

# İnternet Gazeteciliğinde Kullanılan Kurumsal Haber Kaynaklarının Analizi: BBC Türkçe Örneği

Muzaffer Şahin, Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, muzaffer.sahin@hbv.edu.tr

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9589-3996>

Gülçin Uçak, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, gulcin.ucak@hbv.edu.tr

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4212-1874>

Geliş Tarihi: 24.09.2020, Kabul Tarihi: 22.10.2020

## Öz Abstract

İnternet gazeteciliğinde kullanılan kurumsal haber kaynaklarının çeşitliliği ve bu kaynakların isimlerinin haberlerde belirtilmesi güven sağlayıcı bir unsurdur. Güvenilir internet gazeteleri daha çok izlenmekte, haber etkileşimi yaratmakta ve gündem belirlemektedir. Bu çalışma yerel dilde yayın yapan BBC'nin Türkçe haberleri üzerinde betimsel analiz yöntemi kullanılarak

hazırlanmıştır. BBC Türkçe'de, bir örnek konu olarak seçilen "Barış Pınarı Harekatı" ile ilgili yayınlanan 88 haberde 127 kurumsal haber kaynağı kullandığı belirlenmiştir. BBC Türkçe'nin kurumsal haber kaynağı kullanma ilkesinin, izlenirlik, haber etkileşimi ve gündem belirlemede pozitif etki yarattığı değerlendirilmiştir.

## Analysis of Corporate News Sources Used in Online Journalism: BBC Turkish Case Study

The diversity of the corporate news sources used and referenced in the internet news brings an element of trust in online journalism. Reliable and trusted online news sources are consumed more often, sets the agenda, and creates an interactive environment. Utilizing the descriptive analysis method, this study focuses on BBC Turkish news which broadcasts news in

the local language. As a case study, 88 BBC Turkish news stories on the 'Operation Peace Spring' were reviewed, and it was determined that 127 corporate news sources were referenced in them. It has been evaluated that the principle of using corporate news sources, like in the BBC Turkish example, has a positive impact on online news consumption, interactivity, and agenda-setting.

## Anahtar Kelimeler

## Keywords

İnternet Gazeteciliği, Yeni Medya, Kurumsal Haber Kaynağı, Bbc Türkçe

Internet Journalism, New Media, Corporate News Sources, Bbc Turkish

## Giriş

İnternet'in 1960'lı yıllarda kullanılmaya başlaması, 1990'lı yıllardan itibaren hızının artması ve ucuzlaması, toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel alanlarda yenilikleri de beraberinde getirmiştir. Bunların yanı sıra internet, gazetecilikte yeniliğin merkezi olmuştur. Yeni medyanın teknolojik temelleri üzerinde yükselen internet gazeteciliği geleneksel medya haberciliğinde dönüşüme neden olmaktadır. Buna göre, gazeteler ve televizyon kanalları yalnızca geleneksel yayınlarını sürdürmeyi yeterli bulmamakta, internet siteleri, mobil uygulamalar gibi yeni medya alanlarında da yayınlarını sürdürmeye devam etmektedirler (Parlak, 2018: 60). Yeni teknolojik gelişmeler izleyici/okuyucu kitlenin haber alma alışkanlıklarında değişim yaşanmasına neden olmuştur. Günümüzde izlerkitle, ucuz, çoğunlukla ücretsiz, hızlı ve her an her yerden kolaylıkla ulaşılması gibi özellikleri nedeniyle internet gazetelerini tercih etmeye başlamıştır. Ancak internet gazeteciliğinde güvenilirlik daha da ön plana çıkmaya başlamıştır. İnternet gazetesi ile okur arasında güven ilişkisinin tesis edilmesi çok önemli pozitif ayrışma yaratmaktadır. Güven tesis eden internet gazeteleri izlenme ve etkileşim oranlarında rakiplerini geçmektedir. İnternet gazeteciliğinde üretilen her haber için doğruluk ve güvenilirlik önemli hale gelmekte, bu iki unsur internet gazetelerinin izlenme ve etkileşim yaratma özelliğine önemli katkılar sağlamaktadır. Binark ve Bayraktutan'a göre (2013: 39) yeni medyada, dört temel unsur haberin doğruluğu ve güvenilirliğini olumsuz yönde etkilemektedir: 1-İçeriğin asıl kaynağının gösterilmemesi, 2-Üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğu teyit edilmeden yayınlanması, 3-Haber ve ticari enformasyonun sınırlarının belirsizleşmesi, 4-Yanıltıcı etiketlendirme ve başlıklandırmaya başvurulması.

İnternet ve yeni enformasyon teknolojilerinin kamusal enformasyonun süreç, biçim ve içerik olarak dönüştürülebilirliği, mesleki sürdürülebilirliğini tehdit etmeye başladığı noktada gazeteciler, kurumsal yapılar, gazetecilik öğrencileri mesleğin değişimi üzerine çalışmaya başlamışlardır. Çalışmaların bağlamı ise araştırmacıların niyetleri ile biçimlenmektedir (Hülür ve Yaşın, 2017: 27). Bu çalışmanın niyeti ise yabancı bir yayın organı olarak Türkiye'ye yönelik yayın yapan BBC Türkçe internet gazetesinin kurumsal haber kaynaklarını analiz edip yorumlamaktır.

Birleşik Krallık devletine ait kamusal bir yayın kuruluşu olan BBC uluslararası çapta yayıncılık yapan bir medya kuruluşudur. BBC ana medya kuruluşu Birleşik Krallık'ta, BBC World uluslararası ortamda "etkili habercilik" rolü üstlenmiştir. BBC Türkçe ([www.bbc.com/turkce](http://www.bbc.com/turkce)) ise yerel dilde Türkiye'ye yönelik yayınlarıyla zaman zaman ülke gündemini belirleyebilmektedir. BBC Türkçe'nin son yıllarda daha çok Türk gazeteci istihdam etmesinin yanı sıra Türkiye'de izlenme ve etkileşim kapasitesini giderek artırması dikkat çekicidir. BBC Türkçe Türkiye'de yayın yapan yabancı internet gazeteleri arasında etkili bir yayın organı haline gelmektedir. 2020 yılı Şubat ve Mart ayında Türkiye bazında yapılan bir araştırmaya göre (BuzzSumo) BBC Türkçe'nin, Türkiye'nin Suriye bağlamındaki haberleri ile ülke içi haber etkileşiminde yenisafak.com ve [tr.sputniknews.com](http://tr.sputniknews.com)'dan sonra üçüncü sırada yer edindiği ortaya konulmuştur (Kırdemir, 2020: 18). BBC Türkçe Türkiye'de çok sayıda rapor, bilimsel çalışma ve araştırmaya da konu olmaktadır. 2019 yılında yayımlanan Uluslararası Medya Kuruluşlarının Türkiye Uzantıları isimli rapor (Çağlar, Akdemir, Toker) yurt içi ve yurt dışında önemli tartışmalara konu olmuş, raporun ilk bölümü BBC Türkçe ile ilgili olması nedeniyle BBC editörlüğünce bir açıklama yayınlanarak kendi yayıncılık ilkelerine atf yapılmıştır (BBC Açıklama, 2019). BBC'nin kurumsal olarak akademik çalışmalara da konu edildiği gözlenmektedir. Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi'nde (<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>) BBC anahtar kelimesi ile yapılan taramada 3 doktora ve 10 yüksek lisans tezine rastlanmıştır. Tez konuları; BBC ile diğer yayın kuruluşlarının karşılaştırılması, tarafsızlık olgusu, bölgesel sorunlara yaklaşım, kültür aktarımı, kurumsal söylem, küresel

etkileşim, kamu haberciliği, küresel örnek olarak internet yayıncılığı, 11 Eylül olaylarının ele alınışı, kamusal habercilik anlayışının karşılaştırmalı incelenmesi gibi konuları içermektedir. Ayrıca Dergipark'taki (<https://dergipark.org.tr/en/search?q=BBC&section=articles>) hakemli dergi kayıtlarında doğrudan BBC konulu 10 makale çalışması mevcuttur. Makaleler; uluslararası yayıncılıkta değişen pratikler, medya etiği, uluslararası medyada ülke temsilcileri, haber söyleminde medya turizm ilişkisi, İran-BBC, ekonomi politik inceleme, çevre sorunları haberleri, sosyal medya paylaşımları, yerelin küreselleşmesi, savaşın çerçevelenmesi konularını içermektedir.

BBC Türkçe'nin Türkiye'deki yabancı yayınlar içinde "güvenilir haber" algısı ile izlenme ve haber etkileşim oranını artırması, kurumsal haber kaynaklarının çeşitliliği ve bunların isimlerini haberlerinde belirtmesinden kaynaklanmaktadır. Binark ve Bayraktutan'ın yukarıda aktardığımız tespitlerine göre (2013: 39) yeni medyada içeriğin asıl kaynağının gösterilmemesi haberlerin doğruluğu ve güvenilirliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu çalışmada BBC Türkçe internet gazetesinin kurumsal haber kaynakları bir haber örneği üzerinden incelenerek betimsel analiz yöntemiyle yorumlanmıştır. Araştırmada BBC Türkçe internet gazetesinde kurumsal haber kaynaklarının çeşitlilik arzettiği ve bunların isimlerinin yazıldığı saptanmıştır. BBC Türkçe internet gazetesinde, uluslararası haber etkisi özelliği ile konunun sıcaklığını ihtiva eden takvim içinde "Barış Pınarı Harekatına" dair yayınlanan haberler incelenmiştir. BBC Türkçe'de yayınlanan haberler kurumsal haber kaynağı bakımından, betimsel analiz tekniğine uygun biçimde önceden belirlenen kategorilere ayrılmıştır. Kurumsal haber kaynağı, medya kuruluşunun çevresindeki haber tedarikçileri olarak tanımlanmıştır. Söz konusu kurumsal haber kaynakları; kendi muhabirleri, gazeteler, haber ajansları, sosyal medya, televizyonlar ve radyolar şeklinde tasnife tabi tutulmuştur. BBC Türkçe'de Barış Pınarı Harekatı haberleri, harekatı da kapsayan 07/10/2019-30/11/2019 tarihleri aralığında internet gazetesinde yayınlanan her yeni haberin incelenmesiyle yürütülmüştür. Çalışma BBC Türkçe'de yayınlanan Barış Pınarı Harekatı'na ilişkin haberlerle sınırlandırılmıştır. Barış Pınarı Harekatı, Türk Silahlı Kuvvetleri ve Suriye Milli Ordusu'nun, terör örgütlerince Suriye'nin kuzeyinde oluşturulmaya çalışılan terör koridoruna karşı, 2019 yılının Ekim ve Kasım aylarında yapılan bir harekattir ve önemli uluslararası yansımaları olmuştur (Sabah, 10 Eylül 2019). Barış Pınarı Harekatı bölgesel bir konu olma özelliği ile uluslararası medyada geniş yer almıştır.

Makalede yeni medya, internet gazeteciliği, haber ve kurumsal haber kaynakları, BBC ve BBC Türkçe konuları irdelenmiş, kavramsal tanımların ardından araştırmanın bulguları paylaşılmıştır. Ek-1'de ise BBC Türkçe internet gazetesinde Barış Pınarı Harekatıyla doğrudan ilgili olan 88 haberin kurumsal kaynaklarıyla birlikte listesine yer verilmiştir.

## Yeni Medya

Yeni medyaya verilen en genel isimler multimedya, interaktif medya ve dijital medyadır. Bu tanımı kullanarak medyayı eski ve yeni olarak tanımlamak kolaydır. Örneğin klasik televizyonlar görüntü, ses ve metni içerdiği için bütünleşiktir ancak interaktiflik özelliğine sahip değildirler ve dijital koda dayanmamaktadırlar. (Dijk, 2016: 25). "Yeni medya" kavramı geleneksel medyadan (kitap, televizyon, gazete ve radyo) farklı olarak, sayısal medyayı, özellikle etkileşimsel medyayı, internet ağlarını ve sosyal iletişim medyasını nitelemek için kullanılmaktadır" (Binark, 2018: 19). Yeni medyanın yeniliği üzerine birçok tanımlama yapılmıştır. Medya tarihsel bir özne olarak toplumun geçirdiği aşamalar paralelinde evrilmektedir. Bu noktadan bakıldığında, medya toplumdan izole edilerek kendi içindeki değişkenler üzerinden analiz edilmemelidir. Bu sebeple dönemselsel olarak ortaya çıkan toplumsal talepler, teknolojik yenilikler, ekonomik, siyasi ve kültürel dinamikler medyanın yapılanmasını ve bu toplumsal yapıya nasıl entegre olması gerektiğini belirler. Bu perspektiften bakıldığında denebilir ki, toplum ne kadar yeni ise medya da o kadar

yenidir (Aslan, 2013: 110). Yeni medya etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık özelliklerine sahiptir (Geray, 2003: 18) Yeni medya teknolojileri aynı içeriğin pek çok farklı kanaldan akışını ve alış noktasında pek çok farklı biçim almasını mümkün kılmıştır (Jenkins, 2016: 29).

Yeni medya, istisnaları hariç gazeteciliğin teori ve pratiklerinde bazı değişimleri beraberinde getirmiştir. Dünya ne kadar değişirse değişsin gazetecilikte bazı şeyler asla değişmez; örneğin olayları dikkatli bir şekilde kontrol etmek, bilindik güvenilir kaynaklara bağlı olmak, olayları tarafsız bir şekilde sunmak, nokta sorular sormak ve en yüksek etik standartları benimsemek de bu değişmeyen şeylerin arasında sayılabilir. Ancak bugünün elektronik dünyasında, modern gazetecilik araçları beş geniş kapsamda önemli ölçüde değiştirilmektedir: 1-Haber toplama ve sunma, 2-Özellikle multimedya içeriği olmak üzere bilgi depolama, dinleme ve geri çekme, 3-İşlem, üretim ve editoryal, 4-Dağıtım veya basım, 5-Sunum, görüntüleme ve erişim. Bu fonksiyonlar genellikle iç içedir ve tek bir teknik araçta entegre edilir (Pavlik, 2013: 287). Bu noktada yeni medyanın özelliklerinin bir önceki teknolojiye farklı olarak ne gibi özellikleri olduğu dikkat çekmektedir. Binark ve Löker'e göre (2011) yeni medyanın özellikleri "dijitallik, etkileşim, hipermetinsellik, multimedya biçimselliği, kullanıcı türevli içerik üretimi, mevcudiyet hissi ve yayılım" dır. Dijitallik "yeni medya terimlerinin 0-1 şeklindeki sayısal kodlardan oluşmasıdır. Bu özellik depolama kapasitesini ve yeniden üretim yapılabilirliği besler" (Binark ve Bayraktutan, 2013: 19). Yeni medyanın etkileşim özelliği ise izleyici/okuyucu kitle, yeni kullanım sıfatı ile "kullanıcı" ile sanal kişilikler arasındaki etkileşimi açıklar. Yeni medyanın anlık olarak her yerden ulaşılabilir olması ile kullanıcı, herhangi bir internet haber sitesindeki yayınlanan habere yorum veya düzeltme yapabilir. Bu etkileşim özelliği ile editör yayınlanan haber ile ilgili yapılan yorumları anında okuyabilir ve geri dönüş sağlayabilir. Multimedya biçimselliği ise geleneksel kitle iletişim araçlarındaki ses, görüntü, video, metin gibi birçok verinin bir arada bulunma özelliğidir. Gazetede yalnızca görüntü-metin, radyoda yalnızca ses-metin gibi özellikler verilebilirken yeni medya ile tüm verileri bir arada vermek mümkün hale gelmiştir. Hipermetinsellik özelliği ile bir metinden diğer bir metine kolaylıkla erişim sağlanabilir ve metinler arasında dolaşılabilir. Kullanıcı türevli içerik üretimi ise, geleneksel medyada içerik yalnızca medya çalışanları tarafından üretilirken yeni medya ile birlikte izleyici/okuyucu kitle yalnızca alıcı olmaktan çıkmış ve üretici konumuna geçmiştir. İzleyici/okuyucu kitle kendi web sitesini kurabilir, blog açarak kendi metnini oluşturabilir ve yayınlatabilir. Pasif alıcı konumundan aktif üretici konumuna geçen kullanıcı ile birlikte profesyonel gazetecilik anlayışı değişmiş, herkesin gazeteci olduğu bir döneme geçilmiştir (Binark ve Bayraktutan, 2013: 19-22).

Friedman ve Friedman'a göre ise de (2008) yeni medya kavramını tanımlamanın yolu onu geleneksel medya ile karşılaştırmaktır. Buna göre Tablo 1'de yeni medya ve geleneksel medya değişimi gösterilmiştir. Tablo 1.'de görüleceği üzere geleneksel medya olarak adlandırılan televizyon, gazete, dergi, radyo vd. medya araçları tamamen yok olmamıştır. Geleneksel özelliklerini kullanmaya devam etmişlerdir. Buna karşın geleneksel medya araçları teknolojik gelişmeler ile bağlantılı olarak gazete, dergi, radyo, televizyon ve diğer medya alanlarında kullanılmaya başlayan yeni teknolojileri de kullanmaya başlamışlardır.

**Tablo 1. Eski Yeniye Karşı (Friedman ve Friedman, 2008: 6)**

Kitaplar	E-kitap, Wiki
Gazetecilik	Bloglar
Müzik	Pandora
Gazete, Dergi	Elektronik dergiler
Radyo	Podcastler
Televizyon	Netteki tüm videolar
Telefon	VOIP
Film	Netteki amatör videolar
Fotoğraf	Flickr, Picasa
Sanat	Müze

Bugün eski medya tamamıyla yeni medya ile eşleştirilmiştir. Gazete ve dergiler bugün kendi bloglarının yanında online versiyonlarına da sahiptir. Televizyon şebekeleri kendi programları ile bağlantılı online içerikler üretmektedir. Yeni medya, eski medyanın zararına gelişmektedir ve eski medya hayatta kalmak için evrimleşmek zorundadır (Friedman ve Friedman, 2008: 6-7). Jenkins'e göre (2016: 46) medyanın işleyiş şekli açısından uzayan bir dönüşüm ve geçiş dönemine giriyoruz; yakınlaştırma, bu seçenekleri sınıflandırmamızı sağlayacak süreci belirleyecek. Her şeyi yeniden düzene sokacak sihirli bir kara kutu olmayacak, medya yapımcıları mevcut sorunların içinde yollarını ancak tüketicileriyle ilişkilerini yeniden müzakere ederek bulacak, bu yeni teknolojilerle güçlenen izleyiciler eski ve yeni medya arasındaki kesişme noktasında bir yer edinerek kültüre katılım hakkı istiyor.

## İnternet Gazeteciliği

Yeni medya ile biçimlenen gazetecilik pratikleri "gazetecilik 2.0", "elektronik gazetecilik", "İnternet gazeteciliği/haberciliği", "sanal gazetecilik", "online gazetecilik/habercilik", "çevrimiçi gazetecilik", "dijital gazetecilik", "multimedya gazeteciliği", "siber gazetecilik", "network gazetecilik" gibi adlarla anılmaktadır. Tüm bu ifadeler, başta mesajın sunulduğu mecradaki değişim olmak üzere, mesajın oluşturulması ve alımlanması süreçlerindeki dönüşümlere işaret etmektedir (Narin, 2016: 120). Bu çalışmada alanda yaygın biçimde kullanılması nedeniyle, "İnternet gazeteciliği" kavramı kullanılmıştır.

İnternetle birlikte ortaya çıkan yeni gelişmelerle geleneksel tek yönlü iletişim yerine etkileşimli olarak ses, hareketli görüntü, metin ve resim gibi içerikler taşınabilir duruma geldi. Bu nedenle 1990'lı yılların başından itibaren gazetecilikte kısa sürede, internet önemli, aynı zamanda yetkin bir tamamlayıcı öge olarak değerlendirmeye alındı. Bilgisayar teknolojileri var olan haber endüstrisi ürünlerine gerçek zamanlı olarak erişmeyi mümkün hale getirdi. Çok büyük ölçekli haberlere, arşivlere, haritalara, video ve ses kayıtlarına veya haberi destekleyici malzemeye internet sayesinde ulaşmak ise, çok kolaylaştı (Tokgöz, 2005: 67). Yeni medyanın teknolojik temelleri üzerinde yükselen internet gazeteleri günümüzün etkili haber yayın kurumları olmanın yanı sıra geleneksel medyanın dönüşümüne, evrilmesine katkı sağlamaktadır. İnternet gazeteciliği; medya sahiplerine, yayın yönetmenlerine, reklamcılara ve okura yeni olanaklar sunmaktadır. Gazeteler, internet aracılığıyla daha geniş bir kitleye ulaşabilme, dünyanın farklı

noktalarından okunabilme, hızlı ve zamanında haber aktarabilme, çabuk güncellenebilme ve en önemlisi de okuyucu ile etkileşime geçebilme imkânı bulmuştur. (Çetinkaya, 2019: 2)

Geleneksel medya ile birbirinden bağımsız olmayan yeni medya geleneksel medyadan farklılıklar gösterse dahi geleneksel medya ile etkileşim içerisindedir. Medya kuruluşlarının geleneksel yayımlarını sürdürürken, aynı anda yeni medyayı da kullanmaya devam etmesi bunun önemli bir göstergesidir. İnternetle gazetecilikte köklü bir dönüşümün başladığının iddia edildiği çalışmalarda, merkezinde yeni iletişim teknolojilerinin ve bunların teknolojik özelliklerinin gazetecilikle birleşmesinin bulunduğu, haber üretiminin ve sunumunun bu birleşmeye göre şekillendiği 'yeni bir gazetecilik biçiminin' doğduğu belirtilmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin gazetecilikte değiştirdiği diğer iki aşama ise haber ve haber endüstrisinin yapısıdır. Buna göre kişiselleştirme, etkileşim ve çokluortam özellikleri kullanıcıların habere müdahale edebilmesini, üretim sürecine dahil olabilmelerini ve haberin metin, ses, görüntü ve hareketli görüntü gibi farklı medya formatlarında bir başka ifadeyle çokluortam niteliğinde sunulabilmesini sağlamıştır (Aydoğan, 2012: 22-23). Hem arz hem de talep bakımından yeni dijital medyanın büyük avantajları, modern gazetecilikte adeta bir devrime yol açmıştır. Gazetelerin okurlara ulaşma hızı, enformasyon dağıtımının düşük maliyeti, gazeteciliğin sunumunun tasarımında önemli bir rol oynamaya başlayan kullanıcılarla daha doğrudan temas ve etkileşim kurma olanağı bu yeni sistemlerin kullanımında belirleyici olmaktadır (Flavian ve Gurrea, 2016 :419) Gazetecilikte teknolojik olarak yeni devreye sokulmuş uygulamalar küresel ağ toplumunda veri toplama, yorumlama ve hikaye anlatımı şeklinde üçlü bir kategoriye gidilmektedir. Ağ tabanlı gazetecilik enformasyonu kayıt etmek, paylaşmak ve dağıtmak için yayılmış bir yeterliliği ifade eder. Enformasyon ve iletişimin internet etrafında organize olduğu bir dünyada, gazeteci ister bir haber merkezinde olsun, isterse felaket alanından bildiriyor olsun, yalnız başına çalışan izole olmuş gazeteci kavramının modası geçmiştir (Haak vd., 2017: 71-73).

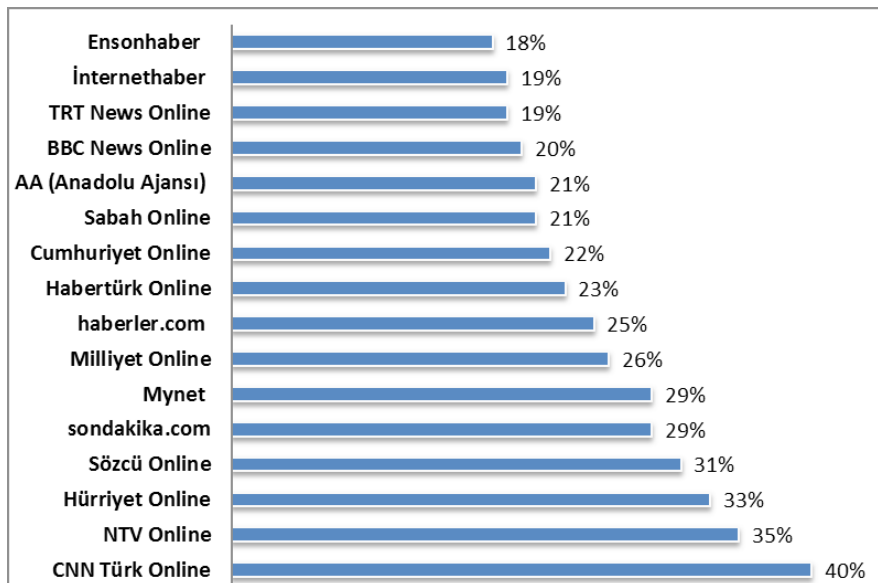
İnternet üzerindeki haber içeriği üç aşamada gelişmektedir. İlk aşamada online gazeteciler çoğunlukla bağlı oldukları haber kuruluşlarından aldıkları haber içeriklerini yeniden yayımlar ve amaçlarına uygun hale getirirler. İkinci aşamada gazeteciler orijinal içeriği oluştururlar. Bu içeriği, diğer web sitelerine olan hiper bağlar, kullanıcısının farklı içerik seçmek için kullandığı arama motorları ve elektronik tıklanabilir dizinler gibi bazı interaktif imkanlar, fotoğraf, video, ses gibi bazı multimedya içeriği ve okuyucuların kendi bireysel haber kategorilerini ve diğer içerikleri oluşturabilecekleri site ve bilgi uygulamaları gibi bazı eklemelerle çoğaltılabilir. Üçüncü aşama oluşmaya başlamaktadır. Bu aşama iletişimin yeni bir aracı, haber dağıtımının meşru aracı olarak web için özel tasarlanmış orijinal haber içeriği tarafından karakterize edilmektedir. Bu aşama, toplumun doğasını online olarak yeniden düşünmek ve en önemlisi geniş kapsamlı hikaye anlatımı gibi hikaye anlatımının yeni formlarıyla bir tecrübe yaşama isteğiyle karakterize edilmektedir. Bazen bu hikaye anlatımı, yeni teknolojiyle gelişir (Pavlik, 2013: 70-71). Dijital teknolojiler gazetecilere yeni araçlar kazandırmış ve buna bağlı olarak haber merkezi süreçlerinde de değişimler yaşanmıştır. Bu süreçte ana akım medya kuruluşları kendi yayınlarını dijital ortama taşıırken, bir de hiçbir medya şirketine bağlı olmayan sadece çevrimiçi mecrada doğan ve hayatını bu ortamda sürdürmeye çalışan haber siteleri ortaya çıkmıştır (Çetinkaya, 2019: 143). Geleneksel gazetelerde çalışanların sayısı günümüzde binlerce olmasına rağmen gün geçtikçe düşmektedir. İnternetin yaygınlaşmasıyla internet haber siteleri oluşturularak gazetecilik elektronik medyaya taşınmıştır. İnternet haberciliğinin ucuz olması ve az çalışana ihtiyaç duyulması nedeniyle bu gazetecilik şekli daha fazla tercih edilmektedir (Kalsın, 2017: 25).

İnternet haberciliğinin geleneksel medyadan önemli farklılıkları bulunmaktadır, bunlar; haberi çok hızlı bir biçimde verebilmesi ve sürekli güncellenmesi, okurun habere 24 saat, dilediği

zaman ulaşabilmesi, multimedya temelinde ses-grafik-görüntülü dosyaları kullanma, arşivdeki haberlere kolayca ulaşabilme ve istenilen haberleri saklayabilme, okurla interaktif etkileşim; okurun yorumlarını anında iletebilmesi, haberle ilgili konularda, web sitelerinin linklerinin verilmesiyle, arka plan bilgilerine kolaylıkla ulaşabilme, diğer medyada yer almayan farklı haberleri bulabilme, okur-gazeteci-yazar arasındaki dengenin okur lehine değişmesi, olarak sıralanmaktadır (Çakır, 2007: 140).

İnternet gazeteciliğinin gelişimine paralel olarak haber üretim süreçlerinin organizasyonlarında da değişim gözlenmektedir. Büyük medya yapıları haber merkezlerini birleştirmiş ve Tv, radyo, gazete ve çevrimiçi gazeteler için tek bir merkezden haber üretimi yapılmaya başlanmıştır. Yöndeşmiş haber merkezlerinde zaman içinde yeni görevler oluşmaya başlamıştır. (Özdemir, 2019: 124) İnternet yalnızca geleneksel medya olarak adlandırılan gazete, televizyon gibi kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayınlandığı bir alan değil, aynı zamanda kendine özgü özellikleri olan ve enformasyonun yeniden üretildiği bir alandır. İnternet gazeteciliği açısından önemli aşamalardan birini 1990'lı yıllarla birlikte yazılı basının sayfalarının internete aktarılması oluşturmaktadır. 1995'te, New York Times, The Washington Times gibi gazetelerin yayınlarını birebir internete aktarmaları bu süreci başlatmıştır (Çakır, 2007: 138). Bu süreç sonucunda, günümüz dünyasında her geçen gün artan ileri teknoloji ile birlikte internet kullanımı oldukça yoğunlaşmıştır. We Are Social ve Hootsuite'in yayınladığı "Digital in 2019" istatistik raporuna göre, İnternet kullanıcı sayısı yaklaşık 4,5 milyar kişidir. Bu bağlamda medya kuruluşlarının yeni teknolojilerin getirdiği yeniliklere uyum sağlayarak, medya kuruluşunun bir uzantısı olarak İnternet haberciliğini daha aktif bir şekilde kullanmaya başladığını söylemek mümkündür. Reuters Institute Digital News Report 2019'a göre ise online haber alma yaygın olmasına rağmen, Türkiye genelinde kitleler için televizyon haber kaynağı olarak hala önemli bir yere sahiptir. Ayrıca raporda, gazetelerin okunmaya devam ettiği, ancak çevrim içi haberlere akıllı telefonlar ile erişimin çok kolay olması sebebi ile gazete okuma oranının uluslararası standartlarda azaldığına vurgu yapılmıştır.

Türkiye'de yayın yapan geleneksel medya kuruluşları yaygın olarak çevrimiçi habercilik hizmeti bir başka ifadeyle internet gazeteciliği yapmaktadırlar. Reuters Institute Digital News Report 2019'da izlerkitle tarafından online internet gazetelerinin haftalık kullanımları oransal olarak sıralanmıştır. (Şekil 1.)



Şekil 1. Online haber kuruluşlarının haftalık izlenme oranları (Kaynak: Reuters Institute Digital News Report 2019)

## Haber ve Kurumsal Haber Kaynağı

Haber daha önce bilinmeyen yeni, ilginç bir olayın, Ne? Nerede? Ne zaman? Nasıl? Neden? ve Kim? soruları ile haberin bu 6 unsurunu kullanarak oluşturulmasının ardından yayımlanmış hali olarak değerlendirilebilir. “Haber değişikliktir; haber bugün olup biten her şeydir, haberin yayınlanmasından sonra dünyada yeni olan her şeydir” (Güz, 2005: 60). Bir olayın haber olabilmesi için çok etkisi, olağandışılık, zamanlama, yakınlık, duygusallık, tekrarlanma, tartışma ortamı oluşturması, eğitici olması, uyarıcı olması, çok sayıda kişiyi ilgilendirmesi, en büyük olması, ilk olması, tek olması, meşhur kişiler olması ve merak uyandırması gibi temel özellikleri taşıması gerekmektedir (Arşan, 2005: 138). Haber, vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişiyi etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği bir dilde yazılan olay, fikir ve görüş olarak da tanımlanmaktadır (Kaptan’dan akt. Okyay, 2017: 178).

Geleneksel medyada asıl önemli olan gazetecinin haberi toplamasıdır. Gazeteciler haber toplamak için çeşitli kaynaklardan yararlanırlar. Bu kaynaklar “haber ajansları, 1. el haber kaynakları, ikinci el haber kaynakları/muhabirin kendisi/tanıklık, üçüncü el haber kaynakları/tanıktan dinleyen aktarımı/söylentidir” (Arşan, 2005: 140). Tokgöz haber kaynaklarını, birinci ve ikinci el kaynakları olarak tasnif etmiştir (2012: 259-261). Tokgöz’e göre, birinci el kaynaklar gazetecinin olayı gözleyerek haber için gerekli enformasyonu toplayarak haberi oluşturmasıdır. Gazeteciler her zaman gözlemleyemeyecekleri olayları ise, ikinci elden öğrenme yoluna giderler, daha başka bir deyişle ikinci el kaynaktan kullanırlar. Haber üretim sürecine dahil olan muhabirlerin haber kaynaklarını resmi ve özel haber kaynakları olarak tasnif eden yaklaşımlar da bulunmaktadır (Gönenç, 2010: 190). Tayfur, haber kaynaklarını iç ve dış kaynaklar olarak ayırıp bunları da kendi aralarında muhabirlerin yer ve kadro pozisyonlarına göre tasnif etmektedir, ek olarak haber ajansları ve basın bültenleri ayırımına tabi tutmaktadır (Tayfur, 2018: 21-26). Gazeteci haberi oluşturacak bilgileri bizzat yerinden birinci el kaynak olarak sağlayabileceği gibi ikinci el kaynaklardan da toplar. Gazeteci gözlemleyemeyeceği olayların yanı sıra haber kaynağı olabilecek kişilerle konuşarak haber için gereken enformasyonu toplar. Gazetecinin kendisi de bazen birinci el kaynak haline gelmektedir. İkinci el kaynak olarak ise raporlar, ilanlar, belgeler üzerinden enformasyon toplanması ile haberin oluşturulmasıdır. Haberin kaynağı bazen siyasetçi, bir bürokrat veya bir spor insanı, iş insanı veya sıradan biri olabilir, bu kaynaklar haberin içeriğindeki 5N+1K sorularının cevabını verir ve haber metinlerinin inşasında önemli aktörlerdir. Kurumsal haber kaynağı ise, medya kuruluşunun çevresindeki haber tedarikçileri olup o medya kuruluşuna haberler akışını sağlayan, yoğunlukla haber temin eden kurumsal organizasyonlardır, bunlar ilgili medya kuruluşunun muhabirleri, haber ajansları, gazete ve dergiler, sosyal medya, televizyonlar, radyolar olarak tasnif edilebilir. Bir haberin kaynağı salt o haberin içeriğini belirler, örneğin siyasi bir haberin kaynağı bir milletvekili olabilir, o milletvekili muhabirin yazacağı haberin kaynağıdır. Kurumsal haber kaynağı ise, sürekli ve topluca haber sağlayan yapıları nitelendirmektedir, örneğin haber ajansları her gün yüzlerce, binlerce haberi topluca medya kuruluşlarına iletir.

Bu çalışmada medya kuruluşunun haber temin ettiği yukarıda tanımlanan kurumsal haber kaynakları, bir başka ifadeyle haber kanalları ele alınmaktadır. Bir medya kuruluşundaki temel kurumsal haber kaynağı o medya kuruluşunun muhabirleridir, diğer kurumsal haber kaynağı ise aboneli olduğu haber ajanslarıdır. Bir başkası ise o medya kurumunun rakiplerinin de arasında olduğu diğer medya kuruluşlarıdır (Şahin ve Akgül, 2018: 179). Çalışmada, medya kuruluşunun kurumsal olarak haber sağladığı tedarikçiler olarak muhabirler, haber ajansları, geleneksel medya; gazete, dergi, radyo, televizyon, yeni medya ve sosyal medya ve diğerleri dikkate alınmıştır. Kurumsal haber kaynaklarının en başta geleni ilgili medya kuruluşunun kendi



organizasyonu içinde yer alan kadrolu veya telifli çalışan muhabir ağıdır. İkinci önemli kurumsal haber kaynağı haber ajanslarından oluşmaktadır; bunlar Reuters, AP, AFP, Itar-Tass, Xin-Hua gibi uluslararası ve A.A, DPA, EFE, ANSA, KYODO, MENA, İRNA vb. ulusal haber ajansları veya İHA, DHA gibi özel haber ajanslarıdır. Bir başka kurumsal haber kaynağı olarak geleneksel medyanın temsilcileri gazete, dergi, radyo ve televizyon dikkate alınırken, yeni medya kaynağı ise dijital mecra da yer alan bütün internet gazetelerini, sosyal medya ise Twitter, Facebook, Instagram ve benzerlerinden oluşmaktadır.

Geleneksel ve yeni medyada yayınlanan haberlerde kurumsal haber kaynağın belirtilmesi etik bir yaklaşımdır. Örneğin haber ajansından alınıp kullanılan bir haberde ilgili ajansın rumuzuna yer verilmektedir. Medya kuruluşunun kadrosundaki muhabir tarafından üretilen haberde muhabirin adı-soyadı yazılmaktadır. Yayınlanan haberler diğer gazetelerden, dergilerden veya radyo ve TV'lerden alınmış ise bu kaynakların açıkça belirtilmesi haber güvenilirliği ve gazetecilik mesleki etik ilkeleri açısından önem taşımaktadır. İnternet gazeteciliğindeki haber üretim ve yayın süreçlerinde de aynı kurallar geçerlidir. Günümüzde haber yayın kuruluşları gider azaltmak amacıyla muhabir sayısını düşürmekte ve haber ajanslarına abone olmaya yönelmektedirler. Zaman zaman birden fazla haber ajansından veya diğer kurumsal haber kaynaklarından alınan haberler, redakte edilerek derlenmektedir, derleme olarak hazırlanan haberlerde kurumsal haber kaynağı belirtilmemektedir (Şahin ve Akgül, 2018: 179). Hazırcı gazetecilik (churnalism) adı verilen bir başka kolaycı yaklaşım ise haberi hızlı vermenin yarattığı baskı ve muhabir istihdamındaki yetersizlik nedeniyle internet gazeteciliğinde giderek yaygınlaşmaktadır. Churn ve journalism sözcüklerinin bileşkesi olan churnalism, haber içeriğine yönelik artan talebi karşılamak üzere, orjinal bir araştırma yapmak yerine haber bültenleri ya da haber ajanslarından gelen metinleri olduğu gibi kullanmaya dayalı bir gazetecilik biçiminde tanımlanmaktadır (Mengü, 2018: 65). Bazı internet gazeteleri ise haber ajanslarının abonelik kapsamında sunduğu dijital sistemleri kullanmakta, haberler botlar vasıtasıyla o internet gazetesinin sayfasında kendi editoryal süzgeçlerinden geçirilmeden otomatik olarak yayına verilmektedir.

## BBC

British Broadcasting Corporation (BBC) radyo üreticilerinin bir araya gelip konsorsiyum oluşturmasıyla ilk kez ticari bir girişim olarak 1922 yılında kurulmuştur. Daha sonra 20 Aralık 1926 tarihinde Kraliyet emri ile kamu kurumu statüsü kazanmış, British Broadcasting Corporation unvanını almıştır (Mirchandani ve Abubakar, 2014: 8). Britanya Yayın Kuruluşu ya da BBC, Birleşik Krallık'ta Kraliyet beratı altında ve devletin parasal desteğiyle çalışan yayın kuruluşudur. Kuruluşundan 1954'e kadar televizyon, 1972'ye kadar da radyo yayınları alanında tekel konumunu korumuştur. İngilizce dışında çok sayıda dilde internet gazetesi yayınlamaktadır. Merkezi Londra'dadır. BBC Genel Müdürü BBC yönetim kurulu tarafından seçilir. Genel Müdürün, yönetim kurulu tarafından seçilmesi siyasal iktidar karşısında bağımsız tavır takınabilmesine olanak tanımaktadır (Başçı, 2018: 65). BBC internet uzantısı olarak www.bbc.com ve bu çalışmanın örnekleme olarak seçilen www.bbc.com/turkce internet sitelerinden haberlerini anlık olarak yayınlamaktadır. BBC Türkçe Servisi, BBC Dünya Servisi'nin 32 dil servisi arasında yer alan Türkçe yayınlar bölümüdür. BBC Türkçe, BBC Türkçe Bölümü gibi isimlerle de anılır. BBC Dünya Servisi'nin Avrupa ve Amerika Bölümüne bağlıdır. BBC Türkçe'nin haber üretim sürecinde 1 İngiliz, 26 Türk muhabir tam zamanlı, kadrolu gazeteci olarak görev yapmakta, 4 Türk uzman da katkıda bulunmaktadır (Çağlar vd., 2019). Çağlar vd., (2019), BBC'nin dünyanın en eski devlet kanalı olmasının yanı sıra yürüttüğü kamu politikası ile medya organları arasında farklı bir konuma sahip olduğunu vurgulamaktadır. Londra merkezli yayın yapan BBC Türkçe internet gazetesinin sosyal medya hesaplarıyla paylaşımlarının artırıldığına dikkat çekilen

raporda, ulusötesi yayıncılıkta uluslararası kamuoyu üzerinde oldukça etkili bir mecra olduğu belirtilmektedir. Yayın kuruluşlarının habercilikteki etkinliği, özellikle internet gazeteciliğinde yarattığı etkileşim kullanılan kurumsal haber kaynağı ile yakından ilgilidir.

BBC Yayın İlkeleri Kılavuzunda<sup>1</sup> gerçeklik ve doğruluk kuralı ile izleyici için sağlam kaynak ve delillere dayanan haber yapmanın önemine işaret edilmektedir. Bunun yanı sıra tarafsızlık ve fikir çeşitliliğine sahip farklı görüşleri yansıtarak haber oluşturduklarını, devletten ve siyasi çıkarılardan tamamen bağımsız olduklarını ve baskı ile haber yapmadıklarını vurgulamaktadırlar. Önemli olanın haberleri duyurmak olduğu, bunun için de önceliğin kamu yararının gözetilmesi ilkesinden hareket etmek olduğu belirtilmektedir. BBC yalnızca İngiltere’de değil yayın yaptığı her ülkede editoryal ve etik standartlarına uymayı yayın ilkelerine dahil etmiştir. BBC Yayın İlkeleri Kılavuzu’nda haber üretim sürecine ilişkin olarak şu tavsiyeye yer vermektedir. “Olaylara tanık olmaya ve bilgileri ilk elden toplamaya çalışmalıyız, tek kaynağa bel bağlamaktan kaçınmalıyız, ajans haberlerinin ancak bir BBC muhabiri tarafından da doğrulanıyorsa ya da saygın bir ulusal ya da uluslararası haber ajansına atfen veriliyorsa itibar etmeliyiz...” BBC Yayın İlkeleri Kılavuzunda, sıralanan ilkelerin İnternet gazeteciliğinin yanı sıra radyo, televizyon, portatif aygıtlar, etkileşimli servisler ve yazılı medyada geçerli olduğunu belirterek, “içeriğimizi taşıyan farklı teknolojiler evrim geçirse de, kim üretirse üretsin ve nasıl izlenirse izlensin, bu ilkeler tüm içeriğimiz için geçerliliğini korur” denilerek ilkelerin genel bir standart olduğu vurgulanmaktadır. Kılavuzda savaş haberleri için “İzleyiciye ve okura karşı özel bir sorumluluk içinde olduklarını, çok sayıda insanın doğru haber ve bilgi almak için kendi servislerine yöneldiğine” dikkat çekerek, “onlara gerçeğin iletildiğinden emin olmalarını sağlamalıyız, bu insanlar aynı zamanda gelişmeleri tam anlayabilmek için, bizden olayları yerli yerine oturtmamızı, tarafsız analiz sağlamamızı ve geniş bir yelpazeden görüş ve kanaatleri aktarmamızı beklerler” şeklinde habercilik kuralları sıralanmaktadır.

BBC Türkçe çok sayıda rapor, bilimsel çalışma ve araştırmaya konu olmaktadır. Uluslararası Medya Kuruluşlarının Türkiye Uzantıları isimli raporda (Çağlar vd., 2019) BBC Türkçe ilk bölümde ele alınmıştır. Rapor yurt içi ve yurt dışı medyada önemli bir tartışma başlatmıştır. BBC’nin kurumsal olarak çok sayıda akademik çalışmaya konu edildiği gözlenmektedir. Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi’nde BBC anahtar kelimesi ile yapılan taramada 3 doktora ve 10 yüksek lisans tezine rastlanmıştır (<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>). Tez konuları; BBC ile diğer yayın kuruluşlarının karşılaştırılması, tarafsızlık olgusu, bölgesel sorunlara yaklaşım, kültür aktarımı, kurumsal söylem, küresel etkileşim, kamu haberciliği, küresel örnek olarak internet yayıncılığı, 11 Eylül olaylarının ele alınışı, kamusal habercilik anlayışının karşılaştırmalı incelenmesi vb. konuları içermektedir. Ayrıca Dergipark’ta hakemli dergi kayıtlarında doğrudan BBC konulu 10 makale çalışması mevcuttur (<https://dergipark.org.tr/en/search?q=BBC&section=articles>). Makaleler; uluslararası yayıncılıkta değişen pratikler, medya etiği, uluslararası medyada ülke temsilleri, haber söyleminde medya turizm ilişkisi, İran-BBC, ekonomi politik inceleme, çevre sorunları haberleri, sosyal medya paylaşımları, yerelin küreselleşmesi, savaşın çerçevelenmesi konularını içermektedir.

## Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada 07/10/2019- 30/11/2019 tarihleri arasında, akşam 20.00- 22.00 saatleri arasında, [www.bbc.com/turkce](http://www.bbc.com/turkce) internet haber sitesinde yayınlanan “Barış Pınarı Harekatına” ilişkin 88 haber ve 127 kurumsal haber kaynağı incelenmiştir. “Barış Pınarı Harekatı” haberleri üzerinden BBC Türkçe’nin kullandığı kurumsal haber kaynaklarına ilişkin veriler toplanarak

1 [https://www.bbc.com/turkce/kurumsal/2009/07/000000\\_yayin\\_ilkeleri](https://www.bbc.com/turkce/kurumsal/2009/07/000000_yayin_ilkeleri)

betimsel analizle yorumlanmıştır. Betimsel analiz yönteminde toplanan veriler, önceden belirlenen temalara ve çerçeveye göre özetlenerek yorumlanmaktadır. Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Bu analiz türünde temel amaç, elde edilen bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır. Betimsel analiz dört aşamada gerçekleşmektedir. Birinci aşamada betimsel analiz için bir çerçeve oluşturulur. Yani toplanacak olan verilerin hangi temalar ya da boyutlar altında düzenleneceği ve sunulacağı önceden belirlenir. İkinci aşamada hazırlanmış olan tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi gerçekleştirilir, yani veriler önceden hazırlanmış çerçeveye göre okunur ve düzenlenir. Bu aşamada bazı veriler, hazırlanmış olan tematik çerçeveye tamamen ilgisiz olduğu için analiz dışında tutulabilir. Ayrıca raporlaştırma aşamasında kullanılacak olan doğrudan alıntılar da bu aşamada belirlenir. Üçüncü aşama, bulguların tanımlanması sürecidir. Bu aşamada tematik çerçeveye göre düzenlenmiş olan veriler, kolay anlaşılır ve okunabilir bir dille tanımlanır ve gerekirse doğrudan alıntılarla desteklenir. Dördüncü aşama bulguların yorumlanması olup, tanımlanmış olan bulguların açıklanması, ilişkilendirilmesi ve anlamlandırılması gerçekleştirilir. Bulgular arasındaki neden-sonuç ilişkilerinin açıklanması ve farklı olgular arasında karşılaştırmalar yapılması yorumların kalitesini de artırmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 224).

Bilginin, haberin kaynağı her zaman etkili bir faktör olarak görülmekte ve değerlendirilmektedir. Yurttaşlar açısından kamusal alanın özgürleştirici olup olmadığı enformasyon kaynağının kimin olduğu ile ilgilidir (Sennet'ten aktaran Hülür ve Yaşın, 2017:12) İnternet gazeteciliğinde kullanılan kurumsal haber kaynakları BBC Türkçe örneği üzerinden taranarak analiz edilmiştir. BBC, Birleşik Krallığa ait kamusal bir yayın kuruluşu olarak, uluslararası gazetecilik faaliyetlerinde yarattığı etki bakımından önde gelen bir medya kuruluşu olduğu için bu araştırmaya konu edilmiştir. BBC sadece uluslararası haber etkinliği ile yetinmemekte, ulusal yapılar içinde de haber etkinliğini artırmaktadır. Türkiye bazında yapılan bir araştırmaya göre BBC Türkçe, Türkiye'nin Suriye bağlamındaki haberleri ile ülke içi haber etkileşiminde üçüncü sırada yer edinmiştir (Kırdemir, 2020: 18). Türkiye'de yayın yapan geleneksel medya kuruluşları yaygın olarak internet gazeteciliği de yapmaktadırlar. İnternet gazetelerinde kurumsal haber kaynaklarındaki çeşitlilik ve bunların isimlerinin haberde belirtilmesi "güvenirlilik" unsuruna katkı yapmaktadır. Bu nedenle yukarıdaki verilerden de anlaşılacağı üzere Türkiye'de giderek etkili bir internet gazetesi haline gelen BBC Türkçe, kurumsal haber kaynakları bakımından incelenmiştir. Makalenin ilk bölümünde yeni medya, internet gazeteciliği, haber ve kurumsal haber kaynakları, BBC ve BBC Türkçe konuları, kavramları detaylı bir şekilde tanımlanmıştır. İkinci bölümde ise bulgular betimsel analize tabi tutularak yorumlanmıştır. Ek-1'de ise BBC Türkçe internet gazetesinde Barış Pınarı Harekatıyla doğrudan ilgili olan 88 haberin kurumsal kaynaklarıyla birlikte listesine yer verilmiştir.

## Bulgular

07/10/2019-30/11/2019 tarihleri aralığında BBC Türkçe (www.bbc.com/turkce) internet gazetesinde Barış Pınarı Harekatıyla ilgili toplam 88 haber incelenmiştir. Barış Pınarı Harekatının başlamasından iki gün öncesinden itibaren sona erme sürecini kapsayan 88 haberin başlıkları, tarihleri ve haberin kurumsal kaynakları Ek-1'de sıralanmıştır. BBC Türkçe'de incelenen 88 haberde toplam 127 kurumsal haber kaynağı belirlenmiştir (Tablo 2). Haber sayısı ve haber kaynağının eşit olmamasının sebebi ise bir haberde birden fazla kurumsal haber kaynağının kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Araştırma BBC Türkçe'nin akşam 20.00 – 22.00 saatlerinde yayınlanan haberleri taranarak gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 2. BBC Türkçe’de Barış Pınarı Harekatına ilişkin olarak yayınlanan haberler.**

Toplam Haber	88
Toplam Kurumsal Haber Kaynağı	127

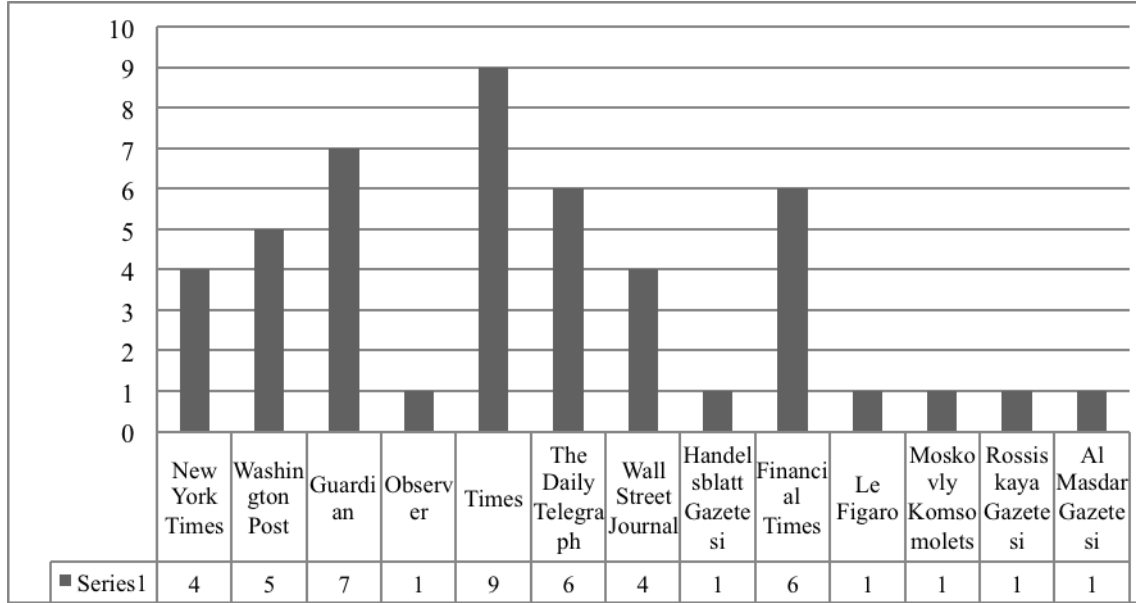
İncelenen 88 haberdeki 127 kurumsal haber kaynağından 47’sini gazeteler oluştururken, 25’ini BBC Türkçe’nin kendi muhabirleri hazırlamışlardır. Farklı kurumsal kaynaklardan (diğer haber siteleri vb. kaynaklardan) derlenen haber sayısı 23, sosyal medyadan kullanılan haber 12, haber ajanslarından kullanılan haber sayısı 11’dir. Televizyonlardan 7, radyolardan ise 2 haber kullanılmıştır (Tablo 3).

**Tablo 3. BBC Türkçe’de Barış Pınarı Harekatı ile ilgili olarak yayınlanan 88 haberin 127 kurumsal haber kaynağının dağılımı.**

Kurumsal Haber Kaynağı	Kurumsal Haber Kaynağı: Toplam :127	Yüzde (%) (100)
Gazeteler	47	37
Platformun kendisi	25	19,7
Derleme (Redaksiyon)	23	18,1
Sosyal medya (Twitter)	12	9,5
Haber Ajansları	11	8,7
Televizyonlar	7	5,5
Radyolar	2	1,5
TOPLAM	127	100

### Kurumsal Haber Kaynağı Olarak Gazeteler

BBC Türkçe’de yayınlanan 88 haberdeki 127 kurumsal haber kaynağının 47’si (yüzde 37) gazetelerden oluşmaktadır. Kurumsal kaynak olarak kullanılan gazetelerin tamamı yabancı dilde olup Türkçe gazetelere başvurulmamıştır. Kurumsal haber kaynağı olarak belirlenen 47 gazetenin isimlerine göre dağılımı Şekil 2’de gösterilmiştir. İlk sırada 9 haberle Times gelmektedir. Onu izleyen gazeteler ve haber kaynağı olarak kullanım sayıları şöyle: Guardian: 7, The Daily Telegraph: 6, Financial Times: 6, Washington Post: 5, New York Times: 4, Wall Street Journal: 4, Observer: 1, Handelsblatt Gazetesi: 1, Le Figaro: 1, Moskovly Komsomolets: 1, Rossiskaya Gazetesi: 1, Al Masdar Gazetesi: 1.



Şekil 2. Kurumsal haber kaynağı olarak 47 gazetenin dağılımı

## Kurumsal Haber Kaynağı Olarak Kendi Muhabirleri

BBC Türkçe’de yayınlanan 88 haberin 127 kurumsal haber kaynağının 25’inde (yüzde 19,7) kaynak olarak internet gazetesinin kendisi yer almaktadır. 25 haberde 14 Türk muhabir ve 4 yabancı muhabir kurumsal kaynak olarak gösterilmiştir. 3 BBC internet haber sitesi, 2 BBC Türkçe, 1 BBC radyo ve 1 BBC TV kullanılmıştır. “Barış Pınarı Harekatına” ilişkin haberlerde Rusya ile ilgili haberde Rusya BBC muhabirinin, Yunanistan ile ilgili haberde Yunanistan BBC muhabirinin kaynak olarak gösterildiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda BBC medya kuruluşunun yayın ilkesi olarak gösterdiği kaynak çeşitliliğini muhabirleri bazında da sürdürdüğü söylenebilir.

## Kurumsal Haber Kaynağı Olarak Derleme Haberler

İncelenen 88 haberin 127 kurumsal haber kaynağından 23’ünün (yüzde 18,1) kaynağı belirtilmemiştir. Bu haberler BBC Türkçe editörlüğünce redaksiyona tabi tutularak derlenmiştir. BBC Türkçe’nin kurumsal haber kaynağını belirtmediği durumlarda derlemeye başvurduğu, farklı kurumsal haber kaynaklarından gelen haberleri birleştirerek oluşturduğu gözlemlenmiştir.

## Kurumsal Haber Kaynağı Olarak Sosyal Medya

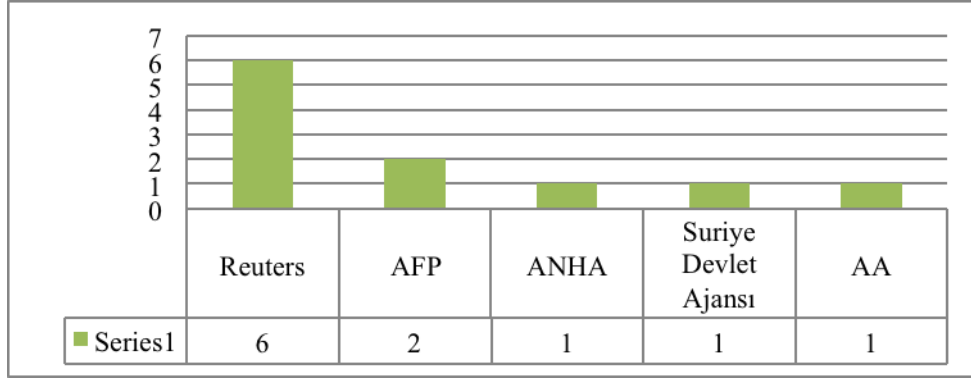
BBC’nin başını çektiği çoğu haber kuruluşu, kullanıcı türevli içerikleri çeşitli şekillerde haberlerine entegre etmektedir. BBC bunu yurt içinde ve yurt dışında deneyimleyen bir kuruluştur. BBC’nin kullanıcı türevli içeriklerinin değerlendirildiği masada görevli kıdemli gazeteci Silvia Costeltoe, sosyal medya haber pratiğini şöyle aktarmaktadır: (Haak vd., 2017:75).

“Kitlelerin bilgeliği şu anda gazeteciliğin tamamının bir parçası olmalıdır. Yeni değildir, şu anda olduğu şey yönünde büyümüştür. BBC’deki herkes bu ekstra kaynakları kullanmaya oldukça heveslidir. İkinci kere kontrol etmedikçe bir kaynağı kullanmıyoruz. Sahada her zaman gazetecinin olmalıdır. Birinin Twitter’da “Hackney’de yeni ayaklanmalar var” diye yazdığını görürsem ve bunu BBC Twitter’da yayınlarsam bu çok kolay olur. Aynı yorumları diğer sosyal ağlarda görürsem, tekrar kontrol ederim ve bir muhabir yollarım. Bunun sosyal ağları kullanmanın doğru yolu olduğunu düşünüyorum.”

BBC Türkçe’de incelenen 88 haberin 127 kurumsal haber kaynağından 12’si (yüzde 9,5) sosyal medyadır. 12 kaynağın tamamı Twitter sosyal medya ağından sağlanmıştır. Bu noktada Twitter’ın artık kurumsal bir haber kaynağı olarak kullanıldığı söylenebilir.

### Kurumsal Haber Kaynağı Olarak Haber Ajansları

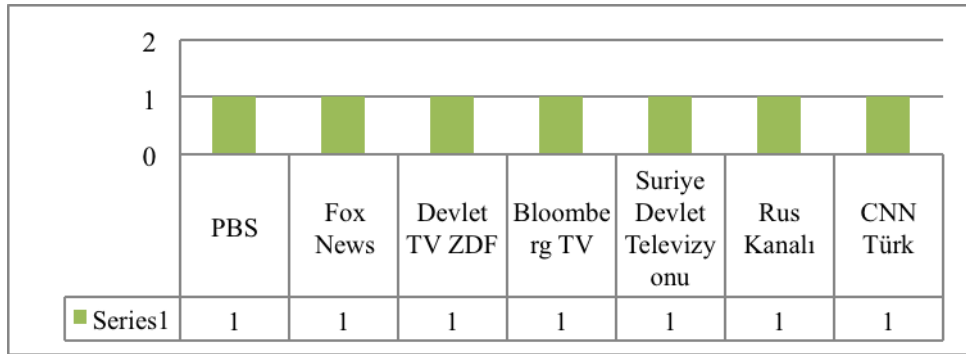
Barış Pınarı Harekatı ile ilgili olarak incelenen 88 haberlerdeki 127 kurumsal haber kaynağının 11'i (yüzde 8,7) haber ajanslarından oluşmaktadır. 11 haber ajansından yalnızca bir tanesi Türkiye'nin ulusal haber ajansı olan Anadolu Ajansı'dır (A.A). Buna karşın 9 uluslararası haber ajansından da yararlanılmıştır. Ek olarak Suriye Devlet Ajansı (SANA) ve Hawar Haber Ajansı (ANHA) birer kez kurumsal haber kaynağı olarak gösterilmiştir. Uluslararası haber ajansı olarak 6 kez Reuters ve 2 kez AFP'den yararlanılmıştır.



Şekil 3. Kurumsal haber kaynağı olarak haber ajanslarının sayısal dağılımı

### Kurumsal Haber Kaynağı Olarak TV'ler

İncelenen 88 haberin 127 kurumsal haber kaynağı içinde toplam 7 TV kanalından (yüzde 5,5) yararlanılmıştır. Bu 7 TV kanalından yalnızca 1 tanesi BBC TV kanalındadır. BBC TV platformun kendisi kategorisinde değerlendirildiği için TV kategorisinde yer verilmemiştir. Diğer haber kanallarının her birinden birer kez kurumsal kaynak olarak yararlanılmıştır. BBC TV dışında, PBS, Fox News, Devlet TV ZDF, Bloomberg TV, Suriye Devlet Televizyonu, ismi verilmeyen bir Rus kanalı ve CNN Türk birer kez kurumsal haber kaynağı olarak gösterilmiştir.



Şekil 4. Kurumsal haber kaynağı olarak TV kanallarının dağılımı

### Kurumsal Haber Kaynağı Olarak Radyolar

BBC Türkçe 88 adet Barış Pınarı Harekatı haberlerinin 127 kurumsal haber kaynağının içinde 2 radyo kanalından (yüzde 1,5) yararlanmıştır. Bu radyo kanallarının dışında bir kaynak BBC Radyo'dur. BBC Radyo kurumun kendi kaynağı kategorisinde ele alındığı için buradaki radyo kategorisinde değerlendirilmemiştir. BBC radyo dışında Amerika'nın Sesi Radyosu ve Rus merkezli Sputnik Arapça Radyosundan kurumsal kaynak olarak yararlanılmıştır.

## Sonuç

İnternet gazeteleri 21. Yüzyılın en popüler ve çok sık başvurulan haber mecralarına dönüşmüştür. Yeni medyanın dijital teknolojik temelleri yayıncıya ve izlerkitleye cezbedici fırsatlar sunmaktadır. Bu gelişmeler geleneksel medyanın internet gazeteciliğine doğru evrilmesine neden olmuştur. İnternet gazeteciliğinin haber üretim sürecinde yararlandığı kurumsal haber kaynaklarının çeşitliliği ve isimlerinin belirtilmesi habere güvenilirlik katkısı sağlamaktadır. İnternet gazeteciliği geleneksel medyaya kıyasla haber üretim ve sunum süreçlerinde pek çok avantaja sahiptir. Haberlerin sürekli güncellenebilmesi, sayfa sınırlılığının olmaması, yöndeşme kabiliyeti, hipermetinsel özelliği, ücretsiz haber hizmeti sunulması bu avantajların önde gelenleridir. İnternet haberciliğinde yöndeşme kabiliyetinin sunduğu olanaklar kurumsal haber kaynaklarının daha çeşitli ve yaygın olarak kullanılmasına imkan vermektedir. İnternet gazeteciliğinde kurumsal haber kaynağı; kendi muhabir ağı, gazeteler, dergiler, haber ajansları, sosyal medya, radyo ve televizyonun yanı sıra çok sayıda veri bankası vb. ile oldukça çeşitlenmiştir. Kurumsal kimliği, yayıncılık kriterleri ve habere yaklaşımları bakımından özel kuruluşlara nispeten daha hassas politikalar izlediği varsayılan kamusal yayın organları haber güvenilirliğinin tesisi için kurumsal haber kaynaklarında çeşitliliğe yönelmekte ve bu kaynakları haberlerinde belirtmektedirler. Bu kamusal internet gazetelerinden birisi de BBC Türkçe'dir. Bu çalışmada internet haber sitelerinin kurumsal haber kaynakları bağlamında BBC Türkçe örneği üzerinden bir araştırma yapılmıştır. BBC, Birleşik Krallığa ait kamusal bir yayın kuruluşu olarak uluslararası gazetecilik faaliyetlerinde yarattığı etki bakımından ve Türkiye'de yerel dilde faal olan yabancılar arasında önde gelen bir medya kuruluşudur. Yabancı bir yayın kuruluşu olarak BBC Türkçe'nin kurumsal haber kaynaklarının incelenip analiz edilmesi de önemli bir veri kaynağı olacaktır.

www.bbc.com/turkce'de taranan "Barış Pınarı Harekatı" haberleri üzerinden BBC Türkçe'nin kullandığı kurumsal haber kaynaklarına ilişkin veriler toplanarak betimsel analizle yorumlanmıştır. Veriler, öncedensınıflandırılan kurumsal haber kaynaklarına göre tasnif edilerek değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre BBC Türkçe, "Barış Pınarı Harekatına" dair yayınladığı 88 haberde 127 kurumsal haber kaynağı kullanmıştır. Kurumsal haber kaynaklarının yüzdelik dağılımı şöyledir; Gazeteler 37, kendi muhabirleri 19.7, çeşitli kaynaklardan derleme 18.1, sosyal medya 9.5, haber ajansları 8.7, televizyonlar 5.5, radyolar 1.5. Bu veriler BBC Türkçe'de yayınlanan örnek haberde yüzde 80.3 oranında kendi muhabirleri dışındaki kaynaklardan da yararlanarak haber aktardığını, kendi öz kaynakları dışında kurumsal haber kaynaklarını çeşitlendirdiğini, zenginleştirdiğini ve bu kaynakların isimlerinin kullanıldığını göstermektedir. Burada bahse konu çeşitlilik olgusu farklı kurumsal kaynaklardan sağlanan haberlerin paylaşılmasıdır. Kurumsal kaynağın çeşitliliği ve isimlendirilmesi BBC Türkçe haberlerini güvenilirlik, haber etkileşimi ve izlenilirlik bakımından öne çıkarmaktadır. BBC Türkçe'nin haber içerikleri ile ilgili eşik bekliliği rolü ve editoryal tercihlerini incelemek başka bir araştırmanın konusu olarak önerilebilir.

## Kaynaklar

Arsan, E. (2005). Haber ve Habercilik. (S. Alankuş, Der.). Gazetecilik ve Habercilik içinde (s. 137-151). İstanbul: IPS İletişim Vakfı

Aslan, M. G. (2013). Yeni Medyanın 'Yeni'liği Üzerine. I. Ulusal Yeni Medya Kongresi. Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Alternatif Bilişim Derneği, 102-110.

Aydoğan, A. (2012). İletişim Araştırmalarında İnternet Gazeteciliği: Bağlamsal Çalışmaların Eksikliği. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 35, 20-41.

Başcı, E. (2018). Kamu Hizmeti Yayıncılığı Düzenlemelerinde Halkın Katılım ve Temsiliyet Biçimleri Üzerine Bir Değerlendirme (İngiltere-Almanya-Türkiye Örnekleri). İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 4, 59-74.

BBCyayın İlkeleri Kılavuzu, (2005). [https://www.bbc.com/turkce/kurumsal/2009/07/000000\\_yayin\\_ilkeleri](https://www.bbc.com/turkce/kurumsal/2009/07/000000_yayin_ilkeleri) Erişim Tarihi: 23 Kasım 2019

BBC Açıklama (2019), <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-48909150> Erişim: 15.08.2020

Binark, M., Bayraktutan, G. (2013). Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik. İstanbul: Kalkedon.

Binark, M., Löker, K. (2011). STÖ'ler İçin Bilişim Rehberi. Ankara: STGM.

Çağlar, İ., Akdemir, K.H., Toker, S. (2019), Uluslararası Medya Kuruluşlarının Türkiye Uzantıları, İstanbul, SETA, <https://setav.org/assets/uploads/2019/07/R143Tr.pdf> Erişim Tarihi: 11.10.2020

Çakır, H. (2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22, 123-149.

Çetinkaya, A. (2016). Çevrimiçi Gazetelerin Instagram Üzerinden Haber Paylaşımı, Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi, 1 (2), 1-28

Çetinkaya, A. (2019). Gazetecilik Pratiğinin Dönüşümü: Haber Üretiminde Çoklu Yetenek, Aysel Çetinkaya, Zafer Özdemir (Der.), Dijital Çağda Habercilik, (s.143-173) içinde. İstanbul, Der

Dergipark, <https://dergipark.org.tr/en/search?q=BBC&section=articles> Erişim Tarihi: 29.11.2020

Dijk, V. J. (2018). Ağ Toplumu (Ö. Sakin, Çev.). İstanbul: Kafka.

Flavian, C. & Gurrea, R. (2016). Dijital Gazeteleri Seçmek: Okuyucu Amaçlarının ve Kullanıcı Deneyimlerinin Etkisi, (F. Fırat, Çev.), Himmet Hülür, Cem Yaşın (Der.), Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi, (s.417-438) içinde. Ankara, Ütopya

Friedman, W. L.; Friedman, H. H. (2008). The New Media Technologies: Over View and Reserarch Framework. Article in SSRN Electronic Journal, 1-28.

Geray, H. (2003), İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeyinde Yeni Medya Politikaları, Ankara, Ütopya

Göncü, E.Ö. (2010). Temel Gazetecilik, İstanbul, İstanbul Üniversitesi [http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/gazetecilik\\_ue/temelgazetecilik.pdf](http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/gazetecilik_ue/temelgazetecilik.pdf) Erişim Tarihi: 12.11.2020

Güz, N. (2005). Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları. Ankara: Nobel

Haak, B., Parks, M., Castells, M., (2017), Gazeteciliğin Geleceği: Ağ Tabanlı Gazetecilik, Himmet Hülür, Cem Yaşın (Der.), Yeni Medya Gazeteciliğinin Geleceği (s.67-87) içinde. Ankara, Ütopya

Hülür, H., Yaşın, C. (2017), Yeni Medya ve Gazeteciliğinin Geleceğini Çerçevelemek, Himmet Hülür, Cem Yaşın (Der.), Yeni Medya Gazeteciliğinin Geleceği (s.9-36) içinde. Ankara, Ütopya

Jenkins, H. (2016). Cesur Yeni Medya, (N. Yeğengil, Çev.). İstanbul: İletişim



Kalsın, B. (2017), Robot Gazeteciliğin Yükselişi: Haber Odalarının Yeni Çalışanları, Berrin Kalsın (Der.), Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği, (s.21-48) içinde. Ankara, Gece

Kirdemir, B. (2020), Siber Politikalar ve Dijital Demokrasi, Ekonomi ve Dış Politikalar Araştırma Merkezi, İstanbul, EDAM <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2020/07/T%C3%BCrkiyede-Dijital-Haber-Ortam%C4%B1-Bar%C4%B1s-K%C4%B1rdemir.pdf> Erişim Tarihi: 01.10.2020

Mengü, M. (2018). Churnalism – Hazırcı Gazetecilik, Kenan Duman (Der.), İnternet Haberciliği: Kuram, Uygulama ve Eleştiri, İstanbul, Beta

Mert, E., Bayraktutan, G., İslam H., Binark, M. (Der.), Tunç, S., Çomu, T. ve Alyanak Büker, Z. (2018). Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri. İstanbul: Ayrıntı.

Narin, F.B. (2016). İnternet Gazeteciliğinde Hipermetin Üretimi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 43/Güz, 118-149

Mirchandani, R.; Abubakar, T. A. (2014). Britain's International Broadcasting. Los Angeles: Figueroa Press.

Okyay, İ. (2017). Geleneksel Habercilikten İnternet Haberciliğine Geçiş Sürecinde Ortaya Çıkan Etik Sorunlar, Berrin Kalsın (Der.), Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği, (s.177-204) içinde. Ankara: Gece

Özdemir, Z. (2019). Dijital Dönüşümün Gazetecilik Mesleğine Getirdiği Yeni Roller,

Aysel Çetinkaya, Zafer Özdemir (Der.), Dijital Çağda Habercilik, (s.117-141) içinde. İstanbul: Der. Parlak, M. O. (2018). Yeni Medya ve Haberciliğin Dönüşümü. Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14, 60-82.

Pavlik, J.V. (2013), Yeni Medya ve Gazetecilik, (M. Demir, B. Kalsın, Çev.). Ankara: Phoenix

Reuters Institute. (2019). Digital News Report 2019. Erişim Tarihi: 28 Şubat 2019 [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR\\_2019\\_FINAL\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf)

Sabah Gazetesi, 10 Eylül 2019, Barış Pınarı Harekatı Başladı, s.1

Şahin, M., Akgül, B. (2018). Geleneksel ve Yeni Medyada Kurumsal Haber Kaynaklarının Belirtilmesi Üzerine Bir İçerik Analizi: Vatan Gazetesi ve gazetevatan.com Örneği. İletişim ve Araştırma Dergisi, 46, 172-185.

Tayfur, G. (2018). Haber Toplama, Yazma ve Yayınlama Teknikleri, Konya: Eğitim

Tokgöz, O. (2012). Temel Gazetecilik, Ankara: İmge.

We Are Social & Hootsuite. (2019). Digital in 2019. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2019 <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>

Yıldırım, G. Ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, (9. Baskı, Ankara: Seçkin

YÖK Tez Merkezi, <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp> Erişim tarihi: 25.11.2020

## Ek-1:

BBC Türkçe'de 07/10/2019-30/11/2019 tarihleri arasında Barış Pınarı Harekatına ilişkin olarak yayınlanan 88 haber ve kurumsal haber kaynakları.

Barış Pınarı Harekâtı: Trump'ın Fırat'ın doğusuna askeri operasyon konusundaki tavır değişikliği ne anlama geliyor? 7 Ekim- İrem Köker BBC Türkçe

Barış Pınarı harekâtı: Türkiye ve ABD, Fırat'ın doğusunda askeri operasyon için uzlaştı mı? 7 Ekim- Derleme

Barış Pınarı Harekâtı- İngiltere basınında olası askeri operasyon: 'Türkiye, Suriye bataklığına daha çok gömülebilir. 8 Ekim- Financial Times, Guardian, Times, The Daily Telegraph

Türkiye tek taraflı hareket ediyor, askerlerimizin güvenliğini sağlamak adına çekildik. 8 Ekim- Twitter

Barış Pınarı harekâtı- PYD Sözcüsü Salih Müslim: ABD askerleriyle SDG birlikte çalışmaya devam ediyor. 8 Ekim- BBC Türkçe

Barış Pınarı harekâtı- New York Times: Erdoğan telefonda Trump'a "harekete geçeceğini" söyleyince Trump, "tüm IŞİD savaşçılarından sorumlu olursun" dedi. 8 Ekim- New York Times

Barış Pınarı harekâtı- Türkiye IŞİD'e gardiyan olabilir mi? 8 Ekim- Fehim Taştekin, Gazeteci Yazar

Barış Pınarı Harekâtı başladı: Suriye'nin kuzeyindeki Resulayn ve Tel Abyad'da hedefler havadan ve karadan vuruluyor. 9 Ekim- Twitter

Barış Pınarı Harekâtı- Trump neden üç günde birbiriyle çelişkili dört Suriye açıklaması yaptı? 9 Ekim- Derleme

Barış Pınarı harekâtı- Fahrettin Altun, Washington Post'a yazdı: Batı operasyona destek vermeli. 9 Ekim- Washington Post

Barış Pınarı Harekâtı- Pentagon: Türkiye'nin olası hareket güzergahı üzerindeki güçlerimizin yerini değiştirdik. 9 Ekim- Twitter

Barış Pınarı Harekâtı- Cumhurbaşkanı Danışmanı Gülnur Aybet: En büyük IŞİD kampı operasyon alanımızın dışında. 10 Ekim- BBC

Barış Pınarı Harekâtı: Suriye, Türkiye'nin operasyonuna nasıl bakıyor? 10 Ekim- Mahmut Hamsici BBC Türkçe

Barış Pınarı Harekâtı İngiltere basınında: Erdoğan'ın en büyük kumarı olabilir. 10 Ekim – Guardian, Times, Financial Times

Barış Pınarı Harekâtı- ABD basını: Harekatın kapsamı konusunda ABD'nin fikri yok. 10 Ekim- Washington Post, Wall Street Journal

Barış Pınarı Harekâtı- ABD Dışişleri Bakanı Pompeo: Türkiye'ye yeşil ışık yakmadık. 10 Ekim- PBS Televizyonu

Barış Pınarı Harekâtı- Suriye Milli Ordusu nedir, ne zaman ve neden kuruldu? 10 Ekim- Ece Göksedef BBC Türkçe

Barış Pınarı Harekâtı: ABD Kongresi, Trump veto etse bile Türkiye'ye yaptırım uygulayabilir mi? 11 Ekim- Derleme

Bariş Pınarı Harekâtı: Batı operasyonla ilgili neden kaygılı, Türkiye'nin yanıtı ne? 11 Ekim- Derleme

Bariş Pınarı Harekâtı- Lindsey Graham: Türkiye'ye yaptırım tasarısını hazırlayan Senatör kimdir, ne kadar etkili? 11 Ekim- Fox News Tv

Bariş Pınarı Harekâtı IŞİD'lilerin tutulduğu hapishanelerde toplu firar tehdidi yaratır mı? BBC bölgedeki cezaevlerine girdi. 11 Ekim- BBC

Bariş Pınarı Harekâtı- Suriye'nin kuzeyindeki demografik yapı son 100 yılda nasıl değişti? Harekât 'yeni bir Arap Kemerli' projesi mi? 11 Ekim- Fehim Taştekin Gazeteci Yazar

Bariş Pınarı Harekâtı 3. Gününde. 11 Ekim- Derleme

Rus medyasında Bariş Pınarı yorumları: Rusya'nın çıkarına. 11 Ekim- Gazete Moskovly Komsomolets

Bariş Pınarı Harekâtı İngiltere Basınında: 60 bin sivil bölgeyi terk ediyor. 11 Ekim – Guardian, Times, Financial Times, The Daily Telegraph

Bariş Pınarı Harekâtı: Türkiye'nin harekâtı IŞİD'in geri dönüşüne yol açabilir mi? 12 Ekim - Frank Garder BBC Güvenlik Muhabiri

Bariş Pınarı Harekâtı- SDG komutanı Mazlum Kobani, Le Figaro'ya konuştu: "Tutuklu IŞİD'lilerin sorumluluğu önceliğimiz değil." 12 Ekim- Le Figaro

Bariş Pınarı Harekâtı: Dünyadan tepkiler. 12 Ekim- Derleme

Bariş Pınarı Harekâtı- ABD'nin Türkiye'ye yönelik yaptırımlarla ilgili yaptığı son açıklama ne anlama geliyor? 12 Ekim- Wall Street Journal, New York Times

Bariş Pınarı Harekâtı: Dışişleri Bakanı Çavuşoğlu New York Times'a yazdı: Kürtler düşmanımız değil. 12 Ekim- New York Times

Bariş Pınarı Harekâtı İngiltere basınında- Times: IŞİD'li tutuklular kaçmaya başladı. 12 Ekim – Times, Financial Times

Bariş Pınarı Harekâtı- Ankara'dan Kuzey Kıbrıs lideri Akıncı'ya tepki: 'Bu açıklamalar kara lekedir.' 13 Ekim- Twitter

Bariş Pınarı Harekâtı İngiliz basınında: 'Erdoğan hayal edilemeyi başardı, Orta Doğu'daki tüm rakipleri birleştirdi.' 13 Ekim – Guardian, Observer, Times, The Daily Telegraph

Resulayn'da dört gazeteci bombardıman sonucu yaralandı, bir gazeteci hayatını kaybetti. 13 Ekim - ANHA

Suriyeli ve Rus kaynaklar: SDG ve Suriye hükümeti anlaşta, Suriye ordusu 'Menbiç ve Kobani'ye girecek.' 13 Ekim – Reuters, Al Masdar Gazetesi, Rus Kanalı-Sputnik Arapça (Radyo), BBC Türkçe, Suriye Devlet Ajansı SANA, Amerika'nın Sesi Radyosu

Ayn İsa kampında tutulan 'yüzlerce' IŞİD'li yakını kaçtı. 13 Ekim- Sebastian Usher Orta Doğu editörü BBC

ABD Savunma Bakanı Esper: Türkiye'nin olası niyeti, başta planlandığından daha güneye inmek. 13 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekatı hakkında neler biliniyor? 14 Ekim- Derleme

Türkiye'nin Lahey Büyükelçisi Dişli: ABD ve AB'nin silah ambargosu bizi etkilemez. 14 Ekim - Yusuf Özkan BBC

Senatör Graham: Trump'ın vereceği karar Türkiye açısından oyunun gidişatını her açıdan olumsuz yönde değiştirecek. 14 Ekim- Twitter

Senatör Graham: Türkiye'ye İran'dan bu yana en ciddi etkiyi yaratacak yaptırımların uygulanması için Başkanla birlikte çalışıyoruz. 14 Ekim -Twitter

Kobani Savunma Komitesi Eş Başkanı: Suriye ordusu bu gece Kobani'ye girecek. 14 Ekim- Derleme

Barış Pınarı Harekatı- Kürtlerle Suriye yönetimi hangi konularda anlaştı? 14 Ekim - Fehim Taştekin Gazeteci Yazar

Barış Pınarı Harekatı: 5 soruda Fırat'ın doğusunda başlayan operasyon 14 Ekim - Twitter

Barış Pınarı Harekatı- Rus Medyasından yorumlar: Gerçek dost savaşta belli olur. 14 Ekim - Rossiskaya Gazetesi

Barış Pınarı Harekatı - Akçakale'de harekâta destek: 'Cumhurbaşkanı'ndan emir bekliyoruz, herkes cepheye gitmeye hazır.' 14 Ekim - BBC

Barış Pınarı Harekatı İngiliz basınında: 'Suriye hükümeti ile anlaşma Kürtlerin özerklik hayallerine öldürücü darbe olabilir.' 14 Ekim - The Daily Telegraph, Times, Guardian

Barış Pınarı Harekatı - Erdoğan Wall Street Journal'a yazdı: Dünya Türkiye'ye destek olmalı. 15 Ekim - Wall Street Journal

Barış Pınarı Harekatı İngiltere basınında: 'Türkiye'yi destekleyen İngiliz bakan tepki topladı.' 15 Ekim - The Times, The Daily Telegraph, Guardian, Financial Times

Barış Pınarı Harekatı - Bloomberg: ABD Kongresi Trump'tan daha sert Türkiye yaptırımları istiyor. 15 Ekim - Bloomberg Tv

Barış Pınarı Harekatı - Trump: Kürtler bize 2. Dünya Savaşı'nda, Normandiya Çıkarması'nda yardım etmedi. 15 Ekim - BBC TV

Barış Pınarı Harekatı - Suriye'de savaşmış Amerikan askerleri ABD medyasına konuştu: Kürtlere ihanet ettik, artık bize kim güvenir? 15 Ekim - Washington Post

Barış Pınarı Harekatı: Rusya Suriye'de ne yapmak istiyor? 15 Ekim - BBC Rusça Servisi, Famil İsmailov

Barış Pınarı Harekatı, İngiltere ve ABD basınında: 'ABD'nin çekilmesi Rusya'yı Suriye'nin güç simsarı yaptı.' 16 Ekim - New York Times, Washington Post, Wall Street Journal, Times, Guardian, The Daily Telegraph, Financial Times

Barış Pınarı Harekatı: Bir hafta geride kaldı, diplomatik arenada neler yaşandı? 16 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekatı: Kobani'nin sınır komşusu Suruç'ta halk, operasyon ve havan topu saldırıları için ne diyor? 17 Ekim - Mahmut Hamsici - Neyran Elden BBC Türkçe

Barış Pınarı Harekâtı - Çavuşoğlu BBC'ye konuştu: Rusya YPG unsurlarını Suriye ordusu eşliğinde bölgeden çıkartırsa, karşı çıkmayız. 17 Ekim - BBC

Barış Pınarı Harekâtı - ABD Başkan Yardımcısı Pence Türkiye'de: Ziyaretten neler bekleniyor? 17 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı: Bazı Batılı ülkelerin silah satışını durdurması Türkiye'yi nasıl etkileyebilir? 17 Ekim - Onur Erdem BBC Türkçe

Barış Pınarı Harekâtı: Türk Lirası, bu hafta yaşanan siyasi gelişmelerden nasıl etkilendi? 18 Ekim - Reuters

Barış Pınarı Harekâtı - 120 saat. 18 Ekim – Reuters, AFP

Barış Pınarı Harekâtı: Türkiye ve ABD anlaştı, kim ne kazandı? 18 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı - İtalyan basınında Türkiye-ABD anlaşması: 'Kazanan Erdoğan oldu' 18 Ekim - Övgü Onur Roma

Barış Pınarı Harekâtı - Yunan basınında Türkiye-ABD anlaşması: 'Ankara istediğini aldı.' 18 Ekim - Stelyo Berberakis Atina

Barış Pınarı Harekâtı-120 saat. 18 Ekim - Reuters

Barış Pınarı Harekâtı: Türkiye-ABD mutabakatı uygulanabilir mi, Rusya'nın rolü neden kritik? 19 Ekim - Fehim Taştekin, Gazeteci Yazar

Barış Pınarı Harekâtı: Türkiye'den 'taciz/saldırı', Suriye Demokratik Güçleri'nden 'ateşkesi ihlal' suçlaması. 19 Ekim - Twitter

Barış Pınarı Harekâtı - Cumhuriyetçilerin ABD Senatosu'ndaki lideri McConnell: Barış Pınarı Harekâtı: Türkiye'nin güvenli bölge talebinin karşılanmasında, Şam ile SDG'nin anlaşmasını sağlayan Rusya'nın rolü ne olacak? 19 Ekim - Ece Göksedef BBC Türkçe

Suriye'den asker çekmek büyük bir stratejik hata. 19 Ekim - Washington Post, Twitter

Barış Pınarı Harekâtı: 5 günlük sürede son 24 saat. 21 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı: Suriye Demokratik Güçleri, Rasulayn kentindeki birliklerini çektiğini açıkladı. 21 Ekim – Twitter, Devlet Tv ZDF

Barış Pınarı Harekâtı - Times: Türkiye'nin Kürtlere karşı beyaz fosfor kullandığı iddiası soruşturulmalı. 21 Ekim - The Times

Barış Pınarı Harekâtı: 5 günlük sürede son 24 saat. 21 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı - Trump'tan 'ateşkes' açıklaması: Kısa süreli uzatmaya ihtiyaç duyarsak, bunun gerçekleşeceğine eminim. 22 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı: Erdoğan-Putin zirvesinden Suriye anlaşması çıkacak mı? 22 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı - Sınırdaki Suriyeli göçmenler 'güvenli bölgeye' yerleşmeye nasıl bakıyor? 22 Ekim - Mahmut Hamsici, Neyran Elden BBC Türkçe

Volkswagen, 'Barış Pınarı Harekâtı sebebiyle tepki aldıkları' gerekçesiyle Türkiye'ye yapacağı

yatırımı erteledi: Yeni otomotiv fabrikası hakkında neler biliniyor? 22 Ekim - Alman Handelsblatt Gazetesi

Barış Pınarı Harekâtı - Milli Savunma Bakanlığı: Bu aşamada yeni bir harekâta gerek kalmadı. 23 Ekim - Derleme

Soçi Mutabakatı: NATO Savunma Bakanları, Barış Pınarı Harekâtı ve Türkiye-Rusya anlaşması için ne diyecek? 24 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı - ABD Temsilciler Meclisi Türkiye'ye yaptırım tasarısını onayladı. 30 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı - ABD Hazine Bakanı: Trump'ın elinde yeni Türkiye yaptırımları listesi var ancak şu an bunları devreye sokmaya gerek yok. 31 Ekim - Reuters

Barış Pınarı Harekâtı: Türkiye Amerikan ilişkileri son 10 yılda nereden nereye geldi? 31 Ekim - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı- Esad: Kürtlerin kontrolündeki bölgelerde devlet otoritesi yeniden kurulacak. 1 Kasım - Suriye Devlet Televizyonu

Barış Pınarı Harekâtı- Türkiye'nin Resulayn yakınlarında yakaladığı 18 Suriye askeri iade edildi. 1 Kasım - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı - Milli Savunma Bakanlığı: 29 Ekim'de Rasulayn'ın güneydoğusunda ele geçirilen 18 rejim unsuru teslim edildi. 1 Kasım - Twitter

Barış Pınarı Harekâtı iç politikaya nasıl yansiyabilir, AKP kulislerinde neler konuşuluyor? 4 Kasım - Ayşe Sayın BBC

Amerikalı Senatörlerden Washington'a çağrı: Türkiye Barış Pınarı Harekâtı anlaşmasını ihlal ediyorsa yaptırımları başlatın. 7 Kasım - Derleme

Barış Pınarı Harekâtı- ABD Temsilciler Meclisi Türkiye'ye yaptırım tasarısını onayladı. 30 Kasım - Derleme