

## POST TRUTH ÇAĞINDA DİJİTAL GAZETECİLİK VE HABER BAŞLIKLARINDA “TIK TUZAĞI”

Bahşende ÇOBAN<sup>1</sup>

### ÖZET

İnternetin gündelik yaşantımıza dahil olmasıyla birlikte, diğer pek çok meslek alanında olduğu gibi gazetecilik mesleği de gelenekselden dijitalle doğru bir değişim göstermiştir. Bu süreçte, kimi gazeteler basılı yayınlarına son verirken, kimileri de basılı yayınları ile birlikte, internet ortamındaki web sitelerinde de yayın hayatlarına devam etmektedir. Günümüzde, bireylerin haber alma ihtiyaçlarının büyük çoğunluğunu, sanal mecralar aracılığıyla gerçekleştirdiği göz önüne alındığında, gazetelerin dijital ortamda varlığını sürdürmesi önem arz etmektedir. Geleneksel gazetecilikte bir gazetenin geleceğinin, sahip olduğu tiraj ile belirlenmesi gibi bugün de haber sitelerinin akıbetini “tık” sayıları belirlemektedir. Dolayısıyla, haber siteleri bu uğurda okuyucularına tık tuzakları kurmakta ve haber başlıkları ile haber içeriklerinin tutarsız olduğu haberlerle, tık sayılarını arttırmayı hedeflemektedir. Söz konusu gerçeklik; “Hakikat Sonrası Çağ”ın yansımalarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. “Post-Truth” olarak bilinen “Hakikat Sonrası Çağ” kavramı ise 2016’da Oxford Sözlük tarafından yılın kelimesi olarak seçilmiştir. Bu kavram kısaca, gerçeğin üstünün örtülürken bireylerin suçluluk duymamasını ve yalanın normalleşmesini ifade etmektedir. “Hakikat Sonrası Çağ” ile yalanın normalleşmesi, her türlü alanda etiğin yok oluşunu gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda, dijital gazetecilik de etik açısından tartışmaya açık bir alandır. Bu çalışmada; “Hakikat Sonrası Çağ” a uyum sağlayan, Türkiye’deki ana akım medyanın en çok ziyaret edilen haber sitelerine (hurriyet.com.tr ve milliyet.com.tr) ait haber içerikleri ve haber başlıkları “tık tuzağı” uygulaması bağlamında, içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Böylece, haber sitelerinde gerçekleştirilen tık tuzaklarının ve haber başlıklarında tık tuzağı uygulamasına ne sıklıkla başvurulduğunun tespit edilmesi hedeflenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Post-Truth, Clickbait, Tık Tuzağı, Dijital Gazetecilik

## DIGITAL JOURNALISM IN THE AGE OF POST TRUTH AND “CLICKBAIT” IN NEWS HEADLINES

### ABSTRACT

As the Internet is included in our daily life, the profession of journalism has changed from traditional to digital as in many other professions. In this process, while some newspapers ended their printed publications, some of them continued to publish on their web sites with their printed publications. Nowadays, it is important that newspapers continue to exist in digital environment, considering that most of the information needs of individuals are realized through virtual channels. The future of a newspaper in traditional journalism, such as the determination of the circulation of the news sites today determine the number of clicks. Therefore, news sites are setting up traps for their readers and aiming to increase the number of clicks with news headlines and news content that are inconsistent. This reality is one of the reflections of the Post-Truth Age. The concept of Post-Truth, known as Post-Truth Age, was selected by Oxford Dictionary as the word of the year in 2016. This concept briefly refers to the lack of guilt and normalization of the lie while covering the truth. The normalization of the lie with the Post-Truth Age reveals the disappearance of ethics in all areas. In this context, digital journalism is also open to debate from an ethical point of view. In this study; adapting Post-Truth Age, the

<sup>1</sup> Araştırma Görevlisi, İstanbul Ayyansaray Üniversitesi, bahsendecoban@ayvansaray.edu.tr.

mainstream media's most visited news sites in Turkey (hurriyet.com.tr and, milliyet.com.tr) of news content and news headlines "clickbait" in the context of application, using content analysis method It was investigated. In this way, it is aimed to determine how often clickbait application in news sites and clickbait application in news headlines is used.

**Keywords:** Post-Truth, Clickbait, Digital Journalism

## GİRİŞ

Basılı gazetelerin yerini haber sitelerine bırakmasıyla girdiği dijital evrim, gazeteciliğin günümüzdeki dinamiklerinin de değişime uğramasına neden olmuştur. Tirajın önemi yerini tık sayısının önemine bırakırken, yayınlanan haberlere tıklanmasını sağlamak temel amaç haline gelmiştir. Bu amaç uğrunda haber başlıklarında dikkat çekici ve yanıltıcı ifadelerin kullanılması da Post-Truth çağının bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. Post-truth yani hakikat sonrası çağ, yalanın ve yanıltmanın normalleştiği bir dönemi ifade etmektedir. Dijitalleşen gazetecilik de bu çağa ayak uyduran medya kanallarından biridir. Yayınlanan yalan haberler, içerik bağlamında yanıltıcı olan haber başlıkları, haberlere ait olmayan görsellerin kullanılması dijitalleşen gazetecilikte hakikat sonrası çağı gözler önüne seren en temel unsurlardır. Okuyucuların gündemi internet ve sosyal medya üzerinden takip ettiği bu çağda, okuyucu yanıltılmak etik dışı olarak algılanmamaktadır ve normal kabul edilmektedir. İnternet üzerinde haber üretmenin pratiğe kolayca dökülebilmesi ve okuyucuya anında ulaşabilme imkanı, üretilen içeriklerin kontrolden çıkmasına ve etik unsurların göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla haber sitelerinde, yanıltıcı ve dikkat çekici haber başlıkları ile "tık tuzağı" uygulayarak okuyucu habere çekmek normalleşmiştir. Bu çalışmada, Türkiye'de ana akım medyanın haber siteleri olan hurriyet.com.tr ve milliyet.com.tr'de, 2018 yılının Ocak, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarının ilk 7 günü yayınlanan haberler incelenerek "tık tuzağı" uygulanan haber başlıkları tespit edilmiştir. Çalışmada içerik analizi yöntemi benimsenirken, haber başlıkları Gündem, Spor ve Magazin olmak üzere üç haber türü özelinde incelenmiştir. Tespit edilen "tık tuzağı" haber sayıları ise yüzde oranlarıyla tablolar halinde, haber türleri ve aylara göre dağılım başlıkları altında verilmiştir. Böylece, hangi haber sitesinin hangi haber türünde, ne sıklıkla "tık tuzağı" uyguladığı belirlenmiştir.

## POST-TRUTH ÇAĞI, DİJİTALLEŞEN GAZETECİLİK VE "TIK TUZAĞI"

Oxford Sözlük tarafından 2016 yılının kelimesi olarak seçilen "post-truth" (en.oxforddictionaries.com, 2016), dilimize "hakikat sonrası" olarak çevrilmektedir. Kelimenin bu anlamıyla ilk kez kullanılmasına, 1992 yılında Steve Tesich'in The Nation dergisindeki yazısında rastlanmaktadır. Kavram hakkındaki ilk geniş kapsamlı bilgi kaynağı ise, 2004 yılında Ralph Keyes tarafından çıkarılan "Hakikat Sonrası Çağ (The Post-Truth Era)" isimli kitaptır. Alman Dil Topluluğu da, mevcut siyasal ve sosyal ortamı göz önüne alarak "post-truth"u yılın kelimesi olarak seçmiştir (Uluk, 2018, s. 90). Bu kelimeye yer alan "post" kısmı bir olgudan sonrası anlamında değil, o olguyu önemsizleştiren anlamında kullanılmaktadır. Dolayısıyla post-truth "doğrunun, gerçeğin ve hakikatin" önemsizleştiği bir kavram olarak dilimize dahil olmuştur. Ralph Keyes, hakikat sonrası çağın etik açıdan bir alacakaranlık kuşağında yer aldığını ifade etmektedir. Yine Ralph Keyes'in ifadesine göre, gerçeğin üzerini örterken suçluluk hissetmememiz hakikat sonrası çağın ta kendisidir (Keyes, 2017, s. 22).

Post-Truth çağında medya, kitlelerin yalan içerikleri kabullenişini ve haber üreticilerinin kontrol edilemezliğini gözler önüne sermektedir (Şimşek, 2018). Haber sitelerinde üretilen haberlerin yalan haber niteliğinde olması veya haber başlıklarında, okuyucuyu manipüle etmeye yönelik ifadelerin kullanılması post-truth çağının yansımalarından biridir. Tık sayısı uğruna yalan haberlerin üretilmesi ve yayınlanması da haber üreticilerinin ve haber sitelerinin sundukları doğruluğu olmayan içeriklerden ötürü suçluluk duymadığını göstermektedir. Gazeteciliğin

gelenekselden dijitalleşmesi, gazetecilik dinamiklerini de değişime uğratmıştır. Kimi gazeteler basılı yayın hayatına son verirken, kimi gazeteler ise hem basılı yayınlarına hem de dijital ortamdaki varlıklarına devam etmektedir. Günümüzde bireylerin akıllı telefonlarla ve internetle sınırsız bir şekilde iç içe olmasıyla, gazetelerin satın alınıp okunarak gündemin takip edilmesi pratiğinin yerini internet üzerinden gündemin takip edilmesi alışkanlığı almıştır. Böyle bir ortamda gazetelerin de dijitalleşmesi ve internet ortamında var olması kaçınılmazdır. Dijitalleşen gazetenin akıbetini belirleyen en temel unsur olan tiraj da internet ortamına uyum sağlamıştır. Tiraj sayısının önemi, yerini haber içeriklerinin tıklanma sayılarına bırakmıştır. Tıklanma sayılarının artırılması her şeyden daha öncelikli bir amaç haline gelmiştir. Bu noktada post-truth çağına da etkisiyle etik, bir gereklilik veya zorunluluk olmaktan çıkarak bir alternatif haline gelmiştir. Üstelik etiğin alternatif hale gelmesi normalleşmiştir ve bu normalleşme bireylerin bu durumu kabul etmesine yol açmaktadır. Dijital dönüşüme uğrayan gazetecilikte de, yalan haberlerin yayınlanması ve manipüle edici haber başlıklarına yer verilmesi gazetecilikte etiğin sorgulanmasını gündeme getirmektedir. Haber içeriklerinin tıklanma sayısının artırılması amacıyla, haber başlıklarında dikkat çekici, belirsiz, manipüle edici ve yanıltıcı ifadeler yer verilmektedir. Haber sitelerinde sıklıkla görülen bu durum “clickbait” yani “tık yemi” ya da “tık tuzağı” olarak adlandırılmaktadır. Oxford sözlüğünün “clickbait” tanımına göre “internetinde asıl amacı dikkat çekmek ve ziyaretçileri belirli bir web sayfasının bağlantısını tıklamaya teşvik etmek olan içeriklerdir (en.oxforddictionaries.com).” Bir diğer tanıma göre ise “okurların ilgisini çekme ve daha fazla sayfa görüntülenmesi elde etme amacı” olarak ifade edilmektedir (Özyal, 2016, s. 280) Haber sitelerinde yayınlanan haberlerin başlıkları dikkat çekici ve yanıltıcı ifadeler içermektedir, böylece okurların haberin devamına tıklamasını sağlamak, haber içeriklerinin tıklanma sayısını arttırmak hedeflenmektedir. Çünkü dönüşen ve dijitalleşen gazetecilikte haber sitesinin durumu ve geleceği tıklanma sayılarına bağlıdır. Filibeli'nin araştırmasında yer verdiği üzere, Milliyet çalışanlarından Hüseyin Narin; internet haberciliğinin tıklanma odaklı olduğunu, hangi haberin ne kadar tıklanacağına odaklandığını ve haberler yayınlanırken tek hedefin tıklanma sayısını artırması olduğunu ifade etmektedir. Hürriyet çalışanlarından Anıl Demir ise haberleri en hızlı ve en doğru şekilde yayınlamaya çalıştıklarını, tıklanmanın haber siteleri için önem arz ettiğini ifade etmektedir (2018, s. 465). Dolayısıyla tıklanmanın bu denli önem arz ettiği dijital gazetelerde yayınlanan haber başlıklarının “tık tuzağı” içermesi olağan karşılanmaktadır. Bu durum, dijital dönüşüme uğrayan gazetecilik anlayışında yaşanmaya da devam edecektir.

## ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın yöntemi, nitel bir araştırma yöntemi olan içerik analizidir. Tümdengelimci bir yaklaşım olan içerik analizi, yazılı ve görsel verilerin analiz edilmesine dayanmaktadır (Özdemir, 2010, s. 335). İçerik analizinin amacı, bir metin içinde geçen karakteristiklerin ne sıklıkla tekrar ettiğini, hangi tutumla sunulduğunu araştırmak ve mesajların biçimsel özelliklerini saptamaktır (Binark, 2015, s. 38). Bu araştırmada, haber sitelerinde yayınlanan haber başlıkları içerik analizi yöntemi ile analiz edilerek sayısal verilere ulaşılmıştır.

Haberler türlerine göre 3 başlıkta incelenmiştir. Bunlar; gündem, spor ve magazin başlıklarıdır. Aynı zamanda haber başlıklarında uygulanan “tık tuzağlarını” sistemli bir biçimde tespit edebilmek amacıyla kriterler yani kodlamalar oluşturulmuştur. Bunlar, araştırma kriterleri başlığı altında ayrıntılı şekilde verilmiştir.

## Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırma, Türkiye’de ana akım medyanın en çok ziyaret edilen haber siteleri olan hurriyet.com.tr ile milliyet.com.tr’de yayınlanan haber başlıklarında uygulanan “tık tuzağlarını” tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu haber sitelerinde yayınlanan haberlerin başlıklarında “tık

tuzağı”na ne sıklıkla başvurulduğunun belirlenmesi de araştırmmanın bir diğer hedefidir. Bu doğrultuda aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranmıştır:

1. Ana akım medyanın haber sitelerinde yayınlanan haberlerin başlıklarında “tık tuzağı” uygulanmakta mıdır?
2. Ana akım medyanın haber sitelerinde yayınlanan haberlerde “tık tuzağı”na ne sıklıkla başvurulmaktadır?

### Araştırmanın Örnekleme ve Sınırlılıkları

Araştırma evreni, Türkiye’de yayınlanan ana akım haber siteleridir. Araştırmanın örneklemini oluşturan haber siteleri seçilirken, alexa.com’un “Türkiye’deki En İyi İnternet Siteleri” listesine başvurulmuştur (<https://www.alexa.com/topsites/countries/TR>, Erişim Tarihi: 18.02.2019) Bu listede 11. sırada yer alan hurriyet.com.tr ile 16. Sırada yer alan milliyet.com.tr seçilmiştir. Bu listenin 6. Sırasında yer alan ensonhaber.com’un örneklem olarak seçilmemesinin nedeni ise; hem ana akım medyayı temsil etmemesi hem de listede yer alan “arama motoru trafiği yüzdesi” kriterinde değerinin diğer iki haber sitesinden düşük olmasıdır. Dolayısıyla hurriyet.com.tr ve milliyet.com.tr Türkiye’nin en çok ziyaret edilen haber siteleridir.

Araştırmanın örnekleme belirlenirken ise sistematik örneklem yöntemi kullanılmıştır. Sistematik örneklem yöntemine göre, 2018 yılının 1., 4., 8. ve 12. aylarında hurriyet.com.tr ve milliyet.com.tr’de bu ayların ilk haftalarında yayınlanan haberler örneklem olarak belirlenmiştir. Verilerin toplanması aşamasında bütün haber türlerinin ele alınmasının oluşturacağı karmaşıklığı önlemek amacıyla ve sistemli bir veri elde edebilmek adına en fazla haber içeriğinin yer aldığı 3 haber türü seçilmiştir. Bunlar; gündem, spor ve magazin türündeki haberlerdir. Araştırma, Hurriyet.com.tr ve Milliyet.com.tr haber sitelerinde, 2018 yılının Ocak, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarının yalnızca ilk haftalarında “Gündem, Spor ve Magazin” türlerinde yayınlanan haberlerin incelenmesiyle gerçekleştirilmiştir.

### Araştırma Kriterleri

Bu araştırmada “tık tuzağı” haber başlıkları belirlenirken araştırma kriterleri olarak belirlenen maddelerin, haber başlıklarında bulunması göz önüne alınmıştır. Haber başlıklarında, araştırma kriterlerini oluşturan maddelerin birden fazlasına aynı anda rastlanabilmektedir. Özyal’ın çalışmasındaki tık odaklı haber sunumu kategorileri, bu çalışmanın araştırma kriterleri için kaynak oluşturmuştur (Özyal, 2016, 288-294). Tüm araştırma kriterleri, haber sitelerinden alınan örneklerle desteklenmiştir.

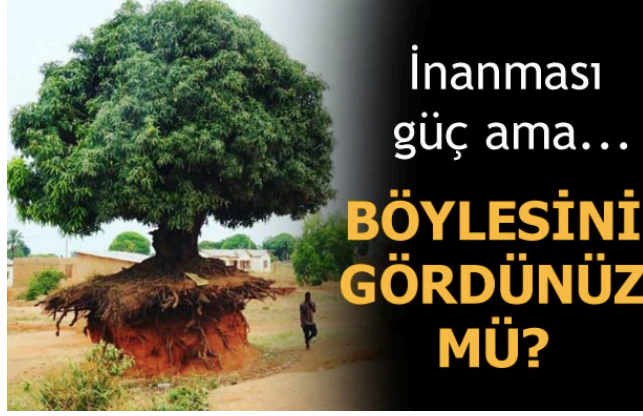
- Soru cümleleri. Soru ile biten, belirsizlik içeren başlıklardır.

**Şekil 1.** Soru Cümlesi İçeren Haber Başlığı Örneği – hurriyet.com.tr  
(Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/magazin/bir-insan-bu-kadar-kotu-olabilir-mi-40795807>)

Magazin 06.04.2018 - 01:07, Son Güncelleme: 06.04.2018 - 11:06

## Bir insan bu kadar kötü olabilir mi?

**Şekil 2.** Soru Cümlesi İçeren Haber Başlığı Örneği – milliyet.com.tr  
(Kaynak: <http://www.milliyet.com.tr/2018/01/01/>)



- Ünlem cümleleri. Merak uyandıran ünlem ifadelerine yer verilmesi. (Bu özellikte, eğer ünlem ifadesinde belirsizlik yer almıyorsa, sonu ünlemle biten ama net bir ifadeye yer verilmişse “tık tuzağı” olarak değerlendirilmemiştir.)

**Şekil 3.** Ünlem Cümlesi İçeren Haber Başlığı Örneği – hurriyet.com.tr  
(Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/sporarena/romada-cengiz-underden-kotu-haber-40796044>)

**Futbol** 05.04.2018 - 20:30, Son Güncelleme: 06.04.2018 - 09:23

## Roma'da Cengiz Ünder'den kötü haber!

**Şekil 4.** Ünlem Cümlesi İçeren Haber Başlığı Örneği – milliyet.com.tr  
(Kaynak: <http://www.milliyet.com.tr/2018/04/06/>)



- Sonu üç nokta ile biten cümleler. Belirsizlik içeren ve devamında merak uyandıran ifadelerdir.

**Şekil 5.** Sonu Üç Nokta İle Biten Cümlesi İçeren Haber Başlığı Örneği –  
hurriyet.com.tr  
(Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/sporarena/jahovicin-transferde-onceligi-40699256>)



**Futbol** 04.01.2018 - 11:27, Son Güncelleme: 04.01.2018 - 11:27

## Jahovic'in transferde önceliği...

**Şekil 6.** Sonu Üç Nokta İle Biten Cümlesi İçeren Haber Başlığı Örneği –  
milliyet.com.tr

(Kaynak: <http://www.milliyet.com.tr/2018/04/06/>)



- Alıntı cümleler. Haber içeriğinde yer alan bir şahsın söylemiş olduğu cümlelerden alıntılanan, tırnak içindeki ifadeler. Alıntının neye yönelik söylendiği tam olarak anlaşılamadığından belirsizlik içermektedir ve merak uyandırmaktadır.

**Şekil 7.** Alıntı Cümle İçeren Haber Başlığı Örneği – hurriyet.com.tr  
(Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/tuzaga-dusmeyecegiz-40698976>)

**Gündem** Rifat BAŞARAN / ANKARA | 04.01.2018 - 00:40, Son Güncelleme: 04.01.2018 - 00:40

## 'Tuzığa düşmeyeceğiz'

**Şekil 8.** Alıntı Cümle İçeren Haber Başlığı Örneği – milliyet.com.tr  
(Kaynak: <http://www.milliyet.com.tr/abd-baskani-trump-dto-yu-ekonomi-2642709/>)



- Öznesi ve nesnesi belirsiz olan cümleler. Neyi veya kimi ifade ettiği belli olmadığından okurun dikkatini çekmekte ve haberin devamı için tıklanmasını sağlamaktadır. O, bu, şu gibi belirsiz zamirlerin yer aldığı cümleler de buna dahildir.

**Şekil 9.** Öznesi veya Nesnesi Belirsiz Olan Cümleler İçeren Haber Başlığı Örneği –  
hurriyet.com.tr

(Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/ekmekte-yeni-donem-bugunden-itibaren-basladi-40696277>)

**Ekonomi** ÇANAKKALE/ESKİŞEHİR (AA) | 01.01.2018 - 12:52, Son Güncelleme: 01.01.2018 - 13:47

## Ekmekte yeni dönem! Bugünden itibaren başladı

**Şekil 10.** Öznesi veya Nesnesi Belirsiz Olan Cümleler İçeren Haber Başlığı Örneği –  
milliyet.com.tr

(Kaynak: <http://www.milliyet.com.tr/2018/12/01/>)



### BULGULAR

Araştırmada veriler, hurriyet.com.tr ve milliyet.com.tr haber sitelerinde yer alan haber başlıkları, 2018 yılının belirlenen aylarına (Ocak, Nisan, Ağustos, Aralık) ait arşivlere ulaşılarak, bu ayların ilk haftalarında (ilk 7 gün) yayınlanan tüm "Gündem, Spor, Magazin" türlerindeki haberlerin ve haber başlıklarının incelenmesiyle elde edilmiştir. Milliyet.com.tr için söz konusu tarihlere ulaşılan arşivde, haber sitesinin o tarihe ait ana sayfası incelenmiştir. Hurriyet.com.tr için ise, söz konusu tarihlere ulaşılan arşivde, haberlerin dağınık olarak sıralandığı arşiv sayfası incelenmiştir.

#### 1. Hurriyet.com.tr

##### Hurriyet.com.tr Gündem Türündeki Haber Başlıkları

2018 yılı Ocak, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarına ait hurriyet.com.tr'de yayınlanan "Gündem" türündeki toplam haber sayısı ile haber başlıklarında "tık tuzağı" bulunan haber başlıklarının sayısal verileri aşağıda verilmiştir. İncelenen toplam haber sayısı 1123'tür. Genel olarak bakıldığında, "tık tuzağı" uygulanan haber başlıklarının toplam haber sayıları arasındaki farkın fazla olduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** hurriyet.com.tr Gündem Türündeki Haberler

hurriyet.com.tr Gündem Türündeki Haberler		
Haberler	Frekans	Yüzde (%)
Normal	630	56%
Tık Tuzağı	493	44%
Toplam	1123	100%

Hurriyet.com.tr’de 4 aya ait “Gündem” türündeki haberlerden toplanan verilere göre; toplam haber sayısı 1123’tür. “Tık tuzağı”na yer verilmeyen haber sayısı 630 iken, “tık tuzağı” uygulanan haber sayısı 493’tür. %56 oranla normal haber başlıklarının sayısı, “tık tuzağı” uygulanan haber sayısından fazladır. Fakat buna rağmen %44’lük bir oranla “tık tuzağı” uygulanan haberlerin sayısının da toplam haber sayısına yakın olduğu görülmektedir. Bu durumda hurriyet.com.tr’de yayınlanan “gündem” türündeki haberler için, haber başlıklarında “tık tuzağı” uygulanmaktadır fakat bu oranın “tık tuzağı” uygulanmayan haber başlıklarından daha az olduğu tespit edilmiştir.

#### **Hurriyet.com.tr Spor Türündeki Haber Başlıkları**

2018 yılı Ocak, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarına ait “Spor” türündeki toplam haber sayısı ile haber başlıklarında “tık tuzağı” bulunan haber başlıklarının sayısal verileri aşağıda verilmiştir. İncelenen toplam haber sayısı 734’tür.

**Tablo 2.** hurriyet.com.tr Spor Türündeki Haberler

hurriyet.com.tr Spor Türündeki Haberler		
Haberler	Frekans	Yüzde (%)
Normal	441	60%
Tık Tuzağı	293	40%
Toplam	734	100%

Hurriyet.com.tr’de 4 aya ait “Spor” türündeki haberlerden toplanan verilere göre; toplam haber sayısı 734’tür. “Tık tuzağı”na yer verilmeyen haber sayısı 441 iken, “tık tuzağı” uygulanan haber sayısı 293’tür. “Tık tuzağı” uygulanan haber başlıklarının oranı %40’tır. %60 oranla normal haber başlıklarının sayısı, “tık tuzağı” uygulanan haber sayısından fazladır. Bu durumda hurriyet.com.tr’de yayınlanan “gündem” türündeki haberler için, haber başlıklarında “tık tuzağı” uygulanmaktadır fakat bu oranın “tık tuzağı” uygulanmayan haber başlıklarından daha az olduğu tespit edilmiştir.

#### **Hurriyet.com.tr Magazin Türündeki Haber Başlıkları**

2018 yılı Ocak, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarına ait “Magazin” türündeki toplam haber sayısı ile haber başlıklarında “tık tuzağı” bulunan haber başlıklarının sayısal verileri aşağıda verilmiştir. İncelenen toplam haber sayısı 298’tir.



**Tablo 3.** hurriyet.com.tr Magazin Türündeki Haberler

hurriyet.com.tr Magazin Türündeki Haberler		
Haberler	Frekans	Yüzde (%)
Normal	88	30%
Tık Tuzağı	210	70%
Toplam	298	100%

Hurriyet.com.tr'de 4 aya ait "Magazin" türündeki haberlerden toplanan verilere göre; toplam haber sayısı 298'tir. "Tık tuzağı"na yer verilmeyen haber sayısı 88 iken, "tık tuzağı" uygulanan haber sayısı 210'dur. "Tık tuzağı" uygulanan haber başlıklarının oranı %70'tir. %30 oranla normal haber başlıklarının sayısı, "tık tuzağı" uygulanan haber sayısından azdır. Bu durumda hurriyet.com.tr'de yayınlanan "gündem" türündeki haberler için, haber başlıklarında "tık tuzağı" uygulanmaktadır ve bu oranın "tık tuzağı" uygulanmayan haber başlıklarından daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Hurriyet.com.tr'de yayınlanan gündem, spor ve magazin türlerindeki haberler belirlenen zaman aralığında incelendiğinde; en fazla "tık tuzağı" uygulanan haber başlıklarına yer verilen haber türünün %70 oranla "magazin" türü olduğu ortaya çıkmaktadır. Gündem türündeki haber başlıkları %44 oranla ikinci sırada yer alırken, en az sayıda "tık tuzağı" haber başlıklarının spor türündeki haberlerde yer aldığı görülmektedir.

#### Hurriyet.com.tr Haber Başlıklarının Aylara Göre Dağılımı

2018 yılı Ocak, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarının ilk 7 gününde hurriyet.com.tr'de yayınlanan haberlerin başlıkları; toplam haber sayısı, tık tuzağı yapılan haber başlığı sayısı ve yüzde oranlarıyla verilmiştir. Tablolar incelendiğinde, gündem türündeki haber başlıklarında "tık tuzağı" uygulamalarının birbirine yakın oranda olduğu görülmektedir. Spor türündeki haber başlıklarında ise Ağustos ve Aralık ayları eşit orandayken, en fazla tık tuzağının uygulandığı ayın Ocak olduğu tespit edilmiştir. Tık tuzağı uygulamasının en fazla başvurulduğu haber türü olan magazin türünde ise, Aralık ve Ocak ayları birbirine yakın orandayken en fazla tık tuzağının uygulandığı ay Nisan'dır.

**Tablo 4.** hurriyet.com.tr Gündem Türü Aylık Dağılımı

Hürriyet.com.tr			
Gündem			
Toplam	Tık Tuzağı	Ay	%
273	127	Ocak	47%
242	98	Nisan	40%
300	121	Ağustos	40%
308	147	Aralık	48%

**Tablo 5:** hurriyet.com.tr Spor Türü Aylık Dağılım

Hürriyet.com.tr			
Spor			
Toplam	Tık Tuzağı	Ay	%
191	88	Ocak	46%
167	75	Nisan	45%
176	61	Ağustos	35%
200	69	Aralık	35%

**Tablo 6:** hurriyet.com.tr Spor Türü Aylık Dağılım

Hürriyet.com.tr			
Magazin			
Toplam	Tık Tuzağı	Ay	%
86	60	Ocak	70%
70	57	Nisan	81%
85	52	Ağustos	61%
57	41	Aralık	72%

## 2. Milliyet.com.tr

### Milliyet.com.tr Gündem Türündeki Haber Başlıkları

2018 yılı Ocak, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarına ait milliyet.com.tr’de yayınlanan “Gündem” türündeki toplam haber sayısı ile haber başlıklarında “tık tuzağı” bulunan haber başlıklarının sayısal verileri aşağıda verilmiştir. İncelenen toplam haber sayısı 575’tir. Genel olarak bakıldığında, “tık tuzağı” uygulanan haber başlıklarının toplam haber sayıları arasındaki farkın birbirine yakın olduğu görülmektedir.

**Tablo 7.** milliyet.com.tr Gündem Türündeki Haberler

milliyet.com.tr Gündem Türündeki Haberler		
Haberler	Frekans	Yüzde (%)
Normal	160	28%
Tık Tuzağı	415	72%
Toplam	575	100%

Milliyet.com.tr’de 4 aya ait “Gündem” türündeki haberlerden toplanan verilere göre; toplam haber sayısı 575’tir. “Tık tuzağı”na yer verilmeyen haber sayısı 160 iken, “tık tuzağı” uygulanan haber sayısı 415’tir. “Tık tuzağı” uygulanan haber başlıklarının oranı %72’dir. %28 oranla

normal haber başlıklarının sayısı, “tık tuzağı” uygulanan haber sayısından azdır. Bu durumda milliyet.com.tr’de yayınlanan “gündem” türündeki haberler için, haber başlıklarında “tık tuzağı” uygulanmaktadır ve bu oranın “tık tuzağı” uygulanmayan haber başlıklarından daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

### Milliyet.com.tr Spor Türündeki Haber Başlıkları

2018 yılı Ocak, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarına ait “Spor” türündeki toplam haber sayısı ile haber başlıklarında “tık tuzağı” bulunan haber başlıklarının sayısal verileri aşağıda verilmiştir. İncelenen toplam haber sayısı 571’dir.

**Tablo 8.** milliyet.com.tr Spor Türündeki Haberler

milliyet.com.tr Spor Türündeki Haberler		
Haberler	Frekans	Yüzde (%)
Normal	78	14%
Tık Tuzağı	493	86%
Toplam	571	100%

Milliyet.com.tr’de 4 aya ait “Spor” türündeki haberlerden toplanan verilere göre; toplam haber sayısı 571’dir. “Tık tuzağı”na yer verilmeyen haber sayısı 78 iken, “tık tuzağı” uygulanan haber sayısı 493’tür. “Tık tuzağı” uygulanan haber başlıklarının oranı %86’dır. %14 oranla normal haber başlıklarının sayısı, “tık tuzağı” uygulanan haber sayısından azdır. Bu durumda milliyet.com.tr’de yayınlanan “spor” türündeki haberler için, haber başlıklarında “tık tuzağı” uygulanmaktadır ve bu oranın “tık tuzağı” uygulanmayan haber başlıklarından daha fazladır.

### Milliyet.com.tr Magazin Türündeki Haber Başlıkları

2018 yılı Ocak, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarına ait “Magazin” türündeki toplam haber sayısı ile haber başlıklarında “tık tuzağı” bulunan haber başlıklarının sayısal verileri aşağıda verilmiştir. İncelenen toplam haber sayısı 362’dir.

**Tablo 9.** milliyet.com.tr Magazin Türündeki Haberler

milliyet.com.tr Magazin Türündeki Haberler		
Haberler	Frekans	Yüzde (%)
Normal	49	14%
Tık Tuzağı	313	86%
Toplam	362	100%

Milliyet.com.tr’de 4 aya ait “Magazin” türündeki haberlerden toplanan verilere göre; toplam haber sayısı 362’dir. “Tık tuzağı”na yer verilmeyen haber sayısı 49 iken, “tık tuzağı” uygulanan haber sayısı 313’tür. “Tık tuzağı” uygulanan haber başlıklarının oranı %86’dır. %14 oranla normal haber başlıklarının sayısı, “tık tuzağı” uygulanan haber sayısından azdır. Bu durumda

milliyet.com.tr'de yayınlanan "magazin" türündeki haberler için, haber başlıklarında "tık tuzağı" uygulanmaktadır ve bu oranın "tık tuzağı" uygulanmayan haber başlıklarından daha fazla olduğu görülmektedir.

Milliyet.com.tr'de yayınlanan gündem, spor ve magazin türlerindeki haberler belirlenen zaman aralığında incelendiğinde; spor ve magazin türündeki haber başlıklarının eşit olduğu ve %86 oranla en fazla "tık tuzağı" uygulanan haber türleri olduğu tespit edilmiştir. Gündem türündeki haber başlıklarında ise %72 oranında "tık tuzağı" uygulamasına yer verilmektedir. İncelenen tüm haber türlerinde, "tık tuzağı" uygulanan haber başlıklarının, normal haber başlıklarından büyük bir farkla fazla olduğu ortaya çıkmaktadır.

### Milliyet.com.tr Haber Başlıklarının Aylara Göre Dağılımı

2018 yılı Ocak, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarının ilk 7 gününde milliyet.com.tr'de yayınlanan haberlerin başlıkları; toplam haber sayısı, tık tuzağı yapılan haber başlığı sayısı ve yüzde oranlarıyla verilmiştir. Tablolar incelendiğinde, gündem türündeki haber başlıklarında Ocak, Ağustos ve Aralık ayları hemen hemen aynı oranlardayken, en fazla tık tuzağına başvuru ay Nisan'dır. Spor ve Magazin türündeki haber başlıklarında da en fazla tık tuzağı Nisan ayında uygulanmıştır. Spor ve Magazin haber türlerinin ikisinde de Ocak ayı ikinci sırada yer almaktadır.

**Tablo 10:** milliyet.com.tr Gündem Türü Aylık Dağılım

milliyet.com.tr			
Gündem			
Toplam	Tık Tuzağı	Ay	%
136	121	Ocak	59%
134	111	Nisan	83%
140	85	Ağustos	61%
165	98	Aralık	60%

**Tablo 11.** milliyet.com.tr Spor Türü Aylık Dağılım

milliyet.com.tr			
Spor			
Toplam	Tık Tuzağı	Ay	%
138	127	Ocak	92%
129	121	Nisan	94%
150	126	Ağustos	84%
154	119	Aralık	77%

**Tablo 12.** milliyet.com.tr Magazin Türü Aylık Dağılımı

milliyet.com.tr			
Magazin			
Toplam	Tık Tuzağı	Ay	%
99	90	Ocak	91%
98	94	Nisan	96%
81	63	Ağustos	78%
84	66	Aralık	79%

**Hurriyet.com.tr ve Milliyet.com.tr Kıyaslaması**

Hurriyet.com.tr ve Milliyet.com.tr karşılaştırıldığında ise tüm haber türlerinde 4 ayın ilk haftalarında değerlendirilen toplam haber sayıları hurriyet.com.tr için; 2155 iken milliyet.com.tr için 1508'tir. "Tık tuzağı" uygulanan haber sayısı ise hurriyet.com.tr için 996 iken, milliyet.com.tr için 1221'dir. Dolayısıyla milliyet.com.tr %80 oranla, hurriyet.com.tr'den daha fazla "tık tuzağı" uygulanan haber başlığına yer vermiştir. Hurriyet.com.tr'de bu oran %50'yi bile bulmamıştır. Milliyet.com.tr haber sitesinin yayınladığı haberlerde "tık tuzağı"na daha fazla yer verdiği görülmektedir.

**Tablo 13:** hurriyet.com.tr ve milliyet.com.tr Karşılaştırması

Haber Sitesi	Toplam Haber Sayısı	Tık Tuzağı Haber Sayısı	Yüzde (%)
hurriyet.com.tr	2155	996	46,20%
milliyet.com.tr	1508	1221	80,90%

**SONUÇ**

Post-truth çağı, yalanı normalleştirirken bunu hayatımızın her alanında karşımıza çıkarmaya başlamıştır. Özellikle de sanallaşan dünyamızda baş aktör olmayı kolaylıkla başarmıştır. Siyasetten akademiye, gazetecilikten televizyonculuğa her alanda yalanlarla baş etmek zorunda olan okuyucu veya tüketici, sanal dünyada da bunlarla başa çıkmak durumundadır. Hatta sanal dünyada yalanla olan mücadele daha çetrefilli ve zor bir hal almaktadır. İnternet ve sosyal medya temel ihtiyaçlarımızdan ve günlük yaşam pratiklerimizden biri haline geldiğinden post-truth çağının yalan bombardımanına her dakika maruz kalmaktayız. Haber siteleri de bizleri, bu yalan bombardımanına maruz bırakan en temel araçlardan biridir. Yayımlanan yalan haberlerden kaçış olmadığı gibi, yayımlanan haberlerin başlıklarında "tık tuzağı" uygulanmasının da önüne geçilememektedir.

Bu araştırmada, Türkiye'de yayınlanan ana akım haber siteleri bu bağlamda içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Hurriyet.com.tr'de incelenen toplam haber sayısı 2155 iken milliyet.com.tr'de incelenen toplam haber sayısı 1508'dir. 2155 haberden 996'sında "tık tuzağı" uygulandığı, 1508 haberin ise 1221'inde "tık tuzağı" uygulandığı görülmektedir. Hurriyet.com.tr ve milliyet.com.tr haber sitelerinde gündem, spor ve magazin haber türlerinde yayınlanan haber başlıklarının incelenmesi sonucunda; milliyet.com.tr'nin hurriyet.com.tr'ye göre daha sık



“tık tuzağı” haber başlıklarına yer verdiği tespit edilmiştir. Haber türleri kıyaslandığında ise her iki haber sitesi için de (hurriyet.com.tr %70 oranla, milliyet.com.tr %86 oranla), magazin türündeki haber başlıklarında daha fazla “tık tuzağı”na başvurulduğu görülmektedir. Milliyet.com.tr hem gündem (%72) hem de spor (%86) haber türünde “tık tuzağı”na başvurmakta fakat hurriyet.com.tr’nin gündem (%44) ve spor (%40) haber türünde “tık tuzağı”na çok daha az sıklıkla başvurduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, araştırma sorularından ilkinin cevabı “ana akım medyanın haber sitelerinde yayınlanan haber başlıklarında tık tuzağı uygulanmaktadır” olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma sorularından ikincisinin cevabı ise tespit edilen sıklık oranlarında görülmektedir. Bu durumda, hurriyet.com.tr haber sitesinin en çok tık tuzağı uygulamasına magazin türündeki haberlerde başvurarak okuyucunun dikkatini çekmek istediğini söyleyebilmekteyiz. Diğer haber türlerinde ise, hitap ettiği okuyucu kitlesini göz önünde bulundurarak tık tuzağına daha az başvurmuştur. Milliyet.com.tr ise bütün haber türlerinde yüksek sıklıkla tık tuzağı uygulamıştır çünkü tıklanma sayılarını arttırmayı hedeflemektedir.

Sonuç olarak, post-truth çağının etkilerinden biri olarak haber sitelerinde yayınlanan haber başlıklarında tık tuzağına başvurulduğu tespit edilmiştir.

## KAYNAKÇA

Alexa.com, Türkiye'nin En İyi İnternet Siteleri, <https://www.alexacom/topsites/countries/TR>, (Erişim Tarihi: 18.02.2019).

Binark, M. (2015). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Filibeli, T. E. (2018). Kullanıcı Türevli İçerik ve Yurttaş Medyası: Haberin Dönüşümü, Sınırlar ve Olanaklar. *Akdeniz İletişim*. 453-469.

Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ*, İzmir: Delidolu.

Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1), 323-343.

Özyal, B. (2016). Tık Odaklı Habercilik: Tık Odaklı Haberciliğin Türk Dijital Gazetelerindeki Kullanım Biçimleri. *Global Media Journal TR*, 6 (12), 273-301.

Uluk, M (2018). *Hakikat sonrası Çağda Yeni Medya ve Yalan Haber*, Ankara: Dorlion Yayınları.

<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>, (Erişim Tarihi: 27.03.2019)

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/clickbait>, (Erişim Tarihi: 27.03.2019)

<http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/magazin/bir-insan-bu-kadar-kotu-olabilir-mi-40795807> (Erişim Tarihi: 29.03.2019)

<http://www.milliyet.com.tr/2018/01/01/> (Erişim Tarihi: 29.03.2019)

<http://www.hurriyet.com.tr/sporarena/romada-cengiz-underden-kotu-haber-40796044> (Erişim Tarihi: 29.03.2019)

<http://www.milliyet.com.tr/2018/04/06/> (Erişim Tarihi: 29.03.2019)

<http://www.hurriyet.com.tr/sporarena/jahovicin-transferde-onceligi-40699256> (Erişim Tarihi: 29.03.2019)

<http://www.milliyet.com.tr/2018/04/06> (Erişim Tarihi: 29.03.2019)

<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/tuzaga-dusmeyecegiz-406989> (Erişim Tarihi: 29.03.2019)

<http://www.milliyet.com.tr/abd-baskani-trump-dto-yu-ekonomi-2642709> (Erişim Tarihi:  
29.03.2019)

<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/ekmekte-yeni-donem-bugunden-itibaren-basladi-40696277> (Erişim Tarihi: 29.03.2019)

<http://www.milliyet.com.tr/2018/12/01/> (Erişim Tarihi: 29.03.2019)