



**GELENEKSEL YAYINCILIKTAN DİJİTAL
YAYINCILIĞA GEÇİŞ: İNFOGRAFİK
KULLANIMINDA TRT HABER ÖRNEĞİ**

Safa M.R. ALASAAD

**Yüksek Lisans Tezi
Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı
Prof. Dr. Naci İSPİR
2023
Her Hakkı Saklıdır**

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANA BİLİM DALI

Safa M.R. ALASAAD

GELENEKSEL YAYINCILIKTAN DİJİTAL YAYINCILIĞA
GEÇİŞ: İNFOGRAFİK KULLANIMINDA TRT HABER ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Prof. Dr. Naci İSPİR

ERZURUM - 2023



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum "GELENEKSEL YAYINCILIKTAN DİJİTAL YAYINCILIĞA GEÇİŞ: İNFOGRAFİK KULLANIMINDA TRT HABER ÖRNEĞİ" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezimin makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

16.08.2023

SAFA M.R.ALASAAD SAFA M.R.ALASAAD

Aslı Islak İmzalıdır

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

.....
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi **MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili **patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda**, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Prof. Dr. Naci İSPİR danışmanlığında, SAFA M.R.ALASAAD SAFA M.R.ALASAAD tarafından hazırlanan bu çalışma 16 /08 / 2023 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Naci İSPİR

İmza: Aslı Islak İmzalıdır

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Şeyma BİLGİNER ERDOĞAN

İmza: Aslı Islak İmzalıdır

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Ü. Yavuz KÜÇÜKALKAN

İmza: Aslı Islak İmzalıdır

Prof. Dr. Sait UYLAŞ

Enstitü Müdürü

Aslı Islak İmzalıdır

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	V
ABSTRACT	VI
KISALTMALAR DİZİNİ	VII
TABLolar DİZİNİ	VIII
ŞEKİLLER DİZİNİ	IX
ÖNSÖZ.....	XIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSELDEN DİJİTALE HABER YAYINCILIĞI

1.1. GELENEKSEL YAYINCILIK	4
1.2. GELENEKSEL HABER YAYINCILIĞI.....	4
1.2.1. Geleneksel Haber Öğeleri	5
1.2.1.1. Gerçeklik	5
1.2.1.2. Yenilik	6
1.2.1.3. İlginçlik.....	6
1.2.1.4. Önemlilik.....	6
1.2.1.5. Anlaşılrlık.....	6
1.2.1.6. Objektiflik.....	7
1.2.1.7. Geribildirim (Feedback)	7
1.3. DİJİTAL YAYINCILIK.....	7
1.4. DİJİTAL YAYINCILIK KAVRAMI.....	8
1.5. DİJİTAL YAYINCILIĞIN ÖNEMİ	10
1.6. DİJİTAL YAYINCILIĞIN AVANTAJLARI	11
1.7. DİJİTAL YAYINCILIK TÜRLERİ	13
1.8. DİJİTAL MEDYA YAYINCILIĞI.....	15
1.9. YENİ MEDYA VE HABER (HABER SİTELERİNDE GELENEKSEL YAYINCILIKTAN DİJİTAL YAYINCILIĞA GEÇİŞ).....	17

İKİNCİ BÖLÜM

İFOGRAFİK VE HABERDE İFOGRAFİK KULLANIMI

2.1. İFOGRAFİK.....	20
2.1.1. Tasarıma Göre İfografik Türleri.....	28
2.1.1.1. Hareketli İfografik	28
2.1.1.2. Etkileşimli İfografik	29
2.1.2. İfografik Amacına Göre İfografik Türleri	30
2.1.2.1. İstatistiksel İfografik	30
2.1.2.2. Bilgilendirici İfografik.....	32
2.1.2.3. Zaman Çizelgesi İfografik.....	34
2.1.2.4. Aşamalı İfografik.....	34
2.1.2.5. Karşılaştırmalı İfografik	35
2.1.2.6. Temel İşlemlerin İfografik.....	37
2.1.2.7. İfografik Konumlar ve Coğrafi Haritalar	38
2.1.2.8. Resim İfografik.....	40
2.1.2.9. Piramit İfografik	40
2.1.2.10. Bilgi Grafiklerini Listeleyen İfografik	41
2.1.2.12. Bileşik İfografik.....	43
2.1.3. İfografik Görsel İçeriğinin Hazırlanmasında Öne Çıkan Uygulamalar	44
2.1.3.1. Adobe İllüstratör.....	44
2.1.3.2. Adobe Photoshop.....	45
2.1.3.3. Inkscape	45
2.1.3.4. Tablo.....	45
2.1.3.5. Adobe Fireworks	45
2.1.3.6. Piktochart.....	46
2.1.3.7. Canva	46
2.1.3.8. Venngage	46
2.1.3.9. Visual.ly.....	46
2.1.3.10. Easel.ly	46
2.1.6.11. Freepik.....	47
2.1.3.12. Visme.....	47

2.1.3.13. Vizualize.me	47
2.1.4. İnfografi Tasarımında Kullanılan Öğeler	47
2.1.4.1. Görsel Öğeler.....	47
2.1.4.2. İçerik Öğeleri.....	47
2.1.4.3. İnfografik ve Haber	48
2.1.4.4. Haber İnfografik İşlevleri	50
2.1.4.5. Grafik Açından İnfografik Fonksiyonlar	51

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TRT HABER KANALINDA İNFOGRAFİK HABERLERİ KULLANMA

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	52
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	52
3.3. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ.....	52
3.4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ MATERYAL-YÖNTEM.....	53
3.5. TEZİN ÖNEMİ	54
3.6. VERİ TOPLAMA VE ANALİZ SÜRECİ	54
3.6.1. 17.05.2023 Tarihli Sağlık Obezite Konulu İnfografik Haberi	56
3.6.2. 25.04.2023 tarihli Psikoloji Korku ve Endişe Konulu İnfografik Haberi	61
3.6.3. 17.04.2023 Tarihli Ekonomi Finans Merkezi Konulu İnfografik Haberi	63
3.6.4. 13.05.2023 Tarihli Kültür Tiyatro Konulu İnfografik Haberi.....	65
3.6.5. 13.05.2023 Tarihli Siyaset/Seçimler Konulu İnfografik Haberi	68
3.6.6. 13.04.2023 Tarihli Eğitim Okula Dönüş Konulu İnfografik Haberi.....	70
3.6.7. 23.04.2023 Tarihli Nüfus Demografik Yapı Konulu İnfografik Haberi	73
3.6.8. 12. 05. 2023 Tarihli Güncel Yaşam & Toplumsal Sorumluluk Kan Bağışı Konulu İnfografik Haberi.....	75
3.6.9. 23.04.2023 Tarihli Teknoloji Mars Helikopteri Konulu İnfografik Haberi	79
3.6.10. 23.04.2023 Tarihli Çevre İstanbul'un Silueti Konulu İnfografik Haberi.....	81
3.6.11. 03.05.2023 Tarihli Ulaşım Hızlı Tren Konulu İnfografik Haberi.....	83
3.6.12. 23.04.2023 Tarihli Tarım Çiftçiler Konulu İnfografik Haber Örneği.....	85

SONUÇ	91
KAYNAKLAR	95
ÖZGEÇMİŞ	101



ÖZET**YÜKSEK LİSANS TEZİ****GELENEKSEL YAYINCILIKTAN DİJİTAL YAYINCILIĞA GEÇİŞ:
İFOGRAFİK KULLANIMINDA TRT HABER ÖRNEĞİ****Safa M.R.Alasaad****Tez Danışmanı: Prof. Dr. Naci İSPİR****2023, 101 sayfa****Jüri: Prof. Dr. Naci İSPİR****Doç. Dr. Şeyma BİLGİNER ERDOĞAN****Dr. Öğr. Ü. Yavuz KÜÇÜKALKAN**

Geleneksel yayıncılıktan dijital yayıncılığa geçişle birlikte, teknolojik devrimden etkilenen bilgi ve sürekli artan bilgi akışı, zamanla karışıklığa yol açarak doğru ve önemli bilgilerin organize edilmesinde sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Elektronik haber sitelerinde, kurgu ve haber yönetmenliği yöntemlerinde yeni bir dönem başlarken, haber siteleri, grafik, şekil ve görüntülerin kullanımı yoluyla haberlerin elektronik olarak yayınlanmasında yeni yöntemler kullanma eğilimi görülmeye başlamıştır. Bu süreçte okuyucu için daha ilgi çekici olan bir metnin kullanılması ve bilgilerin dikkat çekerek izleyiciye ulaşması, basitleştirilmiş yeni bir yöntem olan “infografik kullanma” etkinliğini ortaya çıkarmıştır. Bu durumda son zamanlarda kanalların, haber sitelerinin, gazetelerin, web sitelerinin infografikleri yoğun bir şekilde kullanması söz konusu olmuştur. Bu bağlamda bu araştırma kapsamında, geleneksel yayıncılıktan dijital yayıncılığa geçiş süreci, TRT Haber örneği özelinde çalışılmaktadır. Araştırma kapsamında TRT Haber sitesinde yer alan geleneksel ve infografik haberler incelenerek on iki temel disiplin alanından örnek haber seçilmiştir. Bu haber örnekleri incelenirken haberin kendisi, haberin detayları, infografiklere ilişkin örnekler ve bu örneklerin içeriklerine dair bilgilere ve yorumlara yer verilmiştir. İncelenen infografik örneklerinde tasarım, renk, işlevsellik, güncellik, amaca uygunluk gibi detaylar irdelenerek geleneksel haber örnekleri ile benzer ya da farklı yönlerinin neler olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırmada kapsamında incelenen on iki infografik haber örneğinde dikkat çekicilik, anlaşılabilirlik, mesajın net ve açık şekilde iletilmiş olması, estetik ve renk diğer bir deyişle görsel zenginlik ve renk uyumları ile okuyucunun bilgi karmaşasından kurtarılıp doğru ve objektif bilgi edinmesine ilişkin unsurların yer aldığı gözlenmiştir. Bunun yanı sıra infografik örneklerinde yer alan içerik, teyit edilmiş bilgiler, daha çok istatistiksel verilerden oluşmaktadır. Araştırmanın elde edilen diğer bir sonucuna göre, geleneksel haber ve infografikler birbirinden kesin çizgilerle ayrılmamakta zaman zaman bir arada bulunabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel haber, Dijital yayıncılık ve Infografik.

ABSTRACT**MASTER'S THESIS****TRANSITION FROM TRADITIONAL PUBLISHING TO DIGITAL
PUBLISHING: AN EXAMPLE OF TRT NEWS IN THE USE OF
INFOGRAPHICS****Safa M.R.Alasaad****Advisor: Prof. Dr. Naci İSPİR****2023, 101 pages****Jury: Prof. Dr. Naci İSPİR****Assoc. Prof. Dr. Şeyma BİLGİNER ERDOĞAN****Assist. Prof. Dr. Yavuz KÜÇÜKALKAN**

The ever-increasing flow of information, influenced by the technological revolution, through the transition from traditional broadcasting to digital broadcasting, has also led to information confusion, resulting in problems in organizing accurate and important information. While a new era has begun in editing and news directing methods in electronic news sites, there has been a tendency to use new methods in publishing news electronically through the use of news sites, graphics, figures and images. For the reader in this process; The use of a more interesting text and the fact that the information reaches the audience by attracting attention has revealed the effectiveness of “using infographics”, a new simplified method. In this case, it can be stated that channels, news sites, newspapers and websites have been using infographics intensively lately. In this context, within the scope of this research, the transition process from traditional broadcasting to digital broadcasting is studied in the case of TRT Haber. Within the scope of the research, traditional and infographic news on the TRT News website were examined and sample news from 12 basic disciplines was selected. While examining these news samples; the news itself, the details of the news, examples of infographics, and information and comments on the contents of these examples are included. Details such as design, color, functionality, topicality, suitability for purpose were tried to be examined in the analyzed infographic examples, and it was tried to reveal what they were similar or different from traditional news samples. In the 12 infographic news samples examined within the scope of the research; It can be stated that there are elements related to attracting attention, intelligibility, conveying the message clearly and clearly, aesthetics and color, in other words, visual richness and color harmony, and getting the reader free from information confusion and obtaining accurate and objective information. However, the content in the infographic examples; Confirmed information consists of facts and statistical data. According to another result of the research, we see that traditional news and infographics are not separated from each other with certain lines, but can be found together from time to time.

Keywords: Traditional news, Digital publishing and Infographic.

KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
s	: Sayfa
USA	: United States of America
vb	: Ve benzeri
vd	: Ve diğerleri
vs	: Vesaire
WWW	: World Wide Web
yy	: Yüzyıl

TABLolar DİZİNİ

Tablo 3.1. TRT Haber Kanalı Web Sitesinden Seçilmiş İnfografik Haberler.....55



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Abydos Tabletinde Bulunan Sembolik Tuzlar	22
Şekil 2.2. Bir Kış Panosunda Piktografik Yazı.....	23
Şekil 2.3. Leonardo da Vinci :The Mechanics of Man jacket.....	23
Şekil 2.4. USA Today Enstantane İnfografik: Tüketilen Makarna Miktarı.....	24
Şekil 2.5. Yolcuların ve Mürettebatın Zeebrugge Felaketinden Nasıl Kurtarıldığını Gösteren Resim	25
Şekil 2.6. Karmaşık Bitkiler ve Hayvanlar İçin Tasarım Şemaları.....	25
Şekil 2.7. İnfografik, bilgi almak için zihnin altyapısını gösterir	27
Şekil 2.8. TRT Haber Sitesinden Örnek Bir Sabit İnfografik.....	28
Şekil 2.9. Hareketli Bilgi Grafiğinin Bir Videosunun Resmi	29
Şekil 2.10. Etkileşimli İnfografik Örneği	30
Şekil 2.11. Çocuklukta Obezite Nedenleri.....	31
Şekil 2.12. 2020’de En Yüksek Ücretli Kulüpleri Gösteren İstatistiksel I-İnfografik....	32
Şekil 2.13. 2017’de Hâkim Olacak Dijital Pazarlama Trendlerini Gösteren Bir İnfografik.....	33
Şekil 2.14. TOS 1A Tankının (Solentsipyuk Fırlatıcı) Teknik Özelliklerini Gösteren Bir İnfografik.....	33
Şekil 2.15. Sosyal ağ sitelerinin geçmişini gösteren bir infografik	34
Şekil 2.16. Aşamalar İnfografik.....	34
Şekil 2.17. Problem Çözme Aşamalarını Gösteren Bir İnfografik	35
Şekil 2.18. Balık Türlerinin Karşılaştırmasını Gösteren Bir İnfografik	36
Şekil 2.19. Sağlıklı ve Kötü Karbonhidratları Karşılaştıran İnfografik.....	37
Şekil 2.20. Çilekli Reçeli Açıklamasını ve Tanımını Gösteren Bir İnfografik.....	38
Şekil 2.21. Amerika Birleşik Devletleri’ne Yapılan Petrol İthalatını Gösteren Bir İnfografik.....	39
Şekil 2.22. Son Otuz Yıldaki En Ölümcül Depremi Nerede Vurduğunu Gösteren Bir İnfografik.....	39
Şekil 2.23. Kubbe-üs Sahra İnfografisi.....	40
Şekil 2.24. Öğretim Yöntemlerini Gösteren Hiyerarşik Bir İnfografik	41

Şekil 2.25. Bilgi grafiklerini listele İnfografik	42
Şekil 2.26. Özgeçmiş İnfografik	43
Şekil 2.27. Bileşik İnfografik.....	44
Şekil 3.1. Obezitenin Nedenlerini Açıklayan İnfografik	57
Şekil 3.2. Obezite Cerrahisi Sorunlarından Kaçınmaya Yönelik Uyarıları Açıklayan İnfografik.....	58
Şekil 3.3. Diyabeti Önlemek İçin Obezite Uyarısını Açıklayan Haber	60
Şekil 3.4. Korku Ve Endişe Çocuk Beynini Nasıl Etkiler Açıklayan İnfografik	61
Şekil 3.5. Görmezden Geline Salgın: Dijital Demans İşaret Eden Resim.....	62
Şekil 3.6. İstanbul Finans Merkezi'nin Açılışını Açıklayan İnfografik.....	63
Şekil 3.7. Yeni Konut Finansmanı Programı Yasasının Yürürlüğe Girdiği Haberinde Bir Koleksiyoncuğu Gösteren Resim	64
Şekil 3.8. Haldun Taner'in Biyografisini Açıklayan İnfografik	65
Şekil 3.9. Bebek Ali'yi Gösteren Resim.....	67
Şekil 3.10. Adım Adım Oy Kullanma Rehberi Açıklayan İnfografik	68
Şekil 3.11. Oy Kullanma Rehberi Açıklayan İnfografik	69
Şekil 3.12. Seçim Propoganda Yasağının Başladığı Haberini Gösteren Resim	70
Şekil 3.13. Depremden Sonra Okula Dönen Öğrenci Sayısını Açıklayan İnfografik	71
Şekil 3.14. Fotoğrafta Deprem Bölgesinde Bulunan Öğrencinin Lgs Sınavından Tam Puan Aldığı Gösteren Resim.....	72
Şekil 3.15. Türkiye'de Nüfusun Demografik Yapısını Açıklayan İnfografik	73
Şekil 3.16. Türk Kızılayı'nın Kan Bağışı Noktalarını Ve Alanlarını Açıklayan İnfografik.....	75
Şekil 3.17. Cinsiyete Ve Eğitime Göre Kan Bağışı Yüzdesini Açıklayan İnfografik	76
Şekil 3.18. Kan Bağışı Bilgilerini Ve Adımlarını Açıklayan İnfografik	76
Şekil 3.19. Kan Bağışçısını Gösteren Bir Resim	78
Şekil 3.20. Mars Helikopteri Hakkındaki Bilgileri Açıklayan İnfografik	79
Şekil 3.21. Uzayda Gezegen Benzeri Bir Nesneyi Gösteren Resim.....	80
Şekil 3.22. İstanbul'un Kentsel Dönüşüm Aşamalarını Açıklayan İnfografik	81
Şekil 3.23. İstanbul'daki Galata Kulesi'ni Gösteren Resim	82

Şekil 3.24. Ankara-İstanbul Arası Hızlı Tren Hattının Detaylarını Açıklayan İnfografik.....	83
Şekil 3.25. Erzincan-Erzurum Kara Yolu Gösteren Resim	85
Şekil 3.26. Gaziantep'in Nurdagi Köyündeki Çiftçilere 10 Müjdeyi Açıklayan İnfografik.....	86
Şekil 3.27. Gaziantep'in Nurdagi Köyündeki Çiftçilere 10 Müjdeyi Açıklayan İnfografik.....	87
Şekil 3.28. Tarımsal Kuraklığı Gösteren Resim	88



ÖNSÖZ

Son yıllarda, yayıncılık endüstrisi geleneksel yayıncılıktan dijital yayıncılığa doğru büyük bir değişime uğramıştır. Teknoloji ve internetin yaygınlaşması, izleyiciye ulaşmak için yenilikçi ve etkili içerikler yöntemlerle yeni fırsatlar sunmaktadır. Geleneksel yayıncılığın dijital medya ile birleşmesi, son yıllarda medya sektöründe büyük bir değişim ve dönüşüm sürecini başlatmıştır. Televizyon ve haber siteleri de bu sürece ayak uydurarak haberlerini daha etkili bir şekilde sunmak için infografik kullanımına başlamışlardır. TRT, önemli bir Türk televizyon kanalı vasfını taşımakta ve haberlerde infografik kullanan dijital yayıncılığın örneklerinden biridir. İnfografik, güncel olayları ve istatistiksel verileri anlaşılması kolay ve çekici bir şekilde görüntülemek için grafik ve çizelge dili kullanıldığından, bilgi ve verileri görsel olarak sunmanın etkili bir yoludur. Bu tez çalışmasında, fotoğraf ve infografik ile hazırlanmış haberler ile birlikte geleneksel haberlerden örnekler verilerek habercilikteki bu değişim karşılaştırılarak ortaya konulması amaç edinilmiştir.

Bu çalışmada yoğun akademik bilgi ve deneyimiyle bana yol gösteren ve yolumu aydınlatan tez danışmanım Prof. Dr. Naci İSPİR ilgi ve desteğinden dolayı sonsuz teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Ayrıca çalışmam boyunca her aşamada bana destek olan ve bilimsel anlamda yol gösteren Doç. Dr. Şeyma BİLGİNER ERDOĞAN sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Yeni tez savunma önce çalışmamı inceleyerek katlada bulman Dr. Öğr. Ü. Yavuz KÜÇÜKALKAN sonsuz teşekkürlerimi sunarım . Ayrıca çalışmam boyunca benden desteklerini esirgemeyen sevgili aileme, özellikle anneme, babama ve sevgili kardeşlerim'e, arkadaşlarım'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım

GİRİŞ

Her çağ ve dönemde bilgi, toplumların ilerlemesinde ve gelişmesinde en önemli kavramlardan biri olmuştur. Enformasyon alanında ortaya çıkan gelişmeler bilgi birikimine yol açmış ve sözlü kültür büyük miktardaki bilgiyi kontrol etmekte yetersiz kalmıştır. Bu durum, geçmişten günümüze bilgileri kaydetme, kontrol etme ve büyük miktarda bilgiyi depolama yeteneği için yazının ve matbaanın icadına giden süreci hızlandırmıştır. Teknolojinin gelişmesi, internetin (world wide web) ortaya çıkması ve kitle iletişiminin gelişmesiyle birlikte medya dünyasında büyük bir değişim yaşanmıştır.

Geleneksel yayıncılıktan (basılı medya) elektronik (dijital) yayıncılığa geçiş yoluyla, teknolojik devrimden etkilenen ve sürekli artan bilgi akışı, aynı zamanda bilgi karışıklığına yol açmış, doğru ve önemli bilgilerin organize edilmesinde sorunlar ortaya çıkarmıştır. Veri ve enformasyonun, elektronik ortamda, karmaşık bir şekilde yayılmasından kaynaklanan karışıklığın bir sonucu olarak, bu büyük miktardaki enformasyonu kontrol etmek için yeni yöntemlere gereksinim duyulmuştur (Titaoui, 2016).

Farklı alanlardaki teknolojik gelişmeler, bilgiden her alanda yararlanabilmek için bilginin hazırlanmasından düzenlenmesine ve yayınlanmasına kadar tüm aşamalarında dijital olarak ele alınmasını sağlamaktadır. Elektronik yayıncılığın ortaya çıkışı, teknolojinin en önemli yönlerinden biridir. Buna göre teknoloji, bilgi üretimine dayalı olarak bilginin elektronik olarak yazılması ve dağıtılması sürecine katkıda bulunmaktadır (Şaltut, 2016). Bununla birlikte bilgiyi koruma ve depolama için bilgisayarların ve diğer elektronik araçların kullanılmaya başlanması, geleneksel kaynaklara “*alternatif bir yol*” olarak elektronik bilgi kaynaklarına güvenin artmasını sağlamaktadır.

Öte taraftan teknolojik gelişmelerle birlikte okuyucuların beklentileri ve haberleri alma biçimlerindeki farklılık, bilgi ve haber ediniminde artışa yol açmıştır. Bu nedenle, en önemli haberlere odaklanılarak bilgileri, kısa ve öz bir şekilde elde etmek önemli hale gelmiştir. Nitekim ivedi bir şekilde gelişen bu teknolojik gelişmelerden, basın dünyasının da “biçim” ve “içerik” olarak etkilenmesinin kaçınılmaz olduğunu belirtmek gerekir.

Haber siteleri, grafik, şekil ve görüntülerin kullanımı yoluyla haberlerin elektronik olarak yayınlanmasında yeni yöntemler kullanmaya yönelmektedir. Bu süreçte, metnin okuyucu için daha ilgi çekici ve kolay anlaşılır hale getirilmesi amacının gereği olarak basitleştirilmiş yeni bir yöntem olan “infografik kullanma” etkinliğini ortaya çıkarmıştır.

Son yüzyılda gerçekleşen iletişim devrimi, haber ve olay bolluğu, medya kuruluşlarını haber iletmede yeni yollar ve yöntemler aramaya yöneltmiştir. Bu durumda son zamanlarda kanalların, haber sitelerinin, gazetelerin, web sitelerinin infografikleri yoğun bir şekilde kullandığı görülmektedir. Elektronik haber yayınlama yöntemlerinin geliştirilmesinde, okuyucunun ilgisini çekip anlamasını kolaylaştırmak için çizelgeler ve görseller yardımıyla bilgi sunma yeni yöntemlerden biridir.

Araştırmalar, haber sitelerinin infografik kullanımına başvurmalarının en önemli nedenlerinden birinin, okuyucunun dikkatini çekmek olduğunu göstermektedir. Zira günümüz okuyucusu, haberlere en basit ve en kolay şekilde erişmeyi tercih etmektedir. Bunun bir yolu da bilgiye kolay erişim için sosyal paylaşım sitelerinden haber almak olmuştur. Dolayısıyla haber kanalları, izleyicilerin dikkatini çekebilmek için web sitelerinde infografikleri kullanmaya başlamışlardır (Abdel Maksoud, 2018: 10).

Geleneksel yayıncılıkta, bilgi grafikleri yaygın bir şekilde kullanılmıştır. Kanallar ve gazeteler, iki zaman arasında karşılaştırma gibi önemli basın haberlerinde infografik kullanmıştır. İnfografikler, izleyicinin yeni, sadeleştirilmiş bir haber türünü tercih etmesini sağlarken izleyiciye aktarılan bu tür karmaşık haberleri basit bir şekilde iletme için en iyi çözüm haline gelmiştir. Böylelikle infografik kullanımıyla haber kanallarının ve sitelerinin özellikle önemli olayların iletiminde izlenme oranlarında artış meydana gelmesi de sağlanmıştır. Buradan hareketle, haber sitelerinde infografiklerin kullanımının yaygın hale geldiği ifade edilebilir.

Grafik tasarımda uzmanlaşmış web sitelerinin, grafik ve şekil kullanımı, özel uygulamaların ortaya çıkması, aynı zamanda uzmanları, siteleri ve uygulamaları ile bu alanın kimileri tarafından bir “sanat” olarak görülmesine neden olmuştur. İnternetteki haber kanallarının web siteleri, Türkçe (TRT) haber kanalı dâhil olmak üzere infografik kullanımını büyük oranda benimsemekte, önemli olayları izleyiciler için kolay anlaşılır bir şekilde görselleştirme yoluna başvurmaktadırlar.

İnfografik kullanımı, belli bir konu ile sınırlı olmayıp her türlü haber kategorisini içermektedir. Bu tür haberler, elektronik haber sitelerinde bolca yer alan yeni bir haber türüdür. Bu nedenle araştırmada, haber sitelerinde ortaya çıkan yeni bir tür olan infografik kavramı ve haber kanallarının geleneksel haber yayıncılığında elektronik yayıncılığa nasıl geçtiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna göre bu araştırmada, Türk haber kanalı olan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) sitesinde yer alan geleneksel haber ve infografik haber örnekleri üzerinden analiz edilerek karşılaştırılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSELDEN DİJİTALE HABER YAYINCILIĞI

1.1. GELENEKSEL YAYINCILIK

Geleneksel yayıncılık; bir belge, kitap ya da haber biçiminde halka sunulan, yayınlanmış bir eser olarak tanımlanan ve aynı zamanda “geniş” ve “karmaşık” bir kavramdır. Uluslararası Telif Hakları Sözleşmesi’nin (1971), 4. maddesi geleneksel yayıncılığı; “*somut bir maddi eserin üretilmesi ve görsel olarak okunabilen veya algılanabilen bir kopyasının halka dağıtılması*” şeklinde tanımlamaktadır.

Geleneksel yayıncılık, insanların bilgi edinme, deneyimlerini başkalarına ve gelecek nesillere aktarma çabasından oluşan, bir mesajı, bilgiyi veya herhangi bir içeriği uygun formatlarda düzenleyerek, yayınlama, kopyalama ve baskı yoluyla pazarlama sürecidir. Yine gazete, dergi, kitap gibi basılı ürünlerin okuyuculara teşhir edilmesi olarak tanımlanabilir. (Şahin, 2014: 26) Geleneksel yayıncılık türleri ile ilgili olarak aşağıda yer verilen örnekler sayılabilir:

- Kâğıt kitaplar
- Vaazlar, dersler, radyo bültenleri veya ses kasetlerinde sunulan herhangi bir kültürel içerik dâhil olmak üzere, kaset etkinliklerinde sunulan işitsel materyal.
- Dersler, bilimsel filmler, televizyon röportajları, televizyon programları, televizyon haber bültenleri gibi videokasetlerde sunulan görsel-ışitsel materyaller.

1.2. GELENEKSEL HABER YAYINCILIĞI

Geleneksel haber yayıncılığı basılı araç olarak gazeteler ve dergiler; işitsel ortam olarak radyo; görsel-ışitsel ortam olarak televizyon ekranı gibi geleneksel medyayı kullanarak bilgi, içerik veya haber üretme ve çeşitli biçimlerde yayma süreci olarak tanımlanabilir.

Günümüzde haber sektörü, medya ve habercilik dünyasına güçlü bir şekilde girmiştir. Aynı zamanda teknoloji çağına paralel olarak çeşitli aşamalardan,

gelişmelerden ve değişimlerden geçmektedir. Basın bülteninin, yalnızca belirli bir olayın düzenli bir açıklaması veya güncel olaylardan ilginç bilgilerin aktarımı olmadığı gibi, belirli bir haberin ya da olayın, göndericiden alıcıya, yani gazeteciden ya da basın kuruluşundan alıcıya tek yönlü olarak iletilmesi de değildir. Daha çok dijital medya yayıncılığının özelliklerinin gelişimine göre birden çok şekilde katılıma konu olmuştur (Kamran Sedig, Paul Parsons ve Alex Babanski, 2013: 12-28).

Haber endüstrisi ve haber kanallarının, web sitelerinde veya mobil platformlarda tanıtımı sırasında gerçekleşen bir dizi işlemin yanı sıra akıllı telefonların artık sadece bireysel iletişim araçları olmaktan çıkıp işletim sistemine ve internet üzerinden iletişime girdiği bir dönemde; haber toplama, hazırlama ve dağıtma süreci, iletişim ve bilişim devrimi, önemli gelişmeler kaydetmiştir. Gazetecilik endüstrisi, yöntemlerinin, mesajlarının ve onu halka ulaştırma yollarının geliştirilmesine katkıda bulunan yeni faktörlerle etkileşime girdiğinden bu yana basılı, internette ya da mobil cihazlarla büyük ölçüde gelişen televizyon veya radyo aracılığıyla yeni haber düzenleme ve yazma yöntemlerini kullanma eğilimi ortaya çıkmıştır (Shirky, 2009:328).

1.2.1. Geleneksel Haber Öğeleri

Bir olayın haber değeri taşıması ilk başta, bir toplulukta yaşayan insanların çoğunluğunu ilgilendirmesi ile ilgilidir. Bununla birlikte bir olayın, geleneksel haber anlayışında belirli öğeleri bulunmaktadır. Bunlar; gerçeklik, ilginçlik, önemlilik, anlaşılabilirlik, objektiflik ve geribildirim olarak bilinmektedir. Haberin bu unsurları aşağıda yer verildiği gibi açıklanmaktadır

1.2.1.1. Gerçeklik

Geleneksel bir haberin ana unsurlarından biri gerçeklik olup; bir gazeteci haber hazırlarken karşılaştığı olaya ilişkin olgular içinden seçim yapıp, haberi gerçeklik temelinde, olayın altında yatan ya da arka planda bulunan gerçeklere anlam yükleyerek, haber ve olay arasında bağ kurması ile ilgilidir (Tokgöz, 2015: 245).

1.2.1.2. Yenilik

Bir haber ögesi olarak yenilik, olayın gerçekleşme zamanından çok olayın izleyiciye aktarıldığı zamanı ifade etmektedir. Buna göre haber; haberi yapan kurum ya da kişi tarafından hazırlandıktan sonra hızlı bir şekilde izleyiciye aktarılmalıdır. Üzerinden zaman geçen olaylar yenilik değeri taşımamaktadır. Ancak güncel olarak tekrar gündeme geldiğinde yenilik unsurunu karşılamaktadır (Durmuş, 2010).

1.2.1.3. İlginçlik

Bir haberin ilginç olması insanların bu konuya dair ilgilerini çekmesi, haberle psikolojik ya da bilişsel olarak bağ kurmalarını gerektirmesi ile yakından ilgilidir. Örneğin bir haber, bireyin yaşadığı çevre ya da yakınlarıyla ilgili olan bir coğrafyada meydana geldiğinde daha çok ilgi çekmektedir. Haberi yapılan olayın ilgi çekici olması için sıra dışı durumlarda meydana gelmesi, şaşırtıcı, farklı ve ani olması gerekmektedir (Almasoodi ve Sucu, 2021).

1.2.1.4. Önemlilik

Haber değeri taşıyan bir olayın, önemli olması için kültürel, mali ya da sosyal yaşam alanları ile ilgili olması ve bu alanlara doğrudan etki ederek gelişim ve değişimi tetiklemesi gerekmektedir. Haberciliğin prensipleri arasında yer alan 5N 1K kuralındaki “nasıl ve neden soruları” haberciliğin önemlilik unsuru ile ilgilidir (Yılmaz, 2019).

1.2.1.5. Anlaşılabilirlik

Anlaşılabilirlik, haberin kolay anlaşılması ile ilgilidir. Diğer bir deyişle anlaşılabilirlik, haberde kullanılan dilin önemine işaret etmektedir. Haberin açık, net, kısa ifadelerle aktarılmasının yanında, anlaşılması güç bilimsel terimlere yer verilmemesi; eğer ki bu terimler kullanılıyorsa açıklanması, yalın ve kurallı cümlelerle ifade edilmesi anlaşılabilirlik ile ilgilidir (Girgin, 2000, s.30).

1.2.1.6. Objektiflik

Bir gazetecilik ideolojisi olarak objektiflik kavramı ise, gerçeği mümkün olduğunca doğru betimleyen bilginin toplanması ve paylaşılmasıdır. Gazetecilik alanında, haber yapım ve aktarım süreçlerini temel alan bir gazetecilik ideolojisi olarak objektiflik kavramı, gazetecilerin haberlerini oluştururken ve aktarırken öznellikten uzak durarak, nesnel ve tarafsız bir tutum sergilemelerine dair bir yol haritası çizmektedir. Objektiflik kavramı, bir gazetecilik ideolojisidir. Buna göre, objektiflik haberi olabildiğince doğru bir şekilde betimlemek ve bilgilerin doğru bir şekilde toplanıp paylaşılması ile ilgilidir. Gazetecilik alanında haberin yapım ve aktarım aşamalarını temel alan objektiflik, haberi hazırlarken ve sunarken nesnel bir tutumla, tarafsız bir şekilde davranılmasına ilişkin yol haritası sağlamaktadır (Almasoodi ve Sucu, 2021; Tokgöz, 2015: 245).

1.2.1.7. Geribildirim (Feedback)

Bir habere geri bildirim sağlamak o haberin insanlar tarafından izlendiğini ve önemini ortaya koymaktadır. Aynı zamanda haberin, ne kadar çarpıcı olduğunu ve bu haberin kamuoyu oluşturmada etkili olduğunu göstermektedir (Yılmaz, 2019).

1.3. DİJİTAL YAYINCILIK

Bugün dünya, bilgi devrimi olarak bilinen ve bununla birlikte elektronik ticaret, dijital eğitim, dijital kütüphaneler ve dijital gazetecilik gibi modern teknoloji ile ilişkili birçok kavram ve terimin ortaya çıkmasıyla “yeni teknolojik değişimler çağında” yaşamaktadır. Artan bilgi dünyasındaki değişiklikler ışığında, bilgisayarların yaygın hale gelmesi ve internet kullanıcı tabanının genişletilmesi, internet ve bilginin analog sistemden dijital sisteme doğru, hızlı ve net bir şekilde aktarılmasında önemli yol kat edilmiştir (Erdal, 2021; Fırat ve Özdamar Keskin, 2018).

İletişim teknolojisinin ve uzaktan bilgi iletiminin sağlanması gibi teknolojinin ortaya çıkardığı gelişmelerle; görüntü, ses, hareket, video, şekil ve çizim gibi basılı maddelere eşlik eden materyallerin ortaya çıkması yayıncılık yöntemleri, farklı uzmanlıklara sahip yayıncılar, gazeteciler ve akademisyenler arasında yayılan

elektronik yayıncılığın ortaya çıkışında somutlaşan yeni bir dönüşüm yaratmıştır (Ahmed, 2013, s. 26).

Gelişen yayıncılık kavramı, bilginin belirli bir biçimde ve belirli bir türde üretilmesi, depolanması ve iletilmesi ile sınırlı kalmamakta, bu nedenle elektronik yayıncılık kavramı, çözümler ve alternatifler sunmakta ve geleneksel yayıncılığın karşısına çıkan araçları bulmaya yardımcı olmaktadır. Hızı, doğruluğu ve performanstaki kısalığı, zaman ve mekândan tasarruf sağlaması ve çeşitli multimedya ortamlarını birleştiren malzeme ve bilgiler sağlaması nedeniyle bu elektronik yayında değişiklik yapma, silme ve ekleme kolaylığı yeni bir dönem olarak kabul edilmektedir (Ghaitas, 2011: 7).

İnternetin ortaya çıkışı ve gelişimi, dünyaya yayılmış milyonlarca bilgisayar aracılığıyla bilgi alışverişine de büyük katkı sağlamıştır. Bu, ülke ve bölgelerin tüm coğrafi ve siyasi sınırlarına nüfuz edilmesine ve çeşitli dokümantasyon üzerinde ağırlığı ve etkisi olan, nitel bir bilgi ortamı haline gelen elektronik yayıncılığın ortaya çıkmasına imkân vermiştir. Dolayısıyla bu durum, elektronik yayıncılığa giderek daha fazla yönelmeye ve onu tedarik için ana kaynak olarak medya kuruluşlarına yardımcı bir faktör haline getirmiştir (Sabi, 2021: 16).

1.4. DİJİTAL YAYINCILIK KAVRAMI

Dijital yayıncılık; kitap, bilimsel araştırma, haber, gazete ve dergi gibi basılı medyanın internet üzerinden alınıp okunabilecek bir formatta sunulma süreci olarak tanımlanabilir. Dijital yayıncılıkta, okuyucuyu alt bilgilere veya internetteki sitelere bağlayan sesler, grafikler, resimler, iletişim noktaları, bağlantılar ve diyagramlar gibi medya ve araçlar kullanılmaktadır (Ahmet, 2013: 27). Buna göre dijital yayıncılık, okuyucuya hitap edebilmek için çeşitli formlarda sunulmaktadır diyebilir.

Ansiklopedik Kütüphaneler ve Bilgi Terminolojisi Sözlüğü, dijital yayıncılığı; bir yazarın kelime işleme araçlarından birinin kullanılmasıyla makalesini veya görüşünün çıktısını kaydedebildiği ve daha sonra elektronik derginin editörüne gönderebildiği aşama olarak tanımlamaktadır. Böylelikle “fikri üretim” o elektronik formda abonelerin kullanımına sunulmaktadır (Ahmed, 2013: 29). Fikri üretimin okuyucuya ulaştırılması ve fikirlerin yaygınlaşmasında dijital yayıncılık, oldukça önemli görünmektedir.

Dijital yayıncılığa ilişkin yapılan başka bir tanıma göre; geleneksel bir şekilde yayımlanan içeriği, CD’lerde veya yayınlandığı şekliyle elektronik ortamda yayın içeriğine dönüştürmek için donanım veya çevre birimleri veya yazılım gibi tüm bilgisayar yeteneklerinin kullanılması anlamına gelmesidir. Dijital yayıncılık; internet ve elektronik kitaplar, makaleler, dizinler ve elektronik gazeteleri içermektedir (Ahmed, 2013: 29). Yine dijital yayıncılık; metinleri ve verileri depolayan ve depolandıkları bilgisayara bağlı bağlantı noktalarından alan, bilgisayar ve manyetik disklerin kullanımına dayanan bir bilgi gözlemevidir (Alnajaa, 2000: 12-13). Buna göre dijital yayıncılık, elde edilen bilgilerin saklanması ve gerektiğinde kullanılması açısından oldukça işlevseldir.

Bilgisayar, çok büyük miktarda bilgiyi çok kısa sürelerde kolayca geri alınabilecek şekilde depolama üstün yeteneğinin yanı sıra, manuel olarak gerçekleştirilmesi zor olan karmaşık matematiksel işlemleri ve diğer tüm görevleri de gerçekleştirebilir. Bilgi sistemi için hız, doğruluk ve geçerlilik avantajlarını sağlamak ve bunların tümü performansta yüksek verimlilikle sonuçlanmaktadır.

Dijital yayıncılık süreci, web sitelerinin oluşturulmasını ve yüklenmesini, bağlantılı web sayfalarının güncellenmesini ve içeriğin internette yayınlanmasını tanımlamaktadır. İnternette yayınlamak, kitaplar ve blogların yanı sıra kişisel, ticari, topluluk, kurumsal ve haber web sitelerini içermekte olup belge, içerik veya bilgilerin dağıtılması ile ilgilidir (Ay, 2016: 19; Mathabir, 2022). Dijital yayıncılık, basılı materyallerin internet veya bilgisayar aracılığıyla alınabilecek ve okunabilecek bir formatta sunulduğu süreç olarak tanımlanmakta olup biçim, sesler, grafikler, durağan ve hareketli görüntüler ve köprüler gibi birden çok ortam tarafından sıkıştırılması ve desteklenmesiyle karakterizedir (Sabi, 2021: 16). Dijital yayıncılığın sağlamış olduğu kolaylıklar ve bilginin pratik bir şekilde kullanılması, her şeyin hızla değiştiği dünyamız için oldukça işlevseldir.

Ertürk tarafından verilen tanıma göre elektronik yayıncılık; internet erişimini gerektiren, bilgi ve haberlerin internette görüntülenmesi amaçlanan, bilgisayarlarda dergi, elektronik gazete gibi modern mobil cihazlarda görüntülenen bilgi ve haberdir. Kitaplar, bloglar, podcastler, mobil uygulamalar, PDF benzeri uygulamalar ve broşürler örnek olarak gösterilebilir (Ertürk, 2016: 6).

Yukarıda yer verilen tanımlardan anlaşıldığı üzere dijital yayıncılığın çok sayıda ve çeşitli tanımları bulunmaktadır. Sonuç olarak dijital yayıncılık; bilgisayarlar, iletişim teknolojileri, bilgi ağı, internet, bilgisayarlı depolama ortamları, veri tabanları ve çevrimiçi iletişim kullanılarak bilgilerin elektronik olarak saklanabildiği, iletilebildiği ve geri alınabildiği bir dizi işlem olarak çeşitlendirilmiştir. Bu süreç geleneksel araçlarının resmedilmesine yol açmış ve bilgi üreticileri ve okuyucuları tarafından uzaktan ve çeşitli yönlerde veri iletişim yöntemlerine yeni boyutlar kazandırmıştır. Sözü, bilginin veya haberin, genel olarak mümkün olan en fazla sayıda okuyucuya veya alıcıya ulaşmasını engelleyen tüm sınırları ve kısıtlamaları aşabileceği daha geniş bir bilgi dünyasını duyuran yeni bir adım olarak karşımıza çıkmıştır.

1.5. DİJİTAL YAYINCILIĞIN ÖNEMİ

Günümüzde dijital yayıncılığın yaygın hale gelmesi, geleneksel yayıncılığın gazete ve diğer alanlardaki önemini azaltmamaktadır. Bunun yerine dijital yayıncılık, yeni dijital medyanın önemli bir parçası olup, geleneksel medyayı tüm biçim, tür ve görselleriyle tamamlamakta ve hatta modern çağın teknik ve teknolojisine paralel olarak ona yatırım yapmaktadır (Almasoodi, 2021; Razika, 2016: 16). Dolayısıyla dijital yayıncılık, toplumun teknolojik gelişmeler ve sosyal medya ile buluşması, farklı görüşlere ulaşması gibi konularda oldukça işlevseldir.

Ayrıca dijital yayıncılık, tüm bilgi ve haber konularının dijital olarak çevrimiçi yayınlanması kavramını tanımlayabilmesinde büyük bir rol ve önem taşımaktadır. Geleneksel basın kuruluşları ve geleneksel yayınevleri orijinal nüshaları üzerinde akredite olmak kaydıyla, bu alanların nasıl çalışılacağına bağlı olarak okuma yeteneklerini veya haber servisleri ile gazetecilik makalelerini sağlamaktadırlar. Böylelikle, hızlı bilgi içeren iletişim ağlarına dayalı bazı başlıklarla ve tüm haber konuları için depolama dilinin geliştirilmesine yardımcı olan fikirlerin veya bilimsel araştırmaların nasıl organize edileceğine de yardımcı olmaktadır. (Mehdi, Erişim tarihi: 15 Şubat 2023) <https://e3arabi.com> . Neticede dijital yayıncılık, günümüz dünyasının bilgi ve haber gereksinimlerine cevap veren ve günden güne gelişen bir alandır.

1.6. DİJİTAL YAYINCILIĞIN AVANTAJLARI

İnternet aracılığıyla dünyayı saran en önemli modern teknolojik olaylardan biri olduğu için dijital yayıncılığın pek çok avantajından söz edilebilir. Dijital yayıncılığın en önemli avantajları ve özellikleri arasında aşağıda yer verilen nitelikler ele alınabilir:

- **Dağıtım ve üretimde hız**

Baskı veya posta ile gönderme sırasındaki prosedürlerin birçoğunun, makine tarafından okunabilen metin aracılığıyla yazma ve yayınlanma süreçleri arasında sağlanan entegrasyon nedeniyle kısaltıldığı ve elektronik iletimin zamandan ve emekten tasarruf edilmesine yardımcı olduğu bilinmektedir. Bu tür üretim, yazarlar veya editörler ve okuyucular arasındaki ağlar aracılığıyla iletişim kurmakta, böylelikle bilginin taşıma kolaylığında büyük bir avantaj ortaya çıkmaktadır (Kırık, 2013).

- **Etkileşimli**

Dijital yayıncılık sürecindeki katılımcıların, diğerlerinin rollerini ve fikirlerini etkilediği ve karşılıklı etkileşimli, iletişimsel ve bilgilendirici uygulama olarak adlandırılan bilgi ile onlarla ilgilendiği yer, dijital yayıncılık platformları aracılığıyla, alıcıyı olumlu bir şekilde etkileşimli hale getirecek yeni bir iletişim türü ortaya çıkarmaktadır (Fırat ve Özdamar Keskin, 2018).

- **Eşzamansızlık ve Kinetik**

Dijital yayıncılık sayesinde, başka kişi veya gruplarla ilişkilendirilmeden, kişinin uygun zamanda iletişim faaliyetini yürütmesine imkân tanınması eşzamansızlıkla açıklanırken dijital yayıncılık yoluyla bilgilerin bir yerden başka bir yere kolay bir şekilde aktarılabilmesi kinetik olma ile açıklanmaktadır (Alioğlu, 2011).

- **Aktarılabilirlik ve Küreselleşme**

Dijital elektronik yayıncılık yoluyla, bir ortamdan diğerine bilgi aktarma yeteneği söz konusu olmakla beraber dijital yayıncılık için yeni, temel ortam, iletişim ve bilgi araçlarının küreselleşmesi de vurgulanmaktadır (Kırık, 2017; Sütcü, 2007).

- **Medya ve iletişimin merkezileşmesinin ortadan kaldırılması**

Bilgi ve verinin yayılmasında merkezileşmeyi ortadan kaldırmak için uydular kullanıldığından insanlar, medyayı sadece coğrafi mesafelerle değil ortak çıkarları üzerinden birbirine bağlanmak için kullanmaktadır (Ay, 2016).

- **Araçlar arasındaki geleneksel farklılıkların ortadan kalkması**

Gazetelerde, kitaplarda, dergilerde ve haber sitelerinde temsil edilen bilgi yayma araçları arasındaki geleneksel farklılıkların ortadan kalkması ile bunların herhangi birinin içeriği, dijital yayıncılık yoluyla diğer tüm araçlarla, farklı ve gelişmiş biçimlerde sunulabilmektedir (Alnajaa, 2000).

- **Yaygınlık, Yüksek hız ve Ekonomi garantisi**

Dijital yayıncılık, dünyaya ve toplumun her katmanına yayılarak, yüksek kalite ve minimum çaba ile tamamlama hızına sahip olup zaman, emek ve para açısından avantajlıdır (Ebu Nasr, 2017: 181-182).

- **Geri dönüp görme imkânı ve Kolay arama**

Dijital yayıncılık, araştırmacıların ve okuyucuların varlıklarını dijital biçimde saklayan kütüphanelerin, bilgi merkezlerinin ve arşivlerin içeriklerini görüntülemelerine imkan tanımaktadır. Aynı zamanda okuyucu, istediği bilgiye, bilgisayar veya cep telefonu kullanarak erişebilmektedir. Dijital yayıncılığın, içerik içinde arama ve keserek, yapıştırarak veya değiştirip ekleyerek elektronik olarak işleme kolaylığı bulunmaktadır (Kırık, 2017).

- **Multimedya kullanımı ve Kendini yayınlama**

Dijital yayıncılık içeriği; ses, görüntü, animasyon ve video ile etkileşimli bir program biçimde sunarken içeriğin gerçek değerinin ve faydasının kullanıcı için işlevsel olmasını önemsemektedir. Dijital yayıncılık, yazar veya gazetecinin yayınevleriyle uğraşmasına gerek kalmadan, doğrudan kendi web sitesinde çalışmalarını yayınlayabilmesi için kendi kendine yayımlayabilmektedir (Razika, 2016: 170).

•Dinamik elektronik yayınlar ve Sanat eserlerini ve yenilikleri artırın

Dijital yayıncılık, hareketli resimler ve elektronik modellerle birçok aktiviteyi birlikte sunduğu için dinamik elektronik yayınlar oluşturmaktadır. Sanat eserlerini ve yenilikleri artırma işleviyse; dijital yayıncılık, idari ve rutin işlerden uzaklaşarak yeni sanatsal çalışmaların ve yeniliklerin artmasını desteklemektedir (Alioğlu, 2011).

•Yenilikçi pazarlama yöntemleri

Dijital yayıncılık, arama motorlarının ve dijital pazarlama yöntemlerinin dijital içeriği tanıtmak ve internetteki konumuna ve onu düzenleyen yayıncıya atıfta bulunmak için kullanıldığı yenilikçi pazarlama yöntemleri sunmaktadır. Ayrıca dijital yayıncılığın; kültürel, eğitimsel, sosyal, ekonomik, ticari, gazetecilik gibi birçok alanda avantajları olduğu bilinmektedir. Kullanıcılar arasındaki yer, mesafe ve zaman engellerini ortadan kaldıran bu platform, birbirlerini ayıran mesafeler ve süreler ne olursa olsun birbirleriyle neredeyse doğal bir şekilde iletişim kurmaya olanak tanımaktadır (Sütcü, 2007).

1.7. DİJİTAL YAYINCILIK TÜRLERİ

Dijital yayıncılık içeriğine göre iki farklı türe ayrılmaktadır (Gümüş, Erdoğan ve Bozkurt, 2017:100-120).

- Yayının kendisine paralel basılı ve yayınlanmış metinlerden alındığı, yani ondan alıntı yapılarak üretildiği ve yanında bulunduğu “*paralel dijital yayıncılık*” birinci tür olarak belirtilebilir.
- Yayının basılı metinlerden alınmadığı, tamamen elektronik olduğu ve sadece elektronik ortamda bulunduğu “saf dijital yayıncılık” ikinci tür olarak belirtilebilir.

Sunum açısından dijital yayıncılık türleri ise aşağıda ele alındığı gibi incelenmektedir:

- *Blogging*, yazılı içeriğe odaklanan veya blog yayınları olarak bilinen elektronik sitelerde kullanılan temel bir araçtır. İnternette ister kuruma ister kişiye ait olsun, her alanda çeşitli uzmanlıklara sahip binlerce dijital blog mevcuttur.
- *İnfoğrafik*, sosyal ağlarda paylaşılabilirdiği için keyifli ve kolay bir şekilde iletilen, konuları sayılara ve istatistiklere bağlı olduğu için bilgiyi

basitleştirmeye yardımcı olan, görsel etkiye sahip ve büyük etkileşimi olan bir görsel iletişim biçimidir.

- *Video veya doğrudan video yayınlama*, düz metin veya resimlerden bilgi iletmek için en bilgilendirici araç olarak bilinmektedir. İnternetin dünyada gelişmesi ve yayılması sayesinde videoya olan talep önemli ölçüde artmış ve insanlar arasında popüler hale gelmiştir. Örneğin cep kamerası veya cep telefonu aracılığıyla kısa videolar çekilebilir ve profesyonelce sanatsal üretim yapılabilir.
- *Görselin görselleri ve animasyonlu görselleri*, okuyucunun dikkatini çekerek etkileşim oranını artırmaktadır.
- *Elektronik kitap*, kitapların yayımlanıp bilgisayarda veya diğer elektronik cihazlarda okunmasıdır.
- *Müşteri referansları*, müşterilerin belirli ürün veya hizmetler için yaptıkları hediye ve beyanlardır. Bu referanslar, müşterilerin görüşlerini etkilemeyi amaçlayan satış mektuplarında ve profesyonel reklamlarda kullanılmaktadır.
- *SlideShare*, iyi bilinen bir site ve LinkedIn'in küresel bir takipçisidir. Dosyaları, sayfaları, infografikleri kaydetmenize ve yüklemenize olanak tanımaktadır. Materyallerin görüntülerini ve indirilmelerini takip etme yeteneğiyle materyal dokümantasyonu içermektedir. Özellikle pazarlama, akademi, planlama ve diğerleri gibi belirli sektörlerde çalışanlar için sunumda birçok kişi tarafından tercih edilen bir form olarak kabul edilmektedir.
- *Basın bültenleri*, elektronik haber sitelerinde basın bültenleri hazırlamak, fotoğraf yayınlamak, olay ve olayları belgelemek için kullanılmaktadır.
- *Web üzerinden dersler ve tartışma*, akademik içerik, eğitim, ticari reklamlar ve diğerlerinin pazarlanması için popüler bir seçenek olan web üzerinden dersler ve tartışmalar yapılmaktadır.
- *Bültenler*, müşterilere e-posta kutularında istedikleri bilgileri ulaştırarak müşterilerle iletişim kurma aracıdır. Firmalar ve kuruluşlar, müşterilerle ilgili değerli bilgileri paylaşmak, ayrıca şirketlerin ürünlerinin tanıtımına ve şirket web sitelerine olan trafiğin artmasına katkıda bulunmak için bültenleri kullanmaktadırlar (mokhtar, Dijital içerik nedir, Erişim tarihi: 16 Şubat 2023)

<https://motaber.com/digital-content/>

1.8. DİJİTAL MEDYA YAYINCILIĞI

Dijital yayıncılığın ortaya çıkması, her alana girmesi ve yaygınlaşmasından sonra medya ve basın kuruluşlarının da dijital yayıncılığa yönelmesi zorunlu hale gelmiştir. Bilgisayarların ve çeşitli programların sunduğu avantajlardan ve becerilerden yararlanılarak medya içeriklerinin bazı haber bültenleri veya medya konuları için seçici bir şekilde dönüştürülmesi şartıyla, medya ve basın kuruluşlarının gelişen teknoloji çağına ayak uydurmak için kendilerini geliştirmeye odaklandıkları, basın yayınevleri ve dergilerin yayınlarının tamamını bilgisayar ortamında hazırlayıp, paketleyip, redaksiyonunu yapıp, internet üzerinden doğrudan ve yüksek hızda matbaaya göndermesi mümkün hale gelmiştir (Al-Danayen, 2001: 103).

Dünyanın tüm gazete ve dergileri, farklı konuları ile internette çeşitli şekillerde yer almakta; web siteleri, basılı gazeteler için hizmet siteleri, haber kanalları için web siteleri şeklinde çeşitli biçimlerde bulunmakta, aynı zamanda yeni ortaya çıkan birçok medya kuruluşunun yanı sıra matbaaları veya gerçek ofisleri olmadığından ağ üzerinden dijital yayıncılık yoluyla çalışma ortamları oluşturulmaktadır. Matbaa sektörünün hızla dijital yayıncılık sistemlerine dönüşmesi ile birlikte özellikle yeni nesil kişisel bilgisayarların ve lazer yazıcıların ortaya çıkmasıyla tasarım, basım ve yayıncılık ile ilgili uygulamalar kaçınılmaz bir gereklilik olarak görülmüştür. Dolayısıyla basın, yayınevleri, reklam ofisleri ve sanatsal tasarım alanlarında hizmet vermek için en son teknoloji kullanılmaktadır. Dijital yayıncılığın yayın dünyasına girişine yol açan en önemli faktörler aşağıda yer verildiği gibi ele alınmaktadır (Alliban, 1997: 285):

- *Dijital yayıncılık kavramını geliştiren program paketine erişim.* Bu programlar, gazeteleri, mektupları, resimleri, çizimleri, çizelgeleri ve haritaları büyük bir verimlilik ve yüksek teknoloji ile işleme imkanı sunmaktadır. Word programlarıyla; boyut, mesafe, dağılım ve renklendirme açısından görüntü işlemede birden çok harf, metin, başlık ve yüksek kaliteli düzenleme yapılmaktadır. Gelişmeye ve güncellenmeye devam eden büyük teknolojik ilerlemeye uygun görüntü düzenleme programları, grafik programları, çizelgeler ve modern uygulamaları içermektedir.

- *Medya ve basının dijital yayıncılıkla tanışması.* Baskı öncesi aşamada uzun ve karmaşık hazırlıklardan vazgeçilmekte, birçok işlem tek bir aşama haline getirilerek zamandan ve emekten tasarruf edilmektedir.
- *Yeni dijital sistemlerde görüntülerin taranması.* Tamburlu tarayıcı yerine düz yataklı bir tarayıcıya dayanmaktadır.
- *Dört renkli dijital yayın sistemlerinin ortaya çıkması.* Bu sistemlerin bir konuda olmak üzere 16 milyon 250 renk içermesi ve normal görselleri renklendirebilmelerinin yanı sıra gazete ve dergilerin de bu tür sistemlere sahip olmalarını gerektirmiştir.
- *Elektronik yayıncılık sistemi ile haber ajansları ve fotoğraf ajansları arasında bağlantı kurulabilmesi.* Ajanslardan gelen haberlerin doğrudan ekranda ve beraberindeki gazetelerin haberlerinin kurgulanarak çalışabilmesi ve editörün elektronik ortamda düzenlediği belirli bir sayfaya gönderilebilmesi, sayfaları bir yerden başka bir yere taşıma olasılığının bulunması.

Dijital yayıncılık, bilgiye erişim ve bilginin yaygınlaşmasında geleceğin tercihi haline gelmiştir. Dijital yayıncılık; kitapların, dergilerin ve gazetelerin yerini modern cep telefonu cihazları ya da dijital yayın sitelerine erişim sağlayan avuç içi boyutunu geçmeyen cihazlar aracılığıyla okunabilecek yardımcı dijital endüstrinin doğuşunu sağlamıştır (Gümüş vd., 2017: 100-120).

Dijital yayıncılık, yalnızca haber konularının dijital basında yayınlanması için kullanılan programların seçilmesine yardımcı olan bir dizi rolün yerine getirilmesine yardımcı değil, aynı zamanda tüm kelimeler, başlıklar, metinler veya baskı tasarımları için iletişim programlarıyla dijital olarak işlenmektedir. Dijital medya yayıncılık kuruluşunun dayandığı tüm bileşenleri incelemektedir. (Mehdi, Dijital gazetecilik yayıncılığı nedir, Erişim tarihi: 20 Şubat 2023) <https://e3arabi.com>.

Sonuçta medya kanalları için dijital gazete ve haber sitelerinde yürütülen faaliyetlere, çalışmalara, kurguya, prodüksiyona hâkim olma kanıtlanmış özelliklere sahip internete ve bilgisayarlara dayanan dijital medya üreten yeni bir dijital yayıncılık çağı yaşanmaktadır.

1.9. YENİ MEDYA VE HABER (HABER SİTELERİNDE GELENEKSEL YAYINCILIKTAN DİJİTAL YAYINCILIĞA GEÇİŞ)

Yeni dijital dünya, birçok modern teknolojik yenilik üreten entegrasyonla birlikte, yeni bir medya ve gazetecilik dünyasının doğuşuna yol açmıştır. Yeni dijital medya, modern çağa ayak uyduran özellikleri sayesinde geniş çapta yayılmaya başlamış ve medya kurumları üzerindeki etkisi belirginleşmeye başlamıştır. Avantajları ve modern teknolojik özellikleri nedeniyle, gazeteler ve televizyon kanallarını, matbaayı basılıdan dijitalle kaydırarak dijital yayıncılığa ve araçlarını kullanmaya yöneltmiştir (Balabanlar, 2011). Aynı zamanda günümüzde internet, küresel bir erişim göstererek bilgi dağıtımını sağlamakta ve iletişim faaliyetlerini gerçekleştirirken kullanıcılara zengin bir iletişim ortamı sunmaktadır.

Dijital televizyon kanallarının kurulmasının yanı sıra, bu kanalların kendi web sitelerinin, gazete ve kanallarının sosyal paylaşım sitelerinin açılması, bu yeni dijital dünyaya girme eğilimini ortaya çıkarmaktadır. Yeni dijital dünyaya ayak uyduran haber siteleri, kullandıkları yeni yöntemler ve yaygınlaşan teknolojiler, çevrimiçi etkileşim, köprü metni ve multimedya gibi dijital yayıncılık araçları ile geleneksel yayıncılık araçlarından ayrılmaktadır (Fırat ve Özdamar Keskin, 2018).

Teknoloji kullanımının yaygınlaşması, basılı haberciliğin maliyetlerinin yüksek olması, sosyal medya kullanımının artması gibi durumlarda zamandan ve mekândan bağımsızlık gibi kullanıcılara sağladığı avantajlar nedeniyle hem gazeteciler hem de okuyucular üzerinde etkili olmaktadır. İnternetin hayatın her alanına yayılması, gazete okuyucularını büyük ölçüde etkilemiş ve okuyucuların habere anında ulaşma isteğini beraberinde getirmiştir. Bu durum hayatın birçok alanına hâkim hale gelen teknoloji dünyasına paralel olarak basılı gazetelerin dijital kopyalarını oluşturmaya ve medya kuruluşları için web siteleri kurmaya başlamasını sağlamıştır (Gümüş vd., 2017: 100-120).

Sonuç olarak, farklı medya türlerinin (yazılı, görsel ve işitsel) farklı yeni dijital iletişim biçimleri ortaya çıkarması mümkün olmaktadır (Narin, 2017: 22).

İnternetin gelişmesiyle ivme kazanan dijital medya, geleneksel habercilik pratiklerinde de değişikliğe neden olmuştur. Dijital kullanıcı ayrımı olmaksızın aktif

içerik, aynı anda hem üretilmelerini hem de seyirci olmalarını sağlayarak demokratik bir kamusal alanın ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Demirel, 2018: 826).

Basılı gazetelerde içerik; sadece resim, grafik ve metinden oluşurken, elektronik gazetelerde dijital ortamda yayınlanan gazetelerde çok farklı türdeki veriler bir arada kullanılmaktadır (Kuyucu, 2013: 67). Yeni dijital medya, internetin tanık olduğu gelişmelerle, özellikle Web 0.2'nin sunduğu etkileşimli yeteneklerle ilgili olup en belirgin uygulamaları; sosyal ağlar, iletişim araçları, içerik ve fikir paylaşımlarıdır (Kırık, 2017).

Yeni medya teknolojilerinin akışı ve yeni medyanın ortaya çıkışı ile medya kavramları ve kitle iletişim sistemleri yeni biçimler almıştır. Geleneksel araçları, yeni kitle iletişim standartları haline gelen internetin dayattığı değişikliklere uyum sağlamaya zorlamıştır. Televizyon dünyaya açılan bir pencere olmaya devam ederken yeni dijital medya, kullanıcıyı "*internete bağlı olduğu sürece dünyaya bağlayabilmekte*" ve teknolojinin gelişmesi ve internet kullanımının artması, internet kullanıcılarının haberlere erişmesi için yeni bir alanın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Öte yandan elektronik medyanın çalışma ortamı, çeşitlilikle karakterize edilen ve çoğulluğa, alternatiflere, seçeneklere, kolaylık ve basitliğe dayalı bir yola dönüşmüştür. Buna göre dönüşüm sürecinin dört aşaması aşağıda yer verildiği gibi incelenmektedir (Ghaitas, 2011, s.7):

- **Birinci Aşama**

Olayların ya da haberleri anında ve iletmeye tamamen hazır olması ile ilgilidir. Birbirinden farklı hedeflere sahip amatör, bağımsız ve profesyonel olmayan gazetecileri içermektedir.

- **İkinci Aşama**

Elektronik arşivleri incelemek, veri tabanlarını güncellemek, gönderilen materyal için ek kaynaklar ve referanslar aramak, gönderilen haberle ilgili siteleri aramak bir tür olumlu etkileşim ve örtüşmeyi gerektirmektedir. Web tasarımı uzmanına ek olarak, web sitesi aracı, veri tabanları, bunların güvenliğini sağlamak ve güncellemek ve içeriğin periyodik olarak güncellenmesi için yazılım yüklemek gibi işlemlerden dolayı medyanın rolü çok karmaşık hale gelmiştir. Bu durum medya çalışmalarında

entegrasyon ve uyum yaratmak için medya grupları ve disiplinler arasında tam bir koordinasyona gereksinim olduğunu ortaya koymaktadır.

- **Üçüncü Aşama**

İletişim araçları ve basılı bir kopyaların sağlanması ile ilgilidir. Ancak medya sitesi hakkında, internette veya bir ücret karşılığında içerik satan bir basın bilgilendirme kanalında, yazılı medya kuruluşunun temsil ettiği çeşitli medya kuruluşlarıyla karşı karşıya olup diğer medya ile rekabet etme ve gelir kaynaklarını çeşitlendirme becerisinin destekleyici öğeleri olarak hareket etmektedir.

- **Dördüncü Aşama**

Yeni medyanın izleyici kitlesi medyayı, “sadece okuyan bir izleyici kitlesinden”, “duyan, gören, araştıran ve etkileşimde bulunan”, “yorum ve görüşlerle katılan ya da karşı çıkan” izleyici kitlesine dönüştürmüştür. Medyanın üzerinde kontrol sahibi olmak, bazı bilgileri reddedip bazılarını kabul etmek ve hatta bazen haberci olmak da bu özelliklere dâhildir (Ghaitas, 2011: 7).

Yeni medya ortamında vatandaş, internet aracılığıyla kopyalayabileceği araçlar da dâhil olmak üzere dünyadaki tüm medya kuruluşlarının sahibidir ve isterse bunları dünya çapında fotoğraf, video ve ses kayıt departmanına, yüksek teknolojik ekipmanları ya da akıllı bir cep telefonu aracılığıyla dağıtabilir. Bu durum tüm medya biçimlerinde (basılı, işitsel, görsel) geleneksel medyanın karşılaştığı zorluktur.

İKİNCİ BÖLÜM

İFOGRAFİK VE HABERDE İFOGRAFİK KULLANIMI

2.1. İFOGRAFİK

Bilgi akışı alanında meydana gelen büyük gelişmeye, bilginin farklılaşan sunulma tarzı eşlik etmektedir. Doğası gereği medya, çevresinde olup bitenleri, sokağın hareketini ve hayatın çeşitli alanlarında meydana gelen gelişmeleri izlemektedir. Görsel sanatlara olan ilginin artmasının yanı sıra, imgenin çağdaş yaşamın tüm alanlarına hâkim olması sonucunda, son yıllarda artan ilgi, sözün yaratabileceği etkinin ötesinde görsel algıya bağlı duruma gelmiştir (Abul rahman, 2020: 69).

Çoğu gazete ve televizyon kanallarının web sitelerinin, verileri kullanarak resim ve grafik şeklinde bilgiye dönüştürmesi, infografik sanatı olarak bilinen yeni bir habercilik tarzını takip etme eğilimine yol açmıştır. Bugün elimizde bin tane infografik bulunmaktadır. İnografik alanında uzmanlaşmış web sitelerinin varlığına ek olarak, çizimlerinin sosyal ağ sitelerinde ve televizyon kanallarının web sitelerinde yüksek derecede izlenme ve etkileşim elde ettiği belirtilmektedir (Erdal, 2021).

İnfoğrafik, iki İngilizce kelimenin kısaltmasıdır (Information Graplic). Buna göre infografik; bilgiyi resim, veri, grafik ve harita şeklinde sunmak veya bunları okuyucuya anlaşılır hale getirecek şekilde aktarmak anlamına gelmektedir. İnfoğrafik; bilgilendirici tasarımlar ve etkileşimli resimsel veriler (data visualization) gibi farklı şekillerde de bilinmektedir (al-Dalu, 2017:10).

İnfoğrafik ile ilgili birçok araştırmacı tanım yapmıştır. Buna göre bazıları “bilginin görsel temsili” olduğunu söylerken bazıları yalnızca bir bilgi sunumundan daha fazlası olduğuna, daha çok entegre ve birbirine bağlı bir hikâye olduğuna inanmaktadır. İnfoğrafikler, karmaşık bilgileri ve verileri kolay, basit ve etkili bir görüntüye dönüştürmek için çalışmaktadır. Diğer bir deyişle infografikler, az kelime ve etkili görsellerle bilgiyi aktarabilmektedir (Hayek, 2016).

Hikâyeleri açıklamak, fikirleri iletmek veya sorunları bir dizi çizim aracılığıyla keşfetmek için kullanılan bilgilerin genellikle görsel bir temsili şeklinde tanımlanabilen infografikler; gazete ve dergi gibi geleneksel medyanın yanı sıra okuyucuların belirli bir

konuyu veya sorunu anlaşılır hale getirmek için ana akım medyada yaygın olarak kullanılmaktadır. İnfografikler, birçok dijital yayın kanalında bulunabilmektedir (Feerreira, 2014: 3).

Başka bir tanıma göre infografik; istenilen etkiyi yaratmak için renk efektleri ve grafikleri kullanarak, bilgilerin kullanıcıya kolay ve rahat bir şekilde iletilmesini sağlamak için içeriği, salt fikir olmaktan çıkarıp görsel biçime getirmeye çalışan teknoloji olarak tanımlanmaktadır (Abul rahman, 2020: 70-71).

Yapılan tanımlardan hareketle infografik; karmaşık bilgilerin iletilmesine, daha hızlı ve daha kolay anlaşılmasına yardımcı olacak şekilde görsel algıya yardımcı olmak için verileri ve tasarımları kullanmaktadır. Buradan infografilerin, büyük miktarda bilgi verisini okumayı kolaylaştırmak için verileri ve bilgileri basitleştirmede önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Aynı zamanda infografik, bu verileri çekici bir tarzda analiz etme yeteneği ile verileri okumada ve anlamada daha akıcı hale getirmektedir.

Bu bağlamda infografik, sözcükleri ve görsel öğeleri kullandığı için bilgiyi göstermenin, modern yöntemlerinden biridir ve bunun sonucunda dilsel ve dilsel olmayan sistemlerin birleştiği yerde dikkat odağını sağlamaktadır (Krauss, 2012: 10-11).

İnfografikler, olayları ve aralarındaki ilişkiyi yeni ve farklı şekillerde göstererek, diğer görünmez kalıpları da ortaya çıkarabilmektedir. İnfografikler; insanların düşünme ve inanma biçimlerini etkilerken aynı zamanda medya sürecinden sorumlu olanlara, haber hikâyesini yeni ve ilginç bir şekilde sunmada yardımcı olan sanatlardan biridir.

Karmaşık verileri ve bilgileri, açıkça anlaşılabilen ve özüksenebilen görüntü ve grafiklere dönüştüren infografik; bazı araştırmacılar tarafından bir “sanat” olarak değerlendirilmektedir. Bu yöntem, karmaşık ve zor bilgileri pürüzsüz ve net bir şekilde sunmakla karakterize edilmektedir (Şaltut, 2016: 11). İnfografik; gazetecilik açısından bakıldığında, verilerin dijital ekranda bilginin üretimi ve dağıtımındaki artan rolünü vurgulama konusunda uzmanlaşmış gazetecilik sanatıdır. İçerik üreticileri ile teknik tasarım, bilgisayar bilimi ve istatistik gibi diğer alanlardaki uzmanlar arasındaki artan etkileşimi yansıtmaktadır (Alamuddin, 2014: 513).

Görsel iletişimin diğer tüm iletişim araçlarından çok daha güçlü olduğunun ortaya çıkmasıyla birlikte, geleceğin en önemli gereksinimi olan infografiklere olan ilgi

artmıştır. Buna göre infografikler; bilgiyi görsel olarak sunmakta ve insan zihninin görsel bilgiyi yazılı veya sözlü olarak iletiye göre daha kısa sürede ve daha verimli bir şekilde algılayıp iletebilmektedir (Uyandur, 2014: 40).

İnfografik, medya alanında gerekli olan her veri, sayı, resim, şekil, sembol ve her şeyi açıklayan ve netleştiren bir görsel iletişim sanatıdır. Veri ve bilgilerin resimli görsel sunumları şeklinde, karmaşık bilgileri kolay ve net bir şekilde göstermeyi amaçlamaktadır. Başka bir deyişle, karmaşık bir haberi mantıklı ve teknik bir şekilde anlatarak gazetecilik işine entegre olmak, alıcının materyali anlamasını kolaylaştırmak amaçlanmaktadır. Bilgi ve verileri sanatsal bir şekilde tasvir etmek için sanatı ve haberleri ilginç ve açıklayıcı bir şekilde iletmek için infografikler, gazeteciliğin birleştirildiği yer olmaktadır.

Birçok görüş, infografiğin başlangıcının yeni olduğuna, teknolojik gelişme ve dijital medya ile ortaya çıktığına ve ortaya çıkışının gazeteciliğin gelişimi ile ilişkilendirildiğine inanmaktadır. Ancak infografik, Mısır'daki firavunların tapınaklarında bulunan mağara resimlerinde ve hiyeroglif çizimlerde resimleri, çizimleri ve hayali dilleriyle M.Ö binyıldan önce temsil edilen eski uygarlıklara kadar uzanmaktadır.



Şekil 2.1. Abydos Tabletinde Bulunan Sembolik Tuzlar

Kaynak: <https://www.noonpost.com/content/37717>

Duvarlardaki çizim ve resimler, mesajları diğer ülke ve medeniyetlere ulaştırma amacı taşımaktaydı.



Şekil 2.2. Bir Kış Panosunda Piktografik Yazı

Kaynak: <https://www.noonpost.com/content/37717>



Şekil 2.3. Leonardo da Vinci :The Mechanics of Man jacket

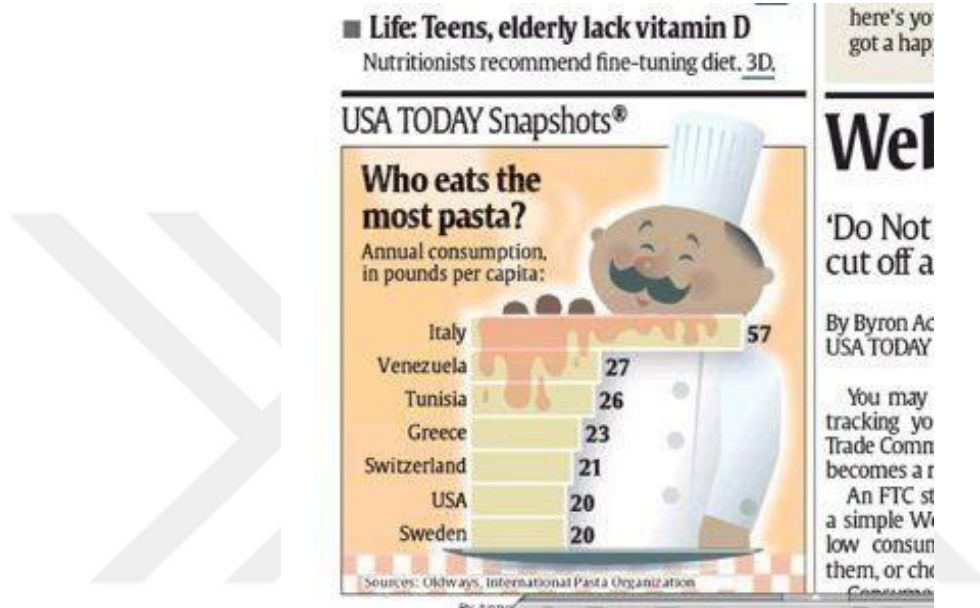
Kaynak : <https://www.rct.uk/collection/themes/publications/leonardo-da-vinci-the-mechanics-of-man>

1786 yılında, politik iktisatçı William Playfair, 18. yüzyılda İngiltere'deki mevcut ekonomik durumu betimlemek için yazılı ilk grafikleri (Siyasi Ticari Atlas), istatistiksel grafikleri, çubuk grafikleri ve doğrusal grafikleri kullanmıştır.

Öte taraftan Edward Tufte, veri görselleştirmede bir öncü olup görsel yorumlar ve veri görselleştirme için nicel bilginin görsel sunumu dâhil olmak üzere birçok eser vermiş ve tasarım ilkelerinin belirlenmesinde büyük rol oynamıştır. Çevremizdeki

devasa verileri geleneksel yöntemlere göre daha net ve çok daha kolay görsel bir şekilde görüntülemek bunun bir örneği olarak düşünülmektedir.

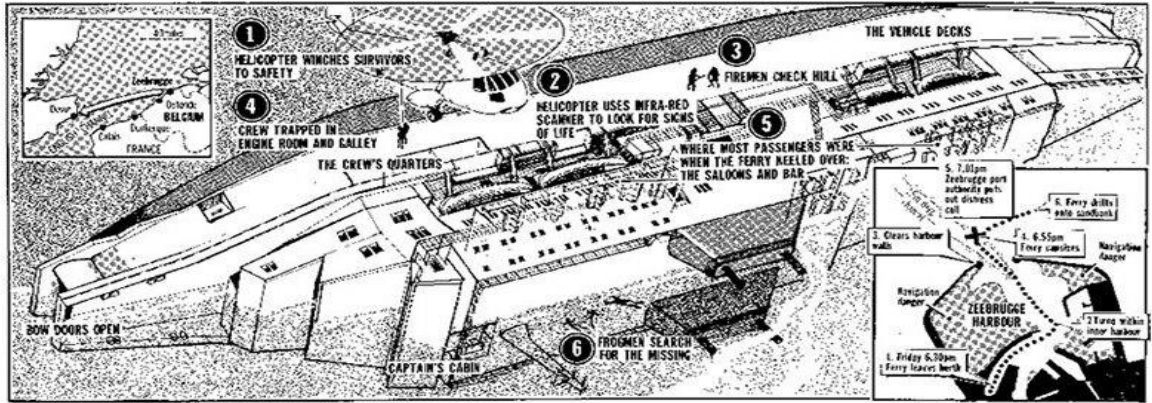
1898 yılında, Amerika'nın gazetecilik alanında köklü bir geçmişe sahip gazetelerinden biri olan The New York Journal'da mükemmel tasarımlara sahip, birçok infografik yayınlanmıştır. Örneğin tüketilen makarna miktarına ilişkin verileri, karikatür görsellerle temsil eden infografikler sunulmuştur.



Şekil 2.4. USA Today Enstantane İnfografik: Tüketilen Makarna Miktarı

Kaynak : <https://images.app.goo.gl/guLFYpxrdfDacH1Z9>

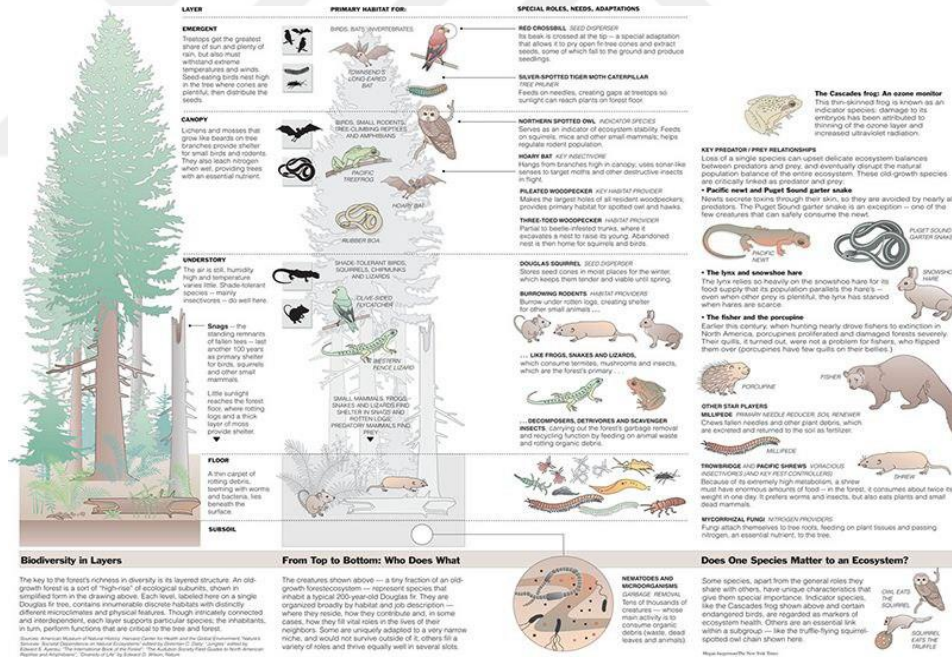
1970'lerde gazeteler, görsel etki yaratmak için televizyonla rekabet etmeye başlamıştır. Bu Peter Sullivan'ın, 1970'ler ve 1990'larda *The Sunday Times* gazetesinde yarattığı, infografikleri daha geniş bir şekilde kullanma eğilimine yol açmıştır. Basılı grafik dünyasını ve modern veri görselleştirme çağını *Sunday Times* için yaptığı çizgi romanlarla ilişkilendirmiştir. Bu durum birçok gazetenin infografik kullanımını teşvik etmesinin önemli nedenlerinden biri olmuştur.



Şekil 2.5. Yolcuların ve Mürettebatın Zeebrugge Felaketinden Nasıl Kurtarıldığını Gösteren Resim

Kaynak: <https://images.app.goo.gl/guLFYpxrdfDacH1Z9>

1990-1998 yılları arasında infografik tasarımlar, Megan Jaegerman'ın tanımladığı gibi daha doğru, ayrıntılı, zarif ve bilgi açısından zengin görünmeye başlamıştır. Jaegerman, bitkiler ve hayvanlar kılavuzu gibi karmaşık diyagramlar tasarlamıştır.



Şekil 2.6. Karmaşık Bitkiler ve Hayvanlar İçin Tasarım Şemaları.

Kaynak: <https://images.app.goo.gl/guLFYpxrdfDacH1Z9>

Aynı şekilde *Us Tow Day* Gazetesi çalışanları da infografik kullanmaya başlamış ve amaç bilginin daha kolay anlaşılmasını sağlamak olmuştur (Siricharoen, 2014: 169).

İnfografikteki aşamaları şu şekilde özetlemektedir: (Ebu ASBA, 2015: 18-19)

İlk aşama: MÖ 4000 yıl, mağara duvarlarına boyanmış resimsel sembollerle görünümü belli olmuştur.

İkinci aşama: MÖ 4-7 bin yılları arasında, neo-etnik Asya, Avrupa ve Doğu'da simgesel dil ortaya çıkmıştır.

Üçüncü aşama: 1790'da Scotsman William Playfair, çubuk grafiği ve dairesel grafiği icat etmiş ve 18. yüzyılda İngiliz ekonomisini temsil eden ilk grafiği yayınlamıştır.

Dördüncü aşama: 1820'de Alexander von Humboldt ve Carl Ritter'in kurduğu örgüt (Reiter Humboldt), semboller ve mitlere ek olarak semboller, resimler ve haritalara dayalı modern coğrafya bilimini kurmuştur.

Beşinci aşama: 1857'de Florence Nightingale, Kırım Savaşı'ndaki yok oluşun nedenleri olarak tanımladığı kutup bölgesi haritasını çizmiştir.

Altıncı aşama: 1861'de Charles Joseph, Moskova'daki Büyük Ordu'nun düşüşünü gösteren iki boyutlu bir çizimde, dört varyantın verilmesini sunmuştur.

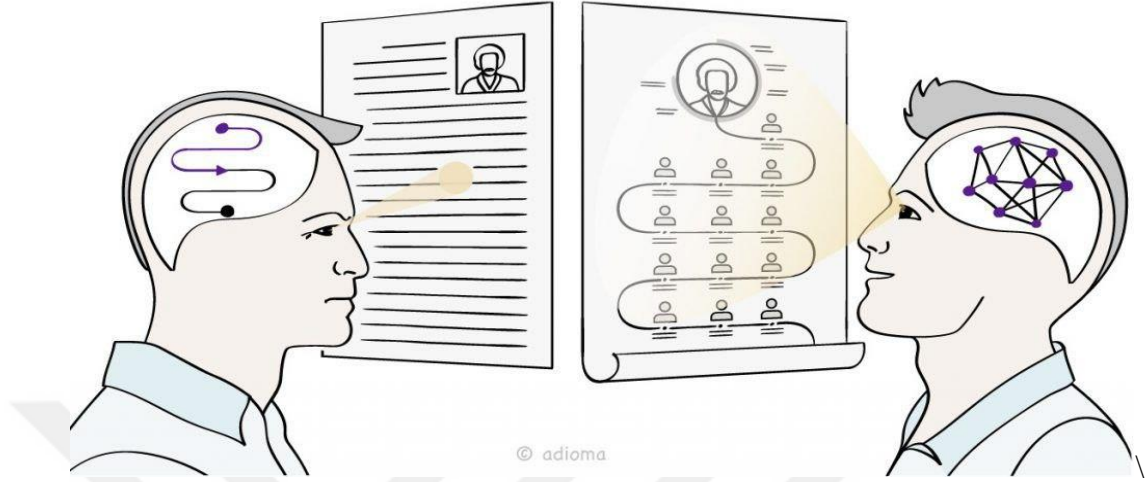
Yedinci aşama: 1925'te (Otto Neurath), bir izotipi fotoğraflamak için 10 yıl boyunca bir grup tasarımcıyla birlikte çalışıldı.

Sekizinci aşama: 1970 yılında Peter Sullivan, Londra gazetesi için haber bültenlerinde sıkça yer alan ilk infografikleri icat etmiştir.

Dokuzuncu aşama: 1982'de Edward Tufte, bilgi tasarımı için en iyi uygulamaları oluşturan dijital bilginin görsel gösterimini yayınlamıştır.

Görseller aracılığıyla düşünen insanlar için infografiklerin ayrı bir önemi bulunmaktadır. Bir grup uygun kelime ile bağlantılı güçlü bir imaj, anlamlı kelimelerle yazılan herhangi bir yorum ve açıklamadan daha etkili olabilmektedir. Bu nedenle, dikkati göze çarpan ve okuyucunun okuma gerçekçiliğini artıran parlak ve renkli görüntüleri ile infografiklerin önemi burada ortaya çıkmaktadır. Soyut kavramların grafikler, zaman çizelgeleri ve haritalar aracılığıyla dönüştürülmesinde infografik etkisi görülürken, bu kavramların görüntü aracılığıyla sensörlere dönüştürülmesi ve beyinde temsil edilmesini kolaylaştırması üzerine çalışılmaktadır (Siricharoen, 2013: 170). Aşağıdaki görselde de infografiklerle karmaşık bilgilerin nasıl grafiklere

dönüştürüldüğü ve bunların anlaşılmayı kolaylaştırdığı, ayrıca görsel olarak çekici hale getirildiği gösterilmektedir.



Şekil 2.7. İnfografik, bilgi almak için zihnin altyapısını gösterir

Kaynak: <https://markamuduru.com/infografikk-nedir-ornek-tasarim/>

Açıklığa kavuşturulması gereken büyük ve karmaşık bilgilerin bulunduğu her yerde, infografikler bu görevi yerine getirebilir. İnfografikler ayrıca, içerdiği bilgileri özümseme ve depolama sürecini kolaylaştıran temel yapılarda düzenlenmiş net bir format oluşturmak için bilgileri birbiriyle ilişkilendirir (Krum, 2014: 20).

Kısacası infografiğin önemini gösteren birkaç unsur şu şekilde belirtilebilir:

- Bilgileri düzenler.
- Verileri kategorilere ayırır.
- Tasarım tekniklerinin ilginç bir örneğini gösterir.
- Bilgileri veya verileri hızlı bir şekilde iletir.

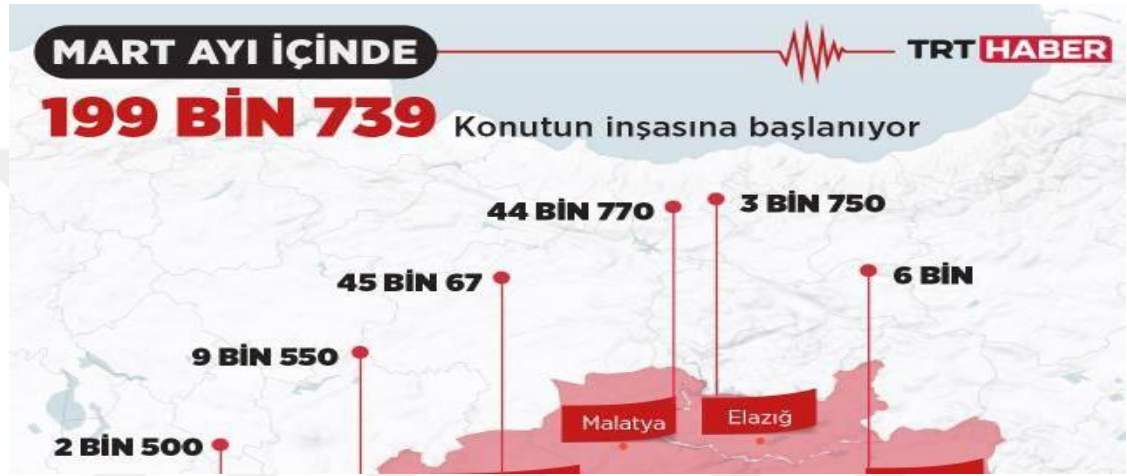
İnfografiklerin okuyucuya ulaştırılırken en dikkat çeken özelliği, görsel bir süreç olarak okuyucuya iletilmesinden kaynaklanır ve okuyucu üzerindeki etkileri beş unsura ayrılmaktadır (Lankow, Ritchie ve Crooks, 2012)

- Çekici ve ilginçtir.
- Anlaması kolaydır.
- Mesajı en uygun şekilde ve doğru biçimde anlattığı için etkilidir.
- Sebep-sonuç ilişkilerinin ortaya çıkmasıyla okuyucuda farkındalık yaratır.

- Bir estetik yaratarak okuyucuyu karmaşık bilgi kirliliğinden kurtarır ve bilgiyi doğru bir şekilde sunar.

2.1.1. Tasarıma Göre İnfografik Türleri

Sabit İnfografik: Belirli bir şeyi açıklayan ve sabit bir şekil alan, okuyucu etkileşimi gerektirmeyen grafik çizimdir. Oysa infografik sabit içeriği, infografik sahibinin seçtiği belirli bir konudaki bazı bilgileri açıklamaktadır (Rayan, 2014: 85).



Şekil 2.8. TRT Haber Sitesinden Örnek Bir Sabit İnfografik

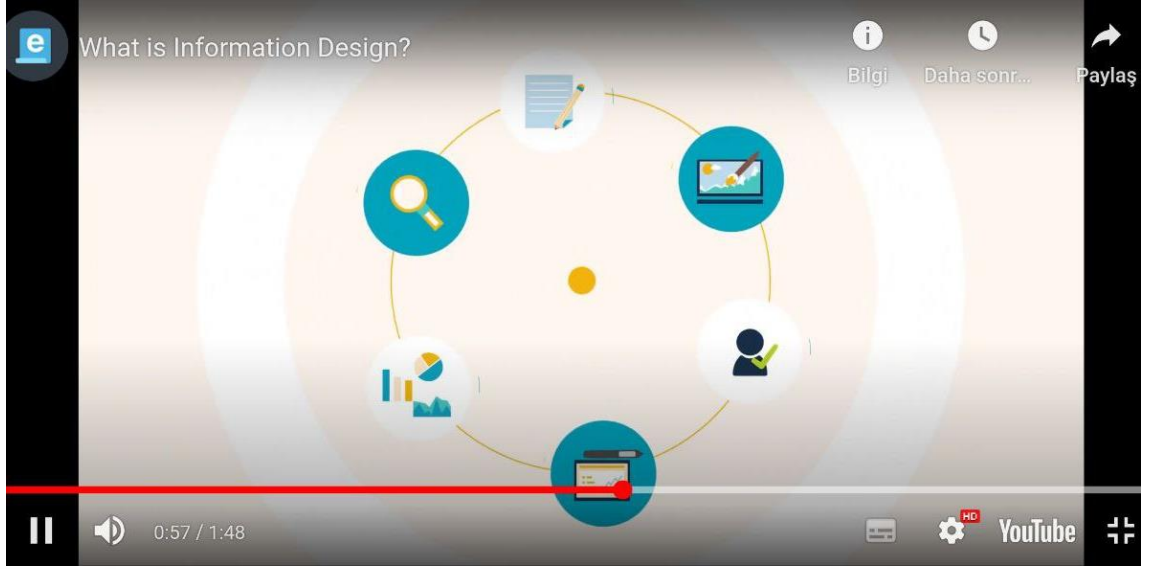
Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografikk/>

2.1.1.1. Hareketli İnfografik

Okuyucunun etkileşime girdiği animasyonlu bir grafik çizimdir ve iki türe ayrılmaktadır.

Video çekimi (infografikler dâhil): Bir videokasetteki bilgileri animasyonlu bir şekilde temsil etmek için kullanılan grafiklere dayanmaktadır.

Animasyonlu infografik tasarım (Motion Graphic): Verileri ve bilgileri harekete geçirmektedir. Bu çekici bir şekilde bilgi üretmeye yardımcı olan ifade hareketlerinin seçilmesini gerektirirken animasyon teknolojisinin bir kısmı kullanılmaktadır. (Kim, G., & Lui, C., 2010: 124)



Şekil 2.9. Hareketli Bilgi Grafiğinin Bir Videosunun Resmi

Kaynak: <https://youtu.be/ojklNVoE6Bc>

2.1.1.2. Etkileşimli İnfografik

Etkileşimli infografik, zengin bilgi içeriğine sahiptir. Kullanıcı etkileşimi, bilgi seçme, arama ve form, görüntülenecek içeriği etkinleştirme, burada kullanıcı bilgi görüntüleme zamanını ve ayrıntılarını kontrol etmekte ve görüntülenen bilgi kategorisi okuyucunun isteğine bağlı olarak tüm elektronik cihazlarda görüntülenebilmektedir (Öztürk, 2012: 73).

Etkileşimli infografikler, web uygulamalarından veya yazılımlardan oluşmakta ve basitten karmaşığa değişebilmektedir. İnternet etkileşimli infografik, kullanıcının bilgiyi ihtiyaç duyduğu hızda adım adım özümsemesine ve animasyonu hemen yeniden oynatmasına yardımcı olduğundan, alıcı animasyonu kendisine uygun bir zamanda izleyebilmektedir. Kullanıcının çeşitli formlarda durağan veya hareketli infografikler ile etkileşimi sadece görme ve okuma ile sınırlı olup interaktif olarak, içerikle etkileşime girebilir ve bu etkileşimden önce bilgi seçme, içerik arama, bir soruyu cevaplama gibi işlemler yapabilir. Bu nedenle, etkileşimli infografik, statik ve animasyonlu türlere kıyasla çok fazla bilgi taşıyabilmektedir. Etkileşimli infografiklerin en önemli özelliklerinden biri, kullanıcının istediği bilgiye ulaşmak için kendi yollarını tanımlamasıdır. Ancak etkileşimli infografik, büyük avantajlarına rağmen üretim açısından en karmaşık tür olarak bilinmektedir (Erdal, 2021; Vural, 2017).

The Times: Simdiye Kadarki En Zengin Amerikalılar



Şekil 2.9. Etkileşimli İnfografik Örneği

Kaynak:<https://flowingdata.com/2007/07/15/the-times-wealthiest-americans-ever/>

2.1.2. İnfografik Amacına Göre İnfografik Türleri

2.1.2.1. İstatistiksel İnfografik

İstatistiksel tabloları, grafikleri ve listeleri içermektedir. En sık kullanılan ve yaygın bileşenler arasında, tümü istatistiksel bilgileri incelememizi sağlayan yatay çubuklu grafikler, dikey sütunlar ve yuvarlak veya dairesel grafikler bulunmaktadır. Rakamlar sistemin nasıl çalıştığını ve sıralama sürecini göstermekte ve bu rakamları, etkileşimli bir şekilde vurgulamaktadır. (Abdelbaset, 2015)



Şekil 2.10. Çocuklukta Obezite Nedenleri

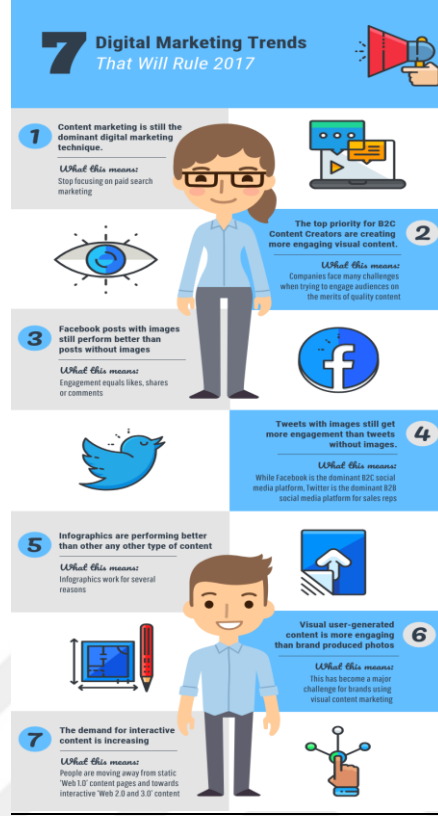
Kaynak: <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2>



Şekil 2.11. 2020'de En Yüksek Ücretli Kulüpleri Gösteren İstatistiksel I-İnfografik
Kaynak: <https://www.skynewsarabia.com/infographic/1603201>

2.1.2.2. Bilgilendirici İnfografik

Yeni bir kavramı, yeni bilgileri ve uzmanlığı iletmek veya okuyucuya bir konuya dair genel bakış sağlamak istendiğinde bilgilendirici infografikler de idealdir (Krum, 2014: 69)



Şekil 2.12. 2017'de Hâkim Olacak Dijital Pazarlama Trendlerini Gösteren Bir İnfografik

Kaynak: <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2>

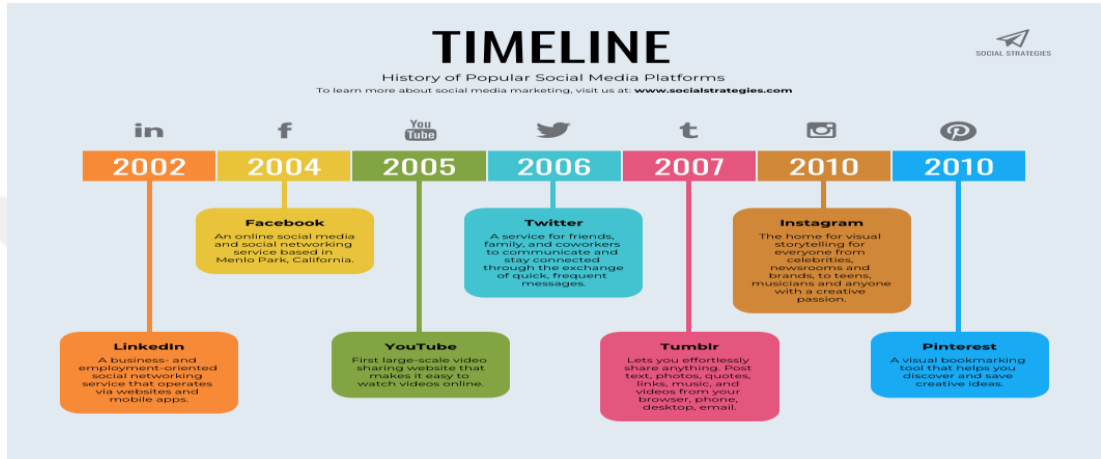


Şekil 2.13. TOS 1A Tankının (Solentsipyuk Fırılattıcı) Teknik Özelliklerini Gösteren Bir İnfografik

Kaynak: <https://www.skynewsarabia.com/infographic/1599420>

2.1.2.3. Zaman Çizelgesi İnfografik

Olayların meydana geldiği zamana göre, sırasını gösteren bir zaman çizelgesinin görüntülenmesine dayanmaktadır. Zaman çizelgeleri, kullanıcıların hızlı bir şekilde zamansal ilişkiler kurmasını sağlamaktadır. Ek olarak, çizgiler, simgeler, resimler ve başlıklar gibi görsel yardımcıları, zaman içinde belirsiz noktaların açıklığa kavuşturulmasına katkıda bulunmaktadır. (Al-Rubai, 2018: 39).



Şekil 2.14. Sosyal ağ sitelerinin geçmişini gösteren bir infografik

Kaynak: <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2>

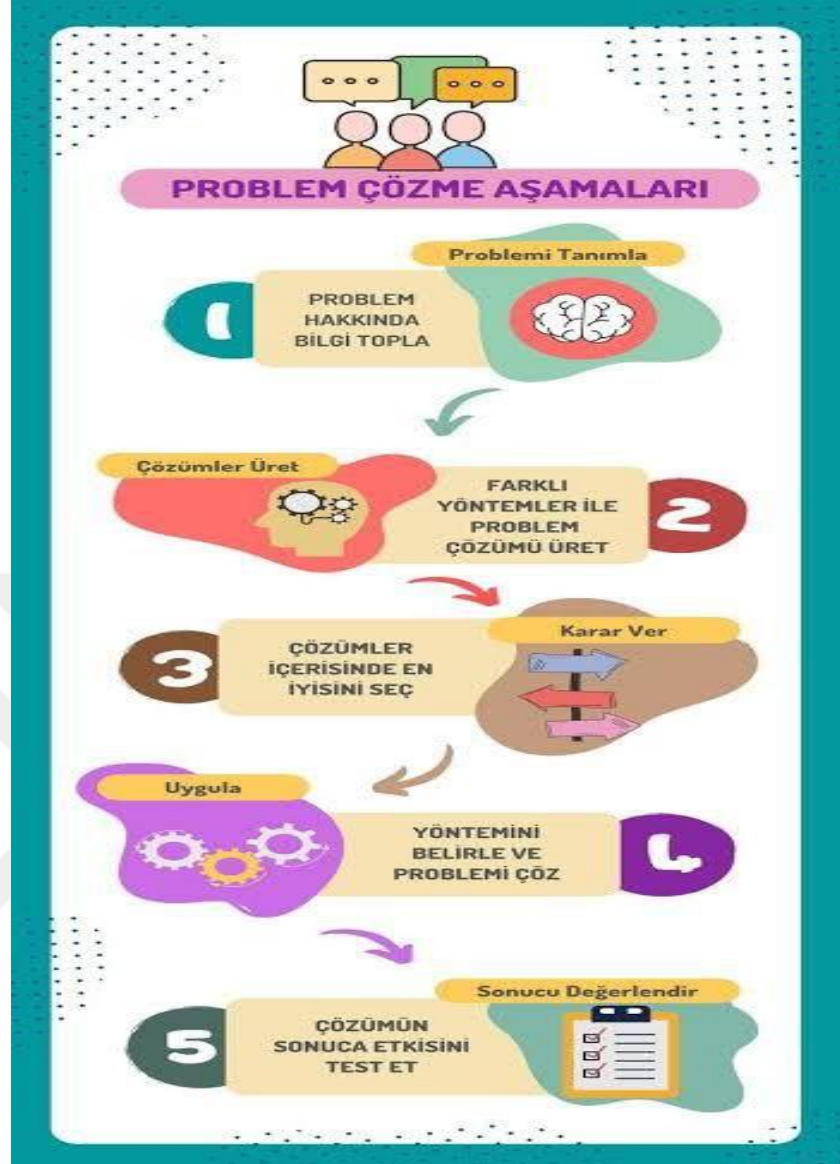
2.1.2.4. Aşamalı İnfografik

Sunduğu aşamaların her adımını ve aşamasını gösterir. Aşama infografik şablonlarının çoğu, yukarıdan aşağıya veya sağdan sola giden, anlaşılması kolay bir akışı takip etmektedir. Adımların numaralandırılması, sunulan aşamaları oluşturmaya yardımcı olmaktadır (al-Dalu, 2017: 12).



Şekil 2.15. Aşamalar İnfografik

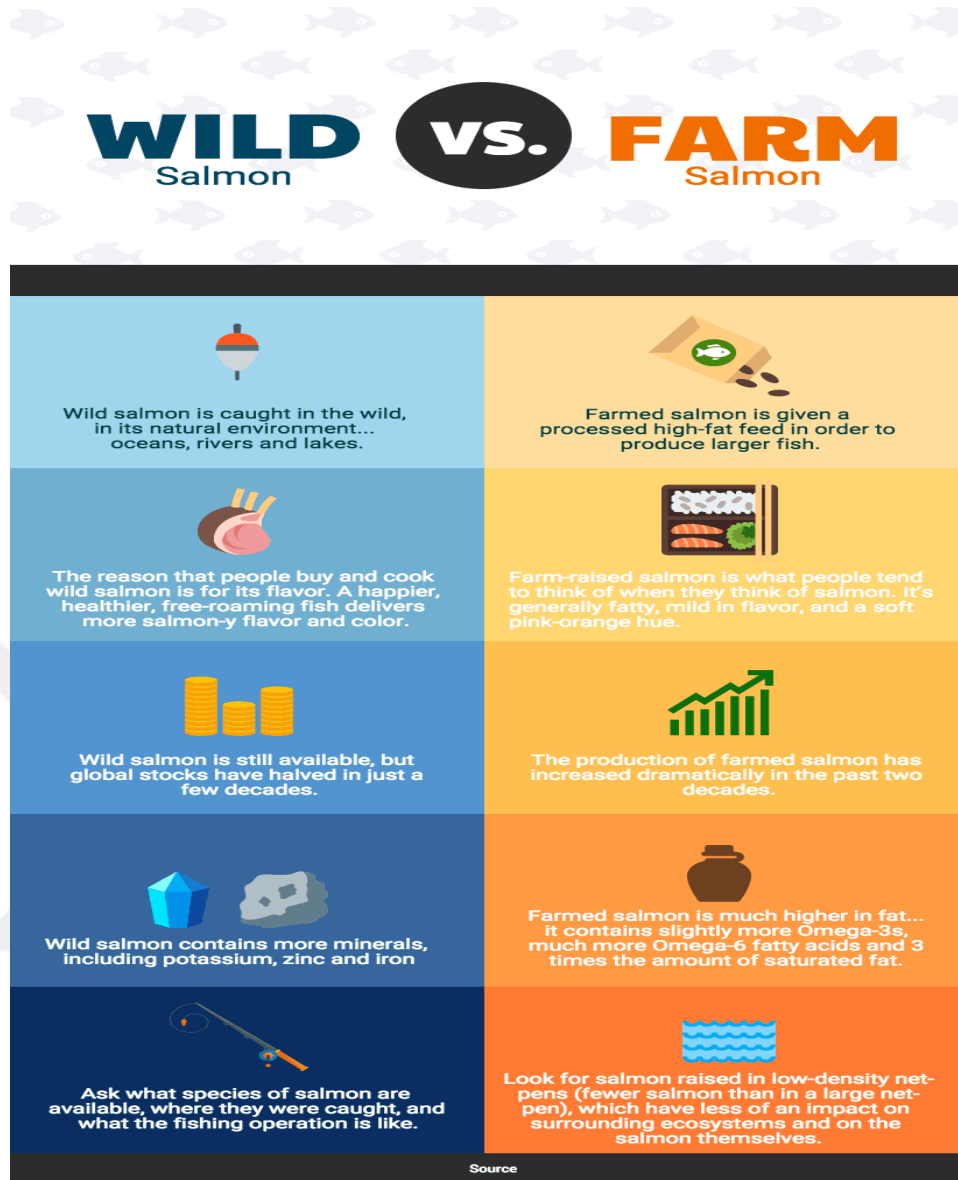
Kaynak: <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2>



Şekil 2.16. Problem Çözme Aşamalarını Gösteren Bir İnfografik
Kaynak: <http://www.canva.com>

2.1.2.5. Karşılaştırmalı İnfografik

Birçok kişi birden fazla seçenek arasında seçim yapmakta zorluk çekmektedir. Birden fazla seçeneği, objektif bir şekilde karşılaştırmak veya belirli bir seçeneği tercih etmek istenildiğinde karşılaştırma infografikleri kullanması bu konuda yardımcı olabilir. Karşılaştırma infografikleri genellikle birbirinden ayıran dikey veya yatay bir çizgi kullanılarak tasarlanmaktadır. (al-Dalu, 2017: 12).



Şekil 2.17. Balık Türlerinin Karşılaştırmasını Gösteren Bir İnfografik

Kaynak: <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2>



Şekil 2.18. Sağlıklı ve Kötü Karbonhidratları Karşılaştıran İnfografik

Kaynak: https://www.aljazeera.net/midan/?fbclid=PAaZZG-z4tuCzFZjg2Z2T-SMNvrN18i_HR0o7Ebg7YB_99MVnp3rI9SSgyNw

2.1.2.6. Temel İşlemlerin İnfografik

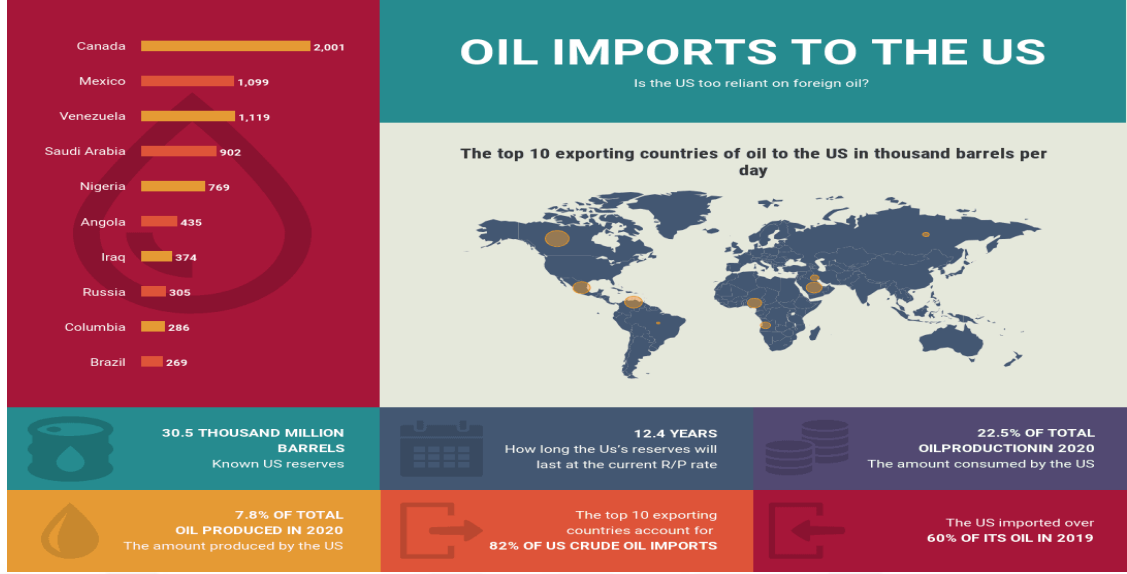
Genellikle yemek pişirme dergilerinde belirli bir tarifin açıklanmasında ve bir yerin alanını (konumu) göstermek için yapılmaktadır (Al-Rubai, 2018: 39).



Şekil 2.19. Çilekli Reçeli Açıklamasını ve Tanımını Gösteren Bir İnfografik
Kaynak: <http://www.droetker.com.tr>

2.1.2.7. Konumlar ve Coğrafi Haritalar İnfografik

İnfografik konumlar ve coğrafi haritalar; coğrafi bilgi sistemlerinde, haritalarda, grafiklerde, sokaklarda ve karayollarında, caddelerde, tünellerde, turistik yerlerde, hastanelerde, havaalanlarında, askeri alanlarda önemli olan birçok tanıdık simgeyi belirlemek, netleştirmek amacıyla yaygın olarak oluşturulmaktadır (Al-Rubai, 2018: 40)



Şekil 2.20. Amerika Birleşik Devletleri'ne Yapılan Petrol İthalatını Gösteren Bir İnfografik

Kaynak: <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2>



Şekil 2.21. Son Otuz Yıldaki En Ölümcül Deprem Nerede Vurduğunu Gösteren Bir İnfografik

Kaynak: https://www.aljazeera.net/midan/?fbclid=PAaAZZG-z4tuCzFZjg2Z2T-SMNvrN18i_HR0o7Ebg7YB_99MVnp3rI9SSgyNw

2.1.2.8. Resim İnfografik

Resim infografik, görsel içeriği oluşturmak veya hikâyeyi canlandırmak ve özgün bir tasarım hazırlamaya yararırken, olayın (konunun) gerçek bir görüntüsü ile bir şeyi görsel olarak açıklamak için hazırlanmaktadır. Resim infografik, bir soruyu yanıtlayabilir ve okuyuculara rehberlik edebilir (Ebu ASBA, 2015: 23).

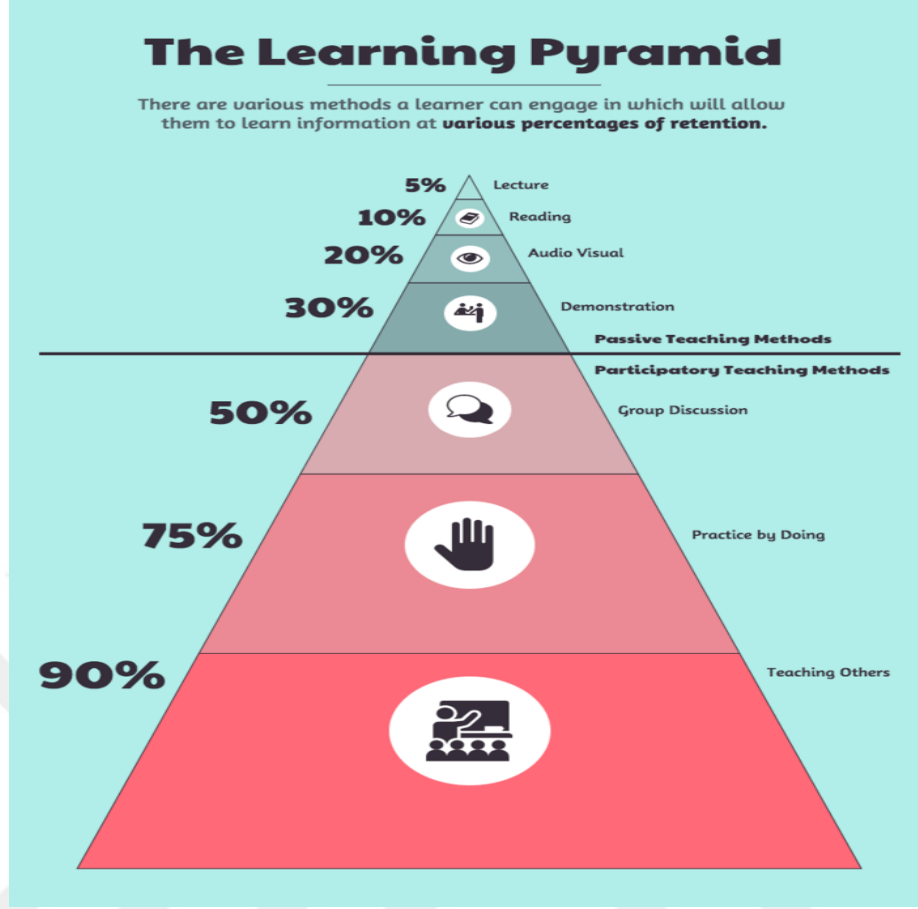


Şekil 2.22. Kubbe-üs Sahra İnfografiği

Kaynak: https://arabi21.com/?fbclid=PAAaYtpyoeZgOKmDs6jWHkOxt_bdoKL4Wb1z1DL5qpOJwauUHQcsy3p5nqg7E

2.1.2.9. Piramit İnfografik

Hiyerarşik bilgi grafikleri, bilgileri en önemliden en önemsizye doğru düzenlemek için tercih edilmektedir (al-Dalu, 2017: 13).



Şekil 2.23. Öğretim Yöntemlerini Gösteren Hiyerarşik Bir İnfografik
Kaynak: <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2>

2.1.2.10. Bilgi Grafiklerini Listeleyen İnfografik

Bir dizi talimat, bir kaynak listesi veya bir örnek listesi paylaşmak istenildiğinde kullanılan infografik türüdür (Mcguire, What Are the 9 Types of Infographics? (+Infographic Templates) Erişim tarihi: 12 Mayıs, 2023) <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2>



Şekil 2.24. • Bilgi grafiklerini liste

Kaynak: <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2>

2.1.5.11. Özgeçmiş İnfografik

Mülakat için aday listelerinde gezinmek için etkili bir araç olup yine bir web sitesinde çevrimiçi iş başvurusu yaparken kullanılan infografik türüdür (Krum, 2014).

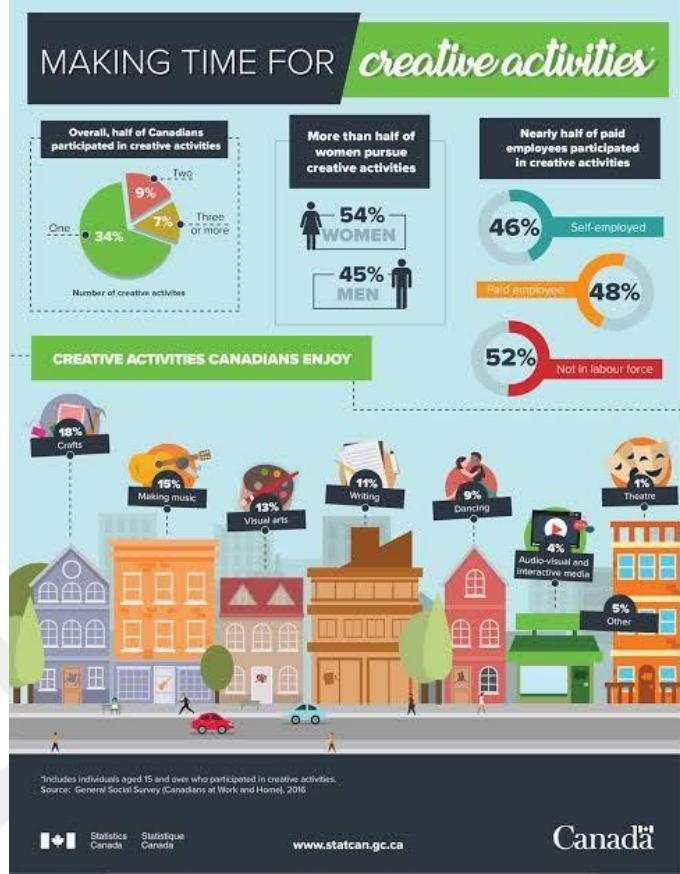


Şekil 2.25. Özgeçmiş İnfografik

Kaynak: <http://www.cv-format.com>

2.1.2.12. Bileşik İnfografikler

Bu infografik türü, yukarıda sayılan infografik türlerinin birden fazlasının karıştırılması veya birleştirilmesi ve bunlardan yararlanılarak bu infografiklerin özelliklerini taşıyan bir infografik üretilmesi yöntemidir. (Mcguire, What Are the 9 Types of Infographics? (+Infographic Templates) Erişim tarihi: 12 Mayıs, 2023) <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2>



Şekil 2.25. Bileşik İnfografik

Kaynak: <https://images.app.goo.gl/97wbaXPgo4zyDWKf7>

2.1.3. İnfografik Görsel İçeriğinin Hazırlanmasında Öne Çıkan Uygulamalar

Çeşitli infografik tasarımlarını üretmek için bilgisayar ve telefonlarda kullanılan birçok program ve uygulama bulunmaktadır. Bunlar Abdel Reda (2017: 200) tarafından aşağıda belirtildiği gibi ele alınmaktadır:

2.1.3.1. Adobe İllüstratör

Program, aşırı esnekliği ve çekici bir ürün verme yeteneği nedeniyle tasarımcılar için infografik tasarlamada bir ilktir. Adobe tarafından vektör grafik türünde tasarımlar hazırlamak için üretilmiş bir programdır. Birçok yeni ve geliştirilmiş özellik içermektedir. Tek bir dosya içinde birden çok çalışma yüzeyi o Adobe Flash'takine benzemektedir. İlk sürüm Ocak 1987 tarihinde C++ ile yazılmıştır.

2.1.3.2. Adobe Photoshop

Photoshop her ne kadar Illustrator kadar esnek olmasa da en başta bir resim düzenleme programı olduğu için infografik tasarlamak için kullanılabilir. Adobe Photoshop bir grafik programıdır. Adobe tarafından üretilen bitmapsa Thomsan Noll ve Jules Noll adlı iki kardeş tarafından 1987 yılında geliştirilmiş ve görüntülerin modifiye edilmesiyle şu anda bu alanda çok satanlar arasında yer almaktadır. İlk versiyonu 1990 yılında piyasaya sürülmüş olup son version programlamaysa 2018’de piyasaya sunulmuştur.

2.1.3.3. Inkscape

Illustrator’a alternatif, ücretsiz bir program olup ve her birine Illustrator, Freehand, Corel Draw veya Xara benzer özelliklere sahip görüntüleri ve grafikleri (vektör) değiştirmek için açık kaynaklı, ücretsiz bir araçtır. Bu araç W3C standartları, ölçeklenebilir vektör grafikleri ile önemli bir dizi özellik ve araç içermektedir. JPG, TIFF, BMP, PNG gibi bir dizi formatla başa çıkabilmekte ve ayrıca katman ekleme sistemlerini destekleyip, kopyalama ve etiketleme yapabilmektedir. Bu uygulama XML formatındaki dosyaları değiştirebilmektedir. Program, aynı zamanda diğer vektör düzenleme araçlarında yer alan araçları da içermektedir.

2.1.3.4. Tablo

Yalnızca Windows sisteminde çalışan, renkli ve benzersiz tasarımlar geliştirmek için kullanılan ücretsiz bir programdır. Bilgileri işlemek, analiz etmek, rapor ve çizelgeler hazırlamak için en güçlü programlardan biridir.

2.1.3.5. Adobe Fireworks

İnfografik tasarlamak için kullanılan bu program, çok az kullanılmakla birlikte oldukça etkilidir. Adobe Firefox, ilk olarak 2005 yılında Adobe tarafından satın alınan Macromedia tarafından geliştirilen bir raster ve vektör grafik editörüdür. Web tasarımcıları için tasarlanmıştır. Daha önceki diğer Macromedia ürünleri ile entegre olacak şekilde tasarlanmıştır.

Çoğu gazetecinin infografik tasarımlarını uygularken kullandığı en öne çıkan siteler de dahil olmak üzere, infografikleri otomatik olarak ve ücretsiz olarak hazırlamakla ilgilenen uluslararası siteler olup kullanıcıya sunulan infografik tasarlamak için başka siteler de bulunmaktadır (Dimofinf, Infografik tasarım için en önemli 7 site, Erişim tarihi: 30 Haziran 2017, <https://www.dimofinf.net/blog/>).

2.1.3.6. Piktochart

Birçok farklı tasarım ve farklı alanlarda en iyi infografikleri yapmaya fırsat tanıyan en önemli sitelerden biridir. Bu site ayrıca, kolayca sunum yapmayı mümkün kılmaktadır.

2.1.3.7. Canva

Ücretsiz bir şekilde kullanıcılara sunulan Canva, birçok tasarım ve infografik sunmaktadır. Profesyonel bir tasarımcıya ihtiyaç duymadan tasarım yapmaya yardımcı olan birçok hazır infografik şablonunun varlığıyla ayırt edilmektedir.

2.1.3.8. Venngage

Basit ve kullanımı kolay, infografik tasarlamak için kullanılan başka bir ücretsiz araçtır. İş ve ekonominin her alanında yardımcı olan birçok farklı grafiğe sahiptir.

2.1.3.9. Visual.ly

Tasarımlarını sosyal ağ siteleri aracılığıyla paylaşan 25.000'den fazla tasarımcıyı bünyesinde barındıran en önemli araçlardan biridir.

2.1.3.10. Easel.ly

Hazır şablonları kullanarak birkaç dakika içinde etkili bir infografik oluşturulabilmekte, indirme gerektirmeyen ücretsiz bir araç olup formatlar arasından seçim yapılabilir.

2.1.6.11. Freepik

Çoğu alanda yeni olan her şeyi seçmeye yardımcı olan en önemli platformlardan biridir. Ancak bu araç, diğerlerinden farklıdır. Ücretsiz olarak indirilebilecek hazır tasarımları değiştirmek için Photoshop Illustrator gibi tasarım programlarında çok az deneyime sahip bir kişiye ihtiyaç duymaktadır.

2.1.3.12. Visme

Web siteleri için infografik oluşturma konusunda uzmanlaşmış bir web sitesi, blog için bir plan oluştururken ve bilgileri iletmek için bazı animasyonlar, proje için bir program, oyun veya site içindeki hazır şablonlardan birini eklemek için kullanılmaktadır.

2.1.3.13. Vizualize.me

Akıllı ve yaratıcı bir şekilde istatistik oluşturmak için kullanılan bir sitedir. İnfografik yapmak için iyi bir site olup bu sitenin kullanımı kolaydır. Aynı zamanda infografik oluşturmak için teknik yetenek gerektirmemektedir.

2.1.4. İnfografi Tasarımında Kullanılan Öğeler

2.1.4.1. Görsel Öğeler

- Resimler: Kişiye özel, yer ya da başkasına ait olup olmadığı fark etmeksizin kamera ile çekilmiş fotoğraflardır.
- Çizimler ve haritalar: Manuel ve elektronik çizimler, geometrik şekiller, haritalar ve oklar.
- Resimler ve çizimler: Bunlar fotoğraflar, manuel ve elektronik çizimlerdir. (al-Dalu, 2017:12)

2.1.4.2. İçerik Öğeleri

- Bilgi ve gerçekler: Konuyla ilgili genel bilgiler ve teyit edilmiş gerçeklerdir.
- İstatistikler: Sayılar ve istatistiklerdir. (al-Dalu, 2017:13)

2.1.4.3. İnfografik ve Haber

Geleneksel medya kuruluşlarının haber içeriği ve her türlü medya içeriği açısından kendilerini geliştirmelerinde internetin rolü büyüktür. Teknik biçim ve geleneksel haber yayıncılığında elektronik yayıncılığa geçiş veya geleneksel yayıncılığın yanında elektronik yayıncılık üzerinde çalışma açısından, teknoloji çağı, medyanın çeşitliliği ve haberlere maruz kalma yollarının çeşitliliği ile okuyucunun ihtiyaçlarını karşılamak için yeni yollar icat edilmiştir.

Geleneksel medya kuruluşları; kanalların elektronik basın sitelerinde veya elektronik gazeteler aracılığıyla gazetecilik üretim yöntemlerinin geliştirilmesi yoluyla yeni özellikler ve hizmetler sunmak için internetten yararlanarak yeteneklerini geliştirme ve geleneksel yayıncılığın iletişim yönünü güçlendirme eğilimindedir. Bu yöntemler, basın bülteninin düzenlenmesinde medya kuruluşları tarafından eklenen doğrudan hizmet, kısaltma, hız ve doğruluk kullanımınıdır.

İnternet, araçlardan sorumlu olanlar ile izleyiciler arasındaki mesafeyi ve iletişim ilişkisini kısaltmaya yardımcı olmuştur. Diğer bir deyişle iletişim, arasında etkileşimli hale gelmiştir. Seyirci ve her türlü medya, elektronik basın siteleri ve elektronik gazeteler, haberin gazetecilik üretiminde modern yöntemlerden biri olarak infografiği kullanmaya yönelirken, yeni bir haber türü olan infografik haberin oluşmasına neden olmuştur. Bir konuyu açıklığa kavuşturmak ve yayınlanan haberleri vurgulamak için birden fazla veri seti ve önemli istatistikler biçiminde basın bültenini gösteren veri merkezli bir grafik tasarım biçimindeyken haber infografikleri, basitleştirilmiş hikâyeler yoğun veri kümelerinden oluşturulmuştur (Hayun, 2019: 91).

İnternet üzerinden sunulan haber ve haber servislerinin gazetecilik özelliklerindeki bu gelişme, ağına da gelişmesiyle birlikte internetin elektronik yayıncılık sektörüne kazandırdıkları belki de teknoloji kullanma meselesini aşmış, daha çok kendi bir teknoloji haline gelmiştir. Bilgi ve haberlerin toplanmasında, düzenlenmesinde ve halka bütünleşik, özlü ve yüksek doğrulukla bir elektronik ortamda iletilmesi için yayınlanmasında kapsamlı bir çözümdür (Al-Shehri, 2008).

İnfografik olarak anılan veri görselleştirmeleri, dünya çapında medyanın temel unsuru haline gelmiştir. Görselleştirmeler, uzun yıllardır haberlerde şu ya da bu şekilde kullanılsa da son zamanlarda kullanımının artması, başlı başına bilgi aktarımının bir tür

basitleştirilmesi olarak ortaya çıkmalarını ifade etmektedir. Karmaşık olayları ve sorunları gösteren görselleştirmeler, giderek bugün medya çalışanları arasında daha popüler hale gelmiş ve artan bir izleyici kitlesine sahip olmaya başlamıştır. Haber tüketicilerini, habere çekme ve büyük verinin habere entegrasyonunu sağlama potansiyeline sahip olduklarına inanılmaktadır. Buna ek olarak araştırmacılar, algıların haber tüketicilerinin karmaşık haber konularını anlamalarına yardımcı olabileceğini ve bunların siyasi bilgi ve haber kullanımı ile olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu öne sürmektedirler. Haberlerin sunumu, haberin doğduğu verilere açılan bir pencere olarak kabul edilen haber uygulamaları aracılığıyla gerçekleşmektedir. Modern haber uygulamaları, okuyucuyu verilerle kendileri için anlamlı olan bir bağlamda, etkileşime girmeye teşvik etmektedir. Modern haber uygulamaları, bilgi grafiklerinden daha fazlası olup aynı zamanda çok etkili bir haber ürünüdür (Ebu Bekir, 2014: 114).

Modern haber yani infografik haber sunma yöntemlerinde izlenen temel adımlar şu şekilde sıralanabilir: (Ebu Bekir, 2014: 28-30)

- **Beceri setini güncelle:** İnfografik haber endüstrisi, dijital kaynakları araştırmak, anlamak ve görsel olarak anlatmak için bir dizi beceriden oluşmaktadır. Geleneksel gazetecilikteki temel beceriler artık yeterli değildir. Çünkü otantik haber yani infografik haber üretiminde çalışan kişinin bilgisayar kullanma ve program tasarlama becerisine ihtiyacı vardır.
- **Bilgi asimetrisinin çözümü:** Bilgi eşitsizliği, bilgi eksikliği değil, onu gerekli hız ve hacimde özümseyememe ve işleyememe anlamına gelmektedir. Bu büyük miktarda veriyle uğraşan bir medya çalışanının karşılaştığı en büyük sorunlardan biridir.
- **İçeriği sunmanın bir yolunu seçme:** İyi ve bütünleşik infografik haber yayınlama yöntemine ulaşmak zordur. Çünkü yalnızca veri aramak ve önemli bilgileri bulmakla ilgilenmez, daha çok kullanılan renklerin, resimlerin ve çizelgelerin tutarlılığında yatan iyi içeriği sunmanın bir yolunu gerektirmektedir.
- **Resimlerin ve grafiklerin kullanılması:** Metni tamamlayıcı bir unsur olması ve hiçbir şekilde onun yerine geçmemesi nedeniyle elektronik basın sitesinin hayati ve dinamik unsuru olarak kabul edilmektedir (Alnaadi, t.y.: 79)

2.1.4.4. Haber İnfografik İşlevleri

İnfografilerin işlevleri çeşitli olup farklı sanat alanlarında ortaya çıkan iletişim ve medya işlevleri arasında aşağıda yer verilenler bulunmaktadır (Al-Rubai, 2018,s.34-35)

- **Görsel işlev:** Gönderen (gazeteci veya tasarımcı) ile alıcı (kullanıcı) arasında büyük miktarda veri indirerek, bir iletişim süreci oluşturmayı hedefleyen infografiklerin ilk gerçekleştirdiği işlevlerden biridir. Belirli bir haber konusunu gösteren ifadeler ve sinyallerdir.
- **Anlatım işlevi:** Medya kuruluşunun ve gazetecinin başvurduğu infografi temsil modeli, medya kuruluşunun baktığı yöntem veya üslupla ilgilidir. Kullanıcının algılama, düşünme ve anlama biçimini etkilediği varsayılmaktadır.
- **Referans işlevi:** Sunulan haber hakkındaki bilgileri düzenleme yeteneği anlamına gelmektedir. Burada infografik, bir görsel kimlik sistemidir. Belirli bir rengin veya başka bir yazılı sembol, resim veya grafiğin kullanılması, burada yalnızca belirli bir habere atıfta bulunmakta olup aynı zamanda ilgi algısı üzerinde özel bir etkisi olan sinyaldir.
- **Etkileyici işlev:** Bu işlev, kullanıcının (alıcının) infografik tarafından taşınan mesaja katılımını ifade etmektedir.
- **Şiirsel işlevselcilik:** Bu işlev, duygusal bir değer katmaya yol açar ve bu, bazı medya kuruluşlarının infografik bileşenlerini etkili bir şekilde ortaya koyan sanatçılara güvendiği zamandır.
- **Dil işlevi:** İnfografik, mesajlarda yer alan semboller, resimler vb. anlamına gelir. İnfografik, medya kuruluşu, gazeteciler ve kullanıcılar arasındaki iletişimsel iletişim sürecinde çeşitli işlevler sağlamaktadır. Burada infografik; gönderen (gazeteci) ve (alıcı) tarafından temsil edilmek üzere ikiye ayrılmaktadır. Amaç ve anlamsal boyut, infografiklerin görsel temsil gücünü ifade etmektedir.
- **Duygusal işlev:** Bazı medya kuruluşları, gerekli ve etkili unsurları yerlerine koyan infografik uzmanlara güvendiğinde elde edilen bir dizi duygusal değer eklemeye yol açmaktadır.

2.1.4.5. Grafik Açidan İnfografik Fonksiyonlar

- Gazete veya web sitesinin iletme istediği medya mesajını, okuyucunun okuma zamanını boşa harcayan gri bloklar yerine keyifli bir görsel yolla iletme.
- Büyük miktarda zor ve karmaşık veri ve bilgileri birkaç alanda ve kolay bir şekilde görüntülemek.
- Okuyucunun büyük miktardaki sayılarla uğraşma, verileri analiz etme, nedenleri ve sonuçları açıklama ve olayın farklı unsurları arasındaki ilişkileri netleştirme konusundaki anlayış düzeyini yükseltme.
- Olaylar hakkında bilgilendirici veriler ve okuyucunun haberi anlamasını artıran önemli alıntılar ve açıklamaları sağlamak (İbrahim, 2015: 123).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TRT HABER KANALINDA İNFOGRAFİK HABERLERİ KULLANMA

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bu araştırmanın konusu “Geleneksel Yayıncılıktan Dijital Yayıncılığa Geçiş: İnfografik Kullanımında TRT Haber Örneği”nin incelenmesi olup araştırma kapsamında geleneksel yayıncılık ve dijital yayıncılık ile ilgili olarak geniş bir alanyazın sunulmakta, her iki anlayışta ortaya çıkan gelişmeler, aralarındaki benzerlik ve farklılıklar incelenmektedir.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

“Geleneksel Yayıncılıktan Dijital Yayıncılığa Geçiş: İnfografik Kullanımında TRT Haber Örneği” adlı bu çalışmada, TRT Haber internet sitesinde yer alan, geleneksel haberlerin yanı sıra grafik ve illüstrasyonlarla zenginleştirilmiş bilgilerin varlığından yola çıkılarak görsel bir dijital iletişim modeli olan infografiklerin ne olduğu ortaya koyulmaya çalışılmaktadır. TRT Haber sitesinden görsel olarak elde edilen verilerin içerik analizi ile yorumlanıp değerlendirilmesinin yanında geleneksel haberlerle olan benzerlik ve farklılıkları üzerinde karşılaştırmaların yapıldığı bu araştırmanın hipotezleri (H1, H2, H3, H4) aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H1: TRT Haber internet sitesinde infografik kullanımı etkin ve yaygındır.

H2: TRT Haber kanalının internet sitesinde infografik kullanımı farklı disiplin alanlarındaki konularla ilgilidir.

H3: TRT Haber kanalının internet sitesinde yer alan haber örnekleri çeşitli infografik türleri ile oluşturulmuştur.

H4: TRT Haber sitesinde infografik haber örnekleri ile beraber geleneksel haberler de önemini korumaktadır.

Çalışma iletişim alanındaki teknolojik değişimlerin kurumsal yapılardaki içerik üretme biçimi ile ilgili çeşitliliğe veya değişime yol açıp açmadığına dair sonuçlara ulaşmayı amaçlamaktadır. Bunun yanında veri, sayı, harita, resim biçimindeki karmaşık

bilgileri basitleştiren görsel iletişim dilinin kullanıcıya daha detaylı bilgiler sunup sunmadığına dair verilerin elde edilmesi hedeflenmektedir. Grafik, tablo, bu sitelerde yer alan infografik ve grafik tasarım öğeleri, tasarımda kullanılan teknik yöntemler ile haberde bilgi görselinin türüne bağlı olarak ortaya çıkabilecek sonuçlar çalışmanın diğer amaçlarındandır.

3.3. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Üzerinde araştırma yapılan konu ile ilgili elemanların tamamını meydana getiren veya içeren yapıya “evren (population)” denilmektedir. Diğer bir deyişle evren, yapılan çalışmadan elde edilen sonuçların genellenmek istendiği elemanların tümüdür (Arık, 1992; Karasar, 1998). Örneklem ise evreni temsil etmek amacıyla farklı şekillerde evren elemanları arasından seçilen ve üzerinde çalışılan gruptur (Özen ve Gül, 2007). Bu araştırmanın evreni, Türk haber kanalları olup örneklemine ise TRT Haber kanalı temsil etmektedir.

3.4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ MATERYAL-YÖNTEM

Bu çalışmada, dijital yayın türlerinden biri olan infografik haberler, sanatsal biçim, üslup ve konuları bakımından incelenecektir. Ayrıca geleneksel haberler, infografik haberlerle karşılaştırmalı olarak nitel analiz yöntemlerinden olan içerik analizi çerçevesinde değerlendirilecektir. TRT Haber’in internet sitesinde yer alan (Nisan-2023 ve Haziran-2023 tarihli) geleneksel ve infografik haberler ele alınıp veriler elde edilerek bu verilerin içerik analizinin yapılması amaçlanmaktadır. “İçerik analizi araştırmacılara metin, belge, doküman ve tema gibi içeriklerin birtakım kurallar çerçevesinde tarafsız bir şekilde irdelenmesine olanak tanımaktadır.” (Fiske, 1996; Metin ve Ünal, 2022). Öte yandan içerik analizi, “sosyal gerçekliğin niteliğinin” tespit ve analiz edilmesi için uygun olup Tavşancıl ve Aslan (2001) tarafından belirtildiği gibi “sosyal gerçekliği araştıran nesnel, sistematik, tündengelim dayalı okuma aracı olarak önceden belirlenen ölçütlere göre kavramlardan, metinlerden, sözlü veya yazılı materyallerden anlamlar çıkarmayı amaçlayan metodolojik araç ve teknikler bütünü”dür. Planlama aşamasında zayıf olarak görülse bile uygulamada etkili ve ilginç sonuçlar vermektedir. Niceli nitele dönüşürebilmeyi, yazılı metinden hareketle yazılı

olmayan mesajlara ulaşabilmeyi sağlayan çok işlevli ve giderek gelişen bir tekniktir. Bundan dolayı araştırmanın yöntemine uygun olduğu düşünülerek niteliksel içerik analiz yöntemi ile inceleme yapılmaya çalışılmıştır.

3.5. TEZİN ÖNEMİ

Çalışma; veri ve bilgileri çekici, eğlenceli, basit bir şekilde sunmak ve görüntülemek için kullanılan yeni dijital yayıncılık araçlarından biri olan infografik teknolojisinin önemini tartışmayı hedeflemektedir. TRT Haber kanalı sitesinde geleneksel habere kıyasla yeni bir habercilik türü olarak infografik haber ve teknolojisinin Türk haber sitelerinde kullanımının önemi tartışılmaya çalışılacaktır.

Haber sitelerinde geleneksel haberlerden farklı olarak bilgi ve haberlerin görsel yollarla sunulmasında infografik teknolojisinin büyük önemi olduğu gözlenmektedir. Buna dayanarak son zamanlarda haber sitelerinde bu tür haberlere olan ilgide gözle görülür bir artış olduğu düşüncesinden hareketle, tezin ana teması oluşturulmaya çalışılmış ve üzerinde çok araştırma yapılmamış bir konu olması bakımından tez konusu olarak seçilmiştir.

3.6. VERİ TOPLAMA VE ANALİZ SÜRECİ

Araştırmanın verileri, TRT Haber internet sitesinde yer alan farklı disiplin alanları ile ilgili olan haber örnekleri seçilerek elde edilmiştir. Bu haberlerin özellikle güncel olmasına dikkat edilmiştir.

TRT Haber kanalı internet sitesinden ulaşılan infografik şeklinde hazırlanmış olan haber örnekleri ve geleneksel medyanın karşılaştırılması için 12 temel disiplin alanından ilgili haberler seçilmiştir. Bu haberler seçilirken farklı disiplin alanlarından “Nisan-2023 ve Haziran-2023” tarihleri aralığındaki örnekler alınmıştır. Böylelikle en güncel örneklerle farklı alanlarda infografiklerin ne şekilde oluşturulduğunun görülmesi sağlanmaya çalışılmıştır.

TRT Haber sitesinde yer alan infografik olarak hazırlanmış olan haber örnekleri, temel disiplin alanı ve konu alanı bakımından incelendiği zaman Tablo 3.1’de yer alan bulgular elde edilmiştir.

Tablo 3.1. TRT Haber Kanalı Web Sitesinden Seçilmiş İnfografik Haberler

Temel Disiplin	Konu Alanı	Haberin Başlığı
1. Sağlık	Obezite	<i>Zayıflama hayali kâbusa dönüşmesin: Obezite cerrahisinde hataya yer yok!</i>
2. Psikoloji	Korku ve Endişe	<i>Korku ve endişe çocuk beynini nasıl etkiler?</i>
3. Ekonomi	Finans Merkezi	<i>İstanbul Finans Merkezi Açıldı</i>
4. Kültür	Tiyatro	<i>Türk tiyatrosuna adanan ömür: Haldun Taner</i>
5. Siyaset	Seçimler	<i>Adım adım oy kullanma rehberi</i>
6. Eğitim	Okula Dönüş	<i>Depremden sonra nakil olan öğrencilerden 27 bin 462'si okuluna döndü.</i>
7. Nüfus	Demografik yapı	<i>Türkiye nüfusunun yüzde 26,5'ini çocuklar oluşturuyor.</i>
8. Gündelik Yaşam ve Toplumsal Sorumluluk	Kan Bağışı	<i>Bir ünite kan üç kişiye hayat veriyor</i>
9. Teknoloji	Mars Helikopteri	<i>Beş uçuş için üretilen Mars helikopteri, 50. Kez uçtu</i>
10. Çevre	İstanbul'un Silueti	<i>Bakan Kurum: 'Yarısı Bizden' kampanyasıyla İstanbul'un silueti değişecek</i>
11. Ulaşım	Hızlı Tren	<i>Ankara-İstanbul arası 89 dakikaya inecek</i>
12. Tarım	Çiftçiler	<i>Cumhurbaşkanı Erdoğan: İnşasını tamamladığımız 10 köy evinin anahtarlarını teslim ediyoruz</i>

Bu bulguların yanı sıra sitede dünyadan ve Türkiye'den farklı konular ve disiplin alanları ile ilgili infografik şeklinde tasarlanmış haber örnekleri yer almaktadır. Fakat araştırmayı belirli bir çerçevede sunmak için “tasarımına” ve “amacına göre” infografik haber örneklerini temsil eden çalışmalar seçilmeye çalışılmıştır. Buna göre TRT Haber sitesi infografik bölüm sekmesinden “13.04.2023”, “23.04.2023”, “25.04.2023”, “12.05.2023”, “13.05.2023”, “17.05.2023”, “20.06.2023” “22.06.2023” “23.06.2023” “25.06.2023” ve “26.06.2023” tarihleri arası haberler incelenerek en güncel, toplum yaşamında ses getiren, haber unsurları ile ilgili özelliklere cevap verebilen örnekler

seçilmesine özen gösterilmiştir. Bu bağlamda “sağlık”, “psikoloji”, “ekonomi”, “kültür”, “siyaset”, “eğitim”, “nüfus”, “gündelik yaşam ve toplumsal sorumluluk”, “teknoloji”, “çevre”, “ulaşım” ve “tarım” olmak üzere 12 temel disiplin alanından örnek infografik haberine ulaşılmıştır. Aynı zamanda geleneksel haber örnekleri için de Nisan 2023-Haziran 2023 tarihleri arasında olan haberlere öncelik verilmeye çalışılmış, sadece 3 numaralı haberden sonra gelen geleneksel haber örneği Ocak 2023 tarihli olup infografik haber örneği ile aynı konu alanı içinde olduğu için seçilmiştir. Geleneksel haberlerin, infografik haber örnekleri ile paralel konu alanlarında olmasına dikkat edilmiştir.

İnfografik haber örnekleri ile ilgili görsel ve açıklamalar aşağıda yer almaktadır. Bunun yanında her bir haber ögesinin görselinden sonra hangi infografiği temsil ettiği ve geleneksel haberle karşılaştırılmasına yer verilmektedir

3.6.1. 17.05.2023 Tarihli Sağlık Obezite Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: *“Zayıflama hayali kâbusa dönüşmesin: Obezite cerrahisinde hataya yer yok”*

Modern zamanın salgını: **Obezite**

Aşırı ve yanlış beslenme ile fiziksel aktivite yetersizliği obezitenin en önemli nedenleri. Ancak genetik, çevresel, nörolojik ve psikolojik pek çok faktör de obeziteye sebep olabiliyor. **Obezite başka sağlık sorunlarına da yol açıyor.**

TRT **HABER**



Şekil 3.1. Obezitenin Nedenlerini Açıklayan İnfografik

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografi/zayiflama-hayali-kabusa-donusmesin-obezite-cerrahisinde-hataya-yer-yok-768003.html>



Şekil 3.2. Obezite Cerrahisi Sorunlarından Kaçınmaya Yönelik Uyarıları Açıklayan İnfografik

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/zayıflama-hayali-kabusa-donusmesin-obezite-cerrahisinde-hataya-yer-yok-768003.html>

Haber: www.trthaber.com’da bulunan bu infografik haberde “Obezite oranlarındaki artış, cerrahiye başvuruları da artırdı. Ancak deneyim sahibi kişiler tarafından yapılmayan obezite ameliyatları olumsuz sonuçlar doğurabiliyor. Ucuz maliyetler sunarak kazanç sağlamaya çalışan bazı merkezlerin günde 8-10 operasyon yaptığı belirtiliyor.” şeklinde bir metne yer verilmiştir.

Haber ile İlgili Detaylar: “Modern zamanın salgını: Obezite” diye başlayan görselde obezitenin tanımı, nedenleri ve yol açtığı diğer sağlık problemlerine yer

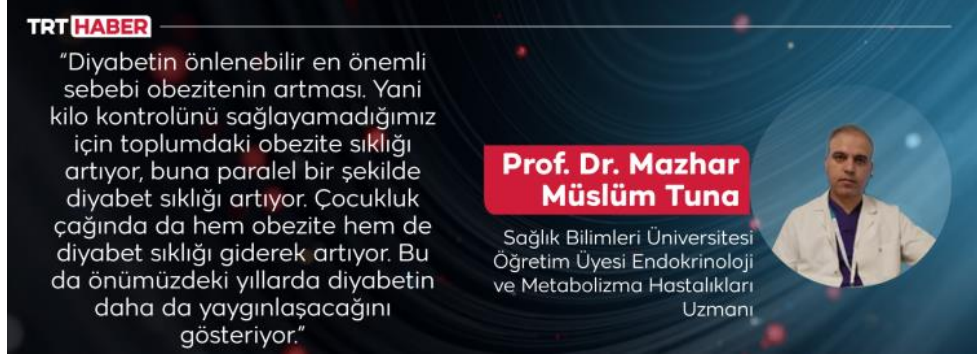
verilmiştir. Pastel renklerin hakim olduğu bu infografikte merkezde kollarını açmış obez bir insan ve üzerinde “Obezitenin Nedenleri” yazısı bulunmaktadır. Bu insanı saran ve dışı doğru yönlendirilmiş karşılıklı oklarla obezitenin, on üç nedenine detaylı bir şekilde yer verildiği görülmektedir.

Haber için iki infografik kullanılmış, ikinci infografide “Obezite cerrahisinde sorun yaşamamak için nelere dikkat edilmeli?” sorusu ile daha fazla bilgi aktarımı yapılmıştır. Bu infografikte obezite cerrahisinde dikkat edilmesi gerekenler adım adım yer almaktadır. Dikkat çekilmesi istenen yerlerin kalın yazıldığı, diğer kısımların gri zemin üzerinde normal yazıldığı görülmektedir. Birinci infografikteki pastel renklerin ikinci de yer almadığı ve bu şekilde konu başlıkları arasındaki geçiş, renk ve şekil öğelerinin farklılaştırıldığı bir görsel dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

İlk infografik haber örneği oldukça detaylı bilgiler içermektedir. Günümüz insanının karşılaştığı önemli sorunlardan biri olan obezitenin nedenleri ve sonuçları, bu rahatsızlıkla ilgili dikkat edilmesi gereken detaylar ile yapılması gereken müdahaleler haberde sunulmuştur. Bu haberin geleneksel haber anlayışı ile sunulması hâlinde de bu kadar detayın çok daha fazla kelime kullanılarak aktarılacağı düşünülmektedir. Ancak infografik ile daha dikkat çekici ve daha az kelime ile aynı amaca hizmet ettiği görülmektedir.

Bu haber örneğinde infografiğin amacına göre “bilgilendirici infografik” sınıflandırması içerisinde değerlendirilmesi mümkündür. Bu örnekte karmaşık bilgilerin nasıl sade ve anlaşılır bir şekilde görselleştirilip adım adım açıklandığını da görülmektedir. Ayrıca farklı renk kullanımı ile hem dikkat çekmeyi hem de okumayı kolaylaştırması amaçlanmaktadır. Bu şekilde haber üzerinde insanların düşünmesi ve bilgilerin kalıcı olması sağlanarak konunun önemi noktasında okuyucuya yarar sağlaması önem arz etmektedir.

Aynı konulu haberin 17.05.2023 tarihinde geleneksel olarak TRT Haber sitesinde “Obezite sıklığı diyabeti de artırıyor” başlığı altında yer aldığı metin ise 621 kelimeye tekabül etmektedir. Tüm detayların aktarıldığı gibi sadece bir görselin kullanıldığı bu haberin okuma süresinin de infografik habere göre daha uzun olduğu değerlendirilmiştir.



Şekil 3.3. Diyabeti Önlemek İçin Obezite Uyarısını Açıklayan Haber

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/yasam/obezite-sikligi-diyabeti-de-artiriyor-767909.html>

Öte yandan geleneksel haberler okunurken infografik haberlerden daha az eğlenceli olduğu da söylenebilir. Zira bir infografik haberi okurken etkileyici bir görsel, okura aynı anda birçok mesajı iletme gücüne sahiptir ve infografik haberlerde görsel imaj sayesinde okuma daha kolay olmaktadır. Dolayısıyla infografik haberler, okuyucunun dikkatini daha kolay çekmektedir. Bu durumda infografiğin kullanıldığı haberlerin insanlara daha kolay okuma sağlaması ve daha az çaba ile aynı bilgilere ulaşım sağlaması, bir avantaj olarak görülebilir.

3.6.2. 25.04.2023 tarihli Psikoloji Korku ve Endişe Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: “Korku ve endişe çocuk beynini nasıl etkiler?”



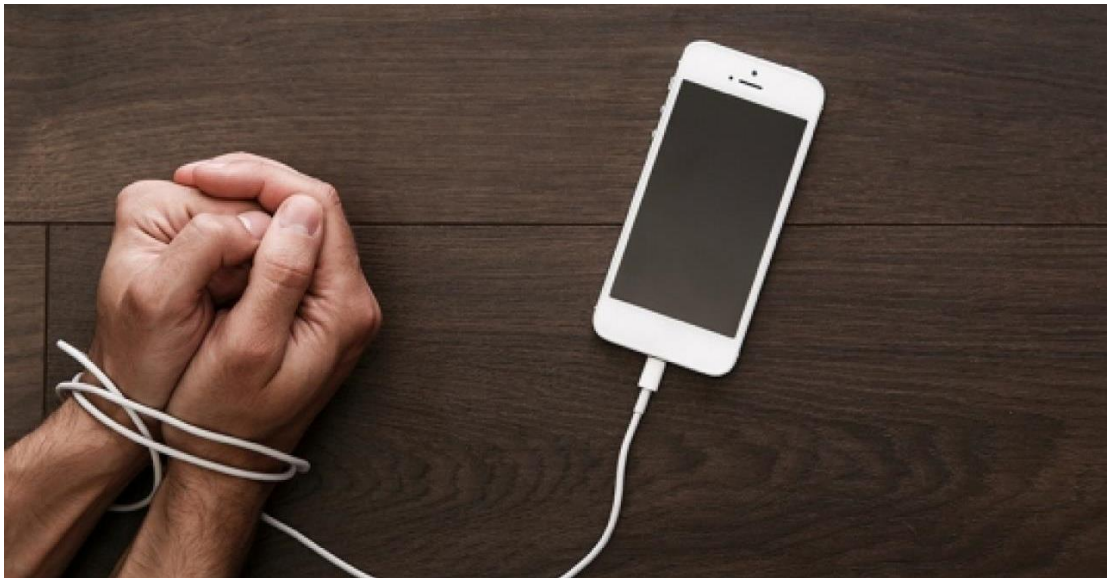
Şekil 3.4. Korku ve Endişe Çocuk Beynini Nasıl Etkiler Açıklayan İnfografik
Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/korku-ve-endise-cocuk-beynini-nasil-etkiler-762796.html>

Haber: “Bazı çocuklar duygularını açıkça ifade ederken, diğerleri duygularını içlerinde saklayabilirler. Çocukların beyinleri henüz tam olarak gelişmemiş olduğundan, stresli ve kaygılı durumlar beyinlerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Bu durumda

özellikle ebeveynlerin üzerine düşen ise gerektiğinde çocuğa psikolojik desteği sağlamak.” şeklinde metne yer verilmiştir.

Haber ile İlgili Detaylar: “*Korku ve Endişe Çocuk Beynini Nasıl Etkiler?*” sorusu ile başlayan bu infografikte yazılar sol taraftadır. İnsan beyninin genel hatlarını ve korkunun hangi beyin bölgelerini etkilediğini dışa yönlendirilmiş oklarla temsil eden bir çocuk fotoğrafı yer almaktadır. Infografik; fotoğrafta temsil edilen üç beyin bölgesi ön lob, amigdala ve hipokampus ile ilgili tanımlar, bu beyin bölgelerinin işlevleri, hangi durumlarda nasıl etkilendikleri ve gelişim süreçlerinin ne zaman tamamlandığı dair bilgiler içermektedir. “Ne?”, “Nasıl?”, “Ne zaman?” ve “Nerede?” gibi sorulara yanıt verilen bu infografik tasarımda, başlıklar, çocuğun görüntüsü, beynin dış bölgesi ve zemin ile dikkat çekilmesi istenen kısımların aynı renklerle verildiği görülmektedir. Bu da bir “akış/uyum algısı” uyandırmaktadır. Tanımlar, detaylı bilgiler ve merak uyandırıcı bir konu işlenip dikkat çekilmesi gereken noktalar kalın yazı tipi ile verilerek okuyucunun habere odaklanması hedeflenmiştir. Ayrıca haberin “bilgilendirici infografik” şeklinde hazırlanmış olduğu belirtilebilir.

Bu infografik haber örneğinin geleneksel olarak hazırlanmış metni 22.05.2023 tarihinde yayımlanmıştır. “Görmezden Geline Salgın: Dijital Demans” ana başlığı altında, 491 kelime ve dört alt başlıktan oluşan haberde sadece aşağıdaki görsel kullanılmıştır.



Şekil 3.5. Görmezden Geline Salgın: Dijital Demans İşaret Eden Resim

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/cocuk/gormezen-geline-salgini-dijital-demans-769152.html>

İki haberdeki görseller incelendiğinde geleneksel haberde yer alan görselin sadece fenomenolojik açıdan yorumlayabilecekken infografik örnekteki görselin öznel yorumdan öte nesnel bilgi de sağladığı görülmektedir. Bu örnekten yola çıkarak infografik haberin geleneksel haberden daha işlevsel olduğu ifade edilebilir.

3.6.3. 17.04.2023 Tarihli Ekonomi Finans Merkezi Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: “İstanbul Finans Merkezi açıldı”



Şekil 3.6. İstanbul Finans Merkezi'nin Açılışını Açıklayan İnfografik

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/istanbul-finans-merkezi-acildi-762282.html>

Haber: “Türkiye Varlık Fonu sahipliğinde ve Çevre Şehircilik ve İklim Bakanlığı koordinasyonunda tamamlanan İstanbul Finans Merkezi bankalar etabı, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın katıldığı törenle hizmete alındı.”

Haber ile İlgili Detaylar: “İstanbul Finans Merkezi açıldı” başlığı ve tamamı büyük harflerle başlayan bu haberde; mavi zemin üzerinde beyaz, siyah ve kırmızı

renklerle oluşturulmuş içeriğin oldukça az bilgi içerdiği görülmektedir. Finans merkezinde yer alması planlanan merkez, bina ve model ile ilgili niceliksel ve niteliksel bilgilere birer madde ile yer verilmiştir. “Ne?”, “Nerede?” ve “Nasıl?” sorularına yanıt veren bu infografik haberde, İstanbul’u temsil eden büyük binalar ışıklı bir şekilde yer almaktadır. Şehirdeki hareketliliği temsil eden yol ve trafik ise infografiğe hareketlilik/canlılık özelliği katmaktadır.

Söz konusu olan haber örneğinde belirli bir şeyi açıklayan ve sabit bir şekil alan dolayısıyla okuyucu etkileşimi gerektirmeyen grafik çizimi kullanılmıştır. Bu infografikte sabit içerik, infografik oluşturucunun seçtiği belirli bir konudaki bazı bilgiler vardır. İnfografikte haberin konusuna bağlı olarak sayısal veriler ön plana çıkarılmış, ayrıca İstanbul’un geleneksel görsellerinden çok daha farklı ve modern kent mimarisini öne çıkaran hatta dünyanın önce gelen finans merkezlerini zihinlerde çağrıştıran bir görsel kullanılmıştır. Bu görsel ile insanların habere olan ilgisinin çekilme ihtimali yükselmektedir.

Aynı haberin 25.01.2023 tarihli “Yeni Konut Finansman Programı’na ilişkin kanun teklifi yasalastı.” başlıklı yayımlanan geleneksel örneğinde ise tek bir görselin kullanıldığı dikkat çekmektedir.



Şekil 3.7. Yeni Konut Finansmanı Programı Yasasının Yürürlüğe Girdiği Haberde Bir Koleksiyoncu Gösteren Resim

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/gundem/yeni-konut-finansman-programina-iliskin-kanun-teklifi-yasalasti-740985.html>

Bu görselde bir alanın, iç içe girmiş binalar tarafından doldurulduğu ve doğaya dair unsurların yok olmuş olduğu dikkat çekmektedir. Öncesinde yer yerilen infografik

örneğinde de aslında devasa yapıların iç içe olduğu görülmekte fakat şekil-zemin ilişkisi bağlamında, infografikte yer verilen sayısal bilgiler bu durumu gölgelemektedir. Bu ise okuyucuda gelişmiş şehir algısını güçlendirmektedir.

3.6.4. 13.05.2023 Tarihli Kültür Tiyatro Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: “Türk tiyatrosuna adanan ömür: Haldun Taner”



Şekil 3.8. Haldun Taner'in Biyografisini Açıklayan İnfografik

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/turk-tiyatrosuna-adanan-omur-haldun-taner-767121.html>

Haber: “Başarılı yazar, 1960'tan itibaren tiyatro çalışmalarına yoğunlaşırken, güncel olayları konu alan eleştirel oyunları sunabilmek amacıyla kabare tiyatrosunun kuruluşuna öncülük etti.”

Haber ile İlgili Detaylar: Bu infografikte “Türk tiyatrosuna adanan ömür Haldun Taner” şeklinde oluşturulan başlık en üstte değil Haldun Taner’in ortada yer alan fotoğrafının hemen alt kısmında yer almaktadır. İnfografiğin tasarımı sol, sağ ve alt kısımda içerik ve orta kısımda bordo bir koltukta oturmuş, elinde kalem ve kâğıt bulunan Haldun Taner’in fotoğrafının yer aldığı ve sol üste tiyatroyu simgeleyen maske yer alacak şekilde tasarlanmıştır. İnfografiğin zemininde genellikle tiyatro perdelerinde tercih edilen bordo ile beyaz yazılar ve maskelerle aynı renkteki tarih başlıkları tercih edilmiştir. Yine haberin başlığı ile içeriğin aynı beyaz-sarı renklerinden oluştuğu görülmektedir. Bu infografikte tam 10 tarih başlığı ve alt içerik ile beraber “Kim?”, “Ne?”, “Ne Zaman?”, “Nerede?”, “Nasıl?” ve “Niçin?” sorularının cevabına ulaşılmaktadır.

Bu haberde hiç okuma yazma bilmeyen birinin dahi konuyla ilgili az da olsa bir fikir yürütmesi mümkündür. Oldukça detaylı ve birçok sorunun cevabını içeren ve okuyucu habere odaklayan bu örnekte, renk ve görsel seçiminin de uyumluluğu da konuyla ilgili olarak özellikle seçildiğini düşündürmektedir.

İnfografikte yer alan detaylara bakılınca Haldun Taner’in doğumundan vefat ettiği her dönem yıl yıl yer almaktadır. Örneğin 16 Mayıs 1915’te İstanbul’da doğan Haldun Taner’in 1935-1938 yılları arasında eğitim hayatı ve yaşamış olduğu rahatsızlıktan bahsedilmekte, 1950 yılında üniversite eğitiminin tamamlandığı bilgisi yer almaktadır. Haldun Taner’in doğumundan itibaren detaylı olarak yaptığı işlerle ilgili bilgi aktarılırken görselin metindeki haberden daha fazla dikkat çekmesi ile akılda kalıcılığı mümkün olmaktadır. Eserlerinden öykü ve oyun örneklerine geniş yer verilen infografikte 1953, 1956, 1964, 1967, 1969 ve 1986 yılları arasında mesleğinde kazanmış olduğu başarılar, birincilikler ve elde ettiği ödüllere yer verilmektedir. Biyografisine kronolojik olarak yer verilen bu infografik, ünlü tiyatrocunun yaşamına dair birçok bilginin bir arada görülmesini mümkün kılmaktadır. Bu haber örneğinin çok işlevsel olan “bilgilendirici infografik” şeklinde hazırlandığı görülmektedir.

13 Haziran 2023 tarihinde yapılan tiyatro ile ilgili geleneksel haber örneği ise “Tiyatro perdesi Ali bebeğe umut olmak için açıldı.” cümlesi ile verilmiştir.

Haber “Ali bebeğe nefes olma umuduyla hazırlanan ‘Nefes’ isimli tiyatro oyunu, Beyoğlu Tarık Zafer Tuna Kültür Merkezi’nde sahnelendi.” Şeklinde metinlerle detaylandırılıp aşağıdaki görsel ile desteklenmeye çalışılmıştır.



Şekil 3.9. Bebek Ali’yi Gösteren Resim

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/yasam/tiyatro-perdesi-ali-bebege-umut-olmak-icin-acildi-774439.html>

Bu iki haber rneği karşılaştırıldığı zaman yukarıda ele alınan infografik haber örneğinin bir geleneksel haberden çok daha ayrıntılı ve nokta atışı bilgilere sahip olduğu görülmektedir. Geleneksel haberde okuma yazma bilmeyen birinin sadece görsel ile haberin konusunu anlama ihtimali düŐükken infografik haberde bu ihtimal daha yüksektir denebilir. Bu durumda teknolojik ve görsel tasarımların konuyla bütünlük sağlanacak Şekilde tasarlanması hâlinde ne denli etkileyici ve fonksiyonel olabileceği görülmektedir.

3.6.5. 13.05.2023 Tarihli Siyaset/Seçimler Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: ‘‘Adım adım oy kullanma rehberi’’



şekil 3.10. Adım Adım Oy Kullanma Rehberi Açıklayan İnfografik

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/adim-adim-oy-kullanma-rehberi-767122.html>



Şekil 3.11. Oy Kullanma Rehberi Açıklayan İnfografik

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/adim-adim-oy-kullanma-rehberi-767122.html>

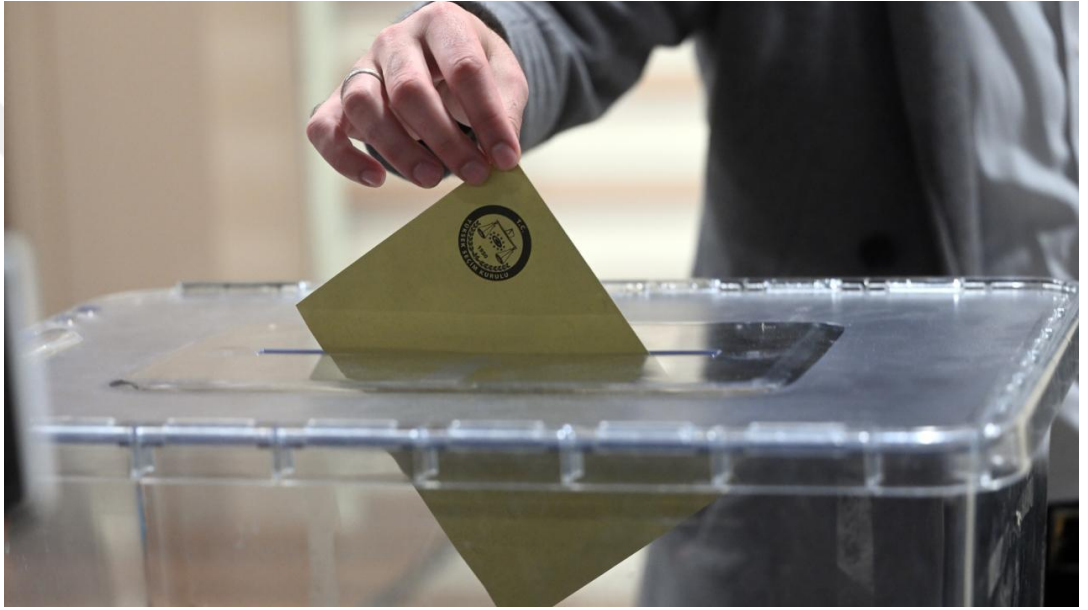
Haber: “Seçmenler, yarın gerçekleştirilecek Cumhurbaşkanlığı Seçimi ve 28. Dönem Milletvekili Genel Seçim’inde oylarını 6 adımda kullanacak.”

Haber ile İlgili Detaylar: “6 Adımda Oy Kullanma Rehberi” diye başlayan bu infografiğin başlığında küçük ve tamamı büyük harfler bir arada kullanılmıştır. Gri zemin üzerinde kırmızı ve siyah yazı renginin tercih edildiği haberin tıpkı obezite ile ilgili örnekteki gibi iki ayrı infografikten oluşturulduğu görülmektedir.

Bu infografik, bir seçmenin sandığa gittiği zaman aklına takılabilecek sorulara cevap bulabilecek şekilde tasarlanmıştır. Seçim sırasında izlenecek adımlar; daireler içinde sembolik olarak temsil edilen yer, imza, telefon, zarf gibi görsel içeriklerle, dairelerin altında ve üstünde yer alan küçük yönlendirme okları ile gösterilmektedir. Küçük yön okları hangi içeriğin hangi daire ile ilgili olduğunu belirtmektedir.

Haberde kullanılan infografik, amacına göre “aşamalı infografik” örneği olarak adlandırılabilir. Bu tür infografiklerde haberin işlevselliği oldukça önemlidir ve yapılması gereken adımlar aşama aşama belirtilir. Aşamalı infografik, geleneksel haberlerde yer alabilecek tüm bilgileri içermesinin yanı sıra bilgileri görsel yolla kalıcı kılma ve okumayı kolaylaştırma gibi yönlerden avantajlı bir konuma sahiptir.

Aynı haberle ilgili geleneksel bir haber örneği, 28.05.2023 tarihinde “Seçim yasakları başladı” başlığıyla yayımlanmıştır. Bu haberde birbirine benzer üç görsele yer verilmiştir.



Şekil 3.12. Seçim Propaganda Yasağının Başladığı Haberini Gösteren Resim
<https://www.trthaber.com/haber/gundem/secim-yasaklari-basladi-770517.html>

479 kelimedenden oluşan bu geleneksel haberde yukarıda yer verilen infografik haberde olduğu gibi detaylı bilgilerin yer aldığı dikkat çekmektedir. Ancak infografik haber bu detaylı anlatımı görsellerle daha kısa ve etkili kılarak akılda kalıcılığı artırabilmiştir.

3.6.6. 13.04.2023 Tarihli Eğitim Okula Dönüş Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: “Depremden sonra nakil olan öğrencilerden 27 bin 462’si okuluna döndü”



Şekil 3.13. Depremden Sonra Okula Dönen Öğrenci Sayısını Açıklayan İnfografik
Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/depremden-sonra-nakil-olan-ogrencilerden-27-bin-462si-okuluna-dondu-760525.html>

Haber: “Milli Eğitim Bakanı Mahmut Özer, 6 Şubat’ta meydana gelen Kahramanmaraş merkezli depremlerden sonra nakillerini farklı şehirlere aldırان öğrencilerden 27 bin 462’sinin okullarına döndüğünü duyurdu.”

Haber ile İlgili Detaylar: “27 bin 462 öğrenci Afet Bölgesine Geri Döndü” başlığı ile sunulan bu infografikte afet bölgeleri “siyah” bir harita ile gösterilmektedir. Haritada illerin yazıları beyaz ve illere dönen öğrenci sayıları kırmızı renkte yazılmıştır. “6 adımda oy kullanma” haberinde olduğu gibi bu infografik örneğinde de siyah, gri ve beyaz renkler hâkimdir. Harita öne çıkartılırken arka fonda öğrenci gruplarının olduğu bir fotoğraf yer almaktadır. Haberde “Kim” ve “Nereye?” sorularına yanıt alınmakla beraber haber ile ilgili çok az bilgi bulunmaktadır. Bu infografik de “İstanbul Finans Merkezi” haberinde olduğu gibi sınırlı bilgi ile oluşturulmuştur. Öte yandan afet bölgesinde yer alan illerin “siyah” renkle yazılması, görsel okuryazarlık bağlamında

değerlendirildiğinde afetin toplum psikolojisinde yarattığı tramvayı da yansıtması açısından dikkat çekicidir.

Haber örneğinde tasarımına göre infografik türlerinden “sabit infografik” kullanılmıştır. Örneğin öğrencilerin cinsiyet, yaş, sınıf vb. dağılımları hakkında bilgi bulunmamaktadır. Dolayısı ile aktardığı bilginin kısıtlı olduğu belirtilebilir. Konuyla ilgili geleneksel haber örneği olarak 25.06.2023 tarihli “Adıyamanlı depremde öğrenci, LGS sınavından 500 tam puan aldı” haberi verilebilir.



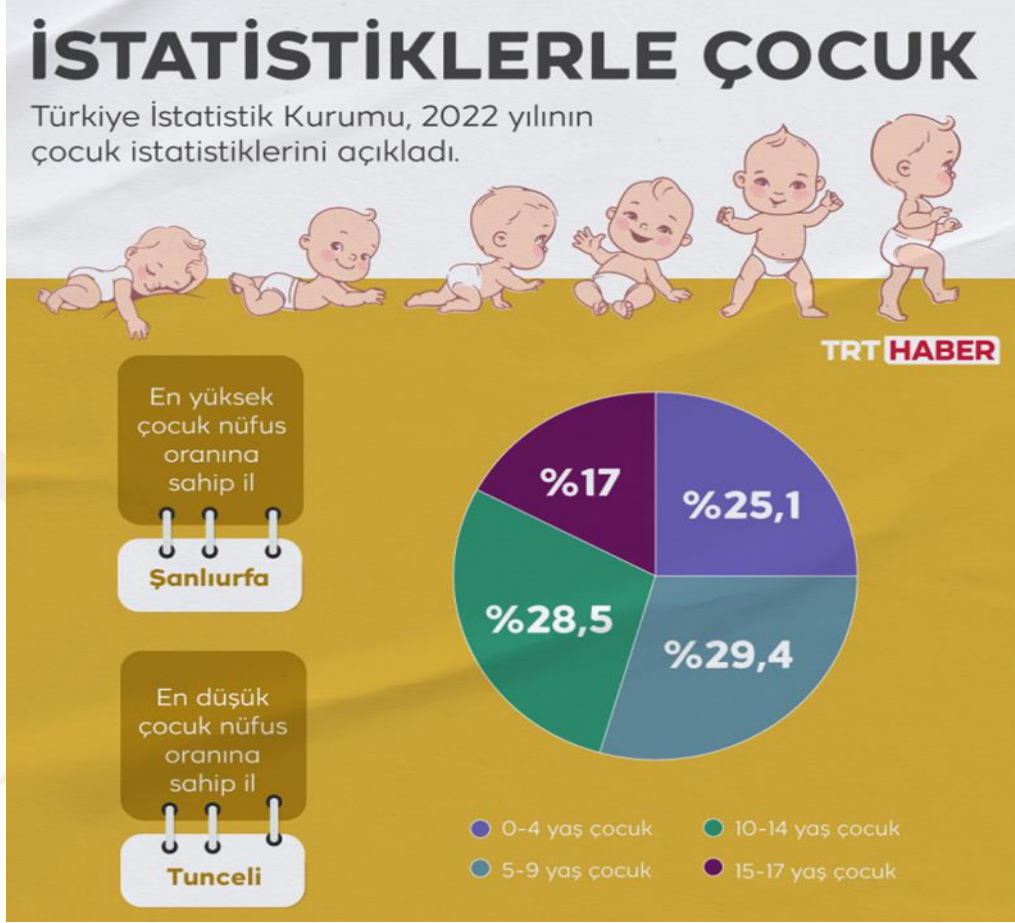
Şekil 3.14. Fotoğrafta Deprem Bölgesinde Bulunan Öğrencinin LGS’den Tam Puan Aldığı Gösteren Resim

Kaynak:<https://www.trthaber.com/haber/egitim/sigindigi-anaokulunda-lgsye-hazirlanan-depremzede-kiz-tam-puan-aldi-777344.html>

Burada ele alınan geleneksel haber örneğinde önceki infografik haberde olduğu gibi afetten etkilenen öğrencilerle ilgili olup bir başarı öyküsüne yer verilmektedir. Haberde kullanılan görselde genç kızın “siyah” ve “sade” renkli kıyafetleri dikkat çekmektedir. Bu bağlamda ister infografik ister geleneksel haber örneğinde olsun içerik kadar kullanılan görsellerin günün koşullarına ve yaşanan olaylara uygun mesajları iletiyor olmasının ne denli önemli olduğunun altı çizilmelidir.

3.6.7. 23.04.2023 Tarihli Nüfus Demografik Yapı Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: “Türkiye nüfusunun yüzde 26,5’ini çocuklar oluşturuyor”



Şekil 3.15. Türkiye’de Nüfusun Demografik Yapısını Açıklayan İnfografik
Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/turkiye-nufusunun-yuzde-265ini-cocuklar-olusturuyor-762273.html>

Haber: “Türkiye’nin geçen yılsonu itibarıyla 22 milyon 578 bin 378 olarak belirlenen çocuk nüfusu, ülke nüfusunun yüzde 26,5’ini oluşturdu. Çocuk nüfus oranınının 2030’da yüzde 25,6, 2040’ta yüzde 23,3, 2060’ta yüzde 20,4, 2080’de de yüzde 19 olacağı öngörülüyor.”

Haber ile İlgili Detaylar: “İstatistiklerle Çocuk” başlıklı bu infografik haberde Türkiye’nin çocuk nüfusu ve yaş gruplarına göre oranları, en yüksek ve en düşük nüfus oranına sahip iller yer almaktadır. Pasta grafik ile yaş gruplarının farklı renklerle gösterildiği görülmektedir. Bu infografikte sarı, mor, mavi, yeşil ve gri renkleri ile farklı yaş gruplarını temsil eden çocuk çizimlerinin yer aldığı görülmektedir. Oldukça az

içerikle hazırlanmış olsa bile bu infografikte “Kim?”, “Ne?”, “Nerede?” ve “Ne Zaman?” sorularının yanıtının yer aldığı görülmektedir. İnfografikte mesaj iletimi az içerikle sağlanmıştır.

Bu infografik haber, amacına göre “istatistiksel infografik” grubunda yer almaktadır. Yaş grupları ve bölgeler hakkında bilgilerin yer aldığı haberde tek bir grup üzerinde net bilgilerin yer aldığı dikkat çekmektedir.

Bu infografik haberine karşılık geleneksel bir haber örneği olarak 23.06.2023 tarihli “ABD nüfusunun yaş ortalaması hızla yükseliyor” başlıklı haber ele alınabilir.

“ABD Nüfus Sayım Bürosu (Census Bureau) verilerine göre, ülke nüfusunun yaş ortalaması tarihteki en yüksek seviyeye çıktı. Nüfus Sayım Bürosunun yeni açıkladığı istatistikler, ABD’lilerin yaş ortalamasının 38’in üzerine çıktığını, bu rakamın 1980’de 30 olduğunu ortaya koydu. Temmuz 2022’ye kadar olan dönemi kapsayan veriler, ABD nüfusunun giderek yaşlandığını ve ülkedekilerin daha az çocuk sahibi olduğunu gösterdi. Verilere göre, yaş ortalaması en yüksek eyaletler Maine (44,8) ve New Hampshire (43,3), en düşük eyaletler ise ülkedeki en çok doğurganlık oranına sahip Utah (31,9) ve Texas (35,5) oldu. Ülkedeki Asyalıların nüfusu 2021- 2022’de yüzde 2,4, Hispaniklerin yüzde 1,7, siyahilerin yüzde 0,9 ve beyazların yüzde 0,1 arttı. Kızılderili nüfusunda da yüzde 1,3 artış yaşandı. Nüfusun giderek yaşlandığı ABD’de, doğum oranları Kovid-19 salgınıyla birlikte hızla düşerken, salgın döneminde, nüfus artışında etkili olan göçmen sayısında da azalma olmuştu.” (<https://www.trthaber.com/haber/dunya/abd-nufusunun-yas-ortalamasi-hizla-yukseliyor-776965.html>).

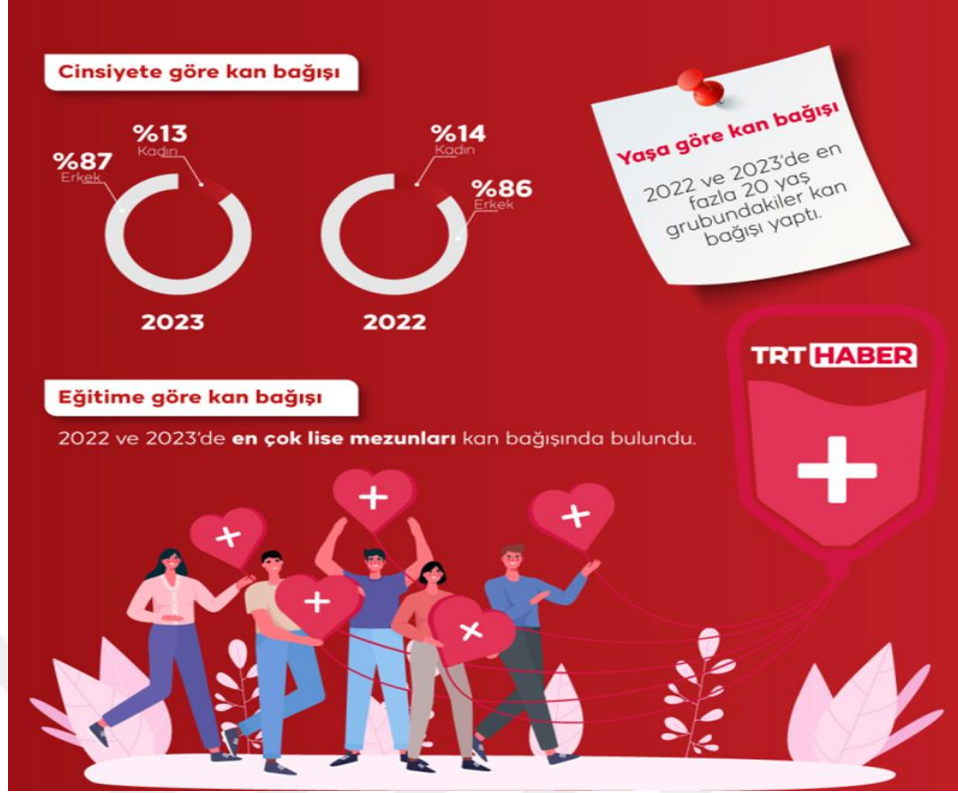
İnfografik haber örneğinde yer verilen nicel verilerin bir görselde somutlaştırılmış olmasına karşılık geleneksel haberde nicel veriler bir paragrafta sıralanmıştır. Geleneksel haber örneğindeki nicel veriler gruplandırılmadan art arda sıralanmıştır. Bu da akılda kalıcılığı güçleştirmektedir. Ayrıca görsel olarak sadece ABD bayrağının kullanılması konuya dair herhangi bir bilgi sunmamaktadır. Değişimin, öğrenme süreçlerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda infografik haberde yer alan görsellerle bilginin somutlaştırılmasının ne denli önemli olduğu anlaşılmaktadır.

3.6.8. 12. 05. 2023 Tarihli Güncel Yaşam & Toplumsal Sorumluluk Kan Bağışı Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: “Bir ünite kan üç kişiye hayat veriyor”



Şekil 3.16. Türk Kızılay'ının Kan Bağışı Noktalarını ve Alanlarını Açıklayan İnfografik
Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/bir-unite-kan-uc-kisiye-hayat-veriyor-767026.html>



Şekil 3.17. Cinsiyete ve Eğitime Göre Kan Bağıışı Yüzdesini Açıklayan İnfografik
Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/bir-unite-kan-uc-kisiye-hayat-veriyor-767026.html>



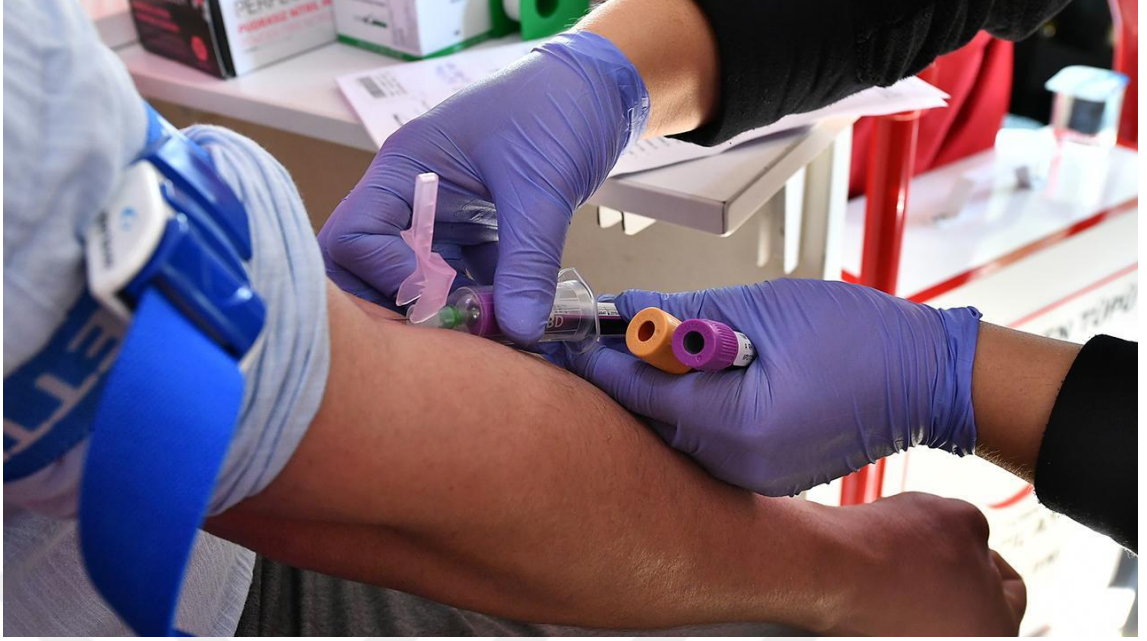
Şekil 3.18. Kan Bağıışı Bilgilerini Ve Adımlarını Açıklayan İnfografik
Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/bir-unite-kan-uc-kisiye-hayat-veriyor-767026.html>

Haber: “Kan, sürekli bir ihtiyaç... Sadece 15 dakika süren bir işlemle alınan kan, hastaları hayata bağlıyor. Bağış yapmak isteyenlerin en yakın noktadaki Türk Kızılay kan merkezine gitmesi yeterli.”

Haber ile İlgili Detaylar: “*Hayat Kurtaran Bağış: Kan*” başlığı ile oluşturulan bu infografikte, habere görsel temsiller ve kullanılan renklerle canlılık ve hareketlilik kazandırılmıştır. Zemin koyu kırmızı, yazılar ise beyaz renkte tasarlanmıştır. Toplam kan bağışı 2023-2022 yıllarında sembolik/temsili oranlar ile belirtilmiş, kan hizmet bölgeleri ile ilgili sayısal bilgiler aktarılmıştır. Kan bağışı oranları; yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi gibi değişkenlerin oranlarına göre belirtilmiş, böylece istatistiki bilgilerle detaylı bilgiler açık ve anlaşılır bir şekilde sağlanmıştır. Aynı zamanda kadın-erkek cinsiyetini temsil eden fotoğraflarla daire grafiklerin yer aldığı haberin hem içerik hem görsel olarak zengin bir şekilde hazırlanmış olduğunu belirtmek mümkündür. Haberin ikinci infografisinde ise kan bağışı üç adımda soru-cevap şeklinde açıklanmıştır.

İnfografik haberde tasarımına göre “etkileşimli” ve amacına göre “istatistiksel” ve “bilgilendirici” ve “bileşik” infografik kullanılmıştır. Güncel verilerin yer alması, bilgi verici olması ve istatistiksel verilerle desteklenmesi haberin oldukça iyi hazırlandığını göstermektedir. Haber aynı zamanda geleneksel örneklerde olduğu gibi detaylı bilgileri de içermektedir. Renkler bakımından da dikkat çeken infografik örneğinde “kırmızı” ve “beyaz” renkler hâkimdir. Yer yer mavi ve açık pudra tonları da kullanılmıştır. İnfografik kan bağışı ile ilgili olduğu için kırmızı renk seçimi oldukça isabetlidir. Kırmızı-beyaz aynı zamanda Kızılay’ın logosunda yer alan renkleri çağrıştırması bakımından önemlidir.

TRT Haber sitesinde sağlık kategorisinde yer alan benzer bir geleneksel haber örneğine ise aşağıda yer verilmektedir. 13.06.2023 tarihli bu haber, 339 kelimedenden oluşmaktadır ve “Türk Kızılay’a kan bağışı nasıl yapılır?” başlığı ile hazırlanmıştır.



Şekil 3.19. Kan Bağışçısını Gösteren Bir Resim

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/saglik/turk-kizilaya-kan-bagisi-nasil-yapilir-743896.html>

İnfografik haber örneğinde hem yazılı içerik hem de nicel verilerin görsellerle açıklandığı görülürken geleneksel haberde sadece kan alma anında çekilmiş bir fotoğrafa yer verilmiştir. İnfografik haber, görsel okuryazarlık çerçevesinde irdelendiğinde kan vermenin olumlu ve istenen bir davranış olarak yorumlanabilmekteyken geleneksel haber örneği için bu durumdan söz edilememektedir. Geleneksel haber sunumu iğne korkusu olan insanlar için “itici bir uyarıcı” olarak da yorumlanabilir. Bu durumda infografik haber örneğinin daha etkili olduğunu ifade etmek mümkündür.

3.6.9. 23.04.2023 Tarihli Teknoloji Mars Helikopteri Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: “Beş uçuş için üretilen Mars helikopteri, 50. kez uçuşu”



Şekil 3.20. Mars Helikopteri Hakkındaki Bilgileri Açıklayan İnfografik

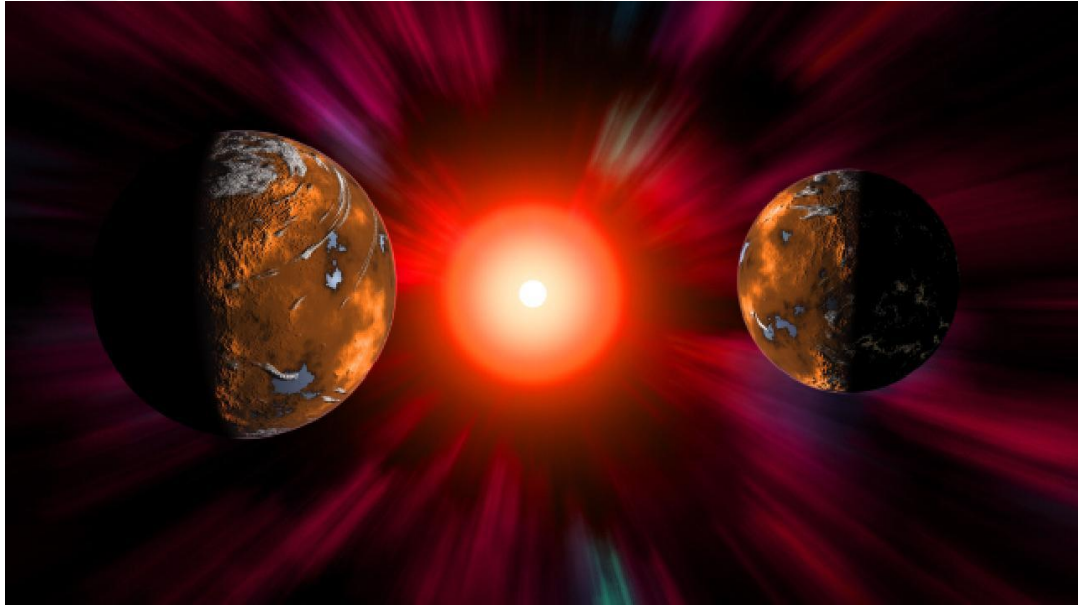
Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/bes-ucus-icin-uretilen-mars-helikopteri-50-kez-uctu-762277.html>

Haber: “NASA’nın Ingenuity Mars Helikopteri, yalnızca beş kez uçmak üzere tasarlandı, ancak geçen hafta bu küçük rotorlu araç, Kızıl Gezegen’in ince atmosferinde 50. uçuşunu gerçekleştirebildi. Şimdi sırada Julian Dağı’na yapacağı 51. uçuş var.”

Haber ile İlgili Detaylar: “Mars Helikopteri Uçuşa Rekorlarla Devam Ediyor” başlıklı bu infografikte başlığın tamamı büyük karakterlerle yazılmış olup renk olarak kırmızı, siyah ve açık-koyu kahverengi tonları hâkimdir. Bu infografikte uçuş süresi, mesafesi gibi bilgilere yer verilmektedir ve içerik küçük, dikdörtgen, zemini beyaz olarak tasarlanmış kutucuklar içinde sunulmuştur.

Güncel gelişmeler içinde bulunan konu, amacına göre “resim infografik” ve “istatistiksel infografik” türünde hazırlanmıştır. Resim infografik, görsel içeriği oluşturmak ve özgün bir tasarım hazırlamak için kullanılmaktadır. Konuya dikkati cezbetmek için gerçek bir görüntü tercih edilmiştir. Böylelikle bir haber, görsel olarak açıklanmaktadır. İstatistiksel infografikte rakamlar sistemin nasıl çalıştığını ve sıralama sürecini göstermekte ve bu rakamları, etkileşimli bir şekilde vurgulamaktadır. Bu infografik örneğinde, beş uçuş için tasarlanan Mars helikopterinin ellinci uçuşunu gerçekleştirdiğinin haberi yapılmıştır. Haberde en uzun mesafe, en uzun uçuş süresi, en hızlı uçuş bilgilerinin yanında toplam uçuş süresi ve toplam yatay uçuş mesafesi ile ilgili nicel bilgiler yer almaktadır.

Konuyla ilgili 20.06.2023 tarihli geleneksel haber ise “Uzayda Güneş’ten daha sıcak gezegen benzeri bir nesne keşfedildi” başlığıyla verilmiştir.



Şekil 3.21. Uzayda Gezegen Benzeri Bir Nesneyi Gösteren Resim

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/bilim-teknoloji/uzayda-gunesten-daha-sicak-gezegen-benzeri-bir-nesne-kesfedildi-776082.html>

“Bin 400 ışık yılı uzaklıkta bir yıldızın yörüngesinde dönen nesnenin Güneş’ten daha sıcak olduğu tespit edildi.” girişli bu geleneksel haberde bilgi okuyucuya nitel ve nicel bir şekilde aktarılmaktadır. Bu bağlamda infografik haber ve geleneksel haberlerde birbirlerine benzer örneklerin bulunduğundan söz edebilir. Bu iki haberin içerik yönünden benzerliklerinin yanında kullanılan görsellerde farklılık dikkat çekmektedir. İnfografik haberde kullanılan görselde bazı nicel bilgilere ulaşılabilir fakat

geleneksel haber örneğinde ise böyle bir durum söz konusu değildir. Öte yandan infografik haber örneğinde kullanılan görselin gerçeğe daha uygun olduğu, geleneksel haberde kullanılan renklerin mor tonlar nedeniyle de gerçek ile çok örtüşmediği dikkat çekmektedir.

3.6.10. 23.04.2023 Tarihli Çevre İstanbul'un Silueti Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: *Bakan Kurum: 'Yarısı Bizden' kampanyasıyla İstanbul'un silueti değişecek*



Şekil 3.22. İstanbul'un Kentsel Dönüşüm Aşamalarını Açıklayan İnfografik

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/bakan-kurum-yarisi-bizden-kampanyasiyla-istanbulun-silueti-degisecek-762276.html>

Haber: “Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı Murat Kurum Kentsel Dönüşümde ‘Yarısı Bizden’ kampanyası kapsamında yapılacak konutların en geç 2 yıl

içinde teslim edileceğini, hak sahiplerine 10 bin 500 lira taşınma, 5 bin 250 lira kira yardımı yapılacağını söyledi.”

Haber ile İlgili Detaylar: “İstanbul’un Silueti Değişecek” başlıklı bu infografikte, başlığın tamamı siyah ve büyük karakterle hazırlanmıştır. İçerik, üst kısımda beş farklı bilginin yan yana dizilerek sunulması ile oluşturulmuştur. İnfografiğin kalan alt kısmında ise İstanbul’un görkemli yapıları ve kalabalık trafiğini temsil eden bir fotoğraf bulunmaktadır. Bu fotoğraf aynı zamanda infografinin zeminini de oluşturmaktadır. Bir kampanyadan bahsedilen bu infografikte “Kim?”, “Ne?”, “Nerede?”, “Nasıl?” ve “Ne Zaman?” sorularının yanıtı yer almaktadır.

Bu haber örneğinde hem görsel uyum hem de amacına göre “aşamalı, resim ve bilgilendirici” infografiklerin bir arada kullanılmıştır. Haber işlevsellik değeri yönüyle aydınlatıcıdır.

26.06.2023 tarihli “İstanbul’a gelen yabancı turist sayısı 6 milyonu geçti” başlıklı, geleneksel haberde ise İstanbul’un tarihî simgelerinden Galata Kulesi görseli tercih edilmiştir.



Şekil 3.23. İstanbul’daki Galata Kulesi’ni Gösteren Resim

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/ekonomi/istanbula-gelen-yabanci-turist-sayisi-6-milyonu-gecti-777687.html>

“İstanbul’a yılın ilk 5 ayında gelen yabancı turist sayısı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 19 artarak 6 milyon 276 bin 481 oldu.” şeklindeki nicel değerlerin

bulunduğu bu haber detaylı bir şekilde hazırlanmıştır. Aynı şekilde haberde, başka ülkelerle rakamsal karşılaştırmalara yer verilmiştir. Bu bilgilerin görselleştirilmediği haberde sadece İstanbul’un simge yerlerinden bir fotoğraf yer almaktadır. İnfografik haberde nicel veriler fotoğraf üzerinde kısa kısa ele alınırken geleneksel haberde ise nicel bilgilerin metin içinde yer aldığı dikkat çekmektedir. Aynı zamanda infografik haberde kullanılan binalar, yollar ve ışıklar şehir hayatının “hareketliliğini” de yansıtmaktadır. Geleneksel haberde kullanılan, yerli ve yabancı turistlerin sıklıkla ziyaret ettiği “Galata Kulesi” ile haber sadece görsel yönden güçlendirilmiştir.

3.6.11. 03.05.2023 Tarihli Ulaşım Hızlı Tren Konulu İnfografik Haberi

Haberin Başlığı: “Ankara-İstanbul arası 89 dakikaya inecek”



Şekil 3.24. Ankara-İstanbul Arası Hızlı Tren Hattının Detaylarını Açıklayan İnfografik
Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/ankara-sivas-yht-hatti-acildi-764638.html>

Haber: “Ankara’dan Sivas’a ulaşımı 2 saate indirecek Ankara-Sivas YHT Hattı, Cumhurbaşkanı Yardımcısı Oktay’ın katıldığı törenle açıldı. 12 saat olan demir yoluyla seyahat süresi 2 saate, Ankara-Yozgat kesiminde 1 saate indi.”

Haber ile İlgili Detaylar: “Ankara-İstanbul Süper Hızlı Tren Hattı” başlıklı bu infografik haberinde, arka planda İstanbul, Sakarya ve Ankara güzergâhı harita üzerinde

gösterilmektedir. Bu infografikte başlığın tamamı, siyah ve büyük karakterle oluşturulmuş ve şehir güzergâhlarının altında yer almaktadır. Başlıktan sonra infografikte seyahat süresi, tüneller, güzergâh uzunluğu, viyadük ve tüneller ile ilgili sayısal bilgiler yer almaktadır.

Bu infografik haber, amacına göre “konumlar ve coğrafi haritalar” örneğinde hazırlanmıştır. Detaylı ve yeteri kadar bilgi içermeyen haberde çalışmanın ne kadar sürede hangi çalışma stratejisi ile tamamlanacağı gibi bilgiler de yer almamaktadır. Bundan dolayı haber, yeteri kadar aydınlatıcı değildir. Ancak haberin konusu olan tren hattının uzunluğu, süresi ve yolda yapılacak yapılarla ilgili bilgilerle okuyucu az da olsa bilgi sahibi olabilmektedir.

İnfografik konumlar ve coğrafi haritalar; coğrafi bilgi sistemlerinde, haritalarda, grafiklerde, sokaklarda ve karayollarında, caddelerde, tünellerde, turistik yerlerde, hastanelerde, havaalanlarında, askeri alanlarda önemli olan birçok tanıdık simgeyi belirlemek veya netleştirmek için kullanılan işaretlerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Buna göre bu infografik örneğinde verilen mesajı iyi bir şekilde anlamlandırmak için görsel okuryazarlık becerisine de gereksinim duyulduğu fark edilmektedir. Diğer bir deyişle bu görsel infografikte yer alan harita üzerinden ulaşılan bilgiler görsel okuryazarlıkla desteklenerek daha anlamlı duruma gelmektedir.

22. 06.2023 tarihli, “Erzincan-Erzurum kara yolu ulaşımına açıldı” başlıklı geleneksel tarzda hazırlanan haberde ise sel sonrası bir çekilen bir fotoğraf kullanılmıştır.



Şekil 3.25. Erzincan-Erzurum Kara Yolu Gösteren Resim

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/erzincan-erzurum-kara-yolu-ulasima-acildi-776690.html>

Kısa bir içerik ile hazırlanmış olan bu geleneksel haber örneğinde, haber unsurları bulunmakla birlikte, kullanılan görselin anlık durumu yansıttığı da anlaşılmaktadır. Bu geleneksel haber örneği içerik olarak kısa bir metin şeklinde hazırlanmış olsa da okuyucunun bilgi gereksinimini karşılama bakımından yeterli durmaktadır.

3.6.12. 23.04.2023 Tarihli Tarım Çiftçiler Konulu İnfografik Haber Örneği

Haberin Başlığı: *“Cumhurbaşkanı Erdoğan: İnşasını tamamladığımız 10 köy evinin anahtarlarını teslim ediyoruz”*



Şekil 3.26. Gaziantep'in Nurdağı Köyündeki Çiftçilere 10 Müjdeyi Açıklayan İnfografik

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/cumhurbaskani-erdogan-insasini-tamamladigimiz-10-koy-evinin-anahtarlarini-teslim-ediyoruz-762272.html>



Şekil 3.27. Gaziantep'in Nurdağı Köyündeki Çiftçilere 10 Müjdeyi Açıklayan İnfografik

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/infografik/cumhurbaskani-erdogan-insasini-tamamladigimiz-10-koy-evinin-anahtarlarini-teslim-ediyoruz-762272.html>

Haber: “Gaziantep’te Köy Evleri Anahtar Teslim Töreni’ne katılan Cumhurbaşkanı Erdoğan, “İlk temelleri atışımızın 60. Gününde inşasını tamamladığımız 10 köy evinin anahtarlarını teslim ediyoruz” diye konuştu.”

Haber ile İlgili Detaylar: “Çiftçilere 10 Müjde” başlıklı bu infografik, iki bölümden oluşmaktadır. Bu infografikte kullanılan renk ve görsel kullanımının haber içeriği ile oldukça uyumlu olduğu dikkat çekmektedir. Birinci infografikte ana bilgiler, toprağı temsil eden koyu kahverengi alan üzerinde yer alırken, infografığın üst kısmı doğa görseli ile zenginleştirilmiştir. Yeşil, beyaz ve sarı renklerin hâkim olduğu ikinci infografığın ise üç boyutlu görsellerle tasarlandığı dikkat çekmektedir. Bilgiler, birinci infografikte beş madde, ikinci infografikte beş madde olacak şekilde sunulmuştur. Her bilgi önce madde altında açıklaması olacak şekilde ele alınmıştır.

Yeni bir kavramı, yeni bilgileri ve uzmanlığı iletmek veya okuyucuya bir konuya dair genel bakış sağlamak istendiğinde bu haberdeki gibi bilgilendirici infografikler tercih edilmektedir. Haber örneğinin “bilgilendirici” olması için bir dizi işlemin sıralandığı ve hedeflerin oluşturulduğu görülmektedir. Özellikle bu infografikte hem birinci hem ikinci tasarımda renklerin “sarı”, “yeşil” ve “kahverengi” tonlarının egemen olması doğa ve üretim süreçlerinin iç içe oluşunu yansıtmaktadır.

22.06.2023 tarihli, “Tarımsal kuraklık riski internetten takip edilebilecek” başlıklı 247 kelimedenden oluşan geleneksel haber örneğinde ise çorak bir toprak parçası görseli kullanılmıştır.



Şekil 3.28. Tarımsal Kuraklığı Gösteren Resim

Kaynak: <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/tarimsal-kuraklik-riski-internetten-takip-edilebilecek-776739.html>

“Tarım ve Orman Bakanlığının Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü (TAGEM) bünyesinde tarımsal kuraklığı belirlemek ve izlemek için hazırlanan projeyle Türkiye’nin tarımsal kuraklık risk haritası oluşturulacak.” şeklinde açık ve net bilgilerin yer aldığı bu haber örneğinde bir projeden söz edilmektedir. Proje ile ilgili genel bilgilerin yer aldığı bu haberde, uzun vadeli çıktılarının ne olacağı, avantaj ve dezavantaj gibi durumların ya da risklerin neler olduğu, projeye karşı alternatif projelerin de hazırlanıp hazırlanmadığı gibi bilgilere yer verilmemiştir. Bu

durumda küresel bir sorun olan kuraklık gibi olaylarda okuyucunun geniş kapsamlı aydınlatılması gerekliliği yerine getirilmediği gözlenmektedir.

Öte yandan iki numaralı haberde geleneksel haberin detaylı içeriği, çocuğun zihnini ve çocuğu nasıl etkilendiğini göstermektedir. İnfografik örnekte ise sözel içeriğin yanında okuyucu için bilgilendirici görselin de var olduğu dikkat çekmektedir. Kullanılan görsellerden çıkarılan anlam ve etki “şekil-zemin” bağlamında farklılaşmaktadır. Bu durum, bir haberin sadece bilgi aktarımı değil psikolojik yönlendirme aracı olarak değerlendirilebileceğini de göstermektedir. Yine dört numaralı haber örneği incelenip iki haber örneği karşılaştırıldığı zaman ele alınan infografik haber örneğinin bir geleneksel haberden çok daha ayrıntılı ve nokta atışı bilgilere sahip olabileceğini göstermektedir. Bu durumda teknolojik ve görsel tasarımların ne denli etkileyici ve fonksiyonel olabileceği belirtilebilir.

Bir haber her zaman çok detaylı bir şekilde sunulmayabilir. Altı numaralı haber örneğinde ele alınan infografik ve geleneksel haber örneklerinde yer alan bilgilerin kısıtlı olduğu görülmektedir. Günümüz dünyasında her alanda sıklıkla karşılaştığımız değişimin, öğrenme süreçlerinde etkisini de göz önünde bulundurduğumuzda infografik haberde yer alan görsellerle bilgiyi somutlaştırmanın ne denli önemli olduğu anlaşılmaktadır. Yedi numaralı infografik haber örneğinde yer verilen nicel verilerin bir görselde somutlaştırılmış olduğu, geleneksel haber örneğinde ise nicel verilerin bir paragrafta sıralandığı görülmektedir. Geleneksel haber örneğindeki nicel verilerin gruplandırılmadığı ve bilgilerin art arda sıralandığı bunun da akılda kalıcılığı güçleştirdiği fark edilmektedir. Benzer şekilde sekiz numaralı haber örneğinde ise infografik haber örneğinde yer alan görseller ile geleneksel haber örneği karşılaştırıldığında; infografik örneğinde hem yazılı içerik hem de nicel verilerin görsellerle açıklandığı görülürken geleneksel haber örneğinde kan alma anında çekilmiş bir fotoğrafa yer verilmiştir. İnfografik örneğinde görsel okuryazarlık başarılı bir şekilde yapıldığında haberde kan vermenin olumlu ve istenen bir davranış olduğu okunabilmektedir. Ancak geleneksel haber örneği için bu durumdan söz edilemeyeceği gibi bu görseli, iğne korkusu olan insanlar için “itici bir uyarıcı” olarak da yorumlanabilir. Bu durumda infografik haber örneğinin daha etkili olduğu belirtilebilir. Bu durumda bir haberin içerdiği bilgi kadar bu haberin bilgiyi aktarma şeklinin de önemi açıktır.

Netice itibari ile yukarıda incelenen 12 infografik haber örneğinde; dikkat çekicilik, anlaşılabilirlik, mesajın net şekilde iletilmiş olması, estetik diğer bir deyişle görsel zenginlik ve renk uyumları ile okuyucunun bilgi karmaşasından kurtarılıp doğru/objektif bilgi edinmesine ilişkin unsurların yer aldığı söylenebilir. Bununla birlikte infografik örneklerinde yer alan içerik; teyit edilmiş bilgiler, gerçekler ve istatistiksel verilerden oluşmaktadır. İnfografik haber örneklerinin yanında TRT Haber sitesinden 12 farklı geleneksel haber örneğine yer verilmiştir. Bu haber örneklerinde içeriğin oldukça detaylı olduğu, görsel kullanımında en az 2 farklı fotoğraf kullanıldığı bununla birlikte 8. haber örneğinde olduğu gibi yazılı görsellerle konuya özet havası kazandırıldığı dikkat çekmektedir. Kullanılan görsellerde renk tonlarında koyu renklerin hâkim olduğu ifade edilebilir. Bu haber örneklerinde genellikle detaylı verilere ulaşılırken “güncel nüfus” ve “teknoloji, uzay” ile ilgili olan haber örneklerinde ise daha kısa bir şekilde bilgilerin yer aldığı görülmektedir. Bu durum, geleneksel haber ve infografik haberlerin benzer bir şekilde az kelime, cümle veya kavramlarla hazırlanabileceğini ve buna rağmen daha çok bilgi aktarabileceğini göstermektedir.

SONUÇ

“Geleneksel Yayıncılıktan Dijital Yayıncılığa Geçiş: İnfografik Kullanımında TRT Haber Örneği” başlığı altında yapılan bu araştırma kapsamında geleneksel yayıncılık ve dijital yayıncılık ile ilgili olarak öncelikle bir alan yazın sunularak, geleneksel ve dijital medyanın gelişim sürecinden bugün geldiği nokta irdelenmiştir.

Eldem Anar (2020) tarafından belirtildiği gibi okur için haberlerde yer alan veriler, tablo ve analizler haberin güvenilirliğini desteklemekte, veriye dayalı görsel anlatımla geleneksel gazetecilik anlayışında ulaşılması zor görünen vaka ve olaylar daha kolay haberleşebilmektedir. Bu bağlamda geleneksel habercilik anlayışında infografik haberlerden kısmen yararlanmakla birlikte yeni medya anlayışında, dijitalleşen dünyada harita, grafik, sembol ve görseller etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Bu araştırma kapsamında incelenen TRT Haber sitesinden ulaşılan infografik haber örnekleri de bu durumu destekler niteliktedir. Siricharoen (2013) tarafından belirtildiği gibi infografiklerin habere konu edinilmesi ile görsel iletişim unsurları ön plana çıkartılıp, istatistik veriler, tasarım, şekil ve grafiklerle aktararak okurun habere yönelik yaklaşımı ve ilgisi üzerinde etkili olmaya çalışılmaktadır.

TRT Haber sitesinde incelenen tüm infografiklerin renk, haberin anlatımı, sadeliği, aranan bilgiye işlevsel bir şekilde ulaşılması, kullanılmış olan görsellerin özellikleri, okuyucuda merak uyandırma, sunulan bilgileri derinleştirmek için yeni araştırmalara yönlendirme gibi özelliklerin yer aldığı görülmektedir. Bu hususta işlevsel ve amaca uygun olan bu infografiklerde görsel teknolojilerin katkısı büyüktür. Zira infografiklerde yer alan görseller, bunların dizaynı, yerleştirilmesi, doku, hareketlilik, istatistiksel grafikler/veriler gibi yer alan her bir öğelerde görsel teknolojinin izleri yoğun olarak görülmektedir.

Veri ve bilgileri çekici, eğlenceli, basit bir şekilde sunmak ve görüntülemek için kullanılan yeni dijital yayıncılık araçlarından biri olan infografik teknolojisinin önemini tartışmayı hedefleyen bu araştırmada, TRT Haber kanalı internet sitesinde yer alan infografik haberin geleneksel haberle benzer ve farklılaşan özellikleri incelemiştir. Haber sitelerinde geleneksel haberlerden farklı olarak bilgi ve haberlerin görsel yollarla sunulmasında, infografik teknolojisinin büyük önemi olduğu gözlenmiştir. Buna dayanarak son zamanlarda haber sitelerinde bu tür haberlere olan ilgide gözle görülür

bir artış olduğu düşüncesinden hareketle, TRT Haber sitesinde yer alan örnek haberler seçilmiştir. TRT'nin geleneksel haber sitesi ile karşılaştırıldığında, kurumsal manada infografik haberlere olan eğilim, yine bu doğrultuda haber kategorileri arasındaki benzerlik ve farklılıklara odaklanma ile infografik haberin, yeterli bilgi aktarıp aktarmadığı irdelenmiştir. Bu bağlamda elde edilen sonuçların gösterdiği gibi infografik haberler günden güne yaygınlaşmakta, tasarım ve içerik düzenlemelerinde giderek uzmanlaşmaktadır. Infografik haberlerin geleneksel haberlerden daha eğlenceli olduğu, eğitim seviyesi düşük insanlara da hitap ettiği fark edilmektedir. Diğer bir deyişle Krum (2014) tarafından belirtildiği gibi bir infografik tasarım; etkili, öğrenmesi zevkli, kitleyi bilgilendirici, ikna edici ve kısa sürede çok bilgiye ulaşmayı sağlamaktadır. Infografik haberlerde görsel imaj sayesinde haberlerin okunması daha kolay olmaktadır. Dolayısıyla infografik haberler, okuyucunun dikkatini daha kolay çekmektedir.

Öztürk'ün (2012) vurguladığı gibi, infografiklerle “potansiyel algı problemleri” önlenerek karmaşık bilgiler; grafik, renk ve fotoğraf gibi unsurlarla bütünleştirilip “estetik” bir tasarımla görselleştirilerek bir sistem içinde sunulmaktadır. Bu yönüyle infografiklerde “*parçaları anlamak için bütüne, bütünü okumak için de parçalara*” gereksinim duyulmakta olup amaç, istenilen mesajı olabildiğince az metin kullanıp doğru bir şekilde betimleyip simgelerle aktarmaktır. İncelenen infografik örneklerinin bazılarının ikili şekilde hazırlandığı bazılarının ise tek olarak hazırlandığı görülmektedir.

İletişim alanındaki teknolojik değişimlerin kurumsal yapıların içerik üretme biçiminde çeşitliliğe veya değişime yol açtığı; veri, sayı, harita, resim biçimindeki karmaşık bilgileri basitleştiren görsel bir iletişim dili sağlanarak kullanıcıya bilgiler sunduğu; haber sitelerinde bulunan infografiklerin bu değişimin yansımaları olduğu tespit edilmiştir.

Özellikle her şeyin hızla değiştiği günümüz dünyasında, teknoloji ile bu denli iç içeyken sayfalarca ya da saatlerce araştırma ve okumalar sonunda edinilebilecek bir bilginin, bir ya da birkaç infografik ile okuyucunun tüm cevapları bulabileceği şekilde ulaşmasının ne kadar işlevsel olduğu yadsınamaz hâle gelmiştir. Bu bağlamda incelenen haber örneklerinin, TRT'nin geleneksel haber sitesi ile karşılaştırıldığında, infografik

haber örneklerine olan eğilimin de ne denli önemli olduğu açıktır. Diğer bir deyişle geleneksel habere karşı dijital haber anlayışı, bir haberde bulunması gereken özellikleri ve işlevselliği taşıması bakımından yükselişini sürdürmekte, bu yükseliş teknoloji ve dijitalin egemen olduğu süre boyunca artma eğiliminde olmaya devam edecek görünmektedir.

Bilginin görselleştirilmesinde kullanılan yöntemlerden biri olan infografikler; teknolojinin hızlı ilerlemesi ve bilginin devamlı bir şekilde artışıyla dijital dünyada yaygın olarak kullanılması ve etkisiyle popüler hale gelmiştir (Lankow, Ritchie ve Crooks, 2012). Daha önce belirtildiği gibi “bilgi” ve “grafik” kelimelerinin bir birleşimi olan infografik, okuyucun ya da izleyicinin dikkatini çekip kavrayışını artırmak için tasarlanan görsellerdir. Aynı zamanda bugünün dünyasında görselliği ön plana alan toplumlar için bir çeşit “görsel iletişim” şeklidir. “Bir resim bin kelimeye bedeldir.” ifadesi görselliğin neden önemli hâle geldiğini betimlemektedir (Smiciklas, 2012). Diğer yandan infografik kullanımında önemli olan “karmaşık bilginin güdüleyici bir yolla iletişim amaçlı” kullanılır hâle gelmesi, görsel toplum için oldukça işlevsel bir durumu ifade etmektedir (Harrison, Reinecke ve Chang, 2015).

Türkiye’de etkili, halka açık ve geniş bir izleyici/okuyucu kitleye sahip olması yanında infografik teknolojisini kullanması nedeniyle TRT Haber kanalı internet sitesinden, dünyadan ve Türkiye’den güncel, faydalı, ilgi çekici, kısa ve net bilgilerin bulunduğu birçok infografik örneğinin mevcut olduğu tespit edilmiştir. Bu haber örneklerinin, sunduğu bilgi ve istatistikler bakımından teyit edilmiş bilgiler olmasının yanında anahtar olabilecek, odak bilgilerin ulaşılmasını sağlayacak biçimde hazırlanmış olduğu belirlenmiştir. Ancak çoğu geleneksel haber anlayışındaki gibi detaylı değildir. Detaylı olan örneklerin ise görsel açıdan yoğunluk ve doluluk taşıması nedeniyle okuyucu açısından yorgunluğa neden olabileceği gözden kaçırılmamalıdır.

Okay (2021) tarafından belirtildiği gibi infografik haber anlatı formatları, elde edilen verilerin görsel hâle getirilmesini ifade ederken veri üzerinden görselleştirilen bilgi grafiği ile bir haber özet olarak sunulabilmektedir. Böylelikle, uzun yazılacak bir haberin parçalara “görsellerle resim formatı” temelinde okuyucuya aktarılması sağlanmaktadır.

İnfografik haber formatı, araştırmacı gazeteciler tarafından kullanıcının ilgisini çekecek şekilde grafikler kullanılarak hazırlanmakta ve birçok istatistiksel veriyi özet bir şekilde okuyucu ya da izleyiciye sunmaktadır. Böylelikle okuyucu ya da izleyici istatistiksel veriler arasında kaybolmamaktadır. Bu anlatılar, dijital habercilik pratiklerinden olan veri gazeteciliğinde, araştırmanın haber hâline gelmesi için kullanılan yöntemler arasındadır. Araştırma kapsamında da TRT ekranlarında yer verilen infografiklerde bunun sıklıkla kullanıldığı tespit edilmiştir.

Öte taraftan araştırmada incelenen 12 infografik haber örneğinde; dikkat çekicilik, anlaşılabilirlik, mesajın net ve açık şekilde iletilmiş olması, estetik diğer bir deyişle görsel zenginlik ve renk uyumları ile okuyucunun bilgi karmaşasından kurtarılıp doğru ve objektif bilgi edinmesine ilişkin unsurların yer aldığı belirtilebilir. İnfografik örneklerinde yer alan içerik; teyit edilmiş bilgi, gerçek ve istatistiksel verilerden oluşmaktadır. Aynı zamanda Al-Rubai (2018: 34-35) tarafından belirtildiği gibi infografinin işlevleri farklı disiplinlerde çeşitli şekilde ortaya çıkmaktadır. Araştırmada kapsamında bu örneklere de yer verilmiş olup bu çeşitlilik ortaya konulmuştur.

Sonuç olarak İbrahim (2015: 123) tarafından belirtildiği gibi gazete veya web sitesinin iletmek istediği medya mesajını, okuyucunun okuma zamanını boşa harcayan gri bloklar yerine keyifli bir görsel yolla iletmek, karmaşık verileri kolay bir şekilde görüntülemek, infografik haberlerin avantajlarını ortaya koymaktadır. İnfografik haberlerin sayılarla uğraşma, verileri analiz etme, neden sonuç ilişkisi kurma ve olayın farklı unsurları arasındaki ilişkileri netleştirme gibi avantajları da göz ardı edilmemelidir. Okuyucunun haberi anlamasını artıran alıntılar ve açıklamalarla bilginin veya haberin aktarımının daha kolay sağlanması konusunda dijitalleşmenin dolayısıyla infografiklerin önemi yadsınamaz.

KAYNAKLAR

- Abdel Maksoud, M. (2018). "Medya Mesajını Vurgulamak ve Bilginin ve Hedeflenen Verilerin Halka Aktarımını Kolaylaştırmak İçin İnfografik Tasarımların Rolü", *Mimarlık ve Sanat Dergisi*, (10): The Arab Society for Islam Civilization and Arts.
- Abdel Reda, A. (2017). *İnfografik Tasarım Sayısında Uygulamalı Programlar*. Lübnan: Dar Al-Bayda Journal.
- Abdelbaset, H. M. (2015). "Öğretme ve Öğrenme Süreçlerinde İnfografik Kullanımının Etkinleştirilmesinin Temel Dayanakları". *E-Öğrenme Dergisi*, Kahire, (1), 10.
- Abdul Aal, A. M. (2011). "Arap Üniversitelerinde Elektronik Yayıncılığın Önündeki Engeller ve Bundan Yararlanma Eksikliği: Sohag Üniversitesi Model: Yayınlanmış Bir Çalışma". *Kıbrıs Dergisi*, (26). 15.
- Abul rahman, S. M. (2020). *Veri Gazeteciliğinde İnfografik*. Amman: Ghaida Yayınevi
- Ahmed, A. Y. (2013). *Elektronik Yayıncılık, Uluslararası Dijital Kütüphane Projeleri ve Kültürel Mirasın Sayısallaştırılması ve Korunmasında Araçların Rolü*. Giza: Nahdet Mısır Yayınevi.
- Alamuddin, M. (2014). *Yeni Dijital Medya: Çevre ve Araçlar*. Kahire: Yayıncılık ve Dağıtım İçin Dar Al-Sahab.
- al-Dalu, J. R. (2017). "Filistin Basınındaki İnfografikler - Al-Risala Gazetesinin Örnek Olay İncelemesi". *İslam İnsan Araştırmaları Üniversitesi Dergisi*, (8), 11-13.
- Al-Danayen, A.M. D. (2001). *İnternetin Medya İşlevi, Medya Alanında Kullanımını Bilmek İçin Bir Çalışma*. (Yüksek Lisans Tezi). Bağdat: Bağdat Üniversitesi Kitle İletişimi Bölümü, Güzel Sanatlar Fakültesi.
- Alioğlu, N. (2011). *Yeni Medya Sanatı ve Estetiği (Yeni Medyanın İlkeleri – Geleneksel ve Yeni Medya)*, İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Alliban, S. D. (1997). "Gazetecilik Çıktı Araştırması, Gelişim Alanlarının Gelecek Vizyonu - Gazetecilikte Renkli Çalışmalara Yönelik Eğilim". *Medya Araştırmaları Dergisi*, 285.

- Almalek, M. (2002). *Çevirilerin Dijital Olarak Yayınlanması*. Kral Fahd baskı kompleksi.
- Almasoodi, A.T. (2021). *Habere Ulaşmada Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Almasoodi, A.T.R. ve Sucu, İ. (2021), “Habercilikte Geleneksel Medyadan Yeni Medya Platformlarına Geçiş Yönünde Haber Oluşumu”, *Kadim Akademi SBD*, 5(1), 52-68.
- Alnaadi, N. (tarih yok). *Gazetecilik Üretimi Sanatı (2)*. Amman: Yayın ve Dağıtım İçin Arap Topluluk Kütüphanesi.
- Alnajaa, A. (2000). *Dijital Yayıncılık*. Mısır: Bilimsel Kültür Evi Edebiyat Fakültesi, İskenderiye Üniversitesi.
- Al-Rubai, B. H. (2018). *İnfografikler ve Haber Sitelerinin Kullanıcıları Arasında Görsel Algı ile İlişkisi*. (Doktora Tezi). Bağdat: Bağdat Üniversitesi. İletişim Fakültesi.
- Al-Shehri, F. A. (2008). “İnternet Gazeteciliği Nerede?”, *Al-riyadh Gazetesi*, 14475.
- Arık, İ.A. (1992). *Psikolojide Bilimsel Yöntem*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Ay, R. (2016). *Görsel İletişim Tasarımında Dijital Yayıncılık*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi.
- Balabanlar, A. (2011). “Avantajları Açısından Dijital Radyo Yayıncılığı (Dab)”. *Marmara İletişim Dergisi*, (18), 15-26. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/maruid/issue/25223/266620>
- Bin Nafla, Y. (2019). “Dijital Yayıncılık ve Bilimsel ve Eğitimsel Araştırmalara Ulaşmadaki Önemi”. *Edebiyat Dergisi*, (66), 1.
- Demirel, S. D. (2018). “Dijital Medyada Haber Üretim Sürecinde Okuyucu Odaklılık”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, 11(55), 824-831.
- Dimofinf. (2017). Infografik tasarım için en önemli 7 site. <https://www.dimofinf.net/blog/> ,Erişim Tarihi: 30 Haziran 2023.

- Durmuş, B., Yurtkoru, Ulusu, Y. ve Kılıç, B. (2010). *Facebook'tayız: Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve İşletmelere Yönelik İncelemesi: Facebook Üzerine Bir Araştırma*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Ebu Bekir, İ. H. (2014). *Veri Gazeteciliği El Kitabı*. Kahire: Mısır Kitap Evi.
- Ebu Nasr, M. M. (2017). *Uzaktan Eğitim, Daha İyi Bir Geleceğe Açılan Kapınız*. Kahire: Arap Eğitim ve Yayın Grubu.
- Eldem Anar, Ü. İ. (2020). "Verinin İşlenmesi Sürecinde İnfografik ve İnteraktif Habercilik". *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (16), 133-160 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kilad/issue/57944/787005>
- Erdal, B. B. (2021). "İnfografik Tasarımında Kullanılan Web Teknolojilerinin Karşılaştırılması". *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11 (3), 797-812.
- Ertürk, M. (2016). *Mobil Araçlara Yönelik Dijital Yayın Tasarımı ve Sakarya Üniversitesi İçin Bir Uygulama*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Faysal , D. (2019). *Elektronik Medya Çalışmaları*. Cezayir: Elektronik Kitap Merkezi.
- Feerreira, J. (2014). *Infographics An Introduction Centre for Business in Society*. Coventry Universtiy.
- Fırat, M. ve Özdamar Keskin, N. (2018). *Dijital Okuryazarlık*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, https://www.munzur.edu.tr/birimler/akademik/armer/tusem/Pages/file/dijital_okur_yazarlik.pdf
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Ghaitas, G. M. (2011). "Bilgi Devriminin Işığında Medya ve Yaratıcılık: Elektronik Gazetecilik ve Açık Yaratıcılık". *Medyanın Rolü Konferansı e Demokrasi ve İfade ve Fikir Özgürlüğünü Destekleyen Bilgi Teknolojisi*, (s. 7). Malezya: Kuala Lumpur.
- Girgin, A. (2000). "Haber". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:10, 85- 96.

- Gül, Y ve Özen, A. (2007). “Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örnekleme Sorunu”. *KKEFD*, 15, 393-422.
- Gümüş, S., Erdoğdu, E., & Bozkurt, A. (2017). “Dijital Yayıncılık ve Dijital Yayıncılık Araçları”. İ. Usta & H. S. Kıray (Eds), *Web Yayıncılığı* (s. 96-125). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. ISBN: 978-975-06-2106-2.
- Harrison, L., Reinecke, K., & Chang, R. (2015). “Infographic Aesthetics: Designing for the First Impression”. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (1187-1190).
- Hayun, H. A.-R. (2019). *Web Sitelerinin İçeriğinde İnfografik Kullanmak: Analitik Bir Çalışma*, (Alsumaria News web sitesi _ Al-Sabah Newspaper _ Arabic Subsonic). Irak Üniversitesi.
- İbrahim, İ. (2015). *Gazetecilik Yönünde Modern*. Kahire, Mısır: Yayıncılık ve Dağıtım.
- Karasar, N. (1998). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Kırık, A. M. (2013). “Kişisel Bir Dünya Modeli: İnteraktif Televizyon Yayıncılığı”, *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2(3), 66-75.
- Kırık, A. M. (2017). “Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu”. *GİFDER*, 5(1), 34.
- Kim, G., & Lui, C. (2010). “The Impacts of Blink on Graphical Information Processing”. *International Journal of Information Processing and Management*, (1), 12.
- Krauss, J. (2012). “Infographic: More Than Words Can Say, learning & leading With Technology”. *International Society for Technology in Education*, 10-11.
- Krum, R. (2014). *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design*. Indiana: John Wiley & Sons, Inc.
- Kuyucu, M. (2013). “Yeni İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar Üzerine Bir Güncelleme”, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya*. Ed. M. Kuyucu ve T. Karahisar İstanbul: Zinde Yayıncılık. 114-150
- Lankow, J., & Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). *Infographics: The Power of Visual Storytelling*. John Wiley & Sons.

- Mcguire, S. (2023). What Are the 9 Types of Infographics?. <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/#2> 12 Mayıs 2023.
- Mehdi, L. (2022). Dijital Gazetecilik Yayıncılığı Nedir. <https://e3arabi.com>, Erişim Tarihi: 14 Şubat 2023.
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). "İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294.
- Mokhtar. (2022). Dijital İçerik Nedir, Önemi ve Türleri. <https://motaber.com/digital-content>, Erişim Tarihi: 15 Mart 2023 .
- Narin, B. (2017). *Gazetecilik 2.0 İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinsellik*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Öztürk, K. K. (2012). *Ulusal Basında Bilginin Sunumu İnfografik ve İllüstrasyonlar*, (Yüksek Lisans Tezi). Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Rayan, M. S. (2014). *Elektronik Medyada Politik Pazarlama*. Giza: Atlas Dağıtım ve Yayıncılık
- Razika, M. (2016). "İnternet Aracılığıyla Dijital Yayıncılık ve Öğrenciler Arasında Bilimsel Araştırma Geliştirmedeki Rolü". *İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, Cezayir Mouloud Maamari Üniversitesi, (5), 12.
- Sabi, F. (2021). *Cezayir Elektronik Basınında Gazetecilik Performansının Geliştirilmesinde Elektronik Yayıncılığın Rolü: Cezayir Gazetelerinin Web Siteleriyle Temas Halinde Olanların Saha Çalışması*, (Doktora Tezi), Cezayir Üniversitesi İletişim ve medya bilimleri Fakültesi.
- Sedig, K., Parsons, P., & Babanski, A. (2012). "Towards a Characterization of Interactivity in Visual Analytics. J. Multim. Process". *Technol*, 3(1), 12-28.
- Sedig, K., Parsons, P., Babanski, A. (2013). *Towards A Characterization of İnteractivity in Visual Analytics*, London, Ontario: Western University.
- Shirky, C. (2009). *Here Comes Everybody: How Change Happens When People Come Together*. UK: Penguin.

- Siricharoen, M. V. (2013). "Infographics: The New Communication Tools in Digital Age", *The International Conference on E-Technologies and Business on the Web* (EBW2013), 169-174.
https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/100772/1/urfu2274_d.pdf
- Siricharoen, W. V. (2014). *Infographics: The New Communication Tools in Digital Age*. Bangkok, Thailand: School of Science and Technology University of the Thai Chamber of Commerce.
- Smiciklas, M. (2012). *The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience*. Pearson/Que Publishing: Indianapolis, IN.
- Sütçü, C. S. (2007). "Küreselleşme ve E-Devlet Uygulamalarının Kamusal Alan Olarak Değerlendirilmesi", *Küreselleşme Üzerine Notlar*, (Ed. Oğuz Kaymakçı), İstanbul: Nobel Yayınları.
- Şahin, Ş. K. (2014). *Arap dünyasında geleneksel ve dijital yayıncılık*. Kahire, Mısır: Al Jawhara yayıncılık ve dağıtım.
- Şaltut, M. (2016). *Planlamadan Üretime İnfografik*, Kral Fahd Ulusal Kütüphanesi.
- Tavşancıl, E. ve Aslan, E. A. (2001). *Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller İçin İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon.
- Titaoui, M. (2016). *Elektronik Yayıncılık ve Basın Bülteni*. Mısır: Arap Basın Ajansı.
- Tokgöz, Oya (2015). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Uyandur, B. İ. (2014). "Data Visualization and Infographics In Visual Communication Design Education at The Age of Information". *Journal of Arts and Humanities*, (1), 12.
- Vural, S. (2017). "Durağan Bilgi Grafiklerinde Veri Görselleştirme Yaklaşımları". *Uluslararası Cumhuriyet Sanat Günleri*, 18-20 Nisan, Sivas.
- Yılmaz, E. (2019). *Türkiye'de Televizyon Haberciliğinde Sosyal Medyanın Etkileri, Show Tv Ana Haber ve TGRT Haber TV Örneği ile Whatsapp Haberciliği*, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Safa M. R. Alasaad
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	
Y.Lisans Öğrenimi	
Bildiği Yabancı Diller	
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
E-Posta Adresi	
Tarih	25/07/2023