

# Transnasyonal Medyanın Gelişim Dinamikası

## *The Development Dynamics of Transnational Media*

Çalışma Başvuru Tarihi: 01.11.2024

Çalışma Kabul Tarihi: 04.12.2024

Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

**Konul NIFTALIYEVA\***

**Anahtar  
Kelimeler:**

*TV, radyo,  
transmilli  
gazeteler, küresel  
televizyon, uydu  
yayını, geleneksel  
medya, yeni medya*

**ÖZET**

*Batı'da henüz XIII. yüzyılda insanların bilgi alma ihtiyacı, haber bültenleri yayımlayan bazı yeni kurumların ortaya çıkmasına yol açmıştır. XV. yüzyılda matbaanın icadı, yalnızca basım ve yayın tarihini değil, aynı zamanda kültür tarihini de devrim niteliğinde değişikliklere yol açmıştır. Sosyal, kültürel ve coğrafi açıdan köklü değişikliklere maruz kalan Avrupa'da haber bültenleri, yavaş yavaş modern gazetelere yerini bırakmaya başlamıştır. Makalede, devletçilik ve milliyetçilik anlayışlarında ciddi değişikliklerin yaşanması, reformların gerçekleştirilmesi, çeşitli alanlarda rönesansın görülmesi ve diplomatik ilişkilerin ön plana çıkması, toplumların yaşadıkları coğrafyanın ötesinde tüm dünyadan bilgi alma ihtiyacını doğuran nedenler incelenmiştir. Zamanla bazı gazetelerin küresel düzeyde yayılma göstererek nüfuslarını artırmaları ve transmilli gazetelere dönüşmeleri üzerine de araştırmalar yapılmıştır. Ayrıca makalede, küresel televizyon yayıncuları ve bunların gelişim perspektifleri de ele alınmıştır. Araştırma çalışmasında, televizyonun teknik gelişiminde önemli adımların atılması, renkli televizyon yayınlarının başlaması, yayın türlerinin artırılması ve Radio-Link ile uydular aracılığıyla yayın yapılması gibi konular incelenmiştir. Sonuç olarak, araştırmada geleneksel medyanın, yeni medyanın etkisiyle önceki gücünü kaybetmiş olmasına rağmen hâlâ insanların güven duyduğu başlıca bilgi kaynağı olma niteliğini koruduğu sonucuna varılmıştır.*

**Keywords:**

*TV, radio,  
transnational  
newspapers, global  
television networks,  
satellite  
broadcasting,  
traditional media,  
new media*

**ABSTRACT**

*As early as the 13th century in the West, the need for people to receive information led to the emergence of new enterprises engaged in the publication of news letters. The invention of the printing press in the 15th century brought about revolutionary changes not only in the history of printing and publishing but also in the history of culture. In Europe, which was undergoing profound social, cultural, and geographical changes, news letters gradually gave way to modern newspapers. The article investigates the reasons behind the significant changes in the concepts of statehood and nationalism, the implementation of reforms, the renaissance in various fields, and the rise of diplomatic relations, which created the need for societies to receive news from beyond their geographic borders. The study also examines the transformation of some newspapers into transnational ones, expanding their influence across the globe. The article further explores global television networks and their development prospects. The study delves into significant advancements in television technology, the introduction of color television broadcasts, the expansion of broadcast types, and the implementation of broadcasts via Radio-Link and satellites. In conclusion, the research finds that although traditional media has lost some of its former power due to the influence of new media, it continues to survive as a primary source of information that people still trust.*

\* Doç. Dr., Bakü Devlet Üniversitesi, Gazetecilik Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Teorisi bölümü, kenul.niftaliyeva@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3565-5421.

## 1. GİRİŞ

İlk çağlarda elle yazılan duvar ilanları, haberleşmenin ilkel araçlarından biri olmuştur. Daha sonra, Çin, Mısır, Antik Yunan ve Roma'da yavaş yavaş gazetelerin ilk örnekleri ortaya çıkmıştır. Örneğin, Jül Sezar, kamuoyu oluşturmak amacıyla "Acta Senatus," "Acta Publica," ve "Acta Diurna" gibi bir sayfalık bültenlerin yayımlanması için emir verdiği tarihsel belgelerde yer almaktadır. Orta Çağ'da, düzenli haber yayan ve gazete özelliklerine sahip ilk yayın 911'de Çin'de ortaya çıkmıştır. XIII. yüzyılda ise Batı'da, insanların bilgi alma ihtiyacı, haber bültenleri yayımlayan yeni kurumların oluşmasına neden olmuştur. XV. yüzyılda matbaanın icadı, yalnızca basım ve yayın tarihini değil, kültür tarihini de devrim niteliğinde değiştirmiştir. Sosyal, kültürel ve coğrafi açıdan köklü değişikliklere uğrayan Avrupa'da, haber bültenleri yavaş yavaş modern gazetelere yer vermeye başlamıştır. 1605-1610 yıllarında, çeşitli konularla birlikte, sabit ve dönemsel bir görünüm sunan ilk gerçek gazeteler yayımlanmıştır (MEB, s. 4-18, 2011).

18. yüzyıl, birçok toplumsal-siyasi olayın yaşandığı ve gazeteciliğin bir meslek olarak kendini kanıtlamaya başladığı bir dönem olarak tanımlanmaktadır. Modern Batı'nın şekillenmesinde önemli olaylardan biri olan Fransız Devrimi, yalnızca bu ülkede değil, onun sınırları dışında da basının faaliyetlerine önemli etki etmiştir. Devletçilik ve milliyetçilik anlayışlarında ciddi değişikliklerin yaşanması, reformların hayata geçirilmesi, çeşitli alanlarda bir yeniden doğuşun yaşanması ve diplomatik ilişkilerin ön plana çıkması, toplumların yaşadığı coğrafyanın dışında, tüm dünyadan haber alma ihtiyacını doğurmuştur (Çıtak, s. 80-81, 2016). Bu da zamanla bazı gazetelerin tüm dünyada yayılarak nüfusunu artırmasına ve transnasyonal gazetelere dönüşmesine yol açmıştır.

Transnasyonal gazeteler dediğimizde, Britanya basınının öncüllerden biri olduğunu belirtmek gerekir. 17. yüzyılın başlarında İngiltere'de ilk gazeteler faaliyet göstermeye başlasa da günlük yayın pratiği yalnız yüzyılın sonunda posta sistemindeki gelişmelerle mümkün olmuştur. Sanayi Devrimi ile birlikte hem baskı mekanizmasındaki hem de ulaşım ve iletişim alanındaki gelişmeler gazetelerin faaliyetlerini de etkilemiş ve tirajlar hızla artmıştır. Sadece yurtiçindeki değil, aynı zamanda yabancı ülkelere de haberlerin anında toplanmasına olanak sağlayan araçların icadı, gazetelerin içeriğinde de değişiklikler yaratmıştır.

İngiltere'de bağımsız basının ilk örnekleri 19. yüzyılın ilk yarısında kendini göstermiştir. Bu dönemde London Times'ın hükümeti eleştiren materyaller yayınlaması, en ciddi İngiliz gazeteleri için bir model haline gelmiştir. İngiltere basını, 1855 yılında Mühür vergisinin kaldırılmasıyla önemli bir dönüm noktası yaşamıştır. Genel olarak, 19. yüzyılın sonları ve 20.

yüzyılın başlarının İngiltere'de gazetelerin altın çağı olduğu söylenebilir. Bu dönemde The Times, The Daily Telegraph, The Daily Mail, The Guardian, The Sunday Times, The Financial Times, The Daily Mirror ve The Independent gibi gazetelerin temelleri atılmıştır (Çıtak, s. 93-94, 2016). Bunlar arasında dünya çapında büyük bir nüfuza sahip olan bazı gazeteler şunlardır:

### **1.1. The Guardian**

Faaliyetlerine 1821 yılında Manchester Guardian adıyla başlayan The Guardian gazetesi, ilk yayımlandığında Manchester'da Mısır Kanunlarına karşı büyüyen kampanya çerçevesinde Peterloo Katliamı sonrası liberal ilgiyi teşvik etmeyi amaçlamıştır. Başlangıçta haftalık olarak yayımlanan gazete, 1855'te Mühür vergisinin kaldırılmasıyla birlikte günlük olarak yayınlanmaya başlamıştır. The Guardian'ın hem ulusal hem de uluslararası alanda tanınmasında, 1872'de editörlüğe başlayan ve 57 yıl bu görevi yürüten CP Scott'un önemli rolü olmuştur. Onun gazetenin 100. yılındaki makalesinde ifade ettiği "Yorum yapmak serbesttir, ancak gerçekler kutsaldır... Dostlarınkı kadar muhaliflerin de sesini duyurma hakkı vardır" fikri, gazetenin sahip olduğu ilkeleri özetlemiştir. Gazete, ilerleyen zamanlarda bazı maddi sıkıntılarla karşılaşsa da bunların üstesinden gelmeyi başarmış ve 1980'lerin başlarındaki kutuplaşan siyasi ortamda sol kesimin sesi olmuştur.

The Guardian, 1997 yılında İngiltere'de muhafazakâr hükümetin iktidardan düşmesine katkı sağlayan birçok araştırma yazısıyla gündeme gelmiştir. Gazete, ayrıca 2011 yılında WikiLeaks ile olan iş birliği nedeniyle takdir edilmiştir (Samples, 2021).

### **1.2. The Daily Mail**

İlk kez 1896 yılında yayınlanan Daily Mail, çıktığı günden itibaren büyük bir başarı elde etmiştir. Döneminin diğer gazetelerinden daha hızlı haber basmak ve yaymak için sürekli yeni teknolojiler kullanması, onun öne çıkmasını sağlayan başlıca unsurlardan biri olmuştur. 1930'lu yıllarda gazetenin sahibi Esmond Harmsworth'in Hitler ve Mussolini'ye olan hayranlığı, gazetede faşist hareketin yayılmasına hizmet eden materyallerin yayımlanmasıyla sonuçlanmıştır. Daily Mail, Boer Savaşı sırasında imperialist-milliyetçi bir tutum sergileyerek İngiltere'de ilk kez bir milyonun üzerinde satış yaparak dünyanın en büyük gazetesi olma unvanını kazanmıştır.

Merkez sağ bir konumda yer alan, muhafazakâr veya geleneksel değerleri güçlü bir şekilde savunan Daily Mail gazetesi, "Orta İngiltere'nin" sesi olarak değerlendirilmektedir. Her

zaman siyasetle ilişkilendirilen gazetede, siyasi hayatla ilgili haberler daha baskın bir şekilde yer almaktadır (Augustyn, 2024).

### 1.3. The Financial Times

Financial Times, 1888 yılında London Financial Guide olarak faaliyete başlamış ve daha sonra mevcut adını almıştır. Kendini dürüst maliyecilerin, gerçek yatırımcıların, icracıların ve spekülâtörlerin, saygın brokerlerin dostu olarak tanımlayan gazete, zamanla hedef kitesini ve kapsamını genişleterek dünyanın dört bir yanına yayılmayı başarmıştır. Gazetede, yerel ve uluslararası ölçekte siyaset ve ekonomi üzerine editoryal yorumlar, dünya çapında liderlerin, politikacıların, akademisyenlerin ve yorumcuların görüşlerinin yanı sıra finansal veriler, şirketler ve piyasalar hakkında haberler de yer almaktadır. Financial Times'ın serbest piyasa ekonomisini savunduğu ve küreselleşme yanlısı olduğu söylenebilir. Ayrıca gazete, ideolojik olarak merkez, merkez-sağ, liberal, neo-liberal ve muhafazakâr-liberal olarak değerlendirilmektedir

Transnasyonal gazetelerin gelişimi açısından Amerika'nın İngiltere ile benzer bir konumda bulunduğu belirtilebilir. Amerika'da basın tarihi, ülkenin tarihi ile ayrılmaz bir şekilde iç içe geçmiştir. Amerika kolonilerinde 1690 yılında yayımlanan ilk gazete olan “Publick Occurrences Both Forreign and Domestick”, izinsiz yayımlandığı için kısa sürede kapatılmıştır. Bunun ardından, özgür basının temellerinin atılmasında önemli olaylar gerçekleşmiştir. 19. yüzyılda Amerika'da hâlâ systemsiz bir şekilde faaliyet gösteren gazeteler, yavaş yavaş yayımlayıcının sözcülüğünden daha fazlasını yapmayı başarmıştır. Bağımsızlık savaşından sonra gerekli resmi ve yasal düzenlemelerin hayata geçirilmesi, gazetelerin gelişimini sağlamıştır. Gazeteler bir endüstri alanı olarak büyümeye başlamıştır. Hedef kitlesi işçi sınıfı olan New York Sun ve Penny Press'in faaliyete geçmesi, sansasyonel içerikli ucuz gazetelerin temelini oluşturmuştur. Bu dönem, aynı zamanda The New York Times, USA Today, Wall Street Journal, Washington Post, Los Angeles Times ve New York Daily News gibi kaliteli ve prestijli gazetelerin ortaya çıktığı bir zaman dilimi olmuştur. İç savaş sırasında telgrafın kullanılması, haberlerin hızlı bir şekilde yayılmasına olanak tanımıştır. Bu durum, Avrupa'dan telgrafla gelen haberleri paylaşmak isteyen birçok büyük gazete arasında ortak bir iş birliği projesi olarak başlayan Associated Press haber ajansının kurulmasıyla sonuçlanmıştır.

Avrupa'da olduğu gibi, Amerika'da da 20. yüzyılın ortalarına kadar gelişen gazeteler, radyo, televizyon ve ardından internetin ortaya çıkmasıyla birlikte tiraj kaybı yaşamaya başlamıştır.

Bu yeni medya araçları, haber tüketim alışkanlıklarını değiştirmiş ve gazetelerin geleneksel rolünü tehdit etmeye başlamıştır.

Amerika menşeli dünya çapında büyük nüfuza sahip bazı gazetelere örnek olarak şunlar gösterilebilir:

#### **1.4. The New York Times**

The New York Times 1851 yılında New York'ta sansasyondan kaçan ve haberleri objektif bir şekilde sunmaya çalışan bir gazete olarak faaliyet göstermeye başlamıştır. Gazetenin amacı kütleli bir okuyucu kitlesine değil, kültürel, entelektüel okuyuculara hitap etmek olduğundan, erken bir başarı kazanarak bir model oluşturmuştur. 1912 yılında Titanik'in batmasıyla ilgili çeşitli haberlerin kamuoyuna ulaştırılması gazetenin nüfuzunu artırmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nda ise bu nüfuzunu daha da pekiştirmiştir. ABD'nin Vietnam Savaşı'ndaki rolüne dair gizli hükümet araştırması olan Pentagon belgelerinin yayımlanması ise gazeteye Pulitzer Ödülü kazandırmıştır. Tiraj açısından Amerika'da hiçbir zaman en büyük gazete olmamasına rağmen, The New York Times yüksek nüfusu ile dünyada ön sıralarda yer almıştır (Augustyn, 2024)

#### **1.5. The Washington Post**

The Washington Post 1877 yılında faaliyet göstermeye başlamış ve ilk yıllarından itibaren mali zorluklarla karşılaştığı için sahibi birkaç kez değişmiştir. Bunun ardından yaşanan bazı olaylar, gazetenin hem Amerika'da hem de dünyada nüfuzunun artmasına neden olmuştur. 1971 yılında Pentagon Belgeleri'ni yayımlaması, Vietnam Savaşı'na karşı muhalefetin teşvik edilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Daha sonra, gazete muhabirlerinin 1974'te Başkan Richard Nixon'ın istifasıyla sonuçlanan Watergate skandalı ile ilgili araştırması büyük bir yankı uyandırmıştır. Daha çok siyasi haberçilikle tanınan The Washington Post, yurtdışında ofisi bulunan az sayıda Amerikan gazetesinden biridir (washingtonpost, 2024).

#### **1.6. The Wall Street Journal**

The Wall Street Journal, ilk olarak iş dünyası ve finans haberlerini okuyuculara ulaştırmak amacıyla 1889 yılında New York'ta yayımlanmaya başlamıştır. Gazete, 11 Eylül saldırıları (2001) ve Amerika'daki kurumsal skandallar (2003) gibi olayları aydınlattığı için 35'ten fazla Pulitzer Ödülü kazanmıştır. Kendini tarafsız olarak değerlendirmesine rağmen, hedef kitlesi nedeniyle sağcı, muhafazakâr bir yayın olarak ün kazanmıştır. Wall Street Journal, çevre ve bilim konularında farklı bir yaklaşım sergilemesiyle de dikkat çekmiştir. Gazetenin editör ekibi, iklim değişikliği ile ilgili bilimsel konsensüsü neredeyse kesin bir şekilde reddederek,

bu konuda tezler öne süren bilim insanlarını ve diğer araştırmacıları düzenli olarak "dolandırıcı" olarak tanımlamıştır (Grant, 2024)

Uluslararası alanda tanınan bazı gazetelere ev sahipliği yapan ülkelerden biri de Fransa'dır. Fransa tarihinde ilk gazete olan La Gazette, 1631 yılında yayımlanmaya başlamıştır. Ancak Fransa'da basın, 19. yüzyıla kadar hükümet kontrolünde faaliyet gösterdiğinden ve baskılara maruz kaldığından burada gazetelerin sayısı az, kaliteleri ise düşük olmuştur. İmparator Napolyon, gazetecilere karşı sert tutumu ve dönemin basınına duyduğu nefret ile öne çıkmıştır. 1870-1914 yılları arasında ise Fransa'da basın altın çağını yaşamıştır. Bu dönemde basın, ticaret-sanayi kuruluşuna dönüşmüş, basın organlarının sayısı hızla artmış ve kültürel gazeteler ortaya çıkmıştır. 1881 yılında Fransa'da basınla ilgili kabul edilen yasa bu gelişmeye itici bir güç olmuştur (Veliyev, s. 182; 193; 222, 2014).

Dünya çapında büyük nüfuza sahip bazı Fransa menşeli gazetelere aşağıdakiler örnek gösterilebilir:

### **1.7. Le Figaro**

1826 yılında haftalık satirik dergi olarak faaliyet göstermeye başlayan Le Figaro, 1866 yılından itibaren günlük gazete olarak yayımlanmaya başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında Fransa'nın önde gelen gazeteleri arasında yer almış ve üst tabakanın sesi olarak muhafazakâr duruşunu sürdürmüştür. Gazete, taraflı politikası nedeniyle birçok kez eleştirilere maruz kalmıştır. Örneğin, 2006 yılında İslam dinini aşağılayan yazılar yayımladığı iddiasıyla Mısır ve Tunus'ta faaliyetleri yasaklanmıştır (lefigaro./2024).

### **1.8. Le Monde**

Sadece Fransa'da değil, dünya çapında en önemli ve nüfuzlu gazetelerden biri olan Le Monde, 1944 yılında Charles de Gaulle hükümetinin talimatıyla Fransa'nın imajını oluşturmak ve sesini duyurmak amacıyla yayımlanmaya başlamıştır. Faaliyete başladığı günden beri kendi bilgi politikasını oluşturmak için bağımsızlığa çaba gösteren ve bunu korumaya çalışan Le Monde, hem ulusal hem de uluslararası nitelikteki yazılarında merkez sol bir konumda yer almaktadır. The New York Times gibi diğer dünya gazetelerinden farklı olarak, Le Monde sayfalarında daha çok analiz ve düşünce odaklı yazılara yer vermektedir (Le Monde, 2024).

Dünya genelinde gazetenin klasik özelliklerine uygun olarak kamuya önemli bilgiler sunan ilk gazetenin 1609 yılında Zeitung aus Koeln vom 8. Caenner adıyla Almanya'da yayımlanmaya başladığını vurgulamak gerekir. Ancak bu ve sonraki yayınlar, sansür ve gelişimi engelleyen diğer siyasi müdahaleler nedeniyle çok az bir öneme sahip olmuştur. 19. yüzyıla gelindiğinde

ise Almanya'da basın endüstrisi genişlemiş, okuryazarlık artmış, demiryollarının inşası, telgraf ve telefonun icadı ile birlikte hızlı bir şekilde gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde, sansürün kaldırılması demokratik birliklerin kendi gazetelerini kurmasına olanak tanımış ve bu da gazetelerin sayısında hızlı bir artışa neden olmuştur. Böylece, bu dönemde basın kitlelerin malı haline gelmiş ve içeriklerinde meydana gelen değişiklikler sonucunda çeşitli konuları aydınlatan yayınlar ortaya çıkmıştır (Veliyev, 2014, s. 44; 60; 79). 20. yüzyılda Hitler yönetimi döneminde gazeteler ana propaganda aracı olarak kullanılsa da İkinci Dünya Savaşı'ndaki yenilginin ardından yavaş yavaş dirilmeye çalışmış ve bazı gazeteler günümüzde transmilli gazete düzeyine ulaşmıştır.

Alman menşeli transmilli gazete olarak Die Welt örnek gösterilebilir.

### 1.9. Die Welt

1946 yılında Hamburg'da İngiliz işgal yönetimi tarafından yayımlanmaya başlayan Die Welt gazetesi, başlangıçta olayları İngiltere'nin perspektifinden sunmuş, ancak 1947 yılından itibaren daha orta bir konum alarak İngiltere ile birlikte Alman ideolojisini de yansıtmaya başlamıştır. Modern dönemde gazete kendisini "liberal kozmopolit" bir konumda değerlendirirken, genel olarak Die Welt muhafazakâr olarak kabul edilmektedir. Ayrıca Die Welt, uluslararası habercilik alanında yedi yabancı gazetenin editör olarak işbirliği yaptığı Önde Gelen Avrupa Gazeteleri İttifakı'nın kurucu üyesidir (newsroomhistory, 2024)

İlk olarak askeri amaçlar için oluşturulan internetin 90'lı yılların başlarından itibaren kitlesel olarak kullanıma sunulması, tüm alanlarda olduğu gibi medya alanında da ciddi değişiklikler meydana getirmiş ve basılı medyanın kendi sayfalarını internete taşınmasıyla internet gazeteciliğinin temellerini atmıştır. Bu sürece New York Times, The Washington Post, International Herald Tribune, Daily Mirror gibi transmilli gazeteler öncülük etmiştir (Nazlı, 2019, s. 980). Ancak daha sonra internetin dünya çapında hızla yayılmasıyla birlikte yeni medya araçlarının ortaya çıkması, gazetelerin "anında haber verme" gücünü derinden sarsarak dünya genelinde ciddi bir okuyucu kitlesi kaybetmelerine yol açmıştır (Kösedağ, s. 370, 2017).

Yeni iletişim teknolojileri, daha interaktif, yani iki yönlü haber ve bilgi sağlama imkanı yaratmıştır. Gazeteler de faaliyetlerini sürdürebilmek için yeni stratejiler uygulamak zorunda kalmıştır. Örneğin, The New York Times, medya, teknoloji ve gazetecilikteki yeni eğilimleri yakından takip etmek amacıyla bir ekip kurmuş ve genç nesillerin "haber tüketimi" alışkanlıkları üzerine çeşitli araştırmalar yapmıştır. Gazete ayrıca, Google, Facebook ve

Yahoo ile reklam sözleşmeleri ve iş birlikleri aracılığıyla internet reklam gelirlerini artırmaya çalışmıştır. Financial Times ise, 2016 yılında çoklu medya başta olmak üzere çeşitli alanlarda kaliteli içerik üretimi ile uzmanlaşmış Alpha Grid medya şirketinin büyük bir kısmını bünyesine katarak Financial Times Live adı altında gazeteye uygun dijital materyaller yayımlayarak konumunu güçlendirmeye çalışmıştır.

Transmilli gazetelerin yeni medyaya entegrasyonu, onların bu platformalara uygun içerik üretim sürecini de şekillendirmiştir. Örneğin, The Guardian'ın multimedya içerikli Guardian Multimedia adlı dijital platforması, 2013 yılında Thinkfluencer adlı web şovunu izleyiciye sunmuştur. Gazete, ayrıca 2005 yılından itibaren iTunes'da podcast yayınlamaya da başlamıştır. The Wall Street Journal ise, daha genç bir kitleye ulaşabilmek için 2020 yılında 18-34 yaş arasındaki abonelere yönelik aylık dijital haber ve kültür dergisi olan WSJ Note'u oluşturmuştur.

## 2. KÜRESEL TELESETLER VE GELİŞİM PERSPEKTİFLERİ

Rus asıllı ABD elektrik mühendisi Vladimir Kosma Zvorykin, 1923 yılında görüntü tarama yöntemini tamamen dijitalleştiren inoskopyu icat ederek modern televizyonun mucidi olarak tarihe geçmiştir. 1936 yılında bu dijital tarama teknolojisi kullanılarak İngiltere'de ilk televizyon yayınlarına başlanmıştır. Ancak kısa bir süre sonra İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla birlikte televizyon yayınları durdurulmuş ve savaş sona erdikten sonra yeniden faaliyete geçmiştir (Aziz, s.14, 1981).

Televizyonun gelişimi araştırmacılar tarafından genel olarak üç aşamaya ayrılmıştır. 1936-1945 yıllarını kapsayan deneme aşamasında televizyon birkaç ülkede yayın yapmaya başlamış, ancak savaş televizyonun gelişimini engellemiştir. 1945-1960 yıllarını kapsayan gelişim veya olgunluk aşamasında televizyon neredeyse tüm dünyada yaygınlaşmıştır. 1960'lı yıllardan sonra yaşanan üçüncü aşamada, televizyonun teknik gelişiminde önemli adımlar atılmış, renkli televizyon yayınları başlamış, yayın türleri artırılmış, Radio-Link ve uydu aracılığıyla yayınlar gerçekleştirilmiştir (Aziz, s. 28-29, 1981).

1980'li yıllara kadar radyo-televizyon sistemlerinde genel olarak iki farklı modelin var olduğu vurgulanmalıdır. Bu modellerden biri, ABD'nin öncülüğünde televizyon yayını ticari bir faaliyet olarak gören "ticari yayıncılık"; diğeri ise, Avrupa'da geliştirilen ve BBC'nin öncülük ettiği, televizyon yayını devlet kamusal hizmeti olarak gören "kamu yayıncılığı"dır (Güz, s. 4, 2020). Kamu yayıncılığı, hükümetten bağımsız, kamu mülkiyetinde olan ve toplumun mali desteğiyle hizmet veren bir yayın türü olarak ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda kamu yayıncılığı kurumlarının görevi, izleyiciyi bilgilendirmek, eğitmek ve eğlendirmek şeklinde



şekillenmiştir (Mutlu, s. 24, 1999). Ancak 1980'lerde yaşanan küreselleşme ve neo-liberal politikalar sonucunda, ticarileşme fenomeni birçok ülkede hızla kendini hissettirmiştir. Bunun sonucunda kamu yayıncılığı, hakim konumunu kaybetmiş ve bir krize sürüklenmeye başlamıştır.

Serbest piyasa ekonomisi politikaları sonucunda özel televizyon kanallarının sayısındaki artış, kamu yayıncılarının sürekli izleyici kaybetmesine yol açmıştır. Bu nedenle, faaliyetlerini sürekli geliştirmek, mali açıdan bağımsız olmak ve yeni kaynaklar aramak için birçok yayıncı ticari yayıncılık politikası izlemeye başlamıştır. Bu dönüm noktasından itibaren, dünyanın çoğu kamu yayıncısı hükümet desteğini reklam gelirleriyle birleştirerek iki yönlü bir strateji benimsemiştir (Munkhbat, s. 29-34, 2022).

Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve buna paralel olarak iletişim teknolojilerinin sürekli gelişimi, büyük ölçüde kamu yayıncılarından oluşan küresel telesetlerin kapsamını daha da genişletmesine ve etki gücünü artırmasına yol açmıştır. Olayların dünya kamuoyuna ulaştırılmasında ve uluslararası arenada kamuoyu oluşturulmasında küresel telesetlerin etkisi her geçen gün artmaktadır

Özellikle habercilik alanında büyük nüfuza sahip bazı küresel telesetler şunlardır:

### **2.1. BBC (British Broadcasting Corporation)**

1922 yılında İngiltere'de, aralarında televizyonun mucitlerinden biri sayılan Guglielmo Marconi'nin de bulunduğu bir grup kişi tarafından kurulan BBC, kamu hizmeti yayıncılığı alanında dünyanın en büyük yayın kuruluşlarından biri haline gelmeyi başarmıştır. İngiltere'de yaşanan Genel Grev ve İkinci Dünya Savaşı, BBC'nin haber stratejisinin değişiminde önemli rol oynamıştır. 1926'daki Genel Grev sırasında BBC, kendi orijinal haberlerini günde beş kez kamuoyuna sunmaya başlamıştır. 1939-1946 yılları arasında İkinci Dünya Savaşı sırasında televizyon yayını durdurulmuş, ancak radyo yayınlarına devam edilmiştir. Daha sonra yeniden televizyon yayınlarına başlayan BBC, televizyon haberleri ve haber bültenlerinin özellikleri, yapısı ve canlı yayın formatı ile dünya gazeteciliğinde önemli değişiklikler getirmiştir.

BBC'nin yayın prensiplerini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:

1. Britanya'nın siyasi sistemi, özellikle Parlamento'nun faaliyetleri hakkında programlar hazırlamak ve günlük tarafsız bilgi akışını artırmak için anlayışı geliştirmek;
2. Medya okuryazarlığını geliştirmek;
3. Kamu ülke konseptini zenginleştirmek;
4. Hem resmi hem de gayri resmi öğrenmeyi teşvik edebilecek içeriklerle çok çeşitli konulara ilgi artırmak ve bilgi edinmeyi teşvik etmek;

5. Her seviyede ve her yaş için öğrenmeyi kolaylaştıracak materyallerin yanı sıra özel eğitim içerikleri hazırlamak;
6. Farklı ve özgün içeriklerle Birleşik Krallık'ın kültürel yaşamını zenginleştirmek;
7. Yaratıcılığı teşvik ederek yeni izleyicilerle etkileşimli kültürel bağlantılar kurmak;
8. Film stratejileri geliştirmek;
9. Daha az ilgi gören konularla ilgili uygun miktarda haber hazırlamak;
10. Kültürel kimlikleri yansıtmak ve güçlendirmek;
11. Birleşik Krallık'taki farklı insan ve grupların hayatlarını yansıtan içerikler aracılığıyla çeşitli kültürler ve alternatif düşünceler hakkında farkındalık yaratmak;
12. Farklı dinleri ve diğer inançları yansıtmının önemini vurgulamak;
13. Yüksek kaliteli uluslararası haberleri uluslararası bir izleyici kitlesine ulaştırmak (Erentürk, 2009, s. 20).

BBC, kamuya açık bir kuruluştur ve kendi görevlerini yerine getirme konusundaki tüm meselelerde bağımsızdır.

## **2.2. CNN (Cable News Network)**

1980 yılında Amerika'da bir haber kanalı olarak kurulan ve aynı yıl yayına başlayan CNN, tamamen haber içeriğine sahip ilk televizyon kanalı olma özelliğine sahiptir. Tüm dünyadan haberleri toplamak ve bu haberleri global ölçekte yaymak prensibiyle yola çıkan CNN, yayınında kablo ve uydu teknolojisindeki yeniliklerden faydalanarak ABD'de gazetecilik anlayışını köklü bir şekilde değiştirmiştir. 1991 yılında Irak'ın Kuveyt'i işgaliyle başlayan Körfez Savaşı'nı canlı yayınlayan CNN, bu sayede tüm dünyada tanınan bir kanal haline gelmiştir (Bayar, 2015, s. 46).

CNN'in ve tüm ortak kuruluşlarının benimsediği başlıca yayın prensipleri şunlardır:

1. Güvenilirlik: Genel davranışlarla toplumun, yayımlarla ise hedef kitlenin güvenini kazanmak.
2. Bağımsızlık: Çalışanların ve yöneticilerin mesleki faaliyetlerini her türlü kâr ve nüfuz ilişkisi dışında tutmak.
3. Doğruluk ve Gerçeklik: Yayınları gerçeklikten sapmadan, abartmadan, sansür uygulamadan, hiçbir kâr gütmeyen veya baskı altında kalmadan, objektif bir şekilde kamuoyuna sunmak.
4. Tarafsızlık ve Adalet: Yayınlarda farklı tarafların görüş ve düşüncelerini yansıtmak.
5. Toplumsal Değerlere Uygunluk: Toplumun düşünce, inanç ve davranış zenginliğini yayıncılığı besleyen bir kaynak olarak görmek.

6. **Özel Hayatın Korunması:** Yayınlarda bireylerin özel hayatını, iletişimlerini, yazışmalarını veya belgelerini kamu yararı olmadıkça ifşa etmemek.
7. **Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik:** Her türlü faaliyet için izleyiciye hesap vermek.
8. **Kurumsal İtibar:** Toplumun saygısını kazanmak amacıyla şirket çalışanlarının birbirlerine saygı göstermesi (Bayar, 2015, s. 47-48).

### **2.3. Euronews**

Baş ofisi Fransa'nın Lyon şehrinde bulunan Euronews, dünya haberlerini Avrupa perspektifinden aktaran bir televizyon kanalı olarak 1993 yılında faaliyete başlamıştır. Euronews'un, CNN'e eşdeğer bir medya organı olarak oluşturulduğu vurgulanmalıdır (Euronews, 2019). Avrupa Komisyonu, Euronews'un kurulduğu günden itibaren destekçisi olmuştur. Avrupa Komisyonu, Euronews'u Avrupa çıkarlarına hizmet eden eğitici bir kamu hizmeti yayıncısı olarak değerlendirmiştir.

Euronews, bir kamu yayıncısı olarak kamu yayıncısının amaç ve özelliklerini yerine getirmektedir. Bunları aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:

1. **İnsanların dünya hakkında anlayışını genişlendirmek:** Haberler, bilgiler ve analizler aracılığıyla insanları güncel olaylardan haberdar ederek dünya hakkındaki anlayışlarını artırmak.
2. **Bilik və öyrənmənin təşviqi:** Erişilebilir içerikler aracılığıyla sanat, bilim, tarih ve diğer alanlara olan ilgiyi artırmak ve böylece gayri resmi öğrenmeyi teşvik etmek.
3. **Mədəni kimliyi əks etdirmək:** Ulusal veya bölgesel seviyede orijinal programlar aracılığıyla kültürel kimliği yansıtmak ve güçlendirmek.
4. **Alternativ perspektivləri və müxtəlifliyi təmsil etmək:** Başkalarının ve diğer toplulukların hayatını yansıtan programlar aracılığıyla farklı kültürler ve alternatif görüşler hakkında farkındalığı artırmak (Koç, 2021, s. 20-21).

### **2.4. DW (Deutsche Welle)**

Merkezi Almanya'nın Bonn şehrinde bulunan DW, 1953 yılından beri faaliyet gösteren ve Alman federal vergi bütçesi tarafından finanse edilen bir kamu yayıncısıdır. Soğuk Savaş döneminde Almanya'nın sesi olarak yayın yapan DW, faşist Almanya'nın dünya kamuoyunda yarattığı olumsuz algıyı kırmak ve yurt dışında yaşayan Almanları bilgilendirmek amacıyla yayın hayatına başlamıştır. Radyo yayınları ile kamuoyuna hitap eden medya kuruluşu, Berlin Duvarı'nın yıkılmasından sonra küresel bir yayın kuruluşuna dönüşmüştür. DW, 1992 yılında radyo yayınlarına ek olarak televizyon programlarını da dahil ederek küresel bir teleseet olma çabasını sürdürmüştür.

Güvenilir haberler hazırlamak, Almanca'nın yayılmasını sağlamak ve halklar arasındaki anlayışı teşvik etmek kanalın temel hedefleri arasında yer almaktadır. Kanalın finansmanından Almanya Kültür ve Medya Bakanlığı sorumlu olduğu için DW'de reklamlar neredeyse yoktur.

### **2.5. RT (Russia Today)**

2005 yılında Rusya'ya ait haber ajansı RİA Novosti'nin bünyesinde faaliyete geçen RT, kar amacı gütmeyen bir kuruluş olarak Rusya hükümeti tarafından finanse edilmekte ve onun kontrolü altında çalışmaktadır. Dünyada birçok araştırmacı tarafından RT, Rusya hükümetinin uluslararası arenada propaganda aracı olarak değerlendirilmekte ve dezenformasyon ile komplo teorileri üreten bir mecra olarak görülmektedir. Örneğin, Amerika'daki istihbarat hizmetleri, RT'nin 2016 başkanlık seçimlerinde Rusya'nın Clinton'u lekeleme çabalarının merkezinde yer aldığını belirtmiştir. Ayrıca, Fransa'da RT, "Sarı Yelekliler" adlı protestoları kışkırtmakla suçlanmış ve Skripal'in zehirlenmesi ile Suriye çatışmasıyla ilgili haberlerde tarafsızlığı ihlal ettiği için OFCOM tarafından yüksek miktarda ceza almıştır (Crilley, Gillespie ve Willis, 2020, s. 222). Bu gibi nedenlerle kanalın bazı ülkelerde yayınlarının yasaklandığı da vurgulanmalıdır.

### **2.6. El-Cezire**

El Cezire, 1996 yılının sonunda Katar emirinin mali destekleriyle kurulan bağımsız bir televizyon kanalıdır. 1998 yılının Aralık ayında, Çöl Tülkü Operasyonu sırasında bölgede çekim yapan tek kanal olması, onun popülerleşmesi açısından bir dönüm noktası olmuştur. Daha sonra Filistin direnişi ve Amerika'nın Afganistan'ı işgali sırasında gerçekleştirdiği yayınlarla da ününü pekiştirmiştir (Küngerü, 2015, s. 49-50). El Cezire'nin faaliyetlerine başlamasıyla birlikte, her zaman Batı'dan Doğu'ya olan haber akışında değişiklikler gözlemlenmiştir. El Cezire, Batı perspektifinden içerik üreten ve yorumlayan CNN, BBC gibi uluslararası haber kanallarında şok etkisi yaratmıştır. Dünyada meydana gelen aynı olayların Doğu ve Batı kanallarında farklı bakış açılarıyla sunulması, yeni sona eren Soğuk Savaş'ın ardından yeni bir uluslararası bilgi savaşının başlaması olarak değerlendirilmiştir (Artun, 2016, s. 26-27).

El Cezire, son dönemlerde geleneksel haber program formatlarında daha objektif olmaya, tarafsızlığını korumaya çalışması ve diğer önemli faktörlerle Şark'ta Batı menşeli küresel televizyon kanallarından bir adım öne geçmeyi başarmıştır.

### 3. SONUÇ

Çap medyası, televizyon ve radyo günümüzde artık geleneksel medya olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Yeni medya, sahip olduğu üç temel özellik sayesinde geleneksel medya ile arasında büyük bir fark yaratmıştır. Birincisi, karşılıklı etkileşim sayesinde kaynak ile hedef kitle arasında doğrudan iletişim sağlanmış ve hedef kitle içeriklere anında tepki verme imkanı elde etmiştir. İkincisi, demassifikasyon ile her bireye aynı mesaj yerine, algoritmalar aracılığıyla onlara özel farklı bireysel mesajlar ulaştırılmaya başlanmıştır. Üçüncüsü ise, yeni medya geleneksel medyanın senkronizasyon zorunluluğunu ortadan kaldırarak asenkronizasyona olanak tanımıştır. Yani, insanlar medya içeriklerine istedikleri yerde ve istedikleri zamanda erişme imkanı elde etmiştir (Yurdigil ve Yüksel, 2012, s. 146-147).

Yeni medya gazeteciliği, bilgilerin anında, istenilen zaman ve yerde iletilmesine, güncellenmesine, haber arşivi ile daha pratik çalışma imkanı sunmasına, haber içeriğine hemen müdahale edebilmesine, ses, görüntü ve metni birleştirerek daha etkili haber içeriği oluşturmasına, çeşitli haber kaynaklarına daha kolay erişim sağlamasına, vatandaş gazeteciliğinin ortaya çıkmasına, haber içeriği açısından daha çeşitli ve kapsamlı bir alanın oluşmasına, gazetecinin redaksiyona bağlılığının azalmasına, izleyicinin etkileşimli geri bildirim aracılığıyla haber hazırlama sürecine katılımına olanak tanınmasına ve daha fazlasına zemin hazırlamıştır (Yurdigil ve Yüksel, 2012, s. 150).

Bütün bunların paralelinde, küresel televizyon kanalları da rekabete ayak uydurmak ve faaliyetlerini genişletmek için stratejik adımlar atmıştır. Örneğin, BBC, yeni iletişim teknolojilerinin etkisiyle sürekli değişen yayın dünyasındaki konumunu korumak için "Yaratıcı Gelecek" adlı bir ilan ile gençlerle iş birliğini artırmaya çalışmıştır (Bayar, 2015, s. 43). Genel olarak, 90'lı yılların ortalarında her kurum kendi web sayfasını kullanıma sunmuştur.

CNN, 2006 yılında CNN Exchange ve CNN iReport'u kamuoyuna tanıtarak blog yazarlığından vatandaş gazeteciliğine kadar her alandan faydalanmaya çalışmıştır. BBC ise 2007 yılında BBC iPlayer platformunu sunarak birçok TV ve radyo programının canlı olarak ve yayım sonrası yedi gün içinde izlenmesine ve dinlenmesine olanak sağlamıştır. Ayrıca, BBC 2017 yılında İngiltere'deki diğer yayıncılarla ortak bir iş birliği yaparak Netflix ve Hulu gibi hizmetlere rakip olabilecek BritBox'u kullanıma sunmuştur. El Cezire de Media Network adlı web tabanlı bir hizmetle dünyanın farklı yerlerinden insanların haberleri ücretsiz olarak almasına imkan tanımıştır. El Cezire, aynı zamanda 2014 yılında yalnızca çevrimiçi olarak hizmet veren AJ+ adlı bir kanalı da devreye sokmuştur.

Dijital teknolojinin gelişimi ile birlikte küresel televizyon kanallarının içerik üretim süreçlerinde ciddi değişiklikler yaşandığını söylemek mümkündür. Günümüzde tüm küresel televizyon kanallarının resmi YouTube hesaplarının olduğunu görmekteyiz. Bu hesaplarda kanallar, ürettikleri haber ve program içeriklerinin neredeyse tamamını yayımlamakta ve bu videoları diğer sosyal medya hesaplarında paylaşmaktadır. Böylece, televizyon kanalları için hazırlanan içerikler, televizyonun sürekli izleyicilerinin yanı sıra sosyal medya takipçilerine de ulaştırılmaktadır (Türker, 2018, s. 76-77).

Küresel televizyon kanalları için haber yayımı sürecinde Twitter önemli bir yere sahiptir. Televizyon ekranı, teknik olarak belirli bir konuyu belirli bir süre içinde izleyiciye iletebilirken, Twitter'da aynı süre zarfında birden fazla konu takipçilere ulaşabilmektedir. Ayrıca, Facebook da bu bağlamda geniş bir alan sunmaktadır. Televizyon muhabirleri için Facebook, televizyon ekranı gibi kullanılmakta, haberlerin fotoğrafları ve metinleriyle birlikte resmi sayfalardan video formatındaki içerikler de paylaşılmaktadır (Türker, 2018, s. 75-76).

Geleneksel medya, ne kadar yeni medyanın etkisiyle önceki gücünü kaybetmiş olsa da, hala insanların güvendiği temel bilgi kaynağı olarak varlığını korumaya devam etmektedir

## **KAYNAKLAR**

Artun F. (2016). Uluslarüstü medya ve yerel operasyonlar: Al Jazeera örneği. (Yayımlanmamış dissertasiya işi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Aziz A. (1981). Radyo ve televizyona giriş. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları: Ankara.

Adam Augustyn, Daily Mail British newspaper, 13.09.2024

<https://www.britannica.com/topic/Daily-Mail>

Adam Augustyn, The New York Times, 03.10.2024

<https://www.britannica.com/topic/The-New-York-Times>

Bayar B. (2015). TRT, BBC ve CNN televizyonlarının kurumsal web sayfalarının içerik sunumu açısından analizi. (Yayımlanmamış dissertasiya işi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Çıtak İ. (2016). Medya ve demokrasi ilişkisi bağlamında medyanın demokratik rolleri. (Yayımlanmamış dissertasiya işi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Crilley R., Gillespie, M., Willis A. (2020). Understanding RT's audiences: exposure not endorsement for Twitter followers of Russian state-sponsored media. *The International Journal of Press/Politics*, 27 (1), s. 220-242.

Girgin A. (2002). Uluslararası iletişim, haber ajansları ve A.A. Der Yayınları: İstanbul.

Koç E. (2021). Avrupa'da Suriyeli mülteci krizi'nin TRT World ve Euronews haber kanallarındaki görsel çerçevelemesi. (Yayımlanmamış dissertasiya işi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Kösedag M. S. (2017). İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin yerel gazetelere yansması. *Social Sciences Studies Journal*, 3 (5), s. 366-378.

Küngerü A. (2015). Uluslararası medyada İsrail'in 2014 Gazze saldırısının temsili: CNN ve Al-Jazeera kanalları örneği. (Yayımlanmamış dissertasiya işi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Antalya.

Le Monde 2024

[https://www.newworldencyclopedia.org/entry/Le\\_Monde](https://www.newworldencyclopedia.org/entry/Le_Monde)

MEB. (2011). İletişim süreci ve türleri. MEB Yayınları: Ankara.

Munkhbat N. E. (2022). Dijital çağda kamu hizmeti yayıncılığı, BBC, TRT ve MNB örnekleri üzerinden. (Yayımlanmamış dissertasiya işi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Mutlu E. (1999). Televizyon ve toplum. TRT Yayınları: Ankara.

Samples, A History of the Guardian Newspaper 14.12. 2021

<https://www.theguardian.com/gnm-archive/2002/jun/06/1>

Türker H. (2018). Uluslararası televizyon haberciliğinde dijital uygulamalar: TRT World örneği. (Yayımlanmamış dissertasiya işi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Tracy Grant, The Wall Street Journal 05.10.2024

<https://www.britannica.com/topic/The-Wall-Street-Journal>

Vəliyev H. (2014). Xarici ölkələrin jurnalistika tarixi. Zərdabi Yayınları: Bakı.

Yurdigül Y., Yüksel H. (2012). Gazeteciliğin dönüşümü: yeni medyaya entegrasyon sürecinde değişen habercilik pratikleri. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 0 (18), s. 140-161.

<http://newsroomhistory.com/newspaper/die-welt/>

<https://www.historic-newspapers.com/blog/wall-street-journal-history/>

<https://www.britannica.com/topic/Le-Monde>