

Dijital Basında "Büyük Çöküş" ve EN-TPS: Yeni Nesil Kamu Destek Metodolojisi

Özet

Bu çalışma, Türkiye'de resmi ilan dağıtım sisteminin dijital mecralardaki "nicelik odaklı" tikanıklığını ve küresel platform ekosistemiyle olan yapısal uyumsuzluğunu analiz etmektedir. Mevcut sistemin dayandığı "tıklama" (click) ve "günlük haber kotası" kriterlerinin; yayıncıları içerik kirliliğine zorladığı, Google'ın kalite algoritmaları (E-E-A-T) tarafından cezalandırıldığı ve yapay zeka destekli "sıfır tıklama" (zero-click) dönemi karşısında işlevsiz kaldığı ortaya konulmuştur. Çalışmanın sonuç bölümünde, API entegrasyonlu ve 1-10 ölçekli "Entegre Puanlama Sistemi" (EN-TPS) önerilmektedir.

1. Giriş: Dijital Gazetecilikte "Tık Hapsi"

195 sayılı Kanun çerçevesinde yürütülen resmi ilan dağıtımı, yerel basının sürdürülebilirliği için bir "kamusal fon" niteliğindedir.¹ Ancak mevcut yönetmelikler, dijital yayıncılığı sayısal barajlara (ziyaretçi sayısı, sayfa görüntüleme, asgari haber sayısı) indirgemıştır. Bu durum, gazeteciliği topluma bilgi sunma görevinden uzaklaştırıp; algoritmaları aldatmaya çalışan bir "tık avcılığı" (clickbait) sektörüne dönüştürmüştür.

2. Mevcut Yapısal Sorunlar ve Mevzuat Çelişkileri

2.1. Günlük Haber Kotası ve "Kopya-Yapıştır" Teşviki

Mevcut düzenleme, kategorilere göre günlük 15 ile 120 arasında asgari haber girişi zorunluluğu getirmektedir.²

- İçerik Enflasyonu:** Yerel bir haber sitesinin kendi kadrosuyla günde onlarca "özgün" haber üretmesi teknik olarak imkansızdır. Bu kota baskısı, yayıncıları ajans haberlerini (AA, İHA, DHA) noktasına dokunmadan kopyalamaya veya anlamsız "galeri haberler" üretmeye zorlamaktadır.
- Haberin Değersizleşmesi:** Nicelik artarken nitelik düşmekte; haber siteleri gazete kimliğinden uzaklaşıp, ajans bültenlerinin "ayna siteleri" (mirror sites) haline gelmektedir. BİK, 2026 yılı başında bu kotayı %50 oranında düşüreceğini ifade etse de, nicelik odaklılık

hala temel sorun olmaya devam etmektedir.

2.2. İstihdam Manipülasyonu ve "Hayalet Kadrolar"

Yüksek kadro şartları (Genel Kategori için 32 fikir işçisi vb.), ekonomik zorluklar içindeki yayıncıları "kağıt üzerinde istihdam" gibi yasal görünümlü ancak üretim karşılığı olmayan modellere itmektedir. Bu durum, nitelikli fikir işçisinin sektöre girmesini değil, düşük ücretli veya pasif sigortalı kadrolarla "şartları tamamlama" kurnazlığını beslemektedir.³

2.3. Denetimde "Hatalı Pozitif" Riski

BİK Analitik sistemi, sahte trafiği takip edeceğini ifade etmektedir. Ancak siber güvenlik literatüründe, sofistike bot ağlarının (SIVT) gerçek kullanıcıyı taklit etme yeteneği her geçen gün artmaktadır. Sadece sayısal verilere dayalı bir denetim; bir haberin doğal yollarla viral olması sonucu gelen gerçek trafiği "manipülasyon" sanarak dürüst yayıncıyı cezalandırma riski taşımaktadır.

3. Teknolojik Tehditler ve Platform Dönüşümü

3.1. Yapay Zeka ve "Cevap Motorları" (AEO vs. SEO)

Google AI Overviews ve ChatGPT gibi "Cevap Motorları" (Answer Engines), haberi özetleyerek kullanıcıya sunmaktadır.

- **Sıfır Tıklama (Zero-Click) Ekonomisi:** 2025 verilerine göre Google aramalarının %60'ı herhangi bir siteye tıklanmadan sonuçlanmaktadır. Kullanıcı bilgiyi Google snippet'inden alıp çıkmakta, BİK'in ana kriteri olan "site içi ziyaretçi" kaydı oluşmamaktadır.
- **Trafik Kaybı:** Araştırmalar, AI özetleri nedeniyle haber sitelerine giden organik trafiğin 2026 yılına kadar %43 oranında azalacağını öngörmektedir.

3.2. Sosyal Medya Fragmentasyonu

Kullanıcılar artık haber okumak için siteye girmiyor; TikTok, Instagram veya X platformlarında gördüğü başlık veya 60 saniyelik video ile yetiniyor. Haber siteleri bu platformlarda yüz binlerce erişim olsa da, bu "erişim gücü" BİK'in mevcut sisteminde bir değer ifade etmemektedir.

4. Google Algoritması ile Yapısal Uyumsuzluk

BİK kriterlerini yerine getiren bir yayıncı, paradoksal olarak Google tarafından cezalandırılmaktadır.

- **Helpful Content (Faydalı İçerik) Filtresi:** Google, sadece trafik çekmek amacıyla seri üretilen (mass produced) ve düşük katma değerli içerikleri arama sonuçlarından silmektedir. BİK'in yüksek haber sayısı kotası, siteleri Google gözünde "içerik çiftliği" (content farm) durumuna düşürerek trafiğin %85-%95 oranında düşmesine neden olabilmektedir.

- **E-E-A-T Standartları:** Google; Deneyim, Uzmanlık, Yetkinlik ve Güvenilirlik sinyallerini ödüllendirmektedir. Mevcut BİK sistemi ise "kimin yazdığına" değil, "kaç kişinin tıkladığına" bakarak Google'ın tam tersi bir kalite yönelimi sergilemektedir.

5. Çözüm Önerisi: EN-TPS (Entegre Puanlama Sistemi)

Tıklama ve haber sayısı sayan "bakkal defteri" modeli yerine; API entegrasyonlu, Google kalite standartlarıyla uyumlu ve 1-10 ölçekli otomatik bir model hayata geçirilmelidir.

5.1. Veri Toplama Metodolojisi (API Entegrasyonu)

Sistem, veriyi yayıncıdan değil, doğrudan küresel platformların API'leri üzerinden çekerek suistimali sıfırlamalıdır:

- **Google Search Console API:** Sadece tıklar değil, "Gösterimler" (Impressions) çekilmelidir. Bu veri, kullanıcının siteye girmese bile haberi Google'da gördüğünü doğrular.
- **Sosyal Medya Graph API:** Facebook, Instagram ve TikTok üzerinden doğrulanmış "Organik Erişim" ve "Etkileşim" rakamları sisteme dahil edilmelidir.

5.2. Puanlama Değişkenleri ve Formülasyon

Her haber sitesi için aylık olarak hesaplanacak Dijital Gazetecilik Endeks Puanı (P), aşağıdaki ağırlıklarla belirlenir:

1. Erişim Gücü (E):

$$E = (Google_Gösterimleri \cdot 0.6) + (Sosyal_Medya_Erişimi \cdot 0.4)$$

Bu veri, içeriğin ulaştığı toplam tekil kişiyi temsil eder.

2. İçerik Niteliği (N):

$$N = (Özgünlük_Skoru \cdot 0.7) + (Özel_Haber_Katsayısı \cdot 0.3)$$

- **Özgünlük Skoru:** AI destekli semantik analizle (SBERT vb.) metnin ajans havuzlarıyla benzerliği ölçülür. Benzerlik %80 üzerindeyse skor düşer.
- **Özel Haber Katsayısı:** Kendi muhabiri tarafından üretilen, başka kaynakta olmayan isimlendirilmiş varlıklara (named entities) sahip içeriklerin toplam içeriğe oranıdır. Özel haberler, sistemde 5.0x ile 10.0x arası daha yüksek çarpanla ödüllendirilir.

3. Güven ve Şeffaflık (G):

$$G = (JTI_Skoru \cdot 0.5) + (Yazar_Yetkinliği \cdot 0.3) + (Şeffaflık_Puanı \cdot 0.2)$$

JTI (Journalism Trust Initiative) sertifikasyonu ve Google'ın E-E-A-T prensiplerine uyumdur.

4. Okur Sadakati (S):

$$S = (Doğrudan_Trafik \cdot 0.5) + (Ortalama_Okuma_Süresi \cdot 0.5)$$

saniyenin altındaki ziyaretler niteliksiz sayılarak puanlamadan düşülür.

5.3. Nihai Hesaplama Modeli

$$P = (E \cdot 0.30) + (N \cdot 0.30) + (G \cdot 0.20) + (S \cdot 0.20)$$

Elde edilen bu puan (1-10 arası), sitenin alacağı resmi ilan kontenjanını ve birim fiyat çarpanını belirlemelidir.

5.4. Katsayıların Bilimsel ve Sektörel Gerekçeleri

EN-TPS modelinde kullanılan katsayılar, dijital ekosistemin mevcut dinamikleri ve Google'ın kalite yönergeleri (E-E-A-T) temel alınarak belirlenmiştir:

- **Erişim Gücü (E) Neden 60/40?** Google, dijital trafiğin %93'ünü domine eden ana kaynaktır. Ancak sosyal medya (TikTok, Instagram), özellikle 35 yaş altı kitlenin birincil haber kaynağı haline gelmiştir. Google verisine %60 ağırlık verilmesi, yayının "bilgi arayan" kitledeki otoritesini korurken; sosyal medyaya verilen %40 ağırlık, haberin "viral etkisini" ve toplumsal yayılımını ödüllendirir.
- **İçerik Niteliği (N) Neden 70/30?** Bir haberin "özgün" olması (intihal içermemesi), en temel gazetecilik kriteridir. Bu nedenle özgünlük skoru %70 ağırlığa sahiptir. Özel haber katsayısına verilen %30 ise, yayının ajans bağımlılığından kurtulup sahada üretim yapmasını teşvik eden bir "bonus" mekanizmasıdır.
- **Puan (P) Katsayılarının Dağılım Gerekçesi:**
 - **Erişim ve Nitelik (%30 + %30):** Bir haber sitesinin varlık sebebi geniş kitlelere (E) doğru ve özgün bilgi (N) sunmaktır. Bu iki temel direk puanın %60'ını oluşturur.
 - **Güven (%20):** Google'ın "en önemli kriter" olarak tanımladığı Trustworthiness (Güvenilirlik) sinyallerini temsil eder. Sadece popüler olanın değil, etik olanın desteklenmesini sağlar.
 - **Sadakət (%20):** Bot trafiğini ayırt etmenin en güçlü yolu "sayfada kalma süresi" ve "doğrudan trafiktir". Bu katsayı, manipülatif (tık odaklı) trafiğin puanı domine etmesini engeller.

6. Sonuç

Haber saymak ve tıklama ölçmek, teknolojik olarak miadını doldurmuştur. Bu model, yayıncıları Google ile kavgalı hale getiren nicel kotalardan vazgeçmeli; Google'ın E-E-A-T prensipleriyle uyumlu, niteliği ödüllendiren bir "**Kalite Regülatörü**" rolüne soyunmalıdır. EN-TPS modeli, kamu kaynaklarını sahte trafikçilere değil, topluma gerçek anlamda "faydalı içerik" sunan gerçek gazetecilere ulaştıracaktır.

Mehmet Ali TALMAÇ

Anadolu İnternet Gazetecileri Federasyonu (AIGF)

Yönetim Kurulu Üyesi

Kaynakça ve Dipnotlar

[^1]: 195 Sayılı Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun ve 2026 Uygulama Tebliğleri.

[^2]: Newman, N. (2026). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2026*. Reuters Institute.

[^3]: Google Search Central (2025). "Helpful Content System and E-E-A-T Guidelines".

[^4]: The Digital Bloom (2025). "Organic Traffic Crisis: The Zero-Click Phenomenon".

[^5]: Reuters Institute (2025). *Digital News Report 2025: A Media Ecosystem in Flux*.

[^6]: IAB Europe (2026). *Sophisticated Invalid Traffic (SIVT) Standards and Measurement*.

Alıntılanan çalışmalar

1. Basın İlan Kurumu - Vikipedi, erişim tarihi Şubat 25, 2026, https://tr.wikipedia.org/wiki/Bas%C4%B1n_%C4%B0lan_Kurumu
2. İnternet Haber Siteleri İçin Resmî İlan Kuralları Değişti! BİK Yönetmeliği ile Yeni Kontenjan ve Şartlar Geldi - www.canakkalekalem.com, erişim tarihi Şubat 25, 2026, <https://www.canakkalekalem.com/internet-haber-siteleri-icin-resmi-ilan-kurallari-degisti-bik-yonetmeliği-ile-yeni-kontenjan-ve-sartlar-geldi/158308>
3. T.C. Anayasa Mahkemesi, erişim tarihi Şubat 25, 2026, <https://kararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/BB/2020/29073>