

## TRTAKADEMİ

ISSN 2149-9446 | Cilt 04 | Sayı 08 | Temmuz 2019 | Spor Yayıncılığı

## Futbol Değil Spor Ekranı

MEHMET BUĞRA ŞAHİN

TRT Spor Kanal Koordinatörü

Spor, insanlık tarihi boyunca değişik süreçlerden geçmiştir. İnsanlığın ilk dönemlerinde hızlı, güçlü, dayanıklı ve çabuk olan atletik, yetenekli gençlerin daha iyi avcı oldukları anlaşıldı. İmparatorlar, sultanlar, krallar, prensler toplumun en iyi kılıç kullananı, en iyi ata bineni, en iyi güreşeni ve en iyi ok atanı olmak için çaba gösterdi. Bireysel, bölgesel, ulusal derken nihayet kıtalararası yarışmalar düzenlendi. Bugün de tüm dünya ülkeleri olimpiyatlarda, kategorilerinde dünyanın en iyisi olabilmek için kıyasıya bir mücadeleye giriyor. Devam eden süreç içinde atletizm ve jimnastik sporun temel unsurları olarak kabul edilmektedir. Daha hızlı ya da daha esnek olan sporcularda başarı oranı yüksek olmaktadır. Türk Milletinin geçmişinde ata binme, güreş, kılıç kullanma, cirit atma, ok atma gibi spor kolları gelişmişti.

Spor sevgi, barış ve kardeşliği pekiştirmenin yanında, gençleri alkol, uyuşturucu gibi kötü alışkanlıklardan korumaktadır.

**Spor Basınının Tarihsel Gelişimi**

Ortaya çıktığı tarihten itibaren spor basını, sporun gelişmesinde önemli sorumluluklar üstlendi. İzlediği yayın politikasıyla insanları hem bilgilendiren hem de onları spor yapmaya teşvik eden spor basını, önce spora "sosyal fenomen" niteliği kazandırdı, daha sonra da, onu kitlesele bir gösteriye dönüştürdü. Kitle iletişim araçları söz konusu olmasaydı, spor bu kadar yaygın bir şekilde kitlelere ulaşmış, ilgi görmeyecekti.

Kitle iletişim araçları içinde sporla ilk tanışan yayın organı, 19. yüzyılın ikinci yarısında gazeteler oldu. Onu sırasıyla radyo ve televizyon izledi. İlk spor gazeteleri şimdiki gibi günlük değildi; daha çok haftalık. Gazetelerden sonra iletişim teknolojisinin

sağladığı yeni olanaklar doğrultusunda 1920’li yılların başında radyo, otuzlu yıllarda da televizyon sporun hizmetindeydi. Birbirini izleyen bu üç iletişim aracı, kendisinden öncekini yok etmedi. Tam tersine, birbirinin tamamlayıcısı oldular.

Çağdaş sporun gelişmesinde televizyonun rolü asla inkâr edilemez. Çünkü televizyon, elindeki teknik imkânlar dâhilinde pozisyonları yakın çekimlerle, yavaşlatarak ve farklı açılardan göstererek spor karşılaşmalarına “gösteri” niteliği kazandırmıştır.

Spor yayınlarının gelişimi, ülkelerin televizyon sistemlerine göre farklılık göstermiştir. Düzenli televizyon yayınlarının başlamasıyla ortaya iki farklı uygulama çıkmıştır. Birincisi ABD’deki “tecimsel” (ticari) model, öteki ise Avrupa’nın “kamu hizmeti” modelidir.

ABD’nin tecimsel modelinde verici-alıcı araçlar, kanallar ve daha da önemlisi yayın zamanı satılık bir tüketim malıdır. Bu yapıda temel öge ise reklam geliridir. Bunun için, her biri özel sektöre ait kanallar arasında yoğun bir rekabet yaşanır. Televizyon yayıncılığında ikinci model, Avrupa’daki kamu hizmetidir.

Geçmiş İngiliz yayın Kurumu BBC’nin (British Broadcasting Corporation) kuruluş yıllarına dayanır. Bu yayıncılık şeklinin ana ilkesi, devletin kültürel görüşlerini topluma yaymaktır. TRT’de 1964’te kamu yayıncılığı ilkesi ile başladı ve 55 yıldır devam ediyor.

Dünya tarihinde ilk kez 1936 Berlin Olimpiyatlarında 72 saatlik bir canlı yayın gerçekleştirildi. Telefunken ve Fernseh firmalarının öncülüğündeki bu yayın sadece Almanya’dan takip edilebildi. 1938’de BBC ilk canlı futbol yayını, British Home Championship Turnuvası’nda İngiltere ile İskoçya arasındaki karşılaşmada yaptı.

### **Türkiye’de Spor Yayıncılığı**

1970 yılına gelindiğinde artık görüntüler uydu üzerinden tüm dünyaya dağıtılmaya başlanmıştı. Kısa bir süre önce kurulan kurumumuz da tüm gücüyle çağı yakalamaya çalışıyordu. 1971’de Karşıyaka - İstanbulspor maçını Türkiye’ye naklen ulaştıran TRT bir ilki başardı. Aynı yıl düzenlenen Akdeniz Oyunları, 1972 Münih Olimpiyat oyunları ve 1974 Dünya Kupası derken TRT, spor yayıncılığının her zaman öncüsü olmayı başarmıştır. O yıllardan günümüze ülkemizde gerçekleştirilen spor yayınları gelişti, gelişmeye de devam ediyor. Yayıncılık mantığı, kullandığımız cihazlar ve görüntü kalitesiyle ile dünya standartlarında spor yayıncılığı yaptığımızı rahatlıkla söyleyebiliriz.

### Kamu için Yayıncılık

Kamu yayıncılığı, "Halk için yapılan, halk tarafından finanse edilen" yayıncılıktır.\* Amacı, toplumu bilgilendirme, eğitime ve eğlendirmektir.

Kamu yayıncılık ilkeleri ise aşağıdaki şekildedir;

- Spor karşılaşmalarının yayınlamasının yanı sıra, sporun sosyal kültürel ve psikolojik yönlerini anlatılır ve sık sık "Spor, barış ve kardeşliktir" sloganına yer verilir.
- Sporun başlı başına bir olgu, hayat tarzı olduğu göz önünde bulundurularak, değişik ve ilgi çekici spor magazin programları izleyici ile buluşturulur.
- Milli ve geleneksel sporlara özel önem verilerek, üniversitelerde ve okullarda yapılan önemli spor karşılaşmaları değerlendirilir.

TRT Spor başlıca program formatlarını; spor haberleri, spor magazin ve naklen yayın olarak sınıflandırmıştır.

TRT'nin yayın politikasıyla hedefi şu şekildedir.

1. Sporun sevdirilerek kitlelere yaygınlaştırılması, amatör ruhun teşvik edilerek, çocukların gençlerin, yaşlıların, emeklilerin ve engellilerin fiziki yapılarına uygun spor etkinliklerine yönlendirilmelerine,
2. Ata sporlarının ve geleneksel dalların benimsetilmesine ve yaygınlaştırılmasına,
3. Milli eğitimin hedefleri doğrultusunda okullarda ve iş yerlerinde beden eğitimi ve spor etkinliklerinin yaygınlaştırılmasına ve sporda temel eğitimin verilmesine,
4. Gençliğin ruh ve beden gelişmesinde önemli rolü olan amatör spor etkinliklerine yer verilerek, bu tür spor dallarına ilginin artırılmasına,
5. Dinleyici ve seyircinin yurttan ve dünyada meydana gelen önemli spor olaylarından haberdar edilmesine, eğiticilik vasfı ve genel seyirci ile dinleyici kitlesinin ilgisi oranında uluslararası spor yarışmalarının duyurulmasına,
6. Yurttan ve dünyada engellilerin ve yaşlıların katıldıkları spor faaliyetlerinin tanıtılmasına, özendirilmesine yardımcı olunmaktadır.

Yukarıda belirtilen ilke ve hedefler kamu yayıncısı olarak sporun toplum yararına programlar formatına nasıl dönüşeceği, şekilleneceği konusunda yol haritası olmuştur. Ticari yayıncılar ve diğer özel tematik spor yayıncıların aksine sosyal sorumluluk anlamında kamu yararına programlar üretmek öncelikli amaç olarak kabul edilmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığını ticari yayıncılıktan ayırarak kamusal yarar sağlayan önemli farklılıklardan birisi de çeşitliliğidir.

### **Türkiye'nin Spor Ekranı**

Özel kanallara göre böylesine sorumluluklarla yükümüzün bir hayli fazla olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Bu bir dezavantaj gibi gözükse de kamu yayıncılığı sorumluluğu çerçevesinde toplumumuza hizmet etmek ve bunun bizlere verdiği manevi haz aslında en büyük avantajımızdır.

2010 yılında TRT Spor 3 logosuyla bağımsız bir kanal olma yolunda ilk adımlarını atan kanal, 2012 yılında TRT Spor logosuyla ilk kez izleyicinin karşısına çıkmıştı. 2014 yılının Aralık ayında ise TRT Spor Kanalı HD kalitesiyle yayın yapmaya başladı. Kamu yayıncılığı ilkesi ile hareket eden TRT'de, ticari yayıncılar ve diğer özel tematik spor yayıncıların aksine, sosyal sorumluluk gereği toplum yararına programlar üretmek, öncelikli amaç kabul edilmiştir.\* TRT Spor ayrıca dijital medya haber kaynağı olarak da sürekli güncellenen web sitesi, sosyal medya hesapları ve mobil uygulamasıyla kullanıcılara ulaşmaktadır.

### **Futbol Ekranı Değil Spor Ekranı**

Türkiye'de futbol en çok takip oynanan ve takip edilen spor branşı olmakla kalmayıp, reklam, reyting, tiraj gibi yayıncılığın en önemli temel taşlarını da domine etmiş durumda. Futbol bir spor dalı olmanın çok ötesinde artık bir endüstri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Liglerin yayın hakları milyar dolarlar seviyesine ulaşmıştır. Örneğin; İngiltere Premier Lig'inin 2019-2022 sezonları arasındaki yayın haklarının önemli bir kısmı, toplam 4,464 milyar sterlin (23,5 milyar lira) karşılığında iki kanala satıldı. Spor Toto Süper Ligi'n yıllık yayın hakları bedeli ise yıllık 500 milyon dolar.

Bu nedenle gerek görsel, gerek yazılı basın içeriğinin neredeyse yüzde 90'ını futbola ayırmaktadır. TRT Spor ise futbolun tamamen egemen olduğu sektörde kendini farklı bir yerde konumlandırmaktadır.

Spor yayını yapan diğer ticari kanallar, izlenmeme kaygısı nedeniyle yayınlarının büyük bir kısmını futbola ayırırken, TRT Spor tüm spor dallarını izleyiciye ulaştırmaya çalışmış, bunu yaparken de reytingde çoğu zaman rakiplerini geride bırakmayı başarmıştır.

Televizyon yayıncılığında en çok tartışılan konularından biri, "izleyici kendi istediği yayını mı izler, yoksa kendisine sunulanı mı?" sorusudur. Voleybol yayınları örneği üzerinden bu sorunun cevabına ulaşabiliriz. Son 2 yıldır TRT Spor'un yayınladığı Voleybol 1. Ligi'nin reytingleri ilk yayın döneminin başlarında çok düşüktü. Oysa 2 yılın sonunda, Voleybol maçlarının reyting oranlarının ciddi şekilde yükseldiğini gözlemleyebiliyoruz. Bu izleyicide spor algısı oluşturmak anlamına gelmektedir.

Voleybol izleyicisinin artması tam da kanalın “Sporun Gelişmesi” hedefiyle birebir örtüşmektedir.

TRT, Türk yayıncılık tarihinde bir ilke imza atarak, 4K\* teknolojisiyle, Fenerbahçe-Ajax, UEFA Avrupa Ligi karşılaşmasını yayınlamıştır. TRT, 4K teknolojisinin yayında kullanımıyla Avrupa’da da öncülük yapmaktadır.\*

Ayrıca Anadolu’daki çeşitli spor müsabakalarının kaliteli çekim tekniği ve uygun formatlarda yayınlarıyla yerel ekonomilere de bu tür yayınların pozitif anlamda geri dönüşleri olmuştur.

TRT Spor kamu yayıncılığı çizgisinden çıkmadan, her zaman olduğu gibi öncü, teknoloji ile iç içe, eğitici, öğretici, ilgi çekici ve doyurucu yayınlar yapmayı sürdürecektir.

TRT Spor için de maddi kaygılar söz konusu ve kamu yayıncılığı yapılması sebebiyle harcanan paralarda daha dikkatli olunması gerekmektedir. Yine kamu yayıncılığının gereği olarak tüm alıcılara hitap edilmesi lazım. Spor, insanın içindeki amatör düşünce ve ruhla başlayan bir olgudur. Efsaneleşmiş sporcular dahi adını milyonlarca insana duyurmadan önce amatör duygularla hareket ettiler ve kariyerlerinin sonuna kadar o duyguları korumayı başararak unutulmazlar arasına girdiler. Bu amatörlük sporu besleyen en saf duygular olarak her zaman karşımızda duruyor.

TRT Spor, geçmişten günümüze hem amatör ruhu korumak hem de amatör kulüp ve sporcuların, yukarıdaki saydığımız sorunlarına dikkat çekmek için programlar ve birçok canlı yayınlar yapmaktadır.

Bunun en yakın örneklerinden biri Ampute futboludur. İki yıl öncesine kadar bir çok insanın varlığından bile haberder olmadığı Ampute Milli Takımı’mızın olağanüstü başarısı TRT Spor sayesinde ekranlarda yer bulmuştur.

Devletin verdiği destekle gerçekleştirilen Etnospor Kültür Festivali her yıl, 5 gün boyunca izleyiciler ile buluşuyor.

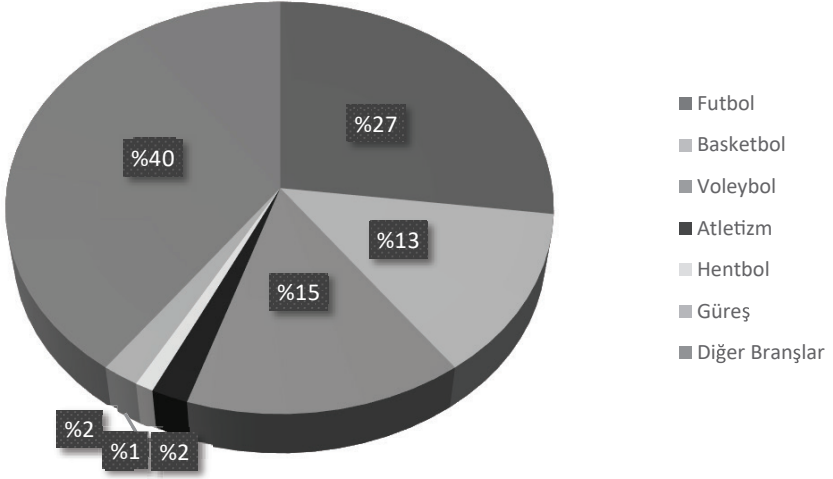
TRT Spor ayrıca, ülke nüfusunun yaklaşık yüzde 5’inin engelli olduğu gerçeğinden yola çıkarak engelli bireylere gerek organizasyon anlamında gerekse programlar anlamında önemli bir katkı sağlamaktadır. Uzun soluklu “Engelsiz spor” programı toplumun bu kesiminin sporla olan ilişkisinin önemli bir parçasıdır.

TRT Spor’un amatör branşlara katkısı ilerleyen dönemde de artarak devam edecektir.

Ülkemizde futbol dışında 64 federasyon daha mevcut. Gençlik ve Spor Bakanlığı önderliğinde spora teşvik için sürekli çalışmalar yapılmaktadır. Bu doğrultuda TRT

de tüm branşları kucaklayan sadece yurt içinde değil sınır ötesinde de gerçekleştirilen organizasyonları ekrana taşıyan bir yayın politikası ortaya koymak durumundadır.

TRT Spor'un 2018 yılındaki yayın oran tablosu bu felsefenin bir yansımasıdır. Bu tabloda en çok dikkat çeken nokta, diğer adı altında temsil edilen spor branşlarının yüzde 40'lık bir dilimde yer almasıdır.



Grafikte de görüleceği üzere neredeyse hiçbir basın kuruluşunda kendisine yer bulamayan, olağanüstü bir başarı olmadığı sürece adını dahi duyuramayan “ampute, badminton, eskrim, tekvando, judo, boks” gibi spor branşları kanalın yayın tablosunda yüzde 40'lık dilimi oluşturmaktadır.

### Yarının Spor Ekranı Nasıl Olacak?

Türkiye'deki özel kanallar da TRT Spor da ihtiyaca ve taleplere göre bu mecralara başvuruyor. Geleneksel medya ve geleneksel yollardan haber alan, program izleyen, okuyan yurttaşların profili değiştiğiçe, Z kuşağı olarak adlandırılan nesil büyüdükçe bu iletişim yollarına talep artacaktır. Z kuşağının en belirgin özelliği teknoloji ve internetle daha hayatlarının başındayken iç içe olmalarıdır. Telefonlar ve tabletlerle büyüyen bir nesil var ve internetsiz bir yaşam, onlar için düşünülemez. Daha önceki nesiller için de internet vazgeçilmez bir hale gelmiş durumda.

Gerhards ve Schäfer, (2010: 145) dijital medyanın daha “iyi” bir kamusal alan beklentisine karşılık verebilecek bir iletişim aracı olduğuna dair umutların, genel olarak internet iletişiminin yapısının radikal bir şekilde geleneksel medyadan farklı olması üzerinden temellendiğini söylemektedir.

Geleneksel medyanın düzenlediği iletişimin merkeziyetçi bir yapısı olduğunu söyleyen Rasmussen, bunun nedenini geleneksel medyanın içerik üretimi ve bilgi gönderiminin belirginleşmiş merkezler tarafından yapıldığı kitle iletişim araçları (radyo, televizyon, gazete, dergi vs.) olmasıyla açıklamaktadır. Yeni medyanın oluşturduğu yapı, geleneksel medyaya kıyasla sıkı bir şekilde yapılandırılmamış ve kurallara bağlanmamış ve çoğulcu bir niteliğe sahip olduğundan bireylerin katılımına daha açık bir kamusal alan yaratma olanağına sahiptir (Rasmussen 2008: 74- 78).

İnternet kullanımının fazlasıyla ekonomik bir iletişim teknolojisi olduğu birçok yazar tarafından kabul edilmektedir. Örneğin Geray ve Aydoğan (2010), internet kullanımının bu yönünü, internetteki içerik üretim sürecine etkisine de değine- rek şu sözlerle vurgulamaktadır:

“Son yıllarda içerik üretimini ve yönetimini sağlayan kullanımı kolay ve ucuz donanımların gelişmesi ve yaygınlaşması, internet üzerinden içerik sunumunu sağlayan çeşitli programların ve yazılımların ücretsiz ya da çok ucuz şekilde sunulması gibi teknolojik gelişmeler, profesyoneller dışında kullanıcıların da içerik üretebilmelerini ve bu içeriği internet ortamında paylaşabilmelerini sağlamaktadır. Bu teknolojik gelişmelerin yanı sıra kullanıcıların içerik üretim sürecine aktif bir şekilde katılmaya ve ürettiklerini başkalarıyla paylaşmaya yönelik artan isteklilikler de internet üzerindeki kullanıcıların ürettiği içerikle hazırlanan uygulamaların artmasına ve çeşitlenmesine olanak sağlamıştır.” (Geray ve Aydoğan, 2010: 307).”

Howard Rheingold, 1993 yılında, interneti geleneksel medya ile karşılaştırmış ve o güne kadar az sayıdaki insanın kontrolünde bulunan iletişim teknolojilerinin, artık her yurttaşın diğerine seslenebileceği merkezleşmemiş bir ağ yapısı teknolojisiyle yer değiştirdiğini söylemiştir. Yazarlara göre, internet bireyin gücünü artıracak ve bireyin kurumların önüne geçmesini sağlayacak özelliklere sahiptir. Aslında bu da bahsettiğimiz Z neslinin kendini donanımlı bir şekilde yetiştirebilmesinin önemini ortaya koyuyor. Popüler kültürün yarattığı bir kişi eğer kaliteden uzak yaptığı işlerle, yazdığı yazılarla ya da çektiği videolar ile ünleniyor ve değer görüyorsa bunun insanlara katkısı olmayacağı gibi ciddi zararları da olacaktır.

Dijital medyanın olumsuz olarak görünen diğer yanlarından biri internet içeriğini oluşturan diller arasında görülmektedir: Web sitelerinin %80'i, dünyada sadece on kişiden birinin konuştuğu bir dil olan İngilizcedir. (Youngs, 2009).

Dijital dünya ve medyaya yansımaları artan biçimde devam ediyor. Bu artışta dünya çapında kayıtsız kalınması mümkün değil.

### Dünya’da 100 Milyondan Fazla Kişi E-Spor Oyuncusu

Teknoloji alanında yaşanan olağanüstü gelişmeler her sahada olduğu gibi spor alanını da etkileyerek yeni bir takım gelişmelere neden olmuştur.\* Teknolojik gelişim, oyunları dijital ortamlara aktararak yeni bir boyut kazandırmıştır. E-Spor kavramı, literatürde elektronik oyun (electronic game), siber oyun (cyber game), bilgisayar oyunu (computer game), çevrim içi oyun (online game), video oyunu (video game), sanal oyun (virtual game), oyun sporları (game sports), elektronik spor (electronic sports) vb. nitelendirilse de e-Spor (elektronik spor) kavramı daha yaygın kullanımdan dolayı tercih edilmektedir.

Ülkemizde 30 milyondan fazla kişi farklı dijital platformlar üzerinden dijital oyunlar oynamaktadır. Yerel oyun endüstrisinin mali büyüklüğü yıllık yaklaşık 700 milyon dolardır. Dijital oyun endüstrisi yıllık ortalama %16 ila %18 arasında büyümektedir. Rekabete dayalı bilgisayar oyunlarının hem oynanması hem de izlenmesinin elektronik spor (E-Spor) kavramının doğmasına neden olduğu söylenebilir. Dünya’da en az 385 milyon kişi e-Spor seyircisi, 100 milyondan fazla kişi e-Spor oyuncusu ve Türkiye’de en az 7 milyon oyuncu E-Spor ekosisteminde oyuncu ve izleyici olarak yer almaktadır.

Sporun sözlük tanımına baktığımızda, “Belli kurallara ve tekniklere uyularak yapılan, bedensel gelişmeye yararlı, eğlenmek ve yarışmak amacı da bulunan beden hareketlerinin tümünün ortak adı.” açıklamasını görüyoruz. Bu tanımlamadan yola çıkarak eğlenmek ve rekabet etmekten E-Spor’da söz edebiliriz ancak “bedensel hareketler” noktasında E-Spor’u bu kavramın içine sokmak son derece güç.

Spor denilince akla; futbol, basketbol, voleybol, hentbol, atıcılık gibi fiziksel efora dayalı sporlar gelmektedir. Spor yapıldığında bedensel bir gelişim olmalıdır. Ancak E-Spor bunun tam tersini desteklemektedir. Oyuncularını hareketsizliğe yönlendiren bir eğlence türüdür. Bu bağlamda baktığımızda spor, özellikle fiziksel aktivite ile birlikte, sporcunun beden sağlığını da olumlu etkilemektedir. Ancak uzun saatler masa başında uygulanan bir aktivitenin oyuncu açısından çok da sağlıklı olduğu söylenemez, aksine kişinin bedensel sağlığını olumsuz etkileyebileceğini söyleyebiliriz.

E-Spor için kullanılan yapımların, spor olarak nitelendirilebilmesi bu aşamada mümkün gözükmemektedir. Ancak bu yapımların fiziksel aktiviteler içermesi durumunda bir spor branşından bahsedebiliriz.





Hem yukarıdaki grafiğe baktığımızda E-Spor ile ilgili kavramlar her ne kadar “spor” teriminin kıstaslarını karşılamasa da, günümüzde hızla ilerleyen ve çok fazla emek verilen, uzun süreli antrenmanları olan ve geniş bir kitleye sahip bir endüstri haline gelmiştir. Yukarıdaki grafikte de ciddi anlamda finansal girdilerin sağlandığı bir sektör olma yolunda ilerlediğini belirtmek durumundayız.

Dijitalleşmeden gelişimi dünyaya paralel bir şekilde ülkemizde de devam ediyor. İstatistiklere baktığımızda, bu hızın dünyanın hızını geçtiği şeklinde yorumlayabiliriz.

Nihayetinde TRT de dijital medya yolunda mevcut çalışmalarını yoğun bir şekilde arttırarak ilerlemeye, kamu yayıncısı kimliğinden uzaklaşmadan çağa ayak uydurmaya devam edecektir.

#### Yararlanılan Kaynaklar

- İLAL ERSAN, İletişim, Yıgınsal İletim Araçları ve Toplum, Der Yayınları, İstanbul, 1991, s: 24 a.g.e.;s:44.
- Devecioğlu, S., Çoban, B., Yıldırım, E., “Amatör Spor Kulüplerinde Yönetim Problemleri Ve Çözüm Önerileri”, 2003.
- Argan, M. Ozer, A. ve Akin, A. (2006b). “Elektronik Spor: Türkiye’deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları”. Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi. 1 (2), 1-11,
- Argan, M. ve Katırcı H. (2004). Spor Sponsorluğu Yönetimi, Ankara: Detay. Argan, M., Akin, E. (2007, Kasım). “Elektronik Spor; Özellikleri, Kavram ve Uygulamalarına Yönelik Kuramsal Çerçeve”. Akdeniz 4. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- UİK e-SPOR ENDÜSTRİSİ Süleyman YÜKÇÜ, Emre KAPLANOĞLU Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 533-550
- Gerhards, Jürgen; Schäfer, K. Mike (2010), “Is the Internet a Better Public Sphere? Comparing Old and New Media in the USA and Germany”, New Media & Society, 12 (1), ss. 143-160.

- Rasmussen, Terje (2008), "Internet and Differentiation in the Political Public Sphere", *Nordicom Review*, vol 29, no. 2, ss. 73-83.
- Geray, Haluk; Aydoğan Aylın (2010), "Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik", *Televizyon Etik içinde*, (der.) Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel, Ankara: Fersa Matbaacılık, ss.305-321.
- Youngs, Gillian (2009), "The Internet and Political Economy", *Global Transformation and World Futures içinde*, (der.) S. Inayatullah, , EOLSS, ss. 179-202.
- Avşar, Z. (2004).Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/23/666/8495.pdf>
- TRT (2013) TRT Genel Yayın Planı, TRT.
- TRT (2015) Spor Yayın Hedefleri Raporu.
- Avşar, Z. (2004).Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/23/666/8495.pdf>
- TRT (2016).TRT Kurumsal Web-sitesi: <http://www.trt.net.tr/Kurumsal/KilometreTaslari.aspx>