

Türkiye'de Dijital Yayıncılığın Gelişim Süreci ve Fırsatları /
Prof. Dr. Ali Murat KIRIK



**Bizi
Birleştiren
Hikayeler**

Türkiye'de Dijital Yayıncılığın Gelişim Süreci ve Fırsatları

Ali Murat KIRIK*

1. Giriş

Türkiye'de dijital yayıncılığın gelişimi, son yıllarda hızla değişen teknoloji ve artan internet erişimiyle birlikte önemli bir ivme kazanmıştır. Geleneksel medya araçlarının yerini dijital platformların alması hem içerik üreticilerini hem de tüketicileri yeni ve dinamik bir ekosisteme taşımıştır. Türkiye, genç ve teknolojiye duyarlı nüfusuyla dijital yayıncılığın büyümesi için uygun bir ortam sunmaktadır. Bu bağlamda, haber siteleri, bloglar, sosyal medya platformları ve dijital dergiler gibi çeşitli dijital yayıncılık mecraları hem bilgiye erişimi kolaylaştırmış hem de içerik çeşitliliğini artırmıştır.

Şüphesiz ki dijital yayıncılığın geleceği ise teknolojik gelişmeler ve kullanıcı alışkanlıklarındaki değişimlerle şekillenmeye devam edecektir. Özellikle yapay zekâ, büyük veri ve makine öğrenimi gibi teknolojiler, kişiselleştirilmiş içerik sunumu ve kullanıcı deneyimi açısından büyük potansiyel taşımaktadır. Bunlara ek olarak mobil cihazların yaygınlaşması ve internet hızlarının artması, dijital yayıncılığın erişilebilirliğini ve kullanımını daha da artıracaktır. Türkiye'de dijital yayıncılığın geleceği, bu teknolojik yeniliklerle birlikte daha etkileşimli, kullanıcı odaklı ve çeşitli içeriklerin üretildiği bir döneme işaret etmektedir.

Dijital dönüşüm, medya ve yayıncılık endüstrisinde köklü değişikliklere yol açmıştır. İnternetin yaygınlaşması ve teknolojik ilerlemeler, geleneksel yayıncılık yöntemlerinin dijital platformlara evrilmesini sağlamıştır. Türkiye'de dijital dönüşümün başlangıcı, 1993 yılında ilk internet bağlantısının kurulması ile olmuştur. Üniversiteler ve araştırma kurumları bu teknolojiyi hızla benimsemiş ve dijital yayıncılığın temelleri atılmıştır. 1996 yılında Türkiye'nin ilk internet gazetesi "Radikal" yayın hayatına başlamış ve bu, dijital gazeteciliğin başlangıcı olarak kabul

* Prof. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü,

ORCID: 0000-0002-5771-4843 DOI: 10.37679/trta.1493621

edilmiştir (Taşlıyan, Karakuş ve Çakıroğlu, 2021). Dijital dönüşümün bu hızlı başlangıcı, medya kuruluşlarını ve içerik üreticilerini dijitalleşmeye yönlendirmiştir (Narin, 2017).

Ancak dijital yayıncılığın bu tip avantajları olduğu gibi bazı dezavantajları da bulunmaktadır. İnternetin ve dijital cihazların yaygınlaşması, bilgi kirliliği ve yanlış bilgilendirme riskini artırmıştır. Özellikle sosyal medya platformlarında hızla yayılan doğrulanmamış bilgiler, kullanıcılar arasında kafa karışıklığına yol açabilmektedir. Ayrıca, dijital içeriklerin yoğun rekabet ortamında dikkat çekebilmesi için sürekli yenilik ve kaliteli içerik üretimi gerekmektedir, bu da yayıncılar üzerinde ciddi bir baskı oluşturabilir. Dijital platformların algoritmalarına bağımlı olmak, bazı içeriklerin görünürlüğünü sınırlayabilir ve yayıncıların geniş kitlelere ulaşmasını zorlaştırabilir.

Bu çalışmada dijital yayıncılığın Türkiye'deki gelişimine yönelik bir perspektif çizilmeye çalışılacak, geleceğe yönelik meydana gelmesi muhtemel gelişmeler üzerinden detaylı bir çıkarım yapılmaya çalışılacaktır. Özellikle Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun (TRT) bu süreçteki rolü ve geleceğe yönelik atacağı adımlara yer verilecektir.

2. Türkiye'de Dijital Yayıncılığın İlk Adımları: Haber Siteleri ve Web TV'ler

Türkiye'de dijital yayıncılığın ilk adımları, 1990'ların sonu ve 2000'lerin başında atılmıştır. Bu dönemde internetin yaygınlaşmasıyla birlikte dijital platformlar üzerinden içerik üretimi ve dağıtımı mümkün hâle gelmiştir. İlk dijital yayıncılık girişimlerinden biri, haber sitelerinin kurulmasıyla başlamıştır. Geleneksel gazeteler, dijital platformlara geçiş yaparak okuyucularına online erişim sağlamışlardır. Bu süreçte, Hürriyet ve Milliyet gibi büyük gazeteler, internet siteleri aracılığıyla dijital içerik sunmaya başlamışlardır (Budak, 2019).

2000'li yılların ortalarına gelindiğinde, bloglar ve bağımsız dijital yayınlar da önemli bir yer edinmeye başlamıştır. Blog yazarları, farklı konularda özgün içerikler üreterek geniş bir okuyucu kitlesine ulaşmayı başarmışlardır. Bu dönemde, dijital yayıncılık platformlarının sayısı hızla artmış ve çeşitlenmiştir (Kocaman Karoğlu, Bal, ve Çimşir, 2020). Dijital yayıncılığın bu erken dönemi, Türkiye'de internet kullanımının artması ve teknolojik altyapının gelişmesiyle birlikte hızlı bir dönüşüm yaşamıştır. Geleneksel medya kuruluşları dijitalleşme sürecine adapte olurken, bağımsız dijital yayıncılar da özgün ve çeşitli içeriklerle dijital ekosistemi zenginleştirmiştir.

Dijital dönüşüm, yayıncılık endüstrisinde sadece teknik altyapıda değil, içerik üretiminde de büyük değişiklikler getirmiştir. Web TV'lerin yükselişi, bu dönüşü-

mün önemli bir parçasıdır. 1994 yılında kurulan Kral TV, televizyon yayıncılığında önemli bir kilometre taşı olmuştur ve 2000'li yıllarda internet üzerinden de yayın yapmaya başlamıştır. Bu tür platformlar, izleyicilere istedikleri zaman ve mekânda içerik tüketme özgürlüğü sunarak geleneksel televizyon yayıncılığının sınırlarını aşmıştır (Yüksel, 2022). BluTV ve PuhuTV gibi dijital platformlar, zengin içerikleri ve kullanıcı dostu arayüzleri ile hızla popülerlik kazanmış ve dijital yayıncılığın önde gelen örnekleri hâline gelmiştir (Şimşek ve Karakuş Yılmaz, 2020). Ayrıca, bu platformlar sayesinde Türk dizileri ve filmleri uluslararası arenada da tanınır hâle gelmiştir.

İnternet haber siteleri de dijital dönüşümün önemli bir bileşeni olarak öne çıkmaktadır. Hürriyet ve Milliyet gibi büyük gazeteler, dijital platformlara geçiş yaparak geniş kitlelere ulaşmayı başarmıştır. Dijital gazetecilik, hızlı ve anında haber erişimi sağlayarak geleneksel gazeteciliğin sınırlamalarını aşmıştır. Sosyal medyanın da etkisiyle bağımsız haber siteleri ve bloglar yaygınlaşmış, bu da haber tüketim alışkanlıklarını köklü bir şekilde değiştirmiştir (Kardeş, 2020). Dijitalleşme, medya tüketiminde bireylerin daha aktif bir rol oynamasına ve içerik oluşturmalarına olanak tanımıştır (Narin, 2017). Bu dönüşüm, haber tüketicilerinin haberlere daha hızlı ve geniş bir perspektiften ulaşmalarını sağlamıştır.

Türkiye'de sosyal medya yayıncılığı, 2000'li yılların başında internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte başladı. İlk olarak MySpace ve Facebook gibi sosyal medya platformları popüler hâle geldi ve 2008 yılında Facebook'un Türkçe dil desteği sunmasıyla yaygın kullanımı hızlandı. Twitter da aynı dönemde anlık bilgi paylaşımıyla önemli bir araç hâline geldi. Bloglar, bireysel yayıncılığın ilk örnekleri olarak 2000'lerin başında Blogger ve Wordpress gibi platformlar aracılığıyla yaygınlaştı. 2005 yılında YouTube'un kurulmasıyla birlikte video içerik üretimi büyük bir ivme kazandı ve pek çok birey ve kuruluş, YouTube üzerinden içerik paylaşmaya başladı.

Geleneksel medya kuruluşları, sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanarak haber ve içeriklerini Facebook, Twitter ve Instagram gibi platformlarda paylaşarak daha geniş kitlelere ulaşmayı hedefledi. Sosyal medya, yorumlar, beğeniler ve paylaşımlar aracılığıyla kullanıcıların içerik üreticileriyle doğrudan iletişim kurmasını sağlamıştır.

3. İnternet Televizyonculuğu ve Dijital Yayın Platformlarının Gelişimi

IPTV (İnternet Protocol Television) ise Türkiye'deki dijital dönüşümün ve yayıncılığın bir başka önemli ayağıdır. IPTV, internet protokolü üzerinden televizyon yayınlarının iletilmesini sağlar ve kullanıcılarına isteğe bağlı içerik erişimi sunar.

Türkiye’de IPTV, özellikle 2010’lu yıllarda yaygınlaşmış ve Digiturk, Tivibu gibi hizmetler aracılığıyla izleyicilere ulaşmıştır (Kırık ve Karakuş, 2013). IPTV, kullanıcılarına canlı televizyon yayınlarının yanı sıra, film, dizi ve belgesel gibi isteğe bağlı içerikleri de sunarak, geleneksel televizyon izleme alışkanlıklarını köklü bir şekilde değiştirmiştir. IPTV’nin esnek yapısı, kullanıcıların televizyon izleme deneyimini kişiselleştirmelerine olanak tanımıştır.

Bu noktada Tivibu’ya değinmek gerekmektedir. Tivibu, Türk Telekom tarafından 2010 yılında başlatılan bir dijital TV platformudur. IPTV, Web TV, Mobil TV ve Uydu TV hizmetlerini içermektedir. Kullanıcılar, yayınları durdurma, geri alma ve kaydetme gibi özelliklerle izleme deneyimlerini kontrol edebilirler.

Tüm bunlara ek olarak; günümüzde dijital yayın platformları, medya tüketim alışkanlıklarını köklü bir şekilde değiştirmiştir. Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ gibi uluslararası platformlar, Türkiye’de de geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmış ve dijital içerik tüketiminde önemli bir rol oynamıştır. Özellikle Disney+, Türkiye pazarına giriş yaparak yerel içeriklerle de dikkat çekmiştir (Yüksel, 2022). Bu platformlar, kullanıcılarına çeşitli dizi, film ve belgesel içerikleri sunarak geleneksel televizyon yayıncılığının ötesine geçmiştir (Seçmen, 2019). Ayrıca, yerli platformlar olan BluTV ve PuhuTV, rekabetin artmasıyla birlikte özgün içerikler üretmeye başlamış ve bu da izleyicilerin çeşitlilikten faydalanmasını sağlamıştır.

Dijital platformlar, Türkiye’ye önemli katkılar sağlamış, aynı zamanda bazı dezavantajları da beraberinde getirmiştir. Bu platformlar, bilgiye hızlı ve kolay erişim imkânı sunarak kullanıcıların çeşitli içeriklere ulaşmasını sağlamış ve bilgiye erişim çeşitliliğini artırmıştır. Sosyal medya, haber siteleri ve dijital yayıncılık alanında yaşanan büyük gelişmeler, insanların güncel bilgilere anında ulaşabilmesini mümkün kılmıştır. Ayrıca, dijital platformlar ekonomik açıdan da katkı sunarak yeni iş fırsatları yaratmış, dijital içerik üreticileri ve sosyal medya fenomenleri için yeni gelir modelleri oluşturmuştur. Dijital reklamcılığın gelişmesi, markaların daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır.

Ancak, dijital platformların bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Bilgi kirliliği ve yanlış bilgilendirme, kullanıcıların doğru bilgiye ulaşmasını zorlaştıran önemli bir sorundur. Dijital bağımlılık, özellikle gençler arasında yaygınlaşmış ve kullanıcıların sosyal hayatlarını olumsuz etkileyebilmektedir. Ayrıca, veri güvenliği ve kişisel mahremiyetin ihlali gibi sorunlar, dijital platformların kullanımıyla birlikte artmıştır. Dijital platformların ticari kaygılarla "tık tuzağı" ve yanıltıcı içerikler sunması, kullanıcıların güvenilir bilgiye ulaşmasını zorlaştırmakta ve medya okuryazarlığı konusundaki farkındalığı artırma ihtiyacını doğurmaktadır.

4. Uydu Teknolojisi ve Eğitim Olgusunun Dijitalleşmeye Katkıları

Uydu yayıncılığı, Türkiye'de medya ve yayıncılık alanında önemli bir rol oynamış ve dijital dönüşüm sürecinde büyük katkılar sağlamıştır. 1994 yılında Türksat 1B uydusunun fırlatılmasıyla başlayan bu süreç, televizyon ve radyo yayınlarının geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Uydu teknolojisi, özellikle kırsal alanlarda yaşayan insanların kaliteli yayınlara erişimini mümkün kılmıştır (Söğüt, 2019).

Dijital uydu yayıncılığı, analog sistemlerin yerini alarak daha kaliteli ve kesintisiz yayın imkânı sunmuştur. Bu teknoloji, daha geniş bir kanal yelpazesi ve interaktif hizmetler sunarak izleyicilere daha zengin bir deneyim sağlamıştır (Çakır ve Bolat, 2023). Dijitalleşme ile birlikte HD ve 4K gibi yüksek çözünürlüklü yayınların yapılması mümkün olmuş, bu da özellikle spor, belgesel ve sinema yayınlarında büyük bir fark yaratmıştır (Sirer, 2020).

Etkileşimli hizmetler, izleyicilerin canlı yayın sırasında anketlere katılması, program bilgilerine erişmesi ve belirli içerikleri isteğe bağlı olarak izlemesi gibi imkânlar sunarak kullanıcı deneyimini zenginleştirmiştir (Çakır ve Bolat, 2023). Ayrıca, dijital uydu yayıncılığı daha fazla sayıda kanal ve içerik sunarak izleyicilere geniş bir seçenek yelpazesi sağlamıştır. Bu, yerel ve uluslararası kanalların yanı sıra tematik kanalların da yaygınlaşmasını sağlamış, izleyicilerin ilgi alanlarına uygun içeriklere daha kolay ulaşabilmesine olanak tanımıştır (Söğüt, 2019). Uluslararası yayın yapma imkânı, Türkiye'deki televizyon kanallarının global izleyicilere ulaşmasını sağlamış ve Türkiye'nin kültürel ve sosyal tanıtımına katkıda bulunmuştur. Özellikle TRT World gibi kanallar, Türkiye'nin sesini dünya çapında duyurmuştur (Sirer, 2020). Bu süreçte veri yayını ve ek hizmetler de önemli bir rol oynamıştır. Hava durumu, finansal bilgiler ve haber başlıkları gibi ek bilgiler, uydu üzerinden izleyicilere ulaştırılmış ve televizyonun bilgi sağlama kapasitesi artırılmıştır.

Dijitalleşme, sadece medya ve eğlence sektörünü değil, aynı zamanda eğitim alanını da etkilemiştir. Dijital okuryazarlık, 21. yüzyıl becerileri arasında yer alarak bireylerin bilgiye hızlı ve etkili bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır. Okul öncesi eğitimden başlayarak dijital okuryazarlık eğitimleri, çocukların dijital dünyaya adapte olmasına yardımcı olmaktadır (Kardeş, 2020). Dijital materyaller ve çevrim içi eğitim platformları, öğrenme sürecini daha erişilebilir ve interaktif hâle getirmiştir (Aldhafeeri, Palaiologou ve Folorunsho, 2016). Uzaktan eğitim platformları, özellikle covid-19 pandemisi sırasında büyük bir önem kazanmış ve eğitimin kesintisiz devam etmesine olanak tanımıştır.

Eğitim, dijital yayıncılığın gelişimine önemli katkılar sağlamıştır. Dijital eğitim platformları ve araçları, eğitimin daha erişilebilir ve esnek hâle gelmesini sağlamış, bu da dijital yayıncılık sektörünü olumlu yönde etkilemiştir. Online dersler,

webinarlar, eğitim videoları ve dijital kütüphaneler, eğitimde dijital yayıncılığın yaygınlaşmasına ve çeşitlenmesine olanak tanımıştır. Eğitimin dijital yayıncılığa katkılarını aşağıdaki gibi sıralayabilmek mümkündür:

a) Erişilebilirlik: Dijital eğitim materyalleri, coğrafi kısıtlamaları ortadan kaldırarak öğrencilere ve öğretmenlere dünyanın her yerinden erişim imkânı sunmuştur. Bu, bilgiye erişimi demokratikleştirmiş ve eğitimin yaygınlaşmasını sağlamıştır.

b) Çeşitli Eğitim İçerikleri: Eğitim videoları, e-kitaplar, dijital ders notları ve interaktif materyaller gibi çeşitli dijital yayınlar, öğrencilerin öğrenme deneyimini zenginleştirmiştir. Bu materyaller, farklı öğrenme stillerine uygun içerikler sunarak eğitimin kalitesini artırmıştır (Moran, Seaman ve Tinti-Kane, 2011).

c) Esneklik ve Kişiselleştirme: Dijital eğitim platformları, öğrencilerin kendi hızlarında öğrenmelerine olanak tanıyan esnek öğrenme ortamları sunar. Kişiselleştirilmiş öğrenme deneyimleri, öğrencilerin bireysel ihtiyaçlarına göre şekillendirilebilir (McLoughlin ve Lee, 2008).

d) Uzaktan Eğitim: Kovid-19 pandemisi sırasında uzaktan eğitim uygulamaları, dijital yayıncılığın önemini daha da artırmıştır. Okullar ve üniversiteler, eğitimlerini sürdürebilmek için dijital platformları kullanmış, bu da dijital yayıncılık araçlarının yaygınlaşmasına katkıda bulunmuştur.

Dijital yayıncılığın eğitimdeki dezavantajları arasında dijital uçurum ve bilgi kirliliği önemli yer tutmaktadır. Tüm öğrenci ve öğretmenlerin dijital araçlara ve internet erişimine sahip olmaması, eğitimde eşitsizliklere yol açmakta ve dijital yayıncılığın etkinliğini sınırlamaktadır. Bu durum, özellikle kırsal bölgelerde ve düşük gelirli ailelerde daha belirgin hâle gelmektedir (Kilis, Rapp, Gülbahar, 2015). Ayrıca, dijital platformlarda yayılan bilgi kirliliği ve doğrulanmamış içerikler, eğitimde yanlış bilgilerin yayılmasına neden olabilir. Bu durum, öğrenci ve öğretmenlerin güvenilir kaynaklara ulaşmasını zorlaştırmakta ve eğitim kalitesini olumsuz etkileyebilmektedir (Moran, Seaman ve Tinti-Kane, 2011).

5. TRT'nin Türkiye'deki Dijital Yayıncılık Sürecindeki Rolü

TRT, Türkiye'de dijital yayıncılıkta önemli bir rol oynamış ve çeşitli hizmetlerle bu alandaki dönüşümü desteklemiştir. TRT'nin dijitalleşmedeki rolü, kamu hizmeti yayıncılığı çerçevesinde birçok yenilikçi uygulamayı hayata geçirmesiyle dikkat

çekmektedir. Bu kapsamda gerek internet gerekse de dijital yayıncılık açısından TRT'nin sunmuş olduğu hizmetleri aşağıdaki şekilde sıralayabilmek mümkündür:

a) TRT World: TRT World, 2015 yılında kurulmuş ve Türkiye'nin uluslararası arenada sesini duyurmasını sağlayan İngilizce yayın yapan ilk kanalıdır. Bu kanal, Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejisinin bir parçası olarak, global izleyicilere yönelik haber ve programlar sunmaktadır. TRT World, sosyal medya ve dijital platformlarda da aktif olarak içerik paylaşmakta ve geniş bir izleyici kitlesine ulaşmaktadır (Karadeniz, 2022; Güner, 2021).

b) TRT Arşiv: TRT, tarihi ve kültürel değere sahip içeriklerini dijitalleştirerek TRT Arşiv üzerinden kamuoyuna sunmaktadır. Bu platform, kullanıcıların geçmiş yıllara ait yayınlara erişimini sağlayarak zengin bir arşiv kaynağı oluşturmaktadır.

c) TRT Çocuk: TRT Çocuk, çocuklara yönelik eğitici ve eğlendirici içerikler sunan bir dijital platformdur. Çizgi filmler, eğitim programları ve interaktif içeriklerle çocukların gelişimine katkıda bulunmaktadır. Bu platform, aynı zamanda dijital medya okuryazarlığını artırmayı hedeflemektedir (Şahin, 2019).

d) TRT Haber: TRT Haber, Türkiye'nin dijital habercilik alanındaki öncü platformlarından biridir. İnternet sitesi trthaber.com, kullanıcılara güncel, doğru ve tarafsız haberler sunarak medya sektöründe güvenilir bir kaynak olarak öne çıkmaktadır. TRT Haber, haberlerin hızlı ve etkili bir şekilde yayılmasını sağlamak için güçlü bir dijital altyapıya sahiptir. İnternet sitesi, kullanıcı dostu arayüzü ve zengin içerik çeşitliliği ile dikkat çekmektedir. Ayrıca, TRT Haber'in mobil uygulamaları da kullanıcıların haberlere her an her yerden erişimini kolaylaştırmaktadır. TRT Haber, aynı zamanda sosyal medya platformlarında da aktif bir şekilde yer almakta ve kullanıcılarına hızlı ve anında haber erişimi sağlamaktadır. Bu, kullanıcıların haberleri takip ederken aynı zamanda etkileşimde bulunmalarını ve geri bildirim vermelerini sağlamaktadır.

e) TRT Dinle: TRT Dinle, radyo yayıncılığında dijital dönüşümün öncülerinden biridir. TRT'nin bu yenilikçi hizmeti, kullanıcıların çeşitli radyo kanallarına ve podcast içeriklerine dijital platformlar üzerinden erişim sağlamalarına olanak tanımaktadır. TRT Dinle, kullanıcı dostu arayüzü ve geniş içerik yelpazesi ile dikkat çekmektedir. Kul-

lanıcılar, istedikleri zaman istedikleri yerden radyo dinleyebilmekte ve kişisel tercihlerine göre içerik önerileri alabilmektedirler. Bu hizmet, radyo dinleme deneyimini modernize ederek, geleneksel radyo yayıncılığının sınırlarını aşmaktadır (Bölükbaş, 2022). TRT Dinle, ayrıca özel içeriklerle de kullanıcılarına farklı deneyimler sunmaktadır. Örneğin, tarihte önemli olayları ve kişileri konu alan belgesel programlar ve edebi eserlerin sesli kitapları gibi özel içerikler, kullanıcıların bilgiye ve kültüre erişimini kolaylaştırmaktadır.

f) TRT Tabii: TRT tabii, TRT'nin 7 Mayıs 2023'te yayına başlayan uluslararası dijital platformudur. Türkçe, İngilizce, İspanyolca, Arapça ve Urduca olmak üzere beş dilde içerik sunarak, aksiyondan komediye, tarihi dramalardan animasyona kadar geniş yelpazede orijinal yapımlara ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'deki kullanıcılara başlangıçta ücretsiz olarak sunulan platform, "Rumi", "Hür" ve "Tozkoparan" gibi dizilerle izleyicilere Türkiye'nin kültürel zenginliklerini tanıtmaktadır. Ayrıca, Türk Hava Yolları ile yapılan iş birliği sayesinde uçuşlarda da erişilebilir hâle gelmiştir, bu da platformun global tanıtımını güçlendirmektedir.

TRT tabii, Türkiye'nin dijital eğlence platformlarından biridir. Kullanıcılara geniş bir dizi, film ve belgesel arşivi sunarak dijital içerik tüketiminde önemli bir rol oynamaktadır. TRT tabii, yüksek kaliteli içerikleri ve kullanıcı dostu arayüzü ile dikkat çekmektedir. Platform, kullanıcıların izleme deneyimini kişiselleştirmelerine olanak tanıyan özelliklere sahiptir. TRT tabii, yerli ve yabancı birçok içeriği kullanıcılarına sunarak, geniş bir izleyici kitlesine hitap etmektedir. Ayrıca, çocuklar için özel olarak hazırlanan eğitici ve eğlenceli içerikler de dikkat çekmektedir (TRT tabii, 2024). Çocukların gelişimini destekleyen animasyonlar, belgeseller ve eğitici programlar, platformun sunduğu zengin içerik yelpazesi arasında yer almaktadır.

Tüm bunlara ek olarak TRT, sosyal medya platformlarında aktif olarak içerik paylaşmakta ve izleyicileriyle etkileşimde bulunmaktadır. Twitter, Facebook, Instagram ve YouTube gibi platformlarda milyonlarca takipçisi olan TRT, izleyicilerine anlık bilgi ve içerik sunmaktadır. Ayrıca, etkileşimli televizyon uygulamalarıyla izleyicilerin programlara aktif katılımını sağlamaktadır.

g) Uluslararası Yayınlar: TRT, Türkiye'nin dijital yayıncılık sürecinde uluslararası alanda önemli bir rol oynamaktadır. TRT Français, TRT Deutsch, TRT Arabi, TRT Balkan, TRT Afrika ve TRT Espanol gibi farklı dillerde yayın yapan kanalları ile dünya genelinde geniş bir izleyici kitlesine ulaşmaktadır. Bu kanallar, Türkiye'nin kültürel ve

haber içeriklerini farklı dillerde sunarak, ülkenin uluslararası alandaki görünürlüğünü ve etkileşimini artırmaktadır. Dijital medya platformları aracılığıyla bu içeriklere çevrim içi olarak erişim imkânı sunulmakta, böylece izleyiciler internet üzerinden de TRT yayınlarını takip edebilmektedir. Böylelikle TRT, dijital yayıncılık ve dijital medya alanında hem yurt içinde hem de yurt dışında önemli bir aktör hâline gelmiştir.

TRT'nin uluslararası yayınları, Türkiye'nin bakış açısını, kültürel zenginliklerini ve güncel gelişmeleri dünya genelindeki izleyicilere aktararak, kültürler arası anlayışı ve iletişimi güçlendirmektedir. Ayrıca, bu kanallar aracılığıyla Türkiye'nin sesini global platformlarda duyurması, uluslararası ilişkilerde ve diplomatik etkileşimlerde önemli bir rol oynamaktadır.

6. Sonuç ve Gelecek Perspektifi

Dijital yayıncılık, Türkiye'yi küresel bir aktör olma yolunda ilerleten yepyeni bir iletişim çağı açıyor. Son yıllarda bu alanda kayda değer bir ilerleme kaydeden Türkiye, dijital medya sektöründe küresel bir güç olma potansiyeline sahiptir. Bu ilerlemenin arkasında yatan temel etkenlerden biri, kamu kurumları ve özel sektörün iş birliği ve yatırımlarıdır.

Türkiye'de dijital yayıncılığın geleceği, teknolojik yenilikler ve kullanıcı alışkanlıklarındaki değişimlerle şekillenirken, TRT'nin bu süreçteki rolü ve katkıları büyük önem taşımaktadır. TRT, geniş içerik yelpazesi ve kullanıcı odaklı hizmetleriyle dijital dönüşüm sürecinde lider konumda yer almakta ve Türkiye'nin kültürel zenginliklerini global izleyicilere tanıtmaktadır. Dijitalleşme, medya ve yayıncılık sektöründe yeni fırsatlar sunarken, karşılaşılan zorluklar da dikkatle ele alınmalı ve çözüm odaklı yaklaşımlar geliştirilmelidir. Bu bağlamda, TRT'nin inovatif ve dinamik yapısı, Türkiye'de dijital yayıncılığın geleceğini şekillendirmede önemli bir rol oynamaya devam edecektir.

Özellikle TRT, bu alanda öncü rol oynayarak dijital platformlarda yayıncılık için gerekli altyapıyı oluşturmakta ve yüksek kaliteli içerikler üretmektedir. TRT'nin sunduğu dijital hizmetler ve platformlar, izleyicilere zengin bir yelpaze sunarak Türkiye'nin dijital dönüşümüne katkıda bulunmaktadır. TRT'nin öncülüğü sadece teknik altyapı ve içerikle sınırlı değildir. Kurum, dijital platformlarda yayınlanan içeriklerin erişilebilirliğini artırmak için de çalışmalar yürütmektedir. Bu sayede, TRT'nin dijital platformları tüm dünyadan izlenebilmekte ve içerikler farklı dillere altyazılı olarak sunulmaktadır.

TRT'nin dijital yayıncılık alanındaki çalışmaları, Türkiye'nin dijital medya sektörü-

nün gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kurum, sektördeki diğer kurumlarla iş birliği yaparak bilgi ve deneyimlerini paylaşmakta ve bu sayede sektörün genel kalkınmasına katkıda bulunmaktadır. Bu iş birlikleri, Türkiye'nin dijital medya sektöründe küresel bir aktör olma potansiyelini de artırmaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye dijital yayıncılık alanındaki başarısıyla dijital medya çağında küresel bir aktör olma yolunda emin adımlarla ilerlemektedir. TRT'nin öncülüğünde ve özel sektörün katkılarıyla gelişen dijital medya sektörü, Türkiye'nin kültürel zenginliğini ve yaratıcı potansiyelini dünyaya tanıtmada önemli bir rol oynamakta, aynı zamanda yeni iş imkânları yaratarak ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Türkiye'nin dijital medya hikâyesi, gelecekte daha da parlak başarılarla imza atılacağına dair umut vadetmektedir.

Türkiye'nin dijital medya sektöründeki başarısı, sadece bir başarı hikâyesi değil, aynı zamanda ilham verici bir hikâyedir. Bu hikâye, ülkelerin dijital dönüşüm sürecine nasıl girebileceğine ve dijital medya aracılığıyla küresel bir aktör olabileceğine dair önemli dersler sunmaktadır. Türkiye'nin deneyimi, diğer ülkeler için de bir rehber olabilir ve dijital dünyada küresel bir aktör olma yolunda onlara ilham verebilir.

Türkiye'nin dijital yayıncılık alanındaki geleceği, teknolojik gelişmelerin hızla ilerlemesi ve internet erişiminin artmasıyla şekillenmeye devam edecektir. Genç ve teknolojiye duyarlı nüfus, dijital platformların ve içeriklerin hızla benimsenmesini sağlamakta, bu da Türkiye'yi dijital yayıncılığın öncü ülkelerinden biri hâline getirmektedir. Haber siteleri, bloglar, sosyal medya platformları ve dijital dergiler, bilgiye erişimi kolaylaştırmış ve içerik çeşitliliğini artırmıştır. Dijital yayıncılığın geleceğinde, özellikle yapay zekâ ve büyük veri gibi teknolojilerin entegrasyonu, sektörün dönüşümünde kritik bir rol oynayacaktır.

Yapay zekâ, dijital yayıncılıkta devrim yaratma potansiyeline sahip bir teknoloji olarak öne çıkmaktadır. Kullanıcıların izleme alışkanlıklarını analiz ederek kişiselleştirilmiş içerik önerileri sunma kapasitesine sahip olan yapay zekâ, izleyici deneyimini büyük ölçüde iyileştirecektir. Bu sayede kullanıcılar, ilgi alanlarına uygun içeriklere daha kolay ulaşabilecek ve platformlarda daha uzun süre vakit geçirebileceklerdir. Ayrıca, yapay zekâ destekli veri analitiği, içerik üreticilerinin ve yayıncıların kullanıcı davranışlarını daha iyi anlamalarını sağlayacak ve stratejilerini optimize etmelerine yardımcı olacaktır.

Yapay zekâ, içerik üretim sürecinde de önemli bir rol oynayacaktır. Otomatik içerik üretimi, haber makaleleri, spor özetleri ve basit raporlar gibi içeriklerin hızla ve doğru bir şekilde oluşturulmasına olanak tanıyacaktır. Bu, yayıncıların daha

fazla içerik sunabilmesini sağlayarak rekabet avantajı yaratacaktır. Ayrıca, büyük veri analitiği ve yapay zekâ, reklam hedeflemede kişiselleştirilmiş kampanyalar oluşturulmasını mümkün kılacak ve böylece reklamların etkinliği artırılacaktır.

Yapay zekânın bir diğer önemli kullanım alanı, otomatik çeviri ve altyazı eklemektir. Bu teknoloji, içeriklerin farklı dillere çevrilmesini ve altyazı eklenmesini kolaylaştırarak uluslararası izleyicilere hitap eden platformlar için büyük bir avantaj sağlayacaktır. TRT World gibi global yayın yapan kanallar, yapay zekâ teknolojilerini kullanarak içeriklerini daha geniş bir kitleye ulaştırabileceklerdir.

Dijital yayıncılık alanındaki bu teknolojik yenilikler, Türkiye'de medya tüketim alışkanlıklarını köklü bir şekilde değiştirecek ve daha etkileşimli, kullanıcı odaklı içeriklerin üretildiği bir döneme işaret edecektir. TRT, geniş içerik yelpazesi ve kullanıcı odaklı hizmetleriyle dijital dönüşüm sürecinde lider konumda yer almakta ve Türkiye'nin kültürel zenginliklerini global izleyicilere tanıtmaktadır. Gelecekte, yapay zekâ ve diğer ileri teknolojilerin entegrasyonu ile TRT, dijital yayıncılıkta inovatif ve dinamik yapısını sürdürerek önemli bir rol oynamaya devam edecektir. Bu bağlamda, Türkiye'de dijital yayıncılığın geleceği, teknolojik yeniliklerle daha parlak ve kapsamlı bir hâle gelecektir.

Kaynakça

- Aldhafeeri, F., Palaiologou, I., Folorunsho, A. (2016). Integration of digital technologies into play-based pedagogy in Kuwaiti early childhood education: Teachers' views, attitudes and aptitudes. *International Journal of Early Years Education*, 24(3), 342-360.
- Bölükbaş, K. (2022). Dijitalleşen Müzik Sektöründe Çevrim İçi Müzik Platformları: TRT Dinle Örneği. *Asya Studies*, 6(19), 245-262. <https://doi.org/10.31455/asya.1030479>
- Budak, E. (2019). Türk Medyasında Dijital Spor Yayıncılığı Üzerine Bir Araştırma. TRT Akademi. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/trta/issue/47420/559648>
- Çakır, H. G., ve Bolat, N. (2023). Televizyon Yayıncılığında Dijitalleşme ile Değişen Yayıncılık. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*.
- Güner, S. (2021). Türkiye'nin Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç Uygulamalarında Medya'nın Rolü: TRT'nin Uluslararası Kanalları Üzerine Bir Değerlendirme. *Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 145-168.
- Karadeniz, Y. (2022). Türkiye'nin Kamu Diplomasisinde TRT World'ün Rolü. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 9, 560-578. <https://doi.org/10.31455/asya.1030479>

- org/10.47994/usbad.1090133
- Kardeş, S.(2020). Erken Çocukluk Döneminde Dijital Okuryazarlık. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21(2), 827-839. <https://doi.org/10.17679/inuefd.665327>
- Kırık, A. M., ve Karakuş, M. K. (2013). Sosyal Medya ve İnternet Teknolojisi İle Yöndeşen Televizyon Yayıncılığı: Sosyal TV. AJIT-E: Academic Journal of Information Technology, 4(11), 61-73. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2013.2.003.x>
- Kilis, S., Rapp, C., ve Gülbahar, Y. (2015). Eğitimde Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Yükseköğretim Düzeyindeki Eğitimcilerin Algısı: Türkiye-Almanya Örneklemini. Journal of Instructional Technologies and Teacher Education, 3(3).
- Kocaman Karoğlu, A., Bal, K., ve Çimşir, E. (2020). Toplum 5.0 Sürecinde Türkiye’de Eğitimde Dijital Dönüşüm. Üniversite Araştırmaları Dergisi. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uad/issue/57871/815428>
- McLoughlin, C. ve Lee, M.J.W. (2008). The three P’s of pedagogy for the networked society: Personalization, participation, and productivity. International Journal of Teaching and Learning in Higher Education, 20(1), 10-27.
- Moran, M., Seaman, J. ve Tinti-Kane, H. (2011). Teaching, learning and sharing: How today’s higher education faculty use social media. Pearson Learning Solutions.
- Narin, B. (2017). Gazetecilik 2.0-İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinsellik. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Seçmen, E. A. (2019). Uluslararası Televizyon Yayıncılığında Yeni Yönelimler: Dijital Film ve Dizi Platformu Netflix. Dijital Çağda Televizyon ve Medya, Ceyhan Kandemir (Ed), İstanbul: Der.
- Şahin, R. N. (2019). TRT’nin Çocuklara Yönelik Çizgi Filmlerinin Türkçe Öğretimi ve Değer Aktarımı Açısından İncelenmesi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Şimşek, E., ve Karakuş Yılmaz, T. (2020). Türkiye’de Yürütülen Dijital Oyun Bağımlılığı Çalışmalarındaki Yöntem ve Sonuçların Sistemantik İncelenmesi. Kastamonu Education Journal, 28(4), 1851-1866. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.3920>
- Sirer, E. (2020). Zamanın Ruhu Eşzamansızlık. Konya: Literatür Akademi.
- Söğüt, F. (2019). Türkiye’de Analog Yayıncılıktan Sayısal Yayıncılığa Geçiş ve İzleyiciye Olan Etkileri. Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi, 2(1), 1-14.

- Taşlıyan, M., Karakuş, F. N., ve Çakıroğlu, Z. (2021). Dijital Bağımlılık ile Yaratıcı Düşünme Eğilimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 13(25), 503-517. <https://doi.org/10.20990/kilisiib-fakademik.969504>
- TRT Tabii (2024). "tabii nedir?", <https://www.tabii.com/tr>, (Erişim Tarihi: 19.05.2024).
- Yüksel, H. (2022). Dijitalleşme Bağlamında Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Dönüşümü: Disney Plus Platformu. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 523-538. <https://doi.org/10.30692/sisad.1107757>