



Yazılı Basından Dijital Yayıncılığa: Kırgızistan'da Dijital Haberciliğin İzini Sürmek

Niyazi AYHAN¹ ve Coşkun KALA²

Öz

Bu çalışma, insanlığın tarih boyunca bilgi edinme ihtiyacından doğan gazetecilik ve habercilik alanının teknolojik gelişimini ele almaktadır. İlk insanların hayatta kalma amacıyla başlayan bu ihtiyaç, zaman içinde merak ve dünyayı anlama isteğine evrilmiştir. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, gazetecilik ve habercilik formatları da değişime uğramıştır. Çalışma, özellikle Kırgız basınının bu paradigmalardaki değişimini ele alarak, Kırgızistan'daki internet ve sosyal medyanın yükselişinin gazeteciliği nasıl dönüştürdüğünü incelemiştir. Kyrgyztuusu adlı devlet gazetesi ve ticari yayın yapan Super.kg gazetelerinin web sitelerine odaklanarak, Kırgız basınının dijital devrimle uyum sağlama süreci üzerine verilere ulaşılmıştır. Bu verilerin analizi sonucunda, incelenen web sitelerin başarılı oldukları alanlar belirtilirken, web sitelerin geliştirilmesi gereken alanlara vurgu yapılmış ve bazı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kırgız basını, Dijital yayıncılık, Kırgızistan basın tarihi

From Print Media to Digital Broadcasting: Tracing The Path of Digital Journalism in Kyrgyzstan

Abstract

This study delves into the technological evolution of the field of journalism and reporting, which has emerged as a result of humanity's historical necessity for acquiring information. The initial impetus of this need, driven by the imperative for survival in early human societies, has progressively evolved into a pursuit of curiosity and a yearning to comprehend the intricacies of the world. With the advent of technological progress, journalism and reporting formats have undergone notable transformations. This research, in particular, places special emphasis on the shifts in these paradigms, scrutinizing the manner in which the ascendancy of the internet and social media in Kyrgyzstan has fundamentally reshaped the landscape of journalism. By concentrating its investigation on the online platforms of both the official state publication "Kyrgyz Tuusu" and the private enterprise "Super.kg," the study has gathered and analyzed data to discern the process through which Kyrgyz journalism has aligned itself with the digital revolution. In light of the data analysis, the study accentuates the salient achievements of the scrutinized websites while also pinpointing areas necessitating refinement. Furthermore, the study furnishes valuable suggestions aimed at optimizing and enhancing these online platforms.

Key Words: Kyrgyz press, Digital publishing, Kyrgyzstan press history

Atf İçin / Please Cite As:

Ayhan, N. ve Kala, C. (2023). Yazılı Basından Dijital Yayıncılığa: Kırgızistan'da Dijital Haberciliğin İzini Sürmek. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 8 (2), 198-208. Doi: <https://doi.org/10.58648/inciss.1364231>

¹ Doç Dr. - Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İletişim Fakültesi, niyazi.ayhan@manas.edu.kg,

ORCID: 0000-0002-6839-6422

² Doktora - Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İletişim Fakültesi, coskun.kala@manas.edu.kg,

ORCID: 0009-0008-8938-9257

Giriş

Gelişen yeni iletişim teknolojileriyle birlikte habercilik ve gazetecilik anlayışı da değişime uğramıştır. Bu değişim süreci ülkeden ülkeye fark etmektedir. Bazı ülkeler gelişen yeni iletişim teknolojileriyle birlikte haber formlarına ve habercilik anlayışına kısa sürede adapte olurken, bazı ülkeler ise söz konusu gelişmelere adapte olamamaktadır.

Yukarıdaki satırlardaki bilgilerden hareketle çalışmanın konusu Kırgızistan'daki yeni iletişim teknolojilerinin dönüştürdüğü habercilik anlayışına yoğunlaşmıştır. Konu itibariyle çalışma aynı zamanda Kırgızistan'ın gazetecilik tarihi açısından da önemli dönüm noktalarına değinmiştir.

Kırgız basınının tarihsel devinimine bakıldığında, Kırgız basınının kökenleri 1917'deki Bolşevik Devrimi'ne dayandırıldığı görülmektedir. Bu dönem, Sovyetler Birliği'nin kurulmasıyla birlikte gazetecilik faaliyetlerini ve yayın politikalarını şekillendiren belirleyici bir dönemdir.

Çalışmada 'Kyrgyz Tuusu' gazetesinin Kyrgyztuusu.kg ve 'Super-İnfo' gazetesinin Super.kg web sitelerini ayrıntılı bir şekilde incelenmesi amaçlanmış, bu temel amaç ile birlikte değişen Kırgız basını hakkında bir kesit sunulması planlanmıştır. Söz konusu web sitelerinin seçimi günlük olarak büyük bir ziyaretçi kitlesi tarafından kullanılmasından kaynaklanmaktadır. İçerik analiziyle yapılan incelemelerde web sitelerinin sayfa düzeni, gezinme kolaylığı, arama seçenekleri ve kullanıcı deneyimi gibi faktörleri göz önünde bulundurularak çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Ulaşılan bulgular, Kırgızistan'daki diğer haber siteleri için de bir rehber niteliğinde olup, çalışma bulgularından hareketle, diğer haber sitelerinin kendi web sitelerini iyileştirmelerine ve kullanıcılar için daha iyi bir deneyim sunmalarına yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Gazeteciliğin Kökeninden Başlangıcına: Kırgız Basınının Tarihsel Gelişimi

İnsanlık, varoluşunun başlangıcından itibaren çevresinde meydana gelen olaylar hakkında bilgi edinme gereksinimi duymuştur. Bu gereksinim, ilk insanların hayatta kalma çabalarıyla beraber kendilerini güvende hissetmeleri için de büyük öneme sahip bir olgudur. Bu nedenle, ilk zamanlarda çevresel olaylarla ilgili bilgileri elde etme faaliyeti, temelde hayatta kalma mücadelesine dayalı olsa da, zamanla merak duygusuna evrilmiş ve insanın dünyayı anlamlandırma süreçlerinden biri olarak etkili bir role sahip olmuştur. Bu konudaki akademik literatürde birçok tartışma olmasına rağmen, en eski gazetenin M.Ö. 59 yılında Roma İmparatorluğu'nda "Acta Diurna" adıyla yazılı bir metin olarak halka dağıtıldığı kabul edilmektedir. Ancak bu tarihten önce, Roma Senatosu oturumlarına ait tutanakların "Acta Senatus" adlı günlük bir yayında topluma iletilmiş olduğu bilinmektedir. Bu gazetede fethedilen topraklar, iktidarın buyrukları gibi siyasal olaylarla ilgili bilgilere yer verilmektedir.

Bir diğer görüş ise Çin'de yayımlanan "Kai Yuan ZaBao" adlı gazetenin ilk örneklerden biri olduğu görüşüdür. Yukarıda vurgulandığı üzere, bu gazetelerin gerçek anlamda gazete olup olmadığına dair büyük bir tartışma konusu bulunmaktadır. Bu tartışmanın merkezinde, her iki gazetenin de ileti akışının iktidardan halka doğru bir yönelim gösterip göstermediği ve olay veya olguların aktarılmasında ne derece iktidara bağımlı olduğu yer almaktadır.

Modern anlamda gazete faaliyetleri ve habercilik işlevselliğinden yola çıkılacak olursa, gazetelerin kökenlerini, haber mektuplarının ilk öncülerine dayandırmak mümkündür. 13. yüzyılda ortaya çıkan ilk gazeteler, bu perspektiften bakıldığında, özellikle gemicilere veya bankerlere haber sağlama amacıyla kullanılan bir araç olarak öne çıkmaktadır. İlk gazetelere dair bilgiler farklılık gösterebilse de, genel olarak kabul gören görüşe göre modern gazeteciliğin temelleri Antwerp'te 1605 yılında ticari bilgiler içeren bir bülten olarak başlayan haftalık gazete "Nieuwe Tijdingen" ve Augusburg'da 1609 yılında yayın hayatına başlayan "Avis Relation Oder Zeitung" adlı gazete ile atılmıştır (Özçağlayan, 2008:133). 17. yüzyıla gelindiğinde, hem matbaanın teknolojik gelişimi hem de genel nüfusun okuma ve yazma becerilerindeki artış gazetecilik faaliyetlerinin önem kazanmasını sağlamıştır. Bu dönemde gazeteler, kitlesele bir şekilde bilgi ileten iletişim araçlarına dönüşmüştür. Aynı zamanda, gazeteler sadece bilgi aktarımı amacıyla kullanılmakla kalmamış, toplum için önemli bir vakit geçirme biçimi olarak da işlev görmüştür.

Kırgız basınının gelişimi, 1917'deki Ekim Bolşevik Devrimi ile benzer bir zaman çizelgesi içerisinde şekillenmiştir. 7 Kasım 1924 tarihine gelindiğinde, Kırgızistan'ın ilk gazetesi olan "Erkin Too" yayımlanmaya başlamıştır. Bu durum, gazetenin yayımına başlanmasının aynı zamanda 1917 Ekim Devrimi'nin 7. yıl dönümüne denk gelmesiyle gerçekleşmiştir. "Erkin Too" gazetesinin ilk yayımına başlaması, Kırgızistan'ın siyasi ve sosyal hayatında büyük bir olay olarak değerlendirilmiştir (İstoriya Kirgizskoy SSR, 1986:470). Gazete, yayın politikası açısından dönemin Sovyet rejimine uygun içerikler sunmaktaydı. Bu içerikler, toplumu Sovyet idealleri çerçevesinde eğitmeyi ve buna uygun bir yaşam biçimini teşvik etmeyi amaçlamaktaydı. Bu bağlamda, gazete Sovyet dönemi basınının en önemli özelliklerinden biri olan toplumsal eğitim ve ideolojik yönlendirmeyi üstlenmiştir. Gazetenin bu yaklaşımı, Sovyet iktidarının propaganda araçlarından biri olarak kabul edilmesine neden olmuştur. Erkin-Too gazetesinin ardından Sovyetler Birliği, diğer süreli gazeteleri yayımlamaya başlamıştır. Bu gazetelerden bazıları şunlardır: 1926 yılında "Kommunist", "Leninçil Caş"; 1928 yılında "Canı Medeniyet Colunda", "Dıykan"; 1930 yılında "Sabattu Bol"; 1931 yılında "Çabuul"; 1934 yılında "Kızıl Kırgızstan" gibi gazeteler yayın hayatına başlamışlardır. 1990 yılına gelindiğinde ise Kırgızistan'da toplam 148 adet gazete bulunmaktaydı (Altımuşova, 2013:88). Sovyetler Birliği'nin çöküşünden sonra, Kırgızistan'da tecimsel yayıncılık faaliyetleri hızla gelişmeye başlamıştır. Bu süreçte, ülkede bağımsızlık döneminde toplam 184 adet gazete yayımlanmıştır. Ancak, bu sayıya rağmen, gazetelerin çoğu günlük olarak değil, haftalık veya aylık periyotlarda yayımlanmaktadır. Ayrıca, bu gazetelerin tirajları genellikle düşük seviyelerde kalmaktadır. Bu durumun arkasında, televizyonun giderek yaygınlaşması ve toplumun bu medya aracına olan ilgisinin artması etkili olmuştur (Kulikova ve İbraeva, 2002:38). Bağımsızlık döneminin ilk yıllarında, en fazla okunan gazeteler arasında "Arman", "Tagdır" (Kader), "El Tamırı" (Halkın Kökleri), "Ata-Curt" (Ata Yurd), "Delo №", "Obon", "Kerbez" gibi gazete ve dergiler ön plana çıkmaktadır (Bakaşova, 2002:55-66).

Gazeteciliğin Dijitalleşme Serüveni: Kırgızistan'da İlk Adımlar

Günümüzde, internetin toplumun hayatına entegre olmasıyla birlikte birçok meslek dalı, işleyişlerinde derinlemesine değişimlere uğramıştır. Bu değişimden etkilenen mesleklerden biri de gazetecilik mesleğidir. İnternetin getirdiği dijitalleşme, gazetecilik alanında çalışan profesyonellere geniş bir kaynak ve fırsat yelpazesi sunmuştur. Ayrıca dijitalleşme gazetecilere haberlerin düzenlenmesi, haberlerin anında yayınlanması gibi teknolojik imkânlar da sağlamaktadır. Bu sayede haberler daha hızlı bir şekilde topluma iletilirken, gazeteciler de içeriklerini daha çeşitli ve etkili bir şekilde sunma imkânı bulmuşlardır (Bayram, 2022:156)

Dolayısıyla günümüzde tüm toplumsal gelişmeleri doğrudan ve/veya dolaylı olarak etkileyen dijitalleşme süreci, yeni medya türlerini de beraberinde getirmektedir (Çakır ve Narmamatova, 2020:1290). Basın ve gazetecilik alanı içerisinde, internet tabanlı gazetecilik çeşitli terimlerle ifade edilmektedir. Bu terimler arasında; İnternet gazeteciliği, dijital gazetecilik, elektronik gazetecilik, sanal gazetecilik ve çevrimiçi gazetecilik yer almaktadır (Karaduman, 2003:143). Bu tür gazetecilik yaklaşımı, ilk kez 1995 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmıştır. Hemen ardından, Çin ve Almanya gibi ülkelerde dijital gazeteciliğin ilk örneklerine rastlanmıştır.

Diğer ülkelerde olduğu gibi Kırgızistan'ın dijital platformlarda var olma süreci tabii ki yalnızca gazetecilik alanında olmamış, iletişimin olduğu her yerde olmuştur. Örneğin bakanlık web siteleri de dijitalleşmeye geçmiştir (Çakar ve Erdoğan Çakar, 2022:93). Ancak Kırgızistan özelinde gazetecilik faaliyetleri dijitalleşme bakımından daha ön sıralarda yer almaktadır.

Kırgızistan'da, 1995 yılında internetin yoğun bir şekilde kullanımıyla birlikte, 2000'li yılların başlarında saygın ve geniş okuyucu kitlesine sahip birçok devlet ve ticari gazete, dijital platformlara geçiş gerçekleştirmiştir. Günümüzde ise, Erkin-Too gazetesinin ardılı olan KyrgyzTuusu gibi devlet yayın organlarının yanı sıra ticari hedeflerle faaliyet gösteren popüler dijital gazeteler; AKIpress, Super.kg, 24.kg, Vecherni Bishkek, K-News ve VESTI.KG olarak sıralanabilir. Genel olarak, Kırgız basını diğer ülkelerle benzer şekilde dijitalleşme sürecini benimsemiş ve teknolojik altyapı konusunda benzer bir yapılanma dönemine girmiştir. Bu çalışma, Kırgızistan'da gazetecilik faaliyetlerinin tarihsel perspektiften incelenmesinin yanı sıra

günümüzdeki dijital Kırgız gazeteciliği hakkında çeşitli bulguların elde edilmesini amaçlamaktadır.

Kırgız Basınının Dijital Dönüşümü: KyrgyzTuusu ve Super.kg Web Sitelerinin İçerik Analizi

Bu bölümde Kyrgyztuusu ve super kg yayın organlarının web siteleri incelenecektir. Bu incelemede söz konusu sitelerin ana sayfaları ve sitelerinde kolay dolaşım gibi faktörler göz önüne alınacaktır. Söz konusu incelemede yöntem olarak içerik analizi kullanılacaktır. Bu yöntem ile birlikte Fiske'nin (Fiske, 1996:176) deyimiyle iletişimsel iletilerin açık, ölçülebilir bir açıklama getirilmeye çalışılmıştır.

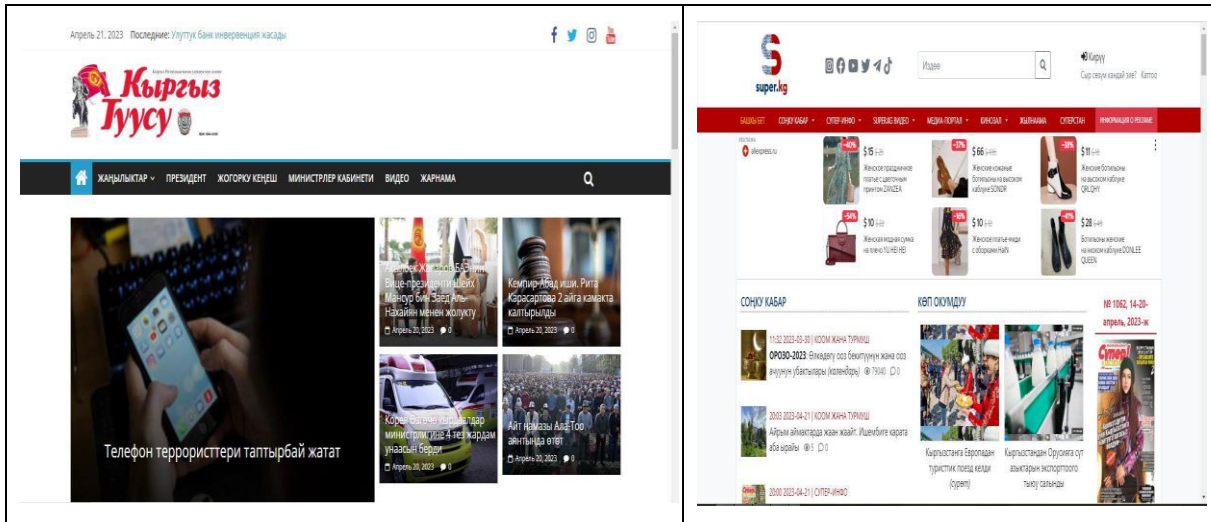
Araştırmanın 31 Mart 2023– 30 Nisan 2023 tarihleri arasında haber sitelerinin verileri ile sınırlandırılmıştır. Bu tarih aralıklarında veriler elde edilmiştir. Web sitenin kriterlerine ilişkin verilerin incelenmesi Akyazı ve Kara'nın (2017) kullanmış olduğu web site kriterlerinden uyarlanmıştır. İncelenen konuya uygun olarak içerik analizinin frekans ve kategorisel tekniklerinden faydalanılarak, veriler birimlere bölünüp orantısal değerleri çıkarılmıştır.

Bu genel amaçla aşağıdaki araştırma sorularına yanıtlar aranmıştır.

- ✓ Web sitelerin multi-medya kullanma durumları nasıldır?
- ✓ Web siteleri sosyal medya ile nasıl bir etkileşim içindedir?
- ✓ Sunulan iletilerin geri bildirimleri hangi kanal aracılığıyla alınmaktadır?
- ✓ Web sitelerin enfomasyona ulaşım kriterleri nasıldır?
- ✓ Karşıladıkları ve karşılamadıkları nelerdir?

Haber sitelerinin görünümü ve haberi sunuş biçimleri

Aşağıda incelenen haber sitelerinin ana sayfa görünümüleri verilmektedir.



Şekil-1: Haber sitelerinin ana sayfa görünümüleri.

Haber sitelerinin ana sayfaları incelendiğinde Kyrgyztuusu gazetesinin ağırlıklı olarak siyah renk kullandığı, Super.kg'nin ise beyaz renge ağırlık verdiği görülmektedir. Kyrgyztuusu haber sitesi ana sayfasına Superkg'ye göre daha az habere yer verdiği dikkat çekici bir diğer unsurdur. Ana sayfadaki bir başka görüntü ise gazetelerin okuyucularıyla etkileşim kurmak adına kullandıkları iletişim bilgileridir.

Kyrgyztuusu.kg okuyucularıyla e-posta, telefon, fax ve sosyal medya üzerinden iletişim kurarken, Superkg ise bu iletişim araçlarından yalnızca faxı kullanmamaktadır. Çalışmada okuyucular hangi iletişim araçlarıyla hangi sıklıkla etkileşimde bulunuyor tarzında ayrıca bir veri sunulmamıştır.

Tablo 1. Haber Siteleri Tarafından Sağlanan Çoklu Seçenekler.

Kategoriler	Dil Seçenekleri					Multi Medya						
	Kırgızca	Rusça	İngilizce	Toplam	%	Metin	Fotoğraf	Video	Canlı Yayın	İnfoğrafik	Toplam	%
Kyrgyz Tuusu. Kg	+	-	-	1/3	33,33	+	+	+	-	-	3/5	60
Super.kg	+	-	-	1/3	33,33	+	+	+	-	-	3/5	60

İki gazete de yayınlarını Kırgızca olarak yapmakta, okuyucularına içeriği yalnızca Kırgızca sunmaktadır. Dijital yayıncılığın bir diğer önemli özelliği multimedya özelliğidir. Bu özellikte birlikte yayınlanan içerikler hem göze hem de kulağa hitap edebilmektedir. Araştırmanın gerçekleştiği tarih olan 31 Mart 2023– 30 Nisan 2023 tarihleri arasında haber sitelerinin multimedya kullanma durumlarına bakılmıştır. Bu çerçevede metin, fotoğraf, video, canlı yayın, infografik şeklinde bir kodlama oluşturulmuştur.

Sonuç itibarıyla Kyrgyzruusu.kg ve Super.kg sitelerinin kullandıkları multimedya özellikleri aynıdır. Daha ayrıntılı şekilde bakılacak olursa yayın organları metin, fotoğraf, video şeklinde haberlerini okuyucularıyla buluştururken, her iki yayın organı da canlı yayın, infografik başvurmamışlardır.

Haber Sitelerinin Sosyal Medyaya ve Dijitalleşmeye Uyum durumları

Tablo 2 : Haber Sitelerinin Sosyal Medyada Var Oluşu.

Kategoriler	Facebook	Instagram	Twitter	Telegram	YouTube	Tik-Tok	Toplam	%
Kyrgyz Tuusu.kg	+	+	+	-	+	-	4/6	66,67
Super.kg	+	+	+	+	+	+	6/6	100

Çalışmada haber sitelerinin sosyal medya ile etkileşimlerine de değinilmiştir. Dijitalleşmenin en önemli unsurlarından biri olan sosyal medyada var olma, görünür olma durumları incelenmiştir. Bu çerçevede günümüzde bir haberin iletim kanallarının birden fazla olması haberin ulaşılabilirliğini etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Bu çerçevede incelemeye alınan iki haber sitesinin ayrıştığı görülmektedir.

Kyrgyztuusu.kg sitesi sosyal medya sitelerinden sadece Facebook, Instagram, Twitter kullanmak suretiyle haberlerini hem güncel web sitesi üzerinden hem de sosyal ağ platformları tarafından iletmektedir. Super.kg sitesi ise kullanıcıya Facebook, Twitter, Telegram, Instagram ve Tik-Tok gibi çeşitli sosyal medya sitelerinde içeriklerini hem iletme hem de paylaşma olanağı sağlamaktadır.

İki sitenin benzer özelliği haber videolarını YouTube üzerinden yayınlamalarıdır. Bu çerçevede sosyal ağlara entegre olan haber yayın organları YouTube kanalları aracılığıyla haberlerini izleyicisi ile buluşturmaktadır.

“Кыргыз Туусу-Кыргыз Туусу-” kanalının 7400, Super.kgsitesinin kanalı olan SuperTv'nin ise 1,42 milyon takipçisi bulunmaktadır. Dolayısıyla superkg haber portal daha geniş bir izleyici kitlesine sahiptir. Bunun yanı sıra superkg sitesinde yayınlanan haberler, ilgili haber sitenin tüm sosyal medya platformlarında yayınlandığı görülmüştür. Kyrgyztuusu.kg sitesi ise sosyal medya hesapları bulunmasına rağmen Instagram'da son bir senedir, Facebook'ta ise hiçbir paylaşım yapılmadığı tespit edilmiştir.

Dijital medyanın bir diğer önemli özelliği ise etkileşimcilik özelliğidir. Etkileşimcilik haber portalları için okuyucuların habere ilişkin tutumlarının belirlenme sürecini ifade etmektedir. Okuyucular haberlere yorum görüş anketleri, ses, video, fotoğraf gönderme, beğeni gönderme şeklinde katkıda bulunabilmektedir. Çalışmanın bu kısmında haber yayın organlarının etkileşimcilik özelliğinin kullanma durumları belirlenmiş ve aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3. Kullanıcılar ile Etkileşim.

Kategoriler	Yorum	Görüş Anketleri	Ses, Video, Fotoğraf Gönderme	Beğeniler	Toplam	%
Kyrgyztuusu.kg	+	-	+	-	2/4	50
Super.kg	+	-	+	-	2/4	50

Etkileşimli iletişim kurmak için önemli bir unsur olan yorumlar kriterini hem Kyrgyztuusu.kg hem de Super.kg siteleri sağlamaktadırlar. Bu sayede kullanıcılar kendi fikirlerini haberin altına bırakabilmektedirler. Aynı zamanda, iki site de görüş anketleri unsuru ve beğen unsuru kullanmamaktadırlar. Kyrgyztuusu.kg ve Super.kg sitelerinin kullanıcının istediği şeyi sitelerin sayfasında yayınlaması için bir alan ayırmamaktadırlar ancak kullanıcının yalnızca sitelerin yönetimine sayfada bulunan numaralar üzerinden resim, video ve ses klipleri gönderebilmektedirler. Daha sonra bunları değerlendirmesi ve bunları sitenin sayfasında yayınlama olasılığı vardır. Ayrıca Super.kg sitesinin kullanıcılar için Superstan adında ayrı forumu bulunmaktadır. Orada kullanıcılar kendi fikirlerini bırakarak birbiriyle iletişim kurma imkânına da sahiptirler.

Dijital medyanın bir diğer özelliği ise güncellik, anındalıktır. Bu özellik sayesinde bir yandan okurlar haberleri en güncel halleriyle okuma imkânına sahip olurken, diğer yandan güncel haberler ve son dakika haberleri site ziyaretçilerinin artmasını sağlamaktadır. Bu çerçevede iki haber sitesine bakıldığında Kyrgyztuusu.kg sitesinde son dakika haberleri tarzında bir sekmeye rastlanmazken, süper.kg sayfasında güncel haberler sekmesi bulunmaktadır. Bu veri haber sitelerinin sosyal medya kullanma durumlarıyla da yakından ilişkili olduğundan veriler güncelleme kriteri süper.kg sayfasında daha aktif olarak yönetilmektedir.

Haber Sitelerinin Web Site Kriterlerine Göre İncelenmesi

Bu bölümde Kyrgyztuusu ve Süper.kg yayın organlarının web siteleri incelenecektir. Bu incelemede söz konusu sitelerin ana sayfaları ve sitelerinde kolay dolaşım gibi faktörler göz önüne alınacaktır. Bölüm genel olarak web sitelerin genel değerlendirmelerine yönelik bulgular ve enfomasyona kolay ulaşım ile ilgili bulgular şeklinde ikiye ayrılmaktadır.

Web Sitelerin Genel Değerlendirmelerine Yönelik Bulgular

Tablo 4: Web Sitelerin Genel Değerlendirmesi.

Kriter	Kyrgyztuusu.kg	Super.kg
1 Açıklama, resim ve başlıkların görünürlüğü	+	+
2 Sitenin sahipliğine ya da sponsorluğuna ilişkin bilgiler	+	+
3 Sitenin hazırlanma ve telif haklarına ilişkin bilgiler	+	+
4 Site içeriği ve haritası	+	+
5 Site içerisinde yönlendirmeye ilişkin bilgiler	+	+
6 Site içerisinde yönlendirmeye ilişkin bilgilerin açık ve anlaşılır olması	+	+
7 Site içerisindeki kolay dolaşımında link verilmesi	+	+
8 Linklerin çalınması, ölü linkin bulunmaması	-	+
9 Ana sayfada az reklama yer verme	+	-
10 Reklamları kapatma imkânı	+	+
11 Ana sayfaya dönüş imkanı	+	-
Toplam / %	10 %90,90	9 % 81,81

Bu değerlendirme sonuçlarına göre, her iki web sitesi de farklı kriterleri farklı biçimlerde karşılamaktadır. Genel anlamda, Kyrgyztuusu.kg %90,90 başarı elde ederken, Super.kg %81,81 başarı seviyesi yakalamıştır. Tabloda yer alan verilere göre, bazı kriterler yalnızca bir web sitesi tarafından yerine getirilmiştir.

Daha ayrıntılı bir inceleme yapıldığında, Linklerin Çalışması ve Ölü Link Bulunmaması kriterinin Kyrgyztuusu.kg tarafından yerine getirilmediği görülmektedir. Bu durum, ölü linklerin kullanıcı deneyimini olumsuz etkileyebileceği ve sitenin güvenilirliğini zedeleyebileceği anlamına gelmektedir. Diğer bir önemli nokta ise Ana Sayfada Az Reklam Yer Verme kriteriyle ilgilidir. Super.kg web sitesi, ana sayfada aşırı reklam kullanmakta, bu durum kullanıcıların içeriğe erişimini zorlaştırabilmekte ve kullanıcılarda rahatsızlık yaratabilmektedir. Bu konu, Super.kg web sitesinin ticari bir platform olarak faaliyet göstermesinden kaynaklanmaktadır. Web sitesinin gelir kaynakları genellikle reklam gelirlerine dayandığından, daha fazla reklam alanı sunma eğilimindedir. Ana Sayfaya Dönüş İmkânı kriteri incelendiğinde, Super.kg sitesinin ana sayfaya dönüş imkânı sunmadığı görülmektedir. Bu eksiklik, kullanıcıların başlangıç noktasına kolayca geri dönememesine yol açabilmektedir.

Yukarıda belirtilen kriterlerin yeniden gözden geçirilmesi ve iyileştirilmesi, her iki web sitesi için de kullanıcı deneyimini artışına imkân sağlayabilmektedir. Site erişilebilirliği, içerik düzeni ve reklam yönetimi gibi unsurlar, kullanıcıların siteleri tercih etme ve daha uzun süre geçirme olasılığını artırabilmektedir.

Enformasyona Kolay Ulaşım

Gazeteciliğin temelinde bilgi aktarma ve bu bilgiyi ulaştırma yer almaktadır. Bu nedenle günümüz teknolojisine uygun olarak kullanıcıların, web sitelerin sunmuş olduğu bilgilere kolay ulaşımı önem arz etmektedir. Aşağıdaki tabloda web sitelerin enformasyona kolay ulaşım durumları sunulmaktadır.

Tablo 5: Web Sitelerin Enformasyon Sunum Biçimleri.

Kriter	Kyrgyztuusu.kg	Super.kg
1 Benzer semboller kullanma	+	+
2 Açılır (pop up) pencere kullanmama	+	-
3 Hangi haber kategorisinde bulunduğunu bildirme	+	+
4 Yönlendirici butonlar (önceki-sonraki)	+	+
5 Menülerin tek tıklama ile açılmasını sağlama	+	+
6 Kaydırma gerektirmeyecek menüler kullanma	-	-
7 Fark edilebilir bağlantılar kullanma	-	-
8 Ziyaret edilen bağlantıları vurgulama	-	-
9 Fark edilebilir butonlar kullanma	+	+
10 Sayfada yatay kaydırma kullanmama	+	+
11 Yeni sayfaları aynı pencerede açma	+	+
12 Arama motoru kullanma	+	+
13 Arama motorunda tamamlayıcı öneriler sunma	-	-
14 İletişim bilgilerini sunma	+	+
15 Hareketli içerik (kayan yazılar vb.) kullanmama	+	+
16 Haber metni ortasında reklam kullanmama	+	+
17 Hedefe kolay ulaşmayı (foto haberler vb.) sağlama	+	+
Toplam / %	13 % 76,47	12 % 70,58

Yukarıdaki tablo incelediğinde benzer semboller kullanma kriterini her iki web sitesinin de sağladığı görülmektedir. Bu durum, kullanıcıların site içerisindeki farklı bölümleri daha rahat tanımlarını sağlamada yardımcı olmaktadır. Açılır (pop-up) pencere kullanmama kriterini Kyrgyztuusu.Kg web sitesi karşılamışken, Super.kg web sitesi karşılamamıştır. Açılır pencereler

kullanıcı deneyimini olumsuz etkileyebilmekte bunun yanında site haberlerine ulaşımında kullanıcıların rahatsızlık duymasına neden olabilmektedir. Hangi haber kategorisinde bulunduğunu bildirme kriterini her iki web sitesi de karşılamaktadır. Web sitelerde kullanıcılara haberlerin hangi kategorilere ait olduğu hakkında bilgi vermek, içeriği daha iyi anlamalarına yardımcı olabildiği gibi ilgi duydukları haber türlerinin erişimine de olanak vermektedir. Yönlendirici butonlar (önceki-sonraki) kriterin her iki web sitesinin karşıladığı görülmektedir. Yönlendirici butonlar, kullanıcıların içerik arasında gezinmelerini kolaylaştırmasında önemli etkenlerden biridir. Menülerin tek tıklama ile açılmasını sağlama kriterini de her iki web sitesi de karşılamıştır. Tek tıklama ile menülerin açılması, kullanıcıların içerik ve enformasyona kolay erişimine olanak sağlamaktadır. Kaydırma gerektirmeyecek menüler kullanma kriterini her iki web sitesi de karşılamadığı görülmektedir. Kaydırma gerektirmeyen menüler, kullanıcıların içeriğe daha kolay erişmelerini sağlayabilmektedir. Bu kriterin iki web sitesinde de sağlanmaması durumu enformasyona ulaşımında engellerden biridir. Fark Edilebilir Bağlantılar Kullanma kriteri ve Ziyaret Edilen Bağlantıları Vurgulama kriterini her iki web sitesi de karşılamadığı görülmektedir. Söz konusu kriterler, kullanıcıların gezinmeyi kolaylaştırabildiğinden bu durum kullanıcıların sitede kolay gezinmesine ket vurmaktadır. Fark Edilebilir Butonlar Kullanma kriterini her iki web sitesi de karşılamıştır. Fark edilebilir butonların önemli bir yanı kullanıcıların, istedikleri işlemleri gerçekleştirmelerini kolaylaştırabilme olanağıdır. Sayfa Yatay Kaydırma Kullanmama, Yeni Sayfaları Aynı Pencerede Açma ve Arama Motoru Kullanma gibi kriterleri her iki web sitesi de karşıladığı görülmektedir. Bu kriterlerin sağlanmış olması kullanıcı deneyimini daha tutarlı hale getirebildiği gibi site içindeki gezinmelerini kesintiye uğratmamakta ve içerik ve enformasyona dair aramaları kolaylaştırma imkânı sınımlanmaktadır. Ancak Arama Motorunda Tamamlayıcı Öneriler Sunma kriteri web sitelerinde bulunmamaktadır. Bu durum kullanıcıların aramalarını yavaşlatan bir olgudur. Enformasyona ulaşımı sekteye uğratan bazı durumlar da bulunmaktadır. Böyle durumlar her iki web sitesinde de bulunmamaktadır. Örneğin İletişim Bilgilerini Sunma, Hareketli İçerik (kayan yazılar vb.) kullanmama, Haber Metni Ortasında Reklam Kullanmama kriterleridir. Söz konusu kriterleri her iki web sitesinin de sağladığı görülmektedir. Enformasyona kolay ulaşım kriterinden bir diğeri olan Hedefe Kolay Ulaşmayı (foto haberler vb.) sağlama kriterini yine her iki web sitesi de sağlamaktadır. Bu durum kullanıcıların istedikleri içeriğe daha hızlı erişmelerini sağlayan bir olgudur.

Bu sonuçlar, Kyrgyztuusu.kg web sitesinin kullanıcı deneyimini daha iyi optimize ettiğini ve daha fazla kriteri yerine getirdiğini gösterirken, Super.kg web sitesinin belirli alanlarda gelişime ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Her iki web sitesi de kullanıcıların içeriklere daha hızlı ve kolay erişmelerini sağlama amacı doğrultusunda çeşitli adımlar atmış olsalar da, sitelerden tamamlayıcı öneriler sunma ve bazı özelliklerini geliştirme konularında daha fazla çalışma gereksinimi duyulmaktadır.

Sonuç

Çalışmada Kırgız basınının dijital dönüşümünü açıklayabilmek ve bazı çıkarımlarda bulunmak için Kırgızistan'ın en yüksek tirajlı haber yayın organları olan KyrgyzTuusu ve Super.kg web sitelerinin içerik analizi yapılmıştır. Bu çerçevede haber sitelerinin ana sayfalarının incelenmiş, Kyrgyztuusu gazetesinin ana sayfasında siyah rengin ağırlıklı olarak kullanıldığı, Super.kg'nin ise beyaz rengine daha fazla yer verdiği görülmektedir. Kyrgyztuusu web sitesinin ana sayfasında Super.kg'ye göre daha az haber içeriğine yer verildiği gözlemlenmiştir. Ana sayfadaki bir başka dikkat çekici unsurlardan biri de gazetelerin okuyucularıyla etkileşim kurma amacıyla kullandıkları iletişim bilgileridir. Kyrgyztuusu.kg okuyucularıyla e-posta, telefon, fax ve sosyal medya aracılığıyla iletişim kurarken, Super.kg yalnızca fax dışındaki iletişim araçlarını kullanmaktadır. Ancak, okuyucuların hangi iletişim araçlarıyla ne sıklıkta etkileşimde bulduklarına dair ayrıntılı bir veri sunulmamıştır.

Çalışmada haber yayın organlarının haber içerikleri de incelenmiştir. Her iki gazete de içeriklerini yalnızca Kırgızca olarak sunmaktadır. Dijital yayıncılığın önemli bir yönü olan multimedya özelliği incelendiğinde ise, araştırmanın gerçekleştiği tarihlerde (31 Mart 2023 - 30 Nisan 2023) her iki web sitesinin de metin, fotoğraf ve video gibi temel multimedya özelliklerini

kullanmayı tercih ettiği görülmektedir. Ancak canlı yayın ve infografik gibi daha karmaşık multimedya özelliklerine her iki web sitesinde de rastlanmamıştır.

Yeni medyanın önemi özelliklerinden biri olan etkileşimcilik özelliği de çalışmaya dâhil edilmiş olup, haber sitelerinin sosyal medya ile etkileşimleri de analiz edilmiştir. Kyrgyztuusu.kg sitesi sadece Facebook, Instagram ve Twitter gibi platformları kullanarak haberlerini iletirken, Super.kg ise Facebook, Twitter, Telegram, Instagram ve Tik-Tok gibi daha geniş bir yelpazedeki sosyal medya platformlarında içeriklerini paylaşma ve iletim imkanı sağlamaktadır. Super.kg'nin daha geniş bir izleyici kitlesine ulaştığı ve haberlerini farklı sosyal medya platformlarında yayınladığı gözlemlenmiştir. Etkileşimcilik özelliği incelendiğinde, her iki haber sitesinin de okuyucuların katkıda bulunmalarına olanak sağlayan yorumlar özelliğini kullanıcılara sunmaktadır. Ancak, görüş anketleri ve beğeni özellikleri kullanılmamaktadır. Her iki site de kullanıcıların istedikleri içerikleri site sayfalarına direkt olarak eklemelerine olanak tanımamaktadır.

Son olarak, yeni medyanın önemli özelliklerinden olan güncellik ve anındalık özellikleri çalışmaya dâhil edilmiştir. Bu bağlamda Kyrgyztuusu.kg sitesinde son dakika haberlerine dair özel bir sekme bulunmazken, Super.kg'de güncel haberler sekmesine rastlanmaktadır. Bu durum, haber sitelerinin sosyal medya kullanımıyla da ilişkilendirilmiştir. Super.kg'nin daha aktif sosyal medya kullanımının, güncel haberlerin daha hızlı ve etkili bir şekilde site ziyaretçilerine iletilmesine yardımcı olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın ikinci ayağında haber yayın organlarının web sitelerinin belirli kriterleri sağlayıp sağlamadıkları değerlendirilmiştir. Ana sayfa bazlı yapılan bazı değerlendirmelerde bulunulmuştur. Örneğin, Kyrgyztuusu.kg web sitesi ölü linklerin bulunması ve linklerin çalışmaması konusunda başarısız bir durum sergilemiştir. Bu durum kullanıcı deneyimini olumsuz etkileyebilmekte ve site güvenilirliğini zedeleyebilmektedir. Diğer bir örnek olarak, Super.kg'nin ana sayfasında çok fazla reklama yer verdiği görülmüş, bu durum kullanıcıların içeriğe erişimini zorlaştırmasına ve rahatsızlık yaratılmasına sebep olmaktadır. Ayrıca, Super.kg'nin ana sayfaya dönüş imkanı sunmaması da kullanıcıların site içindeki gezinmesini olumsuz etkileyebilmektedir.

İncelenen bir diğer web site kriteri ise enformasyona kolay ulaşım kriteridir. Bu bağlamda, her iki web sitesinin de benzer semboller kullanma kriterini sağladığı ancak Super.kg'nin açılır (pop-up) pencere kullanma kriterini yerine getirmediği görülmüştür. Ayrıca Super.kg'nin ziyaret edilen bağlantıları vurgulama ve sayfayı yatay kaydırma kullanmama gibi kriterleri sağlamadığı belirlenmiştir. Genel değerlendirmeler kapsamında her iki web sitesinin belirli kriterlere ne ölçüde uyduğu değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonuçlarına göre, Kyrgyztuusu.kg'nin %90,90 başarı seviyesine ulaştığı, Super.kg'nin ise %81,81 başarı seviyesine sahip olduğu görülmektedir. Farklı kriterlerde farklı başarı seviyeleri gözlemlendiği için, her iki web sitesi de iyileştirme alanlarına sahiptir.

Çalışmada elde edilen tüm bu bulgular ışığında Kyrgyzruusu.kg ve Super.kg haber siteleri farklı alanlarda farklı düzeylerde performans gösterdikleri tespit edilmiştir. Her iki site de iyileştirme alanlarına sahip olsa da, Kyrgyzruusu.kg'nin daha yüksek bir uyum seviyesi elde ettiği ve Super.kg'nin belirli alanlarda gelişime ihtiyaç duyduğu görülmektedir.

Etik Beyan

“Yazılı Basından Dijital Yayıncılığa: Kırgızistan'da Dijital Haberciliğin İzini Sürmek” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Kaynakça

- Akyazı, Erhan ve Kara, Tolga (2017). Bilişim Çağının Haber Kaynağı Olarak İnternet Gazetelerinin Yaşlı Dostu Web Sitesi Kriterleri Açısından Karşılaştırmalı Analizi, *International Journal of Social Sciences and Education Research Online*, 3(4), 1352-1363.
- Altımişova, Z.(2013). Kırgızistan'da İlk Milli Gazetenin Tarihçesi (1924-1940), *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29, 73-90.
- Bakaşova, C. (2002). *Kırgız Journalistikasının Tarihi*, KC İlim Cana Madaniyat Ministirliği
- Bayram, P. (2022). Dijital Çağda Gazetecilik: Geleneksel ve Dijital Gazetecilik Pratiklerinin Karşılaştırılması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022 (58), 153-169
- Çakar, A. ve Erdoğan Çakar, B. (2022). Evaluation of Websites as Digital Diplomacy Tools in Terms of Design Criteria: In the Case of Sports Ministry of Turkey and Kyrgyzstan: The Truth Behind Events in Ukraine and Donbass. içinde *Maintaining International Relations Through Digital Public Diplomacy Policies and Discourses* (ed. Türker Elitaş) ss 82-95, IGI Global Publisher of Timely Knowledge, Hershey : ABD
- Çakır, H. ve Narmamatova, T. (2020). Dijital Çağda Kırgızistan'da Radyo Yayıncılığı . *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1285-1302.
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Ankara.
- İstoriya Kirgizskoy SSR, (1986). Cilt 3, Frunze.
- Karaduman, M. (2003). "İnternet ve Gazetecilik", Der., Sevda Alankuş, Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Kulikova, S. ve İbrayeva, G. (2002). Kırgızstandağı Massalık Maalimat Karacattarının Önüğü Tarihi jana Azırkı Kezdegi Abalı, Bişkek: Cimera.
- Özçağlayan, M. (2008). Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme). *Marmara İletişim Dergisi*, 13 (13), 131-159.

EXTENDED ABSTRACT

The period from 1995, when the internet began gaining widespread usage in Kyrgyzstan, to the early 2000s witnessed a significant transition within the media landscape. During this era, many respected state-run and commercial newspapers in Kyrgyzstan transitioned to digital platforms. Today, alongside state-run publications like KyrgyzTuusu, which succeeded the Erkin-Too newspaper, a number of popular digital newspapers with commercial objectives have emerged, including AKIpress, Super.kg, 24.kg, Vecherni Bishkek, K-News, and VESTI.KG. This transformation aligns with global trends where media outlets have embraced digitalization, marking a structural shift in technological infrastructure. This study seeks to offer insights into the historical context of journalistic endeavors in Kyrgyzstan while also presenting findings related to contemporary Digital Kyrgyz journalism. To elucidate the digital transformation of the Kyrgyz press, a content analysis was conducted on the websites of KyrgyzTuusu and Super.kg, two prominent news publications in Kyrgyzstan. The study primarily focuses on the homepage analysis of these news sites. The examination of the homepages revealed certain distinct features. KyrgyzTuusu predominantly utilizes black color schemes on its homepage, while Super.kg leans towards a white color scheme. Furthermore, KyrgyzTuusu's homepage contains relatively less news content compared to Super.kg. An additional noteworthy aspect pertains to the contact information provided by these newspapers for reader interaction. KyrgyzTuusu.kg engages with its audience through various channels, including email, phone, fax, and social media, while Super.kg employs all communication methods except fax. Nevertheless, detailed data regarding the frequency of reader interactions through these channels remains undisclosed. The study further delved into the content of these news publications. Both newspapers deliver content exclusively in the Kyrgyz language. In terms of multimedia features, a pivotal facet of digital journalism, it was observed that during the research period (March 31, 2023 - April 30, 2023), both websites predominantly favored basic multimedia elements such as text, photos, and videos. However, more intricate multimedia features like live broadcasts and infographics were conspicuously absent from both platforms. Interactivity, another essential attribute of new media, was also scrutinized in the study, with a focus on the interaction of news websites with social media. KyrgyzTuusu.kg primarily disseminates its news on platforms like Facebook, Instagram, and Twitter, whereas Super.kg exhibits a broader outreach strategy by utilizing an array of social media platforms including Facebook, Twitter, Telegram, Instagram, and Tik-Tok. In terms of interactivity, both news sites incorporate a comments feature, allowing readers to engage and

contribute. However, features like opinion polls and likes are notably underutilized, and neither platform permits users to directly submit content to their pages. Finally, the study evaluated whether the news websites fulfilled specific criteria. Certain assessments were based on homepage structure. For instance, KyrgyzTuusu.kg displayed dead links and non-functional links, which can adversely affect user experience and site credibility. Conversely, Super.kg exhibited an excess of advertisements on its homepage, impeding user access to content and potentially causing discomfort. Additionally, Super.kg lacked a homepage return option, which could hinder user navigation within the site. The assessment of ease of access to information also factored into the study. Both websites adhered to criteria involving the use of similar symbols. However, both platforms fell short in terms of pop-up window usage, with Super.kg failing to meet this criterion entirely. Moreover, Super.kg failed to highlight visited links and did not prevent horizontal page scrolling. Overall evaluations in the study indicated that KyrgyzTuusu.kg achieved a success level of 90.90%, whereas Super.kg scored a success level of 81.81%. Given the varying success levels across different criteria, both websites possess areas in need of improvement. In conclusion, this study highlights the varying performance of KyrgyzTuusu.kg and Super.kg news websites across different aspects. While both platforms exhibit potential for enhancement, KyrgyzTuusu.kg demonstrates a higher level of alignment with established criteria, while Super.kg necessitates development in specific domains.