



## **Televizyon Yayıncılığında Dijitalleşme ile Değişen Yayıncılık**

### Changing Broadcasting with Digitization in Television Broadcasting: Samsun Sample

**Hilal Gamze ÇAKIR<sup>1</sup>, Nursel BOLAT<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yüksek Lisans Öğrencisi, Samsun  
· hilalgamze55@gmail.com · ORCID > 0000-0001-6179-1190

<sup>2</sup>Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Samsun  
· nurselbolat@gmail.com · ORCID > 0000-0002-3986-7408

#### **Makale Bilgisi/Article Information**

**Makale Türü/Article Types:** Araştırma Makalesi/Research Article

**Geliş Tarihi/Received:** 24 Nisan/April 2023

**Kabul Tarihi/Accepted:** 23 Mayıs/May 2023

**Yıl/Year:** 2023 | **Cilt-Volume:** 8 | **Sayı-Issue:** 1 | **Sayfa/Pages:** 81-102

**Atıf/Cite as:** Çakır, H. G., Bolat, N. "Televizyon Yayıncılığında Dijitalleşme ile Değişen Yayıncılık"  
Middle Black Sea Journal of Communication Studies, 8(1), Mayıs 2023: 81-102.

**Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** Hilal Gamze ÇAKIR

## TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA DİJİTALLEŞME İLE DEĞİŞEN YAYINCILIK: SAMSUN ÖRNEĞİ

### ÖZ

Hızla gelişen internet ve yeni medya teknolojileri toplumda köklü değişikliklere sebep olurken, iletişim pratiklerini de dönüştürmüştür. Yeni medyanın bireylere sunduğu en önemli özellik, etkileşimli iletişimdir. Geleneksel medyada tek taraflı bir iletişim söz konusuysen, yeni medya teknolojileri bu algıyı tamamen yıkmış, hatta izleyicilerin aktif olarak yayınlara katılıp, içerik belirlemesine olanak sağlamıştır. Çalışmada, Samsun'un internet televizyonlarının bir haftalık içerikleri incelenerek, giderek değişim gösteren teknolojiye uyum süreçleri anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Değişen televizyon yayıncılığında izleyicinin etkisi, yayıncıların gözüyle değerlendirilmiştir. İnternet televizyonluğunun yoğun olduğu bu dönemde Samsun'da izleyicilerin en çok ne izlemek istediği, hem içerik analizi yöntemi ile ortaya çıkarılmış hem de yayıncılarla yapılan derinlemesine mülakat ile birlikte harmanlanarak okuyucuya sunulmuştur. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine mülakat tekniği kullanılırken, sorular yarı yapılandırılmış olarak belirlenmiştir. Araştırmanın örneklemini, Samsun merkezde yayın yapan internet televizyonlarında çeşitli pozisyonlarda görev alan isimler oluşturmaktadır. Elde edilen bulgular söylem analizi yöntemi ile analiz edilerek, internet televizyonlarının bir haftalık yayınları da içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiş, ikisi birleştirilerek sonuca ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni Medya, Etkileşim, İletişim, İnternet Televizyonu, İzleyici.



## CHANGING BROADCASTING WITH DIGITIZATION IN TELEVISION BROADCASTING: SAMSUN SAMPLE

### ABSTRACT

While the rapidly developing internet and new media technologies have caused radical changes in society, they have also transformed communication practices. The most important feature that new media offers to individuals is interactive communication. While there is a one-sided communication in the traditional media, new media technologies have completely destroyed this perception and even allowed the audience to actively participate in the broadcasts and determine the content. In the study, the contents of Samsun's internet televisions for a week were examined and the process of adaptation to technology, which was changing gra-

dually, was tried to be understood. The influence of the audience in the changing television broadcasting has been evaluated through the eyes of the broadcasters. In this period when internet television was intense, what the audience wanted to watch most in Samsun was revealed by both content analysis method and blended with the in-depth interviews with the broadcasters and presented to the reader. While in-depth interview technique, one of the qualitative research methods, was used in the research, the questions were determined as semi-structured. The sample of the research consists of names who take part in various positions in internet televisions broadcasting in the city center of Samsun. The responses received were analyzed with the discourse analysis method, and the weekly broadcasts of internet televisions were analyzed with the content analysis method, and the results were obtained by combining the two.

**Keywords:** New Media, Interaction, Communication, Internet Television, Audience.



## GİRİŞ

Kavram olarak iletişim, insanlıkla birlikte var olmuş ancak inceleme konusu olması yirminci yüzyılın başında mümkün olabilmıştır. Bu da iletişimin diğer bilim dallarına göre daha geç incelenmeye başladığını gösterir. Kitle iletişim araçlarının sürekli gelişmesi, teknolojik yeniliklerin insan hayatının vazgeçilmez bir parçası olmasını sağlamıştır (Küçük, 2015). Her kitle iletişim aracı yeni bir buluşla birlikte, varlığını koruyabilmek adına, değişime uğramak zorunda kalmıştır. Bunların en güzel örneklerinden biri televizyonlardır. İcat edildiği zamandan itibaren televizyonlar kitle iletişim araçları içerisinde en yaygın olarak kullanılanıdır. Bu da her seferinde kendini yenilemesi ve geliştirmesi zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Her değişim geleneksel televizyonu fazlasıyla etkilemiştir. Televizyon, Dünyada ve Türkiyede yeniden üretilmiş ve izleyici pratiklerinin de değiştiği bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir. İletişim alanındaki yenilikler televizyon yayınlarının izleyicilere yani kitlelere ulaşma şekillerinde de büyük değişimler meydana getirmiştir (Küçük, 2015).

Bu çalışmada Samsun özelinde değişen yayıncılık anlayışına bakılarak, izleyicilerin nasıl dönüşüme uğradığı anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Bilindiği üzere Samsun'da 2019 yılı itibarıyla uydu üzerinden yayın yapan Haberaks TV kapanmış ve 2022 yılına kadar geleneksel bir TV kanalı bulunmamış, yayınlar internet üzerinden devam etmiştir (Samsun Haber, 2019). 2022 Nisan ayında Kanal S TV uydu üzerinden yayın hayatına başlamıştır. İnternet televizyonlarının yayın akışı ile geleneksel olarak nitelendirilen televizyonların yayın akışı birbirinden oldukça farklıdır. Hatta internet televizyonlarında bir yayın akışından bahsetmek bile

mümkün değildir. Yeni yayıncılık anlayışı ile birlikte etkileşim kavramı da oldukça önem kazanmış, pasif izleyicinin yerini aktif izleyici kitlesi almıştır. Böylece yayın akışlarını kullanıcıların belirlemesi mümkün olmuş bu yönüyle yeni medya teknolojileri geleneksel televizyonlardan ayrılarak önem kazanmıştır (Kırık & Karakuş, 2013: 60-72).

İzleyici beklentilerinin değişmesi teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkan internet televizyonları sayesinde mümkün olmuştur. Sayısal yayıncılık ile birlikte içerik olarak izleyici alışkanlıkları ve beklentileri değişmiştir (Bolat, 2020: 107-127). Yeni yayıncılık anlayışı etkileşimli adıyla anılmaktadır. Bu da alıcının yani izleyicinin yayına katılması anlamına gelmektedir. Etkileşimli televizyon yayıncılığı geleneksel televizyon yayıncılığından farklı olarak çift yönlü bir iletişim sunmaktadır. Artık izleyici pasif değil, aktiftir. Dolayısıyla yayın akışlarında değişimler kaçınılmazdır (Akyol & Ünlü, 2020: 63-93).

Daha önce yapılmış bir takım çalışmalar da TV izleyicisinin edilgen bir şekilde olmayı kabul etmediği, aktif bir izleyici olarak görülmek istediği ortaya çıkarılmıştır (Yılmaz, 2009). Türkiye genelindeki bu çalışmalarda izleyicilerin beklentileri sıralanmış ancak Samsun'daki izleyiciler için ayrı bir çalışma yapılmamıştır. Bu araştırma ile birlikte Samsun'daki internet televizyonlarının, izleyicilerin beklentilerini karşılayıp karşılamadığına, yalnızca yayıncılar açısından bakılacaktır. Yayıncıların bu konudaki görüşleri analiz edilecek, böylece ileri de yapılacak bir izleyici beklenti anketine de temel oluşturacaktır. Çünkü değişen yayıncılık anlayışında sonuç diyalogdur. Kullanıcının aktif ve çok yönlü olması, istediği içeriği seçip izleme özelliğine sahip olması, yayıncıların da izleyicileri bu şekilde kabul ederek, ona göre bir yayıncılık anlayışına sahip olmaları zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır (Küçük, 2015). Samsun'da sayısal yayın yapan TV'lerin yayınları bu bağlamda ele alınmış, onların aktif izleyicilere bakışları ve aktif izleyici ile kurdukları diyalog yolları anlamlandırılmıştır.

İnternet televizyonlarının geleneksel televizyon izleyicisini değiştirerek daha aktif hale getirdiğini izleyicinin istediği TV programlarını istediği zaman izleyebilmek özgürlüğüne sahip olduğunu belirtirken şunu söylemekte fayda vardır. Bu durum bireyselliği ön plana çıkarmıştır (Akaydın, 2014: 18-24). Yayın saati kavramı kalmayan izleyicilerin, yayın akışı beklentisi kalmadığını da söylemek mümkünken, bütün bu araştırmalar göz önüne alınarak, Samsun'daki internet televizyoncularının izleyicilerin dönüşümlerine nasıl uyum sağladığı süreci araştırmanın problemi oluşturmaktadır. Araştırma da amaç, uzun bir süre uydu televizyonu kalmayan Samsun'da yayın yapan internet televizyonlarının aktif izleyici kavramından ne kadar haberdar olduğunu ve bu anlamda neler yaptıklarını anlayarak, ileri de yapılacak çalışmalara zemin oluşturmaktır.

Çalışmanın birinci bölümünde geleneksel medyanın gelişimine bakılarak dijital televizyon yayıncılığı konusunda daha önce var olan kavramlar ile yeni ortaya çıkan kavramlar açıklanmıştır. Yine yapılan literatür taramasıyla izleyicilerin beklentilerinin neler olduğu ortaya konulmuştur. Sonrasında Samsun ağırlıklı yayın yapan internet televizyonlarının bir haftalık içerikleri incelenmiş ve internet üzerinden yayın yapan televizyonların sorumlu genel yayın yönetmenleri ve yayıncıları ile de derinlemesine görüşme yapılmıştır.

## 1. TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Dünyada ilk televizyon yayıncılığı 1920'li yıllarda Amerika da başlamış, 1923 yılında Amerikalı Jenkins, 1925 yılında ise İngiliz Logie Baid, ilk deneme yayını gerçekleştirmiştir. 1928 yılında NBC yayın kuruluşu, yayın ağını genişletmeyi başarmıştır. Böylece bir şehirden gönderilen bir görüntü diğer şehirden izlenebilmiştir. İlk deneme yayınına geçen kanal ise BBC olmuştur. İkinci dünya savaşında televizyon yayınları durmuş, sonrasında ise radyo yayıncılığına yatırım yapan yatırımcılar, televizyonu görmezden geldiği için yine televizyon yayıncılığı tam anlamıyla gelişmemiştir. 1947 yılından itibaren ise artık televizyon yayıncılığı gelişmeye başlamış ve siyah beyaz yayınlardan renkli televizyonlara geçilmiştir. Televizyon yayıncılığının gelişimi maliyetlerinin fazla olması nedeniyle her ülke de farklı gelişim göstermiştir (Akcan, 2017). Sadece Türkiye üzerinden örneğe bakılacak olursa, Türkiye'de ilk televizyon şebekesi kurma çalışmalarına İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından başlanmıştır. 1946 yılında çalışmalara başlanmış ancak ilk yayın 1952 yılında yapılmıştır (Tutuk & Barutçu, 2019: 189-194). Türkiye'de ilk resmi televizyon yayıncılığı TRT tarafından 31 Ocak 1968'de saat 19.30'da Ankara'dan siyah beyaz olarak gerçekleştirilmiştir.

### 1.1. İnternet Televizyonlarının Tarihi

Televizyonlar halen evlerin en başköşesinde duran, hatta evlerin dekorasyonlarında başrolde bulunan kitle iletişim aracıdır (Güngör, 2020). İnternetin gelişmesi televizyon yayıncılığını bitirmemiş aksine yayıncılığının internete doğru evrilmesine yol açmıştır. Geleneksel televizyon yayıncılığında etkileşim ne kadar kısıtlı ise yeni dönem televizyon yayıncılığında bir o kadar açık etkileşim yaşanmaktadır. Yeni nesil televizyonculuk anlayışının en önemli yanı, etkileşimli yayıncılık yapısından kaynaklanmaktadır (Akyol & Ünlü, 2020: 63-90). İletişim ve yayıncılık alanında kullanılan teknolojilerdeki en hızlı gelişmeler 20. yüzyılın son çeyreğinde yaşamaya başlamış ve bu başlangıç geleneksel televizyonda da köklü değişimler yaşanmasını sağlamıştır. Dijitalleşme ile başlayan sayısal iletişim, yer, mekan ve para tasarrufu gibi birçok alanda kolaylıklar da getirmiştir. Yapılan araştırmalar 21. yüzyılın yeni yayın sisteminin sayısal yayıncılık olacağı gerçeğini de ortaya çıkarmıştır (Akyol, 2006).

İnternet teknolojisi Türkiye'ye ilk kez 1987 yılında uygulanmış ve Ege Üniversitesi'nin öncülüğünde kurulan Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı (TÜVAKA) ile dünyamıza girmiştir. Sadece akademik ağ tabanlı bu oluşumu 1991 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve TÜBİTAK tarafından TR-NET adlı kurulan proje takip etmiştir. Akademik amaçlarla ortaya çıkarılan internet teknolojileri hızla gelişmiş ve iletişim anlamında bakıldığında ilk kullanımı haber sitelerinde görülmüş ve bu siteleri daha sonra video oyuncularının da yer aldığı internet televizyonları adıyla anılabilecek yayınlarla yerini bırakmıştır (Akyol, 2006). İnternet televizyonu, geleneksel televizyonun bir şekilde kopyası olmakta, geleneksel de ne varsa bünyesinde barındırmaktadır. İnternet televizyonlarını geleneksel televizyondan farklı kılan özellik, izleyici etkileşimi üzerinden olmaktadır (Demirkıran, 2010: 74-84).

## 1.2. Yeni Yayıncılık Anlayışı ve Sosyal Televizyonlar

İnternet televizyonculuğu kapsamında sosyal TV'ler üzerinde durmakta da yarar bulunmaktadır. Samsun'da internet televizyonlarının özellikle Facebook üzerinden yayın yaptıkları göz önüne alındığında bu kavramında nasıl ortaya çıktığını anlatmanın faydalı olduğu görülmektedir.

Sosyal medya insanlar tarafından yoğunlukla kullanılmakta ve bu sanal ortamlarda çok fazla vakit geçirilmektedir. Bu durum sosyal medya yayıncılığını ortaya çıkarmış ve televizyon yapımcıları daha fazla izler kitleye ulaşmanın kolay yolunu bulmuştur. Sosyal paylaşım ağlarına bakıldığında Facebook başta olmak üzere özellikle Twitter ve Myspace en fazla rağbet gören sosyal paylaşım ağları arasında yer almaktadır. Özgürlük alanı oluşturdukları için özellikle etkileşime olanak tanıyan bu siteler etkileşimi fazlasıyla ortaya çıkarmaktadır (Sarı & Türker, 2021: 59-80). İngilizce kökenli bir sözcük olan etkileşim, Türkçeye "Interaction" kelimesinden girmiştir. Kaynaktan alıcıya gönderilen iletilerin geri dönüşüm alabildiği bir süreci ifade etmekte ve çok yönlü bir süreci tanımlamaktadır. Etkileşimde alıcının kaynak durumuna geçebildiği gibi kaynak da alıcı durumuna dönüşebilmektedir. Bu da yeni izleyici alışkanlıklarını ortaya çıkarmıştır. İzleyici artık yayın sürecine aktif katılabilmekte, kendisine verileni izleyen değil aktif izleyici konumuna geçmektedir (Öğüt & Dilmen, 2006: 18-20).

Sayısal yayıncılık ve internet teknolojisinde yaşanan gelişmeler etkileşim olgusunu genişletmekte, izleyici için sosyal medya üzerinden yapılan yayınlara katılımı arttırmaktadır. İnternetin de geçmişe nazaran daha ucuz olması, insanların sosyal paylaşım sitelerinden takipçi sayısını arttırınca geleneksel televizyonlar evrilmiş ve sosyal bir nitelik kazanarak, sosyal medya sitelerinden yayın yapan TV'ler haline gelmiştir (Kırık & Karakuş, 2013).

Bu zamana kadar yapılan literatür taramasında, sosyal TV'lerin geleneksel TV'nin devamı olarak görüldüğü anlaşılmıştır. Bu sosyal paylaşım sitelerinde ya geleneksel televizyon programlarının aynısı yapılmakta ya da önemli kısımları kırpılarak verilmektedir (Dikmen, 2016). Ancak bu makale çalışmasında araştırma yapılan konu daha farklı bir boyutta ele alınmaktadır. Samsun şehri olarak geleneksel televizyon yayınıcılığı adına yalnızca bir uydu televizyonu bulunmakta ve televizyon yayınıcılığı genel olarak sosyal paylaşım siteleri üzerinden gerçekleştirildiği için Samsun'un sosyal televizyonları ele alınmaktadır.

### 1.3. Samsun Genelinde İnternet Televizyonları

Samsun'da geleneksel televizyonculuk geçmişine bakıldığında ilk yerel televizyonun 1992 yılında yayın hayatına başladığı görülmektedir. Samsun'da bu anlamda en hareketli yıllar 2000 ve 2010 yılları arasında yaşanmıştır. 10 yıl gibi kısa bir süre ile sınırlı kalan bu zaman diliminde Samsun merkezli yayın yapan iki yerel televizyon kanalına 2006 yılında Aks TV eklenmiştir. Kanal S ve Klas TV yayınlarına yeni bir yaklaşımla katılarak, uydu üzerinden yayın yapan Aks TV diğer yerel kanallardan birinin kapanmasına, diğerinin de uydu üzerinden yayınlarını sürdürmesine vesile olmuştur. Kanal 55 olarak uydudan, Kanal S adıyla karasaldan yayın yapan televizyon 2008 yılında bir yıllığına Aks TV ile ortaklık yapmış ve Birleşik Medya adıyla yayınlarına devam etmiştir. Ortaklık 2009 yılında sona ermekte, aynı zamanda Kanal S TV'de yayınlarına son vermektedir. Artık uyduda Kanal 55 adıyla yayın yapma bütçesine sahip olmayan Kanal S bir süre daha karasal yayınıcılık hayatına devam etmiş, ardından tamamen kapanma kararı almıştır. Klas TV'den sonra Kanal S'nin de kapanması Aks TV'nin de satılma sürecini beraberinde getirmiştir. Aks TV, Haber Aks olarak uydudan yayın yapmaya, 2019 yılına kadar devam etmiştir. 2019 yılı Samsun için kayıp yıl olmakta ve 2019 yılının ekim ayında Samsun'da uydudan yayın yapan tek televizyon kanalı olma özelliği taşıyan Habers ekonomik kaygılardan ötürü kapanma kararı almaktadır. Bu süreçte internet üzerinden yayın yapan televizyonların yoğunlukla ortaya çıktığı görülmektedir (Samsun Haber, 2019).

Samsun'da sosyal medyadan televizyon yayınıcılığı 2015 yılında Samsun Canlı haberle birlikte başlamakta ve canlı haber bu anlamda Samsun'a yeni bir soluk getirmekte, ilk internet televizyonu olma özelliği taşımaktadır. Yeni bir soluk olarak adlandırılmasının nedeni de 2009 yılında açılan ve halen yayın hayatına haber kanalı olarak devam eden Haber 55 TV'nin varlığıdır. Program çeşitliliği olmayan bu kanal, haber kanalı olarak ilk olmakta, bu özelliğini halen devam ettirmektedir.

Samsun'da 2019 yılı itibarıyla birçok internet televizyonunun açılmasının nedeni uydudan yapılamayan yayının boşluğunu doldurmaktır. Bugün gözde olmayı sürdüren internet televizyonları yayınlarını çoğunlukla Facebook üzerinden sür-

dürmekte, web sitelerinde yaptıkları yayınları Facebook gibi en çok izleyici çekebildikleri alanlardan yayınlamaktadır. Araştırmada Samsun'da internet üzerinden yayın yapan televizyonlar belirlenmiş ve onların dördünün genel yayın yönetmenleri ve programcıları ile 9 sorudan oluşan derinlemesine mülakat yapılmıştır.

## YÖNTEM

Bu makalede araştırmasında nitel araştırma desenlerinden olan derinlemesine mülakat deseni ile çalışılmaktadır.

### 2.1. Araştırmanın Modeli/Deseni

Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden biri olan derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemleri nicel araştırma yöntemlerine göre daha esnek bir biçimde açık uçlu sorulara olanak tanımaktadır. Böylece katılımcılar kendi tecrübe ve görüşlerini kendi cümleleriyle ifade edebilmektedir. Derinlemesine mülakat tekniği; serbest mülakatlar, yarı yapılandırılmış mülakatlar ve tam yapılandırılmış mülakatlar olmak üzere üç sınıflandırmaya ayrılmaktadır. Tam yapılandırılmış mülakatlar, araştırmacı önceden belirlediği soruların dışına çıkmadığı için, sözlü anketlerle benzerlik göstermektedir. Serbest mülakatlarda ise bir plan yapılmıştır ancak görüşmecinin bu plana bağlı kalması beklenmemektedir. Bu çalışma da araştırmanın konusu ve görüşülen kişilerin pozisyonundaki değişiklik nedeniyle en uygun yöntemin yarı yapılandırılmış mülakat olduğu anlaşılmıştır. Böylece daha verimli sonuçlar alınabileceği öngörülmüştür. Yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi, araştırmacılara serbest bir uygulama yöntemi sunarken, araştırma önceden hazırlanmış bir plan dâhilinde yürütüldüğünden dolayı toplanan veriler sistematik bir biçimde kümelenebilmektedir.

### 2.2. Çalışma Grubu/Örneklem

Araştırmada, ilk etapta Samsun'da yayın yapan internet televizyonlarının bir haftalık yayın akışları incelenmiş, o yayın akışlarında yer alan programlar sistemli bir şekilde not alınmıştır. Çalışmaya merkezden yayın yapan internet televizyonları dahil edilmiştir. Kapsamı sınırlandırmak için bu yola başvurulmuştur. Böylece Samsun merkezden yayın yapan, Samsun Canlı Haber TV, Haber 55 TV, Kent Haber TV, Kanal 362 TV ve SBB TV kapsam içine alınmıştır. Basın sektörünün içinde bulunan araştırmacı sahada en çok görülen ve yayınları incelendiğinde en çok paylaşım yaptığı belirlenen bu kuruluşlardan dört tanesini mülakat için belirlemiştir. Bunlar; Samsun Canlı Haber TV, Kent Haber TV, Haber 55 ve SBB TV'dir. Bu kurumların genel yayın yönetmenleri, imtiyaz sahipleri, programcıları gibi değişik pozisyonlardaki kişiler ile görüşme sağlanmıştır. Kimlerle görüşüleceğine karar verme sürecinde, en çok yayın yapan kriteri belirlenmiştir.



Böylece, amaçlı (kasti) örnekleme yoluyla, Samsun'daki internet televizyonunda çeşitli pozisyonlarda görev yapan 7 kişi ile görüşülmüştür. Amaçlı, örnekleme yönteminde, örnekleme dahil edilecek birimleri, araştırmacı önceki bilgi, deneyim ve gözlemlerinden hareketle araştırmacının amacına uygun olarak kendi belirlemektedir. Araştırmacının kendi yargısıyla örnekleme belirleyebilmek için evren hakkında bilgi sahibi olması gerekmektedir. Yaklaşık 21 senedir sektörün içinde bulunan ve halen 19 Mayıs Gazeteciler Cemiyeti Yönetim Kurulu Üyesi yapan araştırmacının kendi deneyim ve değerlendirmeleriyle görüşme yapılacak kişiler belirlenmektedir. Görüşme yapılan kişilerin çalıştığı kurum ve pozisyonları aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

**Tablo1.** Araştırmaya Katılan Katılımcıların Çalıştıkları Kurum ve Pozisyon Bilgileri

Katılımcıların İsimleri	İnternet Televizyonları	Çalıştıkları Pozisyonlar
Necdet Uzun	Samsun Canlı Haber TV	Samsun Medya Grubu Yayın Kurulu Başkanı
Serdar İpek	Haber55 TV	İmtiyaz Sahibi-Star TV Karadeniz Bölge Temsilcisi
Mahmut Erdoğan	A Haber	İnternet TV Karadeniz Bölge Temsilcisi
Yusuf Ziya Çakır	Samsun Canlı Haber	19 Mayıs Gazeteciler Cemiyeti Başkanı ve Programcı
Haydar Öztürk	Kent TV	Samsun Kent TV imtiyaz sahibi – Genel Yayın Yönetmeni
Yeşim Akar Aksoy	Haber55 TV	Haber55 TV Haber Koordinatörü
Salim Yıldız	SBB TV	Programcı

Araştırmanın evrenini Samsun'dan merkez ve ilçeler de dahil yayın yapan internet televizyonları oluşturmaktadır. Yukarıdaki tabloda yer alan isimlerden biri olan A Haber Bölge Müdürü Mahmut Erdoğan'da geçmiş ve şimdiki yıllar da internet televizyonculuğunda faal olarak çalışan bir isim olduğu için araştırma örneklemine dâhil edilmiştir.

### 2.3. Veri Toplama Araçları/Yöntemleri

Hazırlanan yarı yapılandırılmış mülakat soruları Whatsapp üzerinden kişilere ulaştırılmış yine cevaplar bu yolla elde edilmiştir. Araştırmacı bizzat kendi telefonundan kişilere ulaşmış ve sorulardan istediklerini cevaplayıp, istediklerini boş geçebileceklerini, eklemek istedikleri bir şey olursa da ekleyebileceklerini belirtmiştir. Kişilerden gelen cevaplar bir dosya da toplanmış ve tekrar tekrar okunarak önemli yerler ön plana çıkarılmıştır.<sup>[1]</sup>

[1] Ocak 2023 tarihinde kişilerle görüşme isteği belirtilmiştir. 3 Ocak Salı günü Samsun Canlı Haber TV ve Samsun Kent Haber TV ile görüşme sağlanmıştır. 5 Ocak Perşembe günü SBB TV, 6 Ocak Cuma günü Haber 55 TV ile görüşmeler yapılmıştır.

## 2.4. Verilerin Analizi

Çevrimiçi adlandırılabilir şekilde elde edilen veriler, söylem analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Söylem analizi, bireylerin başkaları ile sohbet ederken meydana gelen öznelarası zihin bileşenleri üzerine odaklanan gerçek bir sosyal metottür (Çelik & Ekşi). Araştırma da kullanılmasının nedeni söylem çözümlemesindeki amacın anlamlandırma ve yorumlama olmasıdır. Öte yandan bir haftalık içeriklerin incelenmesinde, içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Böylece hangi yayınların sıklıkla yer aldığı, hangi zaman diliminde sosyal medya sayfalarından canlı yayın yapıldığı ve hangi programların daha çok görüntülenerek, beğeni ve yorum aldığı saptanmıştır.

## BULGULAR

Araştırmanın giriş bölümünde internet televizyonlarının Youtube ve sosyal medya sayfaları incelenerek, en çok içerik üretimi yapan internet televizyonları belirlenmiştir. Yapılan inceleme de en çok yayın çeşitliliğine sahip internet televizyon kanalının Samsun Canlı Haber TV olduğu, onu da SBB TV'nin takip ettiği görülmüştür. İçerik olarak çok sayıda program yapan bu iki kanalın yanı sıra en çok haber içeriği üreten internet televizyonunun ise Haber55 TV olduğu belirlenmiştir. Sadece bir haftalık geçmişe bakılarak bile günlük yayın sayısını ve bu yayınların görüntülenme sayısını belirlemek mümkün olmuştur. En çok görüntülenme alan yayınların spor ve asayiş ile ilgili yapılan yayınlar incelenmiş ve bu sayfaların görüntüleme ve beğeni sayılarının ne kadar olduğu verilerine bakılmıştır.

İçerik analizi yapılırken sorulan sorulardan, “24 saat boyunca aktif olarak yayın yapıyor mu?” sorusuna hayır yanıtı alınmıştır. Kişilerin verdiği cevaplar tabloda gösterilmektedir.

**Tablo2.** Kişilere yöneltilen; “24 saat aktif yayın yapıyor musunuz” sorusuna verilen yanıtlar tabloda gösterilmiştir.

Kurum	Kişi	Yanıtlar
Samsun Canlı Haber TV	Necdet Uzun	Biz kesintisiz yayınıımızı Kanal S Televizyonu üzerinden yapıyoruz. İnternet sitemizde önemli gördüğümüz yayınlara yer veriyoruz.
Haber 55 TV	Serdar İpek	İnternet televizyonu olarak sadece haber yayını yapıyoruz.
SBB TV	Salim Yıldız	24 saat yayın yapmıyoruz. Ara ara söyleşi programları ve canlı yayınlar yapıyoruz.
Kent Haber	Haydar Öztürk	Sadece haber paylaşımı ve haftada bir spor programları yayını yapıyoruz.

Verilen yanıtlar değerlendirildiğinde hiçbir internet televizyonunun 24 saat kesintisiz yayın yapmadıkları görülmektedir.

En çok takip alan yayının spor ve asayiş yayınları olduğu gözlenmiş ve izleyicilerin en çok olumsuz haberler ile spor içerikli programlara yorum yaptığı anlaşılmıştır. En yoğun yayın yapılan saatler konusunda net bir şey söylemek mümkün değildir. Çünkü günün her saati hatta gece bile önemli bir olayın anında canlı yayın olarak sosyal medyadan paylaşıldığı görülmüştür. İzleyicilerin takip ettikleri yayınlarla en çok beğeni ve yorum yaptıkları yayınlar da aynı olmaktadır. Samsunlu izleyicilerin spor programlarına çok yoğun ilgisi olduğu görülmüştür.

Araştırmanın derinlemesine mülakat kısmında ise ilk soru, görüşme yapılan kişilerin kimler olduğu ile ilgilidir. Bu soru ile birlikte kişilerin kimler olduğu ayrıntılı bir şekilde ortaya çıkarılmıştır. Bu da neden o kişilerin seçildiği ile ilgili iyi bir referans olmaktadır.

### 1. Sizi tanıyabilir miyiz?

“1975 yılında başladığım gazeteciliğe sırasıyla Esnafın sesi, Ordu Havadis, Karadeniz 52 ve Gerçek gazetelerinde devam ettim. Ordu'nun ilk gazeteciler cemiyeti başkanı seçildim. Aynı yıl Ordu muhabiri olduğum Hürriyet Haber Ajansı Samsun bürosuna muhabir olarak geçtim. Daha sonra, Anadolu Ajansı Bölge Müdürü oldum. 1991 yılında Orta Karadeniz Gazeteciler Cemiyeti'nin başkanlığına getirildim. 1994 yılında Vali Şinasi Kuş'un başkanlığında üç gazeteciler cemiyetin birleşmesinden sonra yapılan genel kurulda başkanlığına seçildiğim Samsun 19 Mayıs Gazeteciler Cemiyeti'nde 15 yılı aşkın görev yaptım. Türkiye Gazeteciler Federasyonu'nun 12 yıl genel başkan yardımcılığı, Türkiye Gazeteciler Cemiyetleri Vakfı'nın yönetim kurulu üyeliğinde bulundum. 2001 yılında Anadolu Ajansı'ndan emekli olduktan sonra sırayla Halk Gazetesi Genel Yayın Yönetmenliği, Haber Gazetesi İcra kurulu Başkan Yardımcılığı görevinden sonra halen 5 yıldır Samsun Medya Grubu'nun Yayın Kurulu başkanlığını yapıyorum.”

Necdet Uzun

“1998 yılından itibaren Samsun'da yerel olarak yayın yapan Halk-Haber Gazetelerinde haber muhabiri olarak çalıştım. Anadolu Ajansında da kısa bir dönem yurt muhabirliği yaptım. 2010 yılından itibaren internet ortamında yayın yapan Samsun Kent Haber internet gazetesini kurdum. 2021 yılında internet televizyonu Samsun Kent TV'yi faaliyete geçirdim. Her iki yayın organında halen Genel Yayın Yönetmenliğini sürdürmekteyim.”

Haydar Öztürk

“Samsun’un ilk internet haber televizyonu olan Haber 55 TV’de 14 yıldır çalışıyorum. Kurgu ve seslendirme işleri ile birlikte Haber koordinatörlüğü görevimi sürdürmekteyim.”

Yeşim Akar Aksoy

“1979 yılında girdiğim medya sektörünü 40 yıldır sürdürmekteyim. Meslek hayatıma 17 yaşında Tercüman gazetesinde başlayarak, Günaydın ve Güneş Gazetelerinde devam ettim. Ardından gazetecilikten televizyonculuğa geçiş sürecim 1991 Show TV ile başladı. Sonra değişen koşullara göre çeşitli zaman dilimlerinde Kanal 6, ATV, Kanal D ve Star TV’de çalıştım. Halen Star TV’de Karadeniz Bölge Temsilcisi olarak görev yapmaktayım. Aynı zamanda Samsun’da Haber 55 TV’yi faaliyete geçirerek şehrin ilk internet televizyonunu kurdum.”

Serdar İpek

“Gazeteciliğe 1984 yılında başladım. Anadolu Ajansı Bölge Müdürü olarak uzun yıllar görev yaptım. Samsun, Halk Gazetesi ve Haber Gazetesi’nde Spor Müdürlüğü ile Gerçek ve Arena Gazetelerinde köşe yazarlığı ve Canlı Haber TV’de spor programı yaptım ve bazı internet TV’lerin spor yorumculuğunu yapmaktayım. Samsun 19 Mayıs Gazeteciler Cemiyeti Başkanlığı, Türkiye Spor Yazarları Derneği Samsun Şubesi Başkan Vekilliği ve Küresel Gazeteciler Konseyi Yönetim Kurulu Üyeliği görevini sürdürmekteyim.

Yusuf Ziya Çakır

“Samsun’da 1995 yılında televizyonculuk hayatına başladım. Klas TV, Kanal S ve Kanal 55 muhabirlik, program koordinatörlüğü ve televizyon idareciliği yaptım. 2016-2019 yıllarında Samsun 19 Mayıs Gazeteciler Cemiyeti Başkanlığı görevini sürdürdüm. 2017-2019 yıllarında Samsun Canlı Haber Genel Yayın Yönetmenliği görevini yerine getirdim. Halen ATV, A Haber, A Spor Televizyonlarının Samsun-Ordu-Sinop Bölge Temsilciliğini yapmaktayım.”

Mahmut Erdoğan

“Mesleğe spor muhabiri olarak 2006 yılında Haber Gazetesi spor sevisinde başladım. Daha sonra aynı şirkete bağlı uydu yayını yapan Haber AKS TV’de canlı yayınlarda spor muhabirliği görevini sürdürdüm. 2019 yılında Samsun Medya Grubunda Samsun Gazetesi ve Samsun Canlı Haber TV’de spor müdürlüğü, köşe yazarlığı ve spor programcısı olarak çeşitli görevlerde bulundum. Şu an Samsun Büyükşehir Belediyesi’nin YouTube üzerinden yayın hayatına giren SBB TV’de spor programı sunmaktayım.”

Salim Yıldız

Burada elde edilen veriler araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği açısından önemlidir. Sayıları sadece 7 kişi olarak görülse de Samsun'da üst düzeylerde yayın yapan ve en çok takipçisi olan kişiler görüşmeci olarak seçilmiştir. Bu seçimler de görüşme öncesi yapılan içerik analiz yönteminin büyük etkisi vardır.

Kişilere bir diğer soru olarak ne kadar süredir web TV yayıncılığı yaptıkları sorulmuş ve alınan cevaplardan Samsun'da internet televizyonculuğunun geçmişinin çok uzun yıllara dayanmadığı ortaya çıkarılmıştır. Samsun'da meslek duayeni olarak tanınan isim Necdet Uzun, internet televizyon geçmişinin 3 yıl olduğunu söylerken, internet televizyonu olarak daha 2021 yılında faaliyete geçen Kent Haber'den Haydar Öztürk, internet gazeteciliğini çok uzun yıllardır yaptığını ancak televizyonculuk olarak henüz yeni olduklarını ifade etmiştir. 26 yıldır televizyonculuk yapan Mahmut Erdoğan için yine internet televizyonculuğu geçmişinin 6 sene öncesine dayandığı görülürken 1984 yılında meslek hayatına başlayan Yusuf Ziya Çakır, 5 senedir, 16 senedir sektörde faaliyet gösteren Salim Yıldız, 4 senedir internet televizyonculuğu yaptığını söylemiştir. Bu konu da en eski isim ise 2009 yılında Samsun'un ilk internet televizyonunu kuran Serdar İpek'e ait olmuştur. İpek ve yine Haber 55 TV'de haber koordinatörlüğü görevini yürüten Yeşim Akar Aksoy 14 senedir Samsun'da internet televizyonculuğu yapmaktadır. Kişilerin verdikleri yanıtlar aşağı da belirtilmiştir.

## 2. Ne kadar süredir web TV yayıncılığı yapıyorsunuz?

“Beş yıldır internet televizyon yayıncılığında yayın kurulu başkanı olarak görev yapmaktayım”.

Necdet Uzun

“2 yıldır faaliyette olan Samsun Kent TV internet televizyonunda genel yayın yönetmenliği yapıyorum”.

Haydar Öztürk

“ Haber 55 TV'de 14 yıldır kurgu, seslendirme ve haber koordinatörü olarak çalışmaktayım”.

Yeşim Akar Aksoy

“Şehrin ilk internet televizyonu olan Haber 55 TV'yi 2009 yılında faaliyete geçirerek 14 yıldır bu kurumun imtiyaz sahibiyim”.

Serdar İpek

“Samsun’da 26 yıldır sürdürdüğüm televizyonculuk sektöründe yayın hayatına 2016’da başlayan Samsun Canlı Haber TV’de 2017-2019 yıllarında iki yıl genel yayın yönetmenliği yaptım.”

Mahmut Erdoğan

“1984 yılında meslek hayatıma başladığım günden bugüne çeşitli medya kurum ve kuruluşlarında görevi sürdürmekte olup, halen Samsun Canlı Haber ve Haber 362 internet TV’lerinde uzun yıllar spor yorumculuğu yapmaktayım.”

Yusuf Ziya Çakır

“2006 yılında Haber Gazetesi’nde spor muhabiri olarak başladığım mesleki kariyerimi 2019 yılında Samsun Canlı Haber TV’de spor muhabiri ve TV programcısı olarak sürdürdüm.”

Salim Yıldız

Cevaplar genel anlamda değerlendirildiğinde Samsun’da 14 yıl önce Samsun’un ilk internet televizyonu olarak Haber55’in yayın hayatına başladığı ve uzun sürede tek başına yayın hayatına devam ettiği görülmüştür. 2015 yılında Samsun Canlı Haber TV’nin kurulması ile birlikte internet televizyonları sayısında artış olmuş, 2019 yılında HaberAks TV’nin kapanmasıyla birlikte birçok internet televizyonu yayın hayatına girmiştir. Samsun’da 14 yıl önce başlayan internet televizyonculuğu yolculuğu son yıllar da ivme kazanarak, artış göstermiştir. 2019-2022 tarihleri arasında bir uydu televizyonu olmayan Samsun’da, o tarih aralığında bütün yayınlar internet üzerinden yapılmıştır. 2022 yılında faaliyete geçen Kanal S Televizyonu ile birlikte, internet üzerinden yayınlar yapılmaya devam etmektedir.

### 3. Sizleri izleyicileriniz en çok hangi sosyal medya platformlardan takip ediyor?

“Samsun Canlı Haber TV’yi izleyiciler, daha çok Facebook ve Youtube mecralarında takip etmektedir.

Necdet Uzun

“Facebook ve YouTube üzerinden takip edilmekteyiz.”

Haydar Öztürk

“www.haber 55.com sitemiz ile Facebook ve Instagram sosyal medya hesaplarından takip edilmekteyiz”

Yeşim Akar Aksoy

“Facebook, Instagram ve Youtube hesaplarından izleyicilerimiz tarafından yayınlarımız takip edilmektedir.”

Mahmut Erdoğan

“Yayınlarımız daha çok Facebook üzerinden seyircilerimiz tarafından izlenmekte ve takip edilmektedir”

Yusuf Ziya Çakır

Samsun'da yayın yapan internet televizyonlarının en çok Facebook üzerinden takip edildiğini söylemek mümkündür. Cevaplar ve internet televizyonlarının içerikleri incelendiğinde en çok Facebook üzerinden yayınlara ulaşıldığı ve bu yüzden Facebook ağırlıklı yayın yapıldığı görülmektedir.

#### **4. İzleyicilerinizle kurduğunuz etkileşim yöntemleri nelerdir? Kullandığınız yöntemler dışında daha etkili olabilecek etkileşim yöntemleri neler olabilir?**

“Samsun'da yaşanan ve haber değeri taşıyan konular gün içerisinde en hızlı ve etkili şekilde yayına hazırlanarak sitemizde yayınlanmaktadır. Sitemizde yayınlandığı anda ayrıca sosyal medya hesaplarımıza da link olarak yayınlanmaktadır. (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) Günümüz şartlarında en etkili etkileşim yöntemi sosyal medya ve bizde her geçen gün bu trende yenilikler katarak takipçilerimize ulaşmaya çalışıyoruz”

Serdar İpek

“İzleyicilerimizle kurduğumuz etkileşim yöntemi daha çok sosyal medya sayfalarımıza yaptığımız haber videoları ve haber içerikleri ile olmaktadır”

Haydar Öztürk

Whatsapp hattı var. Bir hayli istihbarat geliyor. Onlarla görüşen görevli arkadaşlarımız bulunuyor.

Necdet Uzun

“En sık takip edildiğimiz yer Facebook olsa da bize izleyiciler daha çok Twitter'dan ulaşıyor. Gelen mesajlara, ihbarlara ve onların isteklerine mesaj yoluyla ulaşıyoruz. Bu yolu da verimli kullanmak için her gelen soruya cevap veriyor, önerileri değerlendiriyoruz”

Mahmut Erdoğan

“ Bütün yayınlarımız Facebook üzerinden takip ediliyor, eğer yayın esnasında onlara yanıt veremiyorsak, yayın sonrası muhakkak birebir inceleyerek isteklerini anlamaya çalışıyoruz.

Yusuf Ziya Çakır

“ İzleyicilerin en çok istediği şey, takip ettikleri yayınlarla ilgili yaptıkları yorumların okunması oluyor. Bizim konumuz genel de Samsunspor olduğu için birçok kişi o anlık durumla ilgili yorum yapıyor. Ben de yayın esnasında bu yorumları okuyarak, cevaplandırmaya özen gösteriyorum. İzleyicilerle sıcak dil ile iletişim kurmak önemli. En çok Facebook ve Twitter’ dan gelen mesajlar onlarla kurduğumuz etkileşimin örneğidir”

Salim Yıldız

Bu sonuçlara göre Samsun’ da yayın yapan internet televizyoncularının en çok takip edildikleri platform olan Facebook ve ona ek olarak Twitter’ dan izleyicilerle birebir kendi özel sayfalarından görüştükleri ve internet sitelerinden de sık sık etkileşime geçtikleri anlaşılmıştır.

#### **5. En çok izlenen içeriğinizi nasıl belirliyorsunuz, bunu düzenli olarak yapıyor musunuz?**

“Sitemiz yönetim panelinde etkileşimleri gösteren bir analitik bulunuyor. Bunun haricinde Google Analytics ile detaylı takipleri etkileşimleri öğreniyoruz. Ayrıca sosyal medya hesaplarında bulunan istatistikler de bizler için önem taşıyor. Sürekli analizleri takip ediyoruz.”

Yeşim Akar Aksoy

“Samsun’ da en çok izlenen içerikler spor ile ilgili olmaktadır. Bunun dışında şehri ilgilendiren önemli konularda yapılan canlı yayınlar olmaktadır. Bu yayınları imkanlar dahilinde mümkün olduğunca düzenli yapmaya gayret ediyoruz»

Haydar Öztürk

“En çok izlenen içeriklerimiz asayiş haberleri oluyor. Asayiş haber içeriklerini düzenli olarak veriyor, her gün asayiş haberleri saati yapıyoruz. Bu bilgilere Google Analytics’ den ulaşıyoruz.”

Serdar İpek

“Olay yeri canlı haberleri, spor ve siyasi tartışmalar. Spor ve siyasi tartışma programlarını düzenli olarak yapıyor, yayınlıyoruz.”

Necdet Uzun



Diğer isimlerden Mahmut Erdoğan, Yusuf Ziya Çakır ve Salim Yıldız'ın internetten özellikle sosyal medyadan, birebir etkileşime geçtikleri izleyicilerden edindikleri bilgilerle içerik belirlediklerini söylemişlerdir. Bu içerikler genel de sporla ilgili olup Samsunspor'un transfer haberlerinin yoğunlukla izlendiği, takip edildiği ve sosyal TV'ler de görülmek istendiği belirtilmiştir.

En çok hangi içeriklerin takip edildiği sorulan katılımcıların hepsi spor programlarını muhakkak saymıştır. Spor programlarını sırasıyla siyasi içerikler ve asayiş haberlerinin takip edildiği görülmektedir. Haber kanalı olarak yayın hayatına devam eden Haber55 TV'nin imtiyaz sahibi Serdar İpek ile Haber koordinatörü Yeşim Akar Aksoy, asayiş haberlerinin yanı sıra en çok takip edilen ve etkileşim aldıkları kategorilerin toplumsal olaylar ile kaza haberleri olduğunu ifade etmişlerdir. A Haber Bölge Müdürü Mahmut Erdoğan'da aynı yönde görüşünü bildirmiştir.

#### **7. TV içeriklerinin geliştirilmesinde izleyici beklentilerini göz önüne aldınız mı?**

“Sadece haber yayını yapıyoruz program yayınıymız yok lakin haberlerin izlenmesi ve beğenilmesi açısından izleyicinin beklentilerine yönelik geliştirmeler yapıyoruz.”

Yeşim Akar Aksoy

“İnternet deyince akla direkt etkileşim geliyor. Biz de bu etkileşimin en fazla olduğu haberlere ağırlık vermeye çalışıyor, o haberlerin içeriklerini genişletiyoruz. Haber röportajlarla dikkat çeken haberlerin internet sitemizde ya da sosyal medya hesaplarında daha uzun kalmasını sağlıyoruz.”

Serdar İpek

“Elbette izlenme oranları onların ne istediği fikrini ortaya koyuyor. Böylece içeriğimizi şekillendiriyoruz. Aslında bir yönüyle bizlerin hazırlayacağı içerikleri tamamıyla izleyici belirlemiş oluyor”

Necdet Uzun

“İzleyici ve takipçilerimizden yayın kalitesinin arttırılmasına yönelik gelen eleştirileri dikkate alıyoruz”

Haydar Öztürk

“O hafta yapacağım yayın öncesi online olarak onların görüşlerini alıyorum.”

Salim Yıldız

Bu soruyla birlikte internet yayıncılığı yapan yayıncıların, hangi kurumda görev alırsa alsın muhakkak izleyicilerle etkileşim de oldukları ve etkileşimin sonunda aldıkları verilere göre içeriklerini, yapacakları yayınları belirledikleri görülmektedir. Bu da izleyicilerin aktif olduğunu destekler nitelikte bir cevap olarak tanımlanabilir.

#### **8. TV içeriklerinin geliştirilmesinde izleyici beklentilerini göz önüne alırken yaptığımız çalışmalar nelerdir?**

“Görsel ve kurgusal değişiklikler”

Yeşim Akar Aksoy

“Örneğin bir habere izleyicilerden gelen bir eleştiri üzerine haberi tekrar gözden geçiriyoruz ve gerekli düzenlemeleri yaparak yeniden yayına alıyoruz”

Necdet Uzun

“Salt izlenme dersek, bazı değerleri hiçe saydığımız anlamına gelmesin. Ama toplumda kabul gören ses getirebilecek haberler deneyimlerimizle öne çıkıyor.”

Haydar Öztürk

“Samsunspor taraftarlarıyla bir araya geliyoruz. Samsunspor aileler platformu üyesiyim. Onlarla bol bol sosyal faaliyetler içinde bulunarak nabızlarını yokluyorum. Böylece içeriklerimizi şekillendirme fırsatımız oluyor.”

Yusuf Ziya Çakır

“İzleyicinin beklentisi kısa içerikli videolar. Çünkü insanların zamanları kıymetli, yüz yüze yaptığımız görüşmeler de bazı haberlerimizin sonlarını izlemediklerini fark ettik. Sonucu baştan verecek ve daha kısa tutacak videolar hazırlıyoruz.”

Mahmut Erdoğan

“Her ne kadar internet televizyonların da görüntü önem kazanmışta olsa ayrınıtısını verdiğiniz bir fotoğrafın da dikkat çektiğini biliyoruz. Eğer görüntülü bir haber ya da program yer alıyorsa sayfamız da onu destekleyen fotoğraflar da kullanıp, insanların dikkatini çekmeye çalışıyoruz.”

Salim Yıldız

TV içeriklerinin artık izleyici beklentileri ile şekillendiği literatür desteği ile ortaya konmuştur. Samsundaki internet televizyonu yayını yapan yayıncıların da bunun farkında olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte artık onlarda

izleyici beklentilerine göre yayınlarını şekillendirmektedir. Böylece en çok izlenen yayınları ve görüntüleri kullanmaya gayret etmektedirler.

Araştırmanın son sorusu izleyici kitlesinin yapılan yayınlara yönelik beklentilerini yayıncıların nasıl belirlediği yönünde olmuştur.

Bu soruya henüz sosyal medya üzerinden çok fazla izleyici ile etkileşim yapma yolunu tercih etmediği anlaşılan Yusuf Ziya Çakır'ın birebir görüşmelerden elde edilen veriler yanıtını verdiğini görürken, izleyicilerin hızlı ve anında haber beklediklerini belirten Mahmut Erdoğan, gelen mesajlardan bu beklentiye saptadıklarını belirttiği görülmektedir. Yine başka bir program yapımcısı Salim Yıldız, kendilerine kişisel sosyal medya hesaplarının mesaj bölümünden ulaşan izleyicilerin doğru ve tarafsız bilgiyi almak istediklerini fark ettikleri için ne kadar hızlı olunabilirse o kadar hızlı ancak ondan da önemlisi doğru bilgi vermek için çaba sarf ettiklerini ifade etmektedir. Yine gelen mesajlar ve tıklanma oranları ile beğeni sayılarının analiz edilerek beklentilerin saptandığını ifade eden Haber 55 Haber Koordinatörü Yeşim Akar Aksoy, konu haber olunca beklentilerin karşılanmasının da çok mümkün olmadığını belirtmektedir. Soruya, uzun yıllar gazetecilik yapan bir isim olma özelliği taşıyan Necdet Uzun, “Beklentiler tarafsızlık üzerine oluyor. Herkesin taraf olduğu bir dönemde, tarafsızlığında artık tartışılır olduğunu göz önüne alırsak, yayınlarımızda mesleki deneyimlerimiz ölçüsünde toplum hassasiyetlerini de koruyarak, doğru olanı kamuoyuna aktarma, yanlış olan bir durumu da eleştirerek izleyicilerimize içerikler sunmaya gayret ediyoruz” yanıtını vermektedir. Uzun, ayrıca bu beklentilerin neler olduğunun belirlenmesi için büroların da internet verilerini elde eden özel ekip kurduklarını da ifade etmiştir. Kent TV imtiyaz sahibi Haydar Öztürk, izleyicinin kendilerine yapılan yorumlarla isteklerini ifade edebilme şansı olduğunu bunu yaparlarken de en çok canlı, anında ve gerçek haber istediklerini söylemiştir. Hayatın için de olan, insanlarla sadece sosyal medya da değil, dirsek dirseğe de temasta olduklarının altını çizen Öztürk, “onların ne beklediklerini bilmek hiçte zor olmuyor” diye belirtmektedir.

Yine bu cevaplar değerlendirildiğinde kişilerin daha çok sosyal medya platformlarından kendi şahsi hesaplarına ve kurum hesaplarına gelen mesajları dikate aldıkları anlaşılmıştır. Böylece içerik belirlenmesinde ve değişmesinde öncelik sırası, aktif izleyiciye verilebilmiştir. Artık geleneksel televizyondan ayrılan en önemli yanın etkileşim olduğunu söylerken, gelen bu cevapların da o yönde olduğu görülmekte, doğru bir analiz yapıldığı anlaşılmaktadır.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Samsun'da iki yıl gibi uzun bir süre de, uydu yayını yapan bir televizyon kanalı bulunmaması ve o dönemde artan internet televizyonlarının fazla olması nedeniyle seçilen bu araştırma da, gerçekten dünyadaki gibi Samsunlu izleyicilerin içerik düzenlemesine dahil olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Son dönemde; içerik, donanım ve altyapı üçlüsünün oluşturduğu televizyon endüstrisinin hızla geliştiğini ve televizyonun dönüştüğünü görmek mümkündür. TV yayıncılığı gelenekselden dijital dönerken tüketici odaklı, zaman ve mekandan bağımsız erişilebilen bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Ancak yapılan bazı araştırmalar internette geçirilen sürenin 3 saat 18 dakika, TV izlenme süresinin ise 3 saat 34 dakika olduğunu göstermektedir (Sirer, 2020: 45-63). Bu yüzden televizyonun tam olarak yok olduğunu ya da yakın zamanda yok olacağını söylemek henüz mümkün değildir, ancak internette geçirilen süre göz önüne alındığında da televizyondaki dönüşümün kaçınılmaz olduğu görülmektedir. Samsun'da ekonomik kaygılarla kapanan TV'lerin boşluğunu 2019-2022 yılları arasında dolduran ve şu an da en çok tercih edilen mecralar internet televizyonlarıdır. Ancak bu televizyonlarla ilgili söylenecek çok söz vardır. İnternet ve Sosyal Medya'nın televizyon üzerindeki yadsınamaz etkisini avantaja çeviren ve bunu yapma nedenleri de tamamen daha ucuz bir yayıncılık olan Samsun'un internet televizyoncuları ile yapılan görüşme de izleyicilerin yayınlara aktif olarak katıldığı, bu yayınlarda daha çok kendilerini ilgilendiren ve merak ettikleri konuları içeren yayınlar olduğu görülmüştür. Özellikle şehri ilgilendiren konuların çok takip ve görüntüleme aldığını söylemek mümkündür. Samsunlu taraftar açısından Samsunspor'un ayrı bir yeri bulunmaktadır. Samsunspor yayınlarına ilginin yüksek olduğu görülmekte, aktif katılım olarak da hem görüntüleme sayısı hem de yapılan yorumlarla bu durum değerlendirilebilmektedir. Yine de Samsun'un izleyici beklentileri anlamında iyi bir yerde olduğunu söylemek çok mümkün değildir. Çünkü yayıncıların birçoğu hala geleneksel yöntemleri kullanarak izleyicilerin beklentilerini ölçümleyen, diğerleri de gelen mesajları değerlendirmektedir. Bu da internetin avantajının tam anlamıyla kullanılmadığını göstermektedir.

Etkileşimli televizyonla izleyicinin istediği yayını izleyebilme özelliği Samsun'un internet televizyonları sayesinde verimli biçimde kullanılabilceği düşüncesi öne çıksa istedikleri dili seçerek izleyebilecek ya da dublaj alt yazı seçeneklerini kullanabilecekleri bir platformun varlığından söz etmek mümkün değildir.

Samsun'un internet televizyonlarının ağırlıklı olarak Facebook kullandıkları, yayınlarını buradan paylaştıkları sorulardan elde edilen cevaplarla tespit edilmektedir. Pingdom'un yayınladığı ve sosyal ağ kullanıcılarının yaş ve cinsiyet dağılımını ortaya koyan raporunda, Facebook'un yaş ortalaması 40.5 olarak belirlenmiştir (Atasoy, 2012). Samsun'un internet televizyonlarının özellikle Facebook'tan takip

edilmeleri özellikle bu yaş grubunun bu sosyal medya platformunu kullanması ve Samsun'un önemli gelişmelerini buradan takip etmesi olarak yorumlamak mümkündür.

Samsun'da internet televizyonları çok fazla gibi görünmesine rağmen birkaç tane de belediyelerin kendi bünyesinde yayın yapan kurumlar olduğu da bilinmektedir. Belediye bünyesinde yayın yapan SBB TV, ATA TV ve İlkadım TV gibi televizyonlar vardır. Belediyeler bünyesinde yayın ağı en geniş olan SBB TV bu araştırma da kapsam içine alınmış diğerleri kapsam dışı tutulmuştur. Bu araştırmanın belli kısıtlılık çerçevesinde yapılmasından kaynaklanmaktadır. Diğer internet televizyonlarının da genellikle yayınlarını Youtube kanalları üzerinden yaptıkları göz önüne alındığında, az maliyetli yayınlar ortaya çıkarmaya çalıştıkları, bu nedenle farklı program içerikleri üretmek yerine önemli olayları anında yayınlayarak izleyici ile sosyal medya platformundan buluştukları görülmüştür. Buda uzun yılladır geleneksel medya da yer alan yayın akışı mantığını tamamen ortadan kaldırmıştır. İnternet televizyonlarında içeriğin üretilmesinde, yayılmasında/paylaşılmasında ve yeniden üretilmesinde sadece TV kuruluşları değil aynı zamanda izleyicinin de etkin olduğu, bir yapıdan söz etmek gerekmektedir. Yapılan araştırma ile Samsun'un internet televizyoncularının da izleyicinin istediği şekilde yayınlarına yön verdiğini söylemek mümkündür.

Araştırma sadece bir başlangıç olarak kabul edilebilir. Çünkü süreç Samsun'da hem internet televizyoncuları hem de izleyici için yeni bir süreçtir. İnsanların bu sürece alışması muhakkak zaman alacaktır. Belki de böyle bir çalışmaya ek olarak yapılabilecek ve izleyicilerin beklentilerini ölçümleyebilecek bir anket çalışması izleyicinin yeni medyaya bakış açısının daha geniş ele alınmasını sağlayabilir.

Yine aynı zamanda çalışmaya başlanmadan önce belirlenen soruların yetersiz kaldığını da söylemek mümkündür. Gazetecilerin ve televizyoncuların her zaman süresi kısıtlıdır. Böyle bir çalışmada da daha erken çözüme ulaşabilmek için cevap verebilecekleri ve atlamayacakları sorular seçilmeye çalışılırken bazı eksik soruların olduğu görülmüştür. Araştırma geliştirildiğin de birkaç soru ilavesi daha yapılmalıdır.

Samsun'da internet televizyonlarının özellikle sosyal medya platformları üzerinden yaptıkları yayınların, web sitesindeki yayınlardan daha çok izlendiği de içerik analizinde ortaya çıkan sonuçlardan biridir. Web sitelerini çok takip etmeyen halkın sosyal medya da karşısına çıkan videoları izledikleri anlaşılmıştır. İnternet televizyoncularının bu konuda gerekli çalışmayı yapmaları bir öneri olarak sunulmaktadır.

Öte yandan sosyal medya televizyonları şu an genel anlamda geleneksel televizyonlarının devamı niteliğinde yayın yapmaktadır. Ancak bu çalışmada ele

alınan sosyal medya televizyonları bir geleneksel televizyonun devamı niteliğinde değildir. Yayınlar tamamen sosyal medya platformları üzerinden yapılmaktadır.

### **Yazar Katkı Oranları**

Çalışmanın Tasarlanması (Design of Study): HGÇ(%50), NB(%50)

Veri Toplanması (Data Acquisition): HGÇ(%50), NB(%50)

Veri Analizi (Data Analysis): HGÇ(%50), NB(%50)

Makalenin Yazımı (Writing Up): HGÇ(%50), NB(%50)

Makale Gönderimi ve Revizyonu (Submission and Revision): HGÇ(%50), NB(%50)

### **KAYNAKLAR**

- Akaydın, A. (2014). Değişen Televizyon Platformlarının İzleyiciye Sunduğu Seçenekler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3.
- Akcan, S. (2017). Televizyon Yayıncılığının Sosyal TV Aracılığıyla Sosyal Medya İle Etkileşimi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü-Yüksek Lisans Tezi.
- Akyol, O. (2006). İnternet Üzerinden Televizyon Yayıncılığı ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Akyol, O., & Ünlü, T. T. (2020). Televizyon Yayıncılığı ve Etkileşimli Televizyon Uygulamaları. E. Sırer içinde, *Yeni İzlenç Yeni İzlerkitle*. Konya: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Bolat, N. (2020). Televizyonun Teknik Dönüşümünün İçeriğe Etkisi. E. Sırer içinde, *Yeni İzlenç Yeni İzlerkitle* (s. 108-110). Konya: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Çelik, H., & Ekşi, H. (tarih yok). Söylem Analizi. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü.
- Demirkıran, C. (2010). Geleneksel Televizyonun Sanal Modeli Olarak Web Tv ve Livestream Protalında Tv Yönetimi. *Akdeniz İletişim Dergisi*(14).
- Dikmen, E. Ş. (2016). Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Yeni Medya Yapılanması. *Televizyon içeriğinin yeni medya platformları üzerinden yeniden dolaylanması*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon, Sinema Ana Bilim Dalı.
- Güngör, N. (2020). Yeni İzlenç Yeni İzlerkitle. E. Sırer içinde, *Yeni İzlenç Yeni İzlerkitle*. Konya: Literatürk.
- Kırık, A. M., & Karakuş, M. K. (2013). Sosyal Medya ve İnternet Teknolojisi ile Yöndeşen Televizyon Yayıncılığı: Sosyal TV. *Online Akademik Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 4.
- Küçük, B. (2015, Mayıs). Televizyon İzleme Pratiklerindeki Dönüşüm: Türkiye'de IPTV ve TİVİBU Örneği. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Öğüt, S., & Dilmen, N. E. (2006). "Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşime İletişimsel Bilişim. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslar arası Konferansı Kitabı*. içinde İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Sarı, Ü., & Türker, H. (2021). Anadolu Üniversitesi Dijital Platform Kullanıcılarının İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1).
- Sırer, E. (2020). Zamanın Ruhunu Eşzamanlılık. E. Sırer içinde, *Yeni İzlenç Yeni İzlerkitle*. Konya: Literatür Akademi.
- Tutuk, Z. Ş., & Barutçu, B. (2019). Televizyon Diye Bir Şey Varmış. M. Karaca içinde, *Geçmişten Geleceğe Televizyon Yayıncılığı*. Trt Akademi.
- Yılmaz, A. (2009). Türkiye'de 1990 sonrası dönemde özel televizyon yayıncılığı bağlamında izleyici-televizyon ilişkisi. Ankara.

## İNTERNET KAYNAKLARI

*Samsun Haber.* (2019, Ekim). samsunhaber.com: <https://www.samsunhaber.com/samsun-haber/samsun-da-bir-devir-sona-erdi-haber-medya-grubu-kapaniyor-h50581.html> adresinden alındı  
*Atasoy, B.* (2012). Sosyalmedya.co. 2021 tarihinde sosyalmedya.com: <https://sosyalmedya.co/sosyal-aglar-yas-ortalamasi/> adresinden alındı

## EKLER

### Ek1

#### **İnternet Televizyonlarının Genel Yayın Yönetmenleri ve Yayıncılarla yapılan derinlemesine görüşme soruları**

1. Sizi tanıyabilir miyiz?
2. Ne kadar süredir web TV yayıncılığı yapıyorsunuz?
3. Sizi izleyicileriniz en çok hangi sosyal medya platformlarından takip ediyor?
4. İzleyicilerinizle kurduğunuz etkileşim yöntemleri nelerdir? Kullandığınız yöntemler dışında daha etkili olabilecek etkileşim yöntemleri neler olabilir?
5. En çok izlenen içeriğinizi nasıl belirliyorsunuz, bunu düzenli olarak yapıyor musunuz?
6. En çok hangi içerikleriniz takip ediliyor?
7. TV içeriklerinin geliştirilmesinde izleyici beklentilerini göz önüne aldınız mı?
8. Bu yönde yaptığınız çalışmalar nelerdir?
9. İzleyici kitlenizin yaptığınız yayınlara yönelik beklentileri nelerdir? Bu beklentileri nasıl belirliyorsunuz?

### Ek2

#### **Bir hafta boyunca takip edilecek web sitelerinin yayınları ile ilgili şu yaklaşım belirlendi.**

1. 24 saat boyunca aktif olarak yayın yapıyor mu?
2. Canlı yayın yapıldığı takdirde en çok izleyici takibi alan yayının içeriği neler?
3. İzleyicilerin en çok yorum yaptığı içerikler hangileri?
4. En yoğun yayın yapıldığı saat dilimi hangisi?
5. İnternet sitesinde en çok beğeni ve yorum alan yayın hangisidir?