Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Ermenek Akademi Dergisi
Karamanoğlu Mehmetbey University
Journal of Ermenek Academy
e-ISSN: 3062 - 2298 © KMÜ Ermenek Akademi Dergisi

Makale Tipi: Araştırma Makalesi 3(6): 1-25(2026)

Tematik Televizyon Yayıncılığında Uzmanın Fenomenleşmesi ve Haberin Magazinelleşmesi: Türkiye Haber Kanalları Prime-Time Kuşağı Üzerine Bir İçerik Analizi (Eylül 2024)

Mevlüt ALTINTOP[1*]
[1] Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri, Türkiye

Alındı/Received: 02/07/2026; Kabul/Accepted: 06/07/2026; Yayın/Published: 08/10/2026
Sorumlu yazar e-posta: mevlutaltintop@hotmail.com

Öz

Bu çalışma, Türkiye'de haber türünde ulusal düzeyde yayın yapan televizyon kanallarındaki prime-time kuşağı programlarına katılan uzman profilini incelemektedir. Uzmanlık, medyanın varoluş amacıyla özdeş kamusal faydaya yönelik haber verme, eğitme, bilgilendirme ve bilinçlendirme gibi sorumluluklarını yerine getirmek amacıyla ihtiyaç duyulan önemli bir pozisyondur. Çalışma, televizyon yayıncılığının önemli bir bileşeni olmasına rağmen üzerinde pek durulmayan bu durumu akademik açıdan kayıt altına almaktadır. İçerik analizi yöntemi kullanılan çalışmada, Televizyon İzleme Araştırmaları Komitesi'nin (TİAK) verilerine göre 2024 yılı Eylül ayı boyunca Türkiye'de ulusal yayın yapan haber kanallarından en çok izlenmeye sahip ilk beşi incelenmiştir. İstatiksel verilerle desteklenen araştırma sonucunda birbiriyle ilişkili dört temel bulgu tespit edilmiştir. Birincisi, uzman statüsünde ekranlara çıkarılan kişilerden bir "uzman havuzu" oluşturulmuştur. İkincisi, bu havuzdan dönüşümlü olarak farklı kanalları dolaşanlar olduğu gibi bir kanaldaki tek program ve/veya programlara katılanlar "kadrolu uzman" izlenimi vermektedir. Üçüncüsü, bu isimler kuşkusuz bir alanda uzmandır; fakat ele alınan her konuya o konunun "uzmanıymış" gibi analiz yapmaktadır. Dördüncüsü ise, uzman statüsündeki bu isimlerin uzmanlık alanları dışındaki konularda yaptıkları değerlendirmelerin yüzeyselliğidir. Uzman statüsü altında ekrana yansıyan bu faaliyetler medyanın idealist yönünü paralize eden bir keyfiliğe dönüşerek sorumluluktan uzak, yüzeysel, magazinel, popüler ve sansasyon içerikli yayınları ortaya çıkarmaktadır. Bu örüntüler bir bütün olarak uzmanın medyatik bir fenomene dönüşmesine ve haberin magazinelleşmesine zemin hazırlamakta ve medyanın kamuya karşı sorumluluklarını işlevsizleştirmektedir. Sürecin paydaşları durumun ciddiyetine uygun hareket ederek sorunu minimize edebilir.

Anahtar Kelimeler: Tematik Televizyon Yayıncılığı, Medya, Uzman, Haber, İçerik Analizi, Kamuoyu

Expertization and Infotainment in Thematic Television Broadcasting: A Content Analysis of Prime-Time Programming on Turkish News Channels (September 2024)

Abstract

This study examines the profile of guests appearing as experts in prime-time programming on national news channels in Turkey. Expertise is a critical position required to fulfill the public service responsibilities inherent to journalism's core purpose, including informing, educating, and raising public awareness. Despite being a significant component of television broadcasting, this phenomenon has received limited academic attention, and the present study aims to address this gap. Employing content analysis, the study examines the five most-watched national news channels in Turkey throughout September 2024, as determined by "Televizyon İzleme Araştırmaları Komitesi" (Television Audience Research Committee) data. Supported by statistical data, the findings reveal four interrelated patterns: first, individuals appearing as experts collectively form a recurring "expert pool"; second, while some members of this pool rotate across multiple channels, others create the impression of "staff experts" by appearing exclusively on a single channel or program; third, although these individuals are undoubtedly experts in their respective fields, they offer analysis on virtually every topic with equal authority; fourth, their assessments on subjects outside their area of expertise remain notably superficial. Taken together, these patterns lay the groundwork for the mediatization of experts into media phenomena and the tabloidization of news, ultimately undermining the media's responsibilities toward the public. The activities reflected on screen under the guise of expertise devolve into an arbitrariness that paralyzes the idealistic function of media, giving rise to broadcasting that is irresponsible, shallow, sensationalist, and entertainment-driven. It is imperative that all stakeholders in this process act with a sense of responsibility commensurate with the gravity of the situation.

Keywords: Thematic Television Broadcasting, Media, Expert, News, Content Analysis, Public Opinion

Atıf / To cite : Altıntop, M. (2026). Tematik Televizyon Yayıncılığında Uzmanın Fenomenleşmesi ve Haberin Magazinelleşmesi: Türkiye Haber Kanalları Prime-Time Kuşağı Üzerine Bir İçerik Analizi (Eylül 2024). *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Ermenek Akademi Dergisi*, 1-25.

Bu eser Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

1. GİRİŞ

Modernite paradigmasıyla şekillenen teorik anlatıda medyanın varlık nedeni kamusal sorumluklarıyla ilişkilendirilmektedir. Haber verme, bilgilendirme, bilinçlendirme, eğitme, eğlendirme ve kültür-sanata katkı bu sorumlulukların genel çerçevesini çizmektedir. Bunlarla sınırlı olmayan medyanın sorumlulukları en temelde kamusal faydaya hizmet etmeye yöneliktir (Altıntop, 2023, s. 24). Kamusal faydanın özünde ise adalet, eşitlik ve özgürlük yer almaktadır. Medyanın burada bahsi geçen sorumlulukları yerine getirirken hukukun üstünlüğüne ve demokratik yapıya halel gelmemesini gözetmesi teorik açıdan bir zorunluluktur.

Yirminci yüzyılın siyasi, toplumsal, kültürel ve ekonomik etkileri açısından en önemli kitle iletişim aracı (KİA) şüphesiz televizyondur. Yüzyılın ilk çeyreğinde başlayan süreç, son çeyreğindeki siyasi, toplumsal ve ekonomik gelişmelere eklenen teknolojik gelişmeler neticesinde büyük bir dönüşüm yaşayarak küresel bir etki alanı oluşturmuştur. Türkiye'de 1960'ların sonlarında devletin kamusal yayıncılık kapsamında tek kanallı olarak başlattığı süreç, 1990'larda özel televizyonların faaliyete geçmesiyle büyük bir ivme yakalamış ve kanal sayısı hızla artmıştır (Kejanlıoğlu, 2005, ss. 164-165). Bu artışın sonucunda haber, spor, müzik, sinema, belgesel vb. türlerde tematik yayın yapan kurum ve kanallar ortaya çıkmıştır. Bir tür üzerine yayın yapmak o türe yönelik daha yoğun ve profesyonel bir yayıncılık anlayışını zorunlu kılmıştır (Karadağ & Algül, 2018, s. 710). Söz konusu yoğun ve profesyonel yayıncılık anlayışı ise tematik kanal ve/veya kurumların yayınlarında uzman ihtiyacını doğurmuştur. Bu bağlamda 1996 yılında NTV ile başlayan tematik televizyon yayıncılığı toplumda olumlu karşılık bulması sonucunda benzer girişimler ortaya çıkmıştır. Cable News Network'ün (CNN) 1980 yılında başlattığı "24 Saat Haber" anlayışını (Şeker, 2013) Türkiye'ye kopyalayarak ilk tematik haber kanalı olarak kurulan NTV, günümüzde Doğuş Yayın Grubu (DYG) bünyesinde faaliyetlerine devam etmektedir (DYG, 2025). Bugün farklı alanlarda onlarca tematik televizyon kanalı izleyiciyle buluşmaktadır.

Çalışmanın temel motivasyonu uzun süreli televizyon izleyiciliğiyle ilgili gözleme dayalıdır. Bu gözlem, ulusal düzeyde yayın yapan haber kanallarının özellikle "prime-time" kuşağında yer alan programlardaki uzman profilinin niteliğine yöneliktir. Bir başka ifadeyle, tematik haber kanallarında prime-time kuşağında yayınlanan programların içeriklerini doğrudan etkileyen teknik bir duruma odaklanan bir çalışmadır. Bu programlarda gündeme dair konular yayıncı tarafından davet edilen uzmanlar/konuklar tarafından değerlendirilmekte ve/veya tartışılmaktadır. Uzmanlar/konuklar programlara stüdyoda fiziki şekilde katılabildiği gibi sesli veya görüntülü olarak stüdyo dışından da katılabilmektedir. Programlarda ele alınan konular çoğunlukla Türkiye gündemiyle ilgili olsa da bazı bölgesel ve küresel olaylara yönelik başlıklara yer verilmektedir. Öncelikle belirtmek gerekir ki, Türkiye'nin gündemi jeopolitik konumu, tarihsel birikimi, konjonktürel rolü gibi nedenlerle çok yoğun ve hızlı gelişmelere sahiptir. Sözü edilen değişim sadece yoğunluk ve hız ile sınırlı değil; sosyal, siyasi, ekonomik, kültürel hayata doğrudan etki etmektedir.[1]

Çalışmanın Giriş bölümünde konu açımlanarak çalışma hakkında bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde televizyon yayıncılığına ve uzmanlık olgusuna yönelik kavramsal çerçeve oluşturularak çalışmanın amaç ve yöntemi açıklanmıştır. İki aşamadan oluşan Bulgular bölümünün ilk aşamasında, çalışma kapsamında yer verilen televizyon kanallarının belirlenmesi için "prime-time" kuşağında yayınlanan program verileri çevrimiçi kaynaklardan bulunarak deşifre edilmiştir. Kanalların belirlenmesinde, Radyo Televizyon Üst Kurulu'na (RTÜK) bağlı Televizyon İzleme Araştırmaları Komitesi'nin (TİAK) 2024 yılı Eylül ayı izlenme oranı raporu kullanılmıştır. En çok izlenen ilk 5 kanal ve programlar tespit edilerek programların 1 aylık içerik konusu ile programa katılanların ekrana yansıyan isim ve uzmanlıkları kayıt altına alınmıştır. Bu bölümün ikinci aşamasında, daha önce kayıt altına alınan isim ve program konuları analiz edilerek konu, program ve uzman kesişimleri ortaya çıkarılmıştır. Bu bağlamda uzmanların kadın, erkek dağılımları ve mesleki unvanları ile programda ele alınan konuların örtüşme boyutlarının analizleri yapılmıştır. Sonuç bölümünde, çalışmanın önceki bölümlerinden yola çıkılarak tematik televizyonculuk bağlamında haber kanalları üzerinden medyadaki uzman profili üzerine değerlendirmeler yapılmıştır.

Çalışma, medyanın uzman kavramı ve uzmanlık olgusuna teorik bakışını ve/veya pratikte uygulanan hâlini ortaya koyarak tartışılması gereken bir durum olduğunu göstermektedir. Bu durum yalnızca medyanın varlık nedeninin değil, aynı zamanda kamusal açıdan izleyiciyi pasifize etmesi yönüyle de sorun oluşturmaktadır. Bir başka ifadeyle, çalışma, medyanın hem teorik düzeydeki anlamsal karşılığının hem de pratikte işlevselliğinin esaslı bir sorgulamaya ihtiyacı olduğunu gözler önüne sererek bu alanda faaliyet gösteren tüm kesimleri özeleştiriye çağırmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu çalışma temelde medya başlığı altına girse de iki nedenden dolayı televizyon yayıncılığı bağlamında daraltılmıştır. İlki, televizyonun toplumsal açıdan önemi, rolü, işlevi ve etkisi; ikincisi ise, medyanın toplumsal etkisini analiz etme bağlamında en açık görüntüyü verebilecek KİA'nın televizyon olmasıdır. Bununla birlikte uzman sorunu tüm medya için

[1] Türkiye'deki yoğun, hızlı ve etkili değişim yeni medyanın önemli bir alt türü olan sosyal medyada sık sık mizahi bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Özellikle İskandinav ülkeleri ve Türkiye'nin gündemleri karşılaştırılarak yapılan yorumlarda Türkiye'nin gündeminin birkaç günlük değişiminin İskandinav ülkelerinde aylarca yaşanmadığı vurgulanmaktadır. Yapılan mizahi yorumlarda İskandinav halklarının rutin hayatlarına ve sistemin sorunsuz işleyişine dikkat çekilerek Türkiye'deki gibi bir gündemin birkaç günde toplum psikolojisinde düzeltilemez yaralar açacağı ve sorunsuz işleyen yönetim süreçlerini sekteye uğratacağı iddia edilmektedir. Sadece bu yorumlardaki abartılı ifadeler bile medyanın kamusal açıdan üstlendiği sorumluluk düzeyi ve kamusal rolünün sosyal, siyasi, ekonomik ve kültürel boyutunu yansıtabilmektedir.

genelleştirilebilecek bir durumdur ve dolayısıyla tüm medya türlerinde uzman konusu önemli bir problem olarak ortaya çıkmaktadır. Fakat içeriklerinin analizi ve denetimi açısından en kolaylık sağlayan televizyondur. Çalışmanın kapsamı gereği, tematik televizyon kanallarındaki uzman sorunu ele alınmıştır. Bu bölümde televizyonun ortaya çıkışı, anlamsal uzamı ile toplumsal açıdan etkisi, rolü, işlevi gibi konuların genel bir çerçevesi çizilerek Türkiye'deki karşılığı değerlendirilmiştir. Ayrıca modern toplumda uzman profili ve bu profilin medyadaki rolü ile etkisine değinilerek uzman kavramı ile medya ilişkisi irdelenmiştir.

Teorik açıdan varoluş nedeninin yüklediği kamusal rolü (kontrol/denetleme), eylem gücü (yönlendirme) ve toplumsal etkisi (ikna/yönetme) medyayı sorumlu kılmaktadır (Yaylagül & Korkmaz, 2008, s. 17). Kamuoyunu bilgilendirme ve bilinçlendirme açısından gerçeği iletme medyanın sorumluluklarının temelini oluşturmaktadır ve sorumluluğun yerine getirilmesi için de gerçeğin bizatihi kendisinin iletilmesini gerektirmektedir. Oysa pratikte medya bu sorumluluğu üstlenmediği gibi genellikle siyasi ve ekonomik güç odakları tarafından kamuoyu aleyhine araçsallaştırılmakta (Herman & Chomsky, 2012, s. 16) ve gerçeği dolayımlayarak, yani (yayın politikasına göre) yeni gerçekliklere dönüştürerek iletmektedir (Altıntop & Bak, 2023, s. 505). İktidarın, KİA içinde bir uzantısı olarak da işlev gören bu faaliyetler, medya organlarının ideolojik yayın politikaları, kurumsal kimlikleri ve/veya farklı bağlamlardaki çıkar ilişkileriyle çerçeveleyerek icra edilirken uzmanlık olgusu da etkin şekilde kullanılmaktadır (Kartal, 2022, s. 465).

Televizyon, dolayımlama görevini yerine getiren ve bu konuda oldukça işlevsel olan KİA'ların önde gelenlerindendir. Zira televizyonun teknik yapısı gereği görsel ve işitsel unsurları bir arada içermesi, insan üzerinde daha etkili olmasını ve bu yönde politikalar geliştirilmesini kolaylaştırmaktadır (Coşar, 2011). Bu durum televizyonun önem, işlev ve etkisini olduğu kadar sorumluluğunu da artırmaktadır. Konunun önemi, işlevi ve etkisi dikkate alındığında KİA'nın iletim süreçlerindeki faaliyetleri ve özellikle içeriklerinin belirli bir uzmanlık gerektirdiği aşikârdır (Sarıçam, 2023). Bu bağlamda televizyon yayıncılığının tüm alanlarında olduğu gibi haberin iletim süreçlerindeki çalışanların (sunucu, muhabir vb.) uzmanlığı, içerik, kanal ve çalışanlara yönelik güvenilirliği artıran önemli bir unsurdur (Yılmaz, 2016). Diğer yandan, medyadaki yöneticileri uzman olgusunun hiyerarşik konumu ve toplumsal etkisinden faydalanmak amacıyla içeriklerde bol miktarda uzman görüşüne yer vermektedir. Taylan & Ünal (2017) ulusal gazetelerdeki sağlık haberlerinde uzman görüşüyle ilgili yaptıkları araştırmada dört temel bulgu ortaya koymuştur. İlki, gazetelerin haberi reklam veya birilerinin lehine/aleyhine kamuoyu oluşturmak için yaparak uzman görüşü varmış gibi aktarıldığı; ikincisi, haberlerde görüşüne başvurulan uzmanların konuya yeterince hâkim olmadığı; üçüncüsü, haberlerde uzman görüşüne başvurulsa bile uzmanlık görüşüne yeterince yer verilmediği ve dördüncüsü, görüşüne başvurulan uzmanların magazinel kimliklerinden dolayı yer evrildiği şeklindedir. Buna göre gazete haberlerinde uzman görüşü konuyu gerçek çerçevesiyle aktarmaktan ziyade okurun dikkatini çekmek için sansasyon ve magazinel içerikli, ilgi çekmeye yönelik ve çıkar amaçlı kullanıldığı ortaya çıkmaktadır.

Tüm KİA'larda olduğu gibi televizyon haberciliğinde de uzman olgusu iki şekilde kullanılmaktadır. Bunlardan ilki isim ve/veya kurumsal ilişki belirtilmeyerek genelleştirici biçimde ifade edilen "uzmanlar" ("uzmanlara göre" vb.) şeklindedir. Bu kullanım, otoriteden (uzman olgusundan) ödünç alınan güvenilir imajını sunulan içeriğe aktararak izleyici üzerindeki etkiyi artırmayı amaçlamaktadır; fakat bu kullanım izleyici açısından kaynağın izini sürememe ve daha sonra hatırlayamama ve/veya yanlış hatırlamaya neden olmaktadır (Wilbur, 2026). Yayıncılık mantığı açısından doğru gibi görünen bu kullanımdaki temel sorun, uzman olarak sunulan kişi veya kurumların kimliğinin belirsiz oluşudur. Dolayısıyla hem aktarılan bilginin hem de kurumun güvenilirliğini zedeleyici bir durum ortaya çıkmaktadır. İkincisi ise isim ve/veya kurumsal kimlik ile birlikte yapılan kullanım biçimidir (Harut, 2023, s. 91-93). Teknik olarak doğru gibi görünen bu tür kullanımlardaki sorun, uzman olarak belirtilen kişinin uzmanlık alanının dışına çıkıp çıkmadığıyla ilgilidir. Özellikle gazeteci kimliği altında görülen bu kişilerin uzmanlık bilgisinin yüzeyselliği göze çarpmaktadır ve bu durum, içeriğin niteliğini düşürerek sığ ve magazinel değerlendirmelere yol açmaktadır (Wilbur, 2026; Taylan & Ünal, 2017).[2] Geleneksel veya yeni medya fark etmeksizin, yukarıda değinilen işleyiş biçiminin başta güvenilirlik olmak üzere ortaya çıkardığı sorunların hem toplumsal hem de kurumsal yönlerinin medya okuryazarlığı kapsamında değerlendirilerek çözülmeye çalışıldığı görülmektedir (Güdekli vd. 2022). Medya okuryazarlığı anlayışına göre, bu alanda bilinç kazanmış kişilerin içerik doğrulama yöntemlerinden biri iletiyi kaynağı da dâhil tüm yönleriyle sorgulamaktır (RTÜK, 2016, s. 5) ve bu tutum medya kuruluşlarının varoluş amacına uygun faaliyet göstermeye zorlayacak unsurlardan biridir (Altıntop, Bak ve Bak, 2020). Fakat geleneksel medya veya yeni medya bağlamında sunulan bu yöntem sektör ve akademiyi arka plana iterek sorunu izleyici üzerinden çözmeye çalıştığı için çok fazla işe yaramamaktadır.

2.1. Televizyon İcadı ve Tematik Yayıncılığın Ortaya Çıkışı

Televizyon, yirminci yüzyılın en önemli KİA'larından biridir ve kısa tarihinde kitle iletişimi açısından son derece önemli roller üstlenmiştir. Tarih boyunca iletişim ile ilgili icat ve faaliyetlerin tümünde olduğu gibi televizyonun icadı ve yaygınlaşma süreci de teknolojik yenilikler ve bilimsel ilerlemeler ile şekillenmiştir. Televizyonun icadına yönelik teknik buluşlar on dokuzuncu yüzyılın son çeyreğine kadar gitse de ilk yayınlar 1920'lerin ortalarında deneysel yayınlarla başlamıştır. Televizyon farklı ülkelerden birçok bilim insanının birbirinden bağımsız ve/veya üzerine koyarak geliştirdiği yeni teknolojiler sonucunda ortaya çıkmış bir iletişim teknolojisidir (Aziz, 2013, s. 46-48). Kamusal yayıncılığın ilk önemli örneği olan British Broadcasting Corporation (BBC) 1932 yılında ilk test yayınlarını yapmış, 1936 yılında da

[2] Sektörde gazeteci için, "herhangi bir konuda tam anlamıyla uzman olmayan ama her konuda bilgisi bulunan kişi" şeklindeki (Aytaç, 2016) kanıksanmış ifade bu durumun özetler niteliktedir.

geniş bant yayınlarını Londra'da başlatmıştır (Çağlar, Akdemir & Toker, 2019, s. 13). Televizyon, 1940'lı yıllarla birlikte Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) önemli bir KİA olarak kullanılmaya başlanmıştır (Karadağ & Algül, 2018). Özellikle ABD'de kitle iletişimi üzerine yapılan bilimsel çalışmaları diğer KİA'ların yanında televizyonu sosyal ve siyasi açıdan daha etkili bir konuma taşımıştır. İkinci Dünya Savaşı'nın hemen ardından televizyonla ilgili gelişme ve yenilikler bunun başlıca göstergesidir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak artık evlerde bir ihtiyaç olarak televizyon setleri yer almaya başlamış, yayınlar düzenli hâle gelmiş ve kısa süre içinde renkli televizyon yayıncılığına geçilmiştir (Durdağ, 2017). Televizyon yayıncılığı alanındaki 1950'lerde başlayıp 1960'larda etkisini artıran bu radikal gelişmeler televizyonun "altın çağı" olarak adlandırılmasına yol açmıştır (Aziz, 2013, s, 42). Ayrıca televizyonun hem ilgi hem de etki açısından artan gücü kitlelere ulaşan popüler programların üretilmesinin de önünü açmıştır (Spigel, 1992, s. 120). Bu dönemde televizyonu diğer KİA'lardan ayıran en önemli özelliği, görüntü ve sesi hareketli simülatif bir gerçekliğe dönüştürmesidir. Televizyon teknolojisinin bir benzeri sinemada da vardır lakin sinema için izleyicinin bir mekâna (sinema salonu vb.) gitmesi gerekirken televizyon izleyicinin olduğu mekâna (eve) gelmektedir. Evlere girerek mahremiyeti "bypass" eden dönüşüm hayatın yeni bir algıyla dizayn edilmesinin de başlangıcıdır (Şentürk, 2009). Eğlence odaklı bu dönüşüm siyaset ve ekonomi gibi alanların ötesinde dil, cinsellik, şiddet, ahlak ve kültür gibi gündelik hayatı besleyen bir etkiye yol açarak sosyal yapının inşa edilmesinin imkânını doğurmuştur. Bu yıllarda kitle iletişimi kapsamında televizyon ile ilgili araştırmalar, başta çocuklar olmak üzere toplumun tüm katmanları üzerindeki etkilerine yoğunlaşmaktadır (Briggs & Burke, 2011, s. 300; Güngör, 2022).

1960'lar televizyonun küresel açıdan yaygınlık kazanmaya başladığı yıllardır. Bunun başlıca nedeni uydu teknolojileri ve uluslararası yayıncılık faaliyetleridir. Bu sayede, aynı televizyon programları dünyanın farklı köşelerinde aynı anda izlenebilir hâle gelmiştir. Bu gelişme, televizyonun dünya çapında kitleler üzerindeki etkisini artırmış ve onu bir küresel medya aracı hâline getirmiştir (Can, 2014). ABD ve Avrupa'da 1980'li yıllarda yeni teknolojiler vasıtasıyla öne çıkan uydu, kablolu ve özel televizyon yayıncılığı, gelişmelerin hızlanmasıyla beklenen küresel etkiyi 1990'larda yakalamıştır (Korkut, 2022, s. 36). Tematik yayın uygulamasını da ortaya çıkaran bu gelişmelerin en çarpıcı örneği CNN'in 1980 yılında "24 Saat Haber Yayını" yapmaya başlamasıdır ve bu gelişme, televizyon haberciliğinin rolünü yeniden şekillendirmiştir (Abuşoğlu, 2022). CNN, 1990 yılında ABD'nin Irak'a karşı başlattığı Körfez Savaşı'nı canlı yayınlayarak televizyon yayıncılığında önemli bir eşiğin aşılmasına yol açmıştır. İnsanların birbirini öldürdüğü, şehirlerin bombalandığı, katliamların yaşandığı savaş artık sıradan bir televizyon yayını gibi evlerdeki koltuklarda izlenmektedir (Atabek, 1995, s. 194).

Televizyon dünya genelinde olmasa da Batı'da yirminci yüzyılın ortalarından itibaren haberlerin geniş kitlelere ulaşmasında en etkili medya araçlarından biri olmuştur. Genel yayın olarak adlandırılan bu yöntemde yayın kuşakları (gündüz kuşağı, prime-time kuşağı, haber kuşağı, reklam kuşağı vb.) vardır ve program türlerinin gün içerisinde planlı saat aralıkları bulunmaktadır (Aziz, 2013, s. 138). Kuşak yayıncılığı yönteminde izleyicilerin takip etmek istedikleri yayın için belirli saatlerde ekran karşısına geçmesi yayını kaçırmaması açısından önemlidir ve bunun için izleyiciler gündelik işlerini yayın akışına göre ayarlamaktadır. Tematik yayıncılık bu yayın akışı tekniğini büyük oranda değiştirerek 24 saat haber, müzik, spor, belgesel, dizi, sinema veya çizgi film türleri özelinde yayın faaliyetine geçilmesini sağlamıştır. Bu bağlamda tematik televizyon yayıncılığının farklı tanımlamaları bulunmaktadır fakat bu tanımların ortak noktası, spesifik bir tema üzerinde uzmanlaşan bir yayıncılık türü olmasıdır (Karadağ & Algül, 2018, s. 709). Diğer bir ifadeyle, tematik yayıncılık, yayın akışını izleyicilerin beğenesiyle örtüşebilecek tür aralığında daraltarak o türde daha kapsamlı ve nitelikli yayın yapılmasıdır.

Tematik yayıncılıkta özellikle 24 saat yayın yapan haber kanallarının ortaya çıkışı, kamuoyu bilgilendirme süreçlerinde önemli bir dönüşüme neden olmuştur. Haber kanalları, siyasi olaylar, ekonomik gelişmeler, toplumsal krizler, spor organizasyonları, kültür-sanat faaliyetleri ve hava durumu gibi geniş bir yelpazede haber/bilgi sağlayarak, izleyicilerin gündemi takip etmelerini sağlamaktadır. Bu süreçte televizyon, haberin hem üretiminde hem de dağıtımında kritik bir rol oynamaktadır (Cushion, 2012; Tokgöz, 2010, s. 164).

Tematik haber kanalları 1980'lerden sonra yaygınlaşmaya başlamış ve CNN'nin 24 saat yayın formatı büyük bir ilgi görerek hızla yaygınlaşmıştır. CNN'nin 1980 yılında 24 saat haber yayını yapma iddiasıyla kurulmuş ve bu format toplumda karşılık bulmuştur (Whittemore, 2001, s. 95). CNN'nin başarısı, haberin sürekli erişilebilir olmasını sağlamış ve benzer formatta birçok haber kanalının kurulmasına zemin hazırlamıştır. Bu durum, televizyonun bilgi sağlama işlevini güçlendirmiş ve habercilik anlayışını dönüştürmüştür. 24 saat yayın yapan haber kanallarının ortaya çıkışı, televizyonun geleneksel haber bülteni yapısının ötesine geçmesine olanak tanımıştır. Bu kanallar, olayların anlık gelişmelerini canlı yayınlarla izleyicilere aktararak, haberin hızla yayılmasını sağlamaktadır. 24 saat kesintisiz yayın yapan televizyon haber kanallarının olaylara gerçek zamanlı olarak müdahale etme ve kamuoyunun bilgiye hızla erişmesini sağlama kapasitesi, habercilik anlamında geleneksel medyayı geri plana itmiştir (McNair, 2009, s. 67). Dolayısıyla geleneksel yayıncılıkta haber kuşağını bekleyen büyük bir kesim artık haber kanalları aracılığıyla beklemeden habere ulaşabilmektedir. Aynı durum ekonomi, belgesel, müzik, spor, dizi, sinema, çizgi film gibi alanlarda da geçerlidir.

Televizyon, Türkiye'de 1960'ların sonlarından itibaren önemli bir kitle iletişim aracı hâline gelmiştir. 31 Ocak 1968 tarihinde Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) tarafından yapılan ilk deneme yayınlarıyla başlayan süreç, televizyonun ülkede hızla yaygınlaşmasını sağlamıştır (İlaslan, 2014). Bu dönemde televizyon, yalnızca TRT'nin tek kanallı yayınları aracılığıyla izlenebilmektedir ve yayınlar devletin sıkı denetimi altında altındadır (Ünlü, 2015, s. 38, 53). TRT'nin tek kanallı yayın döneminde, televizyon özellikle büyük şehirlerde yaşayan halkın bilgi ve eğlenceye erişiminde

önemli bir araç hâline gelmiştir. TRT, 1970'li yıllarda yaptığı kültürel ve eğitim amaçlı programlarla, Türkiye'nin sosyo-kültürel yapısının gelişiminde etkili olmuştur (Aziz, 1977). Bu dönemde televizyonun, devletin belirlediği yayın politikaları doğrultusunda yayın yapması, Türkiye'deki televizyonun kamu yararını gözeten bir hizmet olarak algılanmasına yol açmıştır. 1980'li yıllarda Türkiye'de yaşanan siyasi ve ekonomik değişimler, televizyon yayıncılığında da önemli dönüşümlere yol açmıştır. Özellikle 1980 askeri darbesi sonrası, devletin iletişim üzerindeki kontrolü artmış, televizyon yayınları sıkı bir şekilde denetlenmeye devam etmiştir (Ünlü, 2015, s. 55). Ancak, 1980'lerin sonunda başlayan liberal ekonomik politikalar ve serbest piyasa anlayışı, özel televizyon kanallarının ortaya çıkmasının zeminini hazırlamış ve 1990'lardan itibaren özel radyo ve televizyonlar yayın hayatına girmiştir (Taylan, 2012, s. 182-183). Türkiye'deki tematik yayıncılık da bu süreçte ortaya çıkmıştır; fakat TRT bünyesinde kurularak 1986'da yayın hayatına başlayan TRT TV 2'yi (TRT 2) burada anmak gerekmektedir. Zira tek kanallı dönemi bitirmesinin yanında, TRT TV 1'in (TRT 1) yayın yapmadığı saatlerde yayında olan TRT TV 2'nin yayın türü kültür-sanat ağırlıklıdır (Özçağlayan, 2014, s. 42). Bu bağlamda, Türkiye'de TRT TV 2 basit anlamda ilk tematik kanal örneği olarak sayılabilir; fakat gerçek anlamda tematik yayıncılık özel televizyonların artışıyla ortaya çıkmıştır.

Türkiye'de özel televizyon kanallarının kurulması, 1990'lı yıllarda medya sektöründe önemli bir değişimleri beraberinde getirmiştir. 1990 yılında Almanya merkezli olarak yayın hayatına başlayan ilk özel kanal olan Star TV (o dönemdeki adıyla Magic Box ve sonra Star 1), Türkiye'de özel yayıncılığın öncüsü olmuştur (Öztürk, 2013). Bu süreç, Türkiye'de medya sektörünün çeşitlenmesine ve televizyon izleyicilerinin daha geniş bir içerik yelpazesine ulaşmasına imkân tanımıştır. Özel televizyon kanallarının yaygınlaşmasıyla birlikte, Türkiye'de haber yayıncılığının da önemli bir değişim geçirmesinin neden olduğu rekabet ortamı, haber bültenlerinin formatında ve sunum tarzında yeniliklerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Birçok kanal genel yayın akışı içerisinde yer alan haber bültenlerini izleyici odaklı hâle getirebilmek için dinamik, ilgi çekici, magazinel yer yer sansasyonel formatta sunarak geniş kitlelere ulaşmaya çalışmıştır (Öztürk, 2013).

Türkiye'de 24 saat haber yayını yapan televizyon kanallarının ortaya çıkışı, 1990'ların ortalarına denk gelmektedir. 1996 yılında yayına başlayan NTV, Türkiye'nin ilk 24 saat haber kanalı olarak bu alanda öncülük yapmıştır (Kuyucu, 2018). NTV'nin başarısı, Türkiye'de habercilik anlayışının değişmesine ve izleyicilerin sürekli güncellenen haberlere erişim ihtiyacının karşılanmasına önemli bir katkı sağlamıştır. Bu süreçte, haber kanalları, Türkiye'nin siyasi, ekonomik ve toplumsal gelişmelerinin kamuoyuna aktarılmasında önemli bir araç hâline gelmiş ve sayılarının çoğalması, televizyon yayıncılığındaki rekabeti de artırmıştır. CNN Türk (1999), TGRT Haber (2004), Haber 7 (Ülke TV, 2006), 24 TV (2007), ATR TV (TvNet, 2008) ve Habertürk (2010) gibi kanalların da devreye girmesiyle (Kuyucu, 2018, s. 556), Türkiye'de haber kanalları arasında rekabet ortamı ortaya çıkmıştır. Bu rekabet, haberlerin sunumunda hız ve içerik çeşitliliğinin önemini artırmış, izleyicilere farklı perspektiflerden haber alma imkânı sunmuştur. Ayrıca, bu kanalların uluslararası haber ajanslarıyla işbirliği yapması, Türkiye'deki haber izleyicilerinin dünya gündemine daha geniş bir yönlerden bakabilmesine olanak sağlamıştır. Diğer taraftan, uluslararası işbirliği ve/veya ortaklıklar yayın politikalarını belirleyen önemli bir etken olarak üzerinde durulması gereken konulardandır (Şeker, 2013; Öztürk, 2013).

Tüm bunlar gösteriyor ki, tematik yayıncılığın ortaya çıkması günün her saati belirli konularda yayın yapılmasına yönelik olduğu için uzman ihtiyacını zorunlu kılmaktadır. Zira 24 saat boyunca başta ulusal sınırlar olmak üzere dünyanın farklı yerlerine yönelik ve onlarca farklı konuya dair haber üretilmesi, o konu ve alanda derinlemesine uzmanlık ve bilgi gerektirmektedir. Aksi durumda haber aktarılamayacak, izlenirlik tehlikeye girecek ve bu alanda rekabet edilemeyecektir. Burada devreye giren olgu izlenirliktir ve izlenirlik, yayınların izleyici açısından cazip hâle getirilmesine dayanmaktadır. Bilgi aktarımı şüphemiz önemlidir; fakat söz konusu izlenirlik (reyting) olduğunda sorun sunumun ilgi çekici hâle getirilmesiyle çözülmeye çalışılmaktadır. Bu da sunumun ve dolayısıyla içeriğin eğlenceli, magazinel ve sansasyonel ve magazinel forma sokulmasını beraberinde getirmektedir. Haber gibi ciddi bir konuda da aynı mantık üzerinden hareket edilmektedir ve yukarıda değinilen uzman profili oluşturulurken bu mantıkla hareket edildiği görülmektedir. Başka bir ifadeyle, içeriği daha ilgi çekici hâle getirmek için konuyu vurucu, şaşırtıcı, tartışmacı, eğlenceli aktaran ve belirli bir popülariteye salip kişiler tercih edilmektedir. Bu aşamada ise uzman profillerinin popüler, magazinel ve sansasyonel kimliğiyle bilinen örnekleri öne çıkmaktadır. Burada devreye giren ikinci husus ise, medya, iş dünyası ve akademisyenler arasındaki network (bağlantı, sosyal sermaye) gücüdür ve bu iki parametreyi daha başarılı bir araya getirenlerin uzman koltuğuna oturtulduğu görülmektedir. Tüm bunların yanında yeni medyanın izleyiciye istediği yerde istediği saatte istediği yayına erişmişini sağlayan teknolojisi tematik yayıncılığın karşısında güçlü bir alternatif olarak ortaya çıkmaktadır. Daha açık ifadeyle, tematik yayıncılığın etkisi hâlen tartışılmaz bir gerçektir; fakat televizyon özelinde söylersek, günümüzde dijital platforma dayalı yayıncılık ve internet teknolojileri sayesinde zamana ayarlı ve mekâna dayalı yayın akışı tekniğinin önemi veya etkisi giderek azalmaktadır.

3. AMAÇ VE YÖNTEM

Çalışmanın amacı, tematik olarak haber yayıncılığı yapan televizyon kanallarındaki prime-time kuşağında yayınlanan programlara katılan uzman profilinin niteliğine yönelik anlamlı sonuçlar elde etmektir. Bu sayede, hem haber kanallarının medyanın varlık nedenleri ve amaçlarıyla olan uyumu, hem de söz konusu programlara katılan uzman profilinin haritası çıkarılmış olacak ve böylece medyanın teorik düzeydeki karşılığı ile pratikteki varlığının mukayese edilmesini sağlayan bir ölçüt elde edilecektir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kapsamında amaçlı örneklem tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, metinsel, görsel veya sembolik materyallerin sistematik bir şekilde incelenmesini sağlayan nitel bir araştırma yöntemidir (Aziz, 2014: s. 123). Bu yöntem, araştırma nesnesinin anlamsal uzamını ve amacını ortaya koymak için verileri farklı değişkenler üzerinden nesnel ve rasyonel bir şekilde yorumlamaya yöneliktir (Bilgin, 2006, s. 2). Kendi içinde betimsel, tematik ve karşılaştırmalı şeklinde farklı teknikler kullanılabilen içerik analizi yönteminin temel amacı, analiz edilen materyal içindeki örtük, gizli veya saklı anlamları açığa çıkarmaktır (Altıntop, 2025, s. 6). Büyük miktardaki nitel veriyi nicel verilere dönüştürerek tematik örüntülerin ve kategorilerin belirlenmesini kolaylaştırması ve tekrarlanabilir olması bu yöntemin nesnellik ve güvenilirlik düzeyini yükseltmektedir (Braun & Clarke, 2006, s. 79).

Çalışmada içerik analizi yapılacak örneklem seçimi için ilk aşamada haber kanalları tespit edilmiştir. Bu amaçla inceleme örneklemi (televizyon kanalları) seçilirken amaçlı örnekleme tekniği kullanılmıştır. Nicel yönü güçlü olan amaçlı örnekleme, çalışma evreninin genelini en çok yansıtacağına kanaat getirilen örnekleme uygulanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2011, s. 107). Buna göre televizyonculuk için önemli bir ölçüt olan "reyting" (izlenme oranı) çalışmada seçilen örneklemin (kanalların) temel parametresidir. Verilerin elde edildiği kaynak ise Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) hazırladığı yönetmeliği uygun olarak faaliyetlerini yürüten TİAK'ın[3], aylık ve yıllık olmak üzere ulusal kanalların izlenme oranlarını yayımlamaktadır. Bu çalışmada 2024 yılı Eylül ayı için oluşturulan rapor kullanılmıştır (Tablo 1). Çalışmanın evreni tüm haber kanalları, örneklemi 2024 yılı Eylül ayında en fazla reytinge sahip olan ilk beş haber kanalıdır.

Rapora göre Türkiye'de ulusal yayın yapan haber kanalları içinde en 2024 Eylül ayı içerisinde fazla izlenen ilk beş haber kanalı çalışmaya dâhil edilmiştir. Bunlar, kamu kuruluşu olan TRT Haber'in yanında özel sektörden CNN Türk, Haber Türk, AHaber ve NTV kanallarıdır. İkinci aşamada, televizyon yayıncılığında prime-time kuşağı olarak adlandırılan 20.00-24.00 saatleri arasında söz konusu kanallarda yayınlanan haber-tartışma programları tespit edilerek çalışma konusuyla uyumlu olanlar listelenmiştir (Tablo 2). Üçüncü aşamada ise, tespit edilen programların bir aylık yayın akışı, yayın konusu ve katılımcıları (uzmanlar) not edilerek analiz için hem nicel (istatiksel) hem de nitel veri elde edilmiştir. Bulgularda kullanılan görsel ve ağ haritaları, araştırma istatistiklerinin MAXQDA ve Obsidian programları üzerinden kodlama ve eşleştirilmesi yoluyla elde edilmiştir.

4. BULGULAR

Bu bölümde, tematik olarak haber yayıncılığı yapan televizyon kanallarının yayınlarındaki haber-tartışma programlarına katılan uzman profilinin analizi yapılmıştır. Analizi yapılan verinin elde edilişi ve analiz şekli amaç ve yöntem bölümünde belirtilmiştir. Analize geçmeden önce, konunun zemini oluşturmak için "uzman" sözcüğü anlam ve kavramsal açıdan değerlendirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Uzman sözcüğünün sözlükteki karşılığı, "Belli bir işte, belli bir konuda bilgi, görüş ve becerisi çok olan kimse, mütehassıs, kompetan" şeklindedir (TDD, 2012, s. 1776). Uzman denildiğinde zihinlerde de beliren bu basit tanıma göre, analiz yapılan programlardaki uzman profillerinin, programlarda ele alınan ve/veya tartışılan konulara yönelik belirli bir görüş, bilgi, becerisinin olması beklenir. Daha açık söyleyişle, uzman olarak konumlandırılan kişilerin, konuşulan konuyla ilgili eğitim almış ve/veya fiili olarak üzerinde çalışmış olması gerekmektedir. Fakat üstteki soyut tanım somut hâle geldiğinde, başka bir ifadeyle, hayatın içerisinde bir süreç olduğunda, fiil, tanımla tam olarak örtüşmemektedir ve bu durum hayatın her alanı için geçerli gözükmektedir. Dolayısıyla medya için de bu durum geçerlidir ve doğası gereği fazla göz önünde olması nedeniyle örtüşmemeyi ya da uyumsuzluğu görmek daha kolaydır. Bu bağlamda, aşağıda, medya alanında önemli bir kategori olan televizyonda yayın yapan tematik haber kanallarının pratikteki görüntüsünü ortaya koymak için değerlendirmeler yapılmıştır. Yapılan değerlendirmelerde incelenen unsurlar, belirli bir ölçüte göre (TİAK verileri) saptanan haber kanalları, bu kanallarda belirli yayın aralığındaki (prime-time) programlar ve bu programlara katılan uzman profilleri olmak üzere üç kategoriden oluşmaktadır. Amaç ve yöntem bölümünde belirtilen TİAK raporuna göre 2024 yılı Eylül ayında en fazla izlenen ilk 5 haber kanalı aşağıdaki gibidir (Tablo 1). Tablodaki 5 haber kanalının dördü (CNN Türk, A Haber, Haber Türk ve NTV) özel girişim, biri (TRT Haber) kamu televizyonudur.

Tablo 1. 2024 Yılı Eylül Ayı En Fazla İzlenen İlk Beş Haber Kanalı

S. No	Haber Kanalı	Mülkiyeti	İzlenme Oranı (Reyting)
1	CNN Türk	Özel	0.61
2	A Haber	Özel	0.49
3	TRT Haber	Kamu	0.49
4	Haber Türk	Özel	0.25
5	NTV	Özel	0.19

(Kaynak: https://tiak.com.tr/tablolar)

TİAK raporu dikkate alınarak haber kanallarının belirlenmesinden sonra, bu kanallarda "prime-time" olarak adlandırılan 20.00-24.00 saatleri arasındaki haber-tartışma programları listelenmiştir. Bunun için de ilgili haber kanallarının internet

[3] Televizyon İzleme ve Araştırmaları Komisyonu A.Ş. (TİAK), televizyon izleme ve ölçümleri alanında faaliyet gösteren reklam veren ve reklam üretici dernekleri, medya planlama ajansları ve televizyon kanallarının bir araya gelerek kurdukları bir anonim şirketidir. Yönetmeliği bir kamu kuruluşu olan RTÜK tarafından düzenlenmiştir ve yaptığı ölçümler yine RTÜK tarafından denetlenmektedir (TİAK, 2026).

sitelerindeki arşiv ve www.youtube.com'da yer alan sayfalarından faydalanılmıştır. Tablo 1'deki haber kanallarının prime time kuşağında yer alan haber-tartışma programları aşağıdaki gibidir (Tablo 2).

Tablo 2. İncelenen Kanallardaki Haber-Tartışma Programları (Haftalık)[4]

S. No	Haber Kanalı	Haftalık Program Sayısı	Haftalık Haber-Tartışma Programı[5]	Planlanan			Aylık Toplam Yapılan[6]
				Gün Bazında	Haftalık Toplam	Aylık Toplam	
	CNN Türk	1	Tarafsız Bölge (Pazartesi-Çarşamba)	2		8	8
		2	Ne Oluyor? (Salı-Pazar)	2		8	8
		3	Gece Görüşü (Perşembe)	1	7	4	4
		4	Akıl Çemberi (Cuma)	1		4	5
		5	CNN Türk Masası (Cumartesi)	1		4	3
2	A Haber	1	Sebep Sonuç (Pazartesi-Çarşamba)	2		8	8
		2	Memleket Meselesi (Salı)	1		4	4
		3	Arka Plan (Perşembe)	1	7	4	4
		4	Aklın Yolu (Cuma)	1		4	-
		5	Satır Arası (Cumartesi)	1		4	4
		6	Canan Barlas İle Gündem (Pazar)	1		4	4
3	TRT Haber	1	Birinci Sayfa (Hafta içi her gün)	5	7	20	14
		2	Odak Gündem (Cumartesi-Pazar)	2		8	-
4	Haber Türk	1	Nedir Ne Değildir? (Pazartesi)	1		4	6
		2	Olaylar ve Görüşler (Salı)	1		4	4
		3	Açık ve Net (Çarşamba)	1		4	2
		4	Türkiye'nin Nabzı (Perşembe)	1	7	4	-
		5	Enine Boyuna (Cuma)	1		4	3
		6	Gerçek Fikri Ne? (Cumartesi)	1		4	5
		7	Haber Türk Gündem (Pazar)	1		4	2[7]
5	NTV	1	Mete Çubukçu İle Pasaport (Pazartesi)	1		4	4
		2	Siyasi İşler (Salı)	1	3	4	4
		3	Yakın Plan (Perşembe)	1		4	3
Toplamlar		23		31	31	124	99

İncelenen kanalların bir hafta boyunca prime-time kuşağında yayınladıkları programlar gün ve sayı olarak yer verilen Tablo 2'ye göre toplam 5 kanalda 23 farklı programın Eylül ayı içinde her gün (30) yayında olduğu ve NTV hariç diğer dört kanal haftanın her günü prime-time kuşağında haber-tartışma programı yayınlandığı görülmektedir. Toplumda 31 olarak ilan edilen yayın sayıları 1 ay (4 hafta) için hesaplandığında (4x31) 124 yayının olması gerekmektedir; fakat çalışmada görüldüğü üzere, haftalık yayın süreçleri planlandığı gibi gitmeyebilmekte ve yayınların yerine ya haber programı ya da farklı formatta ikame yayınlar yapılarak durum idare edilebilmektedir (Şekil 1, Tablo 3). Bir başka ifadeyle, yayın sayıları ve/veya yayınlanan programlar kanalların daha önce ilan ettiği sayı ve tarih ile aynı olamayabilmektedir. Bu bağlamda TRT Haber hariç diğer televizyonların 2024 yılı Eylül ayı içerisindeki tüm yayınlarına erişilmiş ve analiz edilmiştir. Programların ilan edilen gün ve sayıları (Tablo 2) ile yayın tarih ve sayıları (Tablo 3) 2024 yılı Eylül ayı takvimi üzerinde kontrol edildiğinde, kanalların tümünde gün ve sayı kaymaları yaşandığı görülmektedir. Dolayısıyla araştırmada 99 yayının kayıtlarına erişilmiştir (Tablo 3). Tablo 2'deki listeye bakıldığında 124 olması gereken yayınların toplamı, TRT'nin erişim sağlanamayan 14 programı da dâhil edildiğinde 113 olmaktadır. Buna göre Eylül ayı TRT'nin erişilemeyen programları haricinde 11 program eksik olarak tamamlanmıştır. Tablo 2'de görüldüğü üzere, ilan ettiği program listesine tek uyan A Haber (28/30) olmuştur. İlan ettiği plana en yakın sayıda yayın yapan kanal ise NTV'dir (11/12). Diğerleri sırasıyla A Haber (24/28), Haber Türk (22/28) şeklindedir.[8] TRT Haber'deki yayınların tüm kayıtlarına erişilemediği için kesin bir sonuç saptanamamıştır. Ayrıca ilan edilen listede 23 program yer alırken analizi yapılan yayın listesi 20 programdan oluşmaktadır. TRT Haber'deki Odak Gündem verisi olmadığı, A Haber'deki Aklın Yolu ve Haber Türk'teki Türkiye'nin Nabzı adlı programları da analizi yapılan ay içerisinde yayınlanmadığı için program sayısı 20'dir.

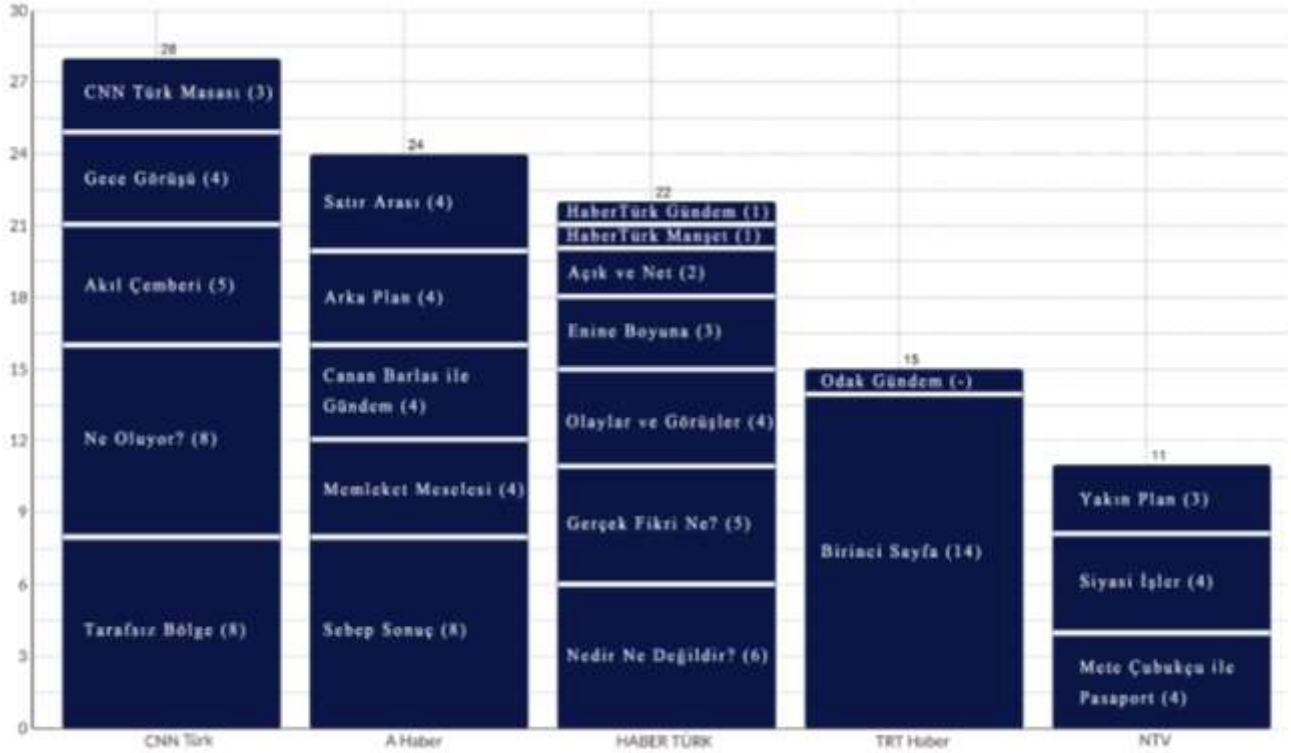
[4] Programların haftalık yayın günü bilgisine kanalların web sayfalarından ulaşılmıştır.

[5] Haber Türk, CNN Türk, A Haber ve NTV'nin yayın kayıtlarına kanalların web sayfalarından, web sayfasında yayın akışlarının kayıtları bulunmayan TRT Haber'in program kayıtlarına kanalın YouTube sayfasından erişilmiştir. Diğer yandan, TRT Haber'de hafta sonları yayınlandığı belirtilen "Odak Gündem" programının kayıtlarına kanalın web sitesinde ve YouTube sayfasında yer verilmediği görülmüştür. Ayrıca, TRT Haber'de hafta içi her gün yayınlanan ve çalışmaya dâhil edilerek incelenen "Birinci Sayfa" adlı programın kayıtları kanalın web sitesinde yer almamaktadır. Kanalın YouTube sayfası incelendiğinde ise, bir aylık periyottaki tüm yayınların eklenmediği için tamamına erişilememiş ve erişilen kayıtların analizi yapılmıştır.

[6] Erişilen kayıtlar listelenmiştir.

[7] Bir ay içinde iki kez yayınlanan programlardan biri "Haber Türk Gündem", diğeri "Haber Türk Manşet" ismiyle yayınlanmıştır.

[8] Buradaki rakamlar 1 hafta (7 gün) üzerinden değerlendirildiği için 28 gün esas alınmıştır; fakat yayınlar 1 aylık periyodu (30 gün) kapsamaktadır.



Şekil 1. Çalışmada İncelenen Yayınlar ve Yayınların 2024 Yılı Eylül Ayındaki Program Sayıları

TİAK raporundaki izlenme oran sırasına göre hazırlanan Tablo 3'te[9], CNN Türk'ün Eylül ayı (30 gün) boyunca 5 farklı program ile 28 yayın; A Haber'in 5 farklı program ile 24 yayın; TRT Haber'in 2 farklı program[10] ile 30 yayın; Haber Türk'ün 7 farklı program ile 22 yayın ve NTV'nin 3 farklı program ile 11 yayın yaptığı görülmektedir. Tablo 3'de (tam hâli Ek 1) 100 kayıt gözükmektedir fakat TRT Haber'de yayın listesinde olan Odak Gündem adlı programın çevrimiçi kaydına erişilemediği için toplamda 99 yayının kayıtlarına ulaşılarak veriler elde edilmiştir.

Tablo 3. Programların Yayın Tarihi, Yayın Konusu ve Katılan Uzman Sayısı

S. No	Kanal	Program	Tarih	Konu	Katılan Uzman Sayısı
1	CNN Türk	Tarafsız Bölge	2.09.2024 Pazartesi	İsrail, Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, İç Siyaset	8
9	CNN Türk	Gece Görüşü	5.09.2024 Perşembe	İsrail Saldırıları, İç Siyaset, Ekonomi, Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini	6
13	CNN Türk	Ne Oluyor?	3.09.2024 Salı	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, Türkiye-Mısır ve Suriye İlişkileri, Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, ABD İç Siyaseti	6
21	CNN Türk	Akıl Çemberi	6.09.2024 Cuma	Dilan-Engin Polat Davası, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, Türkiye-Mısır İlişkileri, Enerji Politikaları, ABD İç Siyaseti	7
26	CNN Türk	CNN Türk Masası	7.09.2024 Cumartesi	Yeni Mezun Teğmenlerin Yemin Töreni, Cübbeli Ahmet Hoca'ya Saldırı, İsrail Saldırıları, Dilan Polat Tahliyesi	6
29	A Haber	Sebep Sonuç	2.09.2024 Pazartesi	İsrail Saldırıları	5
37	A Haber	Memleket Meselesi	3.09.2024 Salı	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, ABD, Rusya-Ukrayna Savaşı, Rusya-Türkiye İlişkileri	4
41	A Haber	Arka Plan	5.09.2024 Perşembe	Türkiye-Mısır İlişkileri, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler	4

[9] Tablonun tam hâli Ek 1'dedir. Burada analizi yapılan programlardan birer yayın örneği yer almaktadır.

[10] TRT Haber'de hafta sonları yayınlanan Odak Gündem adlı programın çevrimiçi kayıtları olmadığı içi analize dâhil edilememiştir. Bir kısmının analizinin yapılabildiği Birinci Sayfa programına ise kanalın kendi internet adresinden değil, YouTube'daki sayfasından erişim sağlanmıştır. Toplamda 14 yayının analizinin yapılmasının nedeni, kanalın YouTube sayfasında programların tüm kayıtlarını eklenmemesi ve aralıklarla güncelleme yapılmasıdır.

45	A Haber	Satır Arası	7.09.2024 Cumartesi	Yeni Mezun Teğmenlerin Yemin Töreni, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler,	4
49	A Haber	Canan Barlas ile Gündem	1.09.2024 Pazar	İsrail Saldırıları, Türkiye Gündemi,	4
53	TRT Haber	Birinci Sayfa	2.09.2024 Pazartesi	Yeni Anayasa, Almanya'da Aşırı Sağın Yükselişi, Savunma Sanayi, Ekonomi	4
54	TRT Haber	Birinci Sayfa	3.09.2024 Salı	MİT'in İsrail Para Ağına Yönelik Operasyonu, İsrail'de Hükümeti Protesto Olayları, Türkiye-Mısır ve Türkiye-Suriye İlişkileri, Rusya Ukrayna Savaşı, PKK	4
55	TRT Haber	Birinci Sayfa	4.09.2024 Çarşamba	Türkiye-Mısır İlişkileri, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler	5
67	TRT Haber	Odak Gündem		Veri Yok	
68	Haber Türk	Nedir Ne Değildir?	4.09.2024 Çarşamba	CHP'nin Erken Seçim İsteği, İç Siyaset	4
74	Haber Türk	Enine Boyuna	5.09.2024 Perşembe	Erken Seçim ve İç Siyaset Tartışmaları	4
77	Haber Türk	Açık ve Net	2.09.2024 Pazartesi	CHP-AKP Gerilimi, Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, İç Siyaset	5
79	Haber Türk	Gerçek Fikri Ne?	7.09.2024 Cumartesi	Türkiye'nin Batı ve BRICS İlişkileri	4
84	Haber Türk	Haber Türk Manşet	18.09.2024 Çarşamba	İsrail'in Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, İran'ın Tutumu	3
85	Haber Türk	Haber Türk Gündem	29.09.2024 Pazar	İsrail'in Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, İran'ın Tutumu	3
86	Haber Türk	Olaylar ve Görüşler	1.09.2024 Pazar	Türkiye Suriye İlişkileri, Ortadoğu'daki Gelişmeler	5
90	NTV	Mete Çubukçu ile Pasaport	2.09.2024 Pazartesi	Irak'ın Son Durumu ve Türkiye-Irak İlişkileri	4
94	NTV	Siyasi İşler	3.09.2024 Salı	Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, CHP-AKP Gerilimi, CHP Kurultayı, Ekonomi	3
98	NTV	Yakın Plan	5.09.2024 Perşembe	Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, CHP Kurultayı, Erken Seçim	3

Tablo 3'te (Ek 1) hangi kanalın, hangi tarihte, hangi programı yayınladığı ve programda ele alınan konular görülmektedir. Konu başlıkları ayrıca analiz edildiğinde Tablo 4'teki istatistikler ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4. Programlarda Ele Alınan Konu Başlıkları

S. No	Konu Başlıkları	Açıklama	Ele Alınma Sayısı
1	Filistin	İsrail saldırılarının etkileri	60
2	İsrail	İç siyaset	60
3	Ortadoğu'daki Gelişmeler	Lübnan, Ürdün, Suriye	32
4	Narin Güran Cinayeti		29
5	Türkiye	İç ve dış siyaset	22
6	ABD	Dış siyaset	19
7	ABD	İç siyaset	19
8	İran	İsrail saldırılarına tepkiler	17
9	Hizbullah	İsrail'e karşı mücadele	12
10	Cumhurbaşkanı	BM Konuşması ve Temasları	10
11	Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini		9
12	CHP	Parti içi gelişmeler	7
13	Türkiye-Mısır İlişkileri		6
14	Rusya-Ukrayna Savaşı		5
15	Erken Seçim	Partilerin erken seçim görüşleri	5
16	Türkiye-Suriye İlişkileri		5
17	Siber Güvenlik	İsrail operasyonlarının etkileri	5
18	Ekonomi		4
19	Türkiye-Irak İlişkileri		3

20	Askeri Konular	Savunma sanayi vb.	3
21	Ak Parti	Parti içi gelişmeler	3
22	Ermenistan	Ermenistan'ın değişen dış politikası	3
23	Dilan-Engin Polat Davası		2
24	Anayasa Tartışmaları		2
25	Ekrem İmamoğlu		2
26	Enerji Politikaları	Mavi Vatan vb.	2
27	MİT	Operasyonlar	2
28	PKK	Terör faaliyetleri	2
29	Cübbeli Ahmet Olayı	Cemaat içi çekişmeler	2
30	Kamusal Açıdan Çocuk Güvenliği	Narin Günay cinayetinin etkileri	2
31	ABD Başkanlık Yarışı		1
32	AB'nin Ekonomik Sorunları		1
33	BRICS	Üyelik görüşmeleri vb.	1
34	FETÖ	Örgüt içi çekişmeler	1

Tablo 4'e bir ay boyunca yapılan yayınlardaki analizi yapılan 99 programda en fazla ele alınan ilk on konu sırasıyla Filistin (f:60), İsrail'in iç gelişmeleri (f:60), Ortadoğu'daki diğer gelişmeler (f:32), Narin Güran cinayeti (f:32), Türkiye iç siyaseti (f: 22), ABD dış politikası (f:19), ABD iç siyaseti (f:19), İran ile ilgili haberler (f:17), Hizbullah ile ilgili haberler (f:12) ve Recep Tayyip Erdoğan'ın BM kapsamında yaptığı çalışmalar (f:10) şeklindedir. Programlardaki konuların başlığı ve ele alınış sayısı ortaya koyan Tablo 4'e göre 2024 yılı Eylül ayı boyunca 5 kanaldaki 21 programda 34 farklı konu başlığının ele alındığı görülmektedir. Bu bağlamda Tablo 4 dönem açısından gündemdeki olayların bir genel bir görüntüsü olarak okunabilir; fakat çalışmanın üzerinde durduğu nokta, gündemdeki olayların değerlendirilme niteliğidir ve bu niteliği ortaya çıkaran unsurlardan biri, gündemi değerlendirmek üzere programlara çağrılan uzmanlar olmaktadır. Bir başka ifadeyle, bu kadar farklı ve yoğun konular ele alınırken programlardaki uzman profillerinin analizi özelde haber kanalları ile bu kanallardaki programların ve genelde ise medya eğiliminin anlamlı bir fotoğrafını çekecektir. Pprogramların tamamına katılan kişilerin meslek ve cinsiyet dağılımları aşağıdaki gibidir (Tablo 5, Şekil 2).

Tablo 5. Programlara Katılanların Uzmanlık Alan ve Kadın-Erkek Dağılım Sayıları[11]

S. No	Uzmanlık Alanı (Meslek)[12]	Katılımcı Sayısı		Toplam	Katılım Toplamı		Toplam
		Kadın	Erkek		Kadın	Erkek	
1	Adli Tıp Uzmanı	0	2	2	0	6	6
2	Akademisyen (Adli Tıp)	0	2	2	0	5	5
3	Akademisyen (Askeri Strateji)	0	3	3	0	8	8
4	Akademisyen (Bilişim Sistemleri)	1	1	2	1	1	2
5	Akademisyen (Dış Politika)	0	1	1	0	1	1
6	Akademisyen (Ekonomi)	1	2	3	1	3	4
7	Akademisyen (Güvenlik Politikaları)	0	2	2	0	7	7
8	Akademisyen (Hukuk)	0	7	7	0	24	24
9	Akademisyen (İlahiyat)	0	1	1	0	2	2
10	Akademisyen (İletişim)	2	4	6	2	9	11
11	Akademisyen (İşletme)	1	0	1	1	0	1
12	Akademisyen (Kamu Yönetimi)	0	1	1	0	1	1
13	Akademisyen (Psikiyatri)	0	1	1	0	1	1
14	Akademisyen (Savunma Teknolojileri)	0	1	1	0	1	1
15	Akademisyen (Siyaset)	2	7	9	5	9	14
16	Akademisyen (Sosyoloji)	1	1	2	1	1	2
17	Akademisyen (Stratejist)	0	1	1	0	1	1
18	Akademisyen (Teknoloji)	0	1	1	0	1	1
19	Akademisyen (Uluslararası İlişkiler)	7	28	35	11	40	51
20	Avukat	8	5	13	10	8	18
21	Bilişim Uzmanı	0	2	2	0	2	2
22	Bomba İmha Uzmanı	0	1	1	0	1	1
23	Bürokrat	0	1	1	0	1	1

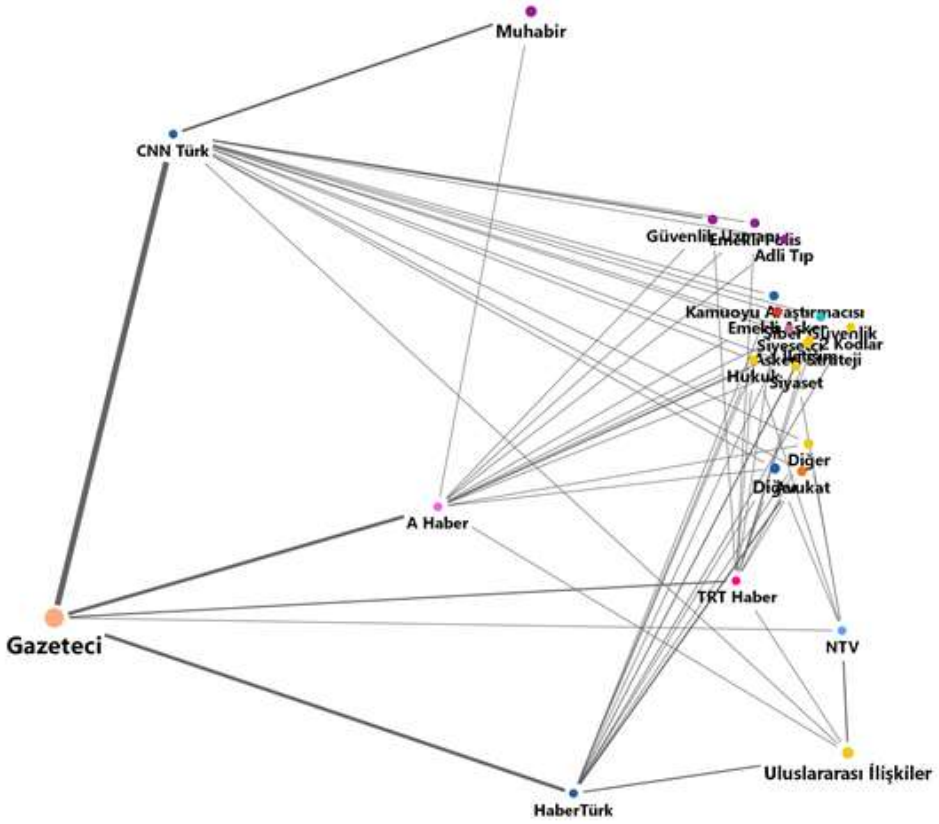
[11] Programlara katılan kişilerin isimleri özel hayatın mahremiyeti, kişisel hakların korunması ilkesi ve herhangi bir hukuki sürece yol açmaması için gizlenmiştir. Gerektiği takdirde isimler yazar tarafından iletilecektir.

[12] Çalışmada kişilere atfedilen uzmanlık ifadeleri yazarın inisiyatifi dışındadır. Bu ifadeler, yayınlara çıkarılan konukların sunucu tarafından takdimi sırasında söylediği ve/veya kanalların bu kişiler için alt yazı olarak ekrana yansıttığı ifadelerdir.

24	Eğitimci	0	1	1	0	1	1
25	Ekonomist	0	2	2	0	2	2
26	Emekli Asker	0	6	6	0	23	23
27	Emekli Diplomat	0	2	2	0	2	2
28	Emekli Polis	0	4	4	0	14	14
29	Gazeteci	5	51	56	10	182	192
30	Güvenlik Uzmanı	0	3	3	0	26	26
31	İletişim Uzmanı	0	1	1	0	1	1
32	Kamuoyu Araştırmacısı	0	4	4	0	13	13
33	Medya Yöneticisi	0	1	1	0	1	1
34	Muhabir	1	9	10	1	42	43
35	Ortadoğu Uzmanı	0	1	1	0	1	1
36	Para Politikaları Uzmanı	0	1	1	0	1	1
37	Savunma Sanayi Araştırmacısı	0	2	2	0	2	2
38	Siber Güvenlik Uzmanı	0	7	7	0	7	7
39	Siyasetçi	0	9	9	0	9	9
40	Diğer (Stratejist, meteoroloji uzmanı vb.)	0	1	8	0	12	12
41	Mehmet Suat Eygi[13]	0	1	1	0	1	1
Toplam		29	187	216	43	473	516

Programlara (sunucular hariç) 216 kişi katılmış olmakla birlikte bazı isimlerin birden fazla katılımı olması sebebiyle toplamda 516 katılım sağlanmıştır. Toplamda 29 kadın uzman tüm programlara 43 kez katılmıştır. Toplamda 187 erkek uzman ise tüm programlarda 473 kez yer almıştır. Programlara 124 kişi en fazla 1 kez katılırken, 92 kişi birden çok katılımda bulunmuştur.

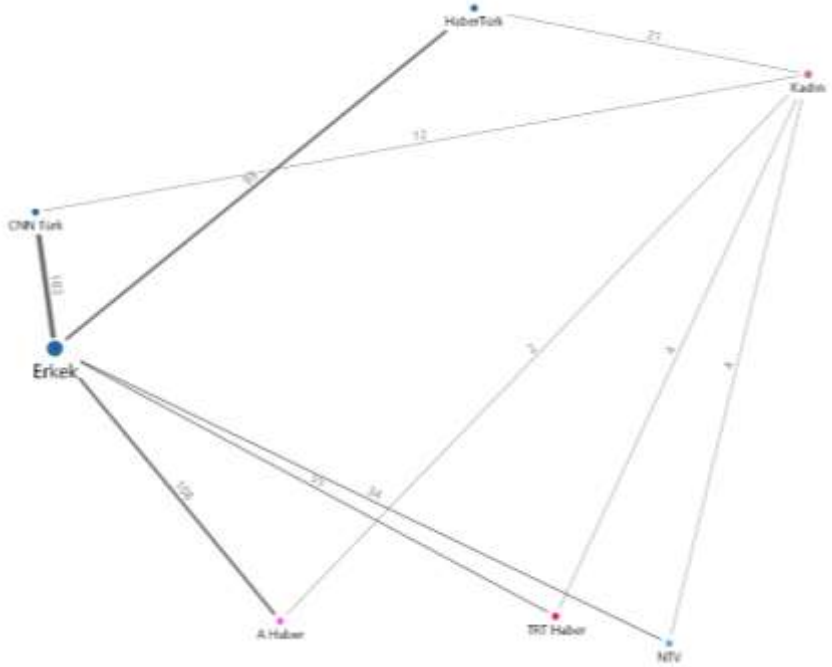
Kanallardaki uzmanlık alanı yoğunluğu ve kanal ilişkisine bakıldığında (Şekil 2) "gazeteci" merkezi düğüm noktasıdır. Özellikle CNN Türk ağ haritasında "gazeteci" ifadesiyle en belirgin olan kanal olarak gözükmektedir. "Gazeteci" ile diğer kanalların ilişki yoğunluk sıralaması A Haber, Haber Türk, TRT Haber ve NTV şeklindedir. Bir başka ifadeyle, NTV en az gazeteci ekrana getirmiş haber kanalıdır. Bunun yanında CNN Türk, "muhabir", "güvenlik uzmanı" (akademisyen) ve "emekli polis" ikinci en yakın/etkileşimli kümeyi oluşturmaktadır. NTV, Haber Türk ve TRT Haber ise diğerlerinden farklı olarak "uluslararası ilişkiler" (akademisyen) etkileşimi yoğun gözükmektedir. A Haber'in, haritanın merkezine en yakın konumlanmasının teknik yorumu, programlarında diğerlerine göre daha dengeli bir profil oluşturduğu seklindedir; fakat bu denge ele alınan konular ile birlikte yapıldığında değerlendirme geçersizleşmektedir.



[13] İsrail saldırıları sırasında hayatını kaybeden Ayşenur Ezgi Eygi'nin babası.

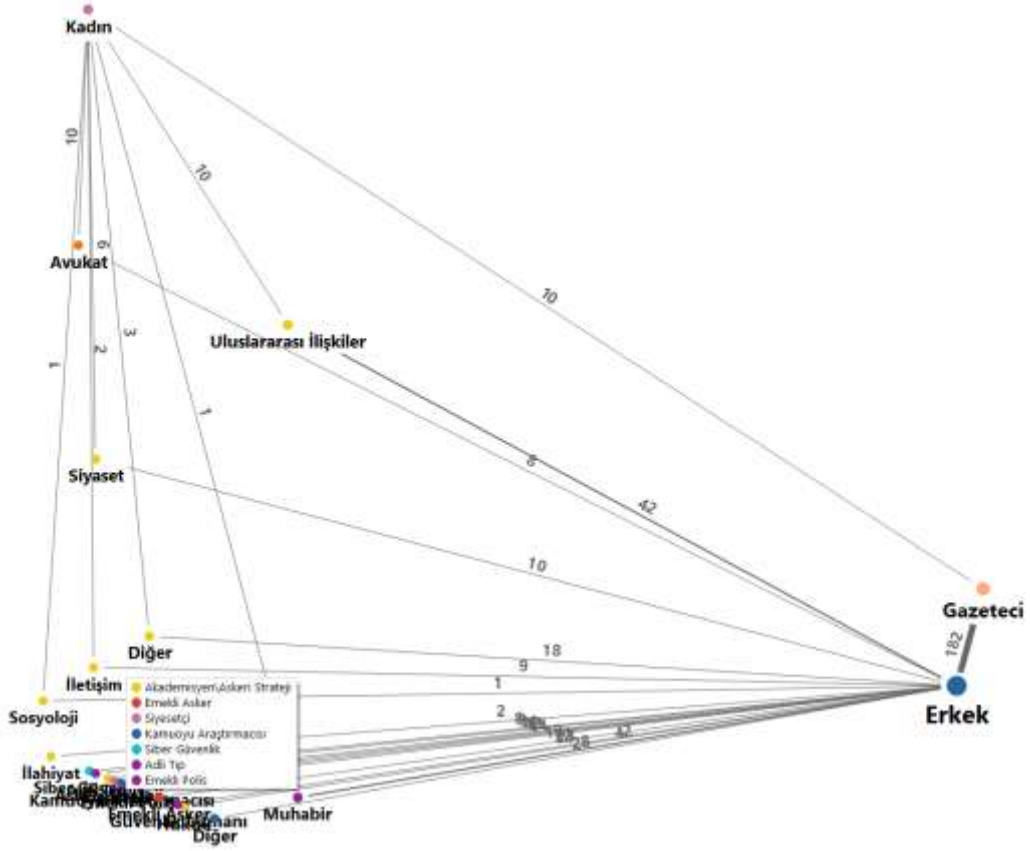
Şekil 2. Katılımcıların Uzmanlık Alanı ve Kanal Dağılımı Ağ Haritası

Tablo 5'teki verilere göre kadın uzmanlar programlara 14 kez en az ikinci defa katılırken, erkek uzmanlar 286 kez en az ikinci katılımda bulunmuştur. Katılımcı konusunda erkek oranın kadınlara karşı büyük bir üstünlük kurduğu görülmektedir (Şekil 3).



Şekil 3. Uzmanların Katılımlarına Göre Kanal ve Kadın-Erkek Dağılımı Ağ Haritası

Kadın-erkek katılım oranlarına göre, CNN Türk, merkez düğüme (Erkek) en yakın ve kalınlık itibariyle (f:183) ilişki ağı en güçlüsü olarak gözükmektedir. Diğerleri sırasıyla A Haber (f:108), Haber Türk (f:93), TRT Haber (f:55) ve NTV (f:34) şeklindedir. Kadın katılımcının en fazla katıldığı kanal sırasıyla Haber Türk (f:21), CNN Türk (f: 12), TRT Haber ve NTV (f:4) iken, en az kadın uzman katılımı olan kanal ise A Haber'dir (f:2). Bu bulgu, haritadaki kanal isimlerinin kadın koduna uzak konumlanmasıyla da doğrulanmaktadır. Kadın-erkek uzmanlık alanı ağ haritası ise aşağıdaki gibidir (Şekil 4).



Şekil 4. Programlara Katılanların Kadın-Erkek Uzmanlık Alanı Ağ Haritası

Şekil 4'e göre kadın uzmanlar "gazeteci", "avukat" ve "uluslararası ilişkiler" (f:10) eşit sayıdadır. Erkeklerde ise merkezi düğümde yer alan ve ilk sırada olan "gazeteci" (f:182) ifadesinin kesin bir üstünlüğü bulunmaktadır. Diğer yandan program sunucularına bakıldığında, 21 programı sunan toplam 23 sunucudan 11'i erkek, 12'si kadındır. Program ve sunucu sayısının farkı, bazı sunucuların birden fazla yayını sunmasından kaynaklanmaktadır.

Programlara katılan uzman profilleri daha detaylı incelendiğinde, alanı fark etmeksizin "akademisyen", "gazeteci", "avukat", "siber güvenlikçi" ve "siyasetçi" ifadeleri öne çıkmaktadır. Uzmanlık alanları açısından en fazla katılım sağlayan ilk altısı aşağıdaki gibidir (Tablo 6).

Tablo 6. Katılımcıların Uzmanlık Dağılımları

Uzmanlık Alanı	Katılımcı Sayısı	Katılım Sayısı
Akademisyen	72	140
Gazeteci	51	192
Muhabir	9	43
Siyasetçi	8	13
Siber Güvenlik Uzmanı	7	11
Avukat	6	18
Toplam	153	417

Tablo 6'daki uzman katılımcı ve katılım sayısı genel rakamlarla karşılaştırıldığında, toplam 216 katılımcının 153'ünü oluşturan bu grubun, toplam 516 katılımın 374'ünde yer aldığını görülmektedir. Bir başka ifadeyle, katılımcıların %71'i Tablo 6'daki uzmanlık alanlarına sahipken, katılımların %80'ininde de yer almaktadır. Dolayısıyla her 3 katılımcının 2'sini oluşturan bu uzman grubu, her 5 katılımın 4'ünü oluşturmaktadır. Tablodaki "gazeteci", "akademisyen" ve "muhabir" ağırlığı ise hem katılımcı hem de katılım sayısının yarısından fazladır. Programlara 5 ve üzeri katılımda bulunanların listelendiği Tablo 7 bu durumu daha açık ortaya koymaktadır. Listede isim ve uzmanlık alanları ve katılım sayıları yer almaktadır (Tablo 7).

Tablo 7. Programlara En Az 5 Kez/Gün Katılan Uzmanlar[14]

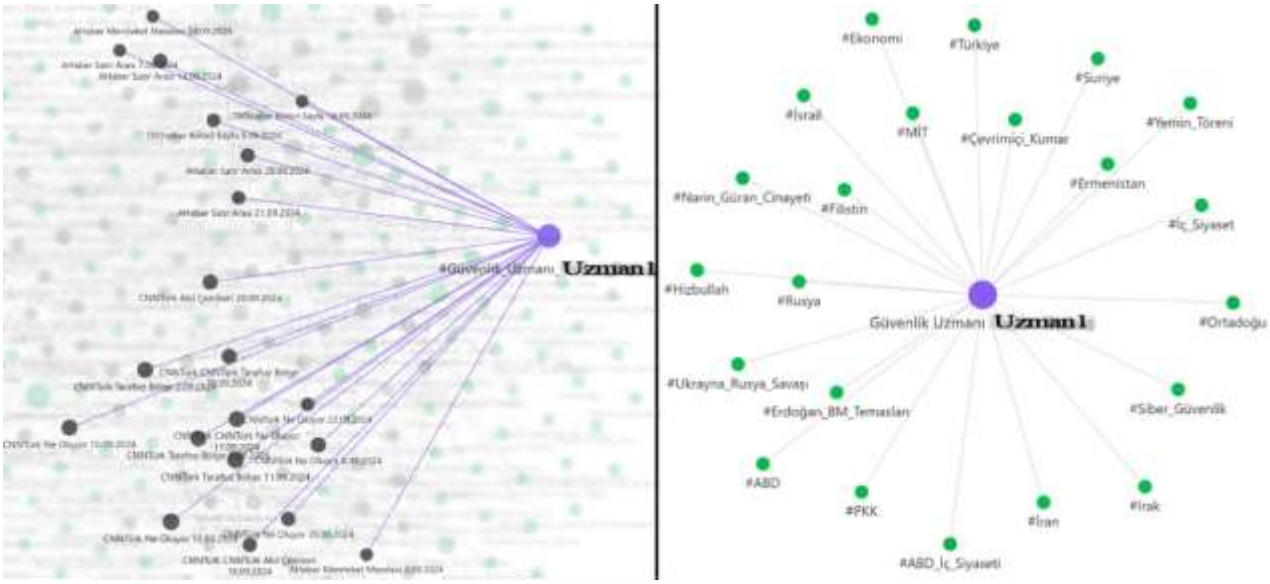
S.No	Uzman	Sayı (Gün)	Sıralama
1	Uzman1 (Güvenlik Uzmanı)	21	1
2	Uzman2 (Muhabir)	18	2
3	Uzman3 (Gazeteci)	17	3
4	Uzman4 (Akademisyen [Hukuk])	15	4
5	Uzman5 (Gazeteci)	15	
6	Uzman6 (Gazeteci)	12	5
7	Uzman7 (Gazeteci)	11	6
8	Uzman8 (Emekli Asker)	10	7
9	Uzman9 (Emekli Polis)	8	8
10	Uzman10 (Gazeteci)	8	
11	Uzman11 (Kamuoyu Araştırmacısı)	8	
12	Uzman12 (Muhabir)	8	
13	Uzman13 (Emekli Asker)	7	9
14	Uzman14 (Gazeteci)	7	
15	Uzman15 (Gazeteci)	6	10
16	Uzman16 (Gazeteci)	6	
17	Uzman17 (Muhabir)	6	
18	Uzman18 (Adli Tıp Uzmanı)	5	11
19	Uzman19 (Akademisyen [Askeri Strateji])	5	
20	Uzman20 (Gazeteci)	5	
21	Uzman21 (Gazeteci)	5	
22	Uzman22 (Gazeteci)	5	
23	Uzman23 (Gazeteci)	5	
24	Uzman24 (Gazeteci)	5	
25	Uzman25 (Gazeteci)	5	
26	Uzman26 (Gazeteci)	5	

[14] Uzman olarak programlara katılan kişilerin isimleri özel hayatın mahremiyeti, kişisel hakların korunması ilkesi ve hukuki süreçlere yol açmaması için gizlenerek "programlara katılım sayısı" ile "uzman" ifadesi birleştirilerek kodlanmıştır. Kodlama en fazla katılandan başlayarak "Uzman1", Uzman2", Uzman3"… şeklinde aza doğru devam etmektedir. Gereklilik durumunda katılımcıların isimlerini de içeren liste yazar tarafından iletilecektir.

27	Uzman27 (Muhabir)	5
28	Uzman28 (Siyasetçi)	5
Toplam		238

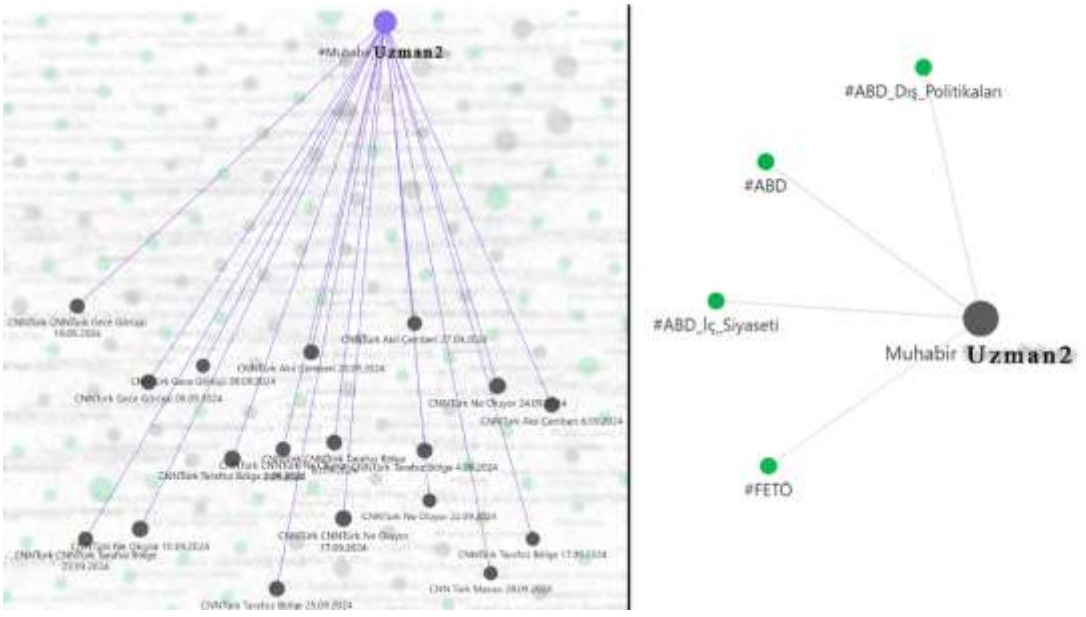
Tablo 7'ye göre toplamda 28 kişi bir ay boyunca en az 5 kez (gün) programa katılmıştır. En fazla katılım bir kişiyle 21 kez (gün) şeklindedir. 15 kez (gün) katılımcı 2, 8 kez (gün) katılımcı 4, 7 kez (gün) katılımcı 2, 6 kez (gün) katılımcı 3, 5 kez (gün) katılımcı 11 kişidir. Eşit katılımları aynı sıraya yerleştirince sıralama 1'den 11'e kadardır. 28 kişinin toplam katılım sayısı 238 kez (gün) olarak görülmektedir ve genel toplam katılımın neredeyse (516) yarısıdır.

Aşağıda, Tablo 7'de yer alan uzman profillerine yönelik daha derinlemesine bir analiz yapılmıştır. Analiz için tablodaki veriler, "2024 yılı Eylül ayı boyunca en az 10 kez (gün) prime-time kuşağında bir programa katılan uzman profili" şeklinde daraltılmıştır. Analizler, uzmanın katıldığı program, programın tarihi ve programda ele alınan konu özelinde ağ haritalarla desteklenerek yapılmıştır. Buna göre en az 10 kez (gün) bir programa katılan uzman sayısı 8'dir.



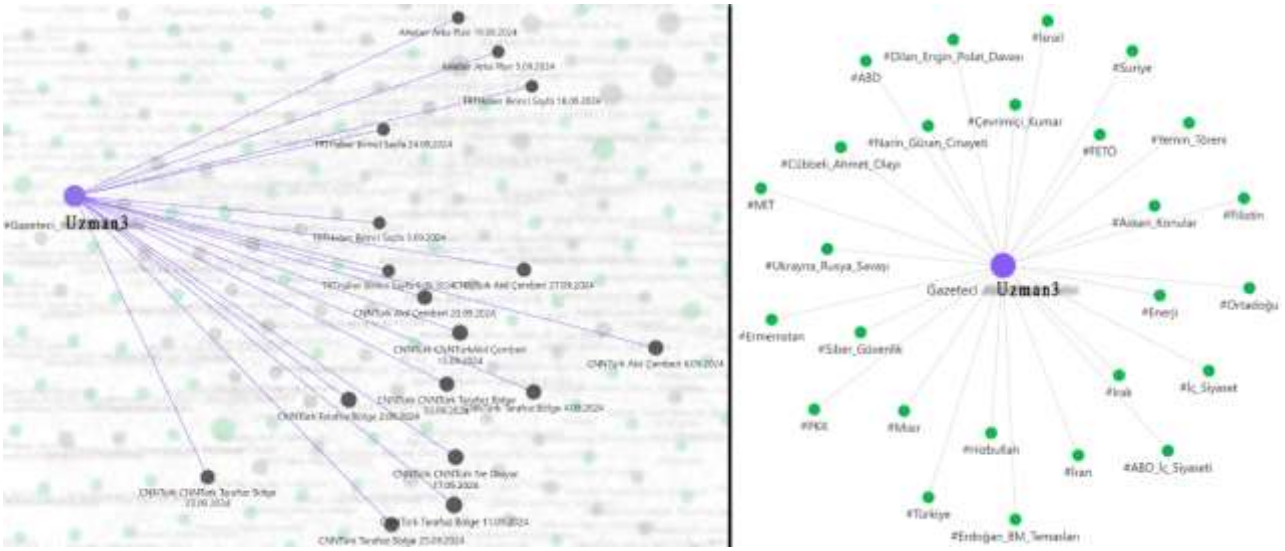
Şekil 5. Uzman1'in Ağ Haritası

Ekranlarda askeri alanda güvenlik uzmanı akademisyen olarak tanıtılan Uzman1'in bir ay boyunca 21 kez uzman olarak programlara katıldığı görülmektedir (Şekil 5). Uzman1, TRT Haber'de Birinci Sayfa programına 2; A Haber'de Satır Arası programına 4, Memleket Meselesi programına 2; CNN Türk'te Tarafsız Bölge programına 6, Akıl Çemberi programına 2, Ne Oluyor programına ise 6 kez katılmıştır. Uzman1'in katıldığı programlarda ele alınan konulara bakıldığında alanının dışında birçok konuya dair görüş bildirdiği görülmektedir. Bunlar arasında iç ve dış politika, ekonomi, kriminal olaylar, Ortadoğu'daki gelişmeler, çevrimiçi (sanal) kumar, bilişim teknolojileri, uluslararası toplantılar ve bu alandaki ilişkiler bulunmaktadır.



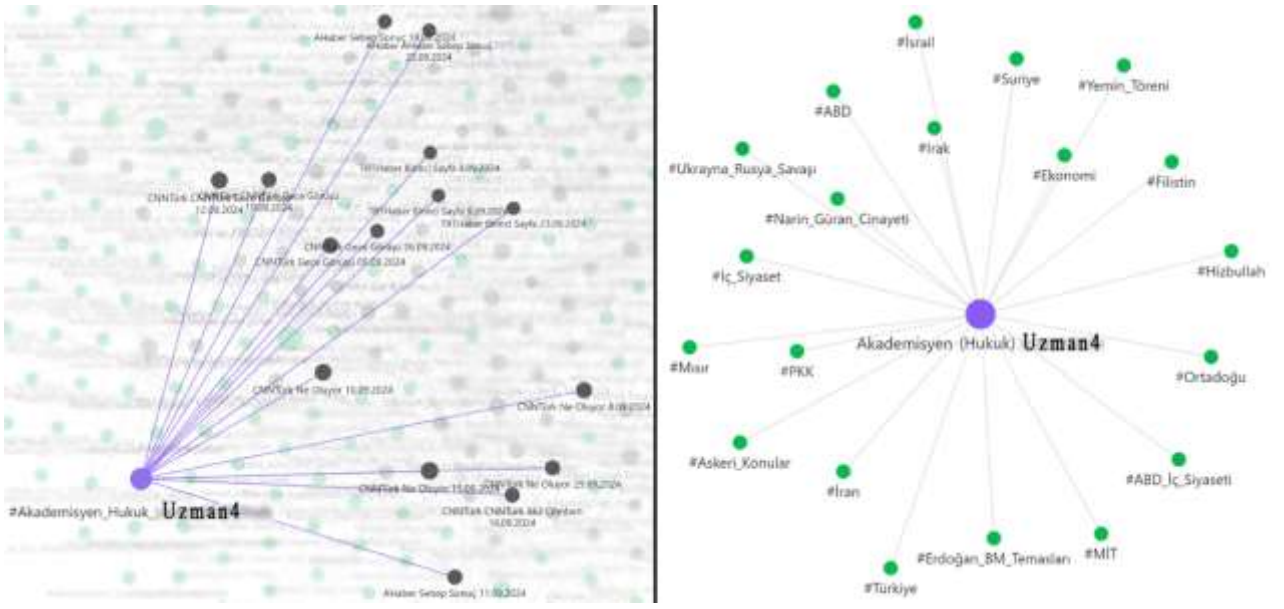
Şekil 6. Uzman2'nin Ağ Haritası

CNN Türk'ün ABD muhabiri olan Uzman2'nin bir ay boyunca 18 kez (gün) programlara katıldığı görülmektedir (Şekil 6). CNN Türk muhabiri olması nedeniyle bu programların tümü CNN Türk'te yayınlananlardır ve hemen hemen tüm yayınlara canlı bağlantı yoluyla görüntülü olarak katılmıştır. Uzman2'nin katıldığı programların dağılımına bakıldığında, Tarafsız Bölge'ye 6, Gece Görüşü'ne 3, Ne Oluyor'a 5, Akıl Çemberi'ne 3, CNN Türk Masası'na 1 kez katıldığı görülmektedir. Buradaki en önemli detay, Uzman2'nin katıldığı programlarda fikir belirttiği konuların ABD'deki güncel gelişmeler, ABD'nin iç ve dış siyaseti ve FETÖ olmasıdır.



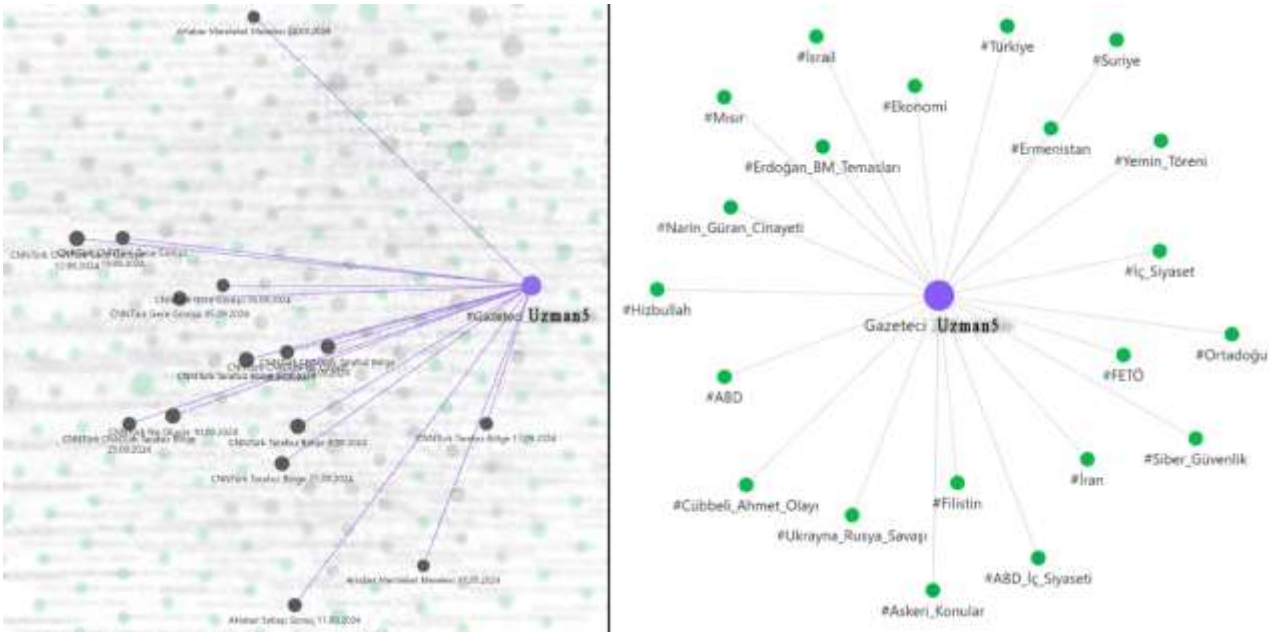
Şekil 7. Uzman3'ün Ağ Haritası

Gazeteci kimliğiyle programlara katılan Uzman3'ün bir ay boyunca 17 kez (gün) programlara katıldığı görülmektedir (Şekil 7). Uzman3 katıldığı programların ötesinde 3 ayrı kanalda ekrana çıkmış olması önemli bir detaydır. Kanal ve programların dağılımı, CNN Türk'te Tarafsız Bölge'ye 6, Akıl Çemberi'ne 4, Ne Oluyor'a 1; AHaber'de Arka Plan'a 2; TRT Haber'de Birinci Sayfa'ya 4 kez şeklindedir. Uzman3'ün katıldığı program konuları son derece çeşitli görülmektedir. Türkiye'nin iç ve dış politikası, askeri konular, istihbarat konuları, siber güvenlik, Ortadoğu'daki gelişmeler, ABD'nin iç ve dış siyaseti, uluslararası ilişkiler ve toplantılar, magazinel olaylar, enerji konuları, kriminal olaylar, magazinel konular, belgesel gelişmeler, savaş ve çatışmalar bu konular arasındadır.



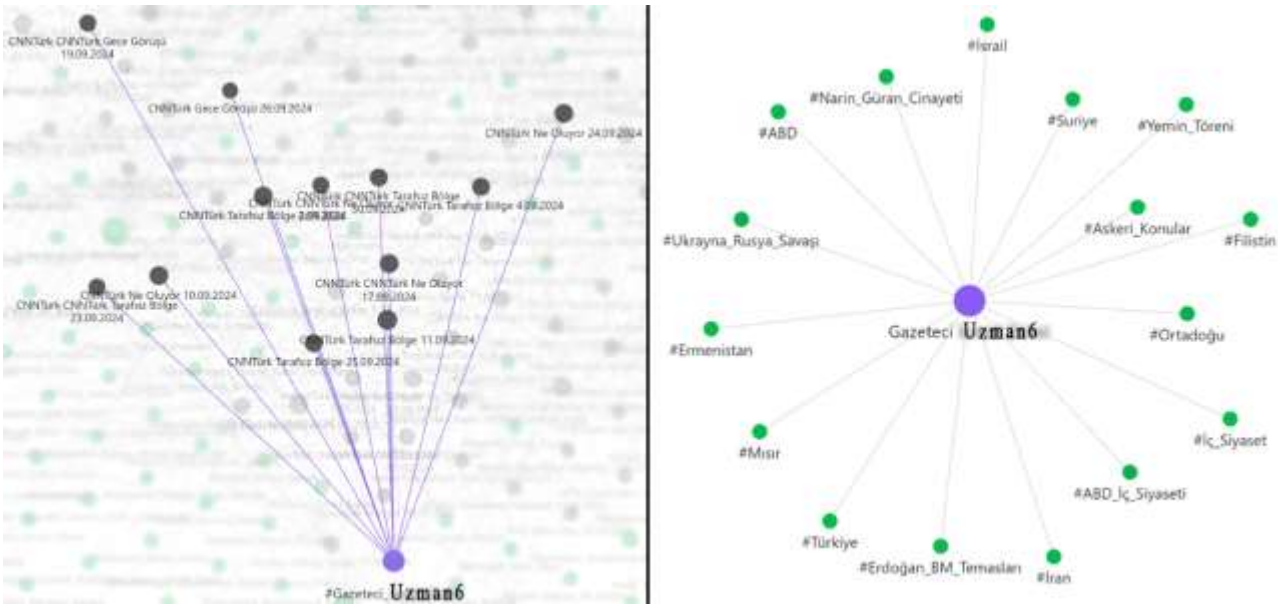
Şekil 8. Uzman4'ün Ağ Haritası

Hukuk alanında akademisyen olan Uzman4 bir ay boyunca 15 kez (gün) 3 farklı kanalda programa katılmıştır (Şekil 8). Uzman4'ün katıldığı kanal ve program dağılımı, CNN Türk'te Gece Görüşün'e 4, Ne Oluyor'a 4, Akıl Çemberi'ne 1; A Haber'de Sebep Sonuç'a 3; TRT Haber'de Birinci Sayfa'ya 3 kez şeklindedir. Uzman4'ün katıldığı programlarda ele alınan konular son derece yoğun görünmektedir. Bir hukukçu olan Uzman4, ABD iç ve dış politikalarından ekonomiye, terörden istihbarat meselelerine, kriminal olaylardan askeri konulara, yerel ve bölgesel siyasetten uluslararası ilişki ve toplantılara, Türkiye'nin iç ve dış siyasetinden Ortadoğu'daki gelişmeler kadar son derece geniş bir alanda fikir beyan etmiştir.



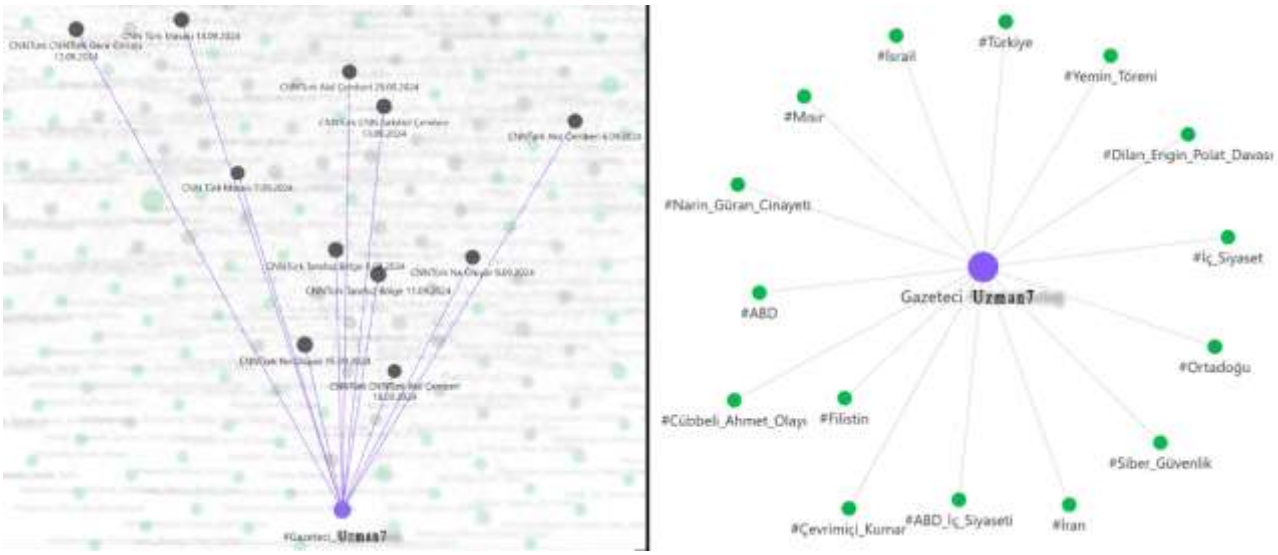
Şekil 9. Uzman5'in Ağ Haritası

Gazeteci kimliğiyle medyada yer alan Uzman5 bir ay boyunca 15 kez (gün) 2 farklı kanalda programlara katılmıştır (Şekil 9). Uzman5'in katıldığı programların dağılımı, CNN Türk'te Tarafsız Bölge'ye 6, Gece Görüşü'ne 4, Ne Oluyor'a 2; A Haber'de Memleket Meselesi'ne 2, Ne Oluyor'a 1 kez şeklindedir. Uzman5'in katıldığı programlarda ele alınan konular da farklı olmakla birlikte oldukça fazladır. İstihbarat, ekonomi, iç ve dış siyaset, kriminal olaylar, ABD iç ve dış siyaseti, siber güvenlik, istihbarat, Ortadoğu, terör, uluslararası ilişkiler ve toplantılar, FETÖ, Rusya ve diğer bölgesel olaylar bunlar arasındadır.



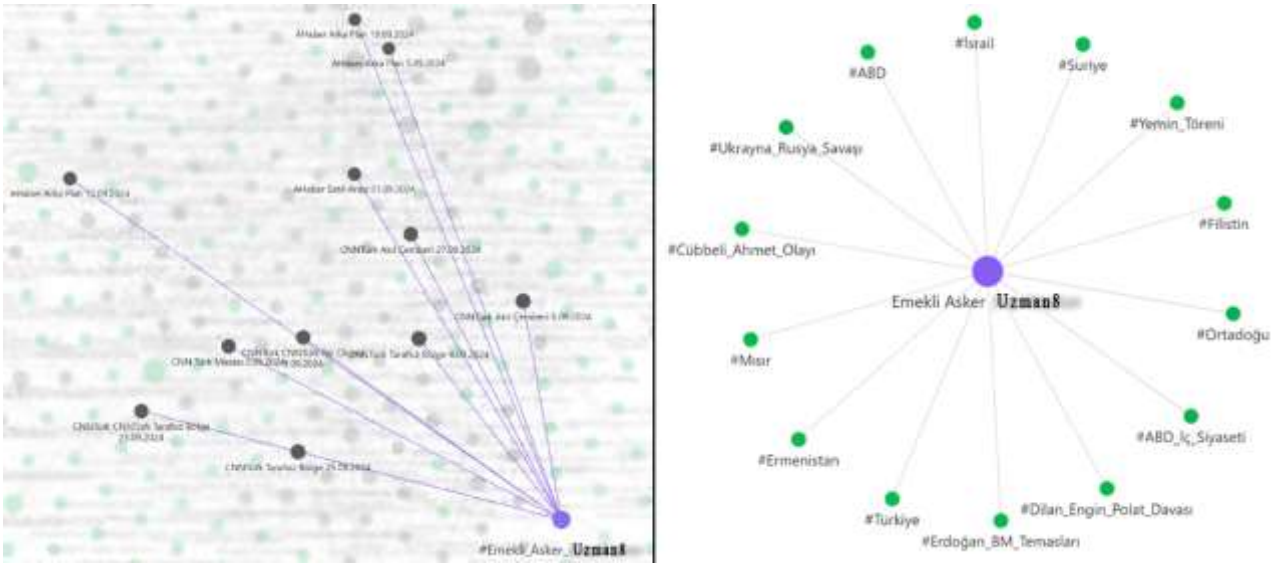
Şekil 10. Uzman6'nın Ağ Haritası

Bir gazeteci olan Uzman6 bir ay boyunca tek kanalda 12 kez (gün) 3 farklı programa katılmıştır (Şekil 10). Program dağılımı, CNN Türk'te Tarafsız Bölge'ye 6, Gece Görüşü'ne 3, Ne Oluyor'a 3 kez şeklindedir. Uzman6'nın katıldığı programlarda ele alınan konulara bakıldığında, iç ve dış siyaset, ekonomi, kriminal olaylar, uluslararası ilişkiler ve toplantılar, ABD iç ve dış siyaseti, Ortadoğu'daki gelişmeler, askeri konular, Rusya ile diğer yerel ve bölgesel gelişmeler olduğu görülmektedir.



Şekil 11. Uzman7'nin Ağ Haritası

Gazeteci olan Uzman7 bir ay boyunca tek kanalda 5 farklı programda 11 kez (gün) ekrana gelmiştir (Şekil 11). Katılım dağılımı, CNN Türk'te Tarafsız Bölge'ye 2, Akıl Çemberi'ne 4, Neler Oluyor'a 2, CNN Türk Masası'na 2, Gece Görüşü'ne 1 kez şeklindedir. Uzman7'nin katıldığı programlarda ele alınan konular ise yine oldukça farklı ve yoğundur. Uzman7'nin katıldığı programlarda ele alınan konular, Türkiye'nin iç ve dış siyaseti, askeri konular, ABD'nin iç ve dış siyaseti, çevrimiçi kumar, siber güvenlik, kriminal olaylar, magazinel konular, Ortadoğu'daki gelişmeler ve bölgesel olaylar olarak görülmektedir.



Şekil 12. Uzman8'in Ağ Haritası

Emekli asker ve akademisyen olan Uzman8 bir ay boyunca 10 kez (gün) programlara katılmıştır (Şekil 12). Uzman8'in 2 farklı kanalda katıldığı 4 farklı programın dağılımı, CNN Türk'te Tarafsız Bölge'ye 2, Ne Oluyor'a 1, Akıl Çemberine 2, CNN Türk Masası'na 1; AHaber'de Arka Plan'a 3, Satır Arası'na 1 kez şeklindedir. Bu programlarda Türkiye iç ve dış siyaseti, Ortadoğu'daki gelişmeler, magazinel ve kriminal olaylar, ABD iç ve dış siyaseti, bölgesel ve yerel gelişmeler, uluslararası ilişkiler ve toplantılar öne çıkan konu başlıklarıdır.

Yukarıdaki sayısal verilerin yanında, öne çıkan isimlerin genellikle aynı kanallardaki programlara (CNN Türk, A Haber, Haber Türk ve kısmen TRT Haber) çıkıyor olması önemli bulgulardan biridir. Bir başka ifadeyle, CNN Türk, A Haber ve Haber Türk'ün aynı isimleri çağırarak benzer konuları aynı biçimde aktarması, içeriğin niteliğinden bağımsız olarak bir rekabet veya konsensüs olarak değerlendirilebilir. Bu durum aynı zamanda içeriklerin benzeşmesini doğurarak gündeme dair kamuoyunun belirli bir çerçevede oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bir başka ifadeyle, aynı bakış açısıyla sunulan yayınlar farklı ve eleştirel düşüncenin ortaya çıkma potansiyelini azaltmaktadır. Diğer yandan özellikle bu üç kanaldaki katılımcıların birbiriyle olan konuşma, atışma ve şakalaşmaları bir haber-tartışma programından ziyade özel bir mekânda yüzeysel bir sohbet havası vermektedir.

Yukarıdaki sayısal veriler bir yanılsamaya yol açmaması açısından CNN Türk, A Haber ve Haber Türk'ün gölgesinde kalan TRT Haber ve NTV açısından durum çok farklı olmadığını belirtmek gerekmektedir. TRT Haber nispeten gruba girmekle birlikte program başına konu başlığı ve katılımcı sayısı daha azdır. Örneğin TRT Haber'deki programlarda ortalama 3 katılımcı bulunurken, diğer üç kanalda katılımcı sayısı nadiren 3 olabilmektedir. Diğer yandan bu kanallarda katılımcı sayası bazı programlarda 9'a kadar çıkarken ortalama 4-8 arasında değişmektedir.

Kanal bazında değerlendirildiğinde, öncelikle katılımcıların uzmanlık alanı, ele alınan konu ve kadın-erkek dağılımı açısından tüm kanallar yukarıda yapılan genel analizle paralel bir işleyişe sahiptir. Başka bir deyişle, kadınlara göre erkek katılımcıların belirgin bir üstünlük kurduğu programlar gazeteci, akademisyen, muhabir, avukat ve siyasetçi ağırlıklıdır. Programlarda ele alınan konular ise gündemdeki konuların yüzeysel olarak değerlendirilmesi şeklindedir. İzlenirlik açısından ilk sırada yer alan CNN Türk en fazla katılımcı ve konu başlığını aynı ele alan programların yer aldığı kanaldır. Diğer yandan bu kanaldaki katılımcılar dönüşümlü olarak farklı programlarda yer almaktadır. CNN Türk'te en dikkat çeken Tarafsız Bölge bu konuda diğerlerinden bir seviye önde gözükmektedir zira tüm bölümlere neredeyse aynı kişiler "kadro" hâlinde katılmaktadır. Yayınlar incelendiğinde, ortalama 6 ila 9 kişilik katılımcının ortalama üç saat boyunca hiçbir konuyu tam anlamıyla analiz etmeden karşılıklı sohbet havası içinde zaman geçirdiği görülmektedir. Ayrıca CNN Türk'teki diğer programlarda da Tarafsız Bölge kadar olmasa da benzer eğilim göze çarpmaktadır. İzlenirlik açısından TRT ile ikinci sırayı paylaşan A Haber'deki programların uzman profili açısından genel yapısı CNN Türk'teki programlarla benzer niteliktedir ve bu uzmanların programlara dönüşümlü olarak katıldıkları görülmektedir. Üçüncülüğü paylaşan TRT Haber'de ise diğer iki kanaldan farklı olarak, programlardaki konuk sayılarının nispeten az olması konuları daha geniş konuşmaya imkân tanımaktadır fakat belirli uzmanlık alanları olan katılımcıların uzmanlık alanları dışında da kalan konuları konuyu analiz etme eğilimleri, konuların gerçek anlamda değerlendirilemediğini göstermektedir. Bununla birlikte, TRT Haber'in kamu kuruluşu olması nedeniyle konuların ele alınışı sırasında uzmanların üslup ve birbiriyle iletişimi belirli bir ciddiyet içermektedir. İzlenirlik açısından dördüncü sıradaki Haber Türk'ün kendi kategorisinde olan CNN Türk ve A Haber'e göre daha fazla program ve program başına daha az katılımcı ile ekranlara geldiği görülmektedir fakat programlardaki uzmanlar ve konuların ele alınışı açısından benzer niteliktedir. Diğerlerinden ayrışan ve izlenirlik açısından beşinci sırada olan NTV'ye burada ayrı bir bölüm açmak gerekmektedir. NTV'nin 3 programından ikisi (Yakın Plan ve Siyasi İşler) sabit katılımcı ile yapılmaktadır ve dolayısıyla diğer haber kanallarındaki programlarla benzer bir işleyişe sahiptir. Yalnız bu kanaldaki Mete Çubukçu ile Pasaport adlı program her bölümünde farklı bir konuyu farklı uzmanlarla (akademisyen) değerlendirerek özgün bir format sunmakta ve 21 program içerisinde farklı bir konuma yerleşmektedir.

Tüm bunların yanında uzman profillerinin katıldığı programlar bunlarla sınırlı değildir. Örneğin çalışmada analizi yapılan kanalların prime-time kuşağının dışındaki saatlerde yayınlanan haber ve programlara katılımlar dışarıda bırakılmıştır. Çalışmada analizi yapılan kanalların haricindeki haber kanallarının prime-time kuşağındaki katılımlar da kapsam dışındadır. Ayrıca listelenen uzman profillerinin birçoğunun gün içerisindeki haber ve programlara uzman olarak katıldığı da bir gerçektir. Dolayısıyla tematik olarak haber kanalı olan ama çalışmanın yöntemi ve kapsamı gereği çalışmada yer almayan diğer program ve kanallar da incelendiğinde bu isimlerin birçoğunun uzman olarak fikir beyan ettiği görülecektir. Bu bağlamda, söz konusu haber kanallarının her birinin "uzman kadrosu" olduğunu ve/veya oluşturulmuş bir "uzman havuzu" içinden belirli kişilerin yayınlara çağrıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Zira bu çalışmada görülen döngüsel katılım tüm medya grupları için geçerlidir ve belirleyici olan medyadaki siyasi, ekonomik ve akademik ilişki ağlarıdır. Bütün bu değerlendirmeler hem medyanın genel resmini hem de tematik yayıncılık da dâhil medyadaki uzman profilinin niteliğini açık şekilde göstermektedir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye'de en çok izlenen ilk beş haber kanalının prime-time kuşağında yer alan programlardaki uzman profili incelenmiştir. İncelemede yer verilen kanal listesi RTÜK'e bağlı çalışan ve belirli aralıklarla televizyon izlenme oranlarını açıklayan TİAK raporlarına göre sıralanmıştır. TİAK'ın 2024 yılı Eylül ayı raporuna göre en çok izlenen haber kanallarına katılan uzmanlar değerlendirildiğinde, öncelikle alan fark etmeksizin büyük oranda aynı kişiler olduğu göze çarpmaktadır. Diğer bir ifadeyle, siyaset, tarih, uluslararası ilişkiler, ekonomi, diplomasi, bürokrasi, terör, eğitim, sosyal meseleler, sağlık, teknoloji, magazin, kaçakçılık, cinayet, suçun her türü, asayiş ve din gibi alanlarda değerlendirme yapmak ve tartışmak üzere aynı isimler karşımıza çıkmaktadır. Bu programlarda uzmanlık alanlarının dışında fikir beyan etmekten çekinmeyen kişilerin niteliğini sorgulayan ve medyanın varlık nedenleri üzerine düşünülmesini öneren çalışma pratikteki medya anlayışının haritasını çıkarmaktadır.

Çalışma içinde birçok kez belirtildiği üzere, gündemi belirleyen, toplumu yönlendiren ve/veya kamuoyunda tartışmaya yol açan konu ya da olayların faydaya yönelik değerlendirilmesi için uzmanlık bir gerekliliktir. Ancak televizyon yayıncıları toplumun nabzını düşüren veya yükselten paket ya da kurgulanmış yayınları ekranlara

getirerek kazanç marjlarını yükselmektedir. Buna yönelik oluşturulan yayın içerik ve kurgular, programlara katılan "makbul uzman" profilli kişilerle desteklemektedir. Söz konusu uzmanlar, kendi alanlarıyla ilgili olup olmadığına bakmaksızın gündeme dair her konuyla ilgili konuşabilmektedir. Bir başka ifadeyle, konunun uzmanı olmadan ama uzmanıymış gibi fikir beyan eden kişiler planlı olarak ekranlara gelmektedir. Buradaki "uzmanı olmadan fikir beyanı" konusunda önerilecek en güçlü alternatif "malumatfuruş" sözcüğüdür. "Bilgi; genel olarak ilk sezi durumunda zihnin kavradığı temel düşünceler" (Türk Dil Derneği, 2012) anlamındaki Arapça kökenli "malumat" ile "satan" anlamındaki Farsça kökenli "füruş" (Nişanyan, 2022) sözcüklerinin birleşiminden oluşan malumatfuruş, "bilgiçlik taslayan" (Türk Dil Kurumu, 2005), "bilinen şeyleri satan" (Nişanyan, 2022) anlamına gelmektedir. "Kendini akıllı ve bilgili sanan, bilgiçlik taslayan, çokbilmiş" (Türk Dil Derneği, 2012) anlamlarına gelen "ukala" sözcüğü ikinci bir alternatif olarak düşünülebilir; fakat yukarıda açıklandığı üzere, televizyonun da önemli bir parçası olarak medyanın önemi, etkisi, işlevi ve sorumlulukları söz konusu olduğunda, malumatfuruş veya ukala sözcüklerinin anlatılmak isteneni tam olarak karşıladığı söylenemez.[15] Zira çalışma içinde belirtildiği üzere, medyadaki uzman profilli kişilerin durumunu yukarıda sıralanan sözcüklerin anlam çerçevelerinin dışına taşmaktadır.

Çalışmaya göre televizyondaki tematik haber kanallarının prime-time kuşağında ekrana gelen uzman olgusu ve profillerine yönelik değerlendirmeler aşağıdaki gibidir. 2024 yılı Eylül ayı TİAK raporlarına göre en fazla izlenen ilk 5 kanal sırasıyla CNN Türk, A Haber, TRT Haber, Haber Türk ve NTV şeklindedir. Bu kanallardan NTV hariç diğeri haftanın her günü bir haber-tartışma programı yayınlayacağını önceden bildirmiştir. Özellikle CNN Türk, A Haber ve Haber Türk'ün pratikteki yayınları önceden bildirilen yayın akışıyla örtüşmemektedir. Kanalların 30 günlük yayın analizine göre, yukarıda zikredilen beş kanalda aynı ve/veya benzer kişilerin uzman sıfatıyla programlara katıldığı görülmektedir. Bu bağlamda NTV'nin yayınlarına katılanlar hariç, diğer kanallarda ekrana çıkan uzmanların birçoğunun kanal ve programlara dönüşümlü olarak katıldığı görülmektedir. Bir başka ifadeyle, bir "uzman havuzu" oluşturulmuş gibidir ve bir uzmana ihtiyaç duyulduğunda havuzdan çekilmektedir. Ayrıca bu uzmanların bir bölümünün hep aynı kanal ve aynı programlara katılması "kadrolu uzman" görüntüsü taşırken, bu kişilerin birbiriyle olan yer yer atışmalı ve/veya şakalaşmalı diyalogları uzman görüşünden ziyade sıradan bir sohbet havası vermektedir.

30 gün boyunca 5 kanalda yayınlanan 23 programın 99 yayını incelenmiş ve yayınlara 29 kadın, 187 erkek olmak üzere toplam 216 uzman katıldığı görülmüştür. Bu kişilerden 124'ü tek programa katılırken, 92'si birden çok katılmıştır. Tüm katılımlar, 43 kadın, 473 olmak üzere toplamda 516 kişidir. Burada da görüldüğü üzere, uzman profillerinin kadın-erkek dağılımı ezici bir üstünlükle erkek lehinedir.

Uzmanlık alanlarına bakıldığında ise gazeteci, akademisyen, muhabir, avukat ve siyasetçi öne çıkmaktadır. Akademisyenlik alanında uluslararası ilişkilere yönelik uzman çoğunluktadır. Uzman profilindeki kişilerin her birinin bir uzmanlık alanı olduğu kuşkusuzdur fakat bu kişilerin uzmanlık alanı ile programlarda ele alınan konuların uzmanlık alanı büyük oranda örtüşmemektedir. Dolayısıyla programlarda yüzeysel değerlendirmeler söz konusudur. Uzmanlık alanı dağılımı ile ilgili en sorunlu durum, uzmanların kendi alanlarının dışında çok rahatça fikir beyan etmeleridir. Özellikle gazeteci kimliğiyle programlara katılan kişilerin konulara dair görüşlerinin yüzeyselliği bir yana fütursuzluğu göze çarpmaktadır.

Programlar teknik olarak incelendiğinde, birbiriyle ilişkili iki temel sorun ortaya çıkmaktadır. Bunlardan ilki, programların büyük çoğunluğunda fazla uzman katılımcının (4 ila 9 arasında kişi) olmasıdır. Programların süresi

[15] Buradaki uzman profilini tanımlamak için birçok web sitesi ve sosyal medyada karşılaşılan "herbokolog" sözcüğü, "her konuda fikri olan ve bunu büyük bir özgüvenle belirten" kişiyi tarif eden anlamsal uzam için kullanılmaktadır. Argo da içeren bu ifade "ofansif mizah" olarak değerlendirilebilir; fakat vurguladığı gerçeklik üzerinde durulması gereken önemli bir noktadır. Çalışmanın önerisi bu sözcük olmamakla birlikte, anlatılmak istenileni radikal biçimde ifade ettiği için değinilerek kayıt altına alınması uygun bulunmuştur. Nitekim yeni medyanın önemli bileşenlerinden/unsurlarından olan sosyal medyada, internetteki birçok web sayfasında ve paylaşım sitelerindeki videolarda ve gündelik dilde kullanılıyor olması, bu sözcüğün pratikte, yani kamuoyu ve/veya halk nezdinde karşılığının olduğu anlamına gelmektedir. Özellikle katılımlı sözlüklerde (Ekşi Sözlük vb.) "herbokolog" başlığı altında onlarca tanımın yapıldığı görülmektedir. Bu tanımların ortak anlamsal karşılığı "herhangi bir konu hakkında yeterince bilgi sahibi olmadan, o konunun uzmanıymış gibi konuşmak" şeklinde özetlenebilir. Diğer yandan internette yapılacak bir arama sonucunda herbokolog ifadesi ile ilgili verinin sadece katılımlı sözlüklerle sınırlı olmadığı da görülecektir. Bu konuda ulusal veya yerel yayın yapan gazeteler, forumlar, kişisel blog sayfaları, içerik paylaşım uygulamaları ve yüzeysel bilgi aktaran siteler öne çıkmaktadır. Türkiye'nin en eski çevrimiçi çeviri sözlük uygulamalarından birisi olan www.tureng.com'da yer verilen herbokolog sözcüğünün İngilizcesi "know-it-all" olarak belirtilmektedir. "Know-it-all" sözcüğüne, www.oxfordlearnersdictionaries.com'da "a person who behaves as if they know everything", (her şeyi biliyormuş gibi davranan bir kişi); www.dictionary.cambridge.org'da ise "a person who thinks that they know much more than other people", (diğer insanlardan çok daha fazlasını bildiğini düşünen kişi) olarak karşılık verilmiştir. Know-it-all ifadesi İngilizce-Türkçe sözlüklerde "ukala, bilmiş, bilgiç" şeklinde tanımlanmıştır. Ayrıca Tureng'in herbokolog ifadesini gündelik dil ve argo kategorisinde sınıflandırdığı görülmektedir. Dolayısıyla hem anlamsal hem de kullanım açısından hayatın içinde olan bir terimdir. Tüm bunlar doğrultusunda, sürecin paydaşlarının, bir yandan güven kaybı her geçen gün büyüyen medyanın sorunlu yönünü gözler önüne seren, bir yandan da özeleştiri mahiyeti taşıyan bu ifade üzerinde çalışarak aksiyon alması bir gerekliliktir.

(2-3 saat) göz önünde bulundurulduğunda, uzman konumundaki bu kişilere düşen süre, bazen çok daha az olmakla birlikte, yirmi dakikayı geçmemektedir. İkincisi, programların büyük çoğunluğunda çok fazla konunun ele alınması, bu konuların gerçek anlamda (derinlemesine) değerlendirilememesine neden olmaktadır. Dolayısıyla çok fazla konu çok fazla uzman ile konuşulduğunda yüzeysel ve kopuk bir anlam dünyası oluşmaktadır.

Programlardaki konulara bakıldığında, gündeme dair her türlü olay ve durumun seçildiği görülmektedir. Bunlar arasında iç ve dış siyaset, ekonomi, istihbarat, güvenlik, din, uluslararası ilişkiler, hukuk, magazin, terör, kriminal olaylar, teknoloji, sosyolojik yapı, sanal dünya, sanayi, askeri konular gibi birçok konu yer almaktadır. Buradaki konu başlıklarının birbiriyle ilişkili ve etkileşimli olduğu, birbirini beslediği şüphesizdir; fakat bu konuların (alanların) herhangi birinde uzman olan bir kişinin tümüne yönelik uzman gibi değerlendirmelerde bulunması normal değildir. Dolayısıyla, her konuda fikir beyan edilmesi programların içeriğini niteliksizleştiren bir duruma yol açmaktadır. Bu da bir yandan içerikleri magazinelleştirerek medyayı (nitelikli kamuoyu oluşturma açısından) işlevsizleştirirken diğer yandan izleyiciyi (aksiyon alma açısından) pasifize etmektedir.

Çalışma sonucuna göre, medyadaki uzman profillerinin, modernitenin teorik açıdan medya ve medya çalışanına biçtiği rol ve konum ile örtüşmediği görülmektedir. Medyanın varlık nedeninin dayanağı olan bu rol ve konum düşünsel açıdan iki şekilde açıklanabilir. Bunlardan ilki, medyanın, hayata dair her şeyi sorgulayarak ve gerçeğin peşine düşerek kamu adına işletilen denetleme mekanizmasının önemli bir unsuru olmasıdır. İkincisi ise, toplumu eğitme, bilgilendirme, bilinçlendirme ve eğlendirme boyutudur. Gelinen aşamada, medyanın bu rol ve konum yerine çıkar ilişkileri içinde araçsallaştırıldığı görülmektedir. Teorik olarak, akademi, siyaset ve medya üzerine düşen sorumlulukları alarak bu sorunu aşabilecektir; fakat süreç içindeki dinamikler son derece aşındığı için bu çözüm yönteminin uygulanması pek mümkün gözükmemektedir. Bu durumda en etkili çözüm önerisi, toplumu bilinçlendirerek farkındalığını artıracak geleneksel ve yeni medya okuryazarlığı uygulamaları olacaktır.

KAYNAKLAR

Abuşoğlu, H. Ö. (2022). Haber Kanallarının Sosyal Medya Performansları. Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (KİAD), 8, 1-23. https://izlik.org/JA54JR94AC

Altıntop, M. (2023). "İngiltere Medyasının Monarşiye Bakışının Uluslararası Yayıncılık Bağlamında BBC Türkiye Örneği: Kraliçe II. Elizabeth'in Ölüm ve Defin Haberlerinin Eleştirel Söylem Analizi", BELGÜ, 8, 22-39. https://doi.org/10.59577/belgu.1279458

Altıntop, M. (2025). Wos Veri Tabanında İçerik Analizi Bağlamında Yapılan Bibliyometrik Analizlerin Bibliyometrik Analizi. Arşiv Dünyası, 12(1), 1-27. https://doi.org/10.53474/ad.1651659

Altıntop, M., & Bak, G. (2023). Medya, kamuoyu ve ideoloji. İçinde A. Çatalcalı Ceylan & S. Batal (Eds.), Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Uluslararası Araştırma ve Derlemeler - Cilt II. Ankara: Serüven Yayınları.

Altıntop, M., Bak, G. & Bak, A. (2020). Yeni Medya Okuryazarlığı, Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 6(24): 414-421. http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.287

Atabek, N. (1995). Savaş ve Medya: ABD'nin Vietnam Ve Körfez Savaşlarındaki Medya Politikaları. Kurgu, 13(1), 180-196. https://izlik.org/JA59AW43AU

Aytaç, S. A. (2016). 'Gazeteci olmak için hemen her konuda bilgi sahibi olmak gerekiyor', Anadolu Ajansı. https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/gazeteci-olmak-icin-hemen-her-konuda-bilgi-sahibi-olmak-gerekiyor/573852 erişim 27.01.2026

Aziz, A. (1977). Türkiye'de Radyo Televizyon ile Eğitim Uygulamaları. Education and Science, 2(7). https://doi.org/10.15390/ES.1977.624

Aziz, A. (2013). Radyo Televizyon Yayıncılığı. İstanbul: Hiperlink Yayınları.

Aziz, A. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Bilgin, N. (2006). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101. http://dx.doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Briggs, A., & Burke, P. (2011). Medyanın toplumsal tarihi: Gutenberg'den internete. Kırmızı Yayınları.

Can, A. (2014). Uydu Yayıncılığı ve Kablolu Televizyon. Marmara İletişim Dergisi, 8(8), 153-168. https://izlik.org/JA95AM96XW

Coşar, Ö. (2011). Görsel ve İşitsel Medyanın Gelişimi. Elektrik Mühendisliği Dergisi, 442, 47-55. https://www.emo.org.tr/ekler/15bba4477d2d2ba_ek.pdf?dergi=649 erişim 25.01.2026

Cushion, S. (2012). Television journalism. London: SAGE Publications.

DYG. (2025). Hakkımızda/Televizyon/Markalarımız/NTV. Doğuş Yayın Grubu. https://www.dogusyayingrubu.com.tr/hakkimizda/markalarimiz/televizyon/ntv erişim 27.01.2026

Durdağ, B. (2017). Toplumsal Değişim Sürecinde İletişim ve Teknoloji: Erken Dönem İletişim Kuramlarının Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(1), 269-287. https://doi.org/10.21547/jss.272243

Güdekli, A., Deren Van Het Hof, S., Eser, M.T., & Oruç, M.S. (2022). Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Journal of Economy Culture and Society, 65, 61-80. https://doi.org/10.26650/JECS2021-837512

Güngör, N. (2022). İletişim Kuramlar-Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Harut, S. B. (2023). Sosyal Bilgiler 5, Ankara: Ata Yayıncılık.

İlaslan, S. (2014). Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Kuruluşu Üzerine Temel Tartışmalar: Kalkınma, Eğitim ve Milli Güvenlik. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 69(3), 481-510. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002321

Karadağ, G. H., & Algül, A. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Genel Televizyon / Tematik Televizyon İzleme Alışkanlıkları. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 8(4), 708-724. https://izlik.org/JA64GH92LB

Kartal, N. (2022). Medya İçeriklerinde İdeolojinin Etkisi: Türk Basınında Azerbaycan Söylemi. Türk Dünyası Araştırmaları, 131(259), 461-78. https://doi.org/10.55773/tda.1104021

Korkut, C. (2022). Değişen Televizyon Yayıncılık Teknolojileri. İstanbul: Eğitim Yayınevi.

Kuyucu, M. (2018). Türkiye'de geleneksel medyada yayın yapan tematik TV haber kanallarının dijital kuşatma altında olan yeni neslin bakış açısından niteliksel değerlendirilmesi. Proceedings of ADVED 2018 – 4th International Conference on Advances in Education and Social Sciences (pp. 548–556). OCERINTS. https://www.ocerints.org/adved18_e-publication/papers/197.pdf erişim 28.01.2026

McNair, B. (2009). News and journalism in the UK. London: Routledge.

McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory. London: Sage.

Nişanyan, S. (2022). Nişanyan Sözlük Çağdaş Türkçenin Etimolojisi. İstanbul: Liberus.

Özçağlayan, M. (2014). Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi. Selçuk İletişim, 1(2), 41-52. https://izlik.org/JA32HX44SZ

Öztürk, Ş. (2013). Özel Televizyon Kanallarının Türk Haberciliğine Etkisi. Selçuk İletişim, 3(2), 97-112. https://izlik.org/JA66HE97GD

RTÜK. (2016). Medya Okuryazarlığı Araştırması, Ankara: RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları Dairesi Başkanlığı. https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Birimler/Kamuoyu/medya-okuryazarligi-arastirmasi.pdf erişim 28.01.2026

Sarıçam, P. (2023). Sağlık İletişiminde Medyanın Rolü: Covid-19 Pandemisi Üzerine Bir İnceleme. Medya Okuryazarlığı Araştırmaları Dergisi, 2(1), 7-27. https://doi.org/10.5281/zenodo.7839838

Spigel, L. (1992). Make room for TV: Television and the family ideal in postwar America. University of Chicago Press.

Şeker, M. (2013). Televizyon Haberciliğinde Küresel Format ve Haberciliğe Etkileri. Selçuk İletişim, 4(4), 36-44. https://izlik.org/JA93TH44TA

Şentürk, R. (2009). Mcluhan'ın Televizyon Teorisi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. *8*(15), 17-31. https://ticaret.edu.tr/uploads/kutuphane/dergi/s15/17-31.pdf erişim 25.01.2026

Taylan, A. (2012). Alternatif Medya ve Bianet Örneği: Türkiye'de Alternatif Medyaya Dair Etnografik Bir Çalışma, (Doktora tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi.

Taylan, A., & Ünal, R. (2017). Ana Akım Medyada Sansasyonel Habercilik: Sağlık İletişimi Örneği. Atatürk İletişim Dergisi, 14, 27-44. https://izlik.org/JA72AZ59GK

TİAK. (2026). Hakkımızda. TİAK. https://tiak.com.tr/hakkimizda erişim 25.01.2026

TİAK. (2025). Tablolar. TİAK. https://tiak.com.tr/tablolar erişim 16.10.2025

Türk Dil Derneği. (2012). Türkçe Sözlük. Dil Derneği Yayınları.

Türk Dil Kurumu. (2005). Türkçe Sözlük. Türk Dil Kurumu.

Ünlü, B. (2015). TRT'nin Televizyon Yayınlarının Kamu Yayıncılığı Açısından Değerlendirilmesi, (Yüksek lisans tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Whittemore, H. (2001). CNN: The inside story: How a Band of Mavericks Changed the Face of Television News. Boston: Little Brown & Co.

Wilbur, D. (2026). Blurring the Source: Information Laundering and the Cognitive Architecture of Modern Propaganda. Media Psychology Review. Vol. 18(1). https://mprcenter.org/review/blurring-the-source/ erişim 26.01.2026

Yılmaz, S. S. (2016). Medya Güvenilirliği: Gençlerin Medya Güvenilirliği Üzerine Ampirik Bir Çalışma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 4(1). https://doi.org/10.19145/guifd.03692

Ek 1.

Tablo 3. Programların Yayın Tarihi, Yayın Konusu ve Katılan Uzman Sayısı

S. No	Kanal	Program	Tarih	Konu	Katılan Uzman Sayısı
1	CNN Türk	Tarafsız Bölge	2.09.2024 Pazartesi	İsrail, Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, İç Siyaset	8
2	CNN Türk	Tarafsız Bölge	4.09.2024 Çarşamba	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, Türkiye-Mısır İlişkileri, ABD İç Siyaseti	7
3	CNN Türk	Tarafsız Bölge	9.09.2024 Pazartesi	Narin Güran Cinayeti	8
4	CNN Türk	Tarafsız Bölge	11.09.2024 Çarşamba	Narin Güran Cinayeti	9
5	CNN Türk	Tarafsız Bölge	17.09.2024 Salı	Cübbeli Ahmet Hoca'ya Saldırı, İsrail'in Hizbullah Operasyonu, FETÖ İç Çekişmesi, ABD İç Siyaseti	5
6	CNN Türk	Tarafsız Bölge	23.09.2024 Pazartesi	RTE'nin BM Temasları, Ukrayna, Ermenistan, İsrail, İran ve Ortadoğu'daki Gelişmeler	6
7	CNN Türk	Tarafsız Bölge	25.09.2024 Çarşamba	RTE'nin BM Temasları, Ukrayna, Ermenistan, İsrail, İran ve Ortadoğu'daki Gelişmeler	7
8	CNN Türk	Tarafsız Bölge	30.09.2024 Pazartesi	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, İran'ın Tutumu, ABD İç Siyaseti	7
9	CNN Türk	Gece Görüşü	5.09.2024 Perşembe	İsrail Saldırıları, İç Siyaset, Ekonomi, Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini	6
10	CNN Türk	Gece Görüşü	12.09.2024 Perşembe	Narin Güran Cinayeti	8
11	CNN Türk	Gece Görüşü	19.09.2024 Perşembe	İsrail Saldırıları, Türkiye'nin Askeri Durumu, ABD İç Siyaseti	6
12	CNN Türk	Gece Görüşü	26.09.2024 Perşembe	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, İran'ın Tutumu, ABD İç Siyaseti	6
13	CNN Türk	Ne Oluyor?	3.09.2024 Salı	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, Türkiye-Mısır ve Suriye İlişkileri, Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, ABD İç Siyaseti	6
14	CNN Türk	Ne Oluyor?	8.09.2024 Pazar	Narin Güran Cinayeti	7
15	CNN Türk	Ne Oluyor?	10.09.2024 Salı	Narin Güran Cinayeti, ABD İç Siyaseti	8
16	CNN Türk	Ne Oluyor?	15.09.2024 Pazar	Narin Güran Cinayeti	9
17	CNN Türk	Ne Oluyor?	17.09.2024 Salı	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, ABD İç Siyaseti	8
18	CNN Türk	Ne Oluyor?	22.09.2024 Pazar	RTE'nin BM Temasları, Ukrayna, Ermenisten, İsrail, İran ve Ortadoğduki Gelişmeler	5
19	CNN Türk	Ne Oluyor?	24.09.2024 Salı	RTE'nin BM Temasları, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, ABD İç Siyaseti	8
20	CNN Türk	Ne Oluyor?	29.09.2024 Pazar	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, İran'ın Tutumu	6
21	CNN Türk	Akıl Çemberi	6.09.2024 Cuma	Dilan-Engin Polat Davası, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, Türkiye-Mısır İlişkileri, Enerji Politikaları, ABD İç Siyaseti	7

22	CNN Türk	Akıl Çemberi	13.09.2024 Cuma	Narin Güran Cinayeti	8
23	CNN Türk	Akıl Çemberi	16.09.2024 Pazartesi	Narin Güran Cinayeti	6
24	CNN Türk	Akıl Çemberi	20.09.2024 Cuma	Çevrimiçi Kumar, İsrail Saldırganlığı, İran'ın Tutumu, Ortadoğu'daki Gelişmeler, Dijital Tehlike	8
25	CNN Türk	Akıl Çemberi	27.09.2024 Cuma	İsrail Saldırıları, İran'ın Tutumu	6
26	CNN Türk	CNN Türk Masası	7.09.2024 Cumartesi	Yeni Mezun Teğmenlerin Yemin Töreni, Cübbeli Ahmet Hoca'ya Saldırı, İsrail Saldırıları, Dilan Polat Tahliyesi	6
27	CNN Türk	CNN Türk Masası	14.09.2024 Cumartesi	Narin Güran Cinayeti	8
28	CNN Türk	CNN Türk Masası	28.09.2024 Cumartesi	İsrail'in Saldırıları ve Hizbullah Operasyonu, Ortadoğu'daki Gelişmeler, ABD İç Siyaseti	5
29	A Haber	Sebep Sonuç	2.09.2024 Pazartesi	İsrail Saldırıları	5
30	A Haber	Sebep Sonuç	10.09.2024 Salı	Narin Güran Cinayeti	4
31	A Haber	Sebep Sonuç	11.09.2024 Çarşamba	Narin Güran Cinayeti	6
32	A Haber	Sebep Sonuç	16.09.2024 Pazartesi	Narin Güran Cinayeti	4
33	A Haber	Sebep Sonuç	18.09.2024 Çarşamba	İsrail Saldırıları ve Hizbullah Operasyonu, Ortadoğu'daki Gelişmeler ve ABD	5
34	A Haber	Sebep Sonuç	23.09.2024 Pazartesi	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler ve ABD	4
35	A Haber	Sebep Sonuç	25.09.2024 Çarşamba	RTE'nin BM Temasları, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, ABD İç Siyaseti	3
36	A Haber	Sebep Sonuç	30.09.2024 Pazartesi	İsrail Saldırıları, Ordadoğu'daki Gelişmeler	4
37	A Haber	Memleket Meselesi	3.09.2024 Salı	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, ABD, Rusya-Ukrayna Savaşı, Rusya-Türkiye İlişkileri	4
38	A Haber	Memleket Meselesi	10.09.2024 Salı	Narin Güran Cinayeti	5
39	A Haber	Memleket Meselesi	17.09.2024 Salı	İsrail Saldırıları ve Hizbullah Operasyonu, Ortadoğu'daki Gelişmeler, Siber Terör	4
40	A Haber	Memleket Meselesi	24.09.2024 Salı	RTE'nin BM Temasları, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, ABD İç Siyaseti	4
41	A Haber	Arka Plan	5.09.2024 Perşembe	Türkiye-Mısır İlişkileri, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler	4
42	A Haber	Arka Plan	12.09.2024 Perşembe	Narin Güran Cinayeti	5
43	A Haber	Arka Plan	19.09.2024 Perşembe	İsrail Saldırıları ve Hizbullah Operasyonu,	4
44	A Haber	Arka Plan	26.09.2024 Perşembe	İsrail Saldırıları, Türkiye'nin Asayiş Gündemi, Narin Güran Cinayeti ve Göçmen Politikaları	1
45	A Haber	Satır Arası	7.09.2024 Cumartesi	Yeni Mezun Teğmenlerin Yemin Töreni, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler,	4
46	A Haber	Satır Arası	14.09.2024 Cumartesi	Narin Güran Cinayeti	6
47	A Haber	Satır Arası	21.09.2024 Cumartesi	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, İran'ın Tutumu, Türkiye Gündemi	5
48	A Haber	Satır Arası	28.09.2024 Cumartesi	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler	6
49	A Haber	Canan Barlas ile Gündem	1.09.2024 Pazar	İsrail Saldırıları, Türkiye Gündemi,	4
50	A Haber	Canan Barlas ile Gündem	8.09.2024 Pazar	Narin Güran Cinayeti	8
51	A Haber	Canan Barlas ile Gündem	22.09.2024 Pazar	Türkiye ve Dünya Gündemi, Narin Güran Cinayeti, Aselsan Cinayetleri	5
52	A Haber	Canan Barlas ile Gündem	29.09.2024 Pazar	İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler	6

53	TRT Haber	Birinci Sayfa	2.09.2024 Pazartesi	Yeni Anayasa, Almanya'da Aşırı Sağın Yükselişi, Savunma Sanayi, Ekonomi	4
54	TRT Haber	Birinci Sayfa	3.09.2024 Salı	MİT'in İsrail Para Ağına Yönelik Operasyonu, İsrail'de Hükümeti Protesto Olayları, Türkiye-Mısır ve Türkiye-Suriye İlişkileri, Rusya Ukrayna Savaşı, PKK	4
55	TRT Haber	Birinci Sayfa	4.09.2024 Çarşamba	Türkiye-Mısır İlişkileri, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler	5
56	TRT Haber	Birinci Sayfa	5.09.2024 Perşembe	İsrail Saldırıları, MİT'in PKK Operasyonları, ABD'nin Suriye'de Terör Lehine Politikaları, Türkiye İç Gündemi, Ekonomi	5
57	TRT Haber	Birinci Sayfa	9.09.2024 Pazartesi	Narin Güran Cinayeti, İsrail Saldırıları, Kuzey Irak Askeri Operasyonları	4
58	TRT Haber	Birinci Sayfa	10.09.2024 Salı	Narin Güran Cinayeti	5
59	TRT Haber	Birinci Sayfa	11.09.2024 Çarşamba	Narin Güran Cinayeti, ABD İç Siyaseti, İsrail Saldırıları	5
60	TRT Haber	Birinci Sayfa	16.09.2024 Pazartesi	Narin Güran Cinayeti, İsrail Saldırıları	4
61	TRT Haber	Birinci Sayfa	17.09.2024 Salı	İsrail Saldırıları, Siber Saldırılar, Dünya Gündemi	5
62	TRT Haber	Birinci Sayfa	18.09.2024 Çarşamba	İsrail Saldırıları, Siber Terör,	4
63	TRT Haber	Birinci Sayfa	19.09.2024 Perşembe	İsrail Saldırıları, Ordadoğu'daki Gelişmeler	5
64	TRT Haber	Birinci Sayfa	23.09.2024 Pazartesi	İsrail Saldırıları, Ordadoğu'daki Gelişmeler	4
65	TRT Haber	Birinci Sayfa	24.09.2024 Salı	RTE'nin BM Temasları, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, ABD İç Siyaseti	4
66	TRT Haber	Birinci Sayfa	26.09.2024 Perşembe	RTE'nin BM Temasları, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, ABD İç Siyaseti	2
67	TRT Haber	Odak Gündem		Veri Yok	
68	Haber Türk	Nedir Ne Değildir?	4.09.2024 Çarşamba	CHP'nin Erken Seçim İsteği, İç Siyaset	4
69	Haber Türk	Nedir Ne Değildir?	11.09.2024 Çarşamba	Narin Güran Cinayeti	6
70	Haber Türk	Nedir Ne Değildir?	16.09.2024 Pazartesi	Narin Güran Cinayeti	3
71	Haber Türk	Nedir Ne Değildir?	18.09.2024 Çarşamba	İsrail'in Hizbullah Operasyonu, İran'ın Tutumu	6
72	Haber Türk	Nedir Ne Değildir?	23.09.2024 Pazartesi	Erken Seçim ve İran-İsrail Çatışması	7
73	Haber Türk	Nedir Ne Değildir?	30.09.2024 Pazartesi	İsrail'in Hizbullah Operasyonu, İran'ın Tutumu	6
74	Haber Türk	Enine Boyuna	5.09.2024 Perşembe	Erken Seçim ve İç Siyaset Tartışmaları	4
75	Haber Türk	Enine Boyuna	13.09.2024 Cuma	Narin Güran Cinayeti	9
76	Haber Türk	Enine Boyuna	27.09.2024 Cuma	İsrail'in Hizbullah Operasyonu, İran'ın Tutumu	6
77	Haber Türk	Açık ve Net	2.09.2024 Pazartesi	CHP-AKP Gerilimi, Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, İç Siyaset	5
78	Haber Türk	Açık ve Net	25.09.2024 Çarşamba	CHP'nin Erken Seçim İsteği, İç Siyaset	6
79	Haber Türk	Gerçek Fikri Ne?	7.09.2024 Cumartesi	Türkiye'nin Batı ve BRICS İlişkileri	4
80	Haber Türk	Gerçek Fikri Ne?	14.09.2024 Cumartesi	Narin Güran Cinayeti ve Çocukların Korunması	4
81	Haber Türk	Gerçek Fikri Ne?	21.09.2024 Cumartesi	İsrail'in Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler	5
82	Haber Türk	Gerçek Fikri Ne?	24.09.2024 Salı	Türkiye'nin Diplomatik İlişkileri, ABD Başkanlık Seçimi Gündemi	5
83	Haber Türk	Gerçek Fikri Ne?	28.09.2024 Cumartesi	İsrail'in Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, İran'ın Tutumu	6

84	Haber Türk	Haber Türk Manşet	18.09.2024 Çarşamba	İsrail'in Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, İran'ın Tutumu	3
85	Haber Türk	Haber Türk Gündem	29.09.2024 Pazar	İsrail'in Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, İran'ın Tutumu	3
86	Haber Türk	Olaylar ve Görüşler	1.09.2024 Pazar	Türkiye Suriye İlişkileri, Ortadoğu'daki Gelişmeler	5
87	Haber Türk	Olaylar ve Görüşler	3.09.2024 Salı	CHP-AKP Gerilimi, Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, İç Siyaset	5
88	Haber Türk	Olaylar ve Görüşler	10.09.2024 Salı	Narin Güran Cinayeti	5
89	Haber Türk	Olaylar ve Görüşler	17.09.2024 Salı	İsrail'in Hizbullah Operasyonu, İran'ın Tutumu	7
90	NTV	Mete Çubukçu ile Pasaport	2.09.2024 Pazartesi	Irak'ın Son Durumu ve Türkiye-Irak İlişkileri	4
91	NTV	Mete Çubukçu ile Pasaport	9.09.2024 Pazartesi	Suriye'nin Son Durumu ve Türkiye-Suriye İlişkileri	4
92	NTV	Mete Çubukçu ile Pasaport	16.09.2024 Pazartesi	Harris ve Trump Arasında Başkanlık Yarışı	4
93	NTV	Mete Çubukçu ile Pasaport	23.09.2024 Pazartesi	AB'de Yaşanan Ekonomik Sorunlar	4
94	NTV	Siyasi İşler	3.09.2024 Salı	Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, CHP-AKP Gerilimi, CHP Kurultayı, Ekonomi	3
95	NTV	Siyasi İşler	10.09.2024 Salı	Narin Güran Cinayeti, Türkiye İç Gündemi	3
96	NTV	Siyasi İşler	17.09.2024 Salı	İsrail Saldırıları, Siber Saldırılar, Türkiye İç Gündemi, Anayasa Tartışmaları	3
97	NTV	Siyasi İşler	24.09.2024 Salı	RTE'nin BM Temasları, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, ABD İç Siyaseti, Ekrem İmamoğlu Davası	4
98	NTV	Yakın Plan	5.09.2024 Perşembe	Yeni Mezun Teğmenlerin Yemini, CHP Kurultayı, Erken Seçim	3
99	NTV	Yakın Plan	12.09.2024 Perşembe	Narin Güran Cinayeti ve Çocukların Korunması	3
100	NTV	Yakın Plan	26.09.2024 Perşembe	RTE'nin BM Temasları, İsrail Saldırıları, Ortadoğu'daki Gelişmeler, Türkiye İç Siyaseti, Ekrem İmamoğlu Davası	3