



ISSN 1304-8120 | e-ISSN 2149-2786

Araştırma Makalesi * Research Article

Ulusal ve Uluslararası Teknoloji Haber Web Siteleri Kullanılabilirliğinin İçerik Analizi ile Karşılaştırmalı İncelenmesi

Comparative Analysis of National and International Technology News Websites Usability with Content Analysis

Ahmet DOĞAN

Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü
ahmetdogan@osmaniye.edu.tr
Orcid ID: 0000-0002-7116-3558

Öz: Teknoloji, toplumsal hayatın ve iş hayatının neredeyse tüm alanına girmekle birlikte, 7'den 70'e tüm kesimleri ilgilendiren, heyecanlandıran bazen de korkutan bir etki yaratmaktadır. Teknolojinin yaygın kullanımı, öğrenilmesi gereken birçok bilgiyi de beraberinde getirmektedir. Bu bilgilerin edinilebileceği platformlardan birisi de teknoloji haber siteleridir. Teknoloji haber siteleri, teknoloji dünyasında yaşanan en önemli ve güncel gelişmeler, herhangi bir teknolojik ürünün kullanımı veya kullanımından doğan zorluklar, vb. teknoloji ile ilgili birçok bilgileri sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı, en çok ziyaret edilen 10 ulusal ve 10 uluslararası teknoloji haber web sitelerinin kullanılabilirliğini, belirlenen 17 kritere göre, içerik analizi yöntemi ile karşılaştırmalı olarak değerlendirerek farklılıkları ortaya koymaktır. Bu kapsamda, hız, tasarım, yorum ekleme, en sık okunanlar, güncellik ve reklam kriterlerinde ulusal teknoloji haber web sitelerinin, dil seçenekleri, kişiselleştirme, bilgiye ulaşma, yazarlar sayfası, güvenlik ve gizlilik, hakkında sayfası kriterlerinde uluslararası teknoloji haber web sitelerinin önde olduğu sonucu elde edilmiştir. Arama motoru, sosyal medya, içerik, etkileşim ve cevaplanabilirlik, veri zenginliği, kriterlerinde ise anlamlı bir fark elde edilememiştir. Karşılaştırma sonucunda web siteleri için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, web sitesi, web kullanılabilirlik analizi, web içerik analizi, teknoloji haber siteleri.

Abstract: Technology penetrates almost every aspect of social and business life. At the same time, it creates an effect that interests, excites, and sometimes frightens the entire society from 7 to 70. The prevalent use of technology brings much information to be learned. Technology news sites provide much information about technology, such as the most critical and current developments in the world of technology, the use of any technological product, or the difficulties arising from its use. This study aims to reveal the differences by evaluating the usability of the 10 most visited national and 10 international technology news websites, according to 18 criteria, using the content analysis method. In this context, national technology news websites were superior in speed, design, adding comments, popular read, currency, and advertisement criteria. In terms of language options, personalization, access to information, authors page, security and privacy, and about page criteria, it was concluded that international technology news websites were superior. No significant difference was found in search engine criteria, social media, content, interaction and responsiveness, and data diversity. As a result of the comparison, suggestions for websites are presented.

Keywords: Technology, website, web usability analysis, web content analysis, technology news sites.

Geliş Tarihi:24.10.2022

Kabul Tarihi:01.12.2022

Yayın Tarihi:31.12.2022

Atıf: Doğan, A. (2022). Ulusal ve uluslararası teknoloji haber web siteleri kullanılabilirliğinin içerik analizi ile karşılaştırmalı incelenmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 1481-1501.

Doi: 10.33437/ksusb.1193673

GİRİŞ

Günümüzde teknolojinin baş döndürücü hızı hemen hemen her sektörde kendisini fazlasıyla hissettirmektedir. Özellikle de 1969'da temelleri atılan ve 1990'lı yıllarda kullanımı dünya genelinde yaygınlaşmaya başlayan internet, teknolojinin gelişmesinde ve teknolojiye erişilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. İnternetle birlikte, bilgiye erişim kolaylaşmış, bireysel açıdan kullanım alışkanlıkları kurumsal açıdan ise iş yapış şekilleri değişmiş ve değişmeye devam etmektedir. Yakın zamanda tüm dünyada etkisi hissedilen pandemi şartlarında, bu değişim daha fazla hissedilir olmuştur. Bireysel açıdan ihtiyaçların büyük bir kısmının web siteleri üzerinden gerçekleşmesi ile e-ticaret 'in büyük bir ivme kazanmış olması, kurumsal açıdan evden çalışmanın yaygınlaşması, toplantıların online platformlar üzerinden gerçekleşmesi vb. durumlar bu değişimin toplumun tüm kesimlerine daha fazla yayılmasını sağlamıştır. Bu süreçte web sitelerinin de kritik bir rol oynadığını söylemek mümkündür. Genel olarak web siteleri, bireysel ya da kurumsal açıdan amaçları gerçekleştirmek üzere ihtiyaçların karşılanmasını sağlamaktadır. Web siteleri kurumların dünyaya açılan kapısını konumundadır ve gün geçtikçe önemi artmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişim ile kurumların, web sitelerinden bilgi edinmek isteyen kullanıcılara uygun web siteleri tasarlayıp sunmaları web sitelerinin kullanılabilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir (Ateş ve Karacan, 2009: 33). Kullanılabilirlik kavramı aslına bakılırsa günlük hayatımızın içinde yer almaktadır. Mesela yeni aldığımız bir akıllı telefonun, bilgisayarın ya da herhangi bir elektrikli aletin nasıl çalışacağını öğrenmek, internet bankacılığında yeni bir vadesiz hesabın nasıl oluşturulduğunu öğrenmek, öğrencilerin uzaktan eğitim sistemlerinin nasıl kullanacağını öğrenmesi vb. örnekler doğrudan kullanılabilirlikle ilişkilidir.

Uygulamada kullanılabilirlik, hedef kitleyi oluşturan kullanıcıların, verilen işleri yaparken gösterdikleri verimlilik, etkililik ve memnuniyetleri olarak ifade edilebilir. Burada etkililik, kullanıcıların uygulamayı kullanarak elde ettiği sonucun başarısını ifade ederken, etkililik işi yapabilme yüzdesini ifade etmektedir. Örneğin kullanıcıdan beklenen, bir web sayfasındaki bilginin yerini bulmaksa, etkililik kullanıcının aradığı doğru bilgiyi bulmada gösterdiği başarı ile ifade edilebilir. Verimlilik, bir web sayfasında kullanıcının belirlenen işi ne kadar sürede yaptığı ya da hangi yolları izlediği ve tamamladığı vb. tespit edilerek belirlenebilir. Memnuniyet ise, kullanıcının uygulamayı kullanırken oluşan fikirlerinin düzeyini ifade eder (Acartürk ve Çağıltay, 2006: 336). Sonuç olarak kullanılabilirlik verim artıran bir unsurdur. İnsanların web site ziyaretlerinde, aradığını daha hızlı ve kolay bir şekilde bulması, işlerini sorunsuz halletmesi ve tüm bunları gerçekleştirirken memnuniyet duyması daha mutlu bir kullanıcı deneyimi gerçekleştirmesini sağlayacaktır.

Yüksek teknolojiye bilimsel ilerlemelerin pratiğe daha fazla geçirilmesiyle birlikte, tüm dünyada elektronik satışların gün geçtikçe arttığını söylemek mümkündür (Cristache vd., 2015: 352). Bu artış içerisinde en önemli paylardan biri bilişim ve elektronik sektörüne, başka bir deyişle teknoloji sektörüne aittir. (Cengiz ve Akkuş, 2015: 442). Teknoloji sektörünün e-ticaret alışverişlerindeki bu yaygın etkisi, sektör ürünleri ile ilgili bilgi edinme ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Çok çeşitli ve kompleks ürünlerin yer aldığı bu sektörde bireyler ürünleri satın almadan önce ürünlerle ilgili birtakım araştırmalar yapmaktadırlar. Bu araştırmaları ise en çok teknoloji web siteleri aracılığıyla gerçekleştirmektedirler. Bireyler teknoloji web sitelerini sadece satın alacakları ürün hakkında bilgi edinmek amacıyla değil, güncel teknoloji haberlerini, bilgilerini, gelişmelerini, gündemlerini takip etmek, teknolojiyi nasıl kullanacağını öğrenmek, teknolojik sorunlarını çözmek, teknoloji güvenliğini öğrenmek, vb. birçok farklı amaçla kullanmaktadırlar. Teknoloji sektörü için bizce kritik öneme sahip teknoloji web sitelerinin bilgi arayışında olan kullanıcılar için iyi tasarlanmış olması gerekmektedir. Durumun böyle olmasına rağmen, genelde web sitesi fonksiyonlarından faydalanmak isteyen kullanıcıların pek memnun olmadığı, kullanım ve tasarım açısından başarılı bulunmayan web sitelerinin çoğunlukta olduğu ifade edilebilir.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, en çok ziyaret edilen 10 ulusal ve 10 uluslararası teknoloji haber web sitelerinin kullanılabilirliğini, belirlenen 18 kritere göre, içerik analizi yöntemi ile karşılaştırmalı olarak değerlendirerek farklılıkları ortaya koymaktır.

Bu bağlamda aşağıda yer alan alt amaçlara ilişkin cevap aranmaya çalışılmıştır.

1. Ulusal teknoloji web siteleri hangi kriterlere göre uluslararası teknoloji web sitelerine göre önde yer almaktadır?
2. Uluslararası teknoloji web siteleri hangi kriterlere göre ulusal teknoloji web sitelerine göre önde yer almaktadır?

YÖNTEM

Araştırmanın modeli

Yapılan bu çalışma genel tarama modeline göre tasarlanmıştır. Genel tarama modeli “çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile, evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleri” olarak ifade edilmektedir (Baz, 2018: 280).

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini teknoloji haber sitelerinin web siteleri, örneklemine ise evrenden seçilen 10 ulusal ve 10 uluslararası teknoloji haber web siteleri oluşturmaktadır. Literatürde, nitel araştırmaların sonuçlarının tüm evreni genellemediği, bununla birlikte analiz için bir ya da iki vakanın yeterli olduğu belirtilmiştir (Başkale, 2016: 27).

Verilerin Toplanması ve Analizi

Ulusal ve uluslararası teknoloji web siteleri ile ilgili veriler 19.12.2021 ve 20.01.2022 tarihleri arasında web siteleri ziyaret edilerek toplanmıştır. Bu çalışmada verilerin analizinde, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizinde, mesaj değeri taşıyan her türlü veri, bulgu, araştırma amacı doğrultusunda analiz edilir ve yorumlanır (Çelik ve Bora, 2021: 2819). Buna ek olarak, birbirine benzeyen veriler, belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilir, okuyucunun anlayacağı biçimde düzenlenerek yorumlanır ve araştırmacı tarafından gerekirse sayısallaştırılabilir (Cevher, 2015: 391). Benzer şekilde, içerik analizi bir metindeki değişkenleri ölçmek amacıyla, sistematik tarafsız ve sayısal olarak yapılan analiz şeklinde ifade edilmektedir (Bayram ve Yaylı, 2009: 359). Bir başka açıdan, içerik analizinin web iletişimlerini de kapsayan sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda yaygın kullanıma sahip faydalı bir ölçüm tekniği olduğu ifade edilmektedir (Keskin ve Çilingir, 2010: 59). Bu kapsamda ulusal ve uluslararası teknoloji web sitelerinin incelendiği çalışmamızda içerik analizi kullanımının yerinde olduğu düşünülmektedir. Çalışmada akademik uzman görüşleri ve ilgili literatür incelemesi doğrultusunda 17 adet değerlendirme kriteri belirlenmiştir. Kriterlerin belirlenmesinin ardından araştırmaya konu olan teknoloji web siteleri ziyaret edilmiş ve içerik analizi yöntemiyle bu kriterlere göre incelenerek değerlendirilmiştir. Değerlendirme kriterleri ve teknoloji web siteleri aşağıda verildiği gibidir (Tablo 1 ve Tablo 2).

Tablo 1. Değerlendirme kriterleri

Teknoloji web siteleri değerlendirme kriterleri			
K1: Hız	Law, (2019)	K10: Bilgiye ulaşma	Shayganmehr ve Montazer, (2020)
K2: Arama motoru	Huang ve Mou, (2021)	K11: Güncellik	Zhang vd. (2022)
K3: Dil seçenekleri	Momenipour vd. (2021)	K12: Veri zenginliği	Kaplanseren ve Aksatan (2018)
K4: Sosyal medya	Farooq vd., (2022)	K13: Güvenlik ve gizlilik	(Chmielarz ve Zborowsk, 2022)
K5: Kişiselleştirme	Ulucan ve Demirkol (2017)	K14: Yazar bilgisi	Bravo vd. (2022)
K6: İçerik	Sarantis vd., (2022)	K15: En sık okunanlar	Başak vd (2008)
K7: Tasarım	Yılmaz, (2022)	K16: Reklam	Soydaş ve Thiam (2022)
K8: Yorum ekleme	Güngör (2019)	K17: Hakkında sayfası	Abdüselam vd (2015)
K9: Etkileşim, Cevaplanabilirlik	Liu vd., (2011)		

Tablo 2. Değerlendirilen ulusal ve uluslararası teknoloji web siteleri

Ulusal teknoloji web siteleri	Uluslararası teknoloji web siteleri
U1: webtekno.com	UL1: techcrunch.com
U2: donanimhaber.com	UL2: thenextweb.com
U3: chip.com.tr	UL3: wired.com
U4: webrazzi.com	UL4: tech2.com
U5: shiftdelete.net	UL5: gizmodo.com
U6: log.com.tr	UL6: mashable.com
U7: teknogaste.com	UL7: theverge.com
U8: tamindir.com	UL8: digitaltrends.com
U9: technopat.net	UL9: techradar.com
U10: teknolojioku.com	UL10: zdnet.com

BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında yöntem bölümünde bahsedilen 18 değerlendirme kriteri kullanılarak ulusal ve uluslararası teknoloji haber web siteleri içerik analizi yöntemi ile incelenmiş bulgular tablolarda verilmiştir. Tüm siteler ayrıntılı olarak incelendikten sonra, elde edilen veriler görselleştirilerek “içerik” kriteri hariç her bir kritere göre grafikler oluşturulmuştur. Son olarak ise, oluşturulan bu grafikler kapsamında web siteleri arasındaki farklar açıklanmıştır.

Ulusal teknoloji haber web siteleri için hız (K1), arama motoru (K2), dil seçenekleri (K3), sosyal medya (K4), kişiselleştirme (K5) kriterleri ve kriterlere ait bulgular Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Ulusal teknoloji haber web siteleri için K1, K2, K3, K4 ve K5 kriterlerine ait bulgular

Web siteleri	Kriterler				
	K1	K2	K3	K4	K5
U1	85	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	Türkçe	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Telegram, LinkedIn, Pinterest	√

U2	62	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	Türkçe	Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn	√
U3	53	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	Türkçe	Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn, Tumblr	√
U4	75	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	Türkçe İngilizce	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Pinterest	√
U5	57	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	Türkçe	Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Twitch	√
U6	55	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	Türkçe	Facebook, Twitter, YouTube, Instagram,	×
U7	73	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	Türkçe	Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, VKontakte	×
U8	85	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	Türkçe	Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn, Pinterest	×
U9	97	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	Türkçe	Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, YouTube, Steam	×
U10	70	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	Türkçe	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube	×

Uluslararası teknoloji haber web siteleri için hız (K1), arama motoru (K2), dil seçenekleri (K3), sitenin sosyal medyaları (K4), kişiselleştirme (K5) kriterleri ve kriterlere ait bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Uluslararası teknoloji haber web siteleri için K1, K2, K3, K4 ve K5 kriterlerine ait bulgular

Web sitesi	Kriterler				
	K1	K2	K3	K4	K5
UL1	45	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	İngilizce, Çince, Fransızca, Japonca	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Pinterest	√
UL2	72	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	İngilizce	Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Pinterest	×
UL3	33	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	İngilizce	Facebook, Twitter, YouTube,	√

				Instagram, Pinterest, LinkedIn	
UL4	85	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	İngilizce	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn	×
UL5	56	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	İngilizce Fransızca Felemenk çe İtalyanca Almanca İspanyolc a Japonca, Lehçe Portekizce	Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn, Pinterest	√
UL6	43	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	İngilizce Felemenk çe İtalyanca	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest, LinkedIn StumbleUpon	×
UL7	33	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	İngilizce	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest LinkedIn	√
UL8	44	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	İngilizce, İspanyolc a	Facebook, Twitter, YouTube Instagram LinkedIn, Pinterest	×
UL9	80	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	İngilizce Felemenk çe İtalyanca Danca, Fince, Norveççe İsveççe Fransızca Almanca	Facebook Instagram Twitter, YouTube LinkedIn Pinterest	√
UL10	39	Chrome, Explorer, Safari, Firefox, Edge ile uyumlu	İngilizce, Japonca, Çince, Almanca, Felemenk çe, Fransızca, Korece	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Pinterest	√

Ulusal teknoloji haber web siteleri için içerik (ana menü ve alt sekmeler) (K6), tasarım (K7), yorum ekleme (K8), etkileşim, cevaplanabilirlik (K9), bilgiye ulaşma (K10), güncellik (K11) kriterleri ve kriterlere ait bulgular Tablo 5 ve Tablo 6'de verilmiştir.

Tablo 5. Ulusal teknoloji haber web siteleri için K6, K7, kriterlerine ait bulgular

Web siteleri	Kriterler	
	K6	K7
U1	Anasayfa, Haber, Video, En Çok Okunan, En Çok Paylaşılan, En Çok İzlenen, Kategoriler; bilim haberleri, donanım, giyilebilir teknoloji, internet, kripto para, mobil, mobil uygulama, otomobil, oyun, sektörel, sinema ve dizi, sosyal medya, uzay, yapay zekâ, yaşam, yazılım	Site rengi kırmızı ve beyaz hâkim. Sade ve kullanımı kolay. Aşağıya doğru devam eden fotoğrafı haber içerikleri
U2	Haber, Video, Galeri, Forum, Iphone12, Apple M1, Covid19, Türkiye Haberleri, Otomobil, Sessiz Videolar, Sistem Tavsiyeleri, Hakkımızda, İletişim, İçerik Bildir, V2 Tanıtım, Mobil Uygulamamız, RSS Beslemesi	Renkli site sayfası, turuncu, beyaz ve gri rengi hakim, gece modu var, kişiye göre siteyi özelleştirme imkanı var, aşağıya doğru devam eden fotoğrafı haber içerikleri ana sayfa da geçişli videolar. Kullanımı kolay.
U3	Televizyon, fotoğraf makinesi, anakart, işlemci, ekran kartı, depolama, ADSL modem klavye ve mouse, giyilebilir teknoloji, kulaklık, ses sistemi, yazıcı, oyunlar, Haber; android, bilgisayarlar, bilim, blockchain ve bitcoin, cep telefonu, dijital fotoğraf, internet ve online, iphonex, iş dünyası, mobil uygulamalar, oyun ve eğlence, samsung, tesla ve spacex, windows10, yapay zeka, Fırsatlar; laptop, telefon, oyuncu ekipmanları, tablet, akıllı saatler, akıllı bileklik, monitör, televizyon, klavye ve mouse, kulaklık, 3D yazıcılar, ekran kartı, ana kart, işlemciler, Forum; CHIP forumda bugün, aktif konular, cep telefonları, oyunlar, bilgisayar bileşenleri, yazılım, işletim sistemleri, test ve satın alma, chip life	Siteye kırmızı ve beyaz rengi hakim Hareketli görseller, aşağıya doğru devam eden görsel içerikler ve videolar karmaşık. Kullanımı kolay.
U4	Kategoriler; haberler, videolar, galeriler, insights, raporlar, Konular; dijital, e-ticaret, girişim, mobil, teknoloji, yatırım, Etkinlikler; e-ticaret, dijital, developer, new hr summit, fintech, webrazzi pass, Kariyer, Ödüller	Siteye sarı, gri ve beyaz renkleri hakim, sade ve kullanımı kolay, öne çıkanlar ve son eklenenler görsel içeriklerle aşağıya doğru devam ediyor. Gece modu mevcut
U5	Forum, Videolar, İnceleme, Mobil, Oyun, Sosyal Medya, Popüler Bilim, Galeri, UKT, Nasıl Yapılır?, Android, iOS, Windows10, Donanım, Otomobil	Sitede siyah ve beyaz renkleri hakim, Kullanımı kolay. Görsel içerikli haberler aşağıya doğru sıralanıyor, Geçişli görseller ve videolar mevcut
U6	Haber, Test; akıllı telefon, otomobil, akıllı saat, dijital kamera, tablet, dizüstü bilgisayar, aksesuar inceleme, Asfalt; otomobil, motosiklet, elektrikli otomobil, sürücüsüz otomobil, bisiklet, Radar; drone, giyilebilir teknoloji, robot, bilim,	Siteye beyaz renk hakim, sade ve kullanımı kolay, geçişli görseller ve haberler mevcut, aşağıya doğru devam eden görsel içerikler mevcut

	oyuncak, Play; oyun inceleme, oyun haber, müzik, sinema, televizyon, Dosya; rehber, analiz, Uygulama; iphone, piad, android, Nasıl Yapılır? , Takip Et	
U7	Teknoloji, Mobil, Blog, Oyun, İnternet, Gündem, Hakkımızda, Künye, Reklam, Gizlilik Politikası, İletişim	Siteye siyah, beyaz ve gri renkleri hakim, gece modu mevcut, geçişli ve kategorili görsel içerikler mevcut, aşağıya doğru devam eden görsel içerikli paylaşımlar mevcut, Kullanımı kolay
U8	Uygulama; windows uygulamaları, mac os uygulamaları, android uygulamaları, iOS uygulamaları, Oyun; windows oyunları, mac os oyunları, android oyunları, iOS oyunları, Haber; tüm haberler, mobil, teknoloji, oyun, internet, bilim, sosyal medya, yazılım, güvenlik, otomobil, proje, fragman, donanım, etkinlik, İnceleme; tüm incelemeler, nasıl yapılır, mobil, galeriler, yazılım, teknoloji, listeler, internet, oyun, sosyal medya, güvenlik, karşılaştırma, kampanya, donanım, Video; tüm videolar, oyun, mobil, teknoloji, tamindirtv, yazılım, nasıl yapılır, inceleme, internet, sosyal medya, fragman, donanım, güvenlik, kampanya	Siteye beyaz ve mavi renkleri hakim, geçişli ve kategorili görsel içerikler ve aşağıya doğru devam eden kategorili görsel içerikler. Kullanımı kolay.
U9	Haber, Makale, Video, Tavsiyeler, İş, Mobil, Oyun, Sosyal, Hakkında, Arama	Siteye siyah, yeşil ve beyaz renkleri hakim, göz yorucu fakat kullanımı kolay, fotoğraf içerikli haberler kategorili bir şekilde sıralanmış ve aşağıya doğru devam ediyor
U10	Teknoloji TV, Güncel, Oyun, Mobil, Otomobil, Bilim & Teknik, Donanım, Sosyal Medya, İnceleme, Sinema, Yazılım, İnternet, Güvenlik, Eğitim, Nasıl Yapılır, Foto Galeri, Oppo, Keenetic, Xiaomi, Google, Android, Huawei, Sony, Microsoft, Netflix, Facebook	Siteye mavi ve beyaz renkleri hakim. Göz yoruyor. Geçişli haber fotoğrafları site ortasında yer alıyor, güncel fotoğraflı içerikler sıralı bir şekilde aşağıya doğru devam ediyor. Kullanımı kolay

Tablo 6. Ulusal teknoloji haber web siteleri için K8, K9, K10 ve K11 kriterlerine ait bulgular

Web siteleri	Kriterler			
	K8	K9	K10	K11
U1	√	E-posta hizmeti, İletişim bilgileri, Harita bilgisi	Arama motoru, Menü	√
U2	√	Geri bildirim butonu, E-posta hizmeti, Forum sayfası, İçerik gönderme sayfası, İletişim bilgileri	Arama motoru, Menü	√
U3	√	Forum sayfası, İletişim bilgileri, E-posta hizmeti, Harita bilgisi	Arama motoru, Menü	√
U4	√	İletişim bilgileri, E-posta hizmeti, Katkıda bulunun sayfası konuk yazar olarak, Harita bilgisi	Arama motoru, Menü	√

U5	√	İletişim bilgileri, Forum sayfası	Arama motoru, Menü	√
U6	×	İletişim bilgileri, Harita bilgisi	Arama motoru, Menü	√
U7	√	Sadece e-posta bilgisi mevcut	Arama motoru, Menü, Site haritası	√
U8	√	İletişim bilgileri, Harita bilgisi, E-posta hizmeti	Arama motoru, Menü	√
U9	√	Sadece e-posta bilgisi mevcut	Arama motoru, Menü	√
U10	√	İletişim bilgileri, Harita bilgisi, E-posta hizmeti,	Arama motoru, Menü	√

Uluslararası teknoloji haber web siteleri için içerik (ana menü ve alt sekmeler) (K6), tasarım (K7), yorum ekleme (K8), etkileşim, cevaplanabilirlik (K9), bilgiye ulaşma (K10), güncellik (K11) kriterleri ve kriterlere ait bulgular Tablo 7 ve 8'de verilmiştir.

Tablo 7. Uluslararası teknoloji haber web siteleri için K6, K7, kriterlerine ait bulgular

Web siteleri	Kriterler	
	K6	K7
UL1	Extra Crunch'a Katılım, Oturum Aç, Arama, Hediye Rehberi 2020, TC Oturumları; Uzay Videoları, Başlangıçlar, Videolar, Ses, Bültenler, Ekstra Crunch, TC Listesi, Reklam Verme, Etkinlikler, Daha; başlangıç battlefield, sponsorlu içerik, brex başlangıç veri merkezi, dahil etmek, crunchbase, crunchboard, başlangıç programımıza başvurun, bize ulaşın	Siteye beyaz ve yeşil renkleri hakim, kullanımı kolay menüler sola yaslı, içerikler açıklamaları ve görselleri ile birlikte aşağıya doğru devam ediyor
UL2	Haberler, Etkinlikler; TNW 2020, kanepeler konferansları, İş; dizin, program, AMA'lar, Alanlar, Şartlar ve Koşullar, En Son, Sert Çatal, Takılı, Beni Oku, Büyüme Çeyrekleri, Vardiya, Sinirsel, Hakkında, Reklam Ver, Meslekler, İletişim	Siteye kırmızı, beyaz ve siyah renkleri hakim. En son paylaşılan görsel içerik ansayfanın büyük bir kısmını kaplıyor. Geri kalan görsel içerikli paylaşımlar aşağıya doğru devam ediyor. Kullanımı kolay.
UL3	Arka kanal, İş, Kültür, Eşya, Fikirler, Bilim, Güvenlik, Podcast'ler, Video, Yapay Zeka, Oyunlar, Bültenler, Dergi, Etkinlikler, İçeriden Kablolu, Kuponlar	Siteye beyaz rengi hakim. Sade ve kullanımı kolay. Video ve fotoğraf içerikli paylaşımlar aşağıya doğru devam ediyor
UL4	Anasayfa, Aygıtlar; cep telefonları, dizüstü bilgisayarlar, tabletler, Haberler, Yorumlar; tüm incelemeler, cep telefonu, dizüstü bilgisayar, ses, Bilim, Oto, Oyun, Fotoğraflar, Videolar, Nasıl, En İyi Fırsatlar	Siteye beyaz rengi hâkim. Reklam içeriği çok fazla. Popüler konular anasayfada ilk 10 sıralanmış ve diğer içerikler açıklamalı ve fotoğraflı bir şekilde aşağıya doğru devam ediyor. Sitede tarih bilgisi mevcut. Karmaşık fakat kullanımı kolay.
UL5	Anasayfa, En Son, Yorumlar, Toprak, Bilim, Io9, Alan Haberi, Video	Siteye beyaz ve siyah renkleri hakim. Paylaşımlar fotoğraflı, videolu ve açıklamalı aşağıya doğru devam ediyor. Sitenin

		alışveriş sayfası mevcut. Kullanımı kolay.
UL6	Aktivizm, Eğlence; tüm eğlencenler, filmler, oyunlar, televizyonlar, Kültür; tüm kültür, ilişkiler, ünlüler, mizah, ebeveynlik, sosyal medya, Teknoloji; işler, uygulamalar, eşyalar, yorumlar, mobil, akıllı ev, nasıl, mashable seçimi, Bilim; tüm bilim, iklim, uzay, Sosyal Fayda; tüm sosyal fayda, cinsiyet eşitliği, aktivizm, kar amacı gütmeyen kuruluşlar, Büyütmek, Alışveriş; teknoloji, yaşam tarzı, kültür, teknolojinin en iyisi, kültürün en iyisi, yaşam tarzının en iyisi, Daha Fazlası	Siteye koyu mavi ve beyaz renkleri hakim. Göz yoruyor. Menü seçenekleri görsel içerikli. Anasayfa girişine bir haber kaplıyor. Yeni haberler sıralı bir şekilde sitenin sol köşesinde. Diğer videolu ve fotoğraflı içerikler aşağıya doğru devam ediyor. Sitenin alışveriş sayfası mevcut. Kullanımı kolay.
UL7	Teknoloji, Yorumlar, Bilim, Yaratıcılar, Eğlence, Video, Özellikleri, Podcast'ler, Daha; bültenler, mağaza	Siteye siyah renk hakim ve renk sürekli değişiyor. Tema çok koyu göz yoruyor. Tarih bilgisi mevcut. Fotoğraf içerikli paylaşımlar aşağıya doğru devam ediyor. Karmaşık ve zor.
UL8	En İyi Ürünler; en iyi dizüstü bilgisayarlar, en iyi tabletler, en iyi telefonlar, en iyi ses çubukları, en iyi akıllı ev cihazları, en iyi akış cihazları vs Ürün İncelemeleri; araba yorumları, kamera incelemeleri vs Haberler; cep telefonu, oyun, fintech, siber güvenlik, oyun, arabalar, 5g, koronavirüs, akıllı ev, yapay zekavs Fırsatlar; en iyi ipad fırsatları, en iyi iphone fırsatları vs Orijinal Seri; ev ödevi, cesur fikirler vs Satın Alma Kılavuzları; tatil hediye rehberi, 4k tv satın alma rehberi vs İndirilenler; mac, ios, internet, oyunlar vs Daha Fazla	Siteye mavi, beyaz ve siyah renkleri hakim. Sitede reklamlar mevcut. Yeni paylaşılan haberler sitenin sağ üst kısmında bulunuyor. Kullanımı zor. Aşağıya doğru farklı kategorilerde ki görsel içerikli paylaşımlar ve videolar devam ediyor
UL9	Yeniler, Yorumlar, Telefonlar, TV'ler, Dizüstü Bilgisayarlar, Kameralar, Fırsatlar, Daha Fazla; giyilebilir cihazlar, tabletler, bilgi işlem, görsel-işitsel, oyun, akıllı ev, aletler, araba teknolojisi, bileşenleri, indirilenler, geniş bant anlaşmaları, vpn, ağ sağlayıcısı, haberler, video, magazin, black friday	Siteye mavi ve beyaz renk hakim. Kullanımı kolay ve sade. Aşağıya doğru devam eden fotoğraf içerikli paylaşımlar
UL10	Bulut, CXO, Donanım, Hareketlilik, Microsoft, Daha; depolama, güvenlik, kurumsal yazılım, veri merkezleri, işe uygun giyilebilir cihazlar, apple, yenilikçilik tüm konuları gör, beyaz kağıtlar, indirilenler, yorumlar, galeriler, videolar, techrepublic forumları, Bültenler, Tüm Yazarlar	Siteye kırmızı, beyaz ve siyah renkleri hakim. Geçişli fotoğraflı paylaşımlar anasayfa en başta diğer fotoğraflı içerikler aşağıya doğru devam ediyor. Kullanımı kolay.

Tablo 8. Uluslararası teknoloji haber web siteleri için K8, K9, K10 ve K11 kriterlerine ait bulgular

Web siteleri	Kriterler			
	K8	K9	K10	K11
UL1	√	E-posta hizmeti, Geribildirim-sorun bildirme, Teknoloji ile ilgili bazı girişimlere yarışma yaparak yardım eder	Arama motoru, Menü	√
UL2	×	E-posta hizmeti, İletişim Bilgileri	Arama motoru, Menü	√
UL3	×	E-posta hizmeti, Yardım sayfası, İletişim bilgileri, Sıkça sorulan sorular (SSS)	Arama motoru, Site haritası Menü	×
UL4	×	İletişim bilgileri	Arama motoru, Menü	×
UL5	√	Yardım sayfası, E-posta bilgisi	Arama motoru, Site haritası Menü	×
UL6	×	E-posta hizmeti, E-posta bilgisi,	Arama motoru, Menü	×
UL7	√	E-posta hizmeti, İletişim bilgileri, İpucu gönderme sayfası, Sıkça sorulan sorular (SSS)	Arama motoru, Menü	×
UL8	×	E-posta bilgisi, İletişim bilgileri	Arama motoru, Menü	×
UL9	×	E-posta bilgisi, İletişim bilgileri	Arama motoru, Menü	×
UL10	√	E-posta hizmeti, Yardım sayfası, Geri bildirim ve sorun bildirme, Sıkça sorulan sorular (SSS), İpucu gönderme sayfası	Arama motoru, Site haritası Menü	×

Ulusal ve Uluslararası teknoloji haber web siteleri için veri zenginliği (K12), güvenlik ve gizlilik (K13), yazar bilgisi (K14), en sık (popüler) okunanlar (K15), reklam (K16), hakkında sayfası (K17) kriterleri ve kriterlere ait bulgular Tablo 9 ve Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 9. Ulusal teknoloji haber web siteleri için K12, K13, K14, K15, K16 ve K17 kriterlerine ait bulgular

Web Siteleri	Kriterler					
	K12	K13	K14	K15	K16	K17
U1	Metin, fotoğraf, video	SSL (Güvenlik Soket Katmanı), HTTPS (İşaretleme Dili Transfer Protokolü Güvenliği), Gizlilik Politikası, Üyelik Sözleşmesi	√	√	Orta	√
U2	Metin, fotoğraf, video, sanal tur, animasyon	SSL, HTTPS, RSS	√	√	Çok	√
U3	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, RSS, Gizlilik Sözleşmesi, Kullanım Sözleşmesi, Çerez Politikası	×	√	Çok	×

U4	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, Gizlilik Politikası, Kullanım Koşulları, Çerez Politikası	√	√	Orta	√
U5	Metin, fotoğraf, video, animasyon	SSL, HTTPS, Gizlilik Bildirimi, Hukuka Aykırılık Bildirimi, Site Kullanım Koşulları	×	√	Orta	×
U6	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, RSS, Kullanım Şartları	×	√	Az	×
U7	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, Gizlilik Politikası	×	×	Az	√
U8	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, Kullanım Şartları, Çerezler, Gizlilik Politikası	√	√	Az	√
U9	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, RSS	×	×	Orta	√
U10	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, Kullanım Şartları, Gizlilik İlkeleri, Çerez Politikası	×	√	Çok	×

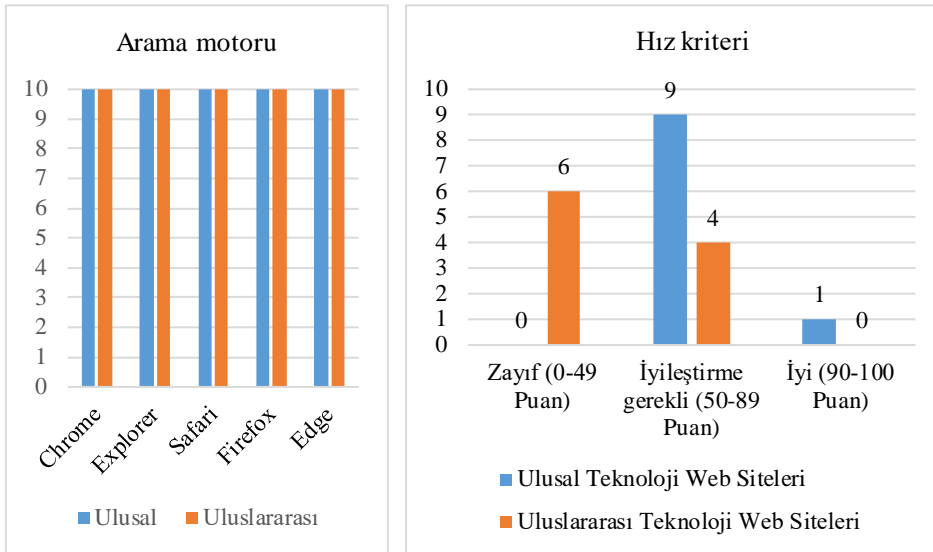
Tablo 10. Uluslararası teknoloji haber web siteleri için K12, K13, K14, K15, K16 ve K17 kriterlerine ait bulgular

Web Siteleri	Kriterler					
	K12	K13	K14	K15	K16	K17
UL1	Metin, fotoğraf, video, ses	SSL (Güvenlik Soket Katmanı), HTTPS (İşaretleme Dili Transfer Protokolü Güvenliği), Gizlilik Politikası, Kullanım Şartları	√	√	Orta	√
UL2	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, RSS, Kullanım Şartları, Gizlilik Bildirimi, Çerez Bildirimi, İçerik Hakları Hüküm ve Koşullar, Fikri Mülkiyet Hakkı	×	×	Az	√
UL3	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, RSS, Kullanım Şartları, Gizlilik Politikası, Çerez Politikası	√	√	Az	×
UL4	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, RSS Gizlilik Politikası, Kullanım Koşulları, Çerez Politikası	×	√	Orta	√
UL5	Metin, fotoğraf, video, animasyon	SSL, HTTPS, RSS, Gizlilik Politikası, Kullanım Şartları	×	√	Çok	√
UL6	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, RSS, Gizlilik Politikası, Kullanım Şartları, Çerez Politikası, Kişisel Bilgileri Satma	×	√	Orta	×
UL7	Metin, fotoğraf,	SSL, HTTPS, Gizlilik Bildirimi, Kullanım	×	√	×	√

	video, ses, animasyon	Koşulları, Çerez Politikası, Kişisel bilgileri satma				
UL8	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, RSS, Kullanım Şartları, Gizlilik Politikası, Bilgileri Satma	√	×	Orta	√
UL9	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, RSS, Şartlar ve Koşullar, Gizlilik Politikası, Çerez Politikası	√	√	Orta	√
UL10	Metin, fotoğraf, video	SSL, HTTPS, RSS, Kullanım Şartları, Gizlilik Politikası, Çerez Ayarları, Bilgileri Satma	√	×	Az	√

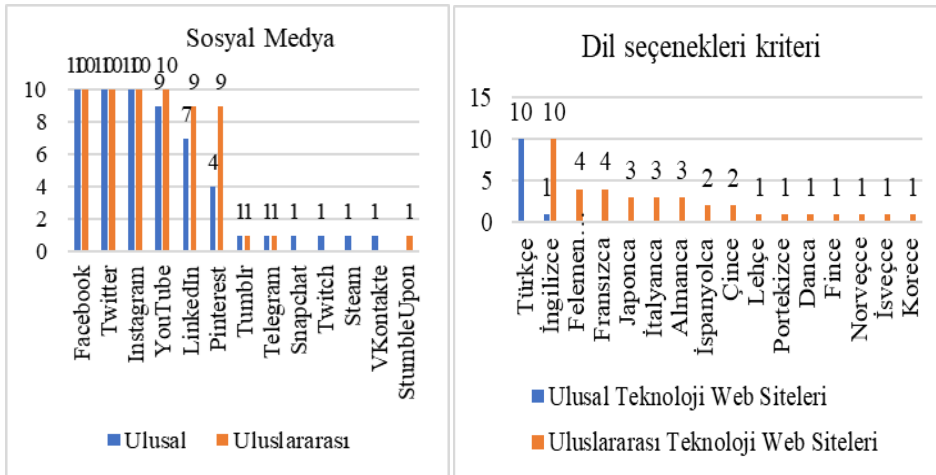
Ulusal ve Uluslararası teknoloji haber web sitelerinin karşılaştırılması

Bu kısımda birinci ve ikinci alt amaca ilişkin sorulara yanıt aramak için, teknoloji haber web sitelerinin her bir kritere göre karşılaştırılması yapılmıştır. Elde edilen içeriklere göre, veriler görselleştirilerek değerlendirmelerde bulunulmuştur. Değerlendirme kriterlerine ait karşılaştırma grafikleri aşağıda verildiği gibidir.



Şekil 1. Arama motoru ve hız kriterine göre karşılaştırma grafiği

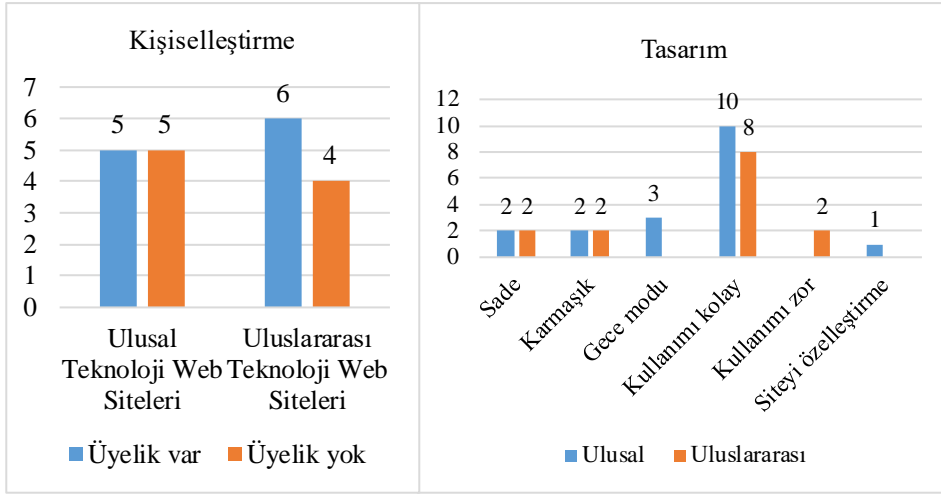
Şekil 1’de yer alan arama motoru kriteri grafiğine göre incelenen sitelerin hepsi Chrome, Explorer, Safari, Firefox ve Edge ile uyumlu bulunmuştur. Web sitelerinin anasayfa yüklenme hızı, sitede sayfalar arası geçiş ve videoların açılma hızı PageSpeed Insights programı ile ölçülmüştür. Programın hız değerlendirmesi 0-49 puan arası zayıf, 50-89 puan arası iyileştirme gerekli, 90-100 puan arası iyi şeklinde değerlendirilmektedir. Şekil 1’de yer alan hız kriteri grafiğine göre, uluslararası sitelerin 6’sı zayıf, 4’ünün ise iyileştirilmesi gerektiği, ulusal sitelerin ise 9’unun iyileştirilmesi gerektiği 1’inin ise iyi durumda olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Hız kriterinde, her iki grubunda çok iyi olduğu söylenmese de ulusal sitelerin bir adım öne çıktığı görülmektedir.



Şekil 2. Sosyal medya ve dil kriterine göre karşılaştırma grafiği

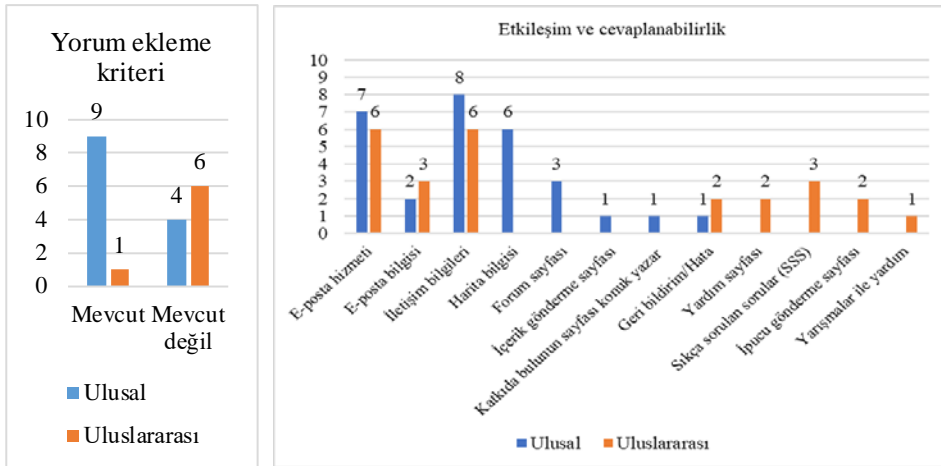
Şekil 2’de dil kriterine göre ise, ulusal sitelerin hepsi Türkçe olarak hizmet vermektedir. Sadece 1 sitenin İngilizce dil seçeneği bulunmaktadır. Uluslararası sitelerin tamamı İngilizce olarak hizmet vermektedir. Bununla birlikte, Felemenkçe, Fransızca, Japonca, İtalyanca, Almanca, İspanyolca, Çince, Lehçe, Portekizce, Danca, Fince, Norveççe, İsveççe, Korece, dil seçenekleri de bulunmaktadır. Buna göre, uluslararası sitelerin ulusal sitelere göre dil seçeneklerinin çok daha fazla olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kriterine göre ise, göre ulusal sitelerin, facebook, twitter, instagram, youtube, linkedin, pinterest, tumblr, telegram, snapchat, twitch, stream ve Vkontakte hesapları bulunmaktadır. Uluslararası sitelerde değinilen hesaplardan snapchat, twitch, stream ve Vkontakte hesapları yer almazken, buna ek olarak ulusal sitelerde olmayan Stumbleupon hesabı yer almaktadır.

Kişiselleştirme kriterine göre, ulusal sitelerin 5’i siteye üyelik kabul ederken, uluslararası sitelerde bu sayı 6 olarak elde edilmiştir. Tasarım kriteri, sadelik, karmaşıklık, kullanımın kolay ve zor olması, gece modu ve siteyi özelleştirebilme durumlarına göre değerlendirilmiştir. Her iki grupta da kullanım kolaylığının ön plana çıktığı, sade ve karmaşıklıkta eşit oldukları, gece modu, kullanım kolaylığı ve siteyi özelleştirmede ulusal sitelerin öne çıktığı tespit edilmiştir (Şekil 3).



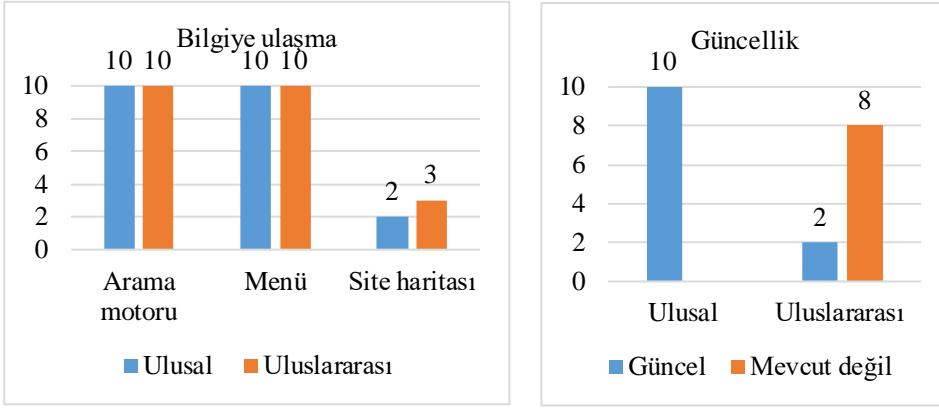
Şekil 3. Kişiselleştirme ve tasarım kriterine göre karşılaştırma grafiği

Yorum ekleme kriterine göre yapılan analizde, ulusal sitelerin büyük bir çoğunluğunun yoruma izin verdiği uluslararası sitelerin çoğunluğunun ise sitede yoruma izin vermediği bulgusuna ulaşılmıştır (Şekil 4).



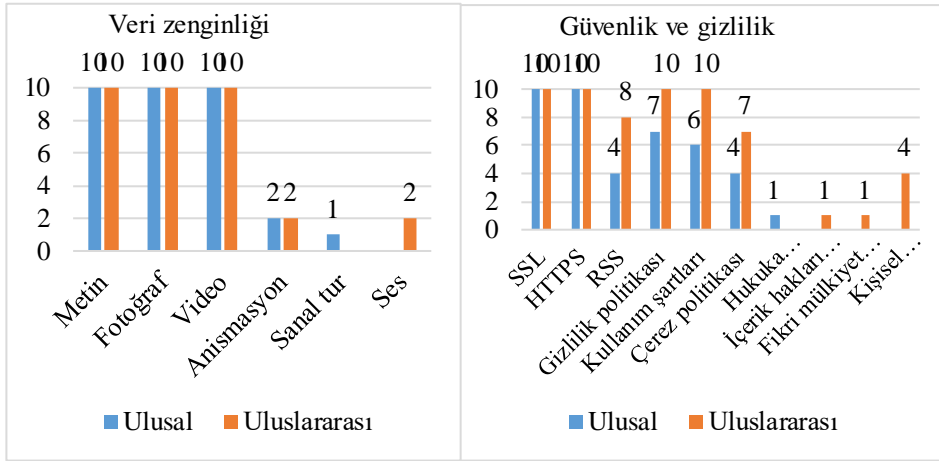
Şekil 4. Yorum ekleme, etkileşim ve cevaplanabilirlik kriterine göre karşılaştırma grafiği

Şekil 4 incelendiğinde, etkileşim ve cevaplanabilirlik'te ulusal sitelerin; e-posta hizmeti, iletişim bilgileri, harita bilgisi, forum sayfası, içerik gönderme sayfası, konuk yazar olarak katkıda bulunma 'da öne çıktığı, uluslararası sitelerin ise; e-posta bilgisi, hata geri bildirim, yardım sayfası, sıkça sorulan sorular, ipucu gönderme sayfası ve yarışmacılar ile yardımda öne çıktığı bulgusuna ulaşılmıştır.



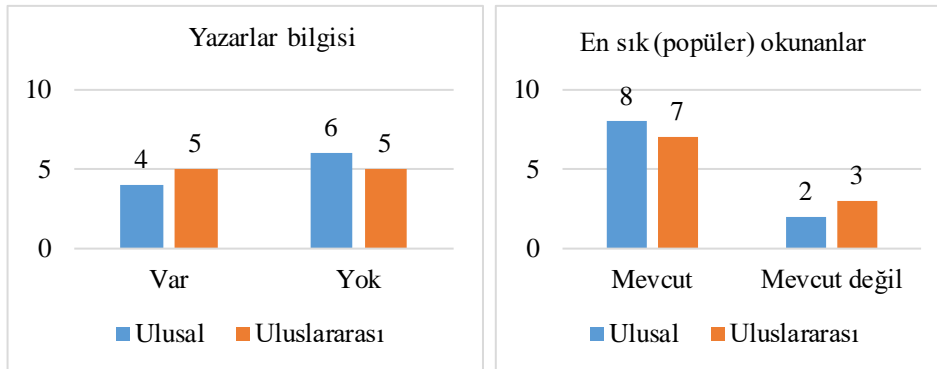
Şekil 5. Bilgiye ulaşma ve güncellik kriterine göre karşılaştırma grafiği

Bilgiye ulaşma ve güncellik kriterleri incelendiğinde, bilgiye ulaşmada arama motoru ve menüde her iki grubun eşit olduğu, site haritasında ise uluslararası sitelerin önde olduğu görülmektedir. Güncellikte ise, ulusal sitelerin uluslararası sitelere göre önemli ölçüde önde olduğu tespit edilmiştir.



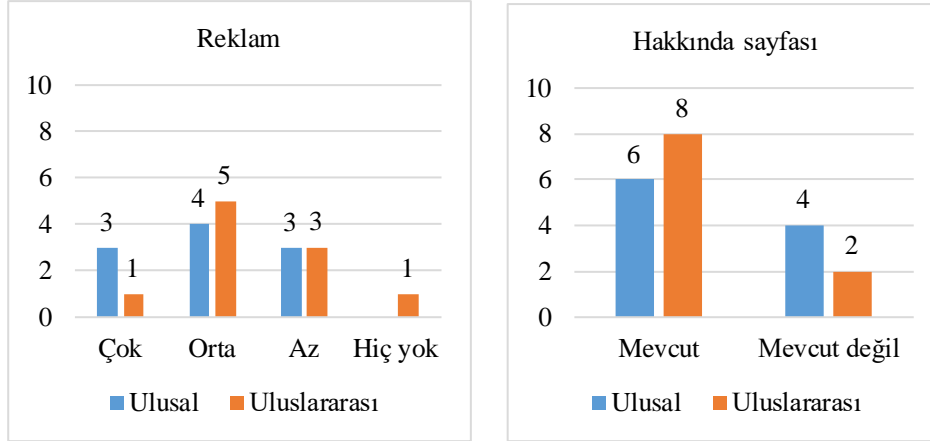
Şekil 6. Veri zenginliği ve güvenlik ve gizlilik kriterine göre karşılaştırma grafiği

Şekil 6'da yer alan veri zenginliği kriteri grafiği incelendiğinde, metin, fotoğraf, animasyon, video özelliklerinde her iki grubunda eşit olduğu, sanal turda ulusal ses özelliğinde ise uluslararası sitelerin az da olsa önde oldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Güvenlik ve gizliliğe bakıldığında ise, uluslararası sitelerin bu kriterde daha fazla önem verdiği görülmektedir. Sadece 1 ulusal sitenin hukuka aykırılık bildiriminde uluslararası sitelerin önünde olduğu görülmüştür.



Şekil 7. Yazar bilgisi ve en sık okunanlar kriterine göre karşılaştırma grafiği

Yazar bilgisi ve en çok okunanlar kriterleri incelendiğinde, yazar bilgisinin sitede yer almasında az farkla uluslararası sitelerin önde olduğu, en sık okunanlar özelliğinde ise az farkla ulusal sitelerin önde olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.



Şekil 8. Reklam ve hakkında sayfası kriterine göre karşılaştırma grafiği

Şekil 8 incelendiğinde, oransal olarak ulusal sitelerin uluslararası sitelere göre daha fazla reklam aldığı, genel olarak ise her iki grubun reklama önem verdiği sonucu elde edilmiştir. Buna ek olarak, sadece bir uluslararası teknoloji haber web sitesinin hiç reklam almadığı görülmektedir. Sitelerin hakkında sayfasına bakıldığında, uluslararası sitelerin ulusal sitelere göre daha önde olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Teknoloji alanındaki gelişmeler baş döndürücü bir hızla gerçekleşmekte, hemen hemen her gün bu alanda yeni bir gelişme yaşanmaktadır. İnsanlar bu gelişmeleri, gazete, dergi, televizyon, radyo gibi geleneksel medya araçlarının yanı sıra, atılan bir tweet, sosyal medya platformları, mobil uygulamalar, web siteleri vb. mecralardan da takip etmektedir. Türkiye istatistik kurumunun 2022 yılı hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması'na göre ülkemizde internete erişim imkânı olan hane oranı %94,1, internet kullanan bireylerin oranı ise %85,0 olarak açıklanmıştır. We Are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan Dijital 2021 raporuna göre ise dünya nüfusunun yaklaşık %59,5'i yani yaklaşık 4,7 milyar insan internet kullanmaktadır. Bu veriler dikkate alındığında, birçok alanda olduğu gibi teknoloji alanındaki gelişmelerinde geleneksel medya araçlarından ziyade çoğunlukla internet erişimi olan platformlar üzerinden takip edildiği rahatlıkla söylenebilir. Teknoloji ile ilgili gelişmeler hakkında bilgi edinmenin en iyi yollarından biri şüphesiz ki web siteleridir. Web siteleri, alışveriş, oyun, haber, teknoloji, sağlık, eğitim vb. birçok alanda ihtiyaca göre bilgiler içermektedir. Hayatın her alanına etki eden web sitelerinin önemi gün geçtikçe artmakta buna paralel olarak ise web sitelerinin kullanılabilirlik kalitelerinin artması gerekmektedir. Bu kapsamda, web sitelerinin, planlama, analiz, tasarım, kullanım, konfigürasyon vb. açılardan iyi organize edilmesi ve kullanıcı dostu olması beklenmektedir.

Web sitelerinin kullanılabilirlik analizleriyle literatürde birçok çalışma yer almaktadır. Baskın (2022), çalışmada, üniversite web sitelerinin tasarımı ve kullanılabilirliğini içerik analizi yöntemi ile değerlendirmiştir. Otu ve Karagözoğlu (2022) çalışmalarında, Fibromiyalji sendromu ile ilgili Türkiye'deki bilgi sunan websitelerini içerik analizi yöntemiyle değerlendirerek tespit ve önerilerde bulunmuştur. Ergün (2022), çalışmada, Akdeniz ve Ege bölgesi il kültür ve turizm müdürlükleri web sitelerini içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Abdullah vd. (2022), çalışmalarında, Malezyalı ve Singapurlu küçük ve orta ölçekli işletmelerin dijital organizasyon yapısını şirket web sitelerindeki misyon ve vizyon ifadelerini kullanarak içerik analizi yöntemiyle incelemeyi amaçlamışlardır. Martino ve Mouos (2022), çalışmalarında engelli kişilere hitap eden 26 çevrimiçi flört web sitesini içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Barger vd. (2022), çalışmalarında akademik inovasyon çabası içerisinde olan

kamuya açık 20 üniversitenin web sitesini içerik analiz yöntemiyle değerlendirmiş, ortaya konan akademik inovasyonun çeşitli yaklaşımlarını, programlamasını ve iletişim yollarını araştırmıştır. Verma ve Patak (2022), çalışmalarında Hindistan'da yer alan 29 araştırma enstitüsünün web içeriğini içerik analizi yöntemi kullanarak ortaya koymaya çalışmışlardır. Çelik ve Bora (2022) çalışmalarında, İstanbul'da yer alan otel işletmelerinin Instagram hesaplarını içerik analizi ile incelemişlerdir. Ehrenreich vd., (2019) içerik analizi yöntemi ile sağlık bilgileri için en popüler tüketici web sitelerini ve önde gelen tıp ve hemşirelik web sitelerini inceleyerek tüketicilere yönelik web sitelerinde düşük yapma hakkında sağlanan bilgilerin doğruluğunu ve eksiksizliğini araştırmışlardır. Sonuç olarak web sitelerinin sağladığı bilgilerin genellikle doğru ve tutarlı olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Halpern ve Regmi (2013) çalışmalarında, çağdaş havalimanı web sitelerinin temel hedeflerini belirlemek ve sağlanan bilgi türlerini araştırmak için Avrupa havalimanları web sitelerini içerik analizi yöntemi kullanarak incelemişlerdir. Elde edilen bulgulara göre, yolcu hizmetleri ve bilgilerine ilişkin içeriğin en fazla havalimanları web sitelerinde bulunduğu, havacılıkla ilgili iş alanları ve kurumsal iletişim içeriklerinin yer aldığı, ortalama sayfa sayısının 52 olduğu vb. bilgilere ulaşılmıştır. Dalgın ve Karadağ (2013) Marmaris ve Bodrumda yer alan restoran işletmelerinin web sitelerini içerik analizi yöntemiyle inceleyerek, çalışmaya konu olan işletmelerde web siteleri kullanılabilirliği ve içeriği açısından önemli eksiklikler tespit etmişlerdir. Çiçek vd. (2010) Burdur ilinde yer alan bazı işletmelerin web sitelerini içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Bayram ve Yaylı (2009), çalışmalarında Türkiye otel işletmeleri web sitelerinin içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmesi ve web sitelerinde kullanılan özelliklerin tespit edilmesini amaçlamışlardır. Literatürden görüldüğü üzere web sitesi kullanılabilirliği ve değerlendirilmesi ile ilgili çok çeşitli alanlarda birçok çalışma mevcuttur. Burada çalışmamızın yöntemiyle ilişkili araştırmalara yer verilmiş olup literatürde birçok farklı yöntemin kullanıldığı çalışmalarda mevcuttur. Literatür incelemesi sonucunda teknoloji haber web sitelerini karşılaştıran herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu açıdan çalışmanın araştırmacılara ve teknoloji severlere yararlı olabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı, en çok ziyaret edilen 10 ulusal ve 10 uluslararası teknoloji haber web sitelerinin kullanılabilirliğini, içerik analizi yöntemi ile belirlenen 18 kritere göre değerlendirmek, ulusal ve uluslararası teknoloji web sitelerini karşılaştırarak farklılıklarını ortaya koymaktır. Bu bağlamda alt amaçlara ilişkin iki araştırma sorusuna cevap aranmaya çalışılmıştır. Buna göre birinci ve ikinci alt amaç sorularına ilişkin elde edilen sonuçlar aşağıda verildiği gibidir. Ulusal ve uluslararası teknoloji haber web siteleri içerik analizinde hız, tasarım, yorum ekleme, en sık (popüler) okunanlar, güncellik ve reklam kriterlerinde ulusal teknoloji haber web sitelerinin, dil seçenekleri, kişiselleştirme, bilgiye ulaşma, yazarlar sayfası, güvenlik ve gizlilik ve hakkında sayfası kriterlerinde ise uluslararası teknoloji haber web sitelerinin önde olduğu sonucu elde edilmiştir.

Arama motoru, sosyal medya, içerik, etkileşim ve cevaplanabilirlik, veri zenginliği, kriterlerinde ise ulusal ve uluslararası teknoloji haber web siteleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Elde edilen sonuçlara göre bazı öneri ve değerlendirmelerde bulunulmuştur. Buna göre, siteler içerik bakımından zengin olmalıdır. Eğer bir kullanıcı aradığı herhangi bir bilgiye ulaşamazsa sitenin özelliklerinin ziyaretçiler için bir önemi kalmayabilir. Ulusal teknoloji haber sitelerinin hız puanları daha yüksek olsa da iyi puana sahip 1 sitesi bulunmaktadır. Ulusal teknoloji haber web sitelerinin hızlarını artırmaları gerekmektedir. Ulusal siteler arasında sadece bir sitenin dil seçeneği bulunmaktadır. Bu siteler ziyaretçilerini artırmak ve kullanılabilirliğini kolaylaştırmak için farklı dil seçeneklerini mutlaka eklemelidirler. Günümüzde sosyal medya platformları çok yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu yüzden web sitelerinin sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanmaları faydalarına olacaktır. Ulusal sitelerin kişiselleştirilmesi uluslararası sitelere göre geride kalmaktadır. Siteye üye olup yorum yapma, favorilere gönderi ekleme, forum sayfasını kullanma vb. yeniliklerle, ziyaretçiye kullanıcı memnuniyeti sağlanmalıdır. Web site tasarımı hayati derecede önemli bir unsurdur. Karmaşık ve göz yoran siteler çok faydalı olsa bile zaman içerisinde etkisini kaybetmektedir. Bundan dolayı sade ve kullanım kolaylığı sağlayan tasarımlar tercih edilmelidir. Ulusal siteler arasında sadece bir sitede geri bildirim gönderme özelliği bulunmaktadır. Diğer sitelerde de bu özelliğin olması bizce çok önemlidir. Yardım sayfası hiçbir ulusal sitede bulunmamaktadır. Siteye yardım sayfasının eklenmesi kullanıcılar açısından fayda sağlayabilir. Forum sayfalarının önemi gün geçtikçe artmaktadır ulusal sitelerin bunu dikkate alarak güncelleme yapmaları çok faydalı olacaktır. Site haritası web sitesine yol gösterici bir role sahiptir. Ziyaretçilerin bilgiye ulaşma hızı siteye bağlı kalma ve siteyi sık ziyaret etmesiyle yakından ilgilidir. Bu sebeple sadece iki ulusal sitede yer alan site haritalarının diğer siteler tarafından da oluşturulması üzerinde düşünülmesi gereken önemli bir faktördür. Herhangi bir

teknoloji sitesinin yalnızca metinden, videodan ya da yalnızca fotoğraflardan oluşması beklenemez. Veri olarak ne kadar zenginse tercih edilme oranı o kadar artacaktır. Bundan dolayı ulusal siteler veri çeşitliliğini mutlaka genişletmelidir. Web sitelerinde güvenlik ve gizlilik hayati derecede önemli bir konudur. Ulusal siteler bu konuda uluslararası sitelerin gerisinde kalmıştır. Site güvenliği ziyaretçi sayısını doğrudan etkilemektedir. Kullanıcılar, güvensiz, tarayıcının uyarı verdiği veya yönlendirme yaptığı sitelerden uğramamak üzere ayrılmaktadır. Ulusal sitelerin, çerez politikası, hukuka aykırılık bildirimleri, içerik hakları hükümleri, fikri mülkiyet hakları, kişisel bilgileri satma gibi güvenlik ve gizliliği ilgilendiren konuları ihmal ettikleri görülmektedir. Bu konularda daha duyarlı olmaları ve gerekli iyileştirmeleri yapmaları beklenmektedir. Sitelerde reklamın az olması her zaman iyidir. Reklam kullanımı çok karmaşık hale getirmektedir. Bir sitede ön plana çıkması gereken unsurların reklam değil içerik olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

Abdullah, Z., Anumudu, C. E., & Raza, S. H. (2022). Examining the digital organizational identity through content analysis of missions and vision statements of Malaysian and Singaporean SME company websites. *The Bottom Line*, 35(2/3), 137-158.

Abdüsselam, M. S., Burnaz, E., Ayyıldız, H. & Demir, İ. K. (2015). Web teknolojilerinin e-ticaret ortamlarında kullanımı ile ilgili içerik analizi: Türkiye'deki ilk 500 e-ticaret sitesi, *KTÜ SBE Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10), 263-284.

Acartürk, C. & Çağiltay, K. (2006, Şubat 9-11). *İnsan bilgisayar etkileşimi ve ODTÜ'de yürütülen çalışmalar*. Akademik Bilişim 2006, Denizli.

Akkuş, C., Cengiz, G., ve Akkuş, Ç. (2015). Erzurum ili turizm işletmeleri web kullanımı ve web sitelerinin değerlendirilmesi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(3), 441-457.

Ateş, V. & Karacan, H. (2009). Abant İzzet Baysal Üniversitesi web sitesi kullanılabilirlik analizi, *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 2(2), 33-38.

Barger, A. P., Leffel, K. G., & Lott, M. (2022). Plotting academic innovation: A content analysis of twenty institutional websites. *Innovative Higher Education*, 47(1), 95-111. <https://doi.org/10.1007/s10755-021-09568-4>

Baskın, Z. P. (2022). Üniversite web sitelerinin tasarımı ve kullanılabilirlik açısından değerlendirilmesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (29), 97-114.

Başak, F., Başak, S. & Öztürk, K. (2008, Kasım 13-16). Web devlet hastaneleri web sitelerinin değerlendirilmesi. V. Uluslararası Katılımlı Tıp Bilişimi Kongresi.

Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.

Bayram, M., & Yaylı, A. (2009). Otel web sitelerinin içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmesi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 347-379.

Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine çalışma, *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 276-295.

Bravo, T. R. P., Luquetti, T. M., Nogueira, T. A., & Calil-Elias, S. (2022). Quality of information on weight loss drugs from South American websites. *Obesity Medicine*, 33, 100438. <https://doi.org/10.1016/j.obmed.2022.100438>

Cevher, E. (2015). Kamu üniversiteleri web sayfalarının kullanılabilirliğinin içerik analizi ile incelenmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(2), 387-402.

Chmielarz, W., & Zborowski, M. (2022). On the assessment of e-banking websites supporting sustainable development goals. *Energies*, 15(1), 378. <https://doi.org/10.3390/en15010378>

Cristache, S. E., Ciobotar, G. N., & Kailani, C. (2015). New trends in commercial technologies in Romania: evolution of electronic commerce as multichannel retailing instrument, *Procedia Economics and Finance*, 27, 351-360.

Çelik, K. & Bora, C. (2022). Lüks sınıf otellerin Instagram paylaşımlarının incelenmesi: İstanbul'da bir araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1): 202-226. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.948>

Çelik, K., & Bora, C. (2021). Otel işletmelerinin Instagram paylaşımlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(4), 2813-2836. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.921>

Dalgın, T., & Karadağ, L. (2013). Restoran işletmeleri web sitelerinin içerik analizi: Marmaris-Bodrum örneği. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 133-150.

Delen, E. & Abdüsselam, M. S. (2015). Eğitim fakültesi web sitelerinin işlevselliklerinin incelenmesi: sorunlar ve öneriler, *Sakarya University Journal of Education*, 5(2), 158-173.

Doğu, İ. (2008). *Halkla ilişkilerde yeni iletişim teknolojilerinin kullanılması: Kadıköy ve Beyoğlu ilçe belediyelerinin kurumsal web sitesi analizi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi], Kocaeli Üniversitesi.

Ehrenreich, K., Kriz, R., & Grossman, D. (2019). Miscarriage information available on the internet: a content analysis of leading consumer websites. *Contraception: X*, 1, 100010. <https://doi.org/10.1016/j.conx.2019.100010>

Ergün, G. S. (2022). Akdeniz ve Ege bölgesi il kültür ve turizm müdürlükleri web sitelerinin içerik açısından değerlendirilmesi, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(3), 1229-1240.

Farooq, M. Z., Daniyal, M., Qasim, P., Jamshed, H., Memon, S. F., Salman, Y., Sayeed, B. Z., Abbasi, M. & Jaglal, M. (2022). An evaluation of the content of hematology and medical oncology fellowship websites. *Annals of Medicine and Surgery*, 80, 104079. <https://doi.org/10.1016/j.amsu.2022.104079>

Güngör, F. S. (2019). Diyalojik iletişim ve sivil toplum örgütlerinin web siteleri: Cumhuriyetin ilk sivil toplum kuruluşu "Türkiye yardım sevenler derneği" web sitesi değerlendirmesi. *Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 25-43.

Halpern, N., & Regmi, U. K. (2013). Content analysis of European airport websites. *Journal of Air Transport Management*, 26, 8-13. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2012.08.006>

Huang, Z., & Mou, J. (2021). Gender differences in user perception of usability and performance of online travel agency websites. *Technology in Society*, 66, 101671. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101671>

Kaplanseren, F. & Aksatan, M. (2018). Türkiye'deki doğa tarihi müzelerinin web siteleri: tasarım kriterleri üzerine karşılaştırmalı bir çalışma, *Turizm Akademik Dergisi*, 5(2), 141-153.

Keskin, H., & Çilingir, Z. (2010). Web sitelerinin globalizasyonu üzerine büyük global Amerikan markalarına yönelik bir içerik analizi uygulaması, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 51-66.

Kurulgan, M. & Bayram, F. (2006). Üniversite kütüphaneleri web sitelerinin biçim ve içerik analizi: Türkiye'deki uygulamaya ilişkin bir araştırma. *Türk Kütüphaneciliği*, 20(2), 141-172.

Law, R. (2019). Evaluation of hotel websites: Progress and future developments (invited paper for 'luminaries' special issue of International Journal of Hospitality Management). *International Journal of Hospitality Management*, 76, 2-9. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.005>

Liu, G. Z., Liu, Z. H., & Hwang, G. J. (2011). Developing multi-dimensional evaluation criteria for English learning websites with university students and professors. *Computers & Education*, 56(1), 65-79. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.08.019>

Momenipour, A., Rojas-Murillo, S., Murphy, B., Pennathur, P., & Pennathur, A. (2021). Usability of state public health department websites for communication during a pandemic: A heuristic evaluation. *International Journal Of Industrial Ergonomics*, 86, 103216. <https://doi.org/10.1016/j.ergon.2021.103216>

Otu, M., & Karagözoğlu, Ş. (2022). Fibromiyalji sendromu ile ilgili Türkiye'deki bilgi sunan web sitelerinin okunabilirlik, İçerik ve Kalite Açısından İncelenmesi. *Turk J Osteoporos*, 28, 19-25.

Santinele Martino, A., & Moumos, E. (2022). Dating in the digital age: a content analysis of dating websites designed for disabled people. *Sexuality and Disability*, 40(3), 461-470.

Sarantis, D., Soares, D., & Carvalho, J. (2022). Developing health sector websites assessment instrument: Challenges and pitfalls. *Evaluation and Program Planning*, 92, 102065. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2022.102065>

Shayganmehr, M., & Montazer, G. A. (2020). An extended model for assessing E-services of Iranian Universities websites using Mixed MCDM method. *Education and Information Technologies*, 25(5), 3723-3757. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10139-x>

[Soydaş, M. E., & Thiam, M. Destinasyon Web Siteleri Arasında Karşılaştırmalı Bir Çalışma; Fransa ve Türkiye Örneği. *Journal of Internet Applications and Management*, 13\(1\), 20-32.](#)

Ulucan, E., & Demirkol, Ş. (2017). Marka şehirlerin tanıtım sitelerinin karşılaştırmalı analizi: SOSTAC modeli kapsamında İstanbul için bir site önerisi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(Special Issue 1), 294-307.

Verma, M. K., & Pathak, T. (2022). Content analysis and design trends of Indian council of social science research (ICSSR) institutes' websites of Indiana: An Evaluation. *Journal of Indian Library Association*, 57(1), 92-104.

Yilmaz, Z. (2022). Ranking online shopping websites by considering the criteria weights. *Journal of Business Research*, 144, 497-512. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.018>

Zhang, H., Yin, S., Liu, J., Li, X., Cao, G., Cao, Y., Ma, J., Song, R., Zhang, G. & Wang, Y. (2022). A content analysis of scald first aid information on Chinese websites. *Burns*, 48(3), 585-594. <https://doi.org/10.1016/j.burns.2021.07.008>