

# Bir Dijital Hikâye Anlatısı Olarak Haber Sitelerinin Canlı Blog Pratikleri: 14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı Seçimi Örneği

## Live Blog Practices of News Websites as a Digital Narrative: The Case of the May 14 Presidential Election

İpek TOK 

Araştırma Makalesi | Research Article

Başvuru | Received: 22.09.2023 ■ Kabul | Accepted: 25.12.2023

### ÖZ

Canlı bloglar; doğal afetler, seçimler, savaşlar gibi geniş çaplı etkileri olan ve belli bir sürece yayılan haberlerin sunulduğu bir dijital hikâye anlatısı biçimidir. Bu tür haberlerle ilgili eş zamanlı olarak yaşanan gelişmeler, haber siteleri tarafından canlı blog sayfasında toplanarak canlı aktarım biçiminde sunulmaktadır. Çalışmanın amacı, bir dijital hikâye anlatısı olan canlı blogların 14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı seçimlerini nasıl sunduğunu ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda; Euronews, T24 ve Onedio canlı bloglarında yer alan toplam 242 haber ve 71 fotoğraf içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Çalışma kapsamına alınan haber ve fotoğraflar, T24 ve Onedio canlı bloglarında yalnızca seçimin yapıldığı gün olan 14 Mayıs'ta, Euronews canlı blogda ise 14-21 Mayıs tarihleri arasında yayınlanmıştır. Çalışma sonucunda; canlı bloglar için en önemli haber değerinin zamanlılık olduğu ve blogların ters kronolojik dizi tekniğiyle yazıldığı saptanmıştır. Bloglar; zaman bilgisi, başlık, kısa haber metni ve fotoğraf, link, sosyal medya görseli gibi farklı haber öğeleriyle birlikte sunulmuştur. Bloglarda en çok paylaşılan haber öğesi fotoğraf, fotoğraflarda en çok kullanılan tema ise siyasetçilerdir. Canlı blogların hipermetinsellik ve çoklu ortam özelliklerinin olanakları ile metinlerarası bir anlatım biçimine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu özellikleriyle canlı blogların tek bir konu hakkındaki birden çok haberi sunmak için pratik bir teknik olduğu söylenebilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Canlı Blog, Dijital Hikâye Anlatıcılığı, Haberde Hikâye Anlatıcılığı, Hikâye Anlatıcılığı, Cumhurbaşkanlığı Seçimi.

### ABSTRACT

Live blogs are a digital storytelling format that present news with wide-ranging impacts, such as natural disasters, elections, and wars, which unfold over a specific period. Concurrent developments related to such news stories are gathered by news websites and presented in a live feed format on live blog pages. The aim of this study is to elucidate how live blogs, as a digital storytelling format, presented the Presidential election on May 14th. To achieve this goal, a content analysis technique was applied to a total of 242 news articles and 71 photographs within live blogs on Euronews, T24, and Onedio. The news and photos included in the scope of the study were published on T24 and Onedio live blogs only on the election day, which was May 14th, and on the Euronews live blog between May 14th and May 21st. The findings indicate that the most crucial news value for live blogs is timeliness, and the blogs are written using the reverse chronological sequence technique. The blogs are presented with various news elements such as time information, headlines, short news texts, photographs, links, and social media visuals. The most frequently shared news element in blogs is photographs. The most commonly featured theme in photographs is politicians. It is concluded that live blogs possess an intertextual narrative style with the capabilities of hypermedia and multimedia afforded by the nature of the medium. It can be said that with its features, liveblogging is a practical technique for presenting multiple news about a single topic.

**Keywords:** Live Blogging, Digital Storytelling, News Storytelling, Storytelling, Presidential Election.

## Giriş

Hikâye anlatma geleneği, insanlık tarihi kadar eskidir. Randall'a göre (1999) hikâye, insanların birbiriyle iletişim kurarken ifade ettikleri her şeydir. İnsanlar, gündelik hayatta başlarından geçen olayları, deneyimlerini ve düşüncelerini hikâyeler yoluyla anlatarak kültürel birikimlerin aktarılmasını sağlamaktadır. Bu noktada hikâye anlatıcılığını, "insanın tecrübelerini paylaşma becerisi, bir olay ya da durumu nesilden nesile aktarma aracı ve deneyimlerden doğan bilgelik" biçiminde tanımlamak mümkündür (Sütçü, 2013: 76). Hikâye anlatımı, toplumsallığın bir aşamasıdır; buna göre insanın toplumun bir parçası sayılması başkalarıyla kurduğu ilişkilere, dolayısıyla diğerleriyle paylaştığı hikâyelere veya diğerlerinin kendisine aktardığı hikâyelere bağlıdır. Hikâyeler, insanlara "ortak bir deneyim" pratiği sunmaktadır (Benjamin, 2021).

Henüz yazının olmadığı dönemlerde söz, en önemli hikâye anlatma aracı olmuş; birçok destan, masal ve fıkra sözlü hikâyeler biçiminde anlatılmıştır. (Çokluk & Ökmen, 2020: 1118). Yazının ve matbaanın bulunmasından sonra ise hikâyeler yazılı ve basılı bir biçimde aktarılmıştır. Bu noktada artık hikâyeler, sözlü hikâye anlatıcısı olmadan da aktarılabilir hale gelmiş, haber alma ve bilgilenme bireysel ilişkilerden kitle iletişim araçlarına doğru kaymıştır. Böylece, hikâyeler aracılığıyla yaşam deneyimi kazanan ve bunu kendi birikimi ile birleştirebilen insan, daha edilgen bir konuma geçmiş ve artık sadece "bilgilendirilen" insana dönüşmüştür. Artık kitle iletişim araçları hikâye anlatıcısı haline gelmiş ve anlatıcı ile dinleyici birbirinden ayrılmıştır (İnceelli, 2005: 133). Bu sayede; gazete, radyo ve televizyon, kitlesel hikâyeciliğin yeni araçları haline gelmiştir (Çokluk & Ökmen, 2020: 1121).

Yeni iletişim teknolojileri ve dijitalleşme, kitlesel hikâye anlatıcılığını farklı bir alana taşımıştır. Dijital kültür ve sanal gerçekliğin hayatımızı doğrudan etkilediği günümüzde artık hikâyeler de dijitalleşmiştir. Geleneksel medya araçlarıyla başlayan kitlesel hikâye anlatıcılığı ise artık internet ve sosyal medya gibi dijital platformlara

taşınmıştır. Dijitalleşme ile birlikte haberlerin hikâye anlatısında farklı teknikler kullanılmaya başlanmıştır. Bu tekniklerden biri olan canlı bloglar; çoğunlukla etkileri geniş çaplı ve büyük olan önemli gelişmeleri aktarmak için kullanılmaktadır. Canlı bloglardaki haber aktarımı son dakika gelişmelerini belli bir sırayı takip ederek vermektedir. Haberler çoğunlukla fotoğraf, video ve sosyal medya alıntılarının eşlik ettiği kısa metinler şeklinde tasarlanmaktadır.

Literatürde, haberlerde hikâye anlatımı konulu çalışmaların yanısıra (Gülnar & Kocabay-Şener, 2021; Çokluk & Ökmen, 2020; Özer, 2021) haberlerde dijital hikâye anlatısı araçlarından fotoğraflar (Ünal, 2018; Çetinkaya, 2019; Pınarbaşı & Astam, 2020); videolar (Ünal, 2018; Şen, 2020; Tok, 2021); veri görselleştirme teknikleri (Soydaş & Yılmaz, 2016; Eldem-Anar, 2020; Zinderen, 2021); haber oyunları (Erkmen, 2020; Özkan, 2020; Cengiz & Kaya, 2022; Tok, 2023) ve sanal gerçeklik uygulamaları (Çaba, 2018; Yetkin, 2022; Şahin & Avşar, 2023; Demir, 2023) ile ilgili çalışmalar da yer almaktadır. Buna karşılık, dijital hikâye anlatısı araçlarından biri olan canlı blogları inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda, haberlerde hikâye anlatımının farklı bir aracı olan canlı blogların incelenmesi bu çalışmanın özgün yanısıdır ve alan için değerli görülmektedir.

Çalışmanın amacı, bir dijital hikâye anlatısı olan canlı blogların 14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı seçimlerini nasıl sunduğunu ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda; Euronews, T24 ve Onedio canlı bloglarındaki 242 haber ve 71 fotoğraf içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Çalışmanın araştırma soruları ise şu şekildedir:

- Canlı bloglardaki hikâye anlatısı haber ve diğer haber öğeleri bakımından nasıl kurgulanmıştır?
- Canlı bloglardaki hikâye anlatısında kullanılan haber metinlerinin özellikleri nelerdir?
- Canlı bloglardaki hikâye anlatısında hangi fotoğraf teması daha çok kullanılmıştır?
- Canlı bloglardaki hikâye anlatısında

multimedya öğelerine ne kadar yer verilmiştir?

- ▶ Canlı bloglardaki hikâye anlatısında habere ait bağlantılara ne kadar yer verilmiştir?
- ▶ Canlı bloglardaki hikâye anlatısında sosyal medya paylaşımlarına ne kadar yer verilmiştir?

### Dijital Hikâye Anlatısı ve Haber

Dijital hikâye anlatımı, etkileşimli dijital ortamlarda gerçekleştirilen ve ses, video, fotoğraf, grafik, müzik ve metin gibi farklı araçlar kullanılarak aktarılan anlatımlar olarak tanımlanabilir (Çokluk & Ökmen, 2020: 1128). Yeni medyanın en önemli özellikleri olan multimedya, etkileşim ve paylaşım, dijital hikâye anlatımı için oldukça önemlidir. Dijital hikâyelerin etkili olabilmesi için; ilgi uyandıran bir anlatıma sahip olması ve anlamlı bir bağlam üzerine kurulması gerekmektedir. Hikâyeyi vurgulayabilmek için görsel kullanımı önemlidir. Ayrıca müzik ve ses efektlerinden yararlanılması da hikâyeyi ilgi çekici hale getirebilmek için faydalıdır (Küngeru, 2016: 35).

Qiongli'a göre (2009), dijital hikâyeler ile diğer hikâye anlatıları arasında bazı temel farklar bulunmaktadır. Buna göre dijital hikâyeler, kullanılan teknolojiden çok hikâyenin ön planda olduğu samimi aktarımlardır. Dijital hikâye anlatıcıları genellikle kendi ses ve görüntülerini kullandıkları için anlattıkları hikâyeler büyük prodüksiyonlu tv yapımlarından bile daha gerçekçi görünmektedir. Bunda, dijital hikâyelerin metin, video, müzik gibi farklı medya araçlarını bir arada kullanabilme gücünün etkisi büyüktür. Üstelik hikâye anlatıcısının bu araçları kullanarak kendi hikâyesini anlatması yeni teknolojilerle son derece basit ve pratiktir. Bu noktada Quongli (2009), dijital dünyanın yaratıcılığı besleyen ortak kültürüne vurgu yapmıştır. Özellikle sosyal medya ağlarının paylaşıma açık yapısı söz konusu yaratıcı kültürü beslemektedir.

Sosyal medya platformları insanlara kendi kanallarını kurma, fotoğraflarını ve videolarını paylaşma imkânı vermiş, böylece insanlar başkalarının hikâyelerini izlemekle yetinmeyerek kendi hikâyelerinin anlatıcıları haline gelmiştir.

Snapchat'la başlayan; Instagram, Facebook, Whatsapp ve TikTok ile devam eden "hikâye" özelliği, 24 saat içinde kaybolma ve efekt, etiket, çıkartma, GIF, emoji gibi ek özelliklerle oldukça popülerdir. Yalnızca Instagram'da günlük hikâye paylaşan kullanıcı sayısının 400 milyon civarında olduğu tahmin edilmektedir (Paslanmaz & Narmanlıoğlu, 2019: 36). Couldry'e göre (2008: 45-50), kullanıcıların sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullanması dijital hikâye anlatıcılığını geliştirmiştir. Geleneksel medyada edilgen bir konumda olan kullanıcılar, sosyal medya platformlarında açtıkları bireysel hesaplarından paylaşım yapmakta ve böylece birer dijital hikâye anlatıcısı konumuna gelmektedir.

Dijital hikâye anlatısı, gazetecilik alanında da ele alınan bir kavramdır. Haberin bir hikâye anlatısı olduğu görüşü, 19. yüzyılın ilk yarısında bulvar gazeteleriyle ortaya çıkan edebi gazeteciliğe dayanmaktadır (Özer, 2021: 21). Haberden çok kurgusal öykülere benzeyen bu gazetecilik türü, gerçek olayları aktarırken edebi metinlerin detaylı anlatımını benimsemiştir. Günümüzde anlatı gazeteciliği kavramı ile birlikte kullanılsa da edebi gazetecilik daha çok edebiyatla gazeteciliğin bulunduğu bir tekniktir. Oysa anlatı gazeteciliği daha geniş bir çerçeveyi ifade etmekte ve yazılış tekniğinden çok haber metinlerine atıfta bulunmaktadır (Gülнар & Kocabay-Şener, 2021: 162).

Anlatı ile kimi zaman metin, video, görsel ve sosyal medya paylaşımları gibi haber öğeleri kast edilirken kimi zaman da anlatı, haberciliğin ayrı bir türü olarak değerlendirilmektedir. Buna göre anlatı gazeteciliği, ters piramit tekniği yerine ters kronolojik dizi yani en son olayın en önde yayınlanması tekniğini kullanan daha detaylı ve uzun metinlere dayanmaktadır (Van Krieken & Sanders, 2019: 3-4). Haber öğelerinin dijitalleşme ile birlikte çeşitlenmesi ve kullanıcıların haberin anlatı yapısını da güçlendirmektedir. Kişiselleştirilmiş haber uygulamaları sayesinde kullanıcılar, yalnızca görmek istedikleri haberleri filtreleyerek bir anlamda anlatı yapısının küratörlüğünü de üstlenmektedir (Ulusoy, 2023: 159).

Haberler, haberciler tarafından kurgulanan metinlerdir. Bir olayın, hedef kitleye belirli kalıplar çerçevesinde aktarılması işidir. Dolayısıyla her haber bir hikâye, her haberci ise birer hikâye anlatıcısıdır. Ancak burada kastedilen haberin nesnellikten uzaklaşarak tamamen duygulara hitap eden bir “drama” dönüşmesi değildir. Yani sözlü kültüre ait hikâyelerin dayandığı mit, destan ya da kurmacalar haberler için geçerli değildir. Haber ve hikâye anlatısı arasındaki temel ilişki, haberin 5N1K’ya dayanan belirli yazım kalıpları kullanılarak üretilmesi ve hangi medya mecrasında yayınlanacaksa o mecraya uygun bir format haline getirilmesi ile ilgilidir. Dolayısıyla gazetecinin yaptığı iş nasıl ki sadece olay aktarımı değilse, haberler de olayları olduğu haliyle yansıtmaz. Haber üretimine; kültürel, ekonomik ve siyasi faktörler doğrudan etki etmektedir. Haberde ideoloji, temsil ve çerçeveleme gibi yaklaşımlar haber metninin nasıl kurgulandığını ortaya koymaktadır. Eşik beççiliği ve okur beklentileri de yine haber üretimini doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla habercilikte hikâye anlatıcılığı, haber üretiminin sadece bir aktarım işi olmadığını, habercilerin bir anlatıcı olarak haberlerde daha somut bir şekilde görünür olması gerektiğini savunmaktadır. Bu noktada, gazeteciler sözlü kültür geleneğinde toplumsal sistemi yeniden üreten hikâye anlatıcıları ile benzerlik taşımaktadır. (Gülnar & Kocabay-Şener, 2021, 161-165).

Haberlerde hikâye anlatmak için ilk önce hikâyenin ana akışını sağlayacak temel konunun ne olduğunu belirlemek gerekmektedir. Diğer bir deyişle, ilk önce hikâyenin temasını belirlemek gerekmektedir (Semercioğlu, 2020). Daha sonra bu hikâyenin hangi mecrada yayınlanacağına karar vermek ve bu mecraya uygun bir format belirlemek gerekmektedir. Örneğin Youtube’da

yayınlanması planlanan bir video haberi için yatay video formatı daha uygunken Youtube Shorts veya TikTok için çekilecek bir haber için dikey çekim yapmak gerekmektedir (Haber Üsküdar, 2022). Sonraki aşamada ise haberi dijital hikâye biçimleri ile zenginleştirmek haberin etkisini artıracaktır.

### **Bir Dijital Hikâye Anlatısı Aracı Olarak Canlı Bloglar**

Hikâye anlatıcılığı ile haber arasındaki ilişki dijitalleşmenin sunduğu olanaklar sayesinde hızla gelişmektedir. Haberler, dijital hikâye biçimleri ile yeniden kurgulanmakta ve anlatı yapısı daha güçlü hale gelmektedir (Pavlik & Pavlik, 2017: 383). Dijital hikâye anlatımı; etkileşim (interactivity), sürükleyicilik (immersiveness), çoklu ortam (multimedia), hipermetin (hyperlink) ve dinamik anlatı (dynamic narrative) gibi özellikler bakımından geleneksel hikâye anlatımından farklıdır (Pavlik & Pavlik, 2017: 381). Geleneksel medyada hikâye yapısı daha doğrusaldır; giriş, gelişme ve sonuç bölümlerinden oluşmakta, başlangıcı ve sonu daha belirgin bir şekilde kurgulanmaktadır (Pavlik & Pavlik, 2017: 383).

Haber tüketicilerinin etkisiz olduğu geleneksel medyadaki haber hikâyeleri daha tek boyutlu iken dijital haber hikâyeleri daha zengin ve kapsamlıdır (Pavlik & Pavlik, 2017: 383-388). Böylece, amacı okuyucularda duygu uyandırmak olan hikâyeler, dijital hikâye anlatımı araçları sayesinde haber tüketicileriyle daha etkili bir biçimde buluşmaktadır (Semercioğlu, 2020). Belli başlı dijital hikâye anlatımı araçlarını; fotoğraflar<sup>1</sup>, videolar (kısa, uzun, dikey, yatay formatlı)<sup>2</sup>, fotoğraf ve videonun hibrit kullanıldığı görsel formatlar<sup>3</sup>, liste biçimli kısa metinler<sup>4</sup>, uzun biçimli kaydırma hikâyeleri<sup>5</sup>, haber e-mailleri (newsletter)<sup>6</sup>, veri görselleştirme teknikleri (grafik, infografik,

1 <https://www.newslabturkey.org/2018/09/30/habercilik-icin-yeni-fotograf-formlari/>

2 <https://www.youtube.com/watch?v=Q91nvbJSmS4&t=4s>

3 <https://www.newslabturkey.org/2018/09/30/habercilik-icin-yeni-fotograf-formlari/>

4 <https://onedio.com/haber/turkiye-nin-en-populer-tatil-beldeleri-1145300>

5 [https://www.bbc.co.uk/news/resources/idt-sh/mongolian\\_women](https://www.bbc.co.uk/news/resources/idt-sh/mongolian_women)

6 <https://www.nytimes.com/newsletters>

illüstrasyon vb.)<sup>7</sup>, sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR), 360 derece görseller<sup>8</sup>, botlar<sup>9</sup>, haber oyunları<sup>10</sup> ve canlı bloglar biçiminde sıralamak mümkündür (Ferne, 2017; MobVis, t.y.).

Gazeteciliğin dijital dönüşümünü özetleyen bir araç olan canlı bloglar (Michael & Werner, 2023), haberi tek ve bütün bir yapı halinde sunmak yerine; haber açıklamaları, sosyal medyadan küratörlüğü yapılan yorumlar ve video gibi farklı medya araçları ile eşzamanlı ve parçalı bir biçimde aktarmaktadır (Matheson & Wahl-Jorgensen, 2020). Canlı bloglar, olay yerinde bulunan bir veya birden fazla muhabirin aktardığı sürekli güncellenen bilgilerden oluşan tek bir gönderidir ve bu yönüyle televizyon ve radyo haberlerine benzemektedir. Ancak multimedya ve hipermetin özellikleri ile haber ekolojisinin yerleşik bir parçası haline gelen canlı bloglar, web'e özgü bir formattır (Thurman & Walters, 2013: 85).

Canlı bloglar, 3 temel özellik bakımından diğer çevrimiçi haberlerden farklıdır. Bu özelliklerden ilki; haber değerlerinden zamanlılık ögesinin net bir biçimde ön planda olmasıdır. Canlı bloglar, canlı ve o an gelişen olayları aktarmak için özel olarak tasarlanmış bir formattır ve formatın bu canlılığı yansıtması gerekmektedir. Haber akışında hikâyedeki yeni gelişmeler kısa güncellemelerle aktarılmalıdır. Böylece, televizyon ve radyo haberlerinin tekelinde olan canlı aktarım yöntemi, web üzerinden de gerçekleştirilmektedir (Thorsen & Jackson, 2018: 849).

Canlı blogları diğer çevrimiçi haberlerden ayıran ikinci özellik ise metinlerarası yapısı ve çoksesliliğidir. Hipermetinsellik ve multimedya özellikleri yalnızca canlı bloglara özgü değildir fakat bu öğeleri kullanma biçimi ve sıklığı diğer çevrimiçi haberlerden farklıdır (Tereszkiewicz, 2014). Buna göre, Thurman & Schapals (2016: 286), canlı blogların basılı makalelerden yaklaşık 15 kat,

geleneksel çevrimiçi makalelerden yaklaşık 5,5 kat daha fazla multimedya ögesi içerdiğini ortaya koymuşlardır. Multimedyanın yanı sıra canlı bloglar resmî duyuruların doğrudan ve dolaylı versiyonları, alıntılar, raporlar ve görgü tanığı hesapları gibi pek çok farklı bağlantı ile donatılmıştır ve bu nedenle çokseslidir (Montgomery, 2007: 147). Multimedya kullanımı, olaylara mekansal ve zamansal bir yakınlık duygusu oluşturarak okuyuculara tanıklık hissi vermektedir. Canlı blogların olaylara dair video ve fotoğraflar sunması, olaylara yalnızca muhabirlerin değil; okuyucuların da yakın olmasını sağlamaktadır. Röportajların, olay yerinde kaydedilen videoların, sosyal medya gönderilerinin canlı bloglara dâhil edilmesi, gazetecinin aktardığı bilgileri destekleyip okuyucularda güven oluşturmakta ve böylece canlı blogları televizyon haberciliğine yaklaştırmaktadır (Tereszkiewicz, 2014: 304).

Canlı blogları diğer haberlerden ayıran bir diğer özellik ise haberlerin önem sırasına göre değil; oluş sırasına göre sıralanmasıdır. Ters kronolojik dizi biçiminde verilen haberlerde ilk sırada en son gerçekleşen olay yer almakta ve haberler yukarıdan aşağıya doğru sıralanmaktadır. Kronolojik dizi tekniğinde olay gerçekleştikten sonra sıralama baştan sona doğru olacak şekilde yapılabilirken ters kronolojik sıralamada haberler her zaman en son gerçekleşen olay en üstte kalacak şekilde yer almaktadır. Buna göre, yeni olaylar gerçekleştikçe hikâyenin önemli gelişmeleri aşağıda kalabilmektedir. Böylece okuyucular olayın kısa anlatımının yer aldığı son dakika bilgisini en üstte görmektedir (Tereszkiewicz, 2014: 302; Thurman & Walters, 2013).

Canlı bloglarla ilgili yapılan çalışmalar, bu formatın web'deki diğer gazetecilik formatlarına kıyasla daha ilgi çekici olduğunu göstermiştir. Okuyucular haber sitelerinde fotoğraf galerilerinden veya ters piramit tekniğiyle yazılmış geleneksel

7 <https://www.aa.com.tr/tr/info/infographic/0>

8 <https://canvas-story.bbcrewind.co.uk/vr/>

9 <https://bbcnewslabs.co.uk/projects/bots/>

10 <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-32057601>

hikâyelerden daha uzun vakit geçirmektedir (Thurman & Walters, 2013). Kullanıcılar canlı blogdaki bir haberi okumak için ortalama 12 ila 24 dakika harcamaktadır. Bu, haber sitelerinde yer alan hikâyeleri okumak için harcadıkları süreden en az 3 kat daha fazladır. Kısacası, düzenli güncellemelerle canlı ve gelişen olayları takip eden canlı bloglar hem haber odaları hem de izleyiciler için popüler bir hikâye anlatımıdır (Thurman & Newman, 2014).

Canlı bloglar, çevrimiçi gazetecilik hikâyelerinin üretilme ve yayılma şeklini değiştirmiştir (Pantik, 2020: 153). Önceleri canlı bloglar, video yayınları ile veya tek başına teknoloji konferanslarını anlık olarak güncellemek için kullanılmıştır. 2000'li yıllardan itibaren ise internet gazeteciliğinin yaygınlaşması ile birlikte eş zamanlı gerçekleşen etkinlikler ve spor haberlerinde canlı blog uygulamaları daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. Bugün canlı bloglar; savaşlar, seçimler, törenler, konferanslar, kongreler, toplantılar, protestolar, çatışmalar, doğal afetler ve önemli siyasi olaylar gibi eş zamanlı devam eden pek çok önemli gelişme aktarılırken tercih edilmektedir (Ferne, 2017). Tablo 1'de en çok karşılaşılan canlı blog türleri ve bu türlerin genel özelliklerine yer verilmiştir.

Canlı blog formatı ilk kez 2001 yılında İngiliz parlamentosunun bütçe görüşmelerini izleyen BBC muhabiri Gareth Owen tarafından

tasarlanmıştır. BBC bu uygulamayı kullanan ilk haber medyası olma özelliğini uzun süre korumuştur. Aynı yıl, The Guardian gazetesi de spor karşılaşmalarının dakika dakika akışını bu tekniği kullanarak vermiştir. 2003-2005 yılları arasında; Apple Dünya Geliştiriciler Konferansı (WWDC), Macworld Fuarı ve Apple'ın eski CEO'su Steve Jobs tarafından yapılan konuşmalar (Stevenote) gibi önemli olaylar Gizmodo, Engadget, Techcrunch ve Macworld gibi teknoloji sitelerinde canlı blog tekniğiyle aktarılmıştır. 2007 yılında The Guardian gazetesinin haber sitesi ilk kez politik haberleri dakika dakika bu teknikle yayınlamıştır. The Guardian'ın canlı blog uygulaması, 2003 yılından itibaren "canlı" ibaresini ve zaman bilgisini verdikleri haberlere kadar dayanmaktadır. Canlı blogların haber sitelerinde kullanımının yaygınlaşması ise 2009 yılında İran'da yaşanan hükümet karşıtı protestoların canlı aktarımıyla gerçekleşmiştir. 2010 yılında yaşanan Arap Baharı ve Wikileaks olaylarında da haber siteleri canlı blog tekniğini yaygın bir biçimde kullanmış; 24liveblog, Livefyre, CoveritLive, Live Blog, Arena ve ScribbleLive gibi platformlarla birlikte gün geçtikçe daha dinamik ve canlı bir yapıya kavuşmuştur (Thurman & Walters, 2013).

Böylece canlı bloglar, hemen hemen her büyük haber kuruluşunun ana sayfasında çevrimiçi son dakika haberleri biçiminde yer almıştır. Bu, aynı zamanda 7/24 yayın yapan televizyon haberlerine

**Tablo 1**

Canlı Blog Türleri ve Özellikleri

Tür	Özellikler
Haberler	<ul style="list-style-type: none"> <li>Önceden planlanmış, yarı planlanmış veya hiç planlanmamış olaylardan oluşabilir.</li> <li>Son dakika haberleri; doğal afetler, protestolar ve ayaklanmalar, siyasi skandallar gibi konular ele alınır.</li> <li>Genellikle ciddi haberlerdir.</li> </ul>
Spor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tahmin edilebilir olaylardan oluşur.</li> <li>Okuyucularla yüksek düzeyde etkileşim kurar.</li> <li>Multimedya öğeleri ve bağlantılar, genellikle eğlence amaçlı olarak dâhil edilir.</li> </ul>
Durum ve Konu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tek bir hikâyeyi değil, bir konuyu ele alır.</li> <li>Genellikle halkla ilişkiler faaliyetlerini içerir. Örneğin, İngiltere'nin Ulusal Sağlık Hizmetine yönelik planlanan reformlar hakkında hazırlanan canlı blog.</li> </ul>
Gün ve saati belli olaylar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Önceden planlanmış ve süresi sınırlı etkinlikleri ele alır.</li> <li>Genellikle renkli haberlerden oluşur. Örneğin, Cannes Film Festivali ya da Eurovision Şarkı Yarışması'nı konu alan canlı bloglar.</li> </ul>

**Kaynak:** Thurman & Walters, 2013: 85.

de web üzerinden verilen bir cevap niteliğindedir. Canlı blog uygulamaları kullanıcılar tarafından da benimsenmiştir. The Guardian blog editörü Wells'e göre, (2011) 2011 yılında The Guardian'ın sitesinde trafik artışı yaşanmış, yorum sayıları ve dolayısıyla kullanıcı etkileşimi artmıştır. Siteye gelen kullanıcıların yaklaşık 3.6 milyonunu yani toplam kullanıcı sayısının %9'unun canlı blogları takip etmek için geldiği ortaya çıkmıştır. Wells (2011), hızlı gelişen ve sürekli güncellenen olayların aktarımı sırasında canlı blogların geleneksel gazeteciliğe göre daha hızlı bir aktarım tekniği olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca farklı kaynaklardan alınan bilgilerin, bağlantıların, sosyal medyadan yapılan yorumların tek bir gönderi içerisinde yer almasının da okuyuculara kolaylık sağladığını vurgulamıştır.

Canlı blogların gazeteciliği dönüştüren en önemli formatlardan biri olduğuna dair farklı bakış açıları olsa da (Wells, 2011) canlı blogların geleneksel haberciliğe zarar verdiğini ifade eden görüşler de bulunmaktadır (Symes, 2011). Buna göre, belirli bir zaman aralığında gerçekleşen olaylar için ideal olan canlı blog tekniğinin, uzun bir sürece yayılan durumlar için uzun ve kafa karıştırıcı olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca, olay aktarımına dayanan bu tekniğin olayların bağlamlarına yer vermemesi de eleştirilmiştir. Sadece olayları aktarmanın havada asılı bilgi demetleri olduğu ve olayları analiz etme gücünü zayıflattığı öne sürülmüştür (Symes, 2011; Wells, 2011). Ancak günümüzün haber medyasına bakıldığında, geleneksel medyanın dijital medyaya göre daha az tercih edildiği görülmektedir. Dolayısıyla canlı blog tekniğinin haberciliği zenginleştiren önemli bir dijital hikâye aracı haline geldiğini söylemek mümkündür.

## Yöntem

Bu araştırmanın amacı, bir dijital hikâye anlatısı olan haber sitelerinin canlı bloglarının 14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı seçimlerini nasıl sunduğunu ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini, Euronews, T24 ve Onedio olmak üzere toplam 3 haber sitesinin canlı blog sayfaları oluşturmaktadır. Örnekleme belirlerken amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Buna göre, Google arama

motoruna "14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı seçimi canlı blog" yazılarak haber sitelerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Arama sonucunda, yalnızca araştırmaya dâhil edilen canlı blogların konuyla doğrudan ilgili olduğu tespit edilmiş ve çalışma 3 haber sitesi ile sınırlandırılmıştır. Örnekleme olarak seçilen T24 ve Onedio canlı bloglarında yalnızca seçimin yapıldığı gün olan 14 Mayıs'ta, Euronews canlı blogda ise 14-21 Mayıs tarihleri arasında toplam 242 haber ve 71 fotoğraf yayınlanmıştır. İçerik analizi tekniğiyle çözümlenen canlı bloglarda haberler ve fotoğraflar ayrı ayrı kategorize edilmiş ve her bir kategori kendi içerisinde temalara ayrılmıştır. Haberler; 'haber sayısı', 'fotoğraf', 'video', 'sosyal medya görseli', 'cümle içi link', 'doğrudan link' biçiminde 6 temaya ayrılmıştır. Söz konusu kategorideki temalardan sosyal medya görselleri, siyasetçilerin Twitter hesaplarında paylaştıkları tweetlerin ekran görüntülerinden oluşmaktadır ve fotoğraf temasından ayrı bir biçimde kodlanmıştır. Daha sonra, canlı bloglarda en çok yer alan haber ögesi olan fotoğraflar; 'oy kullanan siyasetçi', 'zarf, sandık, tutanak, oy pusulası vs.', 'oy kullanan vatandaş', 'toplu fotoğraf', 'meydanlar', 'telefon ekran görüntüsü', 'açıklama yapan siyasetçi', 'kurum (Yüksek Seçim Kurulu, Dışişleri Bakanlığı)', 'Televizyon programından görüntü', 'sandık görevlisi' şeklinde 10 temada sınıflandırılmıştır. İçerik analizi tekniği ile araştırma kapsamına alınan içerik kodlanarak kategorilere ayrılıp sınıflandırılmaktadır. Böylece, içerik özetlenerek genelleme yapılabilir hale gelmekte ve analiz edilebilmektedir (Gül ve Nizam, 2021, s. 182).

## Bulgular

Bu bölümde, araştırma kapsamında ele alınan, Euronews, T24 ve Onedio haber sitelerinin 14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı seçimi canlı blogları ile ilgili bulgular yer almaktadır. Haberlerin 127'si (%52,4) Euronews'te, 109'u (%45,4) T24'te, 16'si (%6,6) ise Onedio'da bulunmaktadır. Bloglarda yer alan toplam 71 fotoğrafın dağılımı ise şu şekildedir: Euronews, 48 fotoğraf (%67,6); T24, 12 fotoğraf (%16,9); Onedio, 11 fotoğraf (%15,4).

## T24 Canlı Blog

T24 canlı blog sayfası, seçim sonuçlarını 109 haber

Tablo 2

T24 Canlı Blog Genel Görünüm (14.05.2023-07.00-15.05.2023-03.15)

Genel Görünüm	Sayılar
Haber sayısı	109
Fotoğraf	12
Video	-
Sosyal medya görseli	5
Cümle içi link	19
Doğrudan link	7

ve 12 fotoğraf ile sunmuştur. T24 canlı blogun genel görünümü ile haber ve diğer haber öğelerinin dağılımı Tablo 2'de verilmiştir.

T24 canlı blogda ters kronolojik dizi tekniği kullanılmıştır. T24 canlı blog, 14 Mayıs sabah 07.00'de 'Sandık görevlileri yemin ederek göreve başladı' haberiyle (Görsel 1) başlamıştır. Seçimle ilgili yeni gelişmeler yaşandıkça ilk paylaşılan haber en altta kalmış ve son haber haline gelmiştir.

Canlı blog, 15 Mayıs sabaha karşı 03.15'te 'İşte dakika dakika gelişmeler' başlığı (Görsel 2) altında verilen haberle son bulmuş, paylaşılan son haber en üstte yer alarak ilk haber haline gelmiştir.

T24 canlı blogda haberler, Görsel 2'de de görüldüğü gibi ara başlıklar ve saat bilgisi verilerek birbirinden

ayrılmıştır. Blogda kullanılan 12 fotoğrafın temaları ise Tablo 3'te yer almaktadır.

T24 canlı blogda en çok 'oy kullanan siyasetçi' temalı fotoğraflar kullanılmıştır. Çalışma kapsamında incelenen diğer sitelerden farklı olarak T24; 1 adet toplu fotoğraf, 1 adet de telefon ekran görüntüsü fotoğrafı paylaşmıştır. T24, fotoğraf dışında sosyal medya görsellerine de yer vermiştir. Paylaşılan sosyal medya görsellerinin tümü siyasetçilerin attığı tweetlerden oluşmakta ve ilgili haberin altında yer almaktadır (Görsel 3).

Blog, cümle içindeki bir sözcüğe eklenen bağlantıyla ve "Tıklayın" notuyla paylaştığı linklerle kullanıcılara farklı bağlantı seçenekleri sunmuştur (Görsel 4).

Görsel 1

T24 Canlı Blog İlk Haber

The screenshot shows the T24 website header with the logo and navigation menu. The main headline is 'Sandık görevlileri yemin ederek göreve başladı'. Below the headline is a sub-headline '07.00 - Cumhurbaşkanı ve 28. Dönem Milletvekili Genel Seçimi'nde görev alan sandık başkanları ve memurlar ile parti gözlemcileri, sabah erken saatlerde görev yapacakları okullara geldi. Oy verme işlemi başlatmadan önce hazırlıklarını yapan görevliler, sandık başkanları tarafından söylenen kelimeleri tekrar ederek yeminlerini etti. Sandık başındaki görevlilerin yemini ise şöyle:'. Below this is a quote: 'Hiçbir tesir altında kalmaksızın, hiç kimseden korkmadan, seçim sonuçlarının tam ve doğru olarak belirlenmesi için, görevimi kanuna göre, dosdoğru yapacağıma namusum, vicdanım ve bütün mukaddesatım üzerine ant içerim.'



## Görsel 2

T24 Canlı Blog Son Haber

**T24** Bağımsız İnternet Gazetesi

Son Dakika Seçim 2023 Video Yazarlar Gündem T24 Haftalık

**CANLI YAYIN - il il analizler**

## İşte dakika dakika gelişmeler...

**03.15-** İletişim Başkanı **Fahrettin Altun**, 14 Mayıs seçimlerine ilişkin olarak, "14 Mayıs bir kere daha bu Aziz Millet'in iradesinin tecelli ettiği gün oldu. Milletimiz sözünü söyledi, gidilecek yolu işaret etti." değerlendirmesini yaptı.

## Görsel 3

T24 Canlı Blog Sosyal Medya Görseli

**T24** Bağımsız İnternet Gazetesi

Son Dakika Seçim 2023 Video Yazarlar Gündem T24 Haftalık

**Sinan Oğan: "Payız" is coming...**

**19.53** - Cumhurbaşkanı adayı Sinan Oğan, sandıkların açıldığı süreçte sosyal medya hesabından "Payız' is coming..." diye yazdı.

 **Dr. Sinan Oğan** ✓  
@DrSinanOgan

"Payız" is coming...

ÖS 7:53 · 14 May 2023 · **591,7 B** Görüntülenme

## Görsel 4

T24 Canlı Blog Link Paylaşımı

**T24** Bağımsız İnternet Gazetesi

Son Dakika Seçim 2023 Video Yazarlar Gündem T24 Haftalık

**CHP İstanbul: Katılımın yüzde 90'ın üzerinde olduğunu tahmin ediyoruz**

**16.40** - CHP İstanbul İl Başkanı Canan Kaftancıoğlu, milletvekili ve cumhurbaşkanı seçimlerine ilişkin olarak sandıkların kapanmasına dakikalar kala yaptığı açıklamada, İstanbul'da katılımın rekor düzeyde olduğunu, yüzde 90'ın üzerinde beklendiğini bildirdi.

**TIKLAYIN - CHP'li Kaftancıoğlu'ndan İstanbul'daki oy kullanma süreci hakkında açıklama**

**Tablo 4**  
Euronews Canlı Blog Genel Görünüm (14-21 Mayıs 2023)

Tarihler	Haber Sayısı	Fotoğraf	Video	Sosyal Medya Görseli	Cümle İçi Link	Doğrudan Link
14.05.2023	51	18	1	-	-	2
15.05.2023	15	7	-	-	-	-
16.05.2023	17	5	-	-	2	1
17.05.2023	16	5	-	-	-	1
18.05.2023	5	3	-	-	-	-
19.05.2023	5	4	-	-	-	-
20.05.2023	6	4	-	-	-	-
21.05.2023	12	2	-	2	-	-
Toplam	127	48	1	2	2	4

### Euronews Canlı Blog

Euronews canlı blog, seçimin yapıldığı ilk gün olan 14 Mayıs'ta başlamış, 21 Mayıs 2023'e kadar sürmüştür. Euronews'in genel görünümü ve günlere göre haber ve diğer haber öğelerinin dağılımı Tablo 4'te yer almaktadır.

Euronews canlı blog, bir haftalık süreçte toplam 127 haber paylaşmıştır. Bunların 51'i (%40,1) seçim günü paylaşılmıştır. Seçimin ilk gününden sonra ise haber sayısı belirgin biçimde düşmüştür. 18-19 Mayıs tarihlerinde yalnızca 5 haber (%3,9) paylaşılmıştır. Bu tarihlerden sonra ise haber paylaşım sayısında yeniden bir artış görülmüştür. 28 Mayıs'ta yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimi ikinci tur yaklaştıkça haber sayısının arttığını söylemek

mümkündür. T24'te olduğu gibi Euronews'te de ters kronolojik dizi tekniği kullanılmış seçim günü paylaşılan haberler en altta kalmıştır.

Euronews canlı blog, 8 günlük süre içinde toplam 48 fotoğraf paylaşmıştır. En çok fotoğraf paylaşılan gün, 18 fotoğraf ile seçimlerin ilk günü olan 14 Mayıs'tır. Bu tarihten sonra ise paylaşılan fotoğraf sayısı azalmış ve canlı blogun son günü olan 21 Mayıs'ta yalnızca 2 fotoğraf paylaşılmıştır. Fotoğraflarda en çok kullanılan temalara ilişkin bilgiler Tablo 5'te verilmiştir.

Fotoğraflarda en çok 'açıklama yapan siyasetçi' teması kullanılmıştır. Çalışmada ele alınan T24 ve Onedio'nun aksine 'oy kullanan siyasetçi' teması

**Tablo 5**  
Euronews Canlı Blog Fotoğraf Temaları

Fotoğraf Temaları	Sayı
Oy kullanan siyasetçi	5
Zarf, sandık, tutanak, oy pusulası vs.	-
Oy kullanan vatandaş	5
Toplu fotoğraf	2
Meydanlar	5
Telefon ekran görüntüsü	-
Açıklama yapan siyasetçi	22
Kurum (YSK, Dışişleri Bakanlığı)	5
TV Programından Görüntü	1
Sandık Görevlisi	3
Toplam	48

**Görsel 5**

Euronews Canlı Blog Video Paylaşımı

euronews. My Europe Dünya Ekonomi Spor Green Next GEZİ Kültür Video

14.05.2023 18:43

**YSK: Yayın yasağı kalktı**

YSK Başkanı Ahmet Yener, 18.30 itibarıyla seçim sonuçlarının açıklanmasına ilişkin yasağın kaldırıldığını duyurdu.

Yener yaptığı açıklamada, "Merakla beklediğiniz yayın yasağıyla ilgili olarak da saat 18.30 itibarıyla yayın yasağını kaldırmış bulunmaktayız. Ancak değişik kanallardan basın mensuplarımıza veri gelişi olmaktadır ama tüm kamuoyunun Yüksek Seçim Kurulunun geçici sonuçlarını açıklamasını beklenmesini kamuoyuna saygıyla duyururuz." ifadelerini kullandı.

f t &lt;

14.05.2023 19:33



Euronews'te öne çıkmamıştır. Açıklama yapan siyasetçi fotoğrafları, kürsüden ya da uzatılan mikrofona seçim sürecine ilişkin açıklama yapan siyasetçilerden oluşmaktadır.

Euronews canlı blog, fotoğrafların dışında 4 sosyal medya görseli, 2'si cümle içinde 4'ü doğrudan olmak üzere 6 link ve 1 adet video paylaşmıştır (Görsel 5). İncelenen haber siteleri içinde video paylaşan tek haber sitesi Euronews olmuştur. T24'te olduğu gibi Euronews'te de sosyal medya gönderileri siyasetçilerin tweetlerinden oluşmaktadır.

**Onedio Canlı Blog**

Onedio canlı blog sayfası yalnızca 14 Mayıs günü yaşanan gelişmeleri toplamda 16 haber ve 11 fotoğraf ile aktarmıştır. Onedio canlı blog sayfasının genel görünümü ile haber ve diğer haber öğelerinin dağılımı Tablo 6'da sunulmuştur.

Onedio canlı blogda da ters kronolojik dizi tekniği kullanılmıştır. Blogda paylaşılan haberlerin ilkinin "08.00-Oy verme işlemi başladı..." haberi (Görsel 6) oluşturmaktadır.

Seçimle ilgili yeni gelişmeler yaşandıkça ilk paylaşılan bu haber en altta kalarak blogun son

**Tablo 6**

Onedio Canlı Blog Genel Görünüm

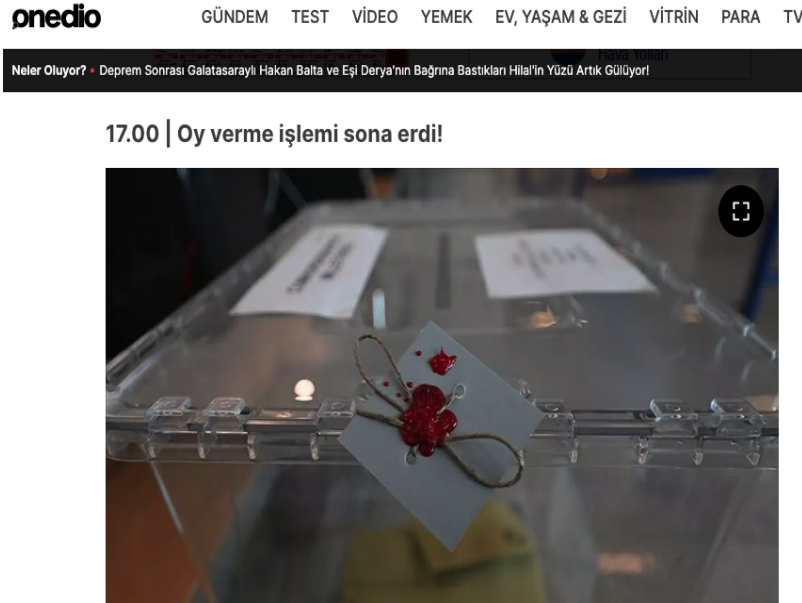
Genel Görünüm	Sayılar
Haber sayısı	16
Fotoğraf	11
Video	-
Sosyal medya görseli	-
Cümle içi link	-
Doğrudan link	8

**Görsel 6**

Onedio Canlı Blog İlk Haber

**Görsel 7**

Onedio Canlı Blog Son Haber



haberi olmuştur. Blog, saat 17.00'de '17.00-Oy Verme İşlemi Sona Erdi!' başlıklı haberle (Görsel 7) sona ermiştir. Bu haber, canlı bloğun en üstünde yer almış ve ilk haber haline gelmiştir.

Onedio, canlı blog sayfasında gelişmeleri saat bilgisi, kısa haber başlığı, kısa haber metni ve fotoğraf şeklinde vermiştir. Paylaşılan bazı haberler, sadece başlık ve detayların yer aldığı doğrudan linkler eklenerek düzenlenmiştir (Görsel 8).

Onedio canlı blog, toplamda 11 fotoğraf paylaşmıştır. Fotoğrafların temaları Tablo 7'de yer almaktadır.

Onedio canlı blogda en çok 'oy kullanan siyasetçi', 'zarf, sandık, tutanak, oy pusulası' ve 'oy kullanan vatandaş' temaları öne çıkmaktadır. Dolayısıyla Onedio canlı blogda oy verme işlemine dair fotoğrafların ağırlıkta olduğu söylenebilir.

## Görsel 8

Onedio Canlı Blog Link Paylaşımı

onedio

GÜNDEM

TEST

VİDEO

YEMEK

EV, YAŞAM &amp; GEZİ

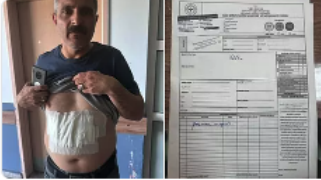
VİTRİN

PARA

TV

Neler Oluyor? • Bir İde Daha Yürürlüğe Girecek! 65 Yaş Üstü Ücretsiz Taşıma Son Buluyor

## 15.50 | Şanlıurfa'da blok oy kullanımına karşı çıkan görevli darbedildi.



Blok Oy Kullanımına Karşı Çıkan Görevlinin Üzerine Kaynar Su Döküldüğü İddia Edildi

İçeriği görüntüle →

## Tablo 7

Onedio Canlı Blog Fotoğraf Temaları

Fotoğraf Temaları	Sayı
Oy kullanan siyasetçi	4
Zarf, sandık, tutanak, oy pusulası vs.	3
Oy kullanan vatandaş	3
Toplu fotoğraf	-
Meydanlar	-
Telefon ekran görüntüsü	-
Açıklama yapan siyasetçi	-
Kurum (YSK, Dışişleri Bakanlığı)	1
TV programından görüntü	-
Sandık görevlisi	-
Toplam	11

## Sonuç ve Tartışma

Dijitalleşme, haberin hikâye anlatısının çeşitlenmesine neden olmuştur. Fotoğraflardan videolara, farklı metin formatlarından haber oyunlarına kadar pek çok farklı hikâye anlatısı tekniği ile habercilik zenginleşmiştir. Bu tekniklerden biri olan canlı bloglar dijital haber alanında son yıllarda sıklıkla kullanılmaktadır. Canlı bloglar, haberlerin çevrimiçi olarak üretilme, sunulma ve tüketilme şeklini değiştiren bir dijital hikâye anlatımı biçimidir. Bu uygulama; New York Times, El Cezire ve BBC dâhil olmak üzere dünya çapındaki haber yayıncıları tarafından benimsenmiş, ülkemizde de farklı haber siteleri tarafından kullanılmıştır. Canlı bloglar; çoğunlukla etkileri geniş çaplı olan önemli haberleri; fotoğraf,

video ve sosyal medya alıntıları ve bağlantıların eşlik ettiği kısa metinler şeklinde sunmaktadır. Belirli bir zaman sıralamasını takip eden ve ters kronolojik dizi tekniği ile yapılan haber aktarımı, son dakika gelişmeleri yaşandıkça güncellenmektedir. Yani aslında canlı bloglar, içerisinde pek çok haberin yer aldığı tek bir gönderiden oluşmaktadır.

Canlı bloglar, haber değerlerinden zamanlılık ögesinin önemi, ters kronolojik yazım tekniği ve metinlerarasılık özellikleriyle diğer çevrimiçi haberlerden farklıdır. Araştırma kapsamında incelenen canlı blog haberlerinin tamamı zaman bilgisi ve haber başlıkları ile birbirinden ayrılmış tek bir gönderiden oluşan canlı aktarımlar biçiminde kurgulanmıştır. 'Son dakika', 'canlı anlatım', 'dakika

dakika gelişmeler' biçiminde ifadeler kullanılarak zaman ögesi ön planda tutulmuştur. Bu nedenle çalışmanın sonuçları, canlı bloglardaki zaman ögesini vurgulayan Thorsen ve Jackson (2018)'in bulguları ile benzerlik taşımaktadır. Çalışma kapsamında incelenen blogların son dakika bilgisi en üstte kalacak şekilde kurgulandığı, haberlerin önem sırasına göre değil; en son gerçekleşen olayın en başta görüldüğü ters kronolojik dizi tekniği ile yazıldığı saptanmıştır. Dolayısıyla canlı blogların yapısal özelliklerini inceleyen Tereszkiwicz (2014: 302) ve Thurman & Walters'ın (2013) bulguları ile benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Canlı blogların metinlerarası yapısını multimedya olanaklarını iyi bir biçimde kullanmasına bağlayan Tereszkiwicz (2014) ve Thurman & Schapals'ın (2016) bulguları ise çalışma kapsamında incelenen canlı blog pratikleri ile tam anlamıyla örtüşmemektedir. Buna göre, incelenen canlı bloglarda ağırlıklı olarak fotoğrafların yer aldığı fakat video gibi önemli bir aracın yalnızca bir kez kullanıldığı görülmüştür. Haberlerle birlikte en çok kullanılan haber ögesi fotoğraf olmuştur. Her bir canlı blogdaki haber sayısı ile fotoğraf sayısına bakıldığında en yoğun fotoğraf paylaşan canlı blogun sırasıyla Onedio %68,7, Euronews %37,7 ve T24 %11 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, Onedio canlı blog sayfasının hikâye anlatımını fotoğraflar ve kısa metinler üzerinden kurguladığını söylemek mümkündür. Paylaşılan fotoğraflarda en çok yer alan tema ise, 71 fotoğrafın 22'sini (%30,9) oluşturan 'açıklama yapan siyasetçi' temasıdır. En çok tercih edilen ikinci tema 16 fotoğrafla (%22,5) 'oy kullanan siyasetçi', üçüncü tema ise 9 fotoğrafla 'oy kullanan vatandaş' temasıdır. Dolayısıyla 14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı seçimini aktaran 3 canlı blogda kullanılan toplam 71 fotoğrafın 38 tanesinin, yani yaklaşık yarısının (%53,5) temel aktörü siyasetçiler olmuştur. 25 fotoğrafta (%35,2) görülen 'oy kullanma işlemleri' de en çok kullanılan bir diğer temadır.

Canlı bloglarda daha fazla ayrıntıya yer vermek için toplam 40 link verilmiştir. Bunların 21'i (%52,5) cümle içinde, 19'u (%47,5) doğrudan bağlantı şeklinde yer almıştır. Cümle içi bağlantılar, haber

içerisinde geçen bir kelime üzerinden, doğrudan bağlantılar ise haberin altında ayrıca yer alan 'içeriği görüntüle', 'tıklayın' başlıklarıyla verilmiştir. Cümle içi bağlantılara Onedio canlı blogunda rastlanmazken diğer bloglardaki dağılım şöyledir: T24, 19 (%90,4); Euronews, 2 (%9,5). Doğrudan bağlantıların dağılımı ise şu şekildedir: T24, 7 (%36,8); Euronews, 4 (%21); Onedio, 8 (%42,1). Kısacası araştırma sonucunda, canlı bloglardaki hikâyelerin farklı linkler aracılığıyla çeşitlendirildiği, dolayısıyla hiperlink özelliğinin ön planda olduğu görülmektedir. Bu nedenle, canlı blogların hipermetinsellik özelliği sayesinde metinlerarası bir yapı olduğunu ifade eden Montgomery'nin (2007) bulguları ile çalışmanın bulguları örtüşmektedir.

Canlı bloglarda rastlanan toplam 7 sosyal medya görselinin tamamı siyasetçilerin attığı tweet görsellerinden oluşmaktadır. Tweetlere en çok yer veren canlı blog T24'tür. Bu görsellerin 5'i (%71,4) T24'te, 2'si (%28,5) ise Euronews'te yer almıştır. Dolayısıyla siyasetçilerin tweetlerinin canlı bloglar için önemli bir haber kaynağı olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak, canlı blogların hikâyelerini; başlıklar, kısa metinler, fotoğraflar ve bağlantılar biçiminde kurguladığı görülmektedir. Haberleri destekleyen diğer öğeler arasında sosyal medya görselleri öne çıkmaktadır. Dolayısıyla canlı bloglar, farklı haber öğelerini kullanan ve eşzamanlı olarak parçalı bir anlatı üreten bir dijital hikâye anlatısı biçimidir. Bu noktada çalışma, canlı blogların yapısal özelliklerini inceleyen Tereszkiwicz'in (2014) araştırmasıyla benzerlik taşımaktadır. Araştırmanın bulguları ışığında, canlı blogların tek bir konu hakkındaki birden çok haberi sunmak için pratik bir teknik olduğu söylenebilmektedir. Gelecekteki çalışmalarda, canlı blog pratiklerinin okuyucular açısından nasıl bir deneyim olduğu, okuyucuların hangi motivasyonlarla canlı blogları takip ettikleri gibi konular üzerinde durulması önerilmektedir.

## Kaynaklar

Benjamin, W. (2021). *Son bakışta aşk*. Metis Yayınları.

- Cengiz, V. & Kaya, S. (2022). Haber oyunları: Deneyimlenebilir gerçeklik, ludenik haber okuma, amaç ve normların çatışması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (48), 429-445. <https://doi.org/10.52642/susbed.1097105>
- Couldry, N. (2008). Digital storytelling, media research and democracy: Conceptual choices and alternative futures. In K. Lundby (Ed.), *Digital Storytelling, Mediatized Stories: Self Representation in New Media*. (pp. 41-60). Peter Lang Publishing.
- Çaba, D. (2018). Dijital çağda değişen haber sunumu: Gazetecilikte sanal gerçeklik uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 691-723. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.377120>
- Çetinkaya, A. (2019). Çevrimiçi gazetelerin Instagram üzerinden haber paylaşımı. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1(2), 1-28.
- Çokluk, N. & Ökmen, Y. E. (2020). Sözlü kültürden dijital kültüre hikâye anlatımı: Youtuberlar üzerine kültürel bir çözümleme. *Selçuk İletişim Dergisi* 13(3). 1114-1148.
- Demir, Z. (2023). Sürükleyici gazetecilik: Değişen roller, değerler ve normlar. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 963-980. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1273437>
- Eldem Anar, Ü. İ. (2020). Verinin işlenmesi sürecinde infografik ve interaktif habercilik. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 16, 133-160.
- Erkmen, Ö. (2020). Nitelikli haberin oyun ile ilişkisi: Yeni formatlar, olanaklar ve riskler. İçinde Ö. Erkmen, B. Ataman, & B. Çoban (Editörler), *Yeni Gazetecilik: Mecralar, Deneyimler, Olanaklar*. (ss. 301-328). Kafka Kitap.
- Euronews, (2023, Mayıs 14). 14 Mayıs 2023 seçimleri: Canlı anlatım. Euronews. <https://tr.euronews.com/2023/05/14/canli-anlatim-turkiye-14-mayis-cumhurbaskani-ve-milletvekili-secimleri-icin-sandik-basinda>
- Ferne, T. (2017). Beyond 800 words-part 1: New digital story formats for news. Medium. <https://medium.com/bbc-news-labs/beyond-800-words-new-digital-story-formats-for-news-ab9b2a2d0e0d>
- Gül, S. S. & Nizam, Ö. K. (2021). Sosyal bilimlerde söylem ve içerik analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, 181-198. <https://doi.org/10.30794/pausbed.803182>
- Gülınar, M. & Kocabay Şener, N. (2021). Habercilikte hikâye anlatıcılığı: Hikâye anlatımından hikâyenin yaşanmasına. İçinde E. Tatlı (Ed.), *İletişim Çalışmalarında Hikâye Anlatıcılığı*. (ss. 159-186). Nobel Yayınları.
- Haber Üsküdar, (2022, Nisan 13). Gazeteci Tamer Durak: "Video habercilik gerçekten bir hikâye anlatma işi". <https://haberskudar.com/gazeteci-tamer-durak-video-habercilik-gercekten-bir-hikaye-anlatma-isi>
- İnceelli, A. (2005). Dijital hikâye anlatımının bileşenleri. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 4(3), 132-142.
- Küngeru, A. (2016). Bir ifade aracı olarak dijital öykü anlatımı. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*. 1(2), 33-45.
- Matheson, D. & Wahl-Jorgensen, K. (2020). The epistemology of live blogging. *New Media & Society*, 22(2), 300-316.
- Michael, H. & Werner, V. (2023). Hybrid news (in the making): A content and corpus-based discourse analysis of political live blogs on the 2020 US presidential debates. *Journalism Practice*, 1-27. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2215254>

- MobVis, (t.y.). 9 types of visual storytelling on mobile. MobVis. <http://mobvis.gtc.ox.ac.uk/storytypes/>
- Montgomery, M. (2007). *The Discourse of broadcast news. A linguistic approach*. Routledge.
- Onedio, (2023, Mayıs 14) Canlı blog: Oy verme işlemi sona erdi! Onedio. <https://onedio.com/haber/canli-blog-turkiye-sandik-basinda-1147638>
- Özer, Ö. (2021). Türkiye’de Edebi gazetecilik: Emin Çölaşan’ın Turgut Koşuyor’unun incelenmesi. *Global Media Journal*, 8(16), 15-47.
- Özkan, Ç. (2020). Yeni medyada dijital hikâye anlatısına yeni bir yaklaşım: Haber oyunları. *Etkileşim*, 6, 146-167. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2020.6.79>
- Pantik, M. (2020). Gratifications of digital media: What motivates users to consume live blogs. *Media Practice and Education*, 21(2), 148-163. <https://doi.org/10.1080/25741136.2019.1608104>
- Paslanmaz, İ. & Narmanlıoğlu, H. (2019). Instagram hikâyelerinde benliğin sunumu: Influencer’lar üzerine bir araştırma, *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 1(10), 24-63.
- Pavlik, J. V. & Pavlik, J. O. (2017). Understanding quality in digital storytelling: A theoretically based analysis of the interactive documentary. In M. Friedrichsen & Y. Kamalipour (Eds.), *Digital Transformation in Journalism and News Media*. (pp. 381-396). Springer International Publishing.
- Pınarbaşı, T. E. & Astam, F. K. (2020). Haberin dönü(şü)mü: Sosyal medya gazeteciliği pratikleri. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 5(1), 70-87.
- Qiongli, W. (2009). Commercialization and digital storytelling in China. In J. Hartley & K. William (Eds.), *Story Circle*. (pp. 230-245). Wiley-Blackwell.
- Randall, W. L. (1999). *Bizi biz yapan hikâyeler: Kendimizi yaratma üzerine bir deneme*. Ayrıntı Yayınları.
- Semericioğlu, C. (2020, Ocak 6). Gazeteciler için hikâye anlatıcılığı. Newslabturkey. <https://www.newslabturkey.org/2020/01/06/gazeteciler-icin-hikaye-anlaticiligi/>
- Soydaş, N. & Yılmaz, B. (2016, 20-23 Nisan). Yeni medya ortamlarında içerik oluşturma aracı olarak dijital/görsel hikâyecilik anlatımı. 2. Uluslararası Medya Çalışmaları Konferansı, Antalya, Türkiye.
- Sütçü, Ö. Y. (2013). Ortak bir dünya deneyimi: Hikâye anlatıcısı. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 6(2), 76-92.
- Symes, J. (2011, Şubat 22). The Guardian Newsblog and the death of journalism. The Louse & The Flea. <https://louseandflea.wordpress.com/2011/02/22/the-guardian-newsblog-and-the-death-of-journalism/>
- Şahin, M. & Avşar, Z. (2023). Sanal gerçeklik ve gazetecilik: Yeni roller yeni arayışlar. *TRT Akademi*, 8(17), 66-81. <https://doi.org/10.37679/trta.1222677>
- Şen, A. F. (2020). Bir dijital gazetecilik uygulaması olarak video gazeteciliği ve çevrimiçi haber videoları. İçinde Ö. Erkmén, B. Ataman, & B. Çoban (Editörler), *Yeni Gazetecilik: Mecralar, Deneyimler, Olanaklar*. (ss. 177-214). Kafka Kitap.
- T24, (2023, Mayıs 14). Canlı blog: Cumhurbaşkanlığı ve milletvekiliği seçim sonuçları açıklanıyor: İşte dakika dakika gelişmeler. T24. <https://t24.com.tr/haber/oy-verme-islemi-basladi-turkiye-sandik-basinda-iste-dakika-dakika-gelismeler.1109677>
- Tereszkiewicz, A. (2014) ‘I’m not sure what that means yet, but we’ll soon find out’ the discourse of newspaper live blogs. *Studia Linguistica Universitatis Iagellonicae Cracoviensis*, 131(3),



299-319.

Thorsen, E. & Jackson, D. (2018). Seven characteristics defining online news formats. *Digital Journalism*, 6(7), 847-868, <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1468722>

Thurman, N. & Newman, N. (2014). The future of breaking news online? A study of live blogs through surveys of their consumption, and of readers' attitudes and participation. *Journalism Studies*, 15(5), 655-667. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.882080>

Thurman, N. & Schapals, A. K. (2016). Live blogs, sources, and objectivity: The contradictions of real-time online reporting. In B. Franklin & Scott a. E. (Eds.), *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies* (pp. 283-292). Routledge.

Thurman, N. & Walters, A. (2013). Live blogging-digital journalism's pivotal platform? A case study of the production, consumption, and form of live blogs at Guardian.co.uk. *Digital Journalism*, 1(1), 82-101. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.882080>

Tok, İ. (2021). Ulusal gazetelerin bir haber mecrası olarak Youtube'u kullanma biçimlerinin incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 14(1), 306-335. <https://doi.org/10.18094/josc.818713>

Tok, İ. (2023). Haber okuryazarlığı eğitiminde dijital oyunların rolü: Sahte haber oyunları üzerine bir değerlendirme. İçinde İ. Tok & H. Ulusoy (Editörler), *Haber Okuryazarlığı Temel Kavramlar ve Güncel Tartışmalar*. (ss. 193-223). Literatürk Yayınları.

Ulusoy, H. (2023). Algoritma çağında haber okuryazarlığı ve kişiselleştirilmiş haber üzerine kavramsal bir analiz. İçinde İ. Tok & H. Ulusoy (Editörler), *Haber Okuryazarlığı Temel Kavramlar ve Güncel Tartışmalar*. (ss. 153-171). Literatürk Yayınları.

Ünal, R. (2018). Medya ekolojisinde yeni hikâye anlatım biçimi olarak Instagram: Bbc News ve Cnntürk örneği. *E-Kurgu*, 26(3), 403-421.

Van Krieken, K. & Sanders, J. (2019). What is narrative journalism? A systematic review and an empirical agenda, *Journalism*, 22(6), 1-20. <https://doi.org/10.1177/146488491986205>

Wells, M. (2011, Mart 28). How live blogging has transformed journalism. The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2011/mar/28/live-blogging-transforms-journalism>

Yetkin, B. (2022). Yeni bir tür olarak sürükleyici gazetecilik: Metaverse gazeteciliğine doğru. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 38, 105-125. <https://doi.org/10.31123/akil.1144071>

Zinderen, A. (2021). Veri gazeteciliğinde görsel hikâye anlatımı: Haberde görselleştirme ve infografik tasarım üzerine bir göz izleme çalışması. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (3), 1861-1877. <https://doi.org/10.33206/mjss.909606>

### Extended Abstract

Live blogs are a digital storytelling format that has transformed the way news is generated, presented, and consumed online. With the advent of digitalization, various techniques have been employed in the narrative structure of news. One of these techniques, live blogs, is often used to convey significant developments that have broad and far-reaching implications. News in live blogs is typically designed as short texts accompanied by photographs, videos, and social media quotations.

The aim of this study is to examine how live blogs present news as a digital storytelling format, using the example of the May 14th Presidential election. In pursuit of this objective, a total of 242 news articles and 71 photographs from live blog applications covering the May 14th Presidential election on Euronews, T24, and Onedio news

websites were analyzed using content analysis techniques. The sub-objectives of the study are as follows:

1. How is the storytelling structure in live blogs constructed concerning news and other news elements?
2. What are the characteristics of the news texts used in live blogs?
3. Which photographic themes are predominantly used in the storytelling of live blogs?
4. To what extent are multimedia elements incorporated into the storytelling of live blogs?
5. How much emphasis is placed on links related to news in live blogs?
6. To what extent are social media posts included in the storytelling of live blogs?

Within the scope of this research, a total of 242 news articles were found in the live blogs of Euronews, T24, and Onedio concerning the May 14th Presidential election. During this process, 127 news articles (52,4%) were from Euronews, 109 (45,4%) from T24, and 16 (6,6%) from Onedio. Live blogs are distinct from other online news articles due to their emphasis on news values, the importance of timeliness, the reverse chronological writing technique, and intertextuality features. All the live blog articles examined in the study were structured as continuous updates, consisting of timestamp and headline, with news presented in a format that highlights the element of time, often using phrases like “breaking news,” “live coverage,” and “minute-by-minute updates.” Therefore, the results of this study share similarities with the findings of Thorsen & Jackson (2018), who also emphasized the time element in live blogs.

In the live blogs examined, the stories were structured in such a way that the latest information remained at the top, following the reverse chronological order, rather than being

organized by order of importance. Consequently, the findings align with the results of previous studies by Tereszkievicz (2014: 302) and Thurman & Walters (2013) that explored the structural characteristics of live blogs.

Contrary to the findings of Tereszkievicz (2014) and Thurman & Schapals (2016), who suggested that live blogs utilize multimedia features effectively, the live blogs examined in this study predominantly featured photographs, with video, a significant medium, being used only once. Photographs were the most commonly used news element accompanying the articles. The distribution of the 71 photographs in the blogs was as follows: Euronews had 48 photographs (67,6%), T24 had 12 photographs (16,9%), and Onedio had 11 photographs (15,4%). When comparing the number of photographs to the number of news articles in each live blog, it was observed that Onedio had the highest ratio of photographs at approximately 68,7%, followed by Euronews at 37,7%, and T24 at 11%. Thus, it can be said that Onedio's live blog page structured its storytelling through photographs and short texts.

The most prevalent theme in the shared photographs was “politician speaking,” which constituted 30,9% (22 out of 71) of the photographs. The second most preferred theme was “politician voting,” with 22,5% (16 out of 71) of the photographs, followed by the theme of “citizens voting,” which is represented by 9 photographs. Therefore, approximately 53,5% of the 71 photographs used in the three live blogs related to the May 14th Presidential election featured politicians as the central actors. Another commonly used theme, present in 35,2% of the photographs, was “voting activities.”

To provide more details in live blogs, a total of 40 links were shared, with 21 (52,5%) included within sentences and 19 (47,5%) presented as direct links. In-text links were created by referencing a word within the news article, while direct links were presented with headings such as “view content” or “click here” placed separately below the news

article. No in-text links were found in Onedio's live blog, while the distribution in other blogs was as follows: T24 had 19 (90,4%), and Euronews had 2 (9,5%) in-text links. The distribution of direct links was as follows: T24 had 7 (36,8%), Euronews had 4 (21%), and Onedio had 8 (42,1%). In summary, the research revealed that live blogs diversified their stories through various links, emphasizing the hyperlinked feature. Therefore, the findings of this study align with Montgomery's (2007) assertion that live blogs are characterized by intertextuality due to their hypermedia feature.

A total of 7 social media visuals were found in live blogs, all of which consisted of tweets from politicians. T24 had the highest number of these visuals. These visuals were distributed with 71,4% (5 out of 7) on T24 and 28,5% (2 out of 7) on Euronews. Hence, it can be concluded that politicians' tweets serve as a significant news source for live blogs. In conclusion, live blogs structure their stories through headlines, short texts, photographs, and links. Among the supporting elements for news, social media visuals stand out. Therefore, live blogs represent a digital storytelling format that employs different news elements and generates fragmented narratives simultaneously. In this regard, the study's findings are similar to Tereszkiwicz's (2014) research on the structural

characteristics of live blogs. Based on the study's findings, live blogs can be considered a practical approach for presenting multiple news articles on a single topic. Future research should focus on exploring the reader experience of live blog practices and the motivations of readers for following live blogs.

#### Yazar Bilgileri

##### Author details

1- (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Dr. Öğr. Üyesi,  
Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Ömer Seyfettin Uygulamalı  
Bilimler Fakültesi, ikumcuoglu@bandirma.edu.tr

#### Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

##### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. *None*

#### Çıkar Çatışması

##### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. *None*

#### Kaynak Göstermek İçin

##### To Cite This Article

Tok, İ. (2024). Bir dijital hikâye anlatısı olarak haber sitelerinin canlı blog pratikleri: 14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı Seçimi örneği. *Yeni Medya* (16), 249-267., <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1364243>