal yapı oluşturulması ve muhafazası düşüncesini görev edinmektedir. Kamu hizmeti yayıncılığının ulusun her kesimine ayırım gözetmeden ve tüm istemlere hitap edebilecek şekilde yayın hizmeti götürebilmesi gerekmektedir (Akarcılı, 1997, s.11). Kamu hizmeti yayıncılığı aynı zamanda, ulusallık fikriyle bağlı olup, bir memlekete özgü kültürel özelliklerin tüm vatandaşlarca paylaşılır hale geldiği, kültürel ve siyasal bütünlüğe tehdit oluşturan unsurları dışlayan, söz konusu unsurların

sızmasına veya hakimiyet sağlamasına direnen, halkı, bilgili, eğitilmiş, kültürlü, bilinçli vatandaşlar haline getiren ve piyasadan ve devletten bağımsız şekilde çalışan yayıncılıktır (Mutlu, 2001, s.25-51).

Avrupa kökenli bir kavram olan kamu hizmeti yayıncılığı toplumsal, kültürel ve siyasal ilişkiler ve yapılanmalar temelinde oluşan ve zaman içinde yine bu temel ilişkiler çerçevesinde gelişen bir model olarak ortaya çıkmıştır (Çaplı, 2001, s.25). Kamu hizmeti yayıncılığı kamuya hizmet etmeyi amaçlayan yayıncılık anlayışıdır ve kamu hizmeti yayıncılığı Avrupa’da demokrasinin en önemli sembolü olarak görülmektedir. Kültürel çeşitlilik ve çoğulculuk kamu hizmeti yayıncılığının en belirgin özellikleridir. Kamu hizmeti yayıncılığının temel görevi topluma hizmet etmektir. Avrupa Birliği’nin medya politikalarında yer alan ilkelere göre kamu hizmeti yayıncılığı tarafsız olmalıdır. Aynı zamanda kültürel çeşitliliği yansıtmalı ve azınlık grupların ilgi alanlarına da seslenmelidir. Kamu hizmeti yayıncılığının bir diğer amacı da üretilen programları tüm vatandaşlara ücretsiz veya ödenebilir fiyatlarla sunabilmektir (Kutay ve Özçeri, 2006, s.106). Kamu hizmeti yayıncılığı hiçbir koşulda kar amacı gütmeyiz. Kamu hizmeti yayıncılığı için temel hedef kamunun çıkarıdır.

Kamu hizmeti yayıncılığı kavramı, kamu hizmeti yayıncılığının ilk ortaya çıktığı İngiltere’nin devlet kanalı olan BBC’nin (British Broadcasting Corporation) ilk genel müdürü John Reith’in ismi ile özdeşleşmiştir. Öte yandan Avrupa’da bu yayıncılık türü genel olarak kamu hizmeti yayıncılığı şeklinde tanımlansa da farklı tanımlamaları da mevcuttur. Örneğin; Avustralya’da kamu hizmeti yayıncılığı “Ulusal Yayıncılık” olarak tanımlanır (Collins, 2002, s.65).

Avrupa ülkelerinde yayıncılık, çoğunlukla devlet tarafından düzenlenmiştir. Örneğin; “*Federal Almanya Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesi, yayıncılığı bir kamu hizmeti olarak tanımlamıştır. BBC’nin Kraliyet beratı aynı şekilde kamu hizmeti için sağlanmaktadır*” (Uslu, 2011, s.66). Nasıl tanımlandığından bağımsız olarak kamu hizmeti yayıncılığının temel amacı kamuya hizmet etmek ve kamu yararını gözetmektir. Kamu hizmeti yayıncılığı, toplumun tüm kesimlerine hitap eden, nitelikli, yaratıcı ve özgün programlarıyla yayıncılık sektörüne öncülük eden, siyasetin ve sermayenin baskısı altında olmadan, kamuya hesap veren, bağımsız, bilgi, eğitim ve eğlenceyi dengeli bir şekilde izleyicisiyle buluşturan, yerel ve ulusal kültürün yaşatılmasına aracılık eden katılımcı bir yayıncılık anlayışıdır (Ersin, 2007, s.7-8). Kamu hizmeti

yayıncılığında programlar, devletin yasalarla belirlediği, kamusal gelirlerle finansmanı sağlanan, özerk ve tarafsız kamu tüzel kişiliğine sahip kurumlarca yayınlanmaktadır (Topuz, 2008). Bu yayıncılık anlayışının en temel özelliği kamu yararını gözetmektir. Kamu hizmeti yayıncılık modelinin temel bağıntıları Reith Üçlemesi (Reithian Trilogy) olarak bilinen ‘eğitici’, ‘eğlendirici’ ve ‘bilgilendirici’ olarak tanımlanmaktadır (Franklin, 2001, s.19). Bir kamu hizmeti yayın kuruluşu olan BBC’nin yayın politikasının temelini de bunlar teşkil etmektedir. Bu noktada BBC kamu hizmeti yayıncılığı yapan bir çok kanalın da öncüsü konumundadır. TRT de (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu) kuruluşu ve gelişimi sürecinde BBC’yi model almıştır (Kırık, 2012, s.63).

Kamu hizmeti yayıncılığına dair genel kabul görmüş ortak bir tanım bulmak güçtür. Ancak bir kamu hizmeti yayıncılığının neler sunması gerektiğine dair bazı tanımlamalar yapılmıştır. Örneğin, AB Komisyonu üyesi Marcelino OERJA kamu yayıncılığına ilişkin hazırladığı bir raporda kamu hizmeti yayıncılığını şu şekilde ifade eder: “*Her ülkede, kültürel çeşitliliğin geliştirilmesinde, eğitim programlarının sunulmasında, kamuoyunun tarafsız biçimde bilgilendirilmesinde, çoğulculuğun garanti altına alınmasında, demokratik ve ücretsiz biçimde kaliteli eğlence imkanı sunulmasında kamu hizmeti yayıncılığının önemli bir rolü vardır.*” (Avşar, 2005, s.97-98).

Avrupa Birliği tarafından yayınlanan karar metninde ise kamu hizmeti yayıncılığı şu şekilde ifade edilmektedir (Avşar, 2005, s.98):

“Ayrımcılık yapılmadan eşit şartlar bazında değişik kanal ve hizmetlere kamunun geniş çapta erişiminin sağlanması, kamu hizmeti yayıncılığının vazgeçilmez önkoşuludur. Kamu Hizmeti Yayıncılığı, teknolojik gelişmelerden yararlanmalı, ve kamuyu yeni görsel işitsel ve enformasyon hizmetlerinden ve yeni teknolojilerden yararlandırmak zorundadır. Kamu hizmeti yayıncılığı, sayısal çağda yer alan faaliyetlerin geliştirilmesinden çeşitlendirilmesinden sorumlu olmalıdır. Üye Devletler tarafından tanımlandığı şekliyle kamu hizmeti yayıncılığının, amacına uygun biçimde, programlarını toplumu bir bütün olarak görerek, geniş bir yelpazede sunmaya devam edebilmesi zorunludur. Bu bağlamda kamu yayıncılarının geniş çapta izleyici/dinleyiciye erişmesinin yollarını aramaları meşrudur.”

Tüm bu açıklamalardan da anlaşılacağı gibi kamu hizmeti yayıncılığının temel görevi hedef kitleyi manipüle etmek değil, aksine toplumu bilgilendirmektir. Dolayısıyla

amusal medya izler kitleye herhangi bir görüşü empoze etmeden faydalı olacak programlar yapmalı ve bunu temel ilke olarak benimsemelidir.

Batı Avrupa’da, yayıncılığın liberalleşmesindeki ve aynı zamanda yeniden düzenlenmesindeki gelişmelere rağmen, kamu hizmeti yayıncılığı Avrupa medya politikalarının temel ilkesi olarak hala varlığını sürdürmektedir (Hibberd, 2001, s.156). Kamu hizmeti yayıncılığı özellikle Kuzey ve Batı Avrupa ülkeleri için demokrasinin önemli bir bileşenidir (Holznagel ve Jungfleisch, 2007, s.56). Öyle ki bu yayıncılık anlayışı kamu hizmeti yayıncıları tarafından doğrudan demokrasiyle ilişkilendirilerek kamusal alan idealinin yetkilendirilmesi olarak görülmektedir (Nolan, 2006, s.226).

Kamu hizmeti yayıncılığı temel olarak halk için yapılan, halk tarafından denetlenen ve halk tarafından finanse edilen yayıncılık anlayışıdır. Bu noktada kamu hizmeti yayıncılığını ticari ve devlet yayıncılık anlayışlarından ayırmak gerekir. (Bianet, 2003). Çünkü devlet ve ticari yayıncılık sisteminde bağımsızlıktan ve tarafsızlıktan söz edilemez ve yayıncılık devletin irade ve denetimi altındadır. (Akin, 2002, s.33).

Kamu hizmeti yayıncılığını diğer yayıncılık türlerinden ayıran farklı birtakım özellikleri vardır. Gürsoy’a (1999, s.32-39) göre kamu hizmeti yayıncılığını diğerlerinden ayıran en önemli özellikleri şunlardır:

- “Evrensel erişim özelliğine sahip bulunması ve halkın eşit bir biçimde radyo ve televizyon sinyallerini alması,
- Yayınların toplumdaki çeşitli kesimlere dönük faaliyetin söz konusu olması, genellikle toplumun tümüne hitap edilmesi ve aynı zamanda kamu yayın kurumlarının programlarında çeşitliliğin sağlanması,
- Ulusların değişik bölge ve insanları içeren homojen ya da heterojen yapıya sahip bulunmaları nedeniyle kamu hizmeti sağlayan yayın kuruluşlarının ulusal birlik ve beraberliği sağlayıcı ve koruyucu yayınların yapılması,
- Toplumun değişik katmanlarının gereksinimlerini ve isteklerini karşılayacak ölçüde yayınların yapılması ve yayında çeşitlilik ilkesine dikkat edilmesidir.”

Kamu hizmeti yayıncılığı Avrupa’da doğmuş bir anlayıştır. Kamu hizmeti yayıncılığı devletin kültürel görüşlerini topluma yayar. Toplumu siyasi ve kültürel anlamda yönlendirir, toplumun algısını şekillendirir. Bir yere özgü kültürel özelliklerin tüm toplulukça paylaşılır hale gelmesi, siyasi ve kültürel bütünlüğe tehdit oluşturan unsurları dışlayabilmek veya en azından bu unsurların sızmasını engelleyebilmek eğitim, kültür ve bilgi enjekte ederek memleketin halkını bilgili, eğitilmiş, kültürlü,

bilinçli vatandaş haline getirmek veya vatandaş katına yükseltmek; devletin diğer ideolojik aygıtları ile birlikte radyo ve sonrasında televizyon yayıncılığına yüklenen bir görevdir. Bu görevi layikiyle yerine getirebilecek en etkili örgütlenme yöntemi ise, piyasadan ve devletten bağımsız olarak çalışan kamu hizmeti yayıncılığıdır (Mutlu 2001, s.27).

Bu noktada kamu hizmeti çerçevesinde yayın yapan kamu hizmeti kanalları kamu yararı bakımından topluma güncel, doğru ve olabildiğince çok yönlü bilgi ve haber sağlamak durumundadır. Demokrasinin en önemli sembollerinden biri olan kamu hizmeti yayıncılığı demokrasinin sağlıklı işleyebilmesi için de olup bitenlerle ilgili toplumu zamanında ve doğru şekilde bilgilendirmelidir. Kamu hizmeti yayıncılığı yapan kanalların finansman kaynakları veya diğer bağlantıları her ne olursa olsun her şeyden önce kamu yararını gözetmek zorundadır. Her şeyden önce hem kamu hizmeti yayıncılığı yapan kanallar hem de ticari kanallar sundukları hizmetin bir kamu hizmeti olduğunun bilincinde olmalıdırlar.

1.2.3 Kamu hizmeti yayıncılığının ilkeleri

Kamu hizmeti yayıncılığında en kilit nokta kamu yararının güdülmesidir. Toplumun ihtiyaçlarını gidermeli, haber, bilgi ve eğlence ihtiyaçlarını karşılamalıdır. Yani kamusal sorumluluğunu yerine getirmelidir. Daha çok BBC'nin model oluşturduğu kamu hizmeti yayıncılığının en temel özellikleri şunlardır (Aziz, 1982, s.17-18):

- *“Yayın olanakları-istasyonlar, stüdyo araçları gereçleri, ekipmanları, şebeke vericileri, teknik alt yapı ya merkezi hükümetin elinde ya da siyasi denetimindedir.*
- *Sistem genelde tekelci bir yapıya sahiptir. Ülkedeki tüm yayınlar tek bir hükümet dairesi tarafından yönetilmekte ve gerçekleştirilmektedir. Ayrıca kişilerin dikkatini çekecek özellikte özel girişim elinde istasyon bulunmamaktadır. (Tekelci dönemlerde)*
- *Gelir, devletten ve radyo-televizyon alıcılarından sağlanan ruhsatiye ücretleri aracılığıyla sağlanmaktadır.*
- *Yayınlar genel olarak tecimsel bir niteliğe sahip değildir. Bununla birlikte, bütçe giderlerini karşılama amacıyla az miktarda da olsa reklamlara izin verilmektedir.*
- *Programlar ve yapımlar merkezi bir özellik taşımaktadır. Bölgesel türde programlara fazla yer verilmezken, içerikler genelde merkezde oluşturularak istasyonlara gönderilmektedir.”*

Kamu hizmeti yayıncılığında bulunması gereken somut özellikler ise şunlardır (Kaya, 1985, s.78):

- “Demokratik hukuk devleti ilkeleri doğrultusunda yansızlık ve siyasetler-üstü bir yayıncılık yapmak,
- Halkın eğitim kültür, spor, sanat ve bilgilenme (haber) gereksinimlerini karşılamak,
- Ulusal birliği ve bütünlüğü koruyup geliştirmek,
- Temel hak ve özgürlüklerden yurttaşların yararlanabilmesi için gerekli bilinçlendirmeyi yapmak;
- Laik devlet düzenini savunmak,
- Sosyal devlet anlayışını belirlemek.”

Söz konusu ilkelere göre kamu hizmeti yayıncılığının, kuruluş yönetmeliği çerçevesinde, izleyiciyi eğitmek, eğlendirmek, izleyiciye haber vermek gibi işlevlerini yerine getirmesi gerekmektedir. Bu işlevlerini yerine getirirken program tipi dağılımının da dengeli olması beklenir. Öte yandan kamu hizmeti yapan yayın kurumunun finans kaynakları siyasi iktidarlardan ve ticari odaklardan bağımsızlaştırılmıştır. Programların içerikleri yansızdır farklı siyasi görüşlere dengeli şekilde yer verir (Kaya, 1985, s.78). Bu özelliği ile kamu hizmeti yayıncılığını, tekilci ve indirgemeci bakış açısından kurtulmuş, vatandaşların kendi fikirlerini açıklayacak alanlar açarak gerçek bir çeşitlilik sağlayan, kamunun bilgilenmesine, aydınlanmasına, yaratıcı ve eleştirel yeteneklerini geliştirmesine, demokrasi bilincinin olgunlaşmasına katkı sağlayan yayıncılık anlayışı şeklinde tanımlamak mümkündür (Curran, 1997, s.142).

Kamu hizmeti yayıncılığını ticari yayıncılıktan ayıran en önemli farklılıklardan birisi de çeşitliliklerdir. Kamu hizmeti yayıncılığı, ülkenin tümüne hitap edecek çeşitlilikte olmalıdır. Bu noktada kamu hizmeti yayıncılığı geniş bir program çeşitliliğine sahip iken, klasik bir ticari yayın kuruluşunun akış planının önemli bir bölümünü arkası yarınlar, diziler, sinema filmleri ve hafif eğlence programları oluşturmaktadır (Günalp, 2007, s.27-28).

Kamu hizmeti yayıncılığının toplumsal sorumluk ilkelerine uyarınca hizmet vermesi ve bu şekilde kamu yararını sağlaması gerekmektedir. Bunun yanında ticari televizyon yayıncılığının göz ardı ettiği, kalite, çeşitlilik ve evrensel erişim gibi özelliklerle program içeriklerini belirliyor olması kamu hizmeti yayıncılığının önemini göstermektedir (Günalp, 2007, s.29).

Kamu hizmeti yayıncılığı siyasi iktidardan bağımsız, kamunun mülkiyetinde ve kamunun finansal desteğiyle hizmet veren bir yayıncılık anlayışıdır. Kamu

yayıncılığının temelinde, yayın frekansının ulusa ait olduğu anlayışı yatmaktadır. Bu anlayışa göre, hükümetler ulus-devletin koruyucusu olsalar dahi yayıncıların işlerinden uzak tutulmalıdır. Diğer taraftan yayınlar izleyicilerden toplanacak ücretlerle gerçekleşmeli, devletin müdahalesi ise ilgili ücretlerin miktarlarının belirlenmesi ve toplanmasıyla sınırlı kalmalıdır. Diğer bir ifadeyle kamu hizmeti yayınlarının finansal kaynağı kamusal fonlar olmalıdır. Nihayetinde yayın organını kullananlar bir noktada abonmanlık yoluyla bu kuruluşun sahibi de olmaktadır (Mutlu, 1999, s.24).

Kamu hizmeti anlayışı, yayıncılığın kâr amacı gütmeyen ve birleştirici bir kurum olduğu ve toplumun tümüne kişisel ilerleme ve gelişmeye imkân verecek şekilde hizmet etmesi esasına dayanmaktadır. Bu fikir Denis McQuail'ın katkıları ile de toplumsal sorumluluk modeli hâline dönüşerek kamusal alanı meşru kılan bir işlev üstlenmiştir. Buna göre kitle iletişim araçları topluma karşı belli yükümlülükleri kabul etmeli ve yerine getirmelidir. Bunu yerine getirirken de dikkat edilmesi gereken ilke; bilgilendirme, gerçeklik, doğruluk, yansızlık ve dengeli olmaktır (Akarcılı, 1997, s.51-52).

Kamu hizmeti yayıncılığı, birbirlerini tamamlayan programlar sunmak ve bunları sürdürmek için gösterilen çabadır. Her türden programları yapmak ve mümkün olduğunca farklı türlerden programlar yapmak da bu kavrama dahildir. Dolayısıyla kamu hizmeti yayıncılığı, eğlendirme amacından daha yüce amaçlar gütmelidir. Kamu hizmeti yayıncılığı nitelikli popüler programlar yapma girişimi ve stereotiplerin ötesine uzanan bir yayıncılık türüdür (Keane, 1993, s.111).

Kamu hizmeti yayıncılığının üç türü vardır (Geray, 2003, s.48-49): Bunlar:

- Doğrudan hükümetlere bağlı radyo/televizyon kurumları. Bu kurumlara örnek olarak BBC gösterilebilir.
- Siyasi partilere eşit uzaklığın (tarafsızlığın) sağlanması için yayın kurumlarının devlet elinde olması (İtalya -RAI).
- Devletin oluşturduğu düzenleyici kurumların kamu hizmeti adı altında özel radyo ve televizyon kurumlarını kontrol etmesi (ABD örneği).

Öte yandan kamu hizmeti yayıncılığında olan ya da olması gereken özellikler şöyle sıralanabilir (Çatalbaş, 2000, s.283):

- Erişimde evrensellik, finansmanın kamusal olarak yapılması,
- Fiziksel ve toplumsal azınlıklar dahil farklı zevk ve ilgilere hitap edilmesi;
- Kamusal alana hizmet, kamunun eğitime öncelik verilmesi,
- Herhangi bir iktidar ya da çıkar grubuna yakın olunmaması,
- İçeriğin kamuya karşı sorumluluk çerçevesinde düzenlenmesi ancak bu yapılırken Yayıncının sınırlanmak yerine özgürleşmesi,
- Rekabetin reyting için değil, kaliteli program için olması,
- Kurumsal işleyişte demokrasi ve izleyici ile ilişki kurulması.

1.3. Kamu Hizmeti Yayıncılığının Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi

1920'li yıllarda radyo yayıncılığına paralel olarak televizyon yayınları denemeleri Amerika'da yapılmış olsa da, ilk düzenli televizyon yayını 1936 yılında İngiltere'de başlamıştır. ABD ise, düzenli televizyon yayıncılığına 1939 yılında geçmiştir. İngiltere'de başlayan televizyon yayını II. Dünya Savaşının çıkışına kadar sürmüştür. Savaş nedeni ile ara verilen televizyon yayınları 1945'te yeniden başlamıştır (Aziz, 1981, s.14). İkinci Dünya Savaşındaki duraklamanın ardından televizyon yayınları diğer ülkelerde de hızla yaygınlaşmıştır.

Kamu hizmeti yayıncılığı ise, ilk olarak Avrupa'da ortaya çıkmış, ülkelerin yönetim biçimlerine göre farklı örgütlenme yöntemleriyle uygulama alanı bulmuş bir yayıncılık türüdür. Bu modelde temel amaç toplumsal sorumluluk ilkesinden hareketle kitle iletişim araçlarının topluma hizmet vermesidir. Bu anlayışta toplumu oluşturan her kesimin haber alma özgürlüğünün tarafsız yayın yapan yayın kuruluşlarınca sağlanması temel esastır (Aziz, 2013, s.113).

Kamu hizmeti yayıncılığının tarihi İngiliz yayın kurumu BBC'nin kuruluş dönemine dayanmaktadır. Kamu hizmeti yayıncılığı kavramını ilk olarak BBC'nin ilk genel müdürü John Reith ortaya atmıştır. BBC, Kraliyet Beratı ile yeniden yapılandırılırken parlamento ve siyasi iktidardan gelecek baskılara karşı belirli bir mesafede kalınmasına özen gösterilmiştir (Çaplı, 2001, s.58).

Kejanlıoğlu'na (2004, s.69) göre kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı, İngiltere'de refah devletinden önce kurumlaşmış olmasına karşın, sosyal yurttaşlık çerçevesinde değerlendirilmesi gereken bir kavramdır. 1950'lerde Batı Avrupa ülkelerinde, refah devleti, piyasa toplumunun zarar gören yurttaşlarına eğitim ve sağlık gibi sosyal

hizmetleri sağlama sorumluluğu yüklenmiştir. Bu düşünceyle ilgili yansımayı BBC'nin ilk genel müdürü ola John Reith'in kamu hizmeti yayıncılığıyla ilgili olarak söylediklerinde de görmek mümkündür. John Reith'in ifadesine göre kamu hizmeti yayıncılığında herkesçe eşit biçimde, aynı masrafla ve aynı dereceye kadar paylaşılabilir, birinci ve üçüncü sınıfa ihtiyaç yoktur (aktaran Golding ve Murdock, 1997, s.59). BBC'nin kurucusu sayılan John Reith Crawford komitesi tarafından kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin uzun süreli ilkeler oluşturmaya davet edildiğinde, paternalist tutumuyla kamu hizmeti yayıncılığının sadece eğlence amacıyla yapılmaması gerektiğini, ulaşılması olası olan toplumun her kesimine eşit orantıda bilgi sağlamak, eğitici olmak, toplumu olumsuz yönde etkileyecek yayınlardan kaçınmayı amaçlayan uzun vadeli ilkeler ortaya koymuştur. (Turam, 1994, s.241).

Dünyada İngiltere'de 1936 senesinde başlayan ilk düzenli televizyon yayıncılığının temel amacı kamuya hizmet vermek olmuştur. Dünyada ilk kamu yayın kuruluşu olan BBC'nin amacı; çok çeşitli ve en yüksek kaliteli programların en yaygın coğrafi yayılımını kapsayacak ve mümkün en geniş kitleye ulaşacak; şekilde yayınlar yaparak, toplumun sosyo-kültürel gereksinimlerini karşılamaktır. Eşdeyişle, genel anlamda Avrupa'da özel olarak ise İngiltere'de televizyon yayıncılığı, toplumun ortak ve genel ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik bir hizmet olarak ortaya çıkmıştır. İngiltere'nin aksine 1930'lu yıllarda ABD'de farklı bir yayıncılık anlayışı mevcut olmuştur. Topluma hizmet anlayışından uzak olan bu yayıncılık sisteminin ise temel amacı kar etmek olmuştur. Tecimsel (ticari) yayıncılık modeli olarak adlandırılan bu yayıncılık sistemi özel girişimcilerin elinde güçlenmiş ve çok kısa müddette ABD yayıncılığı özerk şirketlerin ve yerel televizyon istasyonlarının egemenliği altına girmiştir (Yengin, 1994).

İlk defa İngiltere'de ortaya çıkan kamu hizmeti televizyon yayıncılığı modeli çok kısa bir zamanda AB ülkelerine de yayılmıştır. BBC'nin örnek olarak alındığı Avrupa ülkelerinde kamu hizmeti yayıncılığı kalıcı etkiler bırakmıştır. John Reith'in kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin düzenlediği ve geliştirdiği ilkeler bu yayıncılık modelinin uygulandığı ülkelerde de televizyonculuk alanında temel değer yargıları ve kamu hizmeti yayıncılık prensipleri olarak kabul görmüştür. Kamu hizmeti yayıncılık modeline yönelik yapılan keskin eleştirilerin olduğu zamanlarda bile bu ilkelerden vazgeçilmemiştir. Bunun en belirgin örneği de İngiltere'de ticari yayıncılığın ortaya

çıkış sürecinde görebiliriz. İngiltere’de ticari yayıncılık yapan yayıncılarla da hedef kitleyi eğlendirme, eğitime ve bilgilendirme konusunda kamu hizmeti yayıncılık modelinin prensiplerine uyum sağlayacaklarına ilişkin anlaşmalar yapılmıştır (Crisell, 1997).

1.4. Türkiye’de Kamu Hizmeti Yayıncılığı

Kamu Hizmeti Yayıncılığı anlayışı, İkinci Dünya Savaşı’ndan itibaren televizyon yayıncılığında en çok tartışılan, en önemli ve aynı zamanda en karmaşık konulardan biridir. 80’ler sonrası televizyon yayıncılığı liberalleşme akımıyla beraber en fazla maddi kazanç sağlayan sektörlerden biri olmuştur. Kamu hizmeti yayıncılığı sadece kurumsal bir yapıyı değil aynı zamanda bir yayıncılık anlayışını da temsil etmektedir. Anayasanın 3984 ve 6112 sayılı yasaları Türkiye’de sadece kamu hizmeti yayıncılığı yapan TRT’yi değil aynı zamanda Türkiye’deki tüm televizyon kanallarını kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı ve kamu sorumluluğu bilinciyle yayın yapmaya zorunlu kılmıştır.

1.4.1. Türkiye’de radyo ve televizyon yayınlarının başlaması ve tarihsel gelişimi

1.4.1.1. Türkiye’de radyo yayıncılığı

Türkiye’de ilk radyo yayıncılığı 1927 senesinde Türk Telsiz Telefon anonim şirketi tarafından gerçekleştirildi. İlk yıllarda radyo topluma bir eğlence aygıtı olarak sunuldu sonraki yıllarda ise radyo sanat ve kültürün geliştirilmesi, kamunun eğitimi, milli bilincin aşılması gibi önemli roller üstlendi. Cumhuriyet’in 1923’te kurulduğu ve radyo yayınlarının başladığı tarihte Avrupa’da da radyoculuğun daha başlangıç evresinde olduğu düşünülürse bunun Türkiye için de oldukça erken bir tarih olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda, Türkiye’de yayıncılığın, özellikle radyo yayıncılığının gelişimini yeni Cumhuriyet’in modernleşme projesinden bağımsız olarak değerlendirmek mümkün değildir. Bu aslında bir ulus-inşası sürecidir ve bu süreci modernleşme, batılılaşma, endüstrileşme gibi diğer paralel süreçlerden bağımsız olarak değerlendirmek söz konusu olamaz. Özden Cankaya’nın da belirttiği gibi, 1920’lerde radyo yayıncılığı genç Cumhuriyet için bir seçenek değil, zorunluluktur. Cumhuriyetçi

gündemin kitlelere tanıtılması ve halk desteğinin sağlanabilmesi için radyonun önemli bir araç olduğu ortadadır.³

Türkiye’de ilk radyo yayıncılığının 1927 senesinde yapıldığı söylene de dünyada radyo kullanımı ve yayını Türkiye özelinde Kurtuluş savaşı (1919-1922) yıllarına denk geldiği belirtilmektedir. O yıllarda İstanbul müttefik devletlerin işgali altındadır. Şehri terk eden bir Fransız komutanından geriye telsiz telefon kalır. Bu telefon Türkiye’de mesleki ve teknik öğretimin gerçek kurucusu Rüştü Uzel önderliğinde bir öğrenci grubu tarafından denemeye alınır. Yeni kurulmuş Cumhuriyette ilk radyo yayını 1927’de değil bundan 4 sene önce yapılan bu deneme ile 19 Mart 1923’te yapıldığı kabul görür (Cankaya, 1997).

Ancak radyo yayınlarının başlatılması ile ilgili ilk yasal düzenlemeler 1925 yılında başlatılmıştır. Radyo yayınlarının başlatılması ile ilgili yasal düzenlemeler ilk önce “Telsiz Tesisi Hakkında Kanunu” yürürlüğe koymuştur. Telsiz telgraf istasyonları için merkez olarak Ankara ve İstanbul seçilir. Telsiz Telgraf istasyonu yapma işini bir Fransız şirketi üstlenir. Neticede 1925 senesinde vericilerin yapımı başlatılır ve 1927 yılında 5 kw (kilowatt) gücündeki Ankara ve İstanbul istasyonları hizmete sokulur (Kocabaşaoğlu, 1980, s.11).

Türkiye’de ilk radyo yayını 1927 yılının Mart ayında yapılsa da düzenli radyo yayıncılığına 1927 senesinin Mayıs ayında geçilmiştir. 1927-1936 seneleri arasında radyo yayıncılığının 10 yıllık lisans süresini elinde bulunduran TTTAŞ’ın (Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi) kendisinden beklenen yayıncılık standartlarını karşılayamadığı gerekçesiyle elinden alınır ve 18 Ağustos 1936 tarihli kararnameyle Türkiye’de radyo yayıncılığı devletleştirilir. Ankara ile İstanbul radyoları 08 Eylül 1936 tarihinde PTT’ye devredilir ve 1936-1940 seneleri arasında radyo yayıncılığı PTT’nin denetiminde kalır. 1927-1936 yılları arasında önceki yıllara göre artan radyo yayınları Batı ülkelerinin yayıncılığa ilişkin prensiplerini benimsemiştir. Teknolojik konularda da Batıya bağımlılık sürmüştür. 1940’lardan itibaren Türkiye’nin Batıya açılma politikaları özellikle Amerika ile yakın ilişkileri radyo yayıncılığına da yansımıştır. Bu yıllarda radyo yayıncılığı ile ilgili eğitim veren Amerikalı yayıncılarla temasların yanı sıra, BBC ve Amerikanın Sesi Radyosu ile işbirliği de bu dönemlerde gerçekleşmiştir. Türkiye

³https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/68774/mod_resource/content/0/acik%20ders%206_T%C3%BCrkiye%201.pdf Erişim Tarihi: 09.01.2020

Cumhuriyetinde üçüncü radyo olan İzmir Radyosu da Amerikan Haber Merkezinin teknik yardımıyla 1951 senesinde faaliyete başlamıştır.⁴

Başlangıç yıllarında radyo yayınları Batı ülkelerindeki gibi sınırlı olsa da sonraki yıllarda radyo yayıncılık alanında yaşanan gelişmeler ve teknolojik dönüşümler radyo yayıncılığında sınırları ortadan kaldırmıştır.

1.4.1.2. Türkiye’de televizyon yayıncılığı

Televizyon 1960’lı yıllarda kitle iletişim aracı olarak çok önemli bir işleve sahipti. Türkiye’de ise düzenli televizyon yayınları Batı ülkelerine kıyasla çok geç bir dönemde başlamıştır. Türkiye’de televizyon yayıncılığının geç başlamasının en önemli sebebi televizyonun maliyet bakımından hem yayıncıları ve özel girişimcileri ve hem de toplumu zorlaması olduğu söylenebilir. Türkiye’de ilk televizyon yayınının başlangıcı İstanbul Teknik Üniversitesi’nin 1952 senesinde yaptığı deneme yayınıdır. Türkiye’de ilk televizyon yayını başlatan kişiler Prof. Dr. Mustafa Santur, Doçent Adnan Ataman ve Asistan Ziya Akçasu olmuştur. 1952 yılında yapılan ilk televizyon yayınında Kore Savaşı ile ilgili bir film yayınlanmış, daha sonra ise ünlü gazeteci Burhan Felek’in konuşması canlı bir şekilde yayınlanmıştır. O günlerde televizyon yayınları 15 günde bir yapılmaktaydı ve yapılan programların içeriğini ise genellikle Türk sanat ve halk müziği, klasik Batı müziği oluşturuyordu.⁵

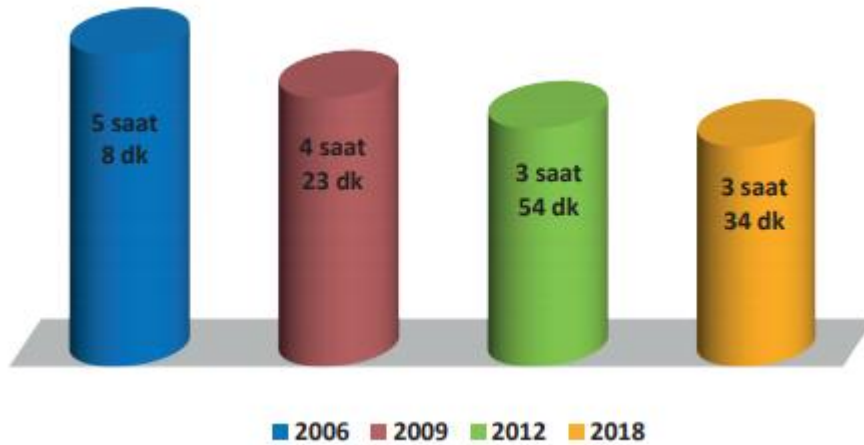
Televizyon yayıncılığıyla ilgili çalışmalar esasen daha önceki yıllara dayanmaktadır. 1963 senesinde birçok radyocu televizyon alanında çalışmak için eğitim amacıyla Almaya’ya gönderilmiştir. TRT’nin kuruluş aşamasında da Almanya’dan teknik konularda yardım istenmiş, ilk TRT stüdyoları Almanya’dan getirilen cihazlarla kurulmuştur. 1 Mayıs 1964’te özerk tüzel bir kişiliğe sahip olarak kurulan TRT 1972’deki anayasa değişiklikleri ile tarafsız bir kamu iktisadi kuruluşu olarak tanımlanmıştır. TRT Ankara Televizyonu 31 Ocak 1968 tarihinde Alman hükümetinin yardımıyla deneme yayınlarına, 31 Aralık 1968 tarihinde ise resmi yayınına başlamıştır. İlk kurulduğu yıllarda TRT sadece Ankara yayınları ile sınırlı kalmıştır. Ancak 1972 senesinden sonra yayınlar diğer şehirlere de yayılmıştır. Sırasıyla 1970 senesinde İzmir,

⁴https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/68774/mod_resource/content/0/acik%20ders%206_T%C3%BCrkiye%201.pdf Erişim Tarihi: 09.01.2020

⁵http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Radyo%20Televizyon%20Tarihi.pdf Erişim Tarihi: 09.01.2020

1971 yılında ise İstanbul Televizyonu yayın hayatına başlamıştır. Zeki Müren'in Ankara'da verdiği konser ve astronotların aya ayak basmaları ilk kez bu yıllarda televizyon ekranlarına yansımıştır. 1974 yılında başlayan Kıbrıs Barış Harekati'ndan TRT vasıtasıyla tüm Türkiye ve Avrupa haberdar olmuştur. Türkiye, Eurovision şarkı yarışmasına ilk defa 1975 senesinde TRT'nin organizasyonu ile katılmıştır. Türkiye'de ilk renkli belgesel filmi olan "Derinlerdeki Geçiş" su altı kameraları kullanılarak çekilmiştir. Türkiye'de televizyon yayıncılığının faaliyete başlamasının 10. senesinde televizyon alıcı sayısı 2 milyon 250 bine ulaşmıştır. Öte yandan Türkiye'de renkli televizyon yayıncılığına 1984 senesinde geçilmiş, 1986 senesinde TRT'nin ikinci kanalı olan TRT-2 yayın hayatına başlamıştır.⁶ 1990 yılında Magic Box şirketinin uydu yolu ile Lihtenstein'den Star 1 adlı televizyon kanalını başlatması ile Türkçe yayınlarda TRT'nin tekeli delinmiştir. Kanalin adı sonrasında "Inter Star" ve "Star" olarak değiştirilmiştir (Aziz, 2010, s.154).

Türkiye'de televizyon, kullanılmaya başlanıldığı ilk günlerden bu yana önemli bir izleyici kitlesine sahiptir. Günümüzde dahi teknolojik ilerlemelerin de etkisiyle önceki yıllara göre bir azalma yaşansa da televizyon hali hazırda kitlelerin günlük yaşantılarının önemli bir parçası halindedir. RTÜK'ün televizyon izleme eğilimleri araştırmasına göre 2018 yılında insanlar günlerinin ortalama yaklaşık 3 saat 34 dakikalarını televizyon karşısında geçirmektedirler.



Grafik 1.2. *Günlük Ortalama TV İzleme Süresi (2018)*

Kaynak: <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf>

Erişim Tarihi: 11.01.2020

⁶ <https://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx> Erişim Tarihi: 10.01.2020

1.4.2. Bir kamu hizmeti yayıncılığı kurumu olarak TRT'nin yayın hayatına başlaması ve gelişimi

1 Mayıs 1964 yılında kurulan Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT), bugün 14 televizyon 17 radyo kanalıyla, farklı kıtalara onlarca dilde yayın yapan büyük bir yayın ağıdır. 1 Mayıs 2020'de kuruluşunun 56. yıldönümünü kutlamış olan TRT geçen yıllar içinde teknolojik gelişmeleri yakından takip eden uluslararası bir kanal niteliğini almıştır. 1 Mayıs 1964'da çıkarılan özel bir yasa ile özerk tüzel bir kişiliğe kavuşan TRT 1972'deki Anayasa değişikliği ile tarafsız bir kamu iktisadi kuruluş olarak yeniden tanımlanmıştır. Anayasanın 133. maddesinin 1993'te değiştirilmesi sonucunda, özel radyo ve televizyon yayınları serbest bırakılırken, TRT'nin özerkliği tekrar tesis edilmiştir.

Öncelikle kamusal yayıncılık çerçevesinde, 60'lı yıllar itibariyle sekiz ilde İl Radyoları kurulmuştur. Radyoların tarafsız ve özerk bir kamu iktisadi kuruluşu olarak düzenlenmesini öngören 1961 Anayasası uyarınca, 1964 yılında 359 sayılı yasayla TRT bünyesinde devam eden radyo yayınları, vericilerinin güçlendirilmesi ile daha geniş kitlelere ulaşmıştır. Öte yandan TRT'nin öncesinde, ilk kez Türk Telsiz Telefon A.Ş.'ye bağlı olarak gerçekleştirilen radyo yayınları da 1964'de TRT çatısı altında toplanmıştır. 1974 yılında, TRT'nin bölge ve merkez radyolarının birleştirilmesiyle TRT-1, TRT-2 ve TRT-3 radyo yayınları faaliyetlerine başlamıştır.

1986 yılına gelindiğinde TRT'nin 2. kanalı olan TRT-2 yayın hayatına başlamış, 1987'de İntelsat uydusundan kiralanan bir aktarıcı vasıtasıyla TRT-1 ve TRT-2'de yayınlanan programlar uydu üzerinden tüm Türkiye'ye ulaştırılmıştır. Ardından 1989 yılında TRT-3 ve GAP-TV'nin yayın hayatına başlamasıyla TRT'nin kanal sayısı 4'e ulaşmıştır. 1990'da ise eğitim ağırlıklı yayın yapan TRT-4 ile Avrupa'da yaşayan Türk işçilerine yönelik yayınlar yapan TRT-INT kanalları hizmete girmiştir. 1993'te Orta Asya ve Kafkasya'ya yönelik programların yer aldığı TRT-AVRASYA kanalı, 1995'te ise TBMM TV yayına başlamıştır.

1998 yılına gelindiğinde ilk yurt dışı temsilciliği olan TRT Almanya-Berlin Temsilciliği faaliyetlerine başlamıştır. Berlin temsilciliğini sırasıyla 1999 yılında Türkmenistan-Aşkabat Temsilciliği, 2000 yılında Azerbaycan-Bakü, Mısır-Kahire ve Belçika-Brüksel temsilcilikleri takip etmiştir. 2002 yılına gelindiğinde ABD-Washington'da 6. yurt dışı

bürosu, 2004 yılında ise Özbekistan-Taşkent bürosu faaliyetlerine başlamıştır. İlerleyen dönemde 01.11.2008'de Türkiye'nin ilk yerli çocuk kanalı olan TRT Çocuk yayın hayatına başlarken, 01.01.2009'da Kürtçe yayın yapan ilk kanal olan TRT 6 yayına başlamıştır. Kanalın adı, 2015 yılında TRT Kurdî olarak değiştirilmiştir. Diğer taraftan TRT yeni medya bağlamında gelişen habercilik anlayışına da uyum sağlamıştır. Bu dönemde 1999 yılında TRT_SAYTEK (Sayısal Yayın Teknoloji Merkezi) kurulmuş ve TRT, www.trt.net.tr adlı internet sayfası ile habercilikte dijital teknolojileri de kullanmaya başlamıştır. İlerleyen zamanlarda TRT uluslararası platformalarda da rekabet edebilir bir düzeye ulaşmıştır. İlk kez 18.05.2015'te test yayınına başlayan ve İngilizce yayın yapan TRT World, 29.10.2015 tarihinde küresel yayıncılık yapar hale gelmiştir. Bugün TRT, TRT World kanalı ve www.trtworld.com adlı internet sayfasıyla dünya genelinde haber hizmeti sunan uluslararası bir yayın kuruluşu niteliği taşımaktadır.

Öte yandan 21.03.2009 tarihinde yayın hayatına başlayan TRT Avaz Balkanlar'dan Orta Asya'ya, Kafkaslar'dan Ortadoğu'ya 27 ülke ve 13 muhtar cumhuriyette yaklaşık 250 milyon nüfuslu bir coğrafyaya hitap etmektedir. Türkçe, Azerbaycan Türkçesi, Kazakça, Kırgızca, Özbekçe ve Türkmence yayınlar yapan TRT Avaz bugün her ülkeden izleyiciye hitap eden ortak bir kanal niteliğindedir. Bir diğer TRT kanalı olan ve 08.05.2009 tarihinde uluslararası Türkçe haber ve kültür kanalı kimliğiyle yayınlarına başlayan TRT Türk, aynı yıl test yayınlarına TRT ANADOLU adıyla başlayarak 2012 yılında ismi değiştirilerek kesintisiz yayınlara başlayan TRT Diyanet, Ekim 2009'da hayın hayatına merhaba diyen TRT Belgesel ve Kasım 2009'da yayına başlayan TRT Müzik kanalları da TRT'nin farklı amaçlarla farklı kitlelere yönelik yayınlar yapan diğer önemli kanalları niteliğindedirler.⁷

1.4.3. 2954 sayılı TRT yasası

Anayasanın 133. maddesi ve 2954 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kanunu uyarınca TRT tarafsız bir kamu tüzel kişiliğe sahip Türkiye'nin tek kamu yayın kuruluşudur ve yayınlarında tarafsızlığı beyan eder.

⁷ <https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce.aspx> Erişim Tarihi: 11.01.2020

2954 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kanununun 5. maddesine göre Türkiye Radyo Televizyon Kurumu yayın esasları şu şekildedir:⁸

- *Anayasanın sözüne ve ruhuna bağlı olmak; devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü, milli egemenliği, Cumhuriyeti, kamu düzenini, genel asayişini, kamu yararını korumak ve kollamak.*
- *Atatürk ilke ve inkılaplarını kökleştirmek, Türkiye Cumhuriyeti'nin çağdaş uygarlık düzeyinin üstüne çıkmasını öngören milli hedeflere ulaşmayı gerçekleştirmek,*
- *Devletin milli güvenlik siyasetinin, milli ve ekonomik menfaatlerinin gereklerine uymak,*
- *Devletin bir kişi veya zümre tarafından yönetilmesini veya sosyal bir sınıfın diğer sosyal sınıflar üzerinde egemenliğini sağlamak yahut Devleti ve Devlet otoritesini ortadan kaldırmak veya dil, ırk, din ve mezhep ayrımı yaratmak yahut sair herhangi bir yoldan bu kavramlara ve görüşlere dayanan bir Devlet düzeni kurmak amacı güden rejim ve ideolojilerin propogandasına yer vermemek.*
- *Genel ahlakın gereklerini, milli gelenekleri ve manevi değerleri gözetmek,*
- *Türk milli eğitiminin temel görüş, amaç ve ilkelerine uymak,*
- *Kolayca anlaşılabilir, doğru, temiz ve güzel bir Türkçe kullanmak,*
- *Toplumun beden ve ruh sağlığına zarar verecek hususlara yer vermemek,*
- *Karamsarlık, umutsuzluk, kargaşa, dehşet, saldırganlık gibi olumsuz duygular uyandırmak ve telkin etmek amacıyla yönelik yayın yapmamak,*
- *Kişilerin özel hayatlarına, şeref ve haysiyetlerine saygılı olmak ve dürüstlük anlayışına bağlı kalmak,*
- *Haberlerin toplanması, seçilmesi ve yayınlanmasında tarafsızlık, doğruluk ve çabukluk ilkeleri ile çağdaş habercilik teknik ve metodlarına bağlı olmak,*
- *Haberler ile yorumları ayırmak ve yorumların kaynaklarını açıklamak,*
- *Kamuoyunun sağlıklı ve serbestçe oluşabilmesi için kamuoyunu ilgilendirecek konularda yeterli yayın yapmak; tek yönlü, taraf tutan yayın yapmamak ve bir siyasi partinin, grubun, çıkar çevresinin, inanç veya düşüncenin menfaatlerine alet olmamak.*

1.4.4. TRT World'un yayın hayatına başlaması

TRT'nin İngilizce yayın yapan kanalı TRT World'ün ilk olarak internet sitesi, yayın hayatına başlamıştır. TRT World TRT'nin küresel ölçekli ilk kuruluşudur. TRT'nin uluslararası faaliyetlerinde bahsi geçen diğer kanallarına kıyasla bölgesel olmayıp daha evrensel bir vizyon ile tüm dünyaya İngilizce yayın yapan TRT World kanalı, Türkiye'nin dünyaya açılan yüzü niteliğindedir. 18 Mayıs 2015'te test yayınına

⁸ <https://www.trt.net.tr/kurumsal/YayinIlkelerimiz.aspx> Erişim Tarihi: 11.01.2020

başlayan TRT World, 30 Haziran 2015'te sürekli yayına geçmiş, 27 Ekim 2015'te ise uydu yayımına başlamıştır.

Habercilik alanında Türkiye'yi dünyada temsil eden TRT World'ün bu alanda dünya markası olma hedefiyle yola çıktığı belirtilmektedir. Kurumsal rengini "turkuaz" olarak belirleyen kanal, bünyesinde BBC, CNN ve EL Cezire gibi uluslararası haber kanallarında çalışmış çok sayıda tecrübeli ekran yüzünü barındırmaktadır. TRT World TRT'nin 15. kanalıdır (TRT World, 2018).

Türkiye'nin habercilik alanında uluslararası platformlardaki temsilcisi olan TRT World kanalı, 2017 yılında medya diplomasisi alanında yeni bir projeye imza atmıştır. TRT World Forum adında uluslararası bir organizasyona da imza atmıştır. 2017 yılında ilki düzenlenen TRT World Forum'da alanında uzman akademisyen, gazeteci, siyasetçi, sivil toplum uzmanı gibi yurt içi ve yurt dışından yüzlerce profesyonel güncel, kültürel, ekonomik ve sosyal çıkmazlara çözümler arama hedefiyle bir araya gelmektedir.⁹

⁹ <https://www.trthaber.com/haber/medya/trt-world-forum-istanbuldan-dunyaya-degisim-ilhami-337424.html> Erişim Tarihi: 05.05.2020

İKİNCİ BÖLÜM

2. YENİ MEDYA VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞININ YENİ MEDYAYA ENTEGRASYONU

2.1. Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Süreci

2.1.1. Geleneksel medya anlayışı

Geçtiğimiz yüzyılda hayatın her alanında olduğu gibi medya ve iletişim sektörü de hızlı bir gelişim ve değişim içerisinde olmuştur. Önceleri, özellikle 1980'lere kadar medya sektöründe iletişim yazılı ve analog materyaller aracılığıyla sürdürülmekteydi. Radyo ve televizyonun icat edildiği ilk günlerden bu yana kitle iletişim aracı olarak kullanılan bu araçlar genel olarak tek taraflı iletişime olanak sağlamaktaydı. Kitle iletişimin giderek yaygınlaşmaya başladığı ve geleneksel medyanın hakim olduğu bu dönemde medya tüketicilerini pasif durumda bırakan ve iletişimin tek yönlü akışının benimsendiği kurumsal bazlı kitlesel yayıncılık modeli ön plandaydı.

Geleneksel medya, köklü bir tarihe sahip olan yazılı ve görsel-işitsel medya araçları, özellikle son çeyrek yüzyılda yaşanan hızlı teknolojik gelişmelerin çeşitlendirdiği iletişim araçları sebebiyle 'geleneksel' şeklinde nitelendirilmektedir. Geleneksel olarak nitelendirilen bu anlayış temel olarak gazete, radyo, televizyon veya dergi gibi tek yönlü araçları kapsar. Dolayısıyla burada etkileşimin oldukça sınırlı olduğu genellikle tek yönlü bir iletişimden söz edilir.

Geleneksel medya anlayışında, bireylerin elde ettikleri bilgiye karşı bir davranış geliştirip geri dönüş yapmaları oldukça zordur. Bu medya anlayışında haber ve bilgilerin kitleye aktarılmasında toplumun tercihleri, ilgilendikleri veya istedikleri konular göz önünde bulundurulur. Burada geleneksel medyanın, temelde toplumun tercihlerini ve beğenilerini yönlendirecek gücü olduğunu da söylemek mümkündür. Ancak çoğu zaman geleneksel medyada kitle, seçilen ortamın sunduğu ürünleri kabullenmek durumundadır (Çakır, 2007, s.125).

Geleneksel medya anlayışında haber alma süreci de günümüz yeni medyasına kıyasla son derece yavaş seyretmektedir. Örneğin; bugün yaşanan bir olayın dinleyiciye veya okuyucuya aktarılması en iyi ihtimalle bir gün sonrayı bulmaktadır. Kitlelere ulaşması ise bazen günleri bazen ise ayları alır. Bunun başlıca nedeni geleneksel medya

anlayışının sahip olduğu iletişim araçlarının ancak bu kadarına olanak sağlıyor olmasıdır. Bununla birlikte ilgili haberin kurum içi ve dışı sansür mekanizmalarına takılması durumunda hiç aktarılamaması gibi bir durumla da sıkça karşılaşmaktadır.

2.1.1.1. Geleneksel kitle iletişim araçları

Geleneksel medya birbirine bağlı olarak gelişen telgraf, radyo televizyon, gazete, telefon gibi kitle iletişim araçlarının oluşturduğu, toplumu bilgilendirme amacıyla yayın yapan medya anlayışıdır (Akyıldız, 2019, s.16). Geleneksel medya bahsi geçen bu iletişim araçları ile büyük kitlelere ulaşmaktadır.

Geleneksel medya anlayışı temel olarak yazılı ve görsel-işitsel basın olmak üzere iki noktada incelenebilir. Geleneksel medyada gazete, dergi, televizyon, radyo vb. araçlar kullanılarak kişilere haberler aktarılır ve bu şekilde bireylerle ve toplumla iletişime geçilir. Ancak bu iletişim araçları genellikle tek yönlü bir iletişimi mümkün kılmaktadır. Bu da hedef kitleye ulaşmada ne denli başarılı olduğunu ölçmenin mümkün olmadığı bir sistemi niteler. Bu nedenle geleneksel medyaya izleyici açısından bakıldığında izleyici yalnızca tüketicidir ve geleneksel medya tek yönlü iletişime olanak sağlar (Akyıldız, 2019).

Geleneksel medyanın yazılı kitle iletişim araçlarından söz edildiğinde akla ilk gazeteler ve dergiler gelir. Burada gazete sosyal, siyasi, iktisadi vb. birçok alanda haber ve bilgi vermek veya yorum yapmak amacıyla günlük veyahut belirli sürelerle çıkarılan basılı yayınları tanımlamaktadır. İnsanlar, tarihin eski çağlarından günümüze kadar, çok çeşitli konularda gelişmelerden ve yaşananlardan haberdar olmak istemişlerdir. Gazeteler, bu isteğe yazılı olarak ve herkese açık bir şekilde karşılık veren yayınlardır (Eker vd., 1993). Uzun yıllar bilgi ve haber akışında büyük kitlelere aracılık etmiş olan gazeteler günümüzde teknolojik gelişmelerin de etkisiyle farklı bir formata dönüşmüştür. Her ne kadar basılı gazete satışları önceki yıllara göre giderek azalmış olsa da dijital ortama taşınmış olan gazeteler yeni medyanın da kitle iletişim araçlarından biri olarak varlığını sürdürmektedir.

Geleneksel medyanın bir diğer yazılı iletişim aracı olan dergiler ise, Ana Britanica Genel Kültür Ansiklopedisi'nde "*düzenli aralıklarla yayımlanan, belirli bir ya da birkaç ilgi alanına ilişkin, haber, makale, deneme, inceleme, araştırma ve eleştiri gibi yazıları çeşitli edebi ürünleri ya da belirli konulara yönelik derlemeleri içeren ve*

genellikle resimli olan basılı yayınlar” şeklinde tanımlanmaktadır (Yapar, 2012, s.68). Bir diğer tanımlamada Türk Dil Kurumu dergiyi “*Siyaset, edebiyat, teknik, ekonomi vb. konuları inceleyen ve belirli aralıklarla çıkan süreli yayın, bülten, mecmua*” şeklinde tanımlamaktadır. En kısa ve net ifadesiyle dergiler; kültür, sanat, edebiyat, tarih, spor, siyaset, moda gibi birçok alanda çıkarılan süreli yayınlardır.

Dergilerin genellikle okuyucu kitlesi sabittir ve gazete okuyucusundan daha azdır. Çünkü dergiler sadece kendi uzmanlık alanlarıyla ilgilendikleri için okuyucu kitleleri değişken değildir. Haftada bir, ayda bir gibi belirli periyotlarla yayımlanan dergilerde genel olarak kişisel yorumlar daha ön plandadır (Bahadıroğlu, 2016).

Geleneksel medyanın görsel-işitsel iletişim araçları ise temel olarak radyo ve televizyonlardır. Radyo ve televizyon kullanılmaya başlandığı ilk günlerden bu yana kitle iletişim araçları olarak yine yoğun şekilde kullanılmaktadır.

R. Fessenden’in 1909’da ilk sesli yayın deneyimini gerçekleştirmesinden dört yıl sonra ilk olarak Amerikan ordusu, radyoyu kullanmaya başlamıştır. Dünyada radyo yayınlarının tarihine baktığımızda ilk radyo istasyonu olan KDKA’nın, 1920 yılında Pittsburgh’de yayına başladığı görülmektedir. Türkiye’de radyo yayıncılığına bakıldığında ise, ilk düzenli radyo yayınının, 1927 yılında İstanbul’da, Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi tarafından yapıldığı anlaşılmaktadır (Erdoğan, 2005, s.302). Radyo, yalnızca kulağa hitap eden bir iletişim aracıdır. Radyolarda içerikler sadece ses aracılığı ile kitlelerle paylaşır. Haber ve bilgi akışı hızı, yazılı geleneksel medya araçlarına göre daha hızlı ve fazladır. Geleneksel medya araçlarına, kitle iletişimi ürün çeşitliliği bağlamında bakıldığında radyo televizyondan sonra ikinci sırayı almaktadır (Sarı, 2018, s. 33).

John L. Baird tarafından 1923 yılında İngiltere’de icat edilen basit düzenek, televizyonun temeli sayılan ilk denemedir. Bu dönemde BBC gibi büyük yayıncılar radyoya odaklandıkları için başlarda televizyon pek dikkate alınmamıştır. BBC, televizyon yayıncılığına ancak 1929’da ilgi duymaya başlamış ve sonrasında günde iki yayın kuşağıyla faaliyete başlamıştır. 1930’lu yıllarda ise artık televizyonlar birer eşya olarak satılmaya ve evlere girmeye başlamıştır. Bu tarihler itibariyle televizyon artık geniş kitlelere ulaşmayı başarmıştır. Önceleri siyah beyaz yayın yapan televizyonlar 1940’lı yıllara gelindiğinde renkli yayıncılık faaliyetlerine başlamıştır. Türkiye’de ise,

ilk televizyon yayınları 9 Temmuz 1952 tarihinde İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından yürütülmüştür. Sonrasında ise 1964 yılında TRT kurulmuş ve 1968 yılında TRT televizyon yayıncılığına başlamıştır (Güneş, 2017).

Televizyon radyodan farklı olarak ses ve görüntü faktörlerini aynı anda sunmaktadır. Bu nedenle hedef kitle üzerinde daha farklı bir etki yaratarak geleneksel kitle iletişim araçları arasında ön plana çıkmıştır. Bu yönüyle geleneksel medya araçları içerisinde toplumsal etki gücü en yüksek iletişim aracı televizyondur.

Geleneksel medyanın yazılı ve görsel-işitsel iletişim araçları her ne kadar teknolojik gelişmelerin de etkisiyle eski gücünde olmasalar da varlıklarını günümüzde halen sürdürmektedir. Ancak geleneksel medya -buna klasik iletişim yöntemleri de diyebiliriz- günümüzde yerini geleneksel medyanın iletişim araçlarının türevlerini de içeren aynı zamanda çok sayıda farklı iletişim aracını barındıran ve yeni medya olarak tanımlanan yeni bir anlayışa bırakmıştır.

2.1.2. Yeni medya anlayışı

Bilim insanları yeni medyayı farklı kriterler kullanarak tanımlamaya çalışmışlardır. Burada bir kısım bilim insanı yeni medyanın teknolojik özelliklerini vurgularken bir kısmı ise yeni medyayı geleneksel medya ile ilişkilendirmek suretiyle tanımlamaya çalışmışlardır. Örneğin; Williams vd. (1994) yeni medyayı tanımlarken, yeni medyanın yeni hizmetler sunan veya mevcut hizmetleri geliştiren bilgisayar ve telekomünikasyon uygulamaları olduğunu vurgulamıştır. Bir diğer tanımlamada Negroponte (1995), yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli faktörün fiziksel atomların yerine sayısal bitlerin iletimi olduğunu belirtmektedir. Pavlik'e (1998) göre ise medya tüketicisi için yeni ve eski medya arasındaki temel fark kullanıcı için daha fazla seçim ve kontroldür (aktaran, McMillan, 2006, s.205– 229). Van Dijk (1999, s.7) yeni medyanın, iletim linkleri ile veri, metin, görüntü ve/veya ses gibi içeriklerin yüklenmiş olduğu farklı aygıtlara monte edilebilen yapay belleklerin bir birleşimi olduğuna vurgu yapmıştır. Törenli (2005, s.88) ise yeni medyayı, bir bölümü bilgisayarlara (bilgi-işlem) özgü işlemleri, bir bölümü ise iletişim araçlarına (haberleşme-telekomünikasyon ve yayıncılık) özgü yapıları barındıran iki yönlü melez bir medya olarak tanımlamaktadır.

Toplumsal yaşamda yeni iletişim teknolojilerinin etkisi ve yeni medyanın gelişimi artan bir hızla önem kazanmıştır. Bilgisayar, internet ve mobil teknolojinin gelişimi ile ortaya

çıkan yeni medya kullanıcıların zaman ve mekandan bağımsız bir şekilde interaktif olarak etkileşimde buldukları dijital ortamdır. Geleneksel medyada tüketici ile üretici arasında karşılıklı iletişim çok sınırlıdır. Diğer bir ifadeyle iletişim neredeyse tek yönlüdür. Ancak yeni medya araçlarında hedef kitle ile daima ve sınırsız karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medyada birey sadece tüketici konumunda değil hem de içerik üreticidir. Yeni medyada, medya tüketicisi her birey aynı zamanda katılımcı ve üretici olarak “kullanıcı” pozisyonundadır.

Yeni medyada hedef kitle hem üretici hem de tüketici konumundadır. Bu noktada Amerikalı fütürist Alvin Toffler’ın “prosumer” ya da “prosumersizm” kavramına değinmek gerekir. Toffler tarafından ortaya atılan ve o dönemin birçok teknoloji yazarı tarafından kullanılan prosumer (İngilizce producer/üretici ve consumer/tüketici kelimelerinin birleştirilmesiyle türetilen) kavramı; bir ürünü veya içeriği hem üreten hem de tüketen kişi şeklinde tanımlanmaktadır Toffler tüketicinin üretim sürecine daha da fazla dahil olduğunu, hem ekonomide hem de iletişim alanında derin değişikliklere yol açacağını, insanların boş zamanlarını değiştirerek yeni yaşam tarzları elde edeceğini vurgulamaktadır (Toffler, 1981’den aktaran İslas vd., 2018, s.656).

2.1.2.1. İletişimde küreselleşme

Ziegler’e göre küreselleşme kavramı ilk kez 1962 yılında Marshall McLuhan tarafından “Gutenberg Galaxy” adlı kitabında “küresel köy” benzetmesi ile kullanılmaya başlanmıştır (aktaran Elçin, 2012). Küreselleşmenin ekonomik, politik, sosyal ve kültürel bir çok boyutu vardır. Bu nedenle küreselleşme kavramına dair tek bir tanımlama yapmak oldukça güçtür. Ancak bir tanımlama yapmak gerekirse küreselleşmeyi; küresel çapta işleyen, sınırları aşarak toplumları ve kurumları yeni zaman- mekân bileşimlerinde entegre edip birbirine bağlayarak, uygulamada dünyayı birbirine daha bağlı duruma getiren süreçler şeklinde tanımlamak mümkündür (Larrain 1995, s.207).

Küreselleşme sürecini hazırlayan ve hızlandıran gelişmeler ekonomik ve teknolojik temelli olmak üzere iki başlıkta ele alınmaktadır. Ekonomik temelli gelişmelere bakıldığında en büyük etkinin 18. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan sanayi devrimi olduğu görülmektedir. Bu noktada sanayi devrimi küreselleşme süreci için önemli kırılma noktasıdır. Sanayi devrimi ile üretim yöntemlerinde meydana gelen radikal

değişimler kitlesel üretime olanak sağlayarak, yerel ekonomiden uluslararası ekonomiye geçişin kapılarını aralamıştır (Elçin, 2012, s.8). Değişen üretim süreci ile birlikte yeni pazar arayışları başlamış ve ekonomi temelli dönüşüm zincirleme olarak ulaşım ve haberleşme gibi farklı alanların da gelişmesine olanak sağlamıştır.

Küreselleşme sürecini hızlandıran bir diğer belirleyici unsur ise bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler olmuştur. McLuhan' nın "küresel köy" nitelendirmesinde bahsettiği dünyanın zamanla küçülerek kendi içinde benzeşen bir yapıya dönüşmesini sağlayan asıl gelişmeler bilgisayar sistemleri ile ortaya çıkmıştır. Büyük miktardaki bilgiyi depolayabilen ve dolaşımını olanaklı kılan bilgisayar sistemlerinin ağ teknolojileriyle birleşmesi sonucu mevcut zamansal ve mekânsal tüm sınırlar ortadan kalkmıştır (Keskinbıçkı, 2019, s.28).

Küreselleşme özellikle son birkaç on yıldır hayatın her alanında olduğu gibi iletişim alanında da etkilerini yoğun şekilde göstermektedir. İletişimde yaşanan küreselleşmenin lokomotifini ise internettir. İnternetin ortaya çıkışı ve hızla gelişmesi iletişime farklı bir boyut kazandırmıştır. İnternet, dünyayı daraltan, ülke sınırlarını ortadan kaldıran, siyasi sınırların ötesine geçen küreselleşmeyle birlikte iletişim teknolojilerini de geliştirerek geleneksel medya araçlarında köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Yeni olarak adlandırabileceğimiz iletişim teknolojilerine bağlı olarak yeni medya politikaları da farklı bir şekil almaya başlamış ve bireylere bilgiye rahatça erişebilme, istediklerini paylaşabilme olanağı tanıyan yeni bir medya ortamının oluşmasına imkan sağlamıştır.

İletişimde yaşanan bu küreselleşme ile birlikte geleneksel medya, zaman veya mekan kısıtlaması olmayan, sanallık ve etkileşim üzerine kurulu yeni medyaya evrilmiştir. Özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte internet tabanlı yeni medya araçları ortaya çıkmış, sosyal ağlar ve mobil iletişim baş göstermiştir. Bu şekilde yeni olarak adlandırabileceğimiz iletişim teknolojileri bireylere birçok yenilik sunmuş ve özellikle habercilik alanında önemli değişimler yaşanmıştır. Nihayetinde küreselleşme olgusunun iletişim alanındaki etkileri ile birlikte iletişim kavramı köklü değişimlere uğramış ve iletişimde yaşanan bu küreselleşme yeni medya olarak adlandırılan yeni bir medya anlayışına ön ayak olmuştur.

Küresel iletişimde haberleşme ve iletişim teknolojileri yeni medya ekseninde hareket etmektedir. İletişim teknolojilerine yeni bir boyut kazandıran yeni medyanın kendine

özgü birtakım özellikleri vardır. Yeni medya üzerine çalışan Richard A. Rogers bahsi geçen bu özellikleri etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamanlılık başlıkları şeklinde üç başlıkta toplamaktadır (aktaran Geray, 2003, s.18-19). Ancak bu özellikler konusunda farklı bakış açılarına göre değişen birçok özellik dile getirilmektedir. Bunun nedeni ise araştırmacıların yeni medya olgusuna farklı açılardan yaklaşımlarıdır.

2.1.2.2. Dijital teknolojilerdeki gelişmeler ve yeni medya

Teknolojik gelişmeler insanlık tarihinin neredeyse her çağında var olmuş ve günlük yaşam üzerinde derin etkileri olmuştur. Örneğin; tekerleğin icadı mesafeleri kısaltmış insanlar artık gitmek istedikleri yerlere daha kısa bir zaman diliminde varmayı başarmışlardır. Uygarlık tarihinde tüm teknolojik değişimlerin etkisi derinden hissedilmiştir. Günümüzdeki teknolojik değişimlerin temelinde ise dijital devrim vardır (Kırık, 2017). Dijital devrimin temeli ise internettir.

İnternet, kısaca bilgi erişimine ve bireyler arası iletişime olanak sağlayan, bilgisayarlar ve diğer dijital cihazlar vasıtasıyla bilgiyi ve insanları birbirine bağlayan ağların, elektronik ağı şeklinde tanımlanabilir. (DiMaggio vd. 2001, s.307–346). Castells'e (2006, s.26-27) göre ise internet insanları birbirine bağlayan, gerçek zamanda meydana gelen yeni bir elektronik iletişim teknolojisi, yeni bir örgütlenme biçimi, hatta yeni bir iletişim aracıdır (aktaran Aktaş, 2006, s.352–360). Kısaca internet zamandan veya mekandan bağımsız olarak insanları birbirine bağlayan bir ağ olarak tanımlanabilir.

İnternet yeni medya türlerini ortaya çıkaran bir iletişim platformu olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni medya olgusunun temeli de internete dayanmaktadır. Yeni medya bilginin toplanması, işlenmesi, üretilmesi, saklanması, iletilmesi ve görüntülenmesinin yöntemlerini değiştirmiştir (Pavlik, 1998, s.80). Dolayısıyla dijital teknolojilerin gelişmesi yeni olarak adlandırılan medya araçlarının doğmasına neden olmuştur. Temel olarak internet geleneksel anlamda var olan sınırları ortadan kaldırmıştır. Aynı zamanda geleneksel medyanın sahip olduğu birçok özellik dijital ortamda bütünleşerek tek bir kanal üzerinden verilebilir hale gelmiştir. Artık internet üzerinden metin, video ve ses gibi farklı iletişim biçimleri bir arada (multimedya) sunulabilmektedir.

İnternet geleneksel iletişim araçlarından gazete, radyo ve televizyonu veya diğer medya türlerini bir araya getirme yeteneğine sahip olan bir medyadır (Atabek, 2005). Örneğin; internette bir yandan radyo dinlerken, aynı anda gazetelerden veya haber portallarından

haberleri takip edebilir veya bir gazetenin internet sitesinden haberleri okurken sitede yer alan bir videoyu görüntüleyebilirsiniz. Buradan da anlaşılacağı gibi dijital teknolojilerin gelişmesi geleneksel medyanın araçlarını bir arada sunabilen ve yeni olarak adlandırılan iletişim araçlarının gelişmesine olanak sağlamıştır.

2.1.2.3. Günümüzde yeni medya araçları

Dijital teknolojilerdeki gelişmeler ve özellikle internet olgusunun ortaya çıkmasının dünya çapında gazetecilik faaliyetleri üzerinde ciddi bir etkisi olmuştur. Öncelikle internet, bir yandan haber yayın kuruluşlarının web sitelerinde veya haber bloglarının sayısında ciddi bir artışın meydana gelmesine yardımcı olmuş, diğer yandan dünyanın her bölgesine serbest bilgi akışının önünü açmıştır. Aynı zamanda, kamuoyunun haber üretimi sürecine daha fazla katılmasına imkan sağlamış ve gazetecilik içeriğinin ve pratiğinin de değişmesine yol açmıştır. (Baydar, 2011, s.78).

Öte yandan yeni medya araçlarının gelişimine baktığımızda yeni medya araçlarının geleneksel medya araçlarından bağımsız olarak ortaya çıktığını söylemek mümkün değildir. Çünkü teknolojik ilerleme bir süreci temsil etmektedir ve her teknolojik ilerleme bir öncekinin geliştirilmiş hali olmakla birlikte bir sonraki için de zemin hazırlamaktadır. Fidler (1997) geleneksel medya ve yeni medya arasındaki bağlantıyı eskinin yeniye dönüşümü (medyamorfoz) olarak nitelendirmektedir. Fidler, iletişim sistemini bir bütün olarak inceler ve yeni medyanın geleneksel medyadan bağımsız olarak ortaya çıkmadığını, geleneksel medyanın aşamalı olarak medyamorfoz geçirdiğini söylemektedir. Fidler'e (1997, s.23) göre iletişim medyalarının yeni formları ortaya çıktığı zaman eski formlar ortadan kaybolmaz, yeni sürece uyum sağlayarak farklı formda varlıklarını sürdürürler. Günümüz yeni medya araçlarına baktığımızda bu fikri destekler nitelikte kanıtlarla karşılaştığımız söylenebilir. Buna bir örnek vermek gerekirse geleneksel medyanın en önemli araçlarından olan gazetelerin, günümüzde hem basılı olarak hem de yeni medya araçlarına uyum sağlayacak şekilde elektronik ortamda varlığını sürdürdüğünü görmekteyiz.

Yeni medya teknolojileri temel olarak, kişisel bilgisayarlar, ağ sistemleri ve mobilizasyon uygulamaları gibi üç temel ayak üzerinde şekillenmektedir. Buna göre yeni medya teknolojileri; internet, web siteleri, akıllı telefonlar, dijital televizyonlar ve multimedya uygulamaları gibi onlarca aracı ve dijital ortamları kapsamaktadır. Bu

noktada bilgisayar, cep telefonları, sosyal ağlar ve dijital oyunlar gibi yeni iletişim araçları günümüzde iletişim alanında radikal değişimlere meydan vermiştir. Yeni medya teknolojilerinin kullanımına yönelik olarak dijital araçlar hızla gelişmekte ve değişmektedir. Burada yaygın olarak kullanılan internet gazeteciliğinin yanı sıra sosyal ağlar da (google, twitter, e-book v.d.) yeni medyanın iletişim araçları arasında gösterilebilir.

Aynı zamanda özellikle son dönemde hızla gelişen 4.5G teknolojileri de bu noktada ön plana çıkmaktadır. Bahsi geçen bu yeni medya teknolojileri sayesinde internet haberciliği kolaylıkları ve kullanışlılığı sebebiyle oldukça yoğun tercih edilmektedir. Teknolojiyi mümkün olduğunca kullanan internet haberciliğinin tercih edilebilirliğini sağlayan tüm özellikler küreselleşme temelinde iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu noktada yeni medyanın sunduğu yeniliklerle birlikte geleneksel medyanın haber üretme anlayışı da değişiklik göstermiştir. Bu bağlamda haber üretimi, yeni medya teknolojileri vasıtasıyla geleneksel medyaya kıyasla daha farklı bir kulvarda gelişmeye başlamıştır. (Törenli, 2005).

Yeni medya geleneksel medyadan farklı olarak bireylere sadece farklı kanallardan bilgiye ulaşma olanağı sunmamaktadır. Yeni medya araçları aynı zamanda kişileri bilgiye ulaştıkları ortamda sosyal ağlar ile de birbirine bağlamaktadır. Daha net bir ifadeyle geleneksel medya araçları, sadece bir dergi, bir televizyon, bir radyo, bir gazete iken, yeni medya araçları hem dergi, televizyon, radyo ve gazete işlevi gören hem de kişilere bu araçların izlendiği ortamları sunan çok yönlü karmaşık bir ortamdır. Bu noktada özellikle internet sayesinde kullanıcılar artık sadece bir içerik takipçisi veya üreticisi olmaktan çıkmışlardır, aynı zamanda bilgi paylaşımında bulunabilecekleri çok yönlü bir ortama sahip olmuşlardır.

2.2. Yeni Medya Bağlamında Kamu Hizmeti Yayıncılığı

Kamu hizmeti yayıncılığı kısaca halk için yapılan, halk tarafından kontrol edilen ve halk tarafından finanse edilen yayıncılık şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanımın fikir babası BBC'nin (British Broadcasting Corporation) ilk genel müdürü John Reith olarak bilinir. Reith tarafından oluşturulan kamu hizmeti yayıncılığı kavramı devam eden yıllarda diğer Avrupa ülkeleri yayıncılık politikalarına da uyarlanmıştır (Ersin,

2007:24). Kamu hizmeti yayıncılığının başından itibaren amacı hedef kitleye haber verme, eğitime ve eğlendirme işlevlerini yerine getirmektir.

Kamu hizmeti yayıncılığının en önemli unsuru kuruluş amaçlarını dengeli olarak yapabilmesi ve bağımsız yapılmasıdır (Kaya, 2009, s.78). 1950 ve 1980 yılları arasında özellikle Avrupa'da kamu yayıncılığı, kamu ve hükümetler arasında dengeli olmaya çalışmış ancak başta iktisadi nedenler olmak üzere birçok nedenden dolayı hükümetlere yakın olma eğilimine girmişlerdir. Ancak bahsi geçen 30 yılda başta sınırlı yayın dağıtımı ve özel yayıncılığın gelişmemiş olması nedeniyle kamu hizmeti yayıncılığı sistemi bir sorun olarak görülmemiştir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa'da ulus devlet politikaları ile kamu hizmeti yayıncılığı arasındaki uyum uzun yıllar kamu yayıncılık anlayışının etkili bir şekilde kullanılmasına olanak sağlamıştır (Mutlu, 2001, s.28).

Ancak 1980 sonrası dönemde başta teknolojik gelişmelerin getirdiği yeni olanaklar olmak üzere birçok nedenle kamu hizmeti yayıncılığının meşruiyeti sorgulanmaya başlanmıştır. Bu dönemde kamu hizmeti yayıncılığına karşı muhalefet artmış, özellikle tekelcilik, iktidar ile olan yakın ilişkiler ve seçkin yayıncılık anlayışı sorgulanır hale gelmiştir (Mutlu, 2001, ss.27-28). Öte yandan iktidarların iktisadi nedenlerden dolayı özellikle bütçe açıklarını neden göstererek kamu hizmeti yayıncılığına karşı çıkmaya başlamaları kamu yayıncılığı üzerinde baskı oluşturmuştur.

1980 sonrası dönemle birlikte yayıncılık alanında dijital teknolojilerin de gelişmesiyle köklü dönüşümler yaşanmıştır. Bu dönemde uygulanan liberal politikalar, yeni teknolojiler ve küreselleşme radyo ve televizyon yayıncılığının yapısını da değiştirmiştir. Bu bağlamda özellikle kamu hizmeti yayıncılığının geleceği, rolü ve konumu üzerine tartışmalar artmıştır. Bununla birlikte günümüze kadar geçen sürede hem devletlerin kamu hizmeti yayıncılığına önem vermeyi ve hâlâ yeni roller yüklemeyi sürdürmeleri hem de kamu hizmeti yayıncılarının yeni ortama adapte olma çabaları, bu kurumların henüz sonunun gelmediğini ortaya koymuştur (İlaslan, 2016, s.67). Devam eden süreçte ise kamu hizmeti yayıncılığı yeni rolleri ve yükümlülükleri bağlamında yeni medyaya uyum arayışına girmiş ve yeni medya araçları yoğun şekilde kullanılmaya başlanmıştır.

Yeni medya özellikle sahip olduğu iletişim araçlarını kullanarak büyük kitlelere ulaşmada geleneksel medyaya göre daha gcl bir potansiyele sahiptir. Kamu hizmeti yayıncılığında da hedef çeşitli iletişim araçları yardımıyla kamuya bilgi akışını sağlamaktadır. Bunu gerçekleştirebilmek için büyük kitlelere hızlı ve kolay şekilde ulaşmak özellikle günümüz dünyasında son derece önemlidir. Dolayısıyla kamu hizmeti anlayışı ile yayın yapan haber kanallarının yeni medyaya entegrasyonları ve yeni medya araçlarını kullanabilme kapasiteleri hedef kitleye ulaşmada önem arz etmektedir.

2.2.1. Kamu hizmeti yayıncılığı ve yeni medya araçları

Kamu hizmeti yayıncılığı önceki bölümlerde de bahsedildiği gibi birtakım amaçlar doğrultusunda faaliyet gösteren ve dünya genelinde kabul görmüş bir yayıncılık anlayışıdır. Dünyanın neredeyse her yerinde devlet destekli yayın yapan yayıncı kuruluşlar mevcuttur. Bu kurum ve kuruluşlar artık geleneksel medyanın araçlarından çok daha fazlasını kullanmakta ve hedef kitlelerine farklı kanallardan da ulaşmaktadırlar.

Dünyada kamu hizmeti yayıncılığı yapan yayın kuruluşlarının nde gelenlerinden bazıları şu şekilde sıralanabilir:

- TRT (Türkiye)
- BBC (İngiltere)
- DW (ARD Bünyesinde) (Almanya)
- FRANCE 24 (Fransa)
- RUSSIA TODAY (Rusya)
- CCTV (Çin)
- NHK (Japonya)
- CBC (Kanada)
- RAI (İtalya)
- TVE (İspanya)
- IRTV (İran)

Kamu hizmeti yayıncılığı yapan bu yayın organları yıllarca televizyon ve radyo kanalları gibi geleneksel medyanın araçlarını kullanarak amaçlarına ulaşmaya ve yayın politikalarını geliştirmeye çalışmışlardır. Ancak kamu hizmeti yayıncılığı da geleneksel medyanın araçlarını ve bu araçların türevlerini kullanmalarının yanı sıra gelişen dijital

teknolojilerin etkisiyle yeni adını verdiğimiz medya araçlarını yoğun şekilde kullanmaya başlamıştır.

Çalışmanın bu bölümünde kamu hizmeti yayıncılığının dijital teknolojileri kullanımları ile ilgili genel bilgiler verilmektedir. Bu kapsamda bu bölümde kamu hizmeti anlayışıyla faaliyet gösteren ve çalışmanın da örneklemini oluşturan bu devlet kanallarının web sayfalarını, mobil uygulamaları ve özellikle son 10 yılda büyük kitlelerin kullanım alanını oluşturan sosyal medya uygulamalarını kullanımlarına dair açıklamalar yer almaktadır.

2.2.1.1. İnternet sitelerinin kullanımı

Araştırmaya konu olan bu devlet televizyonlarının yeni medyanın önemli bir aracı olan web sitelerinden yoğun şekilde faydalanarak kullanıcılarına ulaştıkları bilinmektedir. Kanalların web sayfaları incelendiğinde kamu hizmeti yayıncılığı yapan tüm kurumların anasayfaları altında çok sayıda iç sayfa ve farklı içerik olduğu görülmektedir. İlgili kanalların web adreslerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- TRT = <http://www.trt.net.tr/>
- BBC = <https://www.bbc.com/>
- DW = <https://www.dw.com/en/>
- France 24 = <https://www.france24.com/>
- Russia Today = <https://www.rt.com/>
- CCTV = <https://www.cctv.com/>

Bahsi geçen internet sayfaları yayın kuruluşlarının anasayfaları olmakla birlikte buradaki her bir yayın kuruluşunun farklı alanlarda (haber kanalı, spor kanalı, belgesel kanalı, eğitim kanalı vb.) çok sayıda alt web sayfasına sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu çalışmada kamu hizmeti yayıncılığı anlayışıyla faaliyet gösteren kurumların uluslararası arenada faaliyet gösteren haber kanallarının web siteleri incelenmektedir. İlgili web sitelerinin analizine çalışmanın dördüncü bölümünde yer verilecektir.

Öte yandan bu kurumların web sayfalarında kullanıcılarına birçok farklı dilde hizmet sunmaları da bu kuruluşların dünya çapında takip edilen haber sitesi olmalarına olanak

sağlamaktadır. Sadece BBC web sayfasını İngilizce dahil 34 farklı dilde¹⁰ yayınlamakta ve bu şekilde dünyanın neredeyse her noktasına haber ve bilgi akışını sağlayabilmektedir. BBC'nin bu noktada çalışmaya konu olan diğer haber ajanslarına göre oldukça avantajlı olduğu görülmektedir. SmillarWeb'in araştırmasına göre BBC'nin inrernet sayfası ziyaretçi istatistiklerinde habercilik ve medya alanında dünyada 12. sırada yer almaktadır. Öte yandan aynı sıralamada RT 71., DW 205., CCTV 397., France24 602., TRT ise 1097. sırada listede kendine yer bulmaktadır.¹¹

2.2.1.2. Mobil uygulamaların kullanımı

Akıllı telefonların hayatımıza girmesinden bu yana mobil uygulamalar da artık günlük yaşantımızın bir parçası haline gelmiştir. Artık akıllı telefonlarımız ve tabletlerimizle dilediğimiz yerden oyun oynayabilir, film izleyebilir, müzik dinleyebilir, alışveriş yapabilir veyahut haberleri anlık olarak takip edebiliriz. Bu gelişmeler kamu hizmeti yayıncılığı yapan kurumlar için de kaçınılmaz bir hizmet anlayışını ön plana çıkarmıştır. Özel tv kanalları gibi kamu hizmeti anlayışıyla faaliyet gösteren tv kanalları da artık mobil uygulamalar yoluyla kullanıcılarına ulaşmakta ve bu uygulamalar milyonlarca kullanıcı tarafından her geçen gün yoğun şekilde kullanılmaktadır.

Kamu hizmeti yayıncılığı yapan kurumlarının mobil uygulamaları kullanıp kullanmadıkları veya bu konuda ne derece aktif oldukları incelendiğinde tüm bu kurumların çok sayıda mobil uygulama ile kullanıcılarına ulaştığı görülmektedir. Bu bağlamda yalnızca TRT'nin dahi onlarca uygulamayı mobil kullanıcılarına sunduğu anlaşılmaktadır. Bu noktada TRT'nin mobil uygulama mağazalarından ulaşılabilen mobil uygulamaları şu şekilde sıralayabiliriz¹²:

- TRT Televizyon Uygulaması
- *TRT Haber Uygulaması*
- *TRT World Uygulaması*
- TRT Türk Lehçeleri Sözlüğü
- TRT İbi Uygulaması
- TRT Kuzucuk Uygulaması
- TRT Tel Ali Uygulaması

¹⁰ <https://www.bbc.com/> Erişim Tarihi :30.03.2020

¹¹ <https://www.similarweb.com/>Erişim Tarihi: 10.05.2020

¹² <https://www.trt.net.tr/anasayfa/uygulamalar.aspx> Erişim Tarihi :30.03.2020

- TRT Rafadan Tayfa Tornet Uygulaması
- TRT Maysa ve Bulut Uygulaması
- TRT Pepe TV Uygulaması
- TRT Sales Uygulaması
- TRT Çocuk Bizim Ninniler Uygulaması

Burada sıraladığımız uygulamalar TRT'nin bugün için mobil kullanıcılara sunduğu uygulamaları göstermektedir. Mobil mağazalardan akıllı telefonlara veya tabletlere indirilebilen bu uygulamalar incelendiğinde ise söz konusu uygulamaların farklı hedef kitlelere hitap ettiği anlaşılmaktadır. İlgili uygulamalar arasından TRT World uygulaması ile TRT Haber uygulamasının ise haber alma isteğiyle mobil uygulamalara başvuran kitle tarafından yakından takip edildiği bilinmektedir.

Yine kamu hizmeti yayıncılığı yapan ve dünyada ön plana çıkan diğer kurumların mobil uygulamalarına dair bir inceleme yapıldığında bu kurumların da çok sayıda mobil uygulama ile kullanıcılarına ulaştıkları görülmektedir. Bu uygulamaların da yine birçok farklı hedef kitlesinin olduğu anlaşılmaktadır. Ancak bu uygulamaların tamamına değinmeden yalnızca kullanıcılarına eş anlı olarak haber sunma amacıyla geliştirilen uygulamalara değinecek olursak, bu uygulamalardan birkaçını şu şekilde sıralayabiliriz:¹³

- BBC: *BBC News Uygulaması*
- DW: *DW Breaking World News Uygulaması*
- France 24: *France 24-Info et actualites Uygulaması*
- RT: *RT News Uygulaması*
- CCTV: *CGTN-China Global TV Network Uygulaması*

Söz konusu bu mobil uygulamalar ilgili kurumların yalnızca haber sunma amacıyla kullanıcılara sundukları uygulamaları içermektedir. Öte yandan tüm kuruluşların spordan magazine, sanattan kişisel gelişime kadar farklı birçok kitlesi bulunan mobil uygulamalara sahip olduğu ve tüm bu uygulamaların mobil mağazalardan indirilebildiği bilinmektedir.

¹³ İlgili uygulamalara Android ve iOS tabanlı mobil uygulama mağazalarından ulaşılmıştır.

2.2.1.3. Sosyal medyanın kullanımı

Günümüz dünyasının bir gerçeği de artık sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya bireylerden kurumlara hatta devletlere kadar oldukça yaygın bir kullanıcı kitlesine sahiptir. Milyonlarca kişi veya kurum günümüzde sosyal platformların birer parçası haline gelmiştir. Dünya iletişim trendleri sosyal medya adı verilen bu sosyal ağlara doğru bir dönüşüm içerisindedir. Böyle bir dünyada kamu yayıncılığı yapan kurumların da bu dönüşümden uzak kalmaları mümkün değildir.

Kamu hizmeti anlayışı ile yayın yapan kurumların sosyal medya hesapları incelendiğinde ise yine geniş bir kullanım yelpazesi ile karşılaşılmaktadır. Bu noktada bahsi geçen kurumların sosyal medya hesapları incelendiğinde Facebook, Twitter ve Instagram başta olmak üzere neredeyse tüm sosyal kanalları kullandıkları görülmektedir. Bu kurumlar aynı zamanda web sayfalarında olduğu gibi sosyal medya hesaplarını da birçok farklı dilde kitlelerin kullanımına sunarak dünya genelinde çok sayıda kullanıcıya ulaşmayı başarmışlardır. Örneğin, çalışmaya konu olan haber kanallarının 7 Mayıs 2020 itibariyle Facebook, Twitter ve Instagram'daki İngilizce hesaplarının takipçi sayıları şu şekildedir:

Tablo 2.1. Uluslararası Haber Kanallarının Sosyal Medyadaki Takipçi Sayıları

	Facebook	Twitter	Instagram
TRT World	1,9 milyon	319 bin	263 bin
BBC News	51 milyon	28 milyon	12,7 milyon
DW News	2,3 milyon	374 bin	170 bin
France 24	9,7 milyon	3,4 milyon	1,1 milyon
Russia Today	5,6 milyon	3 milyon	579 bin
CCTV	49 milyon	1 milyon	768 bin

Kaynak: Facebook, Twitter ve Instagram verilerinden hareketle oluşturulmuştur.

Kamu hizmeti yayıncılığı yapan ve tüm dünyaya hitap eden bu yayıncılarının sosyal medyayı kullanım alanları bir teze konu olabilecek kadar geniş bir yelpazeye sahiptir.

2.3. Neoliberal Politikaların Kamu Yayıncılığı Üzerine Etkileri

Neoliberalizm genel anlamda rekabeti ön plana çıkaran bir olgudur ve liberal politikaları dönüştürme amacı taşır. Rekabetin ön planda olması nedeniyle neoliberalizmin medya sektörü üzerindeki etkisi çok uluslu şirketlerin bu sektöre girmesiyle gerçekleşmiştir (Olgun, 2017, s.26).

Sermaye, piyasa yanlısı ve küreselleşme odaklı neo-liberal politikaların yayıncılık alanına da derin etkileri olmuştur. Özellikle kamu hizmeti yayıncılığı neo-liberal politikaların etkisiyle yoğun eleştirilere maruz kalmıştır. Kamu yayıncılığının kamusal fonlar ile finanse edilmesi, piyasada tekel oluşturması ve piyasanın işleyişini bozması, çeşitliliği bozması ve siyasetten yoğun şekilde etkileniyor olması gibi tespitler kamu hizmeti yayıncılığına yöneltilen eleştirilerin başında gelmektedir. Stevenson'a (2008, s.109) göre neoliberalizmin yükselişi, demokratik bir kamusal alan ihtiyacını yeniden belirtme ihtiyacını ortaya koymuştur. Stevenson, neoliberal politikaları destekleyenlerin, devlet tarafından organize edilen yayıncılığı, yüksek maliyetli olduğu, reklamı sınırlayarak serbest bilgi akışını engellediği ve tercih hakkı tanımadığı konularında eleştirdiklerini belirtmektedir.

Öte yandan neoliberal politikaların da etkisiyle günden güne gelişen teknolojinin zamanla yeni iletişim araçlarının önünün açılması yönündeki talepleri de arttırdığı görülmektedir. Bu durum ticari aktörlerin de medya sahipliğine soyunmalarına zemin hazırlamıştır. Sonuç olarak neoliberal politikalar kamu hizmeti yayıncılığına ait tekeli kırmada önemli etkiler doğurmuştur.

Neoliberal politikaların medya üzerindeki etkisi “kuralların kaldırılması veya yeniden düzenlenmesi” şeklinde tanımlanabilecek deregülasyon süreci ile ilişkilendirilebilir. Bu süreç özel radyo ve televizyon yayıncılığının baş göstermesi açısından önemlidir. Bu da daha önce kar amacı gütmeyen medya kuruluşlarının yerini kar amacı güden devasa şirketlerin almasına neden olmuştur. Türkiye’de de 1980 sonrası yaşanan dönüşümün sebebi bu olgu olmuştur. Kaya (2009, s.233-234) bu hızlı değişimlerin yaşandığı ülkelerden birisinin de Türkiye olduğunu söylemekte ve bu noktada en belirgin değişimin radyo ve televizyon yayıncılığında kamu tekelinin kaldırılması olduğunu vurgulamaktadır.

Radyo ve televizyon yayıncılığında kamu tekelinin kırılmasıyla birlikte televizyon kurmak için yasal ya da yasal olmayan girişimler 1980’lerin başından itibaren başlamıştır (Adaklı, 2006, s.229). Ancak bu girişimlerin 1990’da Star 1 kanalının kurulmasına kadar başarılı olduğu söylenemez. Star 1 kanalı özel televizyon yayıncılığında kırılma noktası olmuştur. Bundan sonraki süreç oldukça hızlı ilerlemiştir. Sonraki süreçte hızla ortaya çıkan özel televizyon kanalları 13 Nisan 1994 tarihinde

kabul edilen 3984 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunla yasal dayanağına kavuşmuştur. (Adaklı, 2006, s.235-236). Bu noktada özel kanalların kurulmasıyla birlikte, özel sermayenin medya sektörüne adım attığını söylemek yanlış olmayacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.KAMUSAL HABER KANALLARINA AİT KURUMSAL WEB SİTELERİNİN İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİ İLE KARŞILAŞTIRILMASI

Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en büyük özelliği tek taraflı bilgi akışından ziyade yeni iletişim araçları yardımıyla etkileşimi mümkün kılan bir anlayışa sahip olmasıdır. Yeni medya ile birlikte tanıştığımız bu etkileşim araçları kamu hizmeti anlayışıyla yayın yapan televizyon kanalları tarafından da yoğun şekilde kullanılmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde de yeni medyanın dijitalleşme, multimedya (çoklu ortam), hipermetinsellik ve etkileşimlilik gibi temel unsurları bağlamında, kamu hizmeti yayıncılığı yapan uluslararası haber kanallarının içerik analizi yöntemiyle karşılaştırması yapılmaktadır.

3.1.Yeni Medyanın Temel Unsurları

Yeni medya kavramı internet ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan bir dönüşüme işaret etmektedir. Yeni medyanın etkileşim başta olmak üzere temel unsurları ise doğrudan internetin kullanıcılara sunduğu farklılıklarla bir diğer ifadeyle internetin niteliğiyle doğrudan ilişkilidir. İnternet kendinden önceki geleneksel medya araçlarının sahip olduğu becerilerin tümünü kendinde barındıran bir yapıya sahiptir. Bununla birlikte eş zamanlılık, anımsalılık, güncellenebilirlik, zaman ve mekandan bağımsızlık gibi kendine has özellikleriyle de geleneksel kitle iletişim araçlarından farklılaşmış bir araçtır. Örneğin, geleneksel gazeteler dünün haberini verir ancak internet tabanlı gazeteler yardımıyla anlık haberlere ulaşılabilir. Öte yandan geleneksel televizyon yayınları anlıktır ancak internet ortamında dilediğiniz programı dilediğiniz anda seyredebilirsiniz. Aynı zamanda arkadaşlarınızla anlık olarak yazışabilir, konuşabilir ya da görüntülü olarak iletişim kurabilirsiniz (Birsen, 2012, s.7-8).

Öte yandan geleneksel medya olarak adlandırılan gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları da, bir yandan son yıllardaki gelişmelerle birlikte teknolojik ve kültürel anlamda sürekli dönüşürken, bir yandan da yeni medyanın birincil aracı olan internet ile birlikte yepyeni bir görünüm kazanmaktadır. Her iletişim teknolojisi zamansal olarak ortaya çıktıkları an itibariyle yeni olabilir. Ancak, günümüzde yeni iletişim teknolojileri ve dijital medya zamansal olmaktan ziyade, geleneksel kitle iletişim araçlarına kıyasla

sahip oldukları ayırt edici özelliklere dayanılarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle dijital medyayı geleneksel medyadan farklı kılan özelliklerine göz atmak faydalı olacaktır. Bu noktada yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran başlıca özellikleri; dijitalleşme, etkileşimlilik, çoklu ortam, hipermetinsellik olarak sıralamak mümkündür (Binark, 2007, s.21-22; Özkan Kutlu, 2018, s.91-92).

- **Dijitalleşme:** *Sayısallaşma olarak da ifade edilen dijitalleşme, veri, ses, müzik, metin, fotoğraf gibi çeşitli biçimlerde her tür enformasyonun “bit”lere (0 ve 1’lere), diğer bir ifadeyle mikroişlemciler yardımıyla bilgisayar diline dönüştürülmesidir. Her çeşit enformasyonun dijital (sayısal) olarak işlenmesi, o enformasyonun saklanması, çoğaltılmasını, paylaşılmasını kolaylaştırmaktadır.*
- **Etkileşimlilik:** *İletişim sürecindeki kaynak ile alıcı arasındaki rol değişimini olanaklı hale getiren, yani kaynağın alıcı, alıcının kaynak olabilmesine imkan veren, kullanıcının içerik üretmesini ve içeriği düzenleyip, yayımlamasını sağlayan teknolojidir.*
- **Çoklu ortam (Multimedya):** *Bilgisayar tabanlı yeni teknolojilerinin çoklu ortam özelliği, kendi içinde ve dışında yer alan donanım-yazılım unsurlarının birbirlerine bağlanabilir olmasından kaynaklanmaktadır. Böylece her tür veri girişi, veri işleme, verinin depolanması ve verinin dağıtımı farklı elektronik ortamlarda yapılabilir olmaktadır.*
- **Hipermetinsellik:** *Kısa adı HTML (Hyper Text Markup Language) olan ve Türkçe’ye “hiper (sıçramalı) metin işaretleme dili” olarak çevrilebilen hipermetinsellik, internet ortamında bilgi görüntülemeyi olanaklı hale getiren dosya formatıdır. HTML ile, her tür verinin (hareketli görüntü, ses, metin, fotoğraf vb.) görüntülenebilmesi mümkündür.*

Temel olarak dijitalleşme, etkileşimlilik, çoklu ortam (multimedya) ve hipermetinsellik gibi özellikler yeni medyayı geleneksel medyadan ayırt eden yeni medyanın başlıca unsurları olarak ifade edilebilir. Çalışmanın bu bölümünde de kamu hizmeti anlayışıyla yayıncılık yapan ve uluslararası ölçekte faaliyet gösteren haber kanallarına dair içerik analizi bu dört unsur bağlamında belirlenen kategorilere göre incelenmiştir.

3.2. İçerik Analizi

İçerik analizi arşivlerden, belgelerden, gazetelerden, sinema, dizi gibi çeşitli görsel dokümanlardan, çeşitli kitle iletişim araçlarından elde edilen bilgilerin bir anlam kazandırılması amacıyla sistematik olarak incelenmesidir. İçerik analizi sözel, yazılı ve diğer materyallerin nesnel ve sistematik bir şekilde incelenmesine olanak tanıyan bilimsel bir yaklaşımdır (Tavşancıl ve Aslan, 2001). İçerik analizi kim, kime, neyi nasıl söylemiştir ve sonucu ne olmuştur zincirinde bu sorulardan bir ya da birkaçına cevap aramak için yapılır. Bu yöntemle içeriğin özellikleri ve iletişim etkileri ile ilgili sonuçlar elde etme ve örnekleme ile elde edilen verilerden içerik etkilerini ölçme hedeflenir.

Çalışmada incelenen web sitelerinin yeni medyanın temel unsurları bağlamında belirlenen alt kategoriler yardımıyla nitel bir içerik analizi temelinde çözümlenmesi yapılmıştır. Nitel içerik analizi görsel ve işitsel içeriklerdeki metinleri anlamaya ve analiz etmeye yarayan nitel bir yöntemdir. Nitelik içerik analizinde temel olarak içeriğin sonuçları incelenmekte ve etkileri araştırılmaktadır. Çalışmada, çalışmanın amacına uygun olarak tarama modeli benimsenmekte ve durum saptaması yapılmaktadır. Tarama modeli temel olarak var olan mevcut durumu değiştirmeden var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan çalışmalar için uygun bir modeldir (Karasar, 2006). Bu kapsamda çalışmanın amacına bağlı şekilde literatür takip edilerek belirlenen kategoriler şu şekildedir:

1. Kanalın logosu ve konumu.
2. Kanalın web sitesinin tasarımı.
3. Manşet haberlerin konumu ve gösterim şekli.
4. Güncelleme bilgisinin yer alıp almadığı.
5. Görsel zenginlik.
6. Canlı yayın (watch live) imkanı.
7. Kanalın sosyal medya uzantısının olup olmadığı varsa eğer kaç sosyal medya ağının olduğu.
8. Farklı dil seçenekleri.
9. Şikayet ve geri bildirim (feedback) seçeneği.
10. Kanala ait erişim-iletişim bilgileri.
11. Yazı tipi/boyutu seçenekleri.
12. Haber kategorisi (türü) sayısı

13. Kanalin çerez (cookies) kullanıp kullanmadığı.
14. Kanal web sitesinin mobil uygulamasının olup olmadığı.
15. Haberlere kullanıcı etkileşimi olanağı olup olmadığı.
16. Haberleri sesli dinleyebilme seçeneğı olup olmadığı.
17. Haberlerde hipermetinsellik.

3.3. Haber Web Sitelerinin İncelenmesi

Çalışmada daha önce de belirtildiğı gibi kamu hizmeti yayıncılığı yapan 6 uluslararası haber kanalına ait web sitesi analiz edilmektedir. Bunlar sırasıyla;

- *TRT World: <https://www.trtworld.com/>*
- *BBC News: <https://www.bbc.co.uk/news>*
- *France24: <https://www.france24.com/en/>*
- *DW News: <https://www.dw.com/en/>*
- *Russia Today: <https://www.rt.com/>*
- *CCTV English: <http://english.cctv.com/>*

internet siteleridir.

Bu kapsamda ilgili web sayfalarının yeni medyanın etkileşim unsurları çerçevesinde belirlenen ve yukarıda sıralanan 17 farklı kritere göre çözümlene ve karşılaştırma yapılmaktadır.

3.3.1.Kanal logosu ve konumu

Trt World

TRT bünyesinde faaliyet gösteren TRT World, Türkiye'nin medya sektöründe dünyaya açılan kapısı konumundadır. Yayın hayatına ilk kez 18.05.2015'te test yayını ile merhaba diyen kanal, 29.10.2015 tarihinde süreli yayınlarına başlamıştır.

TRT World kanalının resmi web sitesi ise <https://www.trtworld.com/> adresidir. Link tıklanıldığında Görsel 3.1'deki gibi bir ana sayfa ekranıyla karşılaşılmaktadır.



Görsel 3.1. TRT World Ana Sayfası

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 20.04.2020

<https://www.trtworld.com/> adresine tıklanıldığında Görsel 3.1'deki ana sayfa ekranıyla karşılaşılmaktadır. Anasayfaya ilk girişte turkuaz ve beyaz tonlarda tasarlanan TRT World logosu sayfanın üst bölümünde ve ortalı şekilde kullanıcıyı karşılamaktadır. Logoda turkuazın, bir diğer adıyla Türk mavisinin kullanılmış olması da dikkat çeken bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır.

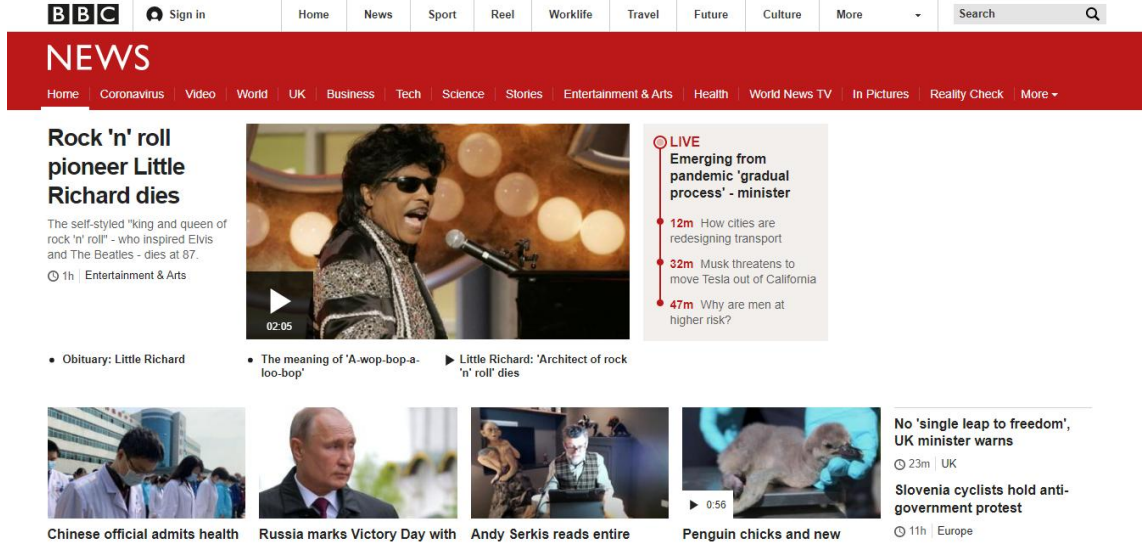
BBC News

İngiltere merkezli yayın yapan ve kamu hizmeti yayıncılığının lokomotifi olarak görülen BBC ilk kez "British Broadcasting Company" adıyla 1922 yılında özel bir şirket olarak kurulmuştur. 1925'te tasfiye edilen şirket 1927 yılında "British Broadcasting Corporation" adıyla bir kamu kuruluşu olarak yeniden kurulmuş ve uzun yıllar radyo ve televizyon yayıncılığında ülkede tekel olarak hizmet vermiştir. BBC yayın hayatına ilk kez deneysel olarak 1932 yılında başlamıştır. 1934 yılında düzenli ancak sınırlı yayınlar yapan kanal 1936 yılında genişletilmiş sürekli yayınları ile halka habercilik hizmeti sunmaya başlamıştır. Kamu tarafından finanse edilen yayın organı bugün dünya genelinde 40 farklı dilde radyo, televizyon ve internet yayınları yapmaktadır.¹⁴

BBC'nin haber kanalı olan BBC News'e ait <https://www.bbc.com/news> adresi tıklanıldığı zaman kullanıcıyı Görsel 3.2'deki gibi bir ekran karşılamaktadır. Siyah beyaz tonlardaki BBC logosu BBC News ana sayfasında sayfanın sol üst paneline

¹⁴ <https://www.bbc.com/aboutthebbc> Erişim Tarihi: 09.05.2020

konumlandırılmıştır. Daha önce birçok farklı logo tasarımı geliştirmiş olan BBC'nin güncel logosu 4 Ekim 1997 tarihinde geliştirilmiştir ve bu logo BBC tarafından en uzun süre kullanılan logo olma özelliği taşımaktadır.



Görsel 3.2. BBC News Ana Sayfası

Kaynak: <https://www.bbc.com/news> Erişim Tarihi: 10.05.2020

France24

Fransa'nın devlet destekli ve küresel ölçekte yayın yapan kanalı France24, yayın hayatına 2006 yılında başlamıştır. Kanalın kurulumundaki temel amacın Fransa'da zaten mevcut olan TV5 Monde gibi sadece Fransızca konuşan toplumlara hitap eden kanalların yanı sıra uluslararası ölçekte yayın yaparak hem Fransa'nın hem de farklı toplumların sesini uluslararası ölçekte yansıtmak olduğu ifade edilmektedir. Kanalın kuruluşundaki temel strateji de çok dilde yayın yapabilmektir. Bu strateji doğrultusunda başlarda Fransızca ve İngilizce yayın yapan kanal daha sonrasında dil seçeneklerine Arapça ve İspanyolca'yı da eklemiştir. Kanalın bugün dünyada 355 milyon kullanıcısı bulunmaktadır.¹⁵

France24'ün resmi web sitesi <https://www.france24.com/en/live> adresidir. Link tıklanıldığında kullanıcıyı Görsel 3.3'teki ekran karşılamaktadır. Açık mavi ve beyaz tonlarında bir logoya sahip olan kanalın logosunda deniz dalgalarını anımsatan bir görselin içinde France24 yazısı yer almaktadır. Helvetica yazı fontunun tercih edildiği logonun site içerisinde sol üst köşeye konumlandırıldığı görülmektedir.

¹⁵ <https://www.france24.com/en/about-us> Erişim Tarihi: 12.05.2020

FRANCE 24

LIVE

#FRANCELOCKDOWN #CDRONAVIRUS FRANCE AFRICA CULTURE TV SHOWS FIGHT THE FAKE

ANTANANARIVO, MADAGASCAR

ANDRY RAJOELINA ON FRANCE 24 / RFI
PRESIDENT OF MADAGASCAR

THE INTERVIEW

Exclusive: Madagascar's president defends controversial homegrown Covid-19 cure

LIVE NEWS

- 21:28 AFP Coronavirus was in Brazil before carnival: study
- 21:24 AFP Verstappen rules out Ricciardo move to Ferrari
- 20:14 AFP Twitter says many employees may work remotely 'forever'
- 20:12 AFP USA Gymnastics calls off 2020 national championships
- 19:56 France's Covid-19 death toll overtakes Spain's to reach nearly 27,000
- 19:54 AFP Moscow commuters brave epidemic to return

Görsel 3.3. France24 Ana Sayfası

Kaynak: <https://www.france24.com/en/> Erişim Tarihi: 12.05.2020

DW News

Almanya'nın kamu hizmeti yayıncılığı anlayışıyla yayın yapan uluslararası ölçekteki haber kanalı Deutsche Welle (DW) News, 22 Haziran 2015 yılında yayın hayatına başlamıştır. DW Akademi ile medya sektöründe Avrupa'nın önde gelen kurumlarından biri olmayı hedefleyen kurum bugün dünya genelinde haftada 197 milyon kullanıcıya ulaşmaktadır.¹⁶ DW News'in internet sitesine <https://www.dw.com/en/> adresinden ulaşılmaktadır. DW News anasayfasında mavi ve beyaz tonlardaki kanal logosu sayfanın sol üst köşesinde yer almaktadır. Logo tasarımında D ve W harflerinin beyaz ve mavi arka planda iki daire içerisine konumlandırıldığı ve tırnaksız yazı karakterinin kullanıldığı görülmektedir.

¹⁶ <https://www.dw.com/en/about-dw/profile/s-30688> Erişim Tarihi: 12.05.2020



Made for minds.

Search TOP STORIES

TOP STORIES MEDIA CENTER TV RADIO LEARN GERMAN

GERMANY CORONAVIRUS WORLD BUSINESS SCIENCE ENVIRONMENT CULTURE SPORTS

TOP STORIES

Advertisement



Coronavirus latest: Germany's infection rate drops below 1

Görsel 3.4. DW News Ana Sayfası

Kaynak: <https://www.dw.com/en//Erişim Tarihi: 12.05.2020>

Russia Today

Bugün 5 kıtada 100'ün üzerinde ülkede faaliyet gösteren RT, 6 Nisan 2005 yılında kurulmuştur. 24 saat güncel haber yayını yapan kanal bu alanda Monte Karlo TV festivalleri ödülünü kazanan ve 7 kez EMMY finalisti olan tek Rus TV kanalıdır. 2016 yılında dünyanın uzaydan ilk 360 derecelik videosunu çeken kanal 2017'de Roscosmos State Corporation ve Energia Rocket and Space Corporation ile işbirliği yaparak dünyaya açık alanda çekilen ilk panoramik videoyu sunmuştur. Öncü bir kitle araştırma şirketi olan Ipsos'un TV haber tüketimine ilişkin bir anketine göre, RT yayınlarının bulunduğu 100'den fazla ülkenin 47'sinde RT'nin haftalık yaklaşık 100 milyon izleyici kitlesi bulunmaktadır. RT, 15 Avrupa ülkesinde haftalık 43 milyon izleyici ile Avrupa'nın en büyük bölgesel kitlesine sahiptir. ABD'de RT'nin haftalık izleyici sayısı ise 11 milyon civarındadır. Haber tüketicilerinin 15 ülkede ankete tabi tutulduğu Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da RT'nin haftalık 11 milyon TV izleyicisi bulunduğu, 10 Latin Amerika ülkesinde ise en popüler 5 uluslararası TV kanalından biri olma niteliğinde olduğu bilinmektedir.¹⁷

¹⁷ <https://www.rt.com/about-us/> Erişim Tarihi: 12.05.2020

RT'nin web adresi <https://www.rt.com/> tıklanıldığında Görsel 3.5'teki gibi bir ana sayfa açılmaktadır. Ana sayfa üzerinde ilk bakışta kanalın logosunun sayfanın sol üst köşesinde konumlandırıldığı görülmektedir. Yeşil bir arka plan üzerinde siyah renklerle RT yazısı şeklinde tasarlanan logo 20 Ocak 2018 tarihinden bu yana kullanılmaktadır.



Görsel 3.5. *Russia Today Ana Sayfası*

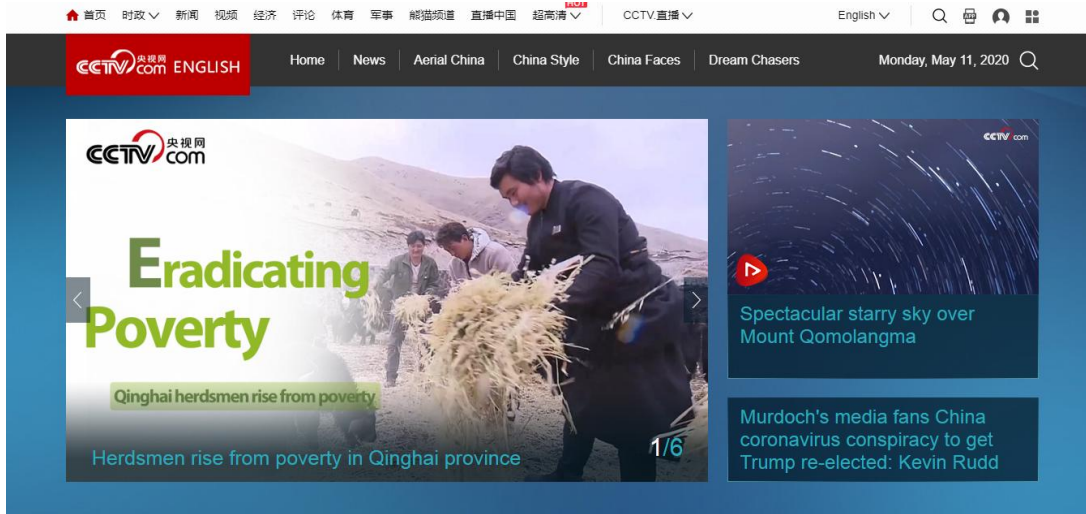
Kaynak: <https://www.rt.com/> Erişim Tarihi: 11.05.2020

CCTV English

Çin Halk Cumhuriyeti'nin ulusal TV istasyonu ve Çin'in en önemli haber yayın şirketlerinden biri olan CCTV 2 Eylül 1958 yılında kurulmuştur. CCTV Çin'in en etkili medya kuruluşları arasında gösterilmektedir. Öyle ki; Çinliler'in ana haber kaynağı niteliğindedir. Çin halkının dış dünya hakkında bilgi edinmesi ve dünyanın Çin hakkında daha fazla bilgi edinmesi için de önemli bir pencere görevi gören CCTV, kullanıcılarına sürekli olarak Çin'den ve dünyadan haberler, canlı yayımlar ve çeşitli video içerikleri sunmaktadır.¹⁸ Kanalın İngilizce dilindeki internet sitesine <http://english.cctv.com/> adresinden ulaşılmaktadır.

Ana sayfada sol üst köşeye yerleştirilmiş olan kanal logosu ilk bakışta Amerikalı haber kanalı CNN'nin logosunu anımsatmaktadır. Kırmızı bir arka planda beyaz tonlarla yazılan CCTV com English yazısını içeren logonun CNN'in kırmızı ve beyaz tonlardaki logosuna oldukça benzediğini söylemek mümkündür.

¹⁸ <http://english.cctv.com/> Erişim Tarihi: 11.05.2020



Görsel 3.6. *CCTV English Ana Sayfası*

Kaynak: <http://english.cctv.com/> Erişim Tarihi: 11.05.2020

3.3.2. Kanal web sitesinin tasarımı

TRT World

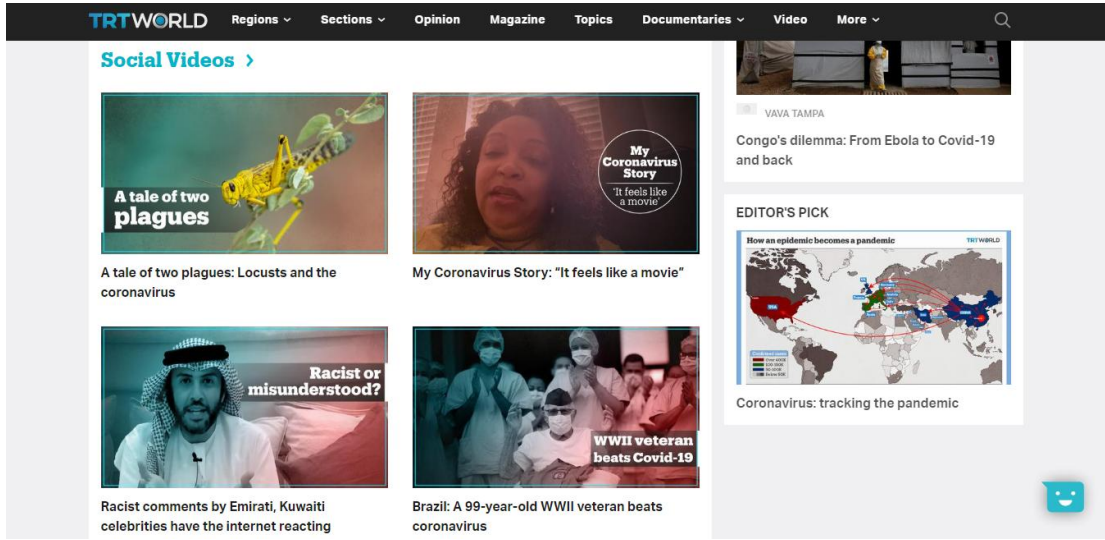
Yeni medyanın iletişim araçları hem işlevsel anlamda hem de görsel ve işitsel anlamda geleneksel medyadan çok daha gelişmiş bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda tüm internet sitelerinde olduğu gibi kamu yayıncılığı yapan haber kanallarının web sitelerinde de hedef kitleye ulaşmada yeni medyanın bu avantajından faydanılmaya çalışılır. Burada temel nokta ise hedef kitleye ulaşırken hem işlevsel hem de göze hoş gelen bir tasarımın benimsenmesidir. İşlevsel ve göze hoş gelen internet tasarımı için dikkat edilmesi gereken bazı tasarım ilkeleri vardır. Bunlar; basitlik, denge, kontrast ve vurgu, tekrarlama ve bütünlük ilkeleridir (Altunlu, 2019, s.148-151). İlgili web siteleri bu ilkeler ışığında incelenebilir.

TRT World sitesinin genel tasarımı incelendiğinde ana sayfanın sade ve anlaşılır şekilde tasarlandığı görülmektedir. Görsel 3.1'de de görülebileceği gibi sayfanın sağ üst panelinde bir search (arama) kutucuğu yer almaktadır. Site içerisinde bir arama motoru işlevi gören bu kutucuğun, kullanıcının kolaylıkla erişebileceği bir yere konumlandırılmış olması TRT World web sitesi için kullanıcı dostu bir tasarıma sahip olduğu izlenimi vermektedir. Bu özellik incelenen tüm haber siteleri için geçerlidir.

Site renk ve font kullanımı açısından incelendiğinde ise sitenin göze çarpan ilk özelliği diğer haber sitelerine göre daha koyu renkte bir zemin (fon) rengine sahip olduğudur.

Bu zemin rengi üzerinde ise sayfada farklı renklerde ve tonlarda haber görsellerine, haber başlıklarına ve içeriklerine yer verildiği görülmektedir. İnternet sitesinde aynı zamanda yazı karakteri ve fontunda tek bir standart olmadığı, site tasarımcılarının bu konuda bir çeşitlilik sundukları görülmektedir.

Öte yandan TRT World web sayfası kullanıcılarına zengin bir görsel içerik sunmaktadır. Web sayfası incelendiğinde sunulan bu görsel içeriklerin metinlerle de desteklendiği anlaşılmaktadır. Görsel 3.1 ve Görsel 3.7'den de rahatça görülebileceği gibi TRT World sunduğu görsellerin birçoğunu ilgili görsellerin içine konuyla ilişkili metinler yerleştirerek kullanıcılarına etkileşimli bir görsel içerik sunmaktadır.



Görsel 3.7. TRT World Görsel İçinde Metin Kullanımı

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 22.04.2020

TRT World tasarım ilkeleri bağlamında detaylı incelendiğinde genel olarak oldukça sade, görsel ve metin kullanımında dengeli, yer yer kontrastın ön plana çıktığı ve bütünlük taşıyan bir tasarımla kullanıcılarını karşıladığı söylenebilir.

BBC News


BBC News'in ana sayfasının yer aldığı Görsel 3.2'den de anlaşılacağı gibi BBC News ana sayfası temel olarak beyaz bir fon üzerinde çeşitli haber başlıklarının siyah tonlarda yer aldığı sade bir tasarıma sahiptir. Genel olarak tek bir yazı karakterinin tercih edildiği sayfada haberlerin çok sayıda fotoğraf ve video içeriği ile desteklendiği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda hem görsel hem de metin kullanımının dengeli olduğu görülmektedir. Ancak TRT World'ün aksine BBC'nin görsel içerisinde metin kullanımına yer

vermediği, habere dair bilgilendirmelerin görsellerin dışında yer aldığı görülmektedir. Öte yandan BBC, kullanıcıları için en çok görülen, en çok izlenen, en çok okunan (Bknz: Görsel 3.8) başlıkları altında günün öne çıkan haberlerini sıralamaktadır. Bu durumun popüler güncel haberlere ulaşmada kullanıcı açısından kolaylık sağladığı söylenebilir. BBC News web sitesinin de genel olarak işlevsel ve göze hoş gelen bir tasarıma sahip olduğu söylenebilir.

Most read

1	UK public challenge PM's 'vague' messaging	2	Wuhan in first virus cluster since end of lockdown
3	Feared gang leader dies with Covid-19 in prison	4	Branson to sell Galactic stake to prop up Virgin
5	Hate crime charges weighed over US jogger killing	6	Longer overlap for modern humans and Neanderthals
7	Australian 'taunted dying police at crash scene'	8	France eases lockdown measures after eight weeks
9	Seinfeld star Jerry Stiller dies at 92	10	Putin eases Russian lockdown as cases rise

Around the BBC



Why Spain has so many flats
BBC Worklife

Japan's formula for life satisfaction
BBC Travel

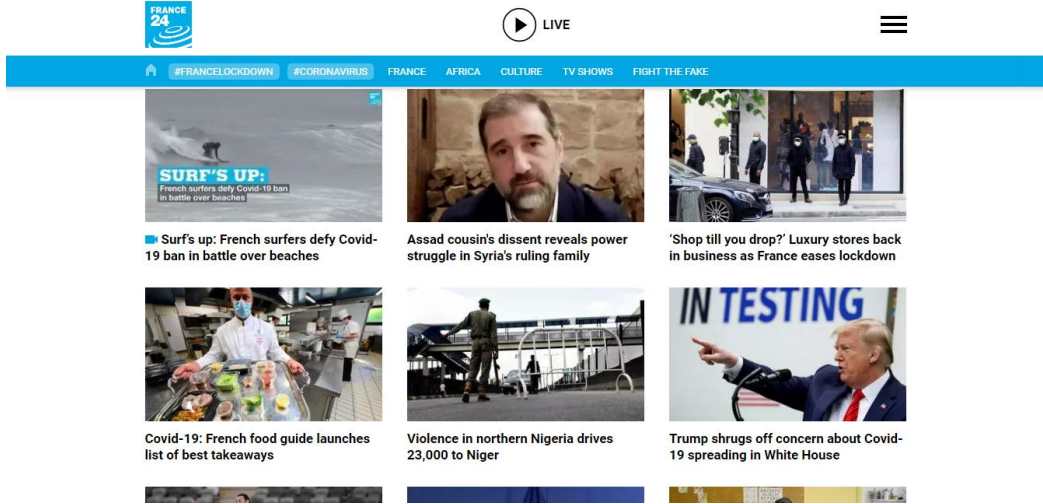
The perfect TV show for right now
BBC Culture

Görsel 3.8. BBC Most Read Seçeneği

Kaynak: <https://www.bbc.com/news> Erişim Tarihi: 22.04.2020

France24

France24 web sitesinin de yine BBC News gibi beyaz bir arka plan üzerinde tasarlandığı görülmektedir. Sade bir tasarımın tercih edildiği sitede haberler, haber görsellerinin alt kısımlarında yer alan kısa açıklamalarla haber tüketicisinin kullanımına sunulmaktadır. Haber görsellerinin ve metinlerinin oldukça dengeli olduğu sitede kontrast renklerin kullanımı da yer yer ön plana çıkmaktadır. Sitenin genel olarak sade ve simetrik bir tasarıma sahip olduğunu söylemek mümkündür.

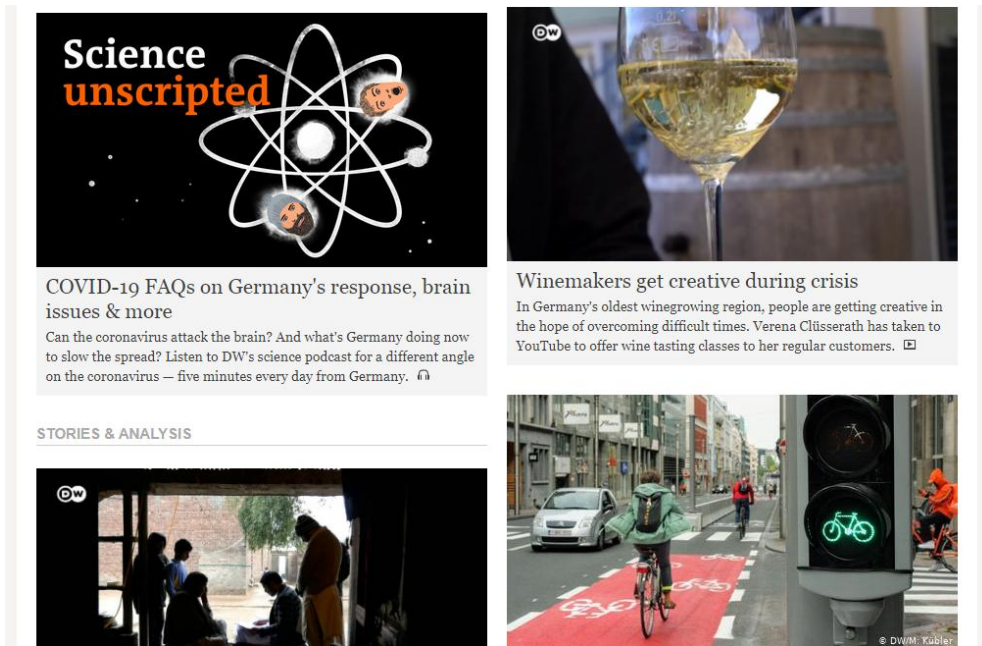


Görsel 3.9. France24 Site Tasarımı

Kaynak: <https://www.france24.com/en/> Erişim Tarihi: 12.05.2020

DW News

DW News de yine BBC ve France24 gibi arka fonda beyaz tonları tercih eden bir tasarımla kullanıcıyı karşılamaktadır. DW News diğer kanallardan farklı olarak haber manşetlerini daha büyük görsellerle kullanıcılarına sunmaktadır. Öte yandan haber başlıklarının alt kısmında haberlerle ilgili birtakım kısa açıklamaların da yer aldığı anlaşılmaktadır. Görsellerin ve metinlerin görece asimetrik olduğu web sitesinde kontrast renklere de sıklıkla yer verildiği söylenebilir.

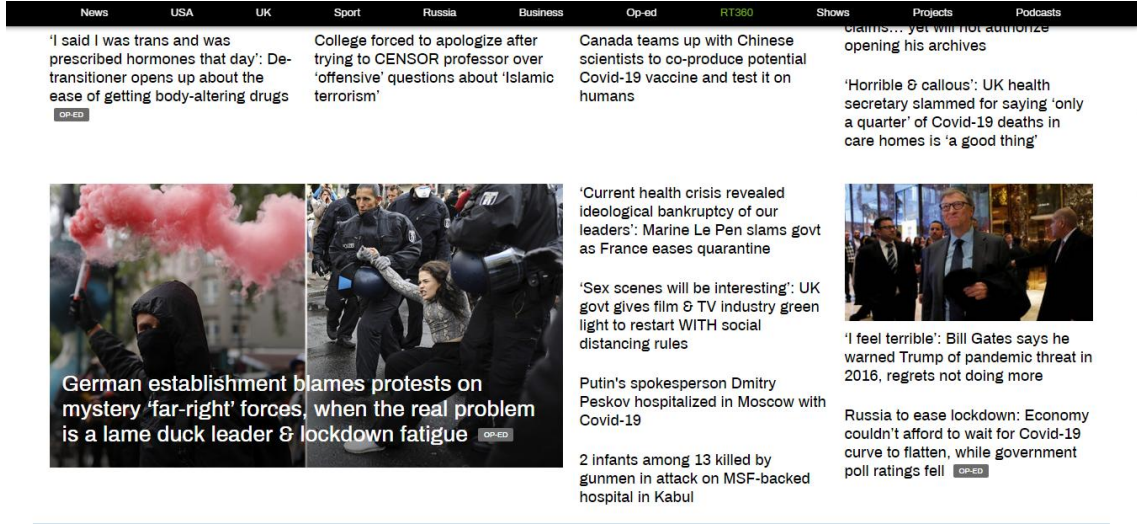


Görsel 3.10. DW News Site Tasarımı

Kaynak: <https://www.dw.com/en/> Erişim Tarihi: 12.05.2020

Russia Today

Benzer şekilde beyaz bir arka planı tercih eden Russia Today internet sayfasında ise göze çarpan en büyük farklılık görselliği diğer kanallar kadar ön plana çıkarmamasıdır. Görsel 3.11'den de anlaşılacağı gibi çalışmada incelenen diğer haber sitelerine göre RT web sitesinde oldukça az görsel karşılık daha uzun metinlerin ana sayfa vasıtasıyla kullanıcıya sunulduğu görülmektedir.



Görsel 3.11. RT Site Tasarımı

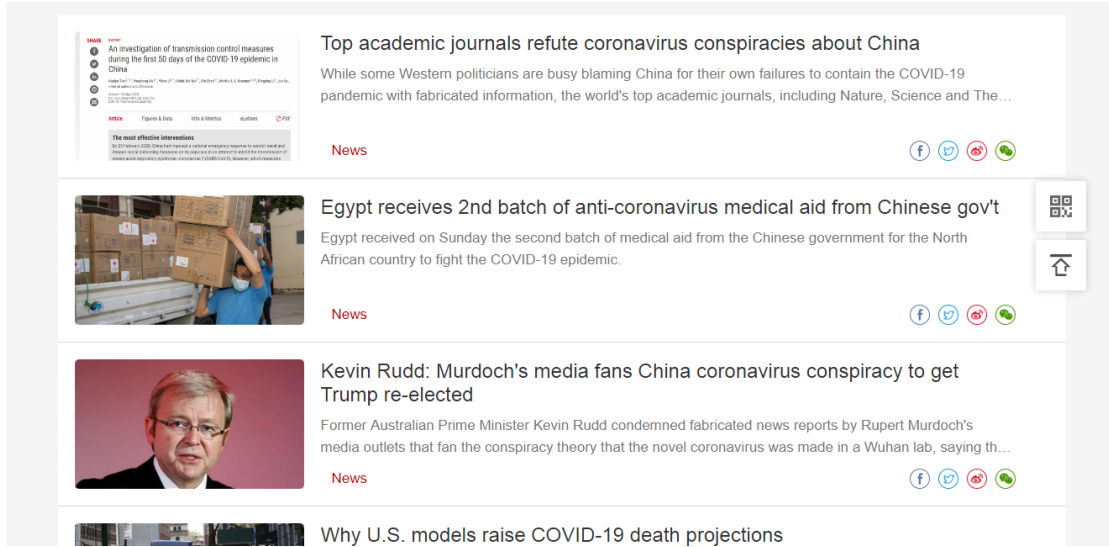
Kaynak: <https://www.rt.com/> Erişim Tarihi: 12.05.2020

Öte yandan RT internet sayfasının incelenen diğer internet sitelerine göre çok daha asimetrik bir dengeye sahip olduğu, görsel ve metin kullanımlarında simetrik bir bakış açısında yer verilmediği anlaşılmaktadır. Kontrast renklerin sıklıkla kullanıldığı RT internet sitesinin genel olarak bir bütünlük içerisinde olduğu söylenebilir.

CCTV English

Çin Halk Cumhuriyeti'nin devlet destekli kanalı olan CCTV'nin İngilizce yayın yapan internet sayfası tasarım noktasında incelendiğinde ise çalışmaya konu olan diğer kanallardan bazı noktalarda ayrıştığı görülmektedir. Örneğin, site ana sayfası ilk tıklanıldığında kullanıcı mavi tonlarda bir arka plan ile karşılaşmaktadır. (Bknz: Görsel 3.6). Ancak sitenin alt kısımlarına inildiğinde haberlerin artık beyaz bir arka plan üzerinde konumlandırıldığı görülmektedir. Yine diğer haber sitelerinden farklı olarak haberler satırlar halinde haber takipçilerine sunulmaktadır. Burada her haber için her satırda bir görsel ve görselin hemen sağında haber başlığı ve içeriğinin yer aldığı kısa

metinler yer almaktadır. Site görseller ve metinler bağlamında dengeli olmakla birlikte sitede simetrik bir dengenin tercih edilmediği anlaşılmaktadır.



Görsel 3.12. CCTV Site Tasarımı

Kaynak: <http://english.cctv.com/> Erişim Tarihi: 11.05.2020

3.3.3. Ana manşet haberi

TRT World

Kullanıcıların herhangi bir web sayfasına girdiklerinde tarayıcıda kaydırma yapmadan gördüğü ilk alan, gazetelerin manşet veya sürmanşet alanlarına benzemektedir. İnternet yayınlarında önemli bilgilere genellikle sayfanın bu bölümünde yer verilir. Örneğin; haber sitelerinde önemli haberler, sayfanın üst bölümlerinde yerleştirilir, daha az önemli haberlere ise daha aşağılarda yer verilir (Altunlu, 2019, s.152). İnternet sitesinin bu üst bölümünde yer alan haber veya haberler sitenin ana manşet haberi olarak adlandırılabilir.

TRT World ana sayfasında gün içerisinde zaman zaman değişen manşet haberin TRT World logosunun hemen altında ve tüm ekranı kaplayan bir görsel yardımıyla sunulduğu görülmektedir. Manşet haber bağlantısı tıklanıldığında ise çeşitli görseller ile desteklenen bir ajans haberi ile karşılaşılmaktadır. Burada tek bir manşet haberin sunulmasının yanı sıra site tasarımcılarının manşet haber görselinin alt kısmında yer verdiği bağlantılar ile konuyla ilişkili benzer haberlere ulaşma kolaylığı sağladığı da görülmektedir. (Bknz: Görsel 3.1)

BBC News

BBC'nin ana sayfasında yer alan ana manşet haberi sitedeki diğer haberlerin görsellerinden dört kat büyüklükte bir görsel yardımıyla kullanıcıya sunulmaktadır. Gün içerisinde birçok kez değişen ana manşet haberin Görsel 3.2'de olduğu gibi zaman zaman video içerikleriyle ya da görsel içerisine yerleştirilmiş metinlerle desteklendiği görülmektedir. Manşet haber görselinin hemen solunda ise büyük puntolarla haber başlığı ve daha küçük puntolarla haber içeriğine dair bilgiler yer almaktadır. Manşet görselinin hemen sağında ise günün diğer önemli haberlerine yer verildiği anlaşılmaktadır. Manşet haber linki tıklanıldığında ise kullanıcı muhabir imzalı manşet haberin içeriğine ulaşmaktadır.

France24

France24 web sitesinde ise ana manşet haber görselinin ana sayfanın yaklaşık yarısını kaplayacak şekilde sayfanın sol tarafında konumlandırıldığı görülmektedir. Manşet haber görselinin hemen sağında ise anlık ve devamlı güncellenen diğer haberlere yer verilmektedir. (Bknz: Görsel 3.3). Tek ana manşete yer verilen ana sayfada haber başlığının ise görselin hemen altında yer aldığı söylenilebilir. Kullanıcı burada ilgili görseli tıkladığında, haberin kaynağının ve varsa haberde kullanılan fotoğraf ve videoların kaynağının belirtildiği manşet haberle karşılaşmaktadır.

DW News

DW News haber sitesine bakıldığında ise siteye ilk girildiği an kullanıcıyı tüm ekranı kaplayan bir görselle desteklenmiş ana manşet haberi karşılamaktadır. Site tasarımcılarının haber başlığı ve haberin içeriğine dair bilgileri bu görselin içinde göstermeyi tercih ettikleri anlaşılmaktadır. (Bknz: Görsel 3.4). İlgili görsel tıklanıldığında ise en güncel manşet haberle birlikte gün içerisinde zamanla güncellenmiş olan diğer manşet haberlerin de saat bilgileri ile birlikte verildiği görülmektedir.

Russia Today

RT News internet sayfası ise kullanıcıyı 5 farklı manşet haberler karşılamaktadır. Sayfa logosunun hemen altında yer alan manşet haberler diğer haber sitelerine oranla daha küçük görseller ve daha büyük puntolu yazılar ile haber tüketicisine ulaştırılmaktadır.

Manşet haberlerin hemen sağında ise “popüler” başlığı altında günün popüler haberlerine yer verildiği görülmektedir. (Bknz: Görsel 3.5).

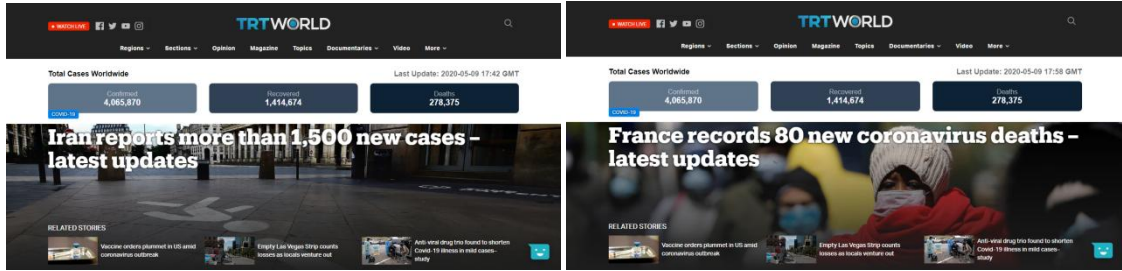
CCTV English

CCTV İngilizce sitesinin manşet haber sunumunun ise diğer sitelerden görsel anlamda daha zengin olduğu söylenebilir. CCTV ana sayfasına ilk girişte kullanıcı mavi tonlarda bir arka plan üzerinde sola doğru yerleştirilmiş 6 farklı manşet habere ait görselle karşılaşmaktadır. (Bknz: Görsel 3.6). Haber başlıklarının görselin alt kısmında yer aldığı bu 6 görsel arasında kullanıcıya geçiş yapma imkanı sunulmaktadır. Haber linki tıklanıldığında ise haber kaynağının ve editörün bilgilerinin yer aldığı manşet haber kullanıcının karşısına çıkmaktadır.

3.3.4.Güncelleme bilgisi

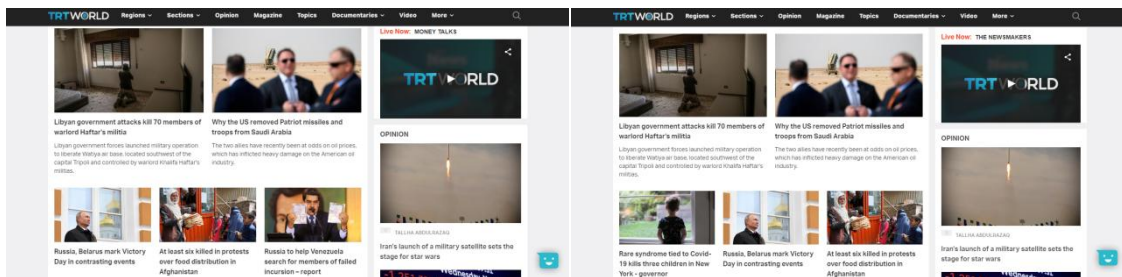
TRT World

TRT World web sitesi güncelleme bilgisi bağlamında incelendiğinde, internet sitesinin gün içerisinde güncellendiği anlaşılmaktadır. Haberlerin güncelleme saatlerine dair bir bilgi yer almasa dahi gün içerisinde sitenin aynı bölümünden farklı saatlerde elde edilen Görsel 3.13 ve Görsel 3.14 bu bilgiyi desteklemektedir.



Görsel 3.13. TRT World Güncelleme Bilgisi-1

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 09.05.2020



Görsel 3.14. TRT World Güncelleme Bilgisi-2

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 09.05.2020

BBC News

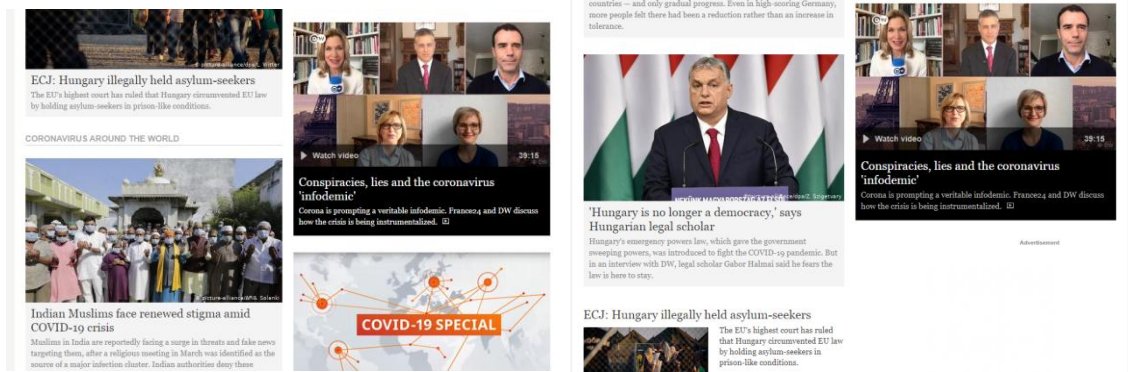
BBC News ana sayfasının gösterildiği Görsel 3.1'den de anlaşılacağı gibi sitede sunulan haberlerin kaç saat öncesine dair haberler olduğuyla ilgili kısa bilgiler yer almaktadır. Site gün içerisinde takip edildiği zaman yeni haberler geldikçe siteye yüklenmekte olduğu ve sitenin gün içerisinde birçok kez güncellendiği görülmektedir.

France24

France24 ana sayfa görselinde manşet haberlerin hemen sağında canlı haberler (Live News) seçeneği ile kullanıcıya son dakika haberleri eş anlı olarak sunulmaktadır. (Bknz: Görsel 3.3). Bu sütunun yeni haberler en üstte olacak şekilde gün içerisinde devamlı güncellendiği anlaşılmaktadır. Benzer şekilde sitede yer alan manşet haberlerin de gün içerisinde değiştiği görülmektedir.

DW News

DW web sitesinde ise haberlere dair sadece tarih bilgisinin yer aldığı görülmektedir. Ancak sitenin aynı bölümünden günün farklı saatlerinde alınan görseller, DW News web sitesinin gün içerisinde güncellendiğini göstermektedir.



Görsel 3.15. DW News Güncelleme Bilgisi

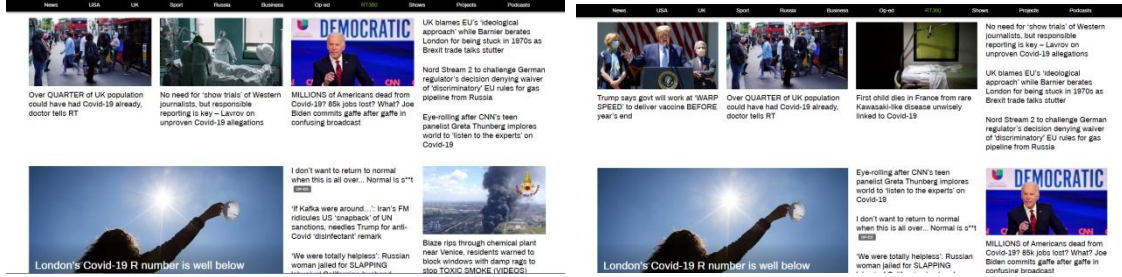
Kaynak: <https://www.dw.com/en/>Erişim Tarihi: 14.05.2020

Öte yandan sitede herhangi bir haber başlığı tıklanıldığında açılan haber sunumunda haberin hangi tarihli haber olduğu bilgisinin yanı sıra kullanıcıların daha sonra ilgili habere ulaşmalarını sağlayacak bir kalıcı bağlantı linki de verilmektedir.

Russia Today

RT News sitesinde de benzer şekilde haber akışlarının gün içerisinde değiştiği ve yeni haberler geldikçe sitenin güncellendiği görülmektedir. Sitede herhangi bir haber linkine

tıklanıldığında ilgili haberin siteye ulaştığı tarih ve saat bilgisi ile birlikte, kısa url linkinin de yer aldığı anlaşılmaktadır.



Görsel 3.16. RT News Güncelleme Bilgisi

Kaynak: <https://www.rt.com/>Erişim Tarihi: 14.05.2020

CCTV English

Manşet haberler dışında sitede yer alan tüm haberleri satırlar halinde kullanıcılarına sunarak tasarım noktasında diğer sitelerden farklılık gösteren CCTV English ilgili haberleri, haberin yayınlanma saatine göre kronolojik sıralamaktadır. Site gün içerisinde detaylı olarak incelendiğinde bu kronolojik sıralamanın gün içerisinde değiştiği dolayısıyla sitenin güncellendiği dikkatlerden kaçmamaktadır. Aynı zamanda tüm haber içeriklerinde haberin kaynağı, günü ve saati ile birlikte güncelleme bilgisine de yer verildiği görülmektedir. Ancak site gün içerisinde takip edildiğinde sitenin sık aralıklarla güncellenmediği, güncelleme sürelerinin oldukça uzun olduğu anlaşılmaktadır.



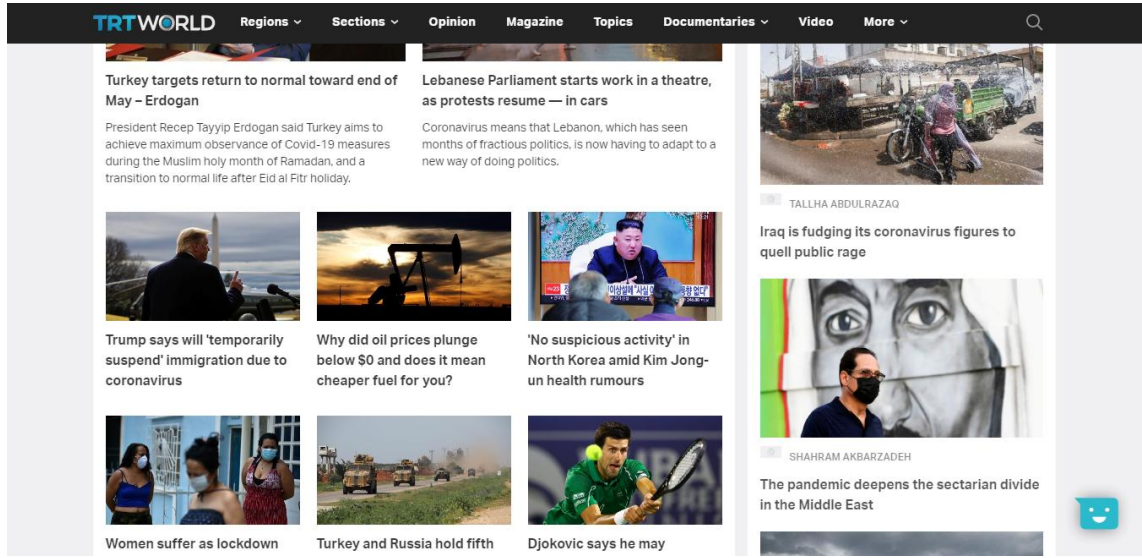
Görsel 3.17. CCTV English Güncelleme Bilgisi

Kaynak: <https://english.cctv.com/>Erişim Tarihi: 15.05.2020

3.3.5.Görsel zenginlik

TRT World

TRT World'ün web sayfası görsel zenginlik açısından incelendiğinde ise geniş bir görsel içerikle karşılaşmaktadır. Ana sayfanın devamından elde edilen Görsel 3.18'den de anlaşılacağı gibi, TRT World haber izleyicisini sitesinde uzun süre tutabilmek için kullanıcılarına çok sayıda çeşitli fotoğraf, video, grafik ve tablolardan oluşan zengin bir görsel içerik sunmaktadır. Site daha detaylı incelendiğinde bu görsel zenginliğin web sitesinin tamamında yaygın şekilde kullanıldığı görülmektedir.



Görsel 3.18. *TRT World Web Sitesinden Görsel Örnekleri*

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 21.04.2020

BBC News

BBC News de kullanıcılarına görsel bir zenginlik sunan web sitelerinden biridir. Öyle ki; incelenen siteler arasında özellikle ana sayfada oldukça sınırlı ölçekte metinlere yer verdiği görsel kullanımını ön plana çıkardığı söylenebilmektedir. Haberlerin neredeyse tümü fotoğraflar, gifler, videolar gibi çok çeşitli görseller yardımıyla haber tüketicisine ulaştırıldığı anlaşılmaktadır. Sanal gerçeklik uygulamalarının bir multimedya uygulaması olduğu düşünüldüğünde bu durum, BCC'nin yeni medyanın multimedya özelliğini başarılı bir şekilde kullandığını göstermektedir.

Öte yandan BBC'nin dijital teknolojilerin de gelişmesiyle özellikle son dönemlerde ciddi bir kullanıcı kitlesine ulaşan “sanal gerçeklik” uygulamalarına da ağırlık verdiği

görülmektedir. BBC “Virtual Reality Studio” seçeneği ile sunduğu bu uygulamalara zaman zaman haber sunumlarında da yer vermektedir. Bu noktada BCC’nin sunduğu bu hizmetin yeni medyanın dijitalleşme özelliği ile yakından ilişkili olduğunu vurgulamakta fayda vardır.

Home Coronavirus Video World UK Business Tech Science Stories Entertainment & Arts Health World News TV In Pictures Reality Check More -

Virtual reality

18:57 12 May

Suspected scam gadget store topped Google results

Leo Kellon
Technology desk editor

The store listed hard-to-find technology and exercise equipment at discount prices and is now offline.

Read more >

3:02 22 Mar

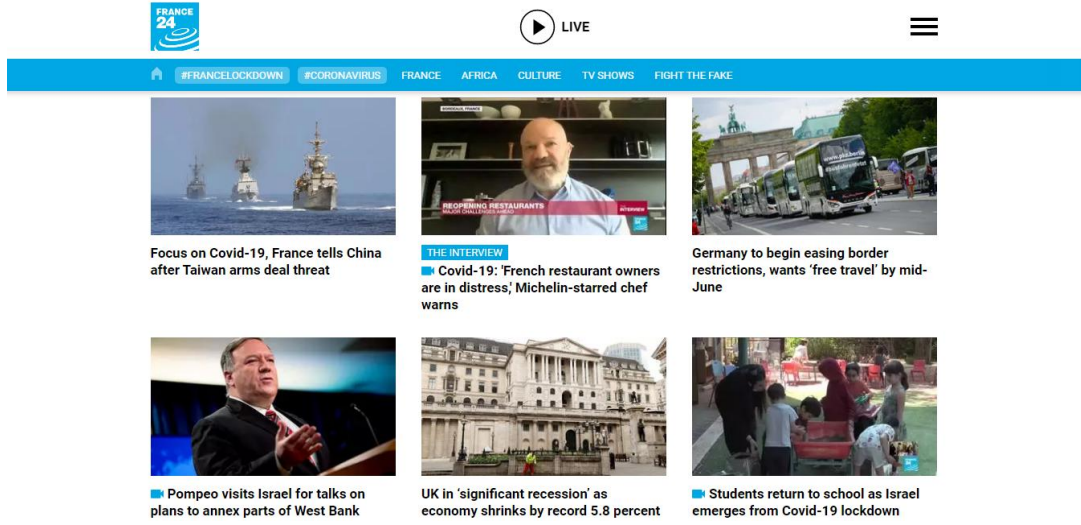
The church that isn't shutting its doors

Görsel 3.19. BBC News VR Örneği

Kaynak: <https://www.bbc.com/news> Erişim Tarihi: 15.05.2020

France24

Öte yandan görsel zenginliği ön plana çıkaran haber sitelerinden birinin de France24 olduğu söylenebilir. France24’de web sitesi tasarımında çeşitli fotoğraf ve videolarla görselliği ön planla çıkaran siteler arasında yerini almaktadır. Sitede yer alan haber içeriklerinin genellikle haber başlığında yer alan bir fotoğraf ve haber içeriğinde yer alan bir video ile kullanıcıların hizmetine sunulduğu görülmektedir. Site de aynı zamanda yalnızca video haber sunumlarının yer aldığı bir bağlantıya da yer verilmektedir.

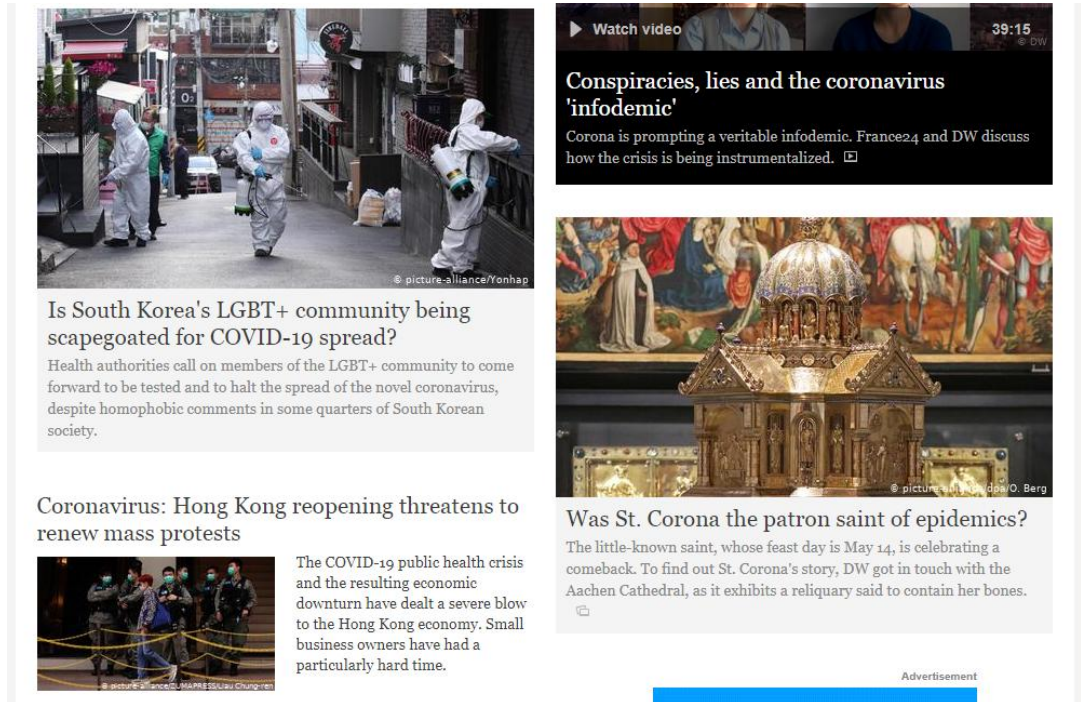


Görsel 3.20. France24 Web Sitesinden Görsel Örnekleri

Kaynak: <https://www.france24.com/en/> Erişim Tarihi: 13.05.2020

DW News

DW News haber sitesinin de benzerleri gibi görsel zenginliğe önem verdiği görülmektedir. İncelenen diğer haber sitelerine görece sitesinde daha fazla metin kullanmayı tercih eden kanalın kullandığı fotoğraf ebatlarında ise bir standart olmadığı bu noktada bir çeşitlendirmeyi benimsediği anlaşılmaktadır. Benzer şekilde DW News'in haber sitesinde de çok sayıda video içeriğe yer verildiği göze çarpmaktadır.

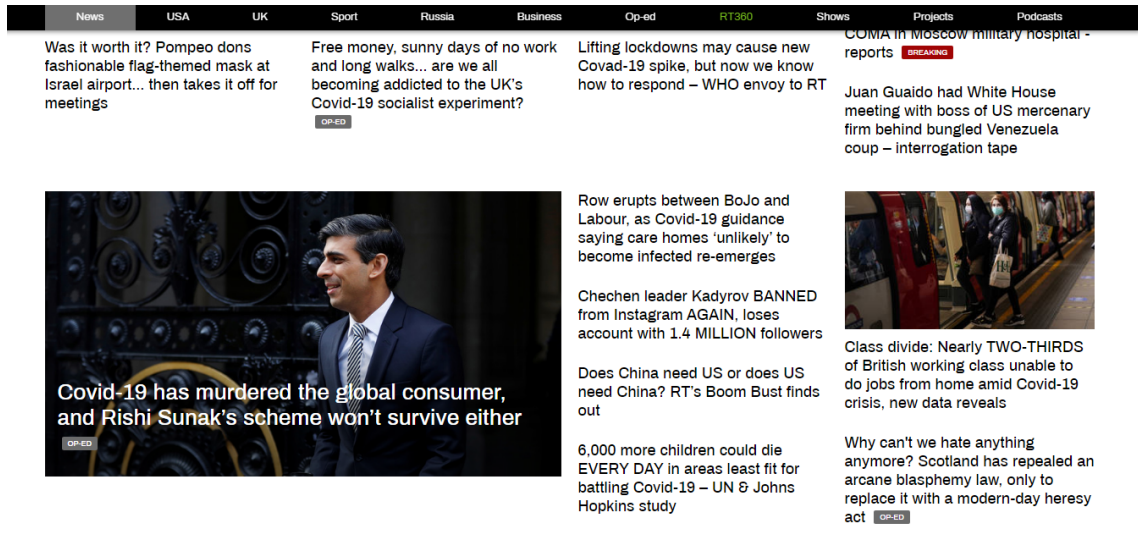


Görsel 3.21. DW News Web Sitesinden Görsel Örnekleri

Kaynak: <https://www.dw.com/en/> Erişim Tarihi: 13.05.2020

Russia Today

RT web sitesi görsel zenginlik bağlamında incelendiğinde web sitesinin bu noktada incelenen diğer haber kanallarının gerisinde kaldığı söylenebilir. Bu noktada RT web sitesinin tasarımcılarının görsel içeriklerden ziyade haber sunumlarında metinlere daha fazla yer verdikleri gözden kaçmamaktadır. Görsel içinde dahi metin kullanımına başvuran kanalın, her ne kadar haberleri fotoğraf ve videolarla desteklediği görülse de, Görsel 3.22’de de görüleceği gibi sitede görsel kullanımından ziyade metin kullanımının daha ön planda olduğu anlaşılmaktadır.



The screenshot shows the RT News website homepage. The navigation bar includes categories like News, USA, UK, Sport, Russia, Business, Op-ed, RT360, Shows, Projects, and Podcasts. The main content area is a grid of news articles. The first article on the left has a headline: "Was it worth it? Pompeo dons fashionable flag-themed mask at Israel airport... then takes it off for meetings". The second article in the first row is "Free money, sunny days of no work and long walks... are we all becoming addicted to the UK's Covid-19 socialist experiment?". The third article is "Lifting lockdowns may cause new Covid-19 spike, but now we know how to respond – WHO envoy to RT". The fourth article is "COMBAT IN MOSCOW military hospital - reports". The fifth article is "Juan Guaido had White House meeting with boss of US mercenary firm behind bungled Venezuela coup – interrogation tape". The sixth article is "Row erupts between BoJo and Labour, as Covid-19 guidance saying care homes 'unlikely' to become infected re-emerges". The seventh article is "Chechen leader Kadyrov BANNED from Instagram AGAIN, loses account with 1.4 MILLION followers". The eighth article is "Does China need US or does US need China? RT's Boom Bust finds out". The ninth article is "6,000 more children could die EVERY DAY in areas least fit for battling Covid-19 – UN & Johns Hopkins study". The tenth article is "Class divide: Nearly TWO-THIRDS of British working class unable to do jobs from home amid Covid-19 crisis, new data reveals". The eleventh article is "Why can't we hate anything anymore? Scotland has repealed an arcane blasphemy law, only to replace it with a modern-day heresy act". The twelfth article is "Covid-19 has murdered the global consumer, and Rishi Sunak's scheme won't survive either".

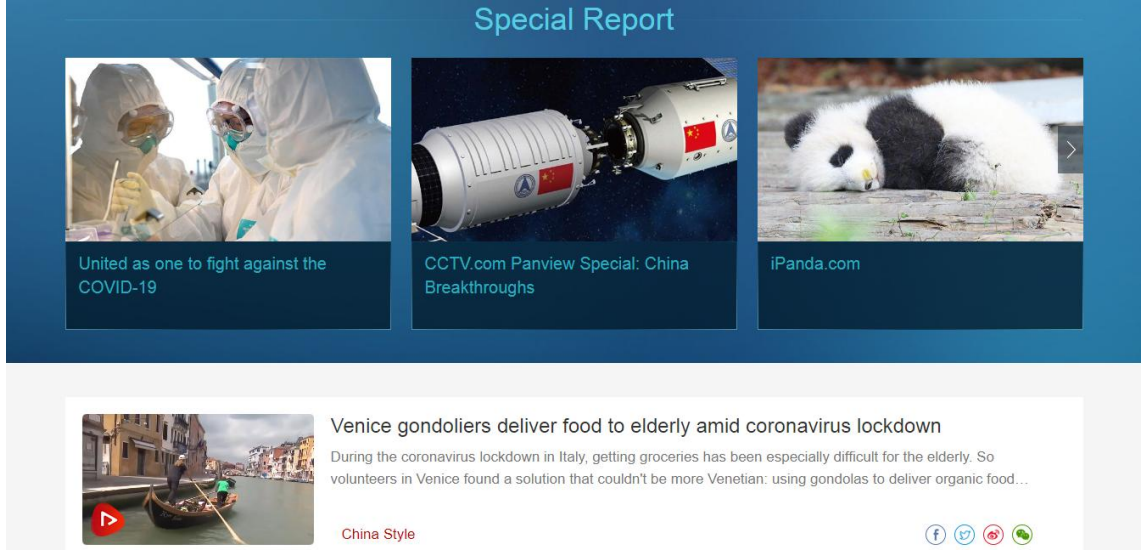
Görsel 3.22. RT News Web Sitesinden Görsel Örnekleri

Kaynak: <https://www.rt.com/> Erişim Tarihi: 13.05.2020

İlgili haber siteleri yeni medyanın multimedya unsurlarından olan görsel zenginlik bağlamına incelendiğinde genel olarak internet sitelerinde görsel zenginliğin ön plana olduğu, haber içeriklerini çeşitli fotoğraflar, gifler, videolar ve BBC özelinde sanal gerçeklik uygulamalarıyla desteklediği görülmektedir.

CCTV English

CCTV English de web sitesinde görsel zenginliği ön planda tutan bir diğer haber kanalıdır. Haber başlıklarında ve haber içeriklerinde oldukça büyük ebatlarda fotoğraflara yer ayıran kanalın birçok haberini ise kısa açıklamalar ve geniş video içeriklerle kullanıcılarına sunduğu görülmektedir.



Görsel 3.23. CCTV English Web Sitesinden Görsel Örnekleri

Kaynak: <https://english.cctv.com/> Erişim Tarihi: 13.05.2020

3.3.6.Canlı yayın (watch live) imkanı

TRT World

İlgili web siteleri canlı yayın seçeneği bağlamında incelendiğinde öncelikle TRT World anasayfasının hemen sol üst köşesinde TRT World'ü canlı olarak izleme imkanı sunan bir eklentiye yer verildiği söylenebilir. Eklentinin TRT World'ün web sayfasında tasarımcıları tarafından ulaşılması son derece kolay şekilde konumlandırıldığı gözden kaçmamaktadır. Bu kolay erişimin site üzerinden TRT World canlı yayını izlemek isteyen kullanıcılar için siteyi daha kullanışlı hale getirdiği söylenebilir.

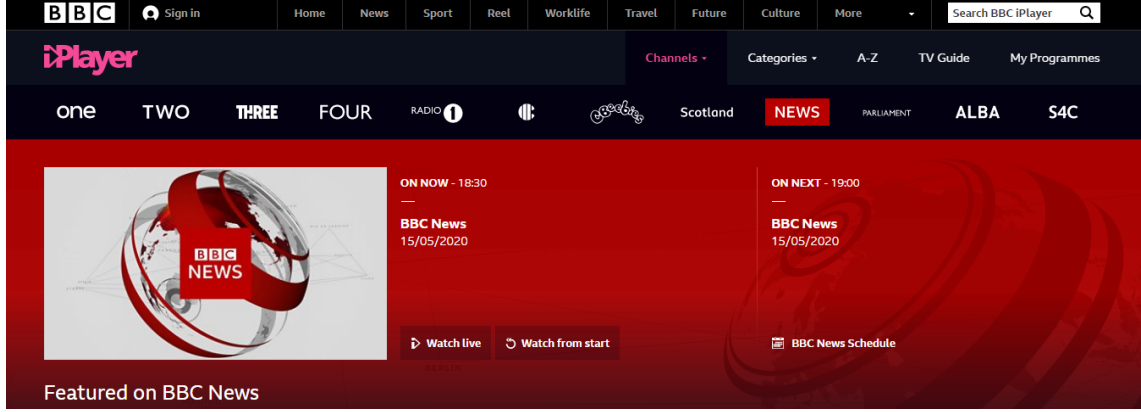


Görsel 3.24. TRT World Canlı Yayın Seçeneği ve Sosyal Medya Bağlantıları

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 21.04.2020

BBC News

BBC "iPlayer" servisi üzerinden kullanıcılarına BBC kanallarını canlı ve banttan izleme olanağı sunmaktadır. Yalnızca BBC tarafından sunulan bu hizmette, ilgili bağlantı üzerinden aynı zamanda kullanıcıların çeşitli dizi, film, belgesel, spor programı vb. çok sayıda programa da istedikleri zaman ulaşabildikleri görülmektedir.



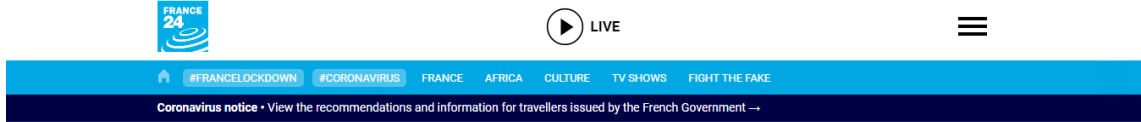
Görsel 3.25. BBC iPlayer Servisi

Kaynak: <https://www.bbc.co.uk/iplayer/> Erişim Tarihi: 15.05.2020

Öte yandan ana sayfanın en alt panelinde yer alan “TV” seçeneği ile BBC kullanıcılarına BBC News programlarını canlı ve banttan izleme imkanı da sunmaktadır. (Bknz: Görsel 3.29).

France24

France24 web sitesi incelendiğinde ise ana sayfanın hemen üst panelinde ortalı olarak konumlandırılmış olan “Live” seçeneği ile kullanıcılarına France24 canlı yayımına kolaylıkla ulaşabilmelerini sağladığı görülmektedir.



Görsel 3.26. France24 Canlı Yayın Seçeneği

Kaynak: <https://www.france24.com/en/> Erişim Tarihi: 15.05.2020

DW News

DW News internet sayfası ise kullanıcılarına canlı yayın seçeneğini ana sayfanın en üstünde ve en alt panelinde yer alan bağlantılar ile sunmaktadır. DW News canlı yayımına ulaşmak isteyen haber tüketicileri ana sayfanın en üst panelinde yer alan “Media Center” başlığı altındaki “Live TV” bağlantısı ile canlı yayına ulaşma imkanına sahiptirler. (Bknz: Görsel 3.4). DW News aynı bağlantıyı ana sayfanın en alt panelinde de kullanıcılarına sunmaktadır.

Russia Today

RT ise kullanıcılarına canlı yayın bağlantısını ana sayfanın üst panelinde RT logosunun hemen sağına yerleştirdikleri “Live” seçeneği ile sunmaktadır. Bağlantıya tıklanıldığı zaman Russia Today kanalı canlı olarak izlenebilir.

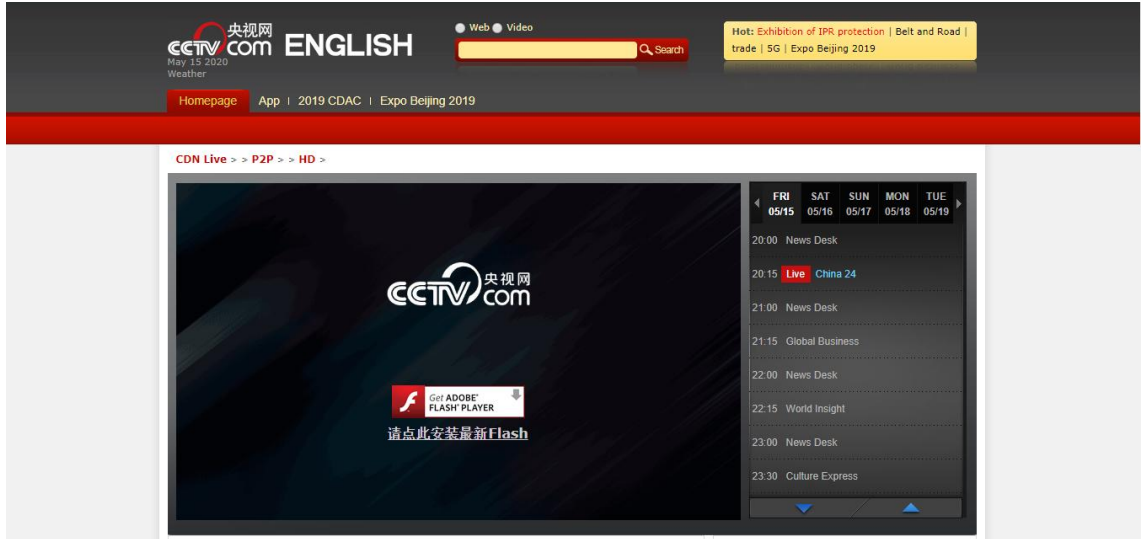


Görsel 3.27. RT Canlı Yayın Seçeneği

Kaynak: <https://www.rt.com/> Erişim Tarihi: 15.05.2020

CCTV English

CCTV ise canlı yayın seçeneklerini “<http://english.cctv.com/live/>” bağlantısı üzerinden kullanıcılarına sunmaktadır. İlgili link tıklanıldığında Görsel 3.28’deki gibi Flash Player tabanlı bir sayfayla karşılaşılmaktadır. Bu sayfa aracılığıyla CCTV kanallarını canlı izlemek için veya çok sayıda programa ulaşmak için Flash Player uygulamasının kurulması yeterli olmaktadır.



Görsel 3.28. CCTV English Canlı Yayın Seçeneği

Kaynak: <http://english.cctv.com/live/> Erişim Tarihi: 15.05.2020

Öte yandan internet sitelerinde yer alan canlı yayın bağlantıları yeni medyanın dijitalleşme özelliği ile yakından ilişkilidir. İncelenen haber sitelerinin bu noktada yeni medyaya uyum sağlama konusunda başarılı oldukları söylenebilir.

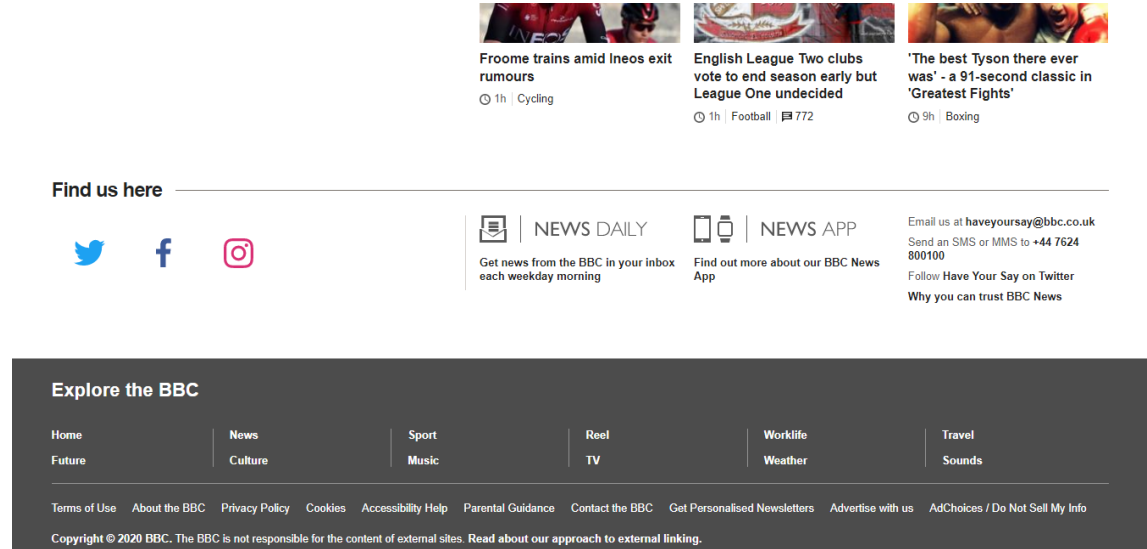
3.3.7.Sosyal medya uzantıları

TRT World

TRT World anasayfasında canlı yayın eklentisinin hemen sağında kanalın sosyal medya hesaplarına (Facebook, Twitter, Youtube ve Instagram) dair bağlantıların yer aldığı görülmektedir (Bknz: Görsel 3.1.). Canlı izleme seçeneğinin ve sosyal medya bağlantılarının erişilmesi kolay bir yerde konumlandırılması kullanıcılara bu bağlantılara ulaşma anlamında kolaylık sağlamanın yanı sıra kanalın ilgili bağlantıları ön planda tutarak bu özelliklere verdiği değer hakkında da fikir vermektedir.

BBC News

Sosyal medyadaki takipçi sayılarının yer aldığı Tablo 2.1’den de anlaşılacağı gibi BBC dünya genelinde sosyal medyayı en aktif kullanan haber kurumlarından biridir. BBC News internet sayfası üzerinden de ilgili sosyal medya hesaplarına erişim sağlamak mümkündür. Bu amaç doğrultusunda site tasarımcılarının ana sayfanın alt panelinde BBC News’in Facebook, Twitter ve Instagram bağlantılarına yer verdikleri görülmektedir.



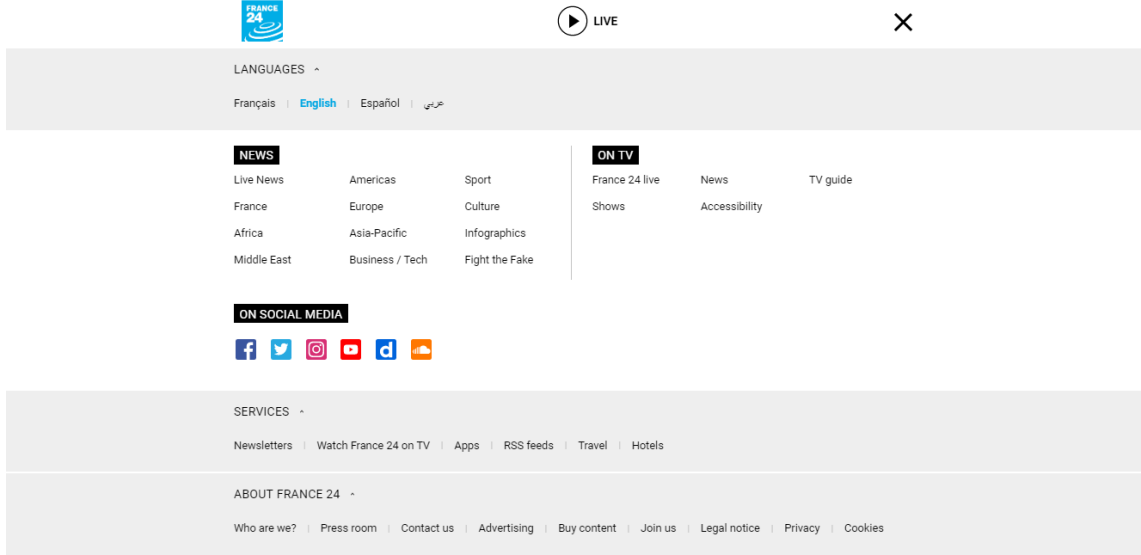
Görsel 3.29. BBC News Sosyal Medya Bağlantıları

Kaynak: <https://www.bbc.com/news> Erişim Tarihi: 15.05.2020

France24

France24 internet sayfasında ise ana sayfanın sağ üst köşesinde yer alan bağlantı tıklanıldığı zaman Görsel 3.30’daki gibi bir sayfayla karşılaşılmaktadır. Açılan bu

sayfada “On Social Media” başlığı altında yer alan bağlantılar ile France24’ün tüm sosyal medya hesaplarına (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Dailymotion ve SoundCloud) ulaşmak mümkündür.



Görsel 3.30. France24 Sosyal Medya Bağlantıları

Kaynak: <https://www.france24.com/en/> Erişim Tarihi: 15.05.2020

DW News

DW News’in İngilizce sitesinde ise yalnızca 2 sosyal medya uzantısına (Facebook ve Twitter) yer verildiği görülmektedir.



Görsel 3.31. DW News Sosyal Medya Bağlantıları

Kaynak: <https://www.dw.com/en/> Erişim Tarihi: 22.05.2020

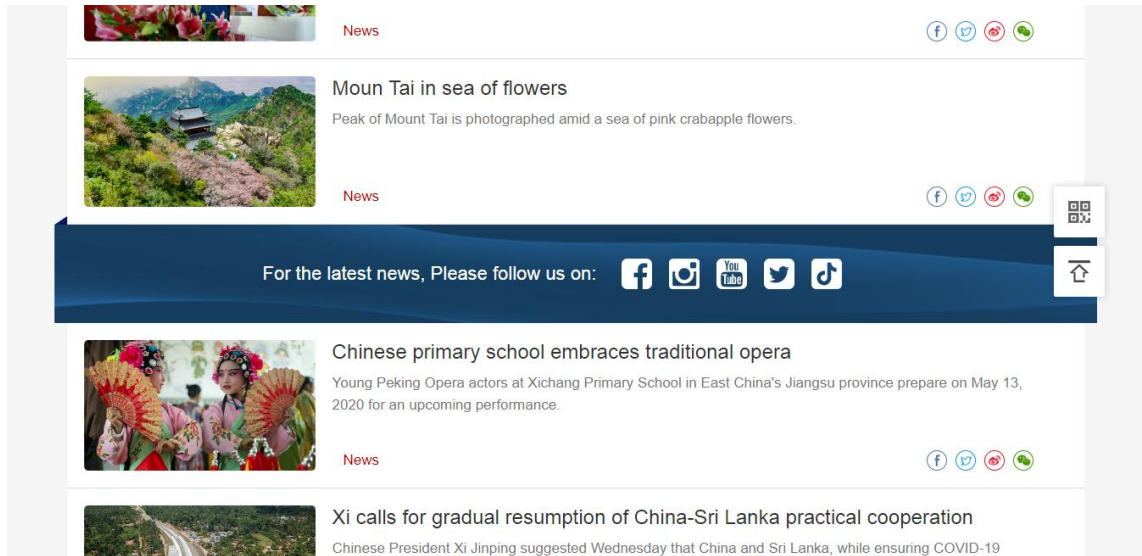
Ancak bu sosyal medya uzantılarına ana sayfa üzerinde yer verilmemesi ve haber içerikleri arasında zaman zaman kullanıcıya sunuluyor olması kullanıcıların DW News'in sosyal medya hesaplarına ulaşımını zorlaştırmaktadır. Öte yandan DW News'in Türkçe yayın yapan internet sitesinde Facebook ve Twitter uzantıları ile birlikte kanalın YouTube bağlantısının da yer aldığını söylemekte fayda vardır.

Russia Today

RT News web sitesinde ise sosyal medya hesaplarına ulaşım olanağı sağlayan bağlantı linklerinin ana sayfanın hemen sağ üst panelinde konumlandırıldığı görülmektedir. Bu bağlantılar yardımıyla RT News takipçileri kanalın Facebook, Twitter, Youtube ve Instagram hesaplarına kolaylıkla ulaşım sağlayabilmektedirler. (Bknz: Görsel 3.5).

CCTV English

CCTV English web sitesi de sosyal medya hesaplarına ulaşım sağlayan bağlantılara yer veren haber sitelerinden biridir. Ana sayfanın orta kısımlarında haber aralarına konumlandırılan "For the latest news, Please follow us on:" seçeneği ile kullanıcılarını CCTV'nin Facebook, Instagram, Youtube, Twitter ve Tiktok hesaplarını takibe almaya davet etmektedir. Burada Tiktok uygulamasının Çin'de yaygın olarak kullanılıyor olması, CCTV'nin internet sitesinde bu uzantıya yer vermesinde önemli rol oynamaktadır.



Görsel 3.32. CCTV English Sosyal Medya Bağlantıları

Kaynak: <https://english.cctv.com/> Erişim Tarihi: 17.05.2020

Sonuç olarak yeni medyanın etkileşimlilik özelliğini temsil eden sosyal medya uzantılarının incelenen tüm haber sitelerinde yoğun olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda incelenen haber sitelerinin yeni medyanın etkileşimlilik özelliğine uyum sağladıklarını söylemek mümkündür.

3.3.8.Farklı dil seçenekleri

TRT World

TRT World'ün web sitesinde dikkat çeken önemli bir eksiklik dil seçeneği ile ilgilidir. Sitenin kullanıcılarına TRT World internet sitesi üzerinde İngilizce dışında bir dil seçeneği sunmadığı görülmektedir. Ancak TRT World internet sitesinde farklı dil seçenekleri yer almamasına rağmen TRT'nin, <https://www.trtdeutsch.com/>, <https://www.trt.net.tr/francais/>, <https://www.trtarabi.com/> gibi internet sayfaları ile Almanca, Fransızca, Arapça gibi birçok farklı dilde uluslararası ölçekte yayın yaptığını da belirtmek faydalı olacaktır.

BBC News

Kamu hizmeti yayıncılığının lokomotifini gösterilen BBC farklı dillerde yayın yapma konusunda da rakiplerinin oldukça önünde görülmektedir. BBC bugün İngilizce dahil 34 farklı dilde habercilik hizmeti sunmaktadır. BBC ana sayfası üzerinden kullanıcılar Türkçe dahil birçok farklı dilde haberlere ulaşabilmektedirler. Bu durumu BBC'nin uluslararası haber akışında geçmişte telgraf ağlarıyla sağladığı üstünlüğünü günümüzde de sürdürmeye devam ettirmeye çalıştığının bir göstergesi olarak yorumlamak mümkündür.

BBC IN OTHER LANGUAGES							
Russian	Spanish	Persian	Portuguese	More Languages			
Коронавирус: Словения первой в Европе готова объявить об окончании пандемии	"El propósito de EE.UU. es usar esta crisis para crear una Guerra Fria con China y eso es peligroso"	هشدار سازمان بهداشت جهانی درباره شیوع کرونا در آفریقا: ۱۵۰ میلیون مبتلایان مرگ	Ministro da Saúde Nelson Teich pede demissão menos de um mês depois de assumir	Arabic عربي	Azeri AZƏRBAYCAN	Bangla বাংলা	Burmese မြန်မာ
				Chinese 中文網	French AFRIQUE	Hausa HAUSA	Hindi हिन्दी
				Indonesian INDONESIA	Japanese 日本語	Kinyarwanda GAHUSA	Kirundi KIRUNDI
				Kyrgyz Кыргыз	Marathi मराठी	Nepali नेपाली	Pashto پښتو
				Persian فارسی	Portuguese BRASIL	Russian HA PYCCKOM	Sinhala සිංහල
				Somali SOMALI	Spanish MUNDO	Swahili SWAHLI	Tamil தமிழ்
				Turkish TÜRKÇE	Ukrainian УКРАЇНСЬКА	Urdu اُردو	Uzbek O'ZBEK
				Vietnamese TIẾNG VIỆT			

Görsel 3.33. BBC Farklı Dil Seçenekleri

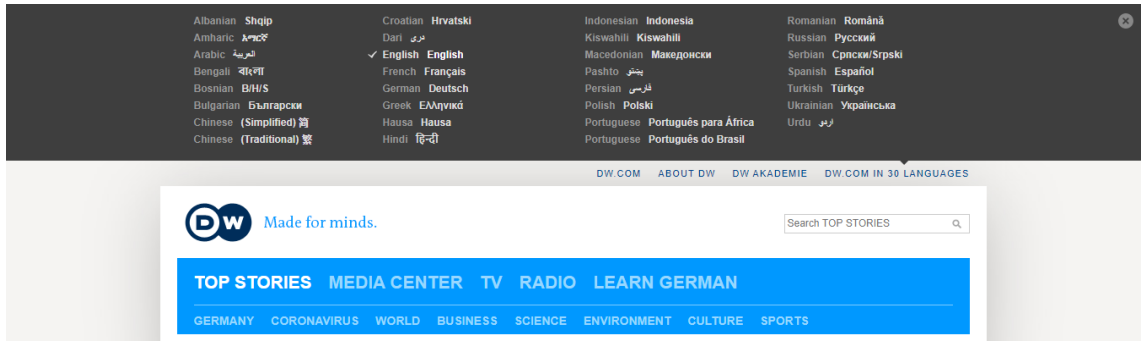
Kaynak: <https://www.bbc.com/news> Erişim Tarihi: 15.05.2020

France24

France24 haber kanalı da web sitesi üzerinden farklı dillerde yayın yapan uluslararası haber siteleri arasında yerini almaktadır. Kanalın web sitesi üzerinden Fransızca, İngilizce, İspanyolca ve Arapça olmak üzere 4 farklı dilde uluslararası haber tüketicisine ulaştığı görülmektedir. (Bknz: Görsel 3.30).

DW News

DW News internet sitesi incelendiğinde ise kanalın farklı dillerde yayın yapma konusunda oldukça geniş bir yelpazeye sahip olduğu görülmektedir. Site ana sayfasında sağ üst köşede yer alan “DW com in 30 languages” bağlantısı tıklanıldığında Görsel 3.34’te de görüldüğü gibi Almanca dahil sitenin 31 farklı dilde yayınlanan haberlerine erişim sağlanabilmektedir.



Görsel 3.34. DW News Farklı Dil Seçenekleri

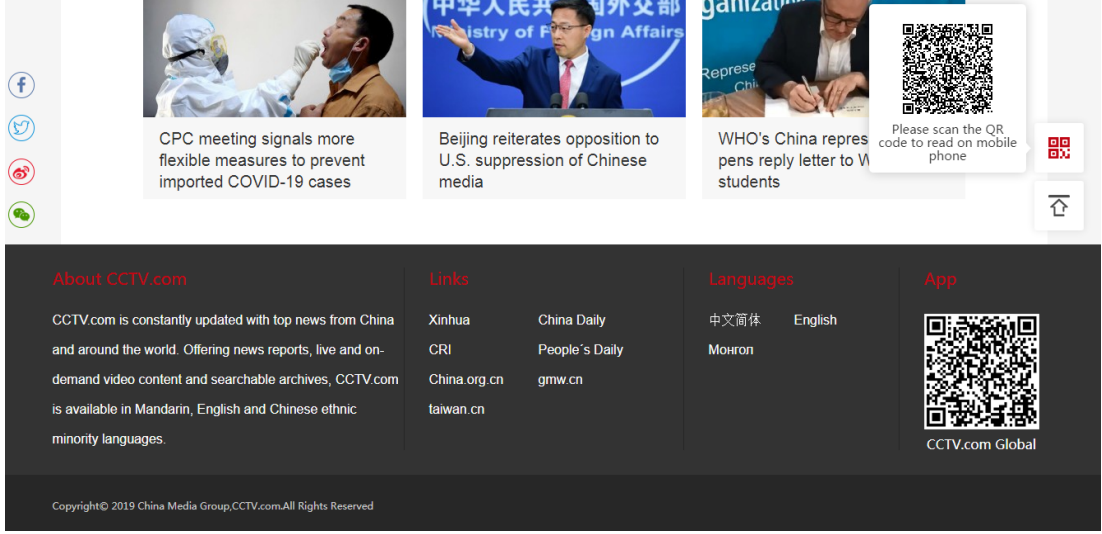
Kaynak: <https://www.dw.com/en/>Erişim Tarihi: 15.05.2020

Russia Today

Ana sayfasında sol üst köşeye yerleştirilmiş olan bağlantıları ile RT'nin kullanıcılarına Rusça dahil 6 farklı dilde haber sunumu yaptığı anlaşılmaktadır. Kullanıcılar bu kısımda yer alan İngilizce, Rusça, Arapça, Almanca, Fransızca ve İspanyolca bağlantılarından 6 farklı dilde sunulan haberlere ulaşabilmektedirler. (Bknz: Görsel 3.5).

CCTV English

CCTV ise dil seçenekleri noktasında birkaç farklı seçenek sunan haber siteleri arasındadır. CCTV web siteleri aracılığıyla İngilizce, Moğolca ve Çincenin farklı lehçelerinde haber kullanıcılarına ulaşmaktadır. Görsel 3.35’te Mandarin şeklinde belirtilen dil Çince’nin Pekin lehçesi olarak bilinmektedir.



Görsel 3.35. CCTV English Farklı Dil Seçenekleri

Kaynak: <https://english.cctv.com/> Erişim Tarihi: 15.05.2020

3.3.9. Feedback (geri bildirim) özelliği

TRT World

TRT World web sitesi feedback (geri bildirim) özelliği noktasında incelendiğinde ise bu özelliğin sitenin öne çıkan özelliklerinden biri olduğu ve bu bağlantının kolay ulaşılabilir şekilde tasarlanmış olduğu anlaşılmaktadır. Görsel 36'da sunulan bir diğer TRT World ana sayfa görüntüsünde, görselin sağ alt bölümünde ok işaretiyle gösterilen feedback bağlantısı ile TRT World daha iyi bir hizmet sunabilmek için kullanıcılarından geri bildirim talep etmektedir.



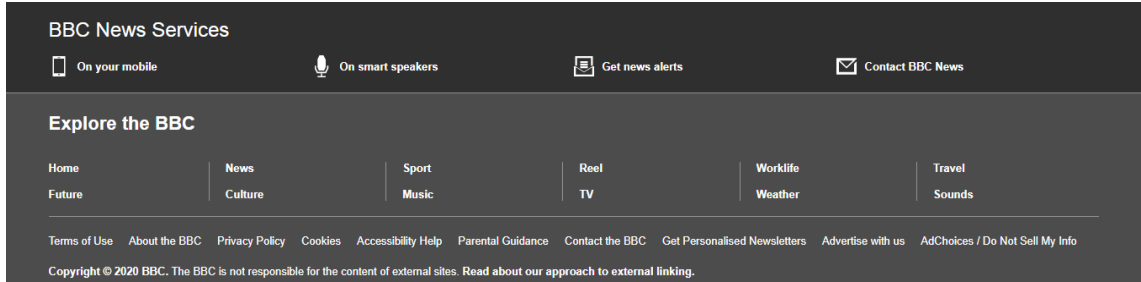
Görsel 3.36. TRT World Feedback Bağlantısı

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 21.04.2020

Öte yandan feedback seçeneğinin TRT World web sitesinin diğer birçok görselinde de aynı konumda olduğu görülmektedir. Buna göre TRT World yazılımcıları tarafından sayfanın sağ alt köşesine sabitlenen feedback seçeneğinin web sayfasının tüm içeriklerinde kullanıcıya eşlik ettiği anlaşılmaktadır.

BBC News

BBC ise feedback seçeneğini doğrudan ana sayfa üzerinde konumlandırmamayı tercih etmektedir. BBC News internet sitesinde herhangi bir haber başlığı tıklanıldığında açılan sayfanın alt panelinde Görsel 3.37'deki gibi görülen "Contact BBC News" şeklinde bir bağlantı yer almaktadır. Kullanıcılar ilgili bu bağlantı üzerinden BBC News ile iletişime geçebileceği gibi sunulan haberlerle ilgili geri bildirimlerde bulunabilmekte veya BBC News'e kendi derledikleri haberleri ulaştırabilmektedirler. İncelenen diğer haber kanallarında yer almayan bu özellik yeni medyanın özellikle etkileşimlilik özelliği bağlamında oldukça önemlidir. BBC'nin kullanıcılarına bu tür bir seçeneği sunuyor olması, BBC'nin yeni medyanın ayırt edici özelliklerini içselleştirdiğini göstermektedir.



Görsel 3.37. BBC News'in Contact BBC News Bağlantısı

Kaynak: <https://www.bbc.com/news> Erişim Tarihi: 16.05.2020

France24

France24 ise geri bildirim özelliğini "Contact Us" bağlantısı ile sunmaktadır. Kullanıcılar ana sayfa üzerinde konumlandırılmış bu bağlantıyı tıkladıklarında Görsel 3.38'deki gibi bir ekranla karşılaşmaktadırlar. Bu ekran üzerinden France24 kullanıcılarına soru sorma, yorum yapma veya bilgi edinme gibi geri bildirim hizmetleri sunmaktadır.

Contact us

Do you have a question or comment?

Do you need more information about our shows or services?

Please select a brandFrance 24

France 24

Please select a topic

Please select a topic

Görsel 3.38. France24 Contact Us Bağlantısı

Kaynak: <https://www.francemediasmonde.com/en/contact?brand=f24> Erişim Tarihi: 16.05.2020

DW News

DW News internet sitesi ise geri bildirim özelliğini her bir haberin alt kısmında konumlandıkları bir link yardımıyla sunmaktadır. Sitede herhangi bir haber başlığı tıklanıldığında haberin bitişinde Görsel 3.39’da da gösterilen ilgili habere dair çeşitli bilgilerin yer aldığı bir bölüm kullanıcıyı karşılamaktadır. Kullanıcılar bu bölümde yer alan “Feedback: Send us your feedback” bağlantısını kullanarak istedikleri haberle ilgili siteye bir geri bildirimde bulunabilmektedirler.

Read more: [Is Philippines muzzling free press amid coronavirus lockdown?](#)

Date 15.05.2020

Author Ana P. Santos (Manila)

Related Subjects [Women's rights](#), [Asia](#), [International Women's Day](#), [Coronavirus](#)

Keywords [Asia](#), [Coronavirus](#), [COVID-19](#), [The Philippines](#), [women](#)

Feedback: [Send us your feedback](#).

Print [Print this page](#)

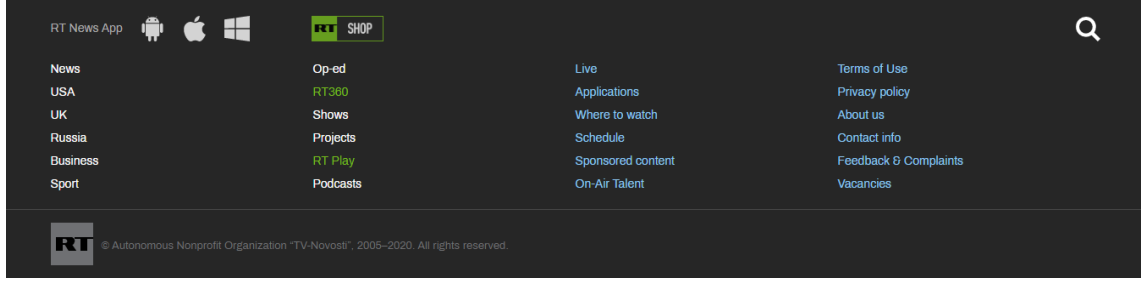
Permalink <https://p.dw.com/p/3cHxu>

Görsel 3.39. DW News Feedback Seçeneği

Kaynak: <https://www.dw.com/en/> Erişim Tarihi: 16.05.2020

Russia Today

RT ise feedback seçeneğine ana sayfanın alt panelinde sağ alt köşede bir bağlantıyla yer vermektedir. Görsel 3.40’da yer alan görselin sağ alt sütunundan da açıkça görülen “Feedback&Complaints” seçeneği ile RT haber tüketicisinden geri bildirimleri ve şikayetleri toplamaktadır.



Görsel 3.40. RT Feedback Seçeneği

Kaynak: <https://www.rt.com/> Erişim Tarihi: 16.05.2020

CCTV English

Çin'in devlet destekli haber ajansı olan CCTV'nin uluslararası ölçekte yayın yapan kanalı CCTV English web sitesinde ise detaylı incelemelere rağmen bir geri bildirim seçeneğine rastlanılmamıştır. Geri bildirim seçeneği temel olarak yeni medyanın etkileşimlilik özelliğini temsil eden kriterler arasında yer almaktadır. Dolayısıyla sitenin etkileşimlilik bağlamında diğer haber sitelerine kıyasla bir adım geride kaldığı söylenebilir. Bu durum CCTV English'in yeni medyanın etkileşimlilik boyutunu ihmal ettiğini göstermektedir.

3.3.10. İletişim ve erişim bilgileri

TRT World

Araştırmada incelenen bir diğer değerlendirme kriteri ise web sayfasında kanala ait iletişim/erişim bilgilerinin web sayfasında yer alıp almadığıdır. Bu anlamda öncelikle TRT World incelendiğinde ana sayfanın en alt panelde yer alan "Corporate" başlığı altındaki "Contact us" bağlantısı yardımıyla kanalın iletişim adresi, e-posta ve telefonlarına ulaşmak mümkündür.

TRTWORLD Regions Sections Opinion Magazine Topics Documentaries Video More

Email Address

Phone Number with Country Code

What is your enquiry about?

Enter your message for us here

Ben robot değilim

Send Message

4,6 ★★★★★ 475 yorum
Daha büyük haritayı görüntüle

TRT World

Address
TRT World Headquarters Ahmet Adnan Saygun Street No:83
34347 Ulus, Beşiktaş
İstanbul / TURKEY

Telephone
+90 (212) 326 3000
+90 (212) 403 4600

Görsel 3.41. TRT World TV Kanalına Ait İletişim Bilgileri

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 21.04.2020

BBC News

BBC News kanalın iletişim bilgilerine ise ana sayfasının alt panelinde sosyal medya bağlantılarının yer aldığı bölmede yer vermektedir. (Bknz: Görsel 3.29) Bu bölmenin en sağında kanalın iletişim için kullandıkları e-postası ve telefonları kullanıcılarla paylaşılmaktadır.

France24

Öte yandan France24'ün İngilizce yayın yapan internet sayfasında ise kanalın mektup adresi, maili veya telefonlarına ilişkin bir bilginin yer almadığı görülmektedir.

DW News

DW News ise ana sayfanın en alt panelinde yer alan “Service” seçeneğinin altındaki “Contact” bağlantısı ile kullanıcılara iletişim bilgilerini sunmaktadır. Bu bağlantı açıldığında kullanıcıları DW News'in açık adresi, e-posta ve telefon numaraları karşılamaktadır. Aynı bağlantıda yer alan bir link yardımıyla kullanıcıların aynı zamanda DW News'e doğrudan e-posta atabilmelerine de olanak sağlanmaktadır.

DW Made for minds.

RECEPTION APPS & CO. NEWSLETTERS & CO. FAQ CONTACT

CONTACT

Contact DW

Postal address and switchboard:

Office Bonn
Deutsche Welle
Kurt-Schumacher-Strasse 3
53113 Bonn
Germany
T +49.228.429 - 0
info@dw.com

Office Berlin
Deutsche Welle
Voltastraße 6
13355 Berlin
T+49.30.4646 - 0
info@dw.com

FEEDBACK
[Send us an e-mail.](#)

Language and Career

DW Akademie: dw-akademie@dw.com

German Courses: bildung@dw.com

Master's Program (Registrar's office): ims@dw.com

Traineeship: volontariat@dw.com

Training: ausbildung@dw.com

Internship: internship@dw.com

Company and Press

Görsel 3.42. DW News Kanalına Ait İletişim Bilgileri

Kaynak: <https://www.dw.com/> Erişim Tarihi: 16.05.2020

Russia Today

RT kanalının da yine ana sayfanın alt panelinde yer verdiği "Contact info" bağlantısı ile kanalın çeşitli departmanlarına ait telefon numaralarını ve e-posta adreslerini kullanıcılarıyla paylaştığı görülmektedir.

RT QUESTION MORE **LIVE** **COVID-19: LATEST**

18:32 GMT, May 16, 2020

News USA UK Sport Russia Business Op-ed **RT360** Shows Projects Podcasts

Home / About US /

Contact info

Autonomous non-profit organization (ANO) "TV-Novosti", Channel "RT TV"

Reception Phone: +7 499 750-00-75 ext. 1200 E-mail: info@rttv.ru	Planning, newsgathering, producers Phone: +7 499 750-03-01 E-mail: producersgroup@rttv.ru	Press Phone: +7 499 75-00-100 E-mail: press@rttv.ru
Feedback & Complaints E-mail: feedback@rttv.ru	Distribution department E-mail: distribution@rttv.ru	Advertising E-mail: rtadvert@rttv.ru
Vacancies E-mail: job@rttv.ru	Video Content Requests E-mail: od@ruptly.tv	
US bureau E-mail: RT-US@rttv.ru	London bureau E-mail: LondonBureau@rttv.ru	

Corporate profile

- [About RT](#)
- [History](#)
- [Management](#)
- [Distribution](#)
- Contact info**

Press

- [Press releases](#)
- [RT: Facts vs. Fiction](#)
- [PwC Study for RT](#)

Görsel 3.43. RT Kanalına Ait İletişim Bilgileri

Kaynak: <https://www.rt.com/> Erişim Tarihi: 16.05.2020

CCTV English

CCTV English sitesinde yapılan incelemede ise kanala dair herhangi bir iletişim bilgisinin paylaşılmadığı görülmektedir. Bu noktada da CCTV English çalışmaya konu olan diğer haber sitelerinin gerisinde kalmaktadır Erişim ve iletişim bilgileri kriteri temel olarak yeni medyanın etkileşimlilik özelliğini temsil eden kriterlerden biridir. Bu kapsamda incelendiğinde France24 ile birlikte CCTV English haber sitesinin yeni medyayla entegrasyonlarının, etkileşimlilik bağlamında zayıf kaldığı söylenebilir.

3.3.11.Yazı tipi ve boyutu

TRT World

Haber sitelerinin karşılaştırıldığı bir diğer kriter ise haber sitelerinde tercih edilen yazı karakterleri ve boyutlarıdır. Yazı karakterlerinin anlaşılır ve okuyucu yormayan bir tasarıma sahip olması ve yazı puntolarının büyüklüğü veya büyüklüğü ile ilgili kullanıcılara sunulan seçenekler web sitelerinin hem işlevsel hem de görsel anlamda kullanıcı dostu olup olmadığı konusunda önemli ipuçları sunmaktadır.

TRT World web sayfasından elde edilen tüm görseller incelendiğinde yazı tipi ve yazı boyutu açısından zengin bir içerikle karşılaşılmaktadır. TRT World amblemi ile birlikte ana manşet yazı puntosunun oldukça büyük olduğu diğer haberlerde ise farklı büyüklüklere yer verildiği görülmektedir. Aynı zamanda site tasarımcılarının çok sayıda tırnaklı ve tırnaksız yazı fontundan faydalandıkları da gözden kaçmamakta ancak genel olarak sitede “Helvetica” yazı karakterinin tercih edildiği de görülmektedir. Ancak sitede kullanıcıların yazı fontuna veya puntosuna müdahale edebilecekleri bir seçenek sunulmamaktadır.

BBC News

BBC News internet sayfasında ise yazı fontuyla ilgili bir çeşitlendirmeye başvurulmadığı görülmektedir. Sitenin tamamında tırnaksız yazı karakterlerinden “Helvetica” yazı karakterinin farklı boyutlarda kullanıldığı anlaşılmaktadır. Site tasarımcılarının haber başlıklarında daha büyük puntoları, haber içeriklerinde ise daha küçük puntoları tercih ettikleri görülmektedir. Sitede aynı zamanda yer yer yazı karakterlerinin bold (kalın) olduğu da gözlerden kaçmamaktadır. Sitede kullanıcıların yazı karakteri veya puntosunu değiştirebilecekleri bir özellik bulunmamaktadır.

France24

France24 sitesi de tırnaksız yazı karakterini tercih eden diğer bir internet sitesi olarak karşımıza çıkmaktadır. “Arial” yazı tipinin tercih edildiği sitede haber başlıkları ve içerikleri de dahil tamamında kalın (bold) yazı şeklinin tercih edildiği görülmektedir. France24 sitesinde de yine kullanıcılar yazı karakteri veya puntosunu değiştirememektedirler.

DW News

DW News ise TRT World gibi yazı karakterlerinde çeşitliliği tercih eden sitelerden biridir. Sitede tırnaklı ve tırnaksız yazı karakterleri farklı puntolarda kullanılmaktadır. DW News internet sayfasında en sık kullanılan iki yazı tipi ise “Arial” ve “Georgia” yazı karakterleridir. Site yazı karakteri ve boyutu noktasında detaylı incelendiğinde genel olarak sitenin ana menülerinde Arial, haber başlık ve içeriklerinde ise Georgia yazı tipinin farklı puntolarda tercih edildiği görülmektedir.

Russia Today

RT News ise “Arial” yazı karakterini tercih eden internet siteleri arasındadır. Ancak “&” gibi bazı sembollerin farklı yazı karakterleriyle sunulduğu da görülmektedir. Genel olarak kalın (bold) karakter biçimine yer verilen sitede, yazı boyutları manşet haberlerde ve haber başlıklarında kısmen daha büyük, haber içeriklerinde ise daha küçüktür. Yine site takipçilerinin yazı tipi veya boyutuna müdahale edemedikleri görülmektedir.

CCTV English

“Helvetica” yazı tipini tercih eden internet sitelerinden biri de CCTV English web sitesidir. Tek yazı fontunun tercih edildiği sitede haber başlıklarının kalın karakterle, haber içeriklerinin ise ince karakterle yazıldığı görülmektedir. Öte yandan diğer sitelerden farklı olarak sitede “font size” seçeneği ile haber içeriklerinde yazı boyutunun değiştirilmesine olanak sağlanmaktadır. (Bknz: Görsel 3.17).

3.3.12.Haber kategorileri (türleri)

TRT World

Temel hedefini Türkiye'nin uluslararası ölçekte sesi olarak belirten TRT World bu amaç doğrultusunda web sayfası üzerinden tüm dünyaya eş anlı olarak haber akışı sağlamaktadır. Burada TRT World'ün farklı haber kategorileri başlığı altında kullanıcılarına hizmetine sunarak, farklı kitlelere hitap etme çabası içerisinde olduğu da görülmektedir.

TRT World web sayfasında öncelikle haberlerin coğrafi olarak bölgelere göre ayrıştırıldığı görülmektedir. Bu durum kendi bölgesinde veya dilediği herhangi bir bölgede meydana gelen olayları takip etmek isteyen kullanıcılar için önemli bir kolaylık sunmaktadır. Görsel 44'ten de anlaşılacağı gibi TRT World haber sitesi 6 (Amerika, Asya, Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Türkiye) farklı bölge seçeneği ile takipçilerine haber akışını sağlamaktadır. Bu bağlantı ziyaretçilerin diledikleri bölgeyi seçerek, o bölgedeki gelişmeler hakkında bilgi edinmelerine ve o bölgede yaşanan olayları takip etmelerine olanak sağlamaktadır.



Görsel 3.44. TRT World Haber Kategorileri-1

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 22.04.2020

Sitede aynı zamanda haberler farklı konu başlıkları ile de kullanıcıların tercihine sunulmaktadır. Yine TRT World logosunun hemen sol alt kısmında konumlandırılan "section" seçeneği ile ziyaretçilerin farklı konulardan haberlere ulaşmalarına imkan sağlanmaktadır. Sitede haberlerin 4 farklı (Sanat ve kültür, Çalışma hayatı, Yaşam ve Spor) konuda sınıflandırıldığı görülmektedir.

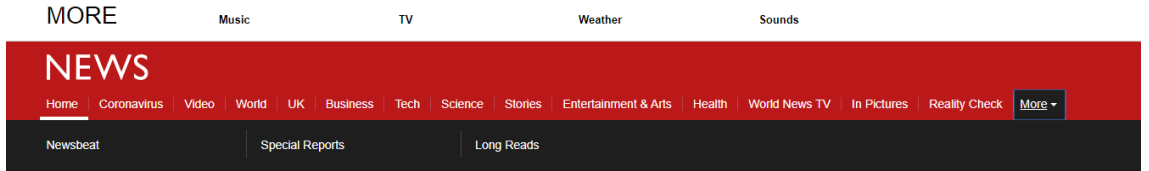


Görsel 3.45. TRT World Haber Kategorileri-2

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 22.04.2020

BBC News

Dünyanın en fazla takip edilen haber kanallarından biri olan BBC News, internet sayfasında haberleri birçok farklı kategoride sınıflandırarak kullanıcıya sunmaktadır. Ana sayfanın en üst panelinde yer verdiği çeşitli bağlantılarla spesifik bir alanda gelişmeleri takip etmek isteyen kullanıcılarına kolaylık sağlamaktadır. Bu amaçla BBC News, spor, kültür, iş yaşam, bilim, eğlence ve sanat, teknoloji vb. bağlantılar yardımıyla ilgili konulardaki haberlere erişim için kolaylık sunmaktadır. BBC News aynı zamanda “World” ve “UK” seçenekleriyle ulusal ve uluslararası haber takipçilerine diledikleri bölgelerden haber içeriklerine ulaşmalarına olanak sağladığı görülmektedir.



Görsel 3.46. BBC News Haber Kategorileri

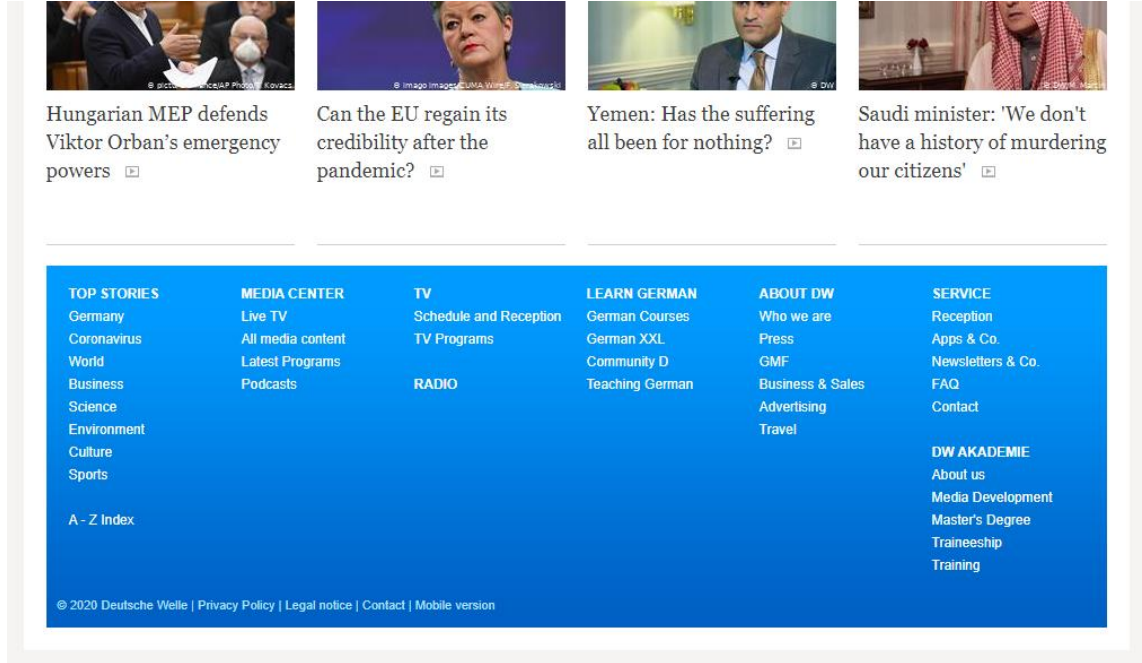
Kaynak: <https://www.bbc.com/news> Erişim Tarihi: 17.05.2020

France24

Haber sunumlarını ilgi alanlarına göre ve bölgelere göre kategorize eden bir diğer haber kanalı ise France24 kanalıdır. France24 bölgesel olarak haberleri Fransa, Amerika, Avrupa, Afrika, Orta Doğu ve Asya-Pasifik şeklinde sınıflandırırken, iş yaşam ve teknoloji, spor ve kültür alanlarında da kullanıcılara haber içerikleri sunmaktadır. (Bknz: Görsel 3.30).

DW News

DW News de sitesinde çeşitli haber kategorilerine yer veren haber kanalı olarak karşımıza çıkmaktadır. DW News ana sayfasında “Germany” ve “World” seçenekleriyle ulusal ve uluslararası kullanıcılara hitap ederken, iş yaşam, bilim, çevre, kültür ve spor başta olmak üzere çok sayıda alt kategoride ve çeşitli konularda haber içeriklerini sınıflandırmaktadır.



Görsel 3.47. DW News Haber Kategorileri

Kaynak: <https://www.dw.com/en/> Erişim Tarihi: 26.05.2020

Russia Today

Öte yandan Rusya'nın uluslar arası ölçekte yayın yapan haber kanalı RT'nin haber içeriklerini bölgesel olarak Rusya, Amerika ve Birleşik Krallık şeklinde kategorize ettiği görülmektedir. RT aynı zamanda iş yaşam ve spor kategorilerinde de haber takipçilere çeşitli içerikler sunmaktadır. (Bknz: Görsel 3.5).

CCTV English

CCTV English sayfasında ise çeşitli başlıklarla sınıflandırılmış haber kategorilerine rastlanılmamıştır. Bu noktada CCTV English'in haber içeriklerini kategorilere ayırmadan takipçilerine sunduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda kullanıcıların ilgi

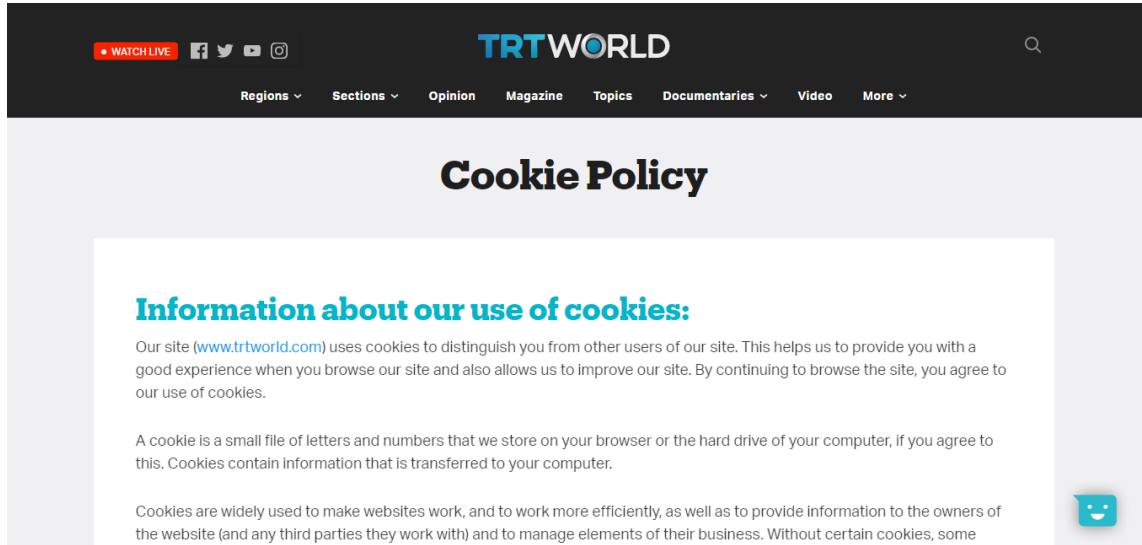
duydukları haber içeriklerine ulaşmaları zorlaşmaktadır. Bu bağlamda sitenin kullanıcı dostu olarak tasarlanmadığını söylemek yanlış olmayacaktır.

3.3.13.Çerez (cookies) kullanımı

TRT World

Çerezler birçok web sayfası tarafından yoğun şekilde kullanılmaktadır. Çerezler ziyaret edilen web sayfalarının geçmiş ziyaret kayıtlarına yönelik oluşturduğu birtakım kullanıcı verileridir. Web sayfalarını oturumuzu açık tutabilir, gezinme tercihlerinizi hatırlayabilir ve bu yolla size özel bir içerik sunabilir.

Birçok web sayfası gibi TRT World web sayfasının da çerezleri kullandığı görülmektedir. Sitede bu konuyla ilgili “cookie policy (çerez politikası)” başlığı altında bir bilgilendirme metnine de yer verilmekte ve metinde temel olarak kullanıcı deneyimlerinin iyileştirilmesi adına çerezlerin kullanıldığına yönelik bilgi verilmektedir.



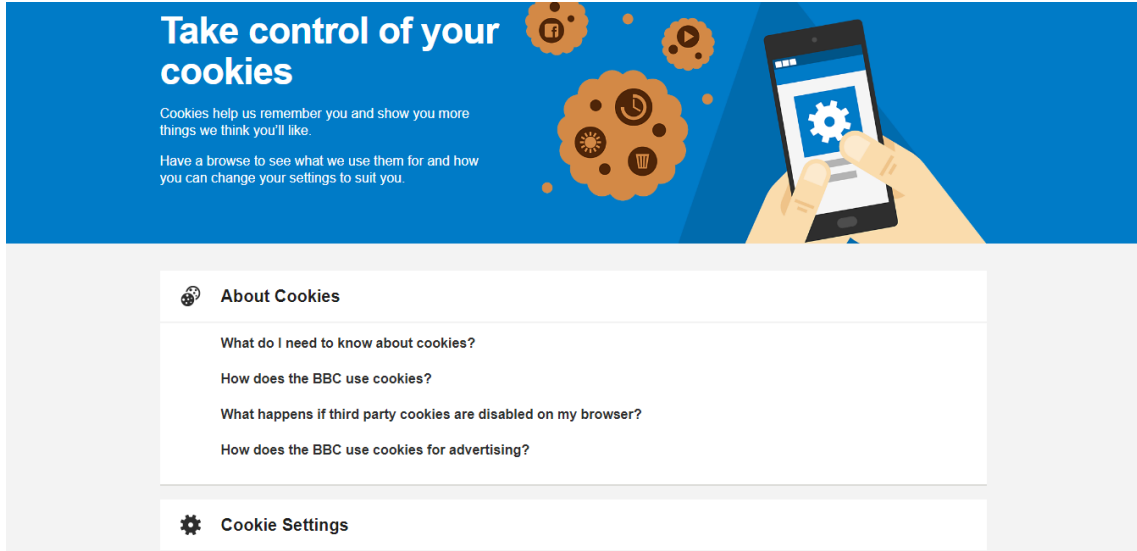
Görsel 3.48. TRT World Çerez Kullanımı

Kaynak: <https://www.trtworld.com/cookie-policy> Erişim Tarihi: 22.04.2020

BBC News

BBC News de çerez kullanımına başvuran bir diğer haber sitesidir. Ana sayfanın en alt panelinde yer alan “Cookies” bağlantısı (Bknz: Görsel 3.37) ile BBC kullanıcılarına çerez kullanımına dair bilgi sunmaktadır. İlgili bağlantı açıldığında Görsel 3.49’daki

gibi bir yardımcı ekranla karşılaşılmaktadır. Kullanıcılar açılan bu sayfadan çerezler hakkında bilgi alabilir, diledikleri takdirde çerez ayarlarını da değiştirebilirler.

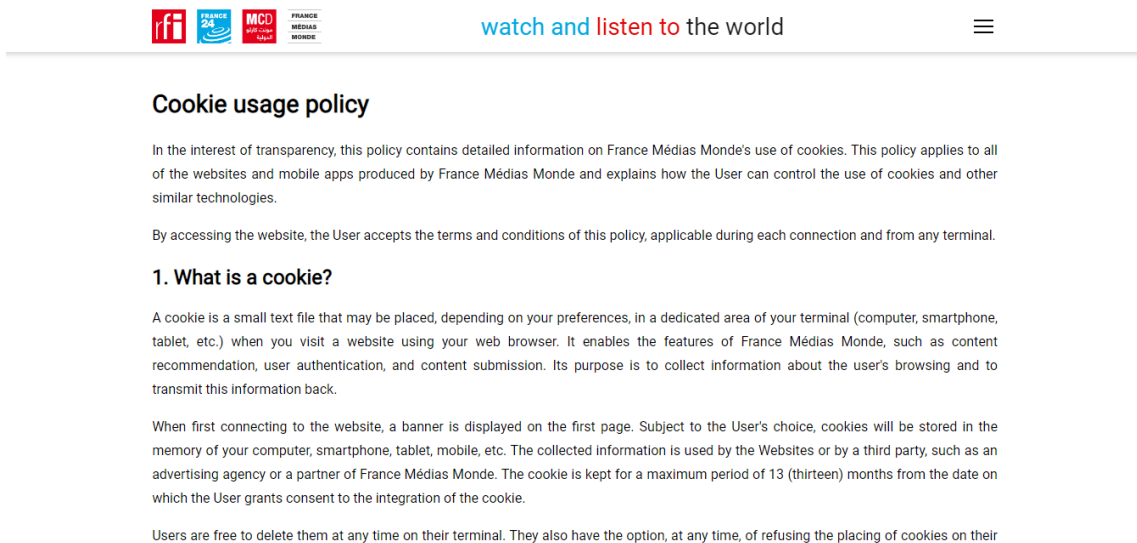


Görsel 3.49. BBC News Çerez Kullanımı

Kaynak: <https://www.bbc.co.uk/usingthebbc/cookies/> Erişim Tarihi: 18.05.2020

France24

France24 de ana sayfada “About France24” başlığı altında yer verdikleri “Cookies” (Bknz: Görsel 3.30) bağlantısı ile kullanıcılarına çerez kullanımına dair bilgiler sunmaktadır. Kullanıcıların “cookies” linkine tıkladıklarında açılan sayfada France24 kanalının çerez politikasına dair gerekli bilgileri elde edebildikleri görülmektedir.

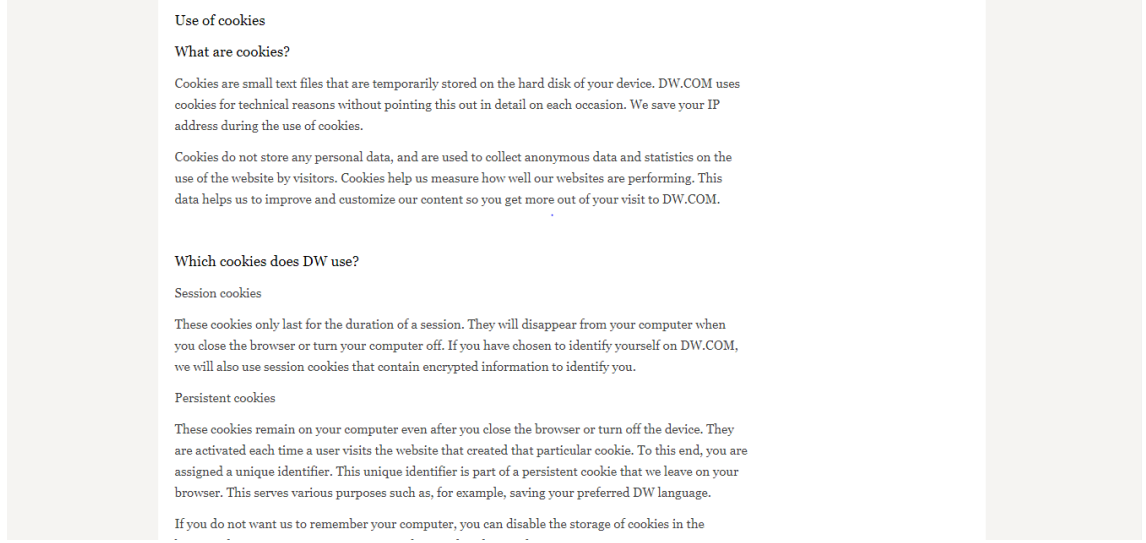


Görsel 3.50. France24 Çerez Kullanımı

Kaynak: <https://www.francemediasmonde.com/en/cookies> Erişim Tarihi: 18.05.2020

DW News

DW News ana sayfanın en alt panelinde yer alan “Privacy Policy” bağlantısı (Bknz: Görsel 3.47) altında sitenin gizlilik politikaları hakkında bilgi vermektedir. Site yetkililerinin çerez kullanımlarına dair bilgileri de bu başlık altında kullanıcıya sundukları görülmektedir. Burada temel olarak çerezlerin ne olduğu ve sitenin hangi çerezleri kullandığına dair bilgiler yer almaktadır.



Use of cookies

What are cookies?

Cookies are small text files that are temporarily stored on the hard disk of your device. DW.COM uses cookies for technical reasons without pointing this out in detail on each occasion. We save your IP address during the use of cookies.

Cookies do not store any personal data, and are used to collect anonymous data and statistics on the use of the website by visitors. Cookies help us measure how well our websites are performing. This data helps us to improve and customize our content so you get more out of your visit to DW.COM.

Which cookies does DW use?

Session cookies

These cookies only last for the duration of a session. They will disappear from your computer when you close the browser or turn your computer off. If you have chosen to identify yourself on DW.COM, we will also use session cookies that contain encrypted information to identify you.

Persistent cookies

These cookies remain on your computer even after you close the browser or turn off the device. They are activated each time a user visits the website that created that particular cookie. To this end, you are assigned a unique identifier. This unique identifier is part of a persistent cookie that we leave on your browser. This serves various purposes such as, for example, saving your preferred DW language.

If you do not want us to remember your computer, you can disable the storage of cookies in the

Görsel 3.51. DW News Çerez Kullanımı

Kaynak: <https://www.dw.com/en/european-union-general-data-protection-regulationgdpr-valid-may-25-2018/a-18265246> Erişim Tarihi: 18.05.2020

Russia Today

Çerez kullanımına dair bilgileri gizlilik politikası başlığı altında sunan bir diğer haber sitesi de RT'dir. Ana sayfanın en alt panelinde bulabileceğiniz “Privacy Policy” bağlantısı ile (Bknz: Görsel 3.40) sitenin diğer tüm gizlilik politikaları ile birlikte çerez kullanımlarına dair bilgileri elde etmek de mümkündür.

2.5. Cookies and Web Tracking

When you visit our website, information in the form of cookies may be stored on your device. A cookie is a small text file that is sent from a web server to your browser and stored on your device. When you revisit our website, cookie information is transferred to our web server again. We may then, for example, recognise you again and take your individual settings into account when displaying the website. Cookies can be categorised as first party cookies (deployed by TV- Novosti) and third party cookies (deployed by third parties). We further categorise cookies as follows:

Type:	Description:
Category 1: technically necessary cookies	These cookies are technically necessary to provide the website functionality. We may not provide the website without deploying such cookies.
Category 2: functional cookies	These cookies serve to create the most pleasant surfing experience possible on our website, with a maximum of individual usage conformity (e.g. enabling a login across sessions, a high surfing speed through search suggestions or the storage of individual page settings such as language or text size, etc.).
Category 3: performance cookies	These cookies serve to continuously optimise our website and lead to a continuously improved surfing experience (e.g. by evaluating the use of website functions offered, reporting display errors, etc.).
Category 4: social network and advertising cookies	Some of these cookies allow you to connect to your social networks and share content. Others helps to better individualise advertising by adapting to your interests.

Category 2 to 4 cookies may be deployed in the context of web tracking. In such case, the cookie helps to analyse web

Görsel 3.52. RT Çerez Kullanımı

Kaynak: <https://www.rt.com/privacy-policy/>Erişim Tarihi: 18.05.2020

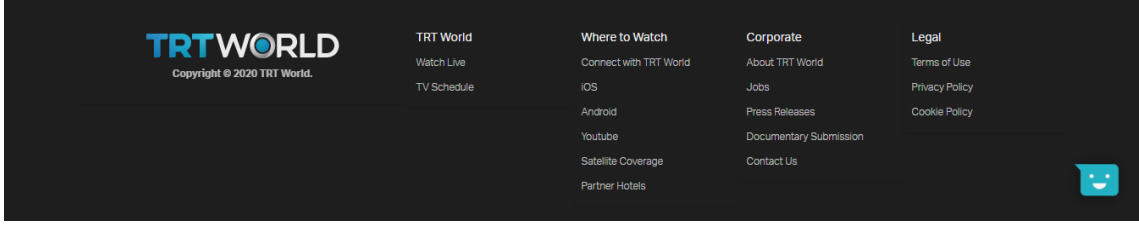
CCTV English

CCTV haber kanalının İngilizce yayın yapan sitesinde ise çerez kullanımına dair bir bilgilendirmeye rastlanılmamıştır. Bu nedenle sitenin çerez kullanıp kullanmadığına dair herhangi bir bilgi elde edilememiştir. Bu durum, sitenin şeffaflık konusunda kullanıcılarında endişe yaratabilmektedir.

3.3.14. Mobil uygulama uzantıları

TRT World

Dijital teknolojilerdeki hızlı değişim ve gelişimin bir sonucu olarak akıllı telefonlar ve tabletler yardımıyla ulaştığımız mobil uygulamalar artık hayatımızın birer parçası haline gelmiştir. Öyle ki, bu uygulamalar artık medya sektöründe de yoğun olarak kullanılarak yeni medyanın da bir iletişim aracı haline gelmiştir. TRT World de bu yeni iletişim teknolojisini kullanan haber kanalları arasında yerini almıştır. TRT World mobil uygulamalarına iOS ve Android tabanlı telefon veya tabletlerin uygulama mağazalarından ulaşmak mümkündür. Öte yandan TRT World web sayfasında da sayfanın en alt kısmında yer alan “where to watch” seçeneği altında ilgili mobil uygulamalara erişimi sağlayan bir bağlantıya yer verildiği görülmektedir.



Görsel 3.53. TRT World Mobil Uygulama Uzantıları

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 26.05.2020

BBC News

Yeni medyanın iletişim ortamları arasındaki yerini alan mobil uygulamalar BBC News tarafından da yoğun olarak kullanılmaktadır. Kullanıcılar BBC News'in mobil uygulamalarına ana sayfada yer alan "News App" uzantısı ile ulaşabilmektedirler. (Bknz: Görsel 3.29). SmilarWeb verilerine göre BBC News'in mobil uygulaması Google Play'de haber ve magazin kategorisinde Kanada'da 22, ABD'de 50, Almanya'da 71 ve Fransa'da 77. sırada yer almaktadır. Diğer haber sitelerinin mobil uygulamalarının kullanımına dair yeterli bilgi bulunamadığı için bu yönde bir karşılaştırma yapılamamaktadır.

France24

France24 sitesinde ise ana sayfada yer alan "Services" başlığı altındaki "App" bağlantısı ile (Bknz: Görsel 3.30) kanalın uygulamalarına ulaşmak mümkündür. İlgili bağlantı altında kullanıcıların France24'ün cep telefonu, tablet ve smart tv uyumlu uygulamalarına ulaşmalarına olanak sağlanmaktadır.

DW News

DW News ana sayfasında sayfanın en alt panelinde sağ sütunda "Service" başlığı ile verilen "Apps&Co." linki (Bknz: Görsel 3.47) DW News'in mobil uygulamalarına erişim linkidir. Bu bağlantı ile kullanıcılar sitenin mobil ve akıllı tv uyumlu uygulamalarına erişim sağlayabilmektedirler.

Russia Today

Öte yandan RT'nin mobil uygulamalara erişim bağlantısının da yine ana sayfada konumlandırıldığı görülmektedir. Sayfanın alt panelinde yer alan "Applications"

seçeneği (Bknz: Görsel 3.40) sitenin mobil uygulamasına ulaşmayı mümkün kılmaktadır.

CCTV English

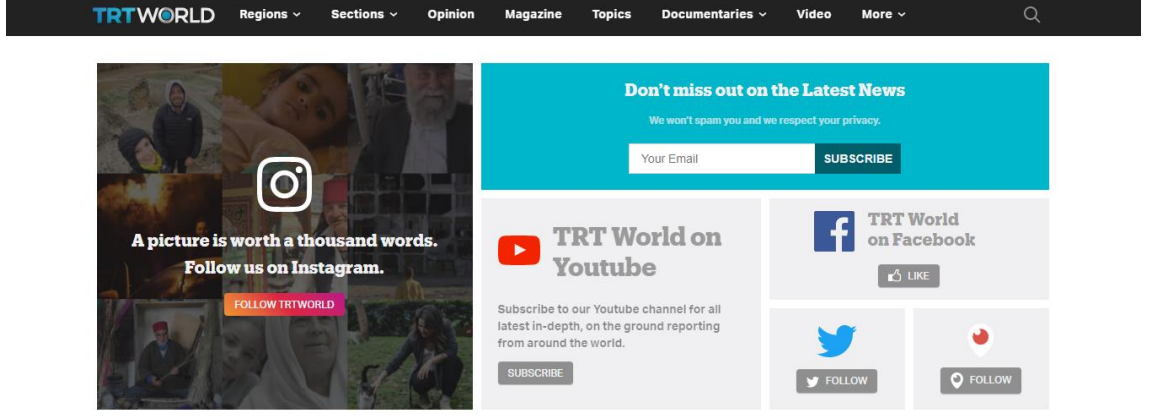
CCTV English web sitesinde ise CCTV mobil uygulamasına erişimin QR kod yardımıyla sağlandığı görülmektedir. Sitenin sağ alt köşesinde konumlandırılmış QR kod yardımıyla kullanıcıların mobil uygulamalara erişimleri sağlanmaktadır. (Bknz: Görsel 3.35). Sitede aynı zamanda tüm haber içeriklerinin hemen sağında yer verilen başka bir QR kod yardımıyla habere mobil cihazlarıyla ulaşmak isteyen kullanıcılar için de bir seçenek sunulmaktadır.

Öte yandan mobil uygulamaların yeni medyanın dijitalleşme özelliği ile yakından ilişkili olduğu düşünöldüğünde tüm haber sitelerinin bu bağlamda yeni medyaya entegre bir süreçte olduklarını söylemek doğru olacaktır.

3.3.15. Kullanıcı etkileşimi

TRT World

TRT World'e ait web sitesi kullanıcı etkileşimi bağlamında incelendiğinde web sitesi üzerinde kullanıcı etkileşiminin oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Öyle ki; web sitesi üzerinde yer alan bir habere kullanıcılar tarafından tepki verilmesine veya yorum yapılabilmesi yönelik bir seçenek sunulmamaktadır. Bu noktada kullanıcı etkileşiminin daha çok feedback seçeneği üzerinden yürütöldüğü anlaşılmaktadır. Öte yandan Görsel 54'te de görölen "subscribe" seçeneği ile TRT World anlık haberleri kaçırmak istemeyen ancak gün içerisinde sitede gezinmek için yeterli zamanı olmayan kullanıcılarına e-posta adresleri üzerinden anlık haberleri ulaştırma hizmeti sunmaktadır.



Görsel 3.54. TRT World Kullanıcı Etkileşimi

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 09.05.2020

Öte yandan TRT World internet sitesinde dileyen kullanıcılar için istedikleri haberi kendi sosyal medya hesaplarında da paylaşabilmelerine olanak sağlayan bağlantılara yer verildiği görülmektedir. Bu yolla TRT World'ün takipçileri ile etkileşimi arttırmaya çalıştığı anlaşılmaktadır.

BBC News

BBC News de haberlere kullanıcı yorumlarını kapatan internet sitelerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan BBC haberleri, kullanıcılarının kendi sosyal medya hesaplarında veya başka herhangi bir dijital platformda paylaşabilmeleri için olanak sağladığı görülmektedir. Aynı zamanda haberde verilen bir bağlantı yardımıyla kullanıcılar herhangi bir haber için site yetkilerine e-posta gönderebilir veya “Contact BBC News” seçeneği ile (Bknz: Görsel 3.37) yine site yetkileri ile bağlantı kurabilmektedirler.

Öte yandan anlık gelişmelerden haberdar olmak BBC News takipçileri sitenin “BBC News Alerts” özelliğinden de faydalanabilmektedirler. BBC bu sayfa üzerinden kaydolmuş kullanıcılarına haber sitesi, mobil uygulama veya Twitter üzerinden güncel gelişmelere dair bildirimlerde bulunmakta veya kayıtlı kullanıcılarına günlük e-postalar göndermektedir.

BBC Sign in News Sport Reel Worklife Travel Future More Search

NEWS

Home Video World UK Business Tech Science Stories Entertainment & Arts Health World News TV More

ADVERTISEMENT

CHOOSE YOUR ADVENTURE! #scotland

BBC News Alerts

31 March 2017

f t e Share

This page explains how the BBC can keep you in touch with the latest news. We offer a daily email and Breaking News alerts via the News website, the News App and Twitter.

Subscribe to our email newsletter

Sign up here to receive BBC News Daily which is published each weekday morning. You'll receive a digest of the day's top news stories and features from BBC News and some of the best writing from elsewhere on the internet.

Breaking News alerts on the News website

Top Stories

China backs virus inquiry 'after pandemic'
18 May 2020

Italians return to churches and cafes
3 hours ago

Global push for inquiry into Covid-19 response
2 hours ago

ADVERTISEMENT

Görsel 3.55. BBC News Alerts Özelliği

Kaynak: <https://www.bbc.com/news/10628323> Erişim Tarihi: 18.05.2020

France24

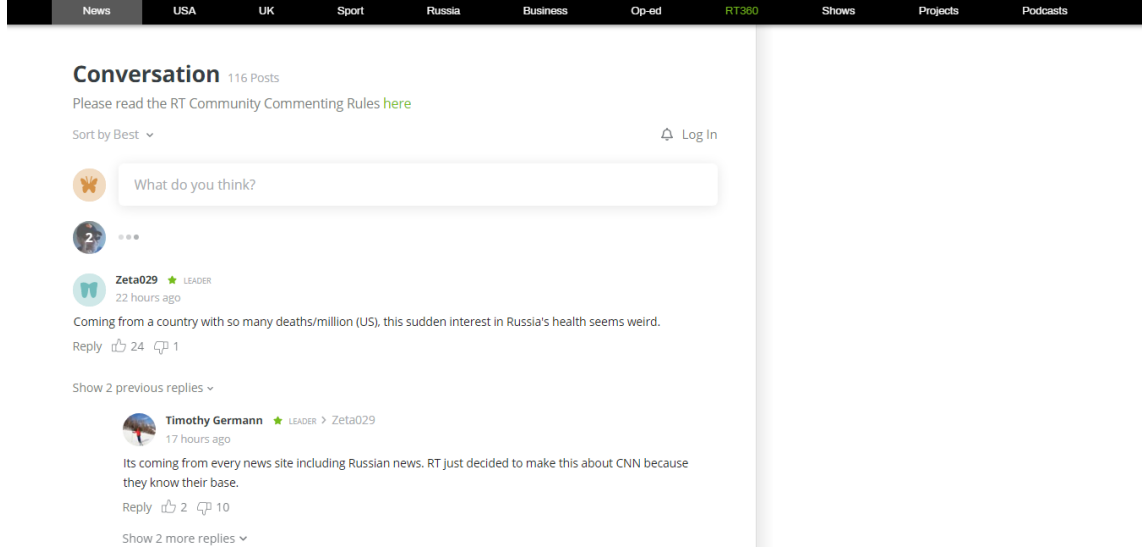
France24 internet sitesinde ise kullanıcı ile etkileşimin oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Kanalın sitesinde kullanıcıların haberlere yorum yapma ve geri bildirimde bulunma gibi alternatiflerinin olmadığı ancak isteyen kullanıcıların herhangi bir haberi sosyal medya platformlarında veya farklı dijital platformlarda paylaşma imkanına sahip oldukları görülmektedir. Kanalın “Contact us” seçeneği de kullanıcılarla etkileşimi sağlayan bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır. (Bknz: Görsel 3.30)

DW News

DW News internet sitesinde ise kullanıcı etkileşimi temel olarak her haberin altında konumlandırılan feedback seçeneği ile sunulduğu görülmektedir. (Bknz: Görsel 3.39) Yine benzer şekilde DW News de kullanıcılarına haber içeriklerinin sosyal medyada paylaşılmasına yönelik bağlantılar sunmaktadır.

Russia Today

Rusya'nın devlet destekli televizyonu olan RT'nin ise internet sitesinde diğer haber sitelerinin aksine kullanıcılarının haber içeriklerine yorum yapma imkanı sunduğu görülmektedir. Sitede her haberin alt bölümünde bir “Conversation” bölümü yer almakta ve ziyaretçiler bu kısımda haberlere yorum yapabilmekte ve kendi aralarında tartışabilmektedirler.



Görsel 3.56. RT Conversation Özelliği

Kaynak: <https://www.rt.com/news/488897-moscow-devastated-coronavirus-cnn/> Erişim Tarihi: 18.05.2020

RT aynı zamanda kullanıcılarına bir e-posta adresi ile siteye üye olma ve güncel haberleri e-posta yoluyla takip etme fırsatı da sunmaktadır. Bu noktada Görsel 3.57'nin sağ panelinde yer alan "Subscribe" seçeneği RT ziyaretçilerinin son dakika haberlerine e-posta yoluyla ulaşmalarına imkan tanımaktadır.



Görsel 3.57. RT Subscribe Özelliği

Kaynak: <https://www.rt.com/> Erişim Tarihi: 18.05.2020

Son olarak diğer haber sitelerinde olduğu gibi RT'nin de haberleri kullanıcıların istedikleri sosyal platformlarda paylaşması için haber içeriklerine çeşitli bağlantılar yerleştirdiği görülmektedir.

CCTV English

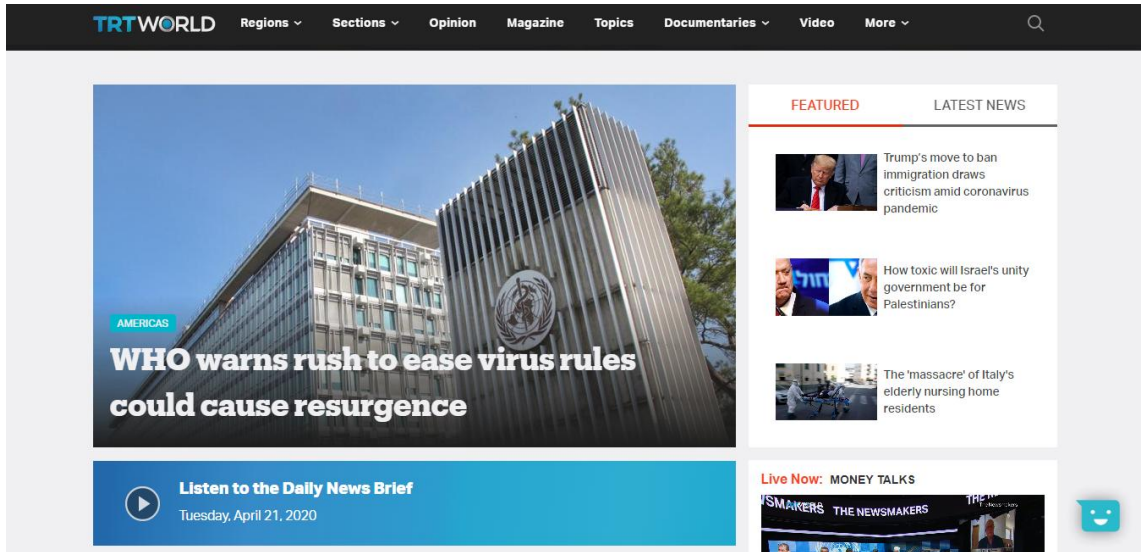
Kullanıcı etkileşimin oldukça sınırlı olduğu CCTV English internet sitesinde ise ziyaretçilerin habere yönelik tek etkileşim seçeneklerinin kullanıcıların haberleri kendi sosyal medya hesaplarında paylaşmasını mümkün kılan bağlantılar olduğu görülmektedir. Herhangi bir haberin sol kısmında yer alan bağlantılar ile ziyaretçiler istedikleri haberleri kendi Facebook, Twitter, Weibo ve WeChat hesaplarında paylaşabilmektedirler. (Bknz: Görsel 3.32).

Kullanıcı etkileşimi yeni medyanın etkileşimlilik özelliğini temsil eden en önemli unsurdur. Buna göre incelenen internet sitelerinin söz konusu özellik bağlamında yeni medyaya uyum gösterdiklerini söylemek mümkündür. Ancak burada kullanıcı ile olan etkileşimin daha da arttırılabileceğini vurgulamakta da fayda vardır.

3.3.16.Sesli haber dinleme özelliği

TRT World

TRT World internet sayfası haber tüketicileri için haberli yalnızca görsel olarak değil aynı zamanda işitsel olarak da sunmaktadır. Görsel 3.58’de görselin sol alt panelinde yer alan “Listen to the Daily News Brief” seçeneği ile TRT World görme engelli kullanıcılarına ve haberleri işitsel olarak takip etmek isteyen haber tüketicilerine sesli haber dinleme hizmeti de sunmaktadır.



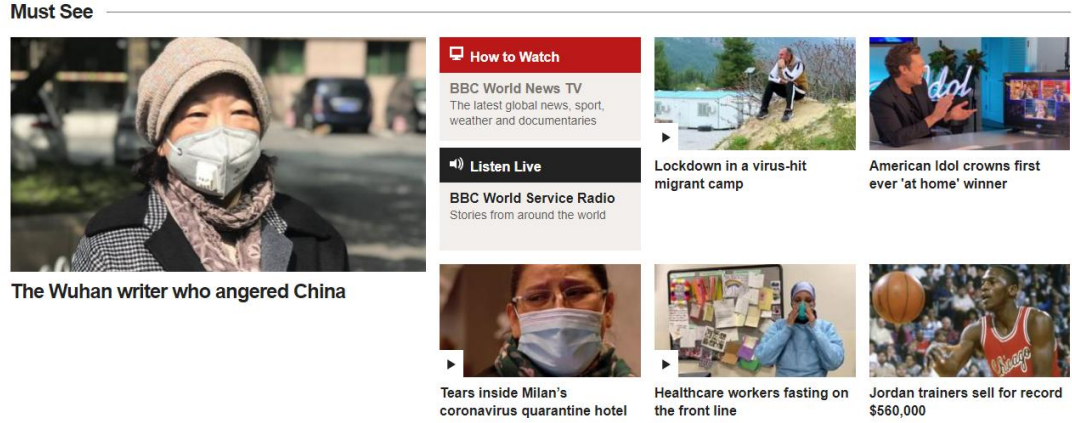
Görsel 3.58. *TRT World Sesli Haber Dinleme Seçeneği*

Kaynak: <https://www.trtworld.com/> Erişim Tarihi: 21.04.2020

BBC News

BBC News ise ana sayfasında yer alan “Listen Live” seçeneği ile ziyaretçilerine BBC World Service Radio kanalını canlı dinleme özelliği sunmaktadır. Sitenin ziyaretçileri bu özellik yardımıyla dünyanın her yerinde meydana gelen olayları işitsel olarak takip edebilmektedirler.

Must See



How to Watch
BBC World News TV
The latest global news, sport, weather and documentaries

Listen Live
BBC World Service Radio
Stories from around the world

The Wuhan writer who angered China

Lockdown in a virus-hit migrant camp

American Idol crowns first ever 'at home' winner

Tears inside Milan's coronavirus quarantine hotel

Healthcare workers fasting on the front line

Jordan trainers sell for record \$560,000

Görsel 3.59. BBC News Listen Live Özelliği

Kaynak: <https://www.bbc.com/news/> Erişim Tarihi: 18.05.2020

France24

France24'ün İngilizce yayın yapan internet sitesinde ise ziyaretçilerin ilgili haberlere işitsel olarak ulaşmalarını sağlayan herhangi bir özelliğe yer vermedikleri görülmektedir. Kanal web sitesinin bu anlamda rakiplerinin bir adım gerisinde kaldığı söylenebilir.

DW News

DW News ise kullanıcılarına haberleri sesli dinleme seçeneği sunan haber sitelerinden biridir. Ana sayfanın üst panelinde ve en alt panelinde yer alan “Media Center” başlığı altında “All Media Content” (Bknz: Görsel 3.4 ve Görsel 3.47) içeriği tıklanarak ilgili haberlerin sesli şekilde dinlenmesine olanak sağlanmaktadır.

When COVID-19 started taking hold across Africa, governments responded by closing schools to stop the spread among burgeoning young populations. But aside from the missed lessons, the break in education has far-reaching effects for the young people. And adapting to home-based schooling in many areas is simply not feasible.



Görsel 3.60. *DW News Listen to Audio Özelliği*

Kaynak: <https://www.dw.com/en/coronavirus-special-podcast-13-why-covid-19-school-closures-in-africa-mean-more-than-just-missed-classes/av-53453863/> Erişim Tarihi: 18.05.2020

Russia Today

RT ise internet sayfasında ana sayfanın üst sağ bölümünde yer verdiği “Podcast” seçeneği ile (Bknz: Görsel 3.5) kullanıcılarına çeşitli konularda ses kayıtları sunmaktadır. Bunun dışında sitede güncel haberlerin sesli dinlenebilmesine olanak sağlayan bir özellik yer almamaktadır.

CCTV English

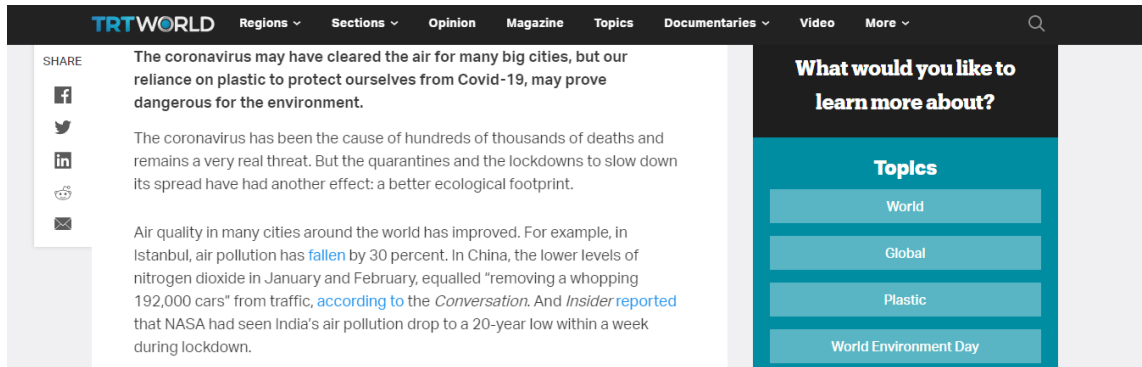
CCTV English sayfasında da yine haberlerin sesli sunumuna yer verilen bir özellik karşılıklı değildir. Buna göre CCTV English internet sayfasının haber içeriklerinin işitsel sunumu noktasında rakiplerinin gerisinde olduğu söylenebilir. Haber içeriklerine işitsel erişimini hem multimedya hem de dijitalleşme özelliği ile olan ilişkisi dikkate alındığında RT ve CCTV’nin bu noktada rakiplerinin gerisinde olduğunu söyleyebiliriz.

3.3.17. Haberlerde hipermetin kullanımı

TRT World

Yeni medyanın hipermetinsellik özelliği temel olarak internet sayfasındaki herhangi bir metin, görsel veya videonun bir bağlantı yardımıyla başka bir metin, görsel veya video ile iletişim kurmasını tanımlamaktadır. Örneğin, herhangi bir haber içeriğinde yer alan bir Url veya link yardımı ile farklı içeriklere erişim sağlanması bir hipermetin kullanımudur. Hipermetin uygulamalarında çok farklı linkler kullanılsa da temel olarak içsel ve dışsal linkler olmak üzere iki temel link dikkat çekmektedir (Deuze, 2003'ten aktaran Narin, 2017, s.214). Burada içsel (dahili) linkler aynı site üzerinde yer alan farklı içeriklere ulaşmaya olanak sağlarken, dışsal (harici) linkler internet üzerinde farklı herhangi bir yerde mevcut enformasyona ulaşmayı mümkün kılmaktadır (Narin, 2017, s. 215).

Görsel 3.61'de TRT World'ün hipermetin kullanımına bir örnek gösterilmektedir. TRT World internet sitesinden elde edilen görselde metin içerisinde mavi renkle belirtilen bağlantılar ilgili habere dair farklı içeriklere ulaşımı mümkün kılmaktadır. Örneğin, görselde mavi renkle yazılmış olan "according to" bağlantısına tıklanıldığında Conservation web sitesinde pandeminin hava kirliliği üzerindeki etkisiyle ilgili habere ulaşılmaktadır. Kullanıcının farklı bir internet sitesindeki enformasyona kolaylıkla ulaşmasını sağlayan bu bağlantı bir harici link olarak gösterilebilir. TRT World internet sitesi incelendiğinde bu tür bağlantılara haber içeriklerinde sıklıkla yer verildiği görülmektedir. Bu durum TRT World'ün yeni medyanın hipermetinsellik özelliği ile uyumlu uygulamalara önem verdiğini göstermektedir.



Görsel 3.61. TRT World Hipermetin Kullanımı

Kaynak: <https://www.trtworld.com/magazine/is-the-pandemic-setting-us-back-in-the-fight-against-plastic-37003> Erişim Tarihi: 05.06.2020

BBC News

Hipermetin kullanımına ağırlık veren bir diğer haber sitesi olan BBC ise haber içeriklerinde yer verdiği çeşitli bağlantılar yardımıyla kullanıcılarının çoğunlukla site içerisinde farklı içeriklere ulaşmasına olanak sağlamaktadır. Görsel 3.62’de de görülen, haber içeriğinin alt kısmında koyu renkle belirtilen bağlantılar yardımıyla BBC News kullanıcıları ilgili habere dair farklı haber içeriklerine ulaşabilecekleri gibi zaman zaman yine ilgili habere dair video içeriklerini de izleyebilmektedirler.

At one protest, security forces in Washington DC fired pepper balls and smoke bombs to disperse demonstrators outside the White House, allowing President Donald Trump to walk to a nearby church for a photo opportunity.

In response to this on Thursday, civil rights group the America Civil Liberties Union filed a lawsuit, accusing the president, the attorney general and others of violating the constitutional rights of protesters.

"When the nation's top law enforcement officer becomes complicit in the tactics of an autocrat, it chills protected speech for all of us," said ACLU official Scott Michelman, quoted by Reuters.

More on George Floyd's death

- VIEWPOINT: **Tipping point for racially divided nation**
- WATCH: **'This is why we are protesting'**
- TIMELINE: **Recent black deaths at hands of police**
- BACKGROUND: **Five pieces of context to understand the protests**
- CRIME AND JUSTICE: **How are African Americans treated?**

In a separate development, police in Arizona released details of the killing of another African American, Dion Johnson, in Phoenix on 25 May, the same day as



Nigerian women speak out after wave of sexual violence



Madeleine McCann: A tragic story that has obsessed Britain



Görsel 3.62. BBC Hipermetin Kullanımı-1

Kaynak: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-52932611> Erişim Tarihi: 05.06.2020

Öte yandan BBC de TRT World de olduğu gibi metin içerisinde farklı internet sitelerindeki enformasyonlara ulaşmayı mümkün kılan harici bağlantılara yer vermektedir. Örneğin, Görsel 3.62’de koyu harflerle belirtilen #WeAreTired bağlantısı tıklanıldığında Twitter’a bağlanmakta ve kullanıcılarına Twitter’da #WeAreTired başlığı ile atılan tüm tweetlere ulaşma imkanı sunmaktadır.

Brexit: UK backtracking on commitments, says Barnier
54 minutes ago

Features

Could more UK virus deaths have been prevented?

Five pieces of context to understand the US protests

Uwavera Omozuwa's dream was to become a nurse

There is widespread outrage in Nigeria following the murder of a 22-year-old university student in a church where she was studying in the southern city of Benin. The family of Uwavera Omozuwa, known as Uwa, say she was brutally raped and bludgeoned to death.

It is one of several shocking cases in the past week which have led to street protests, an online petition signed by thousands and a Twitter hashtag #WeAreTired.

Görsel 3.63. BBC Hipermetin Kullanımı-2

Kaynak: <https://www.bbc.com/news/world-africa-52889965> Erişim Tarihi: 05.06.2020

France24

France24 de TRT World gibi metin içinde konumlandığı bağlantılarla kullanıcıların farklı içeriklere ulaşmalarına olanak sağlamaktadır. France24 internet sitesinde elde edilen Görsel 3.64'de de görülen mavi renkle belirtilen bağlantılar ile dileyen kullanıcılar konuyla ilgili farklı içeriklere ulaşabilmektedirler. Öte yandan bu bağlantıların içsel veya dışsal linkler olduğu bir diğer ifadeyle kullanıcıyı aynı haber sitesi içerisinde veya farklı internet sayfalarında çeşitli bağlantılara yönlendirdiği anlaşılmaktadır.

FRANCE 24

LIVE

#FRANCELOCKDOWN #CORONAVIRUS FRANCE AFRICA CULTURE TV SHOWS FIGHT THE FAKE

ruler, gestures as he speaks during a demonstration in Caracas, Venezuela March 10, 2020. © REUTERS/Manuere Quintero/File Photo

Text by: FRANCE 24 Follow

The French foreign ministry on Friday denied reports that Venezuelan opposition leader Juan Guaido was at the French Embassy in Caracas, as claimed by the South American country's Foreign Minister Jorge Arreaza on Thursday.

The allegations came three days after President [Nicolas Maduro](#) hinted that his rival was "in hiding" at a diplomatic location.

"We cannot enter the premises of any country's embassy whatsoever, in this case Spain or France," Arreaza said, adding that that meant an arrest by force "is not possible."

He made the comments when asked about the presence of Leopoldo Lopez, another leading opposition figure, at the Spanish ambassador's residence, and about [Guaido](#) at the French Embassy.

ADVERTISING

Ads by Google

Stop seeing this ad


Why this ad? ⓘ

Görsel 3.64. France24 Hipermetin Kullanımı

Kaynak: <https://www.france24.com/en/20200605-venezuelan-opposition-leader-guaido-at-french-embassy-in-caracas> Erişim Tarihi: 05.06.2020

DW News

DW News internet sitesinin de benzer şekilde metin içerisinde konumlandırıldığı bağlantılar yardımıyla kullanıcıların farklı içeriklere kolaylıkla erişim sağlamalarına olanak sağladığı görülmektedir.



NEWS

Dutch PM deems 'Black Pete' tradition racist 1M AGO

Coronavirus latest: US 'largely through' pandemic, Trump claims 20M AGO

George Floyd latest: Trump tells governors to 'call in National Guard' 35M AGO


Europe must step up anti-racism efforts, rights agency says 1H AGO

Madeleine McCann: Prosecutors probe link between suspect and missing German girl 1H AGO

Dutch Prime Minister Mark Rutte announced on Friday that he no longer wants the Netherlands to celebrate the Saint Nicholas tradition of "Black Pete," whereby white people in blackface, afro wigs and exaggerated red lipsticks portray delinquent Moorish slaves from Spain.

Rutte described his new view point during a parliamentary debate on Thursday about anti-racism demonstrations in solidarity with US demonstrations after American George Floyd — an unarmed black man — died in police custody in Minneapolis.

Rutte said his attitude towards "Black Pete," known in the Netherlands as "Zwarte Piet," had changed



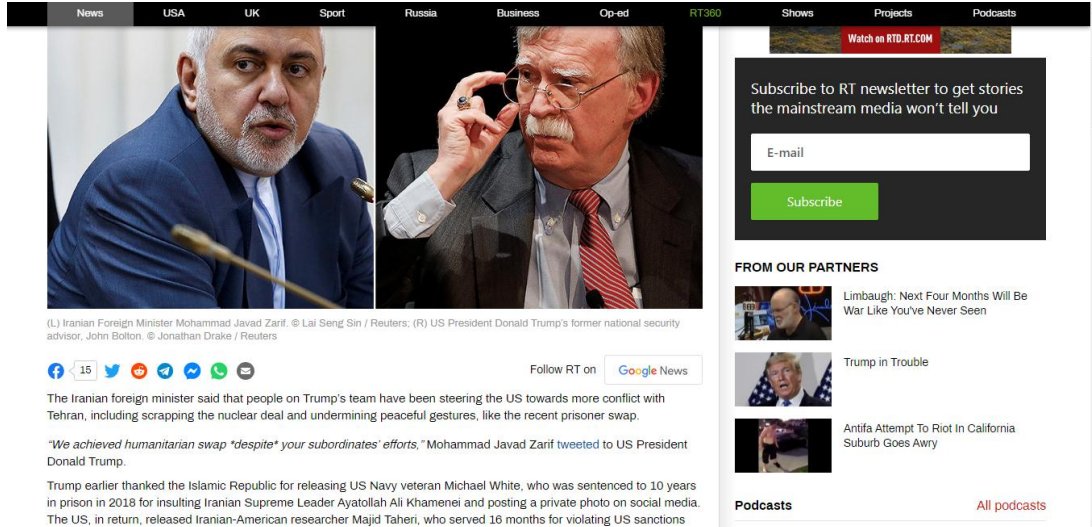
Görsel 3.65. DW News Hipermetin Kullanımı

Kaynak: <https://www.dw.com/en/dutch-pm-deems-black-pete-tradition-racist/a-53700075> Erişim Tarihi: 05.06.2020

Öte yandan DW internet sitesinde diğer haber sitelerinden farklı olarak her bir haberin alt kısmında yer verdiği "related subjects" ve "keywords" seçenekleriyle de kullanıcıların takip ettikleri haberlere dair farklı enformasyonlara ulaşmaları mümkün kılınmaktadır. (Bknz: Görsel 3.39).

Russia Today

RT'nin internet sitesi hipermetinsellik bağlamında incelendiğinde ise diğer haber siteleri gibi metin içerisindeki bağlantıları kullanmayı tercih ettiği anlaşılmaktadır. Örneğin, Görsel 3.66'da yer alan ve mavi tonlarda belirtilen "tweet" bağlantısı tıklanıldığında kullanıcıyı ilgili haberde sözü geçen tweetin karşıladığı görülmektedir. Site detaylı incelendiğinde haber içeriklerinin birçoğunda farklı içeriklere yönlendirilmiş bağlantılarla karşılaşılmaktadır.

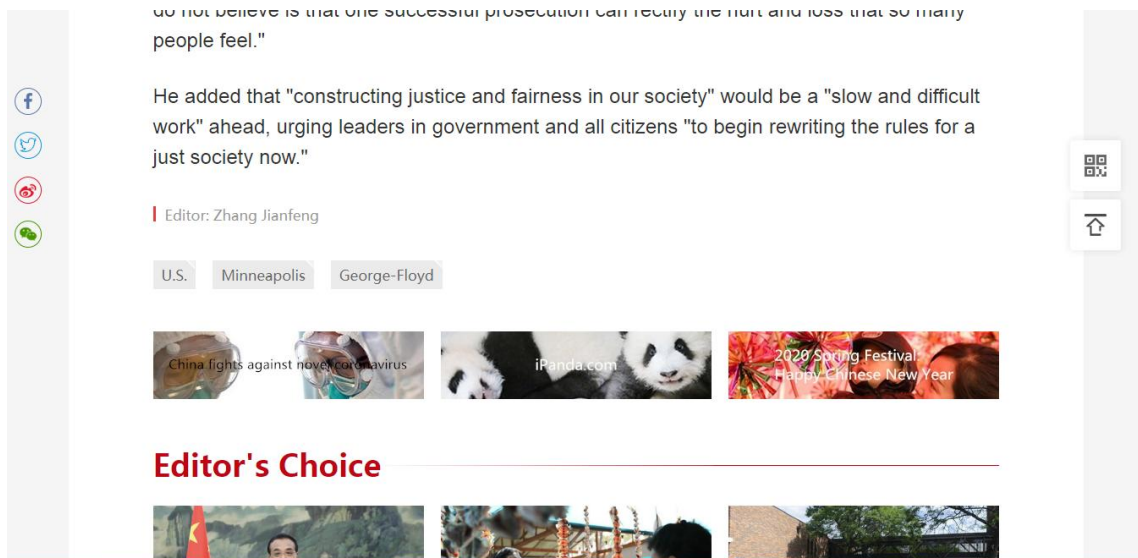


Görsel 3.66. RT Hipermetin Kullanımı

Kaynak: <https://www.rt.com/news/490899-iran-zarif-prisoner-exchange/> Erişim Tarihi: 05.06.2020

CCTV English

CCTV English web sitesi hipermetin kullanımı bağlamında incelendiğinde ise diğer internet sitelerine göre bir adım geride kaldığı söylenebilir. Öyle ki; metin içerisinde bağlantılara imkan sunulmayan internet sitesinde yalnızca haber içeriklerinin alt kısmında yer alan anahtar kelimeler ile ilgili konularda site içerisinde yer alan haberlere erişim imkanı sunulmaktadır.



Görsel 3.67. CCTV English Hipermetin Kullanımı

Kaynak: <https://english.cctv.com/2020/06/04/ARTIKauUtQAe9DVIfrwosyB200604.shtml> Erişim Tarihi: 05.06.2020

SONUÇ

Sanayi devrimi ile birlikte baş gösteren ve özellikle geçtiğimiz asırda ivme kazanan teknolojik ilerlemeler yeni milenyum sonrasında ise gelişme hızını ciddi manada arttırmıştır. Küreselleşme ve deregülasyon gibi olgularla birlikte yaşanan tüm teknolojik ilerlemeler hayatın her alanında olduğu gibi medya sektöründe de köklü değişimlere neden olmuştur. Medya sektöründe yaşanan bu köklü değişimlerin temelinde ise dijital teknolojilerde yaşanan gelişmeler yatmaktadır.

Dijital teknolojilerin gelişmesi artık dijital platformları hayatın bir parçası haline getirmiştir. Günümüzde artık milyarlarca insan dijital platformların aktif kullanıcısı durumundadır. Bu platformların en belirgin ve önceki nesil iletişim araçlarından ayırt edici özelliği eş zamanlı ve etkileşimli bilgi akışına olanak sağlıyor olmasıdır. Bu nedenle dijital platformlar artık bireyler için içerik ve bilgi paylaşımında vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tüm sektörlerde hali hazırda yoğun olarak kullanılan dijital platformlar medya sektöründe de etkilerini göstererek, medya kuruluşları için haber tüketicisine hızlı ve kolay şekilde ulaşma hedefiyle önemli bir araç olarak yerini almıştır. Günümüzde tüm özel veya devlet destekli medya kuruluşlarının kullanıcıya ulaşmada internet tabanlı platformları kullandıkları görülmektedir. Bu da artık geleneksel medya adı verilen anlayışın yavaş yavaş terk edilerek, yeni medya adı verilen ve temelinde dijital teknolojilerin yattığı bir medya anlayışını benimsemeleri ile sonuçlanmıştır.

Yeni medya geleneksel medyadan farklı olarak kullanıcıyla karşılıklı etkileşime olanak sağlayan, haber akışının üreticiden tüketiciye daha kolay ve hızlı sağlandığı ve ülkeler arasındaki sınırların neredeyse ortadan kalktığı bir habercilik anlayışını temsil etmektedir. Artık bilgi akışı sadece geleneksel medyanın iletişim araçları olan radyo, televizyon veya gazete gibi araçlarla sağlanmamaktadır. Dijital teknolojilerin de gelişmesiyle artık bilgi akışı yeni araçlar üzerinden yapılmakta, bu araçlar aynı zamanda geleneksel medyanın iletişim araçlarını da kapsamaktadır. İnternet siteleri, mobil uygulamalar, sosyal medya platformları gibi internet tabanlı ortamlar temel olarak yeni medyanın iletişim araçları arasında yer almaktadır.

İnternet siteleri artık günümüzde neredeyse tüm özel ve kamu kuruluşları tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Yeni medyanın iletişim araçları arasında da başı çeken internet siteleri medya kuruluşlarının da haber tüketicisine ulaşmada faydalandığı en önemli platformlar olma özelliği taşımaktadır. Günümüzde internet sitelerini özel sermaye ile kurulan haber kuruluşlarının yanı sıra kamu hizmeti yayıncılığı yapan haber kanallarının da yoğun olarak kullandıkları ve bu konuda oldukça da etkin oldukları görülmektedir.

Bu çalışmada kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı ile haber içeriği üreten uluslararası haber kanallarının internet sayfaları, nitel içerik analizi yöntemiyle incelenerek, yeni medyanın etkileşim unsurları bağlamında belirlenen kriterler doğrultusunda karşılaştırılmaktadır. Bu kapsamda uluslararası ölçekte haber yayını yapan seçilmiş 6 devlet destekli haber kanalına ait internet siteleri yeni medya kriterleri doğrultusunda incelenmekte ve internet sayfaları üzerinden yeni medyaya uyumları noktasında bir karşılaştırma yapılmaktadır. Bu anlamda günümüz yeni medyasında kamusal yayıncılığın önde gelen örnekleri olarak ilgili haber kanalları artıları ve eksileri ile tartışılmaktadır. Türkiye haber kanalı TRT World, Birleşik Krallık (UK-İngiltere) haber kanalı BBC News, Fransa haber kanalı France24, Almanya haber kanalı DW News, Rusya haber kanalı Russia Today ve Çin haber kanalı CCTV English'e ait internet siteleri bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Çalışmada seçilen internet sayfalarının temel olarak yeni medyanın etkileşim unsurları olan dijitalleşme, etkileşimlilik, çoklu ortam ve hipermetinsellik özelliklerinden yola çıkılarak ve literatür takip edilerek çalışmanın amacına uygun şekilde belirlenen 17 kriter doğrultusunda nitel bir içerik analizi temelinde çözümlemesi yapılmıştır. Çalışmada, çalışmanın amacına uygun olarak tarama modeli benimsenmekte ve durum saptaması yapılmaktadır. Bu şekilde çalışmada seçilen internet siteleri için tarama modeli ile mevcut durumu değiştirmeden durumun var olan şekliyle betimlenmesi ve nihayetinde bir karşılaştırma yapılması hedeflenmiştir. İlgili kriterler doğrultusunda yapılan analiz sonuçları ise Tablo 3.1'de özetlenmektedir.

Tablo 3.1. Karşılaştırmalı Tablo

	Kanal logosu ve konumu	Kanal Web Sitesinin Tasarımı	Ana manşet haberi	Güncelleme bilgisi	Görsel zenginlik	Canlı yayın (Watch live) imkanı	Sosyal medya uzantıları	Farklı dil seçenekleri	Feedback (geri bildirim) özelliği	İletişim ve Erişim Bilgileri	Yazı Tipi ve Boyutu	Haber Kategorileri (Türleri)	Çerez (Cookies) Kullanımı	Mobil Uygulama Uzantıları	Kullanıcı Etkileşim Olanığı	Sesli Haber Dinleme Özelliği	Hipermetin Kullanımı
TRT World	Turkuaz ve beyaz tonlarda, ortali	Görece koyu arka plan, görsel ağırlıklı	Ekranı kaplayan bir görsel ile tek manşet	Sık güncelleme	Zengin görsel içerik	Var	4 farklı sosyal medya uzantısı	Sadece İngilizce	Var	Adres, e-posta ve telefon bilgileri	Farklı boyutlar, Helvetica ağırlıklı	6 bölge ve 4 konu başlığı	Var	Var	Feedback ve subscribe seçeneği	Listen to the daily news brief seçeneği	Var
BBC News	Siyah ve beyaz tonlarda, sola dayalı	Beyaz arka plan, görsel ağırlıklı	Büyük bir görsel ile tek manşet	Sık güncelleme	Zengin görsel içerik	Var	3 farklı sosyal medya uzantısı	34 farklı dil seçeneği	Var	E-posta ve telefon bilgileri	Farklı boyutlar, Helvetica	2 bölge ve temelde 7 konu başlığı	Var	Var	Contact BBC News ve BBC News alert seçeneği	Listen live seçeneği	Var
France 24	Açık mavi ve beyaz tonlarda, sola dayalı	Beyaz arka plan, görsel ağırlıklı	Ekranı yarısı kadar bir görsel ile tek manşet	Sık güncelleme	Zengin görsel içerik	Var	6 farklı sosyal medya uzantısı	4 farklı dil seçeneği	Var	Yok	Farklı boyutlar, Arial	6 bölge ve 4 konu başlığı	Var	Var	Contact us seçeneği	Yok	Var
DW News	Mavi ve beyaz tonlarda, sola dayalı	Beyaz arka plan, görsel ve metin ağırlığı dengeli	Ekranı kaplayan bir görsel ile tek manşet	Sık güncelleme	Kısmen zengin görsel içerik	Var	2 farklı sosyal medya uzantısı	31 farklı dil seçeneği	Var	Adres, e-posta ve telefon bilgileri	Farklı boyutlar, Arial ve Georgia	2 bölge ve temelde 5 konu başlığı	Var	Var	Feedback seçeneği	All media content seçeneği	Var

RT	Yeşil ve siyah tonlarda, sola dayalı	Beyaz arka plan, metin ağırlıklı	Büyük görseller ile 5 farklı manşet	Sık güncelleme	Kısmen zengin görsel içerik	Var	4 farklı sosyal medya uzantısı	6 farklı dil seçeneği	Var	E-posta ve telefon bilgileri	Farklı boyutlarArial	3 bölge ve 2 konu başlığı	Var	Var	Conversasyon ve subscribe seçeneği	Podcast seçeneği	Var
CCTV English	Kırmızı ve beyaz tonlarda, sola dayalı	Beyaz arka plan, görsel ve metin ağırlığı dengeli	Büyük görseller ile 6 farklı manşet	Aralıklı güncelleme	Kısmen zengin görsel içerik	Var	5 farklı sosyal medya uzantısı	3 farklı dil seçeneği ve farklı Çince lehçeleri	Yok	Yok	Farklı boyutlar, Helvetica Yazı boyutu seçeneği.	Yok	Bilgi yok	Var	Zayıf etkileşim	Yok	Kısıtlı olarak var

Araştırma bulgularından elde edilen genel sonuca göre çalışmaya konu olan kamu hizmeti anlayışıyla yayın yapan uluslararası haber kanallarının yeni medyaya uyum sağlamada oldukça başarılı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte her ne kadar yeni medyanın araçlarını aktif olarak kullanıyor olsalar da, incelenen kriterler çerçevesinde haber kanallarının web sitelerinin bazı noktalarda birbirlerinden farklılaştığı görülmektedir.

TRT World internet sitesinin göze çarpan en ayırt edici özelliği sitenin tasarımıyla ilgilidir. Çalışmada incelenen diğer tüm haber kanallarında tamamen beyaz tonlarda bir arka plan tercih edilmesine rağmen TRT World, haber içeriklerini görece daha koyu tonlarda bir arka planda sunmayı tercih etmektedir.

TRT World internet sitesinin bir diğer ayırt edici özelliği ise açılan herhangi bir ekranda kullanıcının karşısına çıkan feedback seçeneğidir. Feedback seçeneğinin bu denli hızlı ve kolay ulaşılabilir olması site yetkililerinin geri bildirimlere verdiği önemi göstermektedir. Aynı zamanda internet sitesinin bu anlamda kullanıcı dostu olduğunu söylemekte mümkündür.

TRT World internet sitesinde göze çarpan en büyük eksiklik ise farklı dil seçeneklerinin yer almamasıdır. Her ne kadar TRT'nin farklı dillerde yayın yapan internet siteleri bulunsa da TRT World üzerinden farklı dillerde haber içeriklerine ulaşmak isteyen haber tüketicilerinin bu tür bir hizmetten faydalanamayacakları görülmektedir. İncelenen diğer tüm internet sitelerinde en az bir farklı dil alternatifi sunulduğu göz önüne alınırsa, uluslararası ölçekte yayın yapan TRT World'ün de bu konuda kullanıcılarına zamanla yeni alternatifler sunması gerekmektedir. Sonuç olarak TRT World internet sayfasının genel olarak yeni medyanın etkileşim unsurları çerçevesinde belirlenen kriterleri taşıdığı anlaşılmaktadır.

Kamu hizmeti yayıncılığının lokomotifi sayılan BBC'nin uluslararası ölçekte yayın yapan çok sayıda kanalı hali hazırda dünya kamuoyuna hizmet vermektedir. Rakiplerine göre daha köklü bir kurum olan BBC'nin birçok noktada rakiplerinin bir adım önünde olduğu açıktır. Bu durum BBC'nin haber kanalı olan BBC News'in internet sitesinden de rahatlıkla görülebilmektedir.

BBC News özellikle görsel zenginlik ve farklı dil seçenekleriyle incelenen diğer haber kanalları arasında gözle görülür bir fark yaratmaktadır. BBC News haber sunumlarında

fotoğraf, video, gif gibi çeşitli görsel içeriklerin yanı sıra sanal gerçeklik uygulamaları gibi özellikle son on yılda gelişen görsel teknolojileri de kullanıcıları ile buluşturmaktadır. Aynı zamanda diğer haber haber sitelerine göre daha köklü bir geçmişe sahip olması dünya genelinde daha yaygın bir ağa sahip olmasına olanak sağlamaktadır. Bu da dünyadan daha fazla fotoğraf ve video gibi görsel içerikleri kullanıcılarına ulaştırmasını mümkün kılmaktadır.

BBC News internet sitesinde İngilizce ile birlikte 34 farklı dilde haber yayını yapıldığı görülmektedir. Bu özelliği ile BBC News'in rakiplerinin oldukça önünde olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Aynı zamanda BBC News, Contact BBC News ve BBC News Alert gibi sunduğu seçeneklerle kullanıcı etkileşimi noktasında da ön planda olduğunu söylemek mümkündür.

Fransa'nın uluslararası ölçekte yayın yapan devlet destekli kanalı France24 haber sitesinde kullanıcıyı diğer haber sitelerine benzer bir görsellik ve içerik çeşitliliği ile karşılamasına rağmen sitenin bazı konularda farklılaştığı görülmektedir. Örneğin, France24 haber sitesi 6 farklı sosyal medya uzantısı ile sosyal platformlardaki çeşitliliği en yüksek olan kanal olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki, Dailymotion ve SoundCloud gibi diğer kanalların kullanmadığı ya da en azından internet siteleri üzerinden bağlantılarına yer vermediği farklı dijital platformları da kullandıkları ve bu platformlar aracılığıyla da haber tüketicisine ulaştıkları görülmektedir.

Öte yandan France24 internet sitesindeki en önemli eksiklik olarak kullanıcıya sesli haber sunumu ile ilgili bir hizmetin sunulmamış olmasıdır. Bu da kanalın internet sitesinin yeni medyanın multimedya (çoklu ortam) kullanımını açısından yeterince kullanıcı dostu olarak tasarlanmadığı şeklinde yorumlanabilir. Benzer şekilde kanalın iletişim bilgilerine site içerisinde yer verilmemiş olması da kullanıcı etkileşimi anlamında bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Alman haber kanalı olan DW News'in ise görsel zenginlik noktasında BBC News, TRT World ve France 24'ün bir adım gerisinde olduğu söylenebilir. Kanalın internet sitesinin görsel ve metinsel anlamda daha dengeli tasarlandığı gözlerden kaçmamaktadır. Kanalı incelenen diğer kanallar arasında üstün kılan en önemli özelliği ise sunduğu dil seçenekleridir. Almanca ile birlikte 31 farklı dil seçeneğinin yer aldığı internet sitesinde kullanıcıya sunulan dil seçeneklerinden biri de Türkçe'dir.

DW News'in göze çarpan bir diğer özelliği ise haber kategorileri ile ilgilidir. Temel olarak 5 farklı konu başlığı ile haberlerin kategorize edildiği sayfada A'dan Z'ye seçeneği ile kullanıcıların hemen hemen her konuda sınıflandırılmış haber içeriklerine ulaşmalarına olanak sağlanmaktadır. Sitede yalnızca 2 sosyal medya bağlantısına yer veriliyor olması ise özellikle sosyal medyanın oldukça aktif kullanıldığı bu günlerde önemli bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca bu uzantılara haber içeriklerinde bazen yer veriliyor olması da kullanıcıların DW News'in sosyal medya hesaplarına ulaşmalarını zorlaştırdığını göstermektedir.

Rus haber kanalı RT'nin ise ilk bakışta göze çarpan en önemli farkı, kullanıcılarına görsel açıdan zengin bir siteden ziyade metin ağırlıklı olarak tasarlanmış bir internet sitesi sunuyor olmasıdır. Sitede yine çok sayıda fotoğraf veya videoya yer verildiği görülse de site içerisindeki yoğun metin kullanımı gözlerden kaçmamaktadır. Bu durumun, görselliğin ön planda olduğu günümüz medyasında önemli bir eksiklik olabileceği düşünülmektedir.

Öte yandan 6 farklı dil seçeneği ile bu noktada iyi bir konumda olan internet sayfasının "conversation" seçeneği ile kullanıcı ile anlık etkileşim noktasında diğer haber siteleri içerisinde ön planda olduğunu da söylemek gerekir. Bu seçenek ile RT'nin kullanıcılarına haber içeriklerine dair anlık yorum yapabilme ve aynı zamanda kullanıcıların ilgili haber üzerinde tartışabilmelerine olanak sağladığı görülmektedir. Ancak yapılan yorumların editöryal bir süzgeçten geçip geçmediği veya farklı nedenlerle sansürlenip sansürlenmediği belirtilmemektedir.

Çin'in devlet destekli kamusal haber ajansı CCTV ise uluslararası ölçekte kullanıcılarına CCTV English sitesi ile ulaşmaktadır. Kanalın internet sitesi üzerinde yapılan incelemede sitenin birçok noktada incelenen diğer haber sitelerinin bir adım gerisinde olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle sitenin daha geniş zaman aralıklarıyla güncelleniyor olması diğer haber kanalları arasında CCTV English için önemli bir dezavantaj olarak görülmektedir. Özellikle de habercilikte hızın bu kadar arttığı ve önemli olduğu günümüz yeni medyası açısından bu durum büyük bir eksiklik olarak değerlendirilebilir.

Öte yandan CCTV English sitesinde sesli haber sunumunun olmaması, feedback seçeneğinin yer almıyor olması, kanalın adres, e-posta veya telefon bilgilerine internet

sitesinde yer verilmemesi ve çerez kullanımına dair bilgilere ulaşılamaması da kullanıcı etkileşimi ve şeffaflık açısından önemli bir eksiklik olarak görülmektedir. Burada dünyadaki birçok devlete göre daha kapalı bir rejime sahip olan Çin'in benimsediği devlet politikalarının etkisinin de olabileceği düşünülmeyle birlikte, yerel dillerde yayın yapan internet sitelerinde bu hizmetlerin sunulup sunulmadığı da bilinmemektedir. Öte yandan CCTV English web sitesinde haber içeriklerinde yazı boyutunun kullanıcı tarafından değiştirilebilir olması sitenin kullanılabilirlik açısından öne çıkan en önemli özelliği olarak görülmektedir.

Bu çalışmada temel olarak devlet destekli kamu yayıncılığı yapan uluslararası haber kanallarının internet siteleri yeni medyaya entegrasyonları bağlamında incelenmektedir. Çalışmanın verilerinden hareketle, genel olarak incelenen haber sitelerinin birçok noktada yeni medyaya uyum sağlama çabasında oldukları, hatta sahip oldukları devlet desteği ile birtakım konularda özel sermayeli haber kanallarının dahi ilerisinde oldukları söylenebilir. Ayrıca incelenen haber sitelerinin birçok noktada benzeştiği ancak gerek ekonomik ve kültürel faktörler nedeniyle gerekse devlet politikalarından kaynaklı sebeplerle farklılıklar gösterdiği anlaşılmaktadır. Sonuçlar yeni medyanın dijitalleşme, hipermetinsellik ve multimedya kullanımı gibi üstünlüklerinden faydalanma ve yeni teknolojilere uyumlanma açısından değerlendirildiğinde söz konusu kanallar arasında kamu hizmeti yayıncılığının lokomotif olarak görülen BBC'nin özellikle bir adım önde olduğu görülmekle birlikte, Çin'in CCTV kanalı dışında incelenen diğer haber kanallarının da aralarındaki birtakım farklılıklara rağmen internet sitelerini yeni medyanın haber tüketicilerinin beklentilerine yönelik olarak düzenlemeye dikkat ettikleri söylenebilir. Öyle ki, analiz sonuçları yeni medyanın temel unsurları bağlamında değerlendirildiğinde incelenen internet sitelerinin genel olarak yeni medyanın dijitalleşme, multimedya ve hipermetinsellik gibi ayırt edici özelliklerini taşıdığı ancak etkileşimlilik konusunda birtakım eksikliklerin halen devam ettiği de görülmektedir. Bu noktada, çalışmaya konu olan web siteleri özelinde kamusal haber kanallarının internet sitelerinde yeni medyanın başlıca unsurlarına yer vermeye özen gösterdiklerini ancak özellikle kullanıcılarla etkileşim konusunda geliştirilmesi gereken birtakım noktalar olduğunu söylemek mümkündür.

Bu doğrultuda, amacı kamuoyunu doğru ve güvenilir şekilde bilgilendirmek olan kamu yayıncılığının, hedef kitleye ulaşmada yeni medyanın dijitalleşme, multimedya ve

hipermetinsellik gibi avantajlarından faydalandığını ve haber tüketicilerinin habere kolay ve hızlı erişim, farklı sayfalar ve içerikler arasında rahat dolaşım, yazılı, görsel ve işitsel haber hizmetlerine erişim, sosyal medya bağlantılarıyla paylaşım desteği gibi beklentilerine cevap verdiğini söylemek mümkündür. Diğer yandan ise incelenen internet sitelerinde haber üreticisiyle veya diğer kullanıcılarla doğrudan etkileşime geçmeye yönelik imkanlar sınırlı düzeyde tutulduğundan etkileşimlilik açısından karnelerinin zayıf olduğunu söylemek mümkündür. Sonuç olarak, (doğrudan veya dolaylı) devlet desteğiyle uluslararası ölçekte hizmet veren kamu yayıncıları; haber üretme ve yaymada teknolojik yeniliklerin sunduğu kolaylık ve avantajlardan yararlanmakla birlikte, hem geleneksel medyadan farklılaşmanın en önemli nedenlerinden biri, hem de yeni medyaya entegrasyon sürecinin vazgeçilmez unsurlarından olan kullanıcıyla etkileşim boyutunda çekimser davranmaktadırlar. Bu durumu da, teknolojik yetersizliklerden ziyade söz konusu haber kanallarının içinde buldukları toplumsal ve politik atmosferin şartlarıyla açıklamak mümkündür.

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2006). *Türkiye’de medya endüstrisi neoliberalizm çağında mülkiyet ve kontrol ilişkileri*. Ankara:Ütopya Yayınevi
- Akarcalı, S.(1997). *Türkiye’de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci*. Ankara:Punto Matbaacılık
- Akın, M. (2002). *Altın makas RTÜK*. İstanbul: Ecem Matbaacılık
- Aktaş, İ. (2006). Kamusal Yayıncılık ve Yüksek Kültür Oluşumunda TRT’nin Etkisi. Radyo-Televiyon Yayınları Kamuoyu Araştırmaları Platformu
- Akyıldız, F. (2019). Habere ulaşmada geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı
- Altunlu, H. (2019). İnternet tasarımı. H.İ. Gürcan (Ed.). *İnternet yayıncılığı içinde* (147-175). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi
- Atabek, Ü. (2005). İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar. Sevda Alankuş (der.). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya içinde* (61–90). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Avşar, Z. (2005). Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Uluslararası Yaklaşımlar ve Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu. *Yeni Düşünceler*, 1(1), 93-124
- Aziz, A. (1981). *Radyo ve televizyona giriş*. Ankara: AÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları
- Aziz, A. (1982). *Radyo ve televizyonla eğitim*. Ankara: AÜ Eğitim Fakültesi Yayınları
- Aziz, A. (2010). *İletişime giriş*. Ankara: Hiperlink Yayınları.
- Aziz, A. (2013). *Televizyon ve radyo yayıncılığı*. İstanbul:Hiperlink Yayınları
- Bahadıroğlu, D. (2016). Osmanlıda dergicilik <https://www.makaleler.com/osmanlida-dergicilik> Erişim Tarihi: 05.04.2020
- Baştürk, E. (2013). Neoliberalizm ve Cumhuriyetçilik Arasında Bir Sınır-Kavram: *Kamusal Alan. Liberal Düşünce Dergisi*, 71, 123-151

- Baydar, Y. (2011). Vicdan misyoneri rolündeki yalnız kovboy: Kamu denetçisinin rolü. Medya Derneği (Ed.). *Profesyonel gazetecilik ve özdenetim Güneydoğu Avrupa ve Türkiye’de yeni medya, eski açmazlar içinde* (61-84). İstanbul: Baskı Atölye Ofset Matbaacılık.
- Binark, M. (2007). *Yeni medya çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları
- Birsen, H. (2012). İnternet yayıncılığı nedir? H.İ. Gürcan (Ed.). *İnternet yayıncılığı içinde* (2-21). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi
- Cankaya, Ö. (1997). *Dünden bugüne radyo televizyon*, İstanbul, Beta Yayınları.
- Collins, R. (2002). *Media and idendity in compemporary Europe, concequences of global convergence*, Intellect books
- Crisell, A., (1997) *An introductory history of british broadcasting*. New York: Routladge,
- Curran, J. (1997). *Medya ve demokrasi: yeniden değer biçme. medya kültür siyaset*, Süleyman İrvan (Der. ve Çev.), Ankara: Ark Yayınları
- Çakır, H. (2007) Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 123- 149.
- Çapar, S., Demir, R. ve Yıldırım, Ş.(2016). Kamu hizmet sunumunda idarecilerin işlevi. *Türk İdare Dergisi*, 481, 361-400
- Çaplı, B.(2001). *Televizyon ve siyasal sistem*. Ankara:İmge Kitabevi, Ankara
- Çatalbaş, D. (2000). Kamu Hizmeti Yayıncılığı Kurtarılmalı mıdır? Yeni Milenyumda Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve TRT’nin Konumu, *Siyasal İletişim*, Ankara, G.Ü. İletişim Fakültesi Basımevi, İletişim Dergisi Yayınları, 3-5 Mayıs 2000 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, s. 281-291.
- Dağtaş, E. (2014). *Kamusal alan ve medya*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Di Maggio, P., Hargittai, E. Neuman, W.R. ve Robinson, J.P. (2001). Social Implications of the Internet. *Annual Review of Sociology*. 27, 307–346
- Eker, A., Devrim, F., Savcı, H. ve Miroğlu, İ. (1993). Yeni Rehber Ansiklopedisi. Cilt No:7. İstanbul Türkiye Gazetesi Yayınları

- Elçin, A.B. (2012). Küreselleşmenin tarihçesi. Ankara
- Ersin, Nimet (2007). Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve TRT’de Program Üretim Süreci, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo-Tv ve Sinema ABD, Ankara
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis, Understanding New Media*, California: Sage Publications
- Franklin, B. (2001). *British television policy: a reader*. London:Routledge.
- Geray, H. (2003) *İletişim ve teknoloji uluslararası birikim düzeninde yeni medya politikaları* Ankara:Ütopya Yayınları.
- Golding, P. ve Murdock, G. (1997). Kültür, iletişim ve ekonomi politik. S. İrvan(Ed.) D. B. Kejanlıoğlu (Çev.), *Medya kültür siyaset* içinde. Ankara: Ark yayınevi
- Günalp, C. (2007). Kamu ve Özel Televizyon Yayıncılığında İzleyici Araştırmaları ve Ratingin Rolü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Ankara
- Günday, M. (2004), *İdare hukuku*. (9. Baskı) Ankara: İmaj Yayınevi
- Güneş, B. (2017). Televizyonun tarihsel gelişimi-tarihçesi
<https://www.beytullahgunes.com/2017/01/televizyonun-tarihsel-gelisimi-tarihcesi.html> Erişim Tarihi: 05.04.2020
- Gürsoy, A.B. (1999). TRT ve BBC ana haber bültenlerinin kamu haberciliği açısından karşılaştırmalı analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Anabilim Dalı
- Habermas, J. (2004). Kamusal alan. M. Özbek (Ed.) *Kamusal alan* içinde (95-102). İstanbul: Hil Yayın
- Hibberd, M. (2001) The reform of public service broadcasting in Italy, *Media Culture Society*, 23(2), 233-252.
- Holznagel, B. ve Jungfleisch C. (2007). The protection of viewer rights in Europe. P. Baldi ve U. Hasebrink (Ed.) *Broadcasters and citizens in Europe: trends in media accountability and viewer participation* içinde (53-74). Intellect Books

- Islas, O., Arribas, A. ve Gutierrez, F. (2018). The contribution of Alvin Toffler to the theoretical and conceptual imaginary of communication. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 648-661
- İlaslan, S. (2016). Politika ve piyasa sınırları bağlamında kamu hizmeti yayıncılığı: Türkiye’de AKP dönemi TRT tartışmaları. *Mülkiye Dergisi*, 40(2), 67-100.
- İnce, M. (2018). *Haber edinme aracı olarak internet ve internet haberciliği*. Konya: Eğitim Yayınevi
- İşten, İ. (2007). Kamu hizmeti kavramı ve unsurları. *Askeri Yüksek İdare Mahkemesi Dergisi*, 22
- Karasar, N.(2006). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel yayın Dağıtım
- Karatoprak, E. (2010). Kamu hizmetleri sunumunda benimsenen yeni yöntemler ve uygulamaların kontrolü. *Maliye Dergisi*, 159, 365-375
- Kaya, A.R. (1985), *Kitle iletişim sistemleri*. Ankara: Teori Yay.
- Kaya, R. A (2009) *İktidar yumağı medya-sermaye-devlet*. İstanbul: İmge Yayınları
- Keane, J. (1993). *Medya ve demokrasi*. Haluk Şahin (Çev.), İstanbul:Ayrıntı Yayınları
- Kejanlioğlu, D. B. (2004). *Türkiye’de medyanın dönüşümü*. Ankara:İmge Kitapevi.
- Keskinbıçkı, B. (2019). Yeni medya demokrasi ilişkisi: medyanın demokrasiyi işlevselleştirme potansiyeli üzerine bir çalışma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul
- Kırık, A. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (1), 230-261 .
- Kırık, M. A. (2012). İngiltere’de Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve Toplumsal Farkındalık Çerçevesinde BBC’nin Tarihsel Analizi. *Iib International Refereed, Academic Social Sciences Journal, International Congress on Culture and Society Special Issue*, 3(5),60-71.

- Kocabaşaoğlu, U. (1980). Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna (TRT Öncesi Dönemde Radyonun Tarihsel Gelişimi ve Türk Siyasal Hayatı İçindeki Yeri). Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, No.442
- Korkmaz, A. (2009). İnternet gazeteciliğinin kamuoyuna etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(2), 6-19
- Kutay P. ve Özçeri, A. (2006). Avrupa Birliği'nde Medya Hukuku ve Uygulamaları, İstanbul, Televizyon Yayıncıları Derneği Yayını.
- Larrain, G. (1995). *İdeoloji ve kültürel kimlik*. (Çev. N. Domaniç). İstanbul:Sarmal Yayınevi.
- McLuhan, M. Ve Powers, B.R. (2015). *Global köy*. (B. Öcal Düzgören). İstanbul:Scala Yayıncılık
- McMillan, J. S. (2006). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems. Leah A. Lievrouw & Sonia Livingstone (der.) *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs* içinde (205–229). London: Sage Publications.
- Mutlu, E. (1999), *Televizyon ve toplum*. Ankara: TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı
- Mutlu, E. (2001). Ne olacak bu kamu yayıncılarının hali. D. B Kejanlıoğlu, S Çelenk, G Adaklı (Der.), *Medya politikaları* içinde (23-78), Ankara: İmge
- Narin, B. (2017). *Gazetecilik 2.0 internet gazeteciliğinde hipermetinsellik*. Ankara: Gece Kitaplığı
- Nolan, D. (2006). Media citizenship and governmentality: defining “the public” of public service broadcasting, *Social Semiotics*, 16(2), 225-242
- Olgun, C.K. (2017). Neoliberal politikalar ekseninde medyanın dönüşümü. *Sosyolojik Düşün*, 2(2), 22-28
- Özbek, M. (2004). Kamusal alanın sınırları. M. Özbek (Ed.) *Kamusal alan* içinde (19-90) İstanbul: Hil yayınları
- Özkan Kutlu, T. (2018). *Yeni iletişim teknolojileri bağlamında yeni gazeteci kimliği*. Ankara: Gece Akademi

- Pavlik, J. (1998). *New media technology: cultural and commercial perspectives*. (2nd edition). Boston: Ally and Bacon
- Pekman, C. (1997). *Televizyonda özelleşme avrupa'da yayıncılığın değişim süreci*. İstanbul:Beta Yayınları.
- Sarı, O. (2018). Geleneksel medya ve yeni medyanın reklam politikaları açısından karşılaştırmalı analizi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği Bilim Dalı
- Stevenson, N. (2008). *Medya kültürleri* (Çev. Göze Orhon ve B. Engin Aksoy). Ankara:Ütopya Yayınevi
- Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). *İçerik analizi ve uygulama örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Taylan, A. (2019). Ana akım medyanın kamu yararıyla imtihanı: kitlesel fonlama kamu yararına katkı verebilir mi? H. Köse (Ed.). *Kamusuz yararlar ülkesi, sağ popülist siyaset çağında medya ve kamu yararı ilkesi içinde* (105-140). Ankara: Ütopya Yayınevi
- Topuz, H. (2008). *Kamu hizmeti yayıncılığı*. İlad İletişim Araştırmaları Derneği
- Törenli, N. (2005). *Yeni medya yeni iletişim ortamı*. Ankara:Bilim ve Sanat Yayınları.
- Turam, E. (1994). *Medyanın siyasal hayata etkileri*. İstanbul:İrfan Yayıncılık
- Ulusoy, A. (2004). *Kamu hizmeti incelemeleri*. İstanbul: Ülke Kitapları
- Uslu, İ. (2011). Televizyon Yayıncılığında Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Radyo Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Van Dijk, J. (1999). *The network society: social aspects of new media*. London: Sage Publications.
- Yapar, A. (2012). TÜRK dergiciliğinin sorunları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 10, 65-69
- Yazıcı, A. N. (1999) *Kamu yayın kurumları ve yeniden yapılanma*. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.

Yengin, H. (1994). *Ekranın büyüüsü: batıda değişen televizyon yayıncılığının boyutları ve Türkiye’de özel televizyonlar*. İstanbul:Der Yayınları.

İnternet Kaynakları

<http://english.cctv.com/live/>Erişim Tarihi: 15.05.2020

http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Radyo%20Televizyon%20Tarihi.pdf Erişim Tarihi: 09.01.2020

https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/68774/mod_resource/content/0/acik%20ders%206_T%C3%BCrkiye%201.pdfErişim Tarihi: 09.01.2020

https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/68774/mod_resource/content/0/acik%20ders%206_T%C3%BCrkiye%201.pdf Erişim Tarihi: 09.01.2020

<https://trtkurumsal.trt.net.tr/Uploads/application/pdf/2015-02-17-13.42.00/fc2378f865884f03b7e76c82fbae6064.pdf> Erişim Tarihi: 10.12.2019

<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> Erişim Tarihi: 05.05.2020

<https://www.bbc.co.uk/iplayer/> Erişim Tarihi: 15.05.2020

<https://www.bbc.co.uk/usingthebbc/cookies/> Erişim Tarihi: 18.05.2020

<https://www.bbc.com/aboutthebbc> Erişim Tarihi: 09.05.2020

<https://www.bbc.com/news/10628323> Erişim Tarihi: 18.05.2020

<https://www.dw.com/en/about-dw/profile/s-30688> Erişim Tarihi: 12.05.2020

<https://www.dw.com/en/coronavirus-special-podcast-13-why-covid-19-school-closures-in-africa-mean-more-than-just-missed-classes/av-53453863/> Erişim Tarihi: 18.05.2020

<https://www.dw.com/en/european-union-general-data-protection-regulationgdpr-valid-may-25-2018/a-18265246> Erişim Tarihi: 18.05.2020

<https://www.france24.com/en/about-us> Erişim Tarihi: 12.05.2020

<https://www.francemediasmonde.com/en/contact?brand=f24> Erişim Tarihi: 16.05.2020

<https://www.francemediasmonde.com/en/cookies> Erişim Tarihi: 18.05.2020

<https://www.rt.com/about-us/> Erişim Tarihi: 12.05.2020

<https://www.rt.com/news/488897-moscow-devastated-coronavirus-cnn/> Erişim Tarihi: 18.05.2020

<https://www.rt.com/privacy-policy/>Erişim Tarihi: 18.05.2020

<https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf> Erişim Tarihi: 11.01.2020

<https://www.similarweb.com/>Erişim Tarihi: 10.05.2020

<https://www.trt.net.tr/anasayfa/uygulamalar.aspx> Erişim Tarihi :30.03.2020

<https://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx> Erişim Tarihi: 10.01.2020

<https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce.aspx> Erişim Tarihi: 11.01.2020

<https://www.trt.net.tr/kurumsal/YayinIlkelerimiz.aspx> Erişim Tarihi: 11.01.2020

<https://www.trthaber.com/haber/medya/trt-world-forum-istanbuldan-dunyaya-degisim-ilhami-337424.html> Erişim Tarihi: 05.05.2020

<https://www.trtworld.com/cookie-policy> Erişim Tarihi: 22.04.2020

<https://www.cctv.com/>

<https://www.rt.com/>

<https://www.france24.com/>

<https://www.dw.com/en/>

<https://www.bbc.com/news>

<http://www.trt.net.tr/>