

Spor Sayfalarında Transfer Dönemi Yapılan Tık Tuzaklarının İncelenmesi

Ali Ertoprak

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsüne İletişim ve Medya
Çalışmaları Yüksek Lisans Tezi olarak sunulmuştur.

Doğu Akdeniz Üniversitesi
Eylül 2022
Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü onayı

Prof. Dr. Ali Hakan Ulusoy
L.E.Ö.A. Enstitüsü Müdürü

Bu tezin İletişim ve Medya Çalışmaları Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarım.

Prof. Dr. Senih Çavuşoğlu
İletişim Fakültesi Dekanı

Bu tezi okuyup değerlendirdiğimizi, tezin nitelik bakımından İletişim ve Medya Çalışmaları Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarız.

Prof. Dr. Metin Ersoy
Tez Danışmanı

Değerlendirme Komitesi

1. Prof. Dr. Metin Ersoy

2. Prof. Dr. Bahire Efe Özad

3. Doç. Dr. Dilan Çiftçi

ÖZ

Bir internet sitesinde bağlantıya tıklamanız için dikkat çekici, yarım cümle ile kesilen ve görseller kullanıp haberleri sunma işine Tık tuzağı denmektedir. Değişik haber yaklaşımları uygulayan basın tık tuzağı yöntemini kullanarak haberleri dolaşıma sokmaktadır. Tık tuzağı modelinde merak her şeyin önüne geçer. Başlıklar haberin özeti olmaz. Okurun dikkatini çeker ve abartı ön planda tutulur. Bu çalışmada Gündem Belirleme Kuralı, Eşik Bekçiliği ve Kamuoyu Oluşturma Kuramlarından bahsedilmiştir. Bu çalışmada Türkiye'nin dört büyük kulübü olan, Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş, Trabzonspor ve diğer kategorisinde yer alan takımlar yer almıştır.

Türkiye'nin yerel gazeteleri olan Fotomaç ve Fanatik gazetelerinin yaptığı haberler üzerinden çalışma ilerlemiştir. Haberler kategorize edilerek SPSS programına koyulmuş ve tablolar ortaya çıkmıştır. İçerik analizi yöntem olarak kullanılmıştır. Transfer döneminde Fanatik ve Fotomaç gazetelerinde gerçekleştirilen 200 haber çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Transfer döneminde okuyucular internetten haber alırken bilinçli olup tık tuzağı yapan sitelerden haberleri takip etmemeleri, gazete patronları ve sporseverler açısından bu çalışma önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Spor, Futbol, Transfer, Gazete, Tık Tuzağı

ABSTRACT

The art and resulting action of the use of visuals to present news that is remarkable, and are cut with half a sentence, all to encourage a user to click on a link on an internet website, is called Clickbait. It is in this way that the press circulates news, via the application of different news approaches and utilising the clickbait method. Curiosity takes precedence over everything within the clickbait model. Headlines are not the summary of the news. Here, exaggeration is prioritised, and the user's attention is attracted. The Agenda Setting Rule, Threshold Watchdog, and Public Opinion Formation Theories are mentioned within this study. Taking part within the study are the four biggest clubs of Turkey; Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş, Trabzonspor and other teams in the category took part.

This study progressed upon the news published by the Fotomaç and Fanatik newspapers, which are local newspapers of Turkey. Following the examination of the categories, the results were determined by SPSS.

This study is important for both newspaper bosses and sports fans, due to the finding that during the transfer period, readers display a consciousness in relation to the news they receive from the internet, and not following the news from clickbait sites.

Keywords: Sports, Football, Transfer, Newspaper, Clickbait

TEŞEKKÜR

Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde İletişim ve Medya Çalışmaları yüksek lisans tezi olarak hazırlamış olduğum bu çalışma, spor sayfalarında yapılan tık tuzakları problemini incelemiştir.

Danışman hocam Profesör Dr. Metin Ersoy'a hoşgörüsü ve anlayışından dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

Lisans ve yüksek lisans öğrenimim boyunca üzerimde emekleri olan diğer hocalarıma da teşekkürlerimi sunmaktayım.

Çalışma sürem boyunca gösterilen sabır ve her türlü destek için aileme de teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR.....	v
KISALTMALAR	ix
TABLO LİSTESİ	x
ŞEKİL LİSTESİ	vii
1 GİRİŞ	1
1.1 Araştırmanın Problemi	2
1.2 Çalışmanın Amacı	3
1.3 Çalışmanın Önemi.....	3
1.4 Araştırmanın Metodu	3
1.5 Araştırmanın Örneklemi.....	4
1.6 Araştırma Soruları	4
2 KURAMSAL ÇERÇEVE	6
2.1 Gündem Belirleme Kuramı	6
2.2 Kurama Gelen Eleştiriler.....	9
2.3 Eşik Bekçiliği (Kapı Tutuculuk) Kuramı	9
2.4 Kamuoyu Oluşturma Modeli.....	11
3 YÖNTEM.....	14
3.1 Araştırmanın Modeli	16
3.2 Araştırmanın Grubu.....	17
3.3 Verilerin Toplanması.....	17
3.3.1 Veri Toplama Araç/Teknikleri	17

3.3.2 Veri Toplama Süresi	18
3.4 Verilerin Analizi.....	18
4 LİTERATÜR TARAMASI.....	19
4.1 Çalışma Konusunda Geçmiş Bilgiler	20
4.2 Gazeteciliğin İşlevleri	31
4.3 Haber Kavramı	31
4.4 Sarı Gazetecilik	33
4.5 Geleneksel Gazetecilik.....	35
4.6 Sözlü Basın.....	35
4.7 Yazılı Basın.....	36
4.8 İnternet Kavramı ve Tarihi	36
4.9 Web 2.0 ve Sosyal Medya.....	37
4.10 İnternet Gazeteciliği	38
4.11 İnternet Gazeteciliği ve Geleneksel Gazetecilik Karşılaştırması	40
4.12 Tık Tuzağı	41
4.13 Tık Tuzaklı Haberlerin Biçimsel Yapısı	42
4.13.1 Yarım Cümle ile Kurulan Tık Tuzakları	42
4.13.2 Şok-Flaş-Bomba-Son Dakika Temalı Tık Tuzakları.....	43
4.13.3 Bilginin Gizlendiği Tık Tuzakları	44
4.13.4 Görselin Dikkat Çektiği Tık Tuzakları.....	46
4.13.5 Sansasyon İçeren Tık Tuzakları	46
4.14 Tık Tuzağı Neden Yapılır?.....	47
4.15 Spor Basınının Tarihi	54
4.16 Fanatik Gazetesi	59
4.17 Fotomaç Gazetesi	60

5 BULGULAR VE ANALİZLER	62
5.1 Bulgular	63
5.2 Analizler	87
6 SONUÇ	90
6.1 Çalışmanın Özeti	91
6.2 İleriki Çalışmalar için Öneriler	94
KAYNAKLAR	95
EKLER.....	103
Ek 1: Fanatik Gazetesi 100 Haber	104
Ek 2: Fotomaç Gazetesi 100 Haber	143
Ek 3: Kontrol Listesi	183

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AMK	Açık Mert Korkusuz
BBC	British Broad Casting Corporation
CNN	Cable News Network
SEO	Search Engine Optimization
SPSS	Statistical Package For The Social Sciences
TCP/IP	Transmission Control Protocol
TMSF	Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu
WEB	World Wide Web

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Doğru Haber Başlığı ve Tık Tuzaklı Haber Başlığı	41
Tablo 2: Takım Bilgileri.....	63
Tablo 3: Gazeteler	64
Tablo 4: Tarihler	64
Tablo 5: Tık Tuzağı Kategorileri	68
Tablo 6: Tık Tuzağının Yeri	69
Tablo 7: Takımlar ile Gazeteler	69
Tablo 8: Takımlar ile Tık Tuzağı	71
Tablo 9: Takımlar ile Tık Tuzağının Yeri.....	73
Tablo 10: Tarihler ile Tık Tuzağı Kategorileri	74
Tablo 11: Tarihler ile Tık Tuzağının Yeri.....	78
Tablo 12: Takımlar- Gazeteler ve Tık Tuzağı Kategorileri	81
Tablo 13: Takımlar- Gazeteler ve Tık Tuzaklarının Yerleri.....	85

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: www.Fanatik.com.tr Trabzonspor Futbolcusu Nwakaeme haberi Erişim Tarihi 18.06.2022.....	43
Şekil 2: www.Fotomaç.com.tr Bjk futbolcusu Rachid Ghezzal haberi. Erişim Tarihi 18.07.2022.....	44
Şekil 3: www.Fotomaç.com.tr Bjk Teknik Direktörü Valerien Ismael Erişim Tarihi: 09.07.2022.....	45
Şekil 4: www.Fotomaç.com.tr Trabzonspor Futbolcuları Erişim Tarihi: 25.07.2022	
Şekil 5: Sabah.com.tr Facebook Paylaşımı, Erişim Tarihi: 13 Mayıs 2018	47

Bölüm 1

GİRİŞ

Gazete, haber, bilgi, bulmaca ve reklam içeren, genellikle düşük maliyetli kâğıt kullanılarak basılan ve dağıtımı yapılan bir yayın olup, halka güncel olaylara ilişkin bilgi verme amacı gütmektedir.

Günlük basılan gazetelerde gazetelerin en arka kısmındaki sayfalar spor basınında gerçekleşen gelişmelere ayrılmaktadır. Gazetelerde futbola %84,5 yer ayrılırken, basketbola %7,3, geriye kalan diğer 34 branşa ise %8,2 yer verilmektedir. 1959 yılında futbolda profesyonelleşmeye geçilmesi ve lig maçlarının başlaması ile gazeteler futbola daha çok ağırlık vermişlerdir. (Arık, 2008).

“Uluç’tan” aktaran Küçük ve Yenel (1997) “Sayfaların ve programların içeriğini satış servislerinden gelen uyarılar belirliyor, yazı işleri değil” diyerek ifade etmektedir.

Gazete patronları futbolda ligin bitip transfer sezonunun başladığı dönemde de tirajları yukarıya çekip daha fazla okuyucuya ulaşmak istemektedirler. Değişik haber yaklaşımları uygulayan basın “tık tuzağı yöntemini” kullanarak haberleri dolaşıma sokmaktadır.

Gazetelerde transfer dönemi yapılan tık tuzağı ile ilgili haberler çalışmada incelenmiştir. Transfer döneminde her haber sitesi birçok haberi okuyucunun önüne koymaktadır. Çalışma, okuyucuların bilgili bir şekilde transfer haberlerini takip

etmesi, tık tuzağı yapan sitelerden uzak durulması, ufuklarının açılması adına doğru bir zaman olduğu düşünülmüş ve çalışmanın amacını oluşturmuştur. Tık tuzağı problemi internet gazeteciliğinin son zamanlardaki en ciddi problemlerinden bir tanesidir. Geleneksel gazetecilikte bu durum ile karşılaşmamız mümkün değildir. Bir problem olan tık tuzağının internet gazeteciliğinde rahatlıkla yer bulması araştırmanın önemini gösteren bir tespit niteliğindedir. Transfer döneminde Fanatik ve Fotomaç gazetelerindeki haberler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Çalışma 2022-2023 transfer dönemi olan 17 Haziran - 8 Eylül tarihleri araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

1.1 Araştırmanın Problemi

Gazetecilik, yıllardır en saygın meslekler arasında yerini korumuştur (Becerikli, 2019). Ancak günümüzde bu saygın meslek, bu durumu bozacak bir yapı ile karşı karşıyadır. Sosyal medya siteleri üzerinden haber sitesi kuranların büyük bir çoğunluğu, haberleri, okuyucuya tık tuzağı şeklinde sunmaktadır. Haberi pazarlayan bu yöntemde başlık ile görselde yapılan değişiklik okuyucunun merakını artırmaktadır. Okurlar temel ihtiyaçları olan haber alma eyleminden mağdur bırakılmışlardır (Becerikli, 2019). Bu yöntemde bir haberin başarılı sayılması için haberi ya da siteyi ziyaret edenlerin sayısı ile tıklama eylemine bakılmaktadır. Bu durum okur ile gazeteci arasındaki ilişkiyi zedelemektedir. Gazetecilerin üzerindeki en önemli baskılardan bir tanesi ticari kaygılardır. Haber başlığının sürekli değişmesi, şiddet içerikli haberler, reklam ile haberin karıştırılmış şekilde verilmesinin altında yatan sebep, haber sitesinin geliri ile sitedeki ziyaretçi sayısını yukarıya çekmektir (Bingöl, 2021).

2022-2023 futbol transfer döneminde spor haberlerinin başlıklarında tık tuzağı yapılmaktadır. Okurlar tarafından gerçekleştirilen tıklama eylemi ne kadar fazla ise haber siteleri ticari olarak başarılı sayılmaktadır.

1.2 Çalışmanın Amacı

Çalışma tık tuzaklarının gazetecilik mesleğini değiştirmesi ve internet gazeteciliğinin geleceği adına önem taşımaktadır. Transfer döneminde haber siteleri birçok haber yapmaktadır. Çalışma, transfer haberlerini takip eden okuyucuların bilgili bir şekilde transfer haberlerini takip etmesi, tık tuzağı yapan sitelerden uzak durması ve ufuklarının açılması adına doğru zaman olduğu düşünülmektedir.

1.3 Çalışmanın Önemi

Tık tuzağı problemi internet gazeteciliğinin son zamanlardaki en önemli sorunlarından biridir. Bu durum geleneksel gazetecilikte kesinlikle yer almamaktadır. Bir problem olan tık tuzağının internet gazeteciliğinde rahatlıkla yer bulması araştırmanın önemini gösteren bir tespit niteliğindedir. Tık tuzağının neden kullanıldığını ve gazetecilikle nasıl ilişkilendirildiğini anlamak daha iyi bir internet gazeteciliği deneyimi için elzem bir durumdur. Hangi şekillerde biçimlendirilen haberlerin daha fazla ilgi gördüğünün dijital veri analizi yöntemleriyle takip edilebiliyor olması tık tuzağının kozlarından biridir. Bu yapıyı anlamak probleme çözüm getirmek adına ayrıca önem taşımaktadır.

1.4 Araştırmanın Metodu

Fanatik ve Fotomaç gazeteleri en eski iki gazete olduğu için ve en çok tıklanan gazete olduğu için seçilmiştir.

Google’a “Google Advanced Search” yazılır. Gelişmiş Arama başlığının altında dil, bölge, site veya alan adı, dosya türü vb. kategoriler bulunmaktadır. Araştırmak

istenilen şey, kategorilerin içine yazıldıktan sonra mavi renkte olan gelişmiş arama butonuna basılır. Daha sonra ise yapılmak istenen bilgiler kullanıcının önüne düşer. Bu çalışmada transfer dönemi olan 17 Haziran - 8 Eylül tarihleri Google Advanced Search'e yazılmış ve ilgili tarihteki haberler incelenmiştir.

1.5 Araştırmanın Örneklemi

Transfer döneminde Fanatik ve Fotomaç gazetelerinde gerçekleştirilen 200 haber çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

1.6 Araştırma Soruları

Bu tezde, Türkiye'de 2022-2023 futbol sezonu yaz transfer döneminde Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin yaptıkları haberlerde hangi tık tuzağı teknikleri kullandıkları incelenmiştir.

Araştırma Sorusu 1: 2022-2023 futbol sezonu yaz transfer döneminde Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin yaptıkları haberlerde hangi tık tuzağı teknikleri kullanılmıştır?

Araştırma Sorusu 2: Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin yaptıkları tık tuzağı içeren haberlerde söz konusu teknikler haberin görselinde mi kullanıldı?

Araştırma Sorusu 3: Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin yaptıkları tık tuzağı içeren haberlerde söz konusu teknikler haberin başlığında mı kullanıldı?

Araştırma Sorusu 4: Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin yaptıkları transfer haberlerinde hangi futbol takımları hakkında en fazla tık tuzağı haberi yapıldı?

Araştırma Sorusu 5: Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin yaptıkları transfer haberlerinde hangi tarihlerde daha fazla tık tuzağı haberi yapıldı?

1.7 Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma 2022- 2023 transfer dönemi olan 17 Haziran- 8 Eylül tarihleri arasında gerçekleşmiştir. Türkiye'nin spor gazeteleri olan Fotomaç ve Fanatik gazeteleri çalışmada incelenmiştir.

1.8 Araştırmanın Yöntemi

İçerik analizi çalışmanın yöntemini oluşturmaktadır.

Bölüm 2

KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde çalışmada kullanılan kuramsal çerçevelerden ve kurama gelen eleştirilerden bahsedilmiştir. Birinci bahsedilen kuram Gündem Belirleme Kuramıdır. Kuramı Bernard Cohen ortaya çıkarmıştır. Mc Combs ve Shaw geliştirmiştir. Kuram kitle iletişim araçlarının gündeme taşıdığı haberleri sunma tarzı, hangi konulara ağırlık vereceği ve halkın gündemi belirlemesi ile ilgilidir. Kuramı Perloof ve Kosciki eleştirmiştir. Eşik Bekçiliği Kuramı'nı Kurt Lewin ortaya atmıştır. Kurama göre bir ailede yemek masasının içeriğini kim hazırlar ise o evin eşik bekçisi de o olmaktadır. Lewin'i örnek alan finansçılar, denetçiler ve yatırım kuruluşları düşünürün gerçekleştirdiği sistem ile yollarına devam etmişlerdir. İletişim ve haber medyası alanlarında çokça Eşik Bekçiliği Kuramına başvurulmaktadır.

Son olarak ise Kamuoyu Oluşturma Modelinden bahsedilmiştir. Kamuoyu toplumun genel düşüncesine verilen genel isimdir. Terimi genelde iletişim ve siyaset alanları kullanmaktadır. Kamuoyu terimi toplumların sorunlarını çözmede hakem görevi üstlenir iken anayasanın değişmesine de yol açabilir.

2.1 Gündem Belirleme Kuramı

Gündem Belirleme Kuram'ını Bernard Cohen ortaya çıkarmış Mc Combs ve Shaw geliştirmiştir (Cohen, Mc Combs & Shaw'dan aktaran Kılıç, 2015). Kuram Kitle İletişim Araçlarının gündeme taşıdığı haberleri sunma tarzı, hangi konulara ağırlık vereceği ve halkın gündemi belirlemesi ile ilgilidir. Kuramın savunduğu görüş kitle

iletişim araçlarının toplumdan gelen bilgilerin ve haberlerin önem sıralamasını belirlemesidir. Kitle İletişim Araçlarının herhangi birinin gündeme taşıdığı olay haber değeri olur iken diğerkonular ise önemsiz sayılmaktadır. Gündem Belirlemenin önemli olması ve ne çıkmasının sebebi insanların yaşamında kendilerine bir dayanak aramasıdır. Kuramın iki görüşü vardır. Bunlardan birincisi basının gerekliğı yansıtmadığı, değıştirip yeniden kurduğudur. Basında çıkan belli konuları belli görüş ve aıllara göre düzenleyip halkın kamuya bakış açısını etkiler. Gündem Belirleme Kuramı'nın üç aşaması bulunmaktadır. Birinci aşama hangi konuyu ne kadar dşneceğimizezdir. İkinci aşama bir konuda neyin önemli olduğunu nasıl düşünmemiz gerektiğı, üçüncü aşama ise var olan bir gündemin karşı tarafa nasıl aktarıldığı ile ilgilidir (Kılıç, 2015).

Gündem Belirleme Kuram'ını Walter Lippman “Kamuoyu ve Halk” adlı eserlerinde ele almıştır. Kamuoyu adlı çalışmasında Kitle İletişim Araçlarının toplumu manipüle etmesini ve halkın hafızasında belirli bir portrenin kurulmasına etki ettiğini anlatmaktadır (Lipman'dan aktaran Alko ve Sütçü, 2019). Kitle İletişim Araçlarının ayrıntılı şekilde etkisinin olduğunu iki farklı ülkenin savaş esnasında habere erişimin az olduğı yerde dostça yaşayabilmelerini söylemektedir. Herhangi bir kişinin başından geçmeyen bir olay ile sahip olacağı duygu o kişinin zihninde ki imajın yarattığı duygudur ötesi olamaz görüşünü savunmaktadır. Düşünüre göre kişinin çevresine uyumu kurgu yapılar ile gerçekleşmektedir. Lipman'a göre iktidarın başkentte yaptığı herhangi bir uygulamayı başkaları değıştirip, dönüştürüp önümüze sunmaktadır.

Daha sonra Paul Lazarsfeld ve Elihu Katz'ın çalışmaları ile Gündem Belirleme Kuram'ını daha da ileriye götürmüşlerdir (Lazarsfeld ve Katz'dan aktaran Dingil, 2018).

Lazarssfeld ve Katz basının içeriği ile kamudaki tartışmaların gündemi oluşturduğu görüşünü savunmaktadırlar. Dşnrlere göre basın kişilerin bir konu hakkında ne düşüneceğini değil, sadece elindeki ile yetinecek konuların hangileri olacağına karar verir görüşünü savunmaktadır.

Bir başka düşünür olan Nort Long ise zihne resim yerleştirerek konunun başka boyutu ile ilgilenmiştir. Düşünür içerik analizi yöntemi ile toplulukları incelemiştir. Kitle İletişim Araçları içerisinde en etkili araç “gazetedir”, sonucuna varmıştır.

Düşünürlerden Bernard Cohen (1963) “Basın ve Dış Politika” adlı eserinde (Cohen'den aktaran Dingil, 2018) medyanın kişilere ne düşüneceklerini izah etmede başarısız olduğunu, fakat kişilere ne hakkında düşünmeleri konusunda uzman olduğunu dile getirmiştir.

Üç yıl sonra ise Kurt Lang ve Gladys Engel Lang makalelerinde yeni bir görüş ortaya atarlar. Kitle İletişim Araçları ve Oy Verme (1966) başlıklı makalede basının dikkati bazı konulara ağırlık verdiğini, bireylerin düşünme, bilme ve hissetme konusunda basının amaçlar taşıdığını ifade etmiştir.

1972 yılında McCombs ve Shaw Gündem Belirleme ismini ilk kez kullanarak ABD başkanlık seçimleri hakkında yaptıkları araştırmalardan çıkan sonuçları dergide yayınlamışlardır.

İlerleyen yıllarda ise Iyendar ve Kinder bir ilke imza atmışlardır. Laboratuvarında deney oluşturarak bireyler üzerinde denemişlerdir. Deneye katılan kişilere özel olarak videolar izlettirip anketlerden çıkan verilerden sonuç almışlardır. Ankete katılanlar vurgu yapılan yerde mesajı daha çok alıp belirlenen konuya gündemde daha çok yer verildiğini aktarmışlardır (Yüksel'den aktaran Dingil, 2018).

2.2 Kurama Gelen Eleştiriler

Kuram çok fazla eleştiri almıştır. Kurama gelen eleştirilerden bir tanesi alıcıyı pasif tarif etmesi ve basının belirleyiciliğini abartması üzerinedir. Perloff (aktaran Demirkol, 2017) basının Allah olmadığını ve gündemi her zaman etkilemeyeceğini savunmaktadır. Megwa (aktaran Demirkol, 2017) ise kişilerin resmi ve gayri resmi toplulukların, kurum ve kuruluşların var olduğunu, basının arasından sıyrılacak kadar yeterince becerikli olduklarını savunmuştur. Bir diğer kişi olan Kosciki (aktaran Demirkol, 2017) ise kuramın basının hakimiyetinde olduğu monarşik bir yapı oluşturulup halkın bu konular üzerinden gündemi değerlendirdiğini söylemektedir.

Kosciki görüşün yapısını da sorgulamaktadır. Kuramı kullanan ve seven araştırmacılara da seslenen Kosciki basının yayınladıkları ile kamuoyu görüşü eşleşmektedir. Kuramı savunanlar başka bir şey yapmamaktadırlar, görüşünü savunmaktadır (Demirkol, 2017).

2.3 Eşik Bekçiliği (Kapı Tutuculuk) Kuramı

Kavram genelde medya ile geleneksel Kitle İletişim Araçları için kullanılır. Düşünür Kurt Lewin tarafından ortaya atılmıştır. Kuram bir aile masada yemek yer ise masaya gelen ürünlerin ne şekilde seçildiği üzerine yoğunlaşır. Kurama göre bir ailede yemek masasının içeriğini kim hazırlar ise o evin eşik bekçisi de o olmaktadır. Herhangi bir yemek çeşidinin hangi eve ne sıklıkla gireceğini ise değerler ve özellikler

belirlemektedir. Levin'den sonra kavram farklı yollara sürülse de Lewin'i örnek alan finansçılar, denetçiler ve yatırım kuruluşları düşünürün gerçekleştirdiği sistem ile yollarına devam etmişlerdir. İletişim ve haber medyası alanlarında çokça Eşik Bekçiliği Kuramına başvurulmaktadır.

Kapı Tutuculuk Kuramının mesajların kodlanması sırasında bilgileri seçme, gösterme, sunum, zamanlama, saklama ve tekrarı üzerinde büyük rolü vardır. Kapı Tutuculuk bir sürü bilgiyi ayırıp işleme görevini de gerçekleştirmektedir. Kişilerin bir olay hakkında milyonlarca bilgiyi medya mesajına çevirip aracı görevini de üstlenmektedir. Eşik Bekçiliği mesajların içeriğinin ve doğasının nasıl olacağını da belirler.

Kavramın Basının Ekonomi Polisi ile Medyanın koyduğu kurallara ve Genel Yayın Politikası ile de bağlantısı bulunmaktadır (Narmanlıoğlu, 2016).

Eşik Bekçiliği Kuramını BBC yayın kuruluşu da uygulamıştır. Jeremy Bowen'den aktaran Oktay (2019) Jeremy Bowen'in Savaş Muhabiri ve BBC'nin Ortadoğu'dan sorumlu Editörlük görevini üstlenmiştir. Bir görev sırasında gazeteci arkadaşının ölümüne de tanıklık etmiştir. Bir sürü önemli işlere imza atan Jeremy Bowen, BBC Trust Üst Kurulu tarafından İsrail'e karşı taraf olmakla suçlanmıştır. Üst kurul gazeteci hakkında rapor yayınlayarak gazetecinin kullandığı üç ifadenin tarafsızlık ilkesine uymadığını açıklamıştır. Bu olaydan sonra Siyonist Federasyonu BBC'yi eleştirmiştir. The Guardian yorumcusu Antony Lerman BBC'yi ve gazeteciyi destekleyici yazılar yazar iken Robert Fisk ise sert bir dille BBC Kurum'unun korkak olduğunu söylemiştir. Bu olaydan sonra BBC Ortadoğu'da Yayın Politikasını gözden geçirmek zorunda kalmıştır (Bowen'dan aktaran Oktay, 2019).

2.4 Kamuoyu Oluşturma Modeli

Kamuoyu kelimesi Türk Dil Kurumu'nun (<http://www.tdk.gov.tr>) verdiği tanıma göre “bir konu ile ilgili toplumun genel düşüncesi” olarak tanımı yapılırken İletişim Sözlüğü'nde ise toplumun kamu ile ilgili konularda devlet de çalışan kişilerin siyasi ya da güncel olaylar hakkında tutumları diye tanımlanmaktadır.

Kamuoyu Oluşturma terimini İletişim ile Siyaset alanları yaygın olarak kullanmaktadır. Kamuoyu Oluşturma Modeli, bir konu ile ilgili bireysel fikirlerden hareketle iletişim yoluyla karar vermeye ulaşan süreçtir. Demokratik rejimlerde serbestçe oluşan kamuoyu ile demokratik olmayan rejimlerde oluşan kamuoyu arasında fark bulunmaktadır.

Kamuoyunun rahat şekilde oluşup gerçekleşmesi için fikirlerin özgürce yazılıp söylenmesi gerekmektedir. Bu, birinci basamaktır. İkinci basamakta ise fikirlerin karşı tarafa iletilmesi gelmektedir. En son basamakta ise bilgi ve fikirlerin yorumlanması gelmektedir.

Propaganda ile Kamuoyu arasında ilişki bulunmaktadır. Yüksel'e (2007) göre Propagandanın amacı Kamuoyunu istediği şekilde etkilemek ve kişilerin davranışlarını değiştirmektir.

Kamuoyu terimi toplumların sorunlarını çözmede hakem görevi üstlenirken anayasanın değişmesine de yol açabilir. Güçlü bir kamuoyu için iletişim ve medyanın özgür şekilde hareket etmesi şarttır. Kamuoyunun sağlıklı şekilde oluşması için kişilerin doğru haber almalarına, aldıkları bilgileri duyguları işin içine katmadan akıl yolu ve çıkar sağlamadan yakın ilgi göstererek sağlanabilir. Kamuoyunun oluşması

için sadece medya yeterli değildir. Aile, eğitim, kültür, kanaat önderleri, algı yönetimi, siyasi partilere ve sendikalara da ihtiyaç vardır.

Udeoğlu (2015) Basının Kamuoyu Oluşturma Görevi: 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçim Kampanyası Dönemi, Yeni Şafak ve Sözcü Gazetesi Örneği başlıklı makalesinde siyasi görüşleri farklı olan iki gazeteyi ele almıştır. Gazetelerin yanlış hareket edip etmediğini, adaylar ile ilgili toplumda temsil edilme oranını dikkate alarak yayın yapıp yapmadığını ortaya çıkarmayı amaçlamıştır (Udeoğlu, 2015).

Yüksel (2007), “Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?” başlıklı makalesinde iki kavram arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Anlam olarak bu iki kavram bir noktada kesişir gibi gözükse de birbirinin yerine kullanılacak nitelikte değildir. Gündem belirleme yaklaşımı kamuoyunun farkına varma ve haberdar olma boyutunda medya etkilerinin ilk basamağını oluşturan bilişsel düzeydeki etkileri konu almaktadır. Kamuoyu oluşumundan söz edildiğinde ise genellikle medya etkilerinin daha üst aşamaları olan “tutum”, “kanaat” değişimi ya da “davranış” değişikliğine vurguda bulunulmakta ve dolayısıyla medyanın “duygusal” ve “davranışsal” düzeydeki etkiler konu alınmaktadır. Her iki kavramın da odağında yer alan medya; gündem belirlemede etkili, kamuoyunu oluşturmada ise önemli bir araçtır. Ancak her durumda kamuoyu oluşturma sürecinde tek başına yeterli bir araç değildir (Yüksel, 2007).

Göksu (2015) Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturma ve Siyasal Katılma Üzerine Etkileri: Kuramsal ve Ampirik Bir Analiz başlıklı makalesinde sosyal medyanın kamuoyu oluşturma ve siyasal katılıma üzerindeki etkilerini kuramsal ve ampirik olarak incelemiştir. Birinci bölümde türleri özellikleri ve işlevleri açısından sosyal

medya kavramı üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde sosyal medyanın kamuoyu oluşturma ve kamusal alan yaratabilme kapasiteleri incelenmiş, üçüncü bölümde sosyal medyanın siyasal katılma üzerine etkileri ele alınmıştır. Araştırmanın son bölümünde ise üniversite öğrencileri üzerinde uygulanan bir alan araştırmasının bulgu ve sonuçları analiz edilerek literatürden çıkarılan varsayımlar test edilmiştir (Göksu, 2015).

Kaplan (2014) Sosyal Medyada Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Algısı başlıklı makalesinde günümüzde etkili değişim ve dönüşümlerin yaşandığını, bu değişim ve dönüşümün geleneksel medyada yapılan ürünlerin biçiminden, içeriğine ve sunumuna kadar olan alanlarda yansımalarını göstermektedir. Ayrıca, sadece ürünün oluşturulma ve sunulma süreçlerinde değil, aynı zamanda alıcı konumundaki izleyicilerin ve okuyucuların tüketme eylemlerinde de değişimler görülmektedir. Bütün bu değişimlerin meydana geldiği ortak zemin ise sosyal medya olarak adlandırılmaktadır. Geleneksel medyanın önemli bir işlevi olan kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme, sosyal medyada da kendisine işlerlik kazanmaktadır (Kaplan, 2014).

Bölüm 3

YÖNTEM

Fanatik ve Fotomaç gazeteleri en eski iki gazete olduğu için ve en çok tıklanan iki gazete olduğu için seçilmiştir. Similarweb sitesine göre Fotomaç gazetesinin 41.1 milyon siteyi ziyaret eden okuyucusu vardır. Transfer döneminde bu sayı diğer aylara göre artış göstermektedir. Fanatik Gazetesi ise spor siteleri arasında birinci sıradadır. Gazete, Temmuz ayında 38.2 milyon takipçi ile transfer döneminde en yüksek rakamlara ulaşmaktadır. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlamaktır. İçerik analizi birçok kelimeden oluşan metinlerin, belirli kurallara dayalı olarak, içerik kategorilerine dönüştürülmesi sağlayan sistematik ve tekrar edilebilen bir yöntemdir. Araştırmanın özel amacı ve hangi disiplinde uygulandığına bağlı olmaksızın birtakım sorunlar araştırmacının karşısına çıkmaktadır. Metinlerin içerisinde geçen semboller, kelimeler ya da cümleler sayılmadan bir anlam ifade etmediği meydana çıkmıştır. Bir anlam veya mantık bulabilmek adına araştırma süresince analiz bakımından kesin sonuçlar doğurabilmesi adına içerik analizi uygunluk derecesi yüksek olan analizdir (Şahin, 2020).

Arun ve Koçak (2006) Weber'den (1989) aktardığı üzere içerik analizi, metinden çıkarılan geçerli yorumların bir dizi işlem sonucu ortaya konulduğu bir araştırma

teknikidir. Bu yorumlar, mesajın göndereni, mesajın kendisi ve mesajın alıcısı hakkındadır (Arun ve Koçak, 2006).

İçerik analizi kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte akademik araştırmalarda en çok tercih edilen araştırma yöntemleri arasındadır. İçerik analizi, toplumbilimlerinin neredeyse her alanında kullanılır. İçerik analizinin ilk uygulamaları 16. yüzyılda gazeteler üzerinde yapılmıştır. Bu dönemdeki araştırmalar, gazetelerdeki dinsel ve ilahi mesajların ne ölçüde olduğu yönündeydi. Çağdaş anlamda içerik analizine yönelik asıl çalışmalar ise 20. yüzyıl başlarında ABD’de gazetecilik öğrencileri tarafından gazeteler üzerine gerçekleştirilen analizlerdir. Bu analizlerdeki konular politika, iş, suç işleme, boşanma, spor gibi başlıklara göre saptanmıştır. Daha sonra ilgi, edebiyat ve dil gibi konulara kaymıştır. İçerik analizi yönteminin metodolojik anlamda disiplinler arası kullanımının nedeni, bu yöntemin esnek yapısıdır. Bu esneklik, içerik analizi yönteminin en güçlü özelliğidir. Bu yüzden içerik analizi, bilimsel bir yöntem olarak sosyal bilimler alanında kendine önemli bir yer edinir. 1940’lardan sonra politika, propaganda alanında yapılan çalışmalarda içerik analizi yöntemi kullanılmaya başlanmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında radyonun propaganda amacıyla özellikle Hitler tarafından kullanılması, içerik çözümlemesi yönteminin, propaganda mesajlarının çözümlemesinde kullanılmasına olanak sağlamıştır. Lasswell ve arkadaşları, Hitler’in Propaganda Bakanı Goebbels’in radyo ve gazetelerde yaptığı propagandaları çözümlemişlerdir. Özellikle ulaşım, ölüm ilanları, haberleri gibi konularla askeri harekât arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışmışlardır. Savaş sırasında yapılan içerik analizleri sadece bilimsel nedenlerle yapılmamıştır. Özellikle ABD Savaş Dairesi Kitle İletişim bölümünce pek çoğu Lasswell’in yönetiminde olmak üzere yazılı basın ve radyoyla ilgili içerik analizleri

yapılmıştır. İçerik özümlemesi, araştırılmak istenen içeriğın nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir olmasıyla anlam kazanır. Araştırmada önemli olan ise, araştırmacının incelemek istediğı konu hakkında ölçütlerin net olması ve istatistiksel olarak çözümleme yöntemi açısından geçerli olmasıdır. İçerik analizi yöntemi, istatistiki veriler kullanılarak elde edilen veriler üzerinden yorum imkanı sağlar. İstatistiki verilerin kullanımı, araştırmacının sistematik ve objektif bir yorum yapabilmesini sağlar (Çilingir, 2017).

İçerik analizi yöntemi nitel araştırma yöntemleri arasında en sık kullanılanlardan biridir. İçerik analizinde, önceden belirlenmiş kriterlere göre belirli sayıda yazılı, görsel veya işitsel materyal incelenir ve belirli kodlama kurallarına göre bu materyaller o kategoriler ile özetlenebilir. İçerik analizi çok farklı çalışma alanlarında kullanılmaktadır. Kamu spotlarına yönelik çalışmalarda da araştırmacıların, içerik analizinden yararlandığı görülmüştür (Öz ve Özbük, 2017).

3.1 Araştırmanın Modeli

Çalışmada içerik analizi kullanılmıştır. Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin transfer dönemindeki yaptığı haberler incelenmiştir. Bu haberleri yaparken dil üzerinde oynama ve çeşitli tık tuzağı modeli kullanılmaktadır. Bu haberlerin incelenmesi sırasında Gündem Belirleme Kuramı, Eşik Bekçiliğı ve Kamuoyu Oluşturma Modeli kullanılmıştır. Tık tuzağı ile ilgili yapılan haberlerin okuyucunun ilgisini çekerek siteyi ziyaret etmesini, site içinde uzun süre geçirmesini, daha çok bağlantıya tıklamasını sağlayarak tıklanma sayılarını arttırmak, bu yolla reklam gelirlerini yükseltmek amacıyla kullanılmak olduğu çalışmada üzerinde durulmuştur.

3.2 Araştırmanın Grubu

Evren ve örneklem araştırma grubunu oluşturan temel kavramlardır. Konuyu oluşturan elemanların tümüne araştırma evreni denir. Örneklem ise evreni temsil etmek üzere araştırma evreni içinden seçilen ve üzerinde araştırma yapılan gruptur. Geliştirilen bu çalışma evreni Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin transfer dönemi olan 17 Haziran - 8 Eylül tarihlerinde yapılan tık tuzaklı haberleri incelemiştir. Çalışmanın örneklemini seçilen tarihler arasında yapılan tık tuzaklı haberler belirlemiştir. Her iki gazeteden seçilen 200 haber incelenerek örneklem oluşturulmuştur.

3.3 Verilerin Toplanması

Çalışma verilerinin toplanılması Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin resmi sayfalarından haberler seçilerek başlamıştır. Site üzerinden yapılan bu paylaşımlar içerik analizi yapılacak şekilde kategorize edilmiş ve alt başlık halinde derlenmiştir. Analizi yapılacak veriler 17 Haziran - 8 Eylül 2022 tarihleri arasındaki süreyi ele alacak şekildedir. 2,5 aylık süreyi temsil etmektedir. Bu sürenin belirlenme nedeni transfer dönemi olmasıdır. Bu tarihlerde takımlar ve basında hareketli saatler yaşanmaktadır. Bu iki tarih aralığında gazetelerin haberleri verme biçimleri incelenmiştir. Araştırmada kullanılan veri toplama yöntemlerinin amacı Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin haberleri ele alma biçimi, hangi takımı en çok haber yaptığı, hangi günde gazetelerin daha fazla okunduğu incelenerek içerik analizi yapılmıştır.

3.3.1 Veri Toplama Araç/Teknikleri

Çalışmada Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin resmi sayfaları üzerinden yayınladıkları haberler içerik analizi ile ortaya konulmaktadır. Gazetelerdeki haberler analiz edilmiş takımlar, tık tuzağı kategorileri, gazeteler ve tık tuzağı nerde kategorilere ayrılmıştır.

Gazete sahiplerinin amacı tık tuzaklı haber yaparak okuyucuyu mahrum bırakmak ve daha fazla tık ile daha çok para kazanmaktır.

3.3.2 Veri Toplama Süresi

Bu araştırmada Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin yaptığı haberler içerik analizi ile incelenip ele alınmıştır. Kullanılan bu yöntemin amacı gazetelerin resmi sitelerinden tık tuzaklı haber ile daha çok para kazanmaktır. İnternet gazeteciliği ile maliyetleri daha aşağıya çekmektir. Bu haberlerin yapıldığı süre içinde kullanılan dil ele alınarak hangi takım hakkında haber yapılacağı, hangi tık tuzak taktiğini kullanacağı gazetelerin editörleri tarafından belirlenmiştir. Transfer dönemi olan 17 Haziran - 8 Eylül 2020 tarihleri temel alınarak haberler incelenmiştir. Veriler 1 ay içinde hazır hale getirilerek ele alınmış ve içerik analizi gerçekleştirilmiştir.

3.4 Verilerin Analizi

Bu araştırma tek aşama olarak kaydedilmiştir. Araştırma gerçekleştirilirken kullanılan veri analiz tekniği ise nitel içerik analizi olarak gerçekleşmiştir. Fanatik gazetesi ile Fotomaç gazetesinin 17 Haziran 8 Eylül tarihleri arasındaki hesapları üzerinden yaptığı haberler incelenmiştir. Bu haberler SPSS ile analiz edilmiştir. Ayrıca SPSS içinde veriler çapraz tablolama ile analiz edilmiştir.

Bölüm 4

LİTERATÜR TARAMASI

İnternet siteleri avantajları nedeniyle haberi okuyucuya iletme konusunda basılı gazetenin önüne geçmiş durumdadır. En popüler spor olan futbolda üç büyük kulüpler ile ilgili haberler daha çok yer bulmaktadır. Kulüpler muhabirlere sınırlılık getirmiş ya da tesisin kapılarını kapamıştır. Araştırıp inceleme işi yerine her gazetede aynı haber yerini almıştır. İnternet gazetenin haber kaynağı olurken bu durum gazetelerde ki muhabir sayısını aşağıya çekmiştir. Bir editör bir de operatör ile işler yürümektedir. İnternetin avantajlarından bir tanesi ise spor gazetecilerinin iş ortamının artmasına neden olmuştur. Özdemir (2018) üniversite öğrencilerine anket uygulayarak anketlerden çıkan verilere göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu tık tuzağını sorun olarak görmüştür. Bilgiyi bulmak için diğer sayfalara tıklamaya devam edildiğini dile getirmiştir. Haber verme, gazeteciliğin en önemli işlevidir. Sosyal medya ile haberlerin çeşidi ve yapısında değişiklik meydana gelmiştir. Televizyonlarda da değişiklik meydana gelmiş ve dijital platforma geçiş olmuştur. Bu geçişten sonra televizyon kanalları yayınlarını sosyal medyaya uygun şekilde ayarlamaya başladılar. Artık internet gazeteciliği doğmuş ve herkesin elinde (amatör de olsa) bir telefon olmuş, çevresindekileri çekmeye, kaydetmeye başlamış ve bu sürece dahil olmuşlardır. Bir başka deyişle “yurttaş gazeteciliği” ortaya çıkmış, messenger ya da whatsapp üzerinden gelen görüntüler bültenlerde yer bulmuştur. Muhabir çalıştırmak ya da abone sisteminde oluşan giderler belli sayıda düşüş göstermiştir.

“Sarı Gazetecilik” terimini ise editör Erwin Wardman ilk kez ortaya atmıştır.1950 yılında bilgisayar gelişince internet de ortaya çıkmıştır. 1960 yılında ilk ağ olan ARPANET, ABD Savunma Bakanlığı’nın desteği ile birlikte ilk ağı kullanmıştır. Web’i ilk kez 2004 yılında Q’Reilly Mono internet tarafından kullanmıştır. Web 2 Web 1.0’in yerini almıştır. Web 2’nin Web 1’e göre avantajı paylaşımların bütün kullanıcılar arasında gerçekleşmiş olmasıdır. Bu hareket ile sosyal medyanın önü açılmıştır. İnternet gazeteciliğinde ana gelir tık tuzağıdır. Dijital olarak gerçekleşen ölçüm analizleriyle içerik oluşturup okurların hangi haberleri okuduğunu, sevdiğini, tıkladığını görebilmektedir. Osmanlı İmparatorluğu döneminde basın, sporla ilk defa, 1891 yılında Türk Edebiyatında önemli bir devre adını veren ünlü dergi Servet-i Fünûn’a Ali Ferruh Bey’in Paris’ten gönderdiği eskrimle ilgili yazısı ile tanışmıştır. İlk spor yazısını yayınlayan günlük gazete, Selanik’te çıkan Asır Gazetesi’dir. Gazete, 1895 yılında bisiklet yarışları ve at koşuları ile 1896 yılında Atina’da yapılan ilk modern olimpiyat oyunlarının hazırlıklarından bahseden haberlere yer vermiştir. Fanatik Gazetesi 1991 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur. Günlük spor gazetesi olan Fotomaç Gazetesi’nin Şu anki sahibi Demirören Holding’dir. Eski sahibi Doğan Gazetecilik’tir. Gazete 20 Kasım 1995’te yayın hayatına başlamıştır.

4.1 Çalışma Konusunda Geçmiş Bilgiler

Köktener (2013) Spor Gazeteciliği Örneğinde İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Gazeteciliğe Etkisi başlıklı makalesinde internet gazeteciliğinin geleneksel gazeteciliğe etkisini spor gazeteciliği üzerinden örneklendirmiştir. Daha sonra ise internet gazeteciliğinin 1990’ın ikinci yarısından günümüze kadar değişimini, dünyada ve Türkiye’de kişilerin internet kullanımı ile okurların gelenekselden elektroniğe geçişini gösteren internetten okumayı incelemiştir. Yazar en son olarak ise Türkiye’de yayınlanan dört gazeteyi incelemiştir. Bu gazeteler Fanatik, Pas Fotomaç, Efsane Foto

Spor ve Fotogol gazeteleridir. Gazetelerin ortak yanı ulusal gazete olmalarıdır. Bu dört gazetenin içerik analizini, yıllık tirajlarını ve gazetelerin internet sitelerini araştırmaya dahil etmiştir. Çıkan sonuca bakıldığında zaman internet siteleri avantajları nedeniyle haberi okuyucuya iletme konusunda basılı gazetenin önüne geçmiş durumdadır. Gençlerin yazılı basını az takip ettiği internet sitelerinden haberleri takip ettiği gözlemlenmiştir. Spor medyasında ise klasik hale gelen yayın politikalarının bir an önce güncelleyip futbolun dışındaki diğer spor dallarına da ağırlık vermesi gereklidir (Köktener, 2013).

Özsoy (2012) Türkiye’de “Bilişim Teknolojisi ile Değişen Spor Gazeteciliği” başlıklı makalesinde Türkiye’de yayını sürdürülen beş gazetenin spor servisi müdürü ve iki spor gazetesinin yöneticileri toplantı gerçekleştirmiştir. Okurların spor haberlerine internet sitelerinden ve televizyon kanallarından ulaştığı sonucuna varılmıştır. Bu nedenle gazeteler derinlemesine ve özel haberlere daha çok ağırlık vermektedir. En popüler spor olan futbolda, üç büyük kulüpler ile ilgili haberler daha çok yer bulmaktadır. Kulüpler muhabirlere sınırlılık getirmiş ya da tesisin kapılarını kapamıştır. Araştırıp, inceleme işi yerine her gazetede aynı haber yerini almıştır. İnternet, gazetenin haber kaynağı olurken, bu durum gazetelerdeki muhabir sayısını aşağıya çekmiştir. Bir editör, bir de operatör ile işler yürümektedir. İnternetin avantajlarından bir tanesi ise spor gazetecilerinin iş ortamının artmasıdır. Okurlar erozyona uğramış internet sitelerinin avantajlarından yararlanırken memnun olduklarını dile getirmişlerdir (Özsoy, 2012).

Sabahçı (2018) Spor haberlerinde nefret ve ayrımcı söylemler: www.fotomac.com.tr, www.fanatik.com.tr ve www.fotospor.com haber sitesi örneği başlıklı makalesinde spor haberlerindeki haber başlıklarını, metinleri ve haber fotoğraflarını içerik analizi

modeliyle on beş günlük süre zarfında incelenmiştir. Çıkan sonuçlara bakıldığı zaman on beş günlük süre üç ayrı dilime bölünmüştür. Yüz yetmiş bir haber fotoğrafına ve yazısına ulaşılmış olup, Fotomaç haber sitesinin diğer iki haber sitesine oranla daha fazla nefreti ve ayrımcılığı içeren haberler yaptığı görülmektedir. Sabahçı (2018) türlerine göre de ayırım yapmış olup haber metinlerinde daha fazla söylemlere yer verilmiştir. Fotomaç sitesinde elli haber, otuz fotoğraf incelenmiştir. Fanatik'ın sitesinde ise otuz sekiz haber, yirmi iki fotoğraf incelenirken Fotospor'da ise on dört haber, on yedi fotoğraf incelenmiş olup Fotospor sitesinde en çok nefret ve ayırt edici cümleler kullanılmıştır. Ele alınan altı kategoride abartma/yüceltme ve yargı kategorileri diğerlerine göre yoğun ilerlemektedir. Bu iki kategoriyi aşağılama/alay etme ve aslından farklı adlandırma takip etmektedir. En düşük ise kullanma ve önemsememe gelmektedir. Haber sitelerinin kategori yoğunluğu incelendiğinde ise Fotomaç sitesinde “yargıda bulunma” birinci sırada çıkarken Fotospor ve Fanatik sitelerinde ise abartma/yüceltme daha fazla yerini almaktadır. Bütün haber sitelerinin ortak özelliği, önemsememe/yok sayma ve doğal kimlik ögesini küçük düşürme kategorilerinin üç sitede de yerini yok denecek kadar az almasıdır. Yazar, söylem analizine de çalışmasında yer vermiştir. Rastgele seçtiği iki habere söylem analizi yapmış olup birinci sırada Fotomaç yerini almıştır. Fotomaçı sırayla Fotospor ve Fanatik takip etmiştir. Yazarın çalışmasından elde ettiği sonuca göre haberler haber dili değil, eleştiri diliyle yazılmıştır. Haberi yazan muhabir, olay gerçekleştiği sırada ordaymış gibi davranmış ve ordaymış gibi yazılan haberlere yoğunlukla yer verilmiştir. Nefret ve ayırt edici cümlelerin haber sitelerinde sıradan hale geldiği tespit edilmiştir (Sabahçı, 2018).

İnce (2017) ise Türk Spor Basınında Asparagas Haber ve Spor Ekonomisine Etkileri başlıklı makalesinde sırası ile spor kavramı, spor ve spor medyası ilişkisi, asparagas haber, spor basınında asparagas haber, spor basınında asparagas haber örnekleri ve son olarak spor basınının, spor ekonomisi arasındaki ilişki ve asparagas haberlerin spor ekonomisine etkileri kavramlarını ele almıştır. Sporun tarihi eskidir fakat kişilerin spora bakış açıları değişmektedir. Sağlıklı yaşam, insan ve toplumları kaynaştırıp, yakınlaştırma sporun görevleri arasındadır. Gelişmiş ülkeler ve az gelişmiş ülkeler arasında sporda da fark vardır. Gelişmiş ülkeler sporun her dalı ile ilgilenir iken az gelişmiş ülkeler maddi olarak daha az parası olan spor dallarına yönelmektedirler. Sporda gerçekleşen olayları kişilere aktaran ise basındır. Basın ile spor, et ve tırnak misali birbirinden ayrılamaz hale gelmiştir. İlerleyen dönemde ise kişilerin yapılan maçlardan sonra maçlar ile ilgili yapılan yazıları görmek amacıyla gazetelerin spor sayfaları ile birlikte spor yazarlığı da gündemdeki yerini almıştır. İngiltere’de futbol takımları, Amerika’da boks ve Fransa’da güreş en çok takip edilen spor dalları olmuştur. Bu branşlara seyirciler aşırı ilgi göstermişlerdir. Kitle iletişim araçları da toplumun beğendiği, ilgi duyduğu konuları ele alarak spora ilginin artmasına öncülük etmiştir. Spor olaylarının canlı yayın olarak verilmesi, spor programları düzenlenip yorumcuların değerlendirme yapması, saat başı spor haberlerinin düzenlenmesi ve gazetelerin spora ayırdıkları sayfalar kitle iletişim araçları olan televizyon, radyo vb. İletişim araçlarında daha fazla yer almaktadır. İlk spor gazetesi İngiltere’de yayınlanmış onu Fransa takip etmiştir. İngiltere’ de çıkan ilk gazetenin ismi Sporting Life’dır. İlk spor olayı ise radyoda BBC’nin canlı yayınladığı İngiltere ile Galler arasında gerçekleşen rugby maçıdır. Bu maç dünyada yayınlanan ilk canlı yayın olarak tarihe geçmiştir. Televizyonda ise ilk canlı yayın baseball maçı olarak kayıtlara geçmiştir. Bu maçta Princeton ile Columbia takımları karşı karşıya gelmiştir. Daha

sonra ise firmalar spor müsabakalarına sponsor olarak girmeye başlamışlardır. Spor müsabakalarının ilgi görmesinin sebebi canlı olarak yayınlanmasıdır. Türkiye’de ise ilk olarak Akşam ve Cumhuriyet Gazeteleri’nde spor haberleri yer almıştır. Akşam Gazetesinin sahibi olan Ali Karacan spor tarihinde bir ilk olmak üzere gazetenin ilk sayfasında spor haberleri yayınlamıştır. Spor konusunda ilk yazıyı ise Ali Ferruh Bey Servet-i Finun dergisinde yazmıştır. Spor dergisini ise “Futbol” ismiyle Burhan Felek yazmıştır. Daha sonra ise diğer branşlara da önem vererek altı sayı çıkarmıştır. İzzet Muhiddin ise Akşam Gazetesi’nin son sayfasını spora ayırmıştır. Günümüzde devam eden bu uygulama gazeteleri tersten okuma alışkanlığını başlatmıştır. Bu olaydan sonra spor yazarlığı mesleği doğmuştur. Spor yazarları daha sonra profesyonel olmuştur. Daha sonra editörler spor olaylarını yakından takip adına profesyonel spor yazarları birimini ortaya çıkarmıştır. Gazeteler İstanbul’ da kalmamış Anadolu’ya da muhabir ve yazar göndermiştir. İlerleyen yıllarda Vatan Gazetesi de harekete geçip arka sayfanın tamamını spora ayırmıştır. Cumhuriyet, Akşam ve Son Posta isimli gazetelerde bu dönemde sütun sayılarını artırma yoluna gitmişlerdir. Günümüzde ise gazeteler satışları yukarıya çekmek için ilgi çekici manşetler atmışlar, iddia tahminleri, at yarışları ve ekler çıkarmışlardır. İddia sayfalarının yer aldığı ekte “Kral Tanju banko veriyor” başlıklı sloganlar ile okuyucu ve tirajı yukarıya çekme amacı içerisine girmişlerdir. Her gazetenin üst tarafında dört büyük takım olan Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzon ile ilgili bir iki sayfa haber bulunmaktadır. Geriye kalan kısım ise diğer liglere ayrılmıştır. Çok az bir bölümü ise diğer branşlara vermektedir. Özellikle transfer döneminde yeni transfer olan futbolcuyu tam sayfa yayınlarak okuyucuları etkilemek için harekete geçmektedirler. Bazen de fikstürleri yayınlarak okuyucuları heyecan içerisine sokmaktadırlar.

Yazılı ve görsel medya bazen okurlara haberlerin veriliş biçimi ile ilgili değişiklik yapmaktadır. Bu biçimler bazen yanlış haber, bazen abartı şeklinde bazen de haber-yorum birlikte sunulduğu biçim ile karşımıza çıkmaktadır. Bazen muhabirler spor alanında işi abartarak yapmaktadırlar. Dedikoduları, muhabirlerin kendi arzuladığı imkansız hale gelen olayları haber yapmaktadırlar. Haber yayınlanırken kesinlik çok önemlidir. Kesinlik haberi güçlendirdiği gibi haberin anlaşılmasını da kolaylaştırmaktadır. Asparagas haber ise masa başı yazılıp gerçek ile uzaktan yakından ilgisi olmayan yalan habere verilen isimdir. Amaç karşılıklı çıkardır. Günümüz medyasının genel sorunlarından biridir. En çarpıcı örneklerden bir tanesini Takvim Gazetesi yazmıştır. “Kırlı İtiraf” başlığıyla manşetten verdiği haberde, amaç Türkiye’yi savaş bölgesi gösterip para almaktır. Haberin devamında ise CNN’in olayları yalan bir dille dünyaya yansıttığını açıklamaktadır. Günlük olarak basılan gazetelerde üç-dört ya da bazı gazetelerde daha çok sayfa spor haberlerine ayrılmaktadır. Bu ayrılan sayfaların her gün dolması çok zordur. Bu nedenle, bu sayfaların doldurulması için asparagas haberler yapılmaktadır. Özellikle transfer dönemi bu iş fazla şekilde olmaktadır. Gerek menajerler, gerekse kulüpler bu tarz haberleri bazen kasıtlı yapmaktadırlar. Bu tarz haberler daha çok İspanya ve İtalya basınında sıkça görülmektedir. Basının kötü huylarından birisi haline gelen asparagas haber normal olarak görülmeye başlanmıştır. Türkiye Spor Yazarları Derneği Eski Başkanı Nedim Tanyolaç açıklamasında kendi döneminde gazeteciliğe büyük bir saygınlık gösterildiğini, cumhurbaşkanlarının ve kulüp başkanlarının gazeteye gidip ziyarette bulunup önlerini iliklediklerini, dürüstlüğün en büyük silah olduğunu dile getirmiştir. Önceki zamanlarda gazetecilerin yorgun savaşçı olarak anıldığını ve bir gün bile yalan haber yazmadıklarını, bunun kırmızı çizgileri olduğunu belirtmiştir. Daha sonra aralarına gelen muhabirlerin tuttıkları takıma haberleri peşkeş çekmesiyle

gerçek basın mensuplarının kenara itilerek, kavga edenlerin ön planda tutulduğunu, gazetecinin kalemini menfaat için kullanmamasının çok önemli olduğunu söylemektedir. Başkan Tanyolaç asparagas haberin çoğalmasının bir diğer nedeni ise torpille işe yerleştirme olduğunu, spor müdürlerinin ise futboldan başka diğer branşları manşet yapmamasından dolayı eleştirmektedir. 8 Haziran 1998’ de Hürriyet Gazetesi’nde asparagas bir haber yayınlanmıştır. Amerikan Basketbol Ligi’nde Utah Jazz takımı Türkiye’de basketbol oynayan aldığı düşük ücretleri Utah Jazz takımı duymuş gibi bir haber yayınlayarak gazeteyi takip eden okurlara muhabirlerin her noktaya ulaşabildiği, ulaşmakla kalmayıp röportaj bile yaptığının mesajını vermektedir. 2006 yılında ise Türkiye Gazetesi’nde Chealse’ye yeni transfer olan efsane golcü Shevchenko’nun yüzüncü yılı olan ve hedefi şampiyonluk olan Fenerbahçe’ye transfer olacağını yazmıştır. Bunun amacı okuyucuları meraklandırıp heyecana sokmaktır. Takvim Gazetesi ise 2013 yılında attığı manşette “Beşiktaş’a dev transfer” başlığını kullanmıştır. Adebayor’un sponsor yardımı ile Beşiktaş’a geleceğini yazıyordu. Esas amaç kulübün üzerindeki olumsuz havayı dağıtmak, forma ve kombine satışlarını ise yukarıya çekmekti. İspanya’nın bilinen ve okunan gazetelerinden biri olan Marca, o dönem Galatasaray’ın başında olan teknik direktör Roberto Mancini’nin Real Madrid’ de oynayan Karim Benzama’nın Galatasaray’a transfer olacağını yazmıştı. 2013 tarihli AMK Gazetesi de Ronaldinho’nun abisi Beşiktaş ikinci başkanı ile görüşmüştür. Vatan gazetesi ise bu haberi taraflar arasında iki yıllık anlaşma sağlanmış, oyuncunun ise “Altı milyon Euro alacak” şeklinde yazmıştır. Kulübün internet sitesinden yalan olduğuna dair resmi açıklama gelse de AMK gazetesine göre bu olay internet sitesinden yayınlanmıştır. Bu transfer asla olmamıştır. Fotomaç gazetesinde ise 2013 yılında Fenerbahçe’nin asbaşkanı olan Abdullah Kiğılı’nın Sabah gazetesinin internet sitesine yaptığı sözlü açıklamada

Benfıca'nın forveti Oscar Cardozo'nun bir gün içinde transferinin tamamlanacağı, Fenerbahçe'yi Avrupa kıtasının değil bütün dünyanın tanıyacağını belirtmiştir. Daha da öteye gidilmiş oyuncunun alacağı ücret de yazılmış olsa da oyuncu ile kulüp anlaşmamış ve bu transfer gerçekleşmemiştir.

Kulüplerin sahanın içinden çok sahanın dışında olan kombine, borsa ve lisanslı ürün satışı da kulüpler için önem teşkil etmektedir. Marka bilinirliği de diğer unsurlar gibi önem taşımaktadır. Örneğin 2012-2013 döneminde Galatasaray'a transfer olan yıldız oyuncular Didier Drogba ve Wesley Snejder transferi sonrası kulüp çıkardığı kombinelerin hepsini satmıştır. Kulübün kombinelerden elde ettiği gelir 75 milyon dolar iken, forma satışından ise kasaya 25 milyon dolar girmiştir. Bir nceki sezon ile bu dönem kıyaslandığı zaman, kulüp, bir önceki dönem 20 bin kombine satmıştır. Aynı dönemde ise Beşiktaş Kulübü transfer yapmadığı için 2 bin kombinede kalmıştır. Bu dönemde futbolda sponsorların önemi çok büyüktür. Kulüplere destek verecek olan sponsorun, sponsor girmeden önce taraftar, marka değer, bilinirlik durumu ve kulübün yaptığı transferlere gibi kıstaslara bakmaktadır. Türk Telekom Galatasaray'a yıllık 15 milyon dolar sponsor olduğuına dair ücret ödeyeceğini geçmişte açıklamıştır. Basketbola ağırlık veren Garanti Bankası ise on yıl içinde büyük paralar yatırmıştır. Türkiye'de spor ekonomisine ayrılan rakam 700 milyon avroyu geçmiş durumdadır. Basına da bu büyük pastadan önemli pay düşmektedir. Emekçiler gelirlerini artırmak için dik yukarı olan yokuşlu yolu yürümek zorundadırlar. Bu yolu yürürken bazı zaman meslek ilkelerinin üzerine basarak, bazen kazanç sağlayarak, bazense maddi manevi destek sağlamaktadırlar. Manşetlerin de tirajlara çok büyük etkisi vardır. Fotospor gazetesinin eski genel yayın yönetmeni ile yapılan bir röportajda 425 bin civarında gazetenin tirajı olduğuunu Beşiktaş'ı manşet yaptığı gün, yüz bin,

Galatasaray'ı manşete çektiği gün elli bin tiraj kaybettiğini, Fenerbahçe ile ilgili herhangi bir haberi manşete koyduğu zaman ise satışların normale döndüğünü itiraf etmiştir.

Basın bu tarz haberleri yaparken etik alanın dışına çıkmadan, kesin haberi ön planda tutarak, kişilerden ve kurumsal şirketlerden para alırken yayın akışını sponsora göre yapmamalıdır. Basın kuruluşları ne kadar basın ilkelerine bağlı kalırsa güvenilir bir medya ortaya çıkacaktır. Güvenilir bir medyanın yapıp yapılamadığı ancak okuyucular tarafından sağlanabilir (İnce, 2017).

Özel ile Deniz (2019) “Tık” ve “Etik” Arasında Sıkışan Gazetecilik: İnternet Gazeteciliğinin Ortaya Çıkardığı Yeni Etik Sorunlar ve Gazetecilerin Konuya Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma başlıklı makalelerinde Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde çalışan editörler ile görüşmüştür. Editörler dijitalleşmenin olumlu yönlerine verilerin hızlı aktarılmasını, haberlerin yazılı, işitsel ve görsel olmak üzere sunan multimedya fonksiyonu, dağıtımı sorun olarak görmemeleri, üretim maliyetlerini aşağıya çekmesi, basında kullanılan araç- gereçlerin küçülüp haberlerin pratikleşmesi, haber ile birlikte güncelleme olması, hataların kısa sürede düzeltilmesi, yer ve zaman sınırının ortadan kalkmasını dile getirmişlerdir. Dijitalleşmenin habere ulaşma yollarını etkilediğini, tık odaklı haberciliğin yaygınlaştığını, sosyal medya ve internetin birer haber kaynağına dönüştüğünü ve masa başı haberciliğin yaygınlaştığını dile getirmişlerdir. Konuşulan gazetecilere göre internet gazeteciliği ile birlikte etik sorunlar ortaya çıkmıştır. Etik sorunlar arasında en büyük sorun hataların hızlı bir şekilde yayılıp zarar vermesi, zaman, rekabetin verdiği baskı ile hata yapma oranının artması ve telif sorunudur. Gazetecilere göre dijitalleşmenin okur açısından ortaya çıkardığı en önemli sorunlardan biri tık tuzağıdır. Diğer etik sorunlar ise okurun bilgi

  pl    ile kar   kar  ya kalması, okura tüketicisi olarak bakılması, haber/reklam ayrımı arasındaki bulanıklık, kişinin haklarının ihlali, konuyla ilgisiz fotoğraf ile link kullanma ve nefret söylemidir. Veri madenciliği ve dijital gözetimi de gazeteciler etik birer sorun olarak görmüş fakat internet gazetecili inde bu iki konuya daha az rastlanılmıştır ( zel ve Deniz, 2019).

 zdemir (2018) Kuzey Kıbrıs'ta  niversite   rencilerinin Tık Tuza ına Kar   Tutum ve Eğilimleri başlıklı makalesinde tık tuzağı kavramını kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde de erlendirmi tir.  zdemir (2018)  niversite öğrencilerine anket uygulayarak anketlerden çıkan verilere göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu tık tuza ını sorun olarak g rm   tir. Bilgiyi bulmak için diğer sayfalara tıklamaya devam edildiğini dile getirmiştir. Kullanıcıların medya okur-yazarı olmadıkları için tıklama eyleminin sürekli devam etmesi sonucuna varılmıştır ( zdemir, 2018).

Kahraman ve Temel (2022) Sosyal  erik üreten  nternet Sitelerinde Clickbait Yansımaları başlıklı makalede eğlence amaçlı siteler olan Onedio, Mynet ve Neoldu.com internet siteleri çalışmada incelenmiştir.  erik analizi yapılarak tablolar bulgular tablo haline getirilmiş, clickbait başlıklar isimlendirilmiştir. Yazarların kullandığı yöntemler hangi internet sitesinde kullanıldığı da çalışmada gösterilmiştir (Kahraman ve Temel, 2022).

 elik (2020) Tık Odaklı Habercilikte Tık Yemi Takti i: Koronavir    rne i başlıklı makalesinde tıklama eyleminin birçok ekonomik getirisi olduğundan bahsetmektedir. Çalışmanın birinci ana ekseninde tıklama eylemi ile birlikte herkese ulaşma imkanı vardır. Çalışmanın ikinci ekseninde ise pandemi de para, endişe ve korku kavramları ön planda iken tık yemi nasıl verilir çalışmanın ikinci ekseninde yer almıştır. Küresel

salgının gazetelerde nasıl verildiği, bilgi kirliliği ve zayıf olan okuryazarlık çalışmada incelenmiştir (Çelik, 2020).

Şahin ve Birincioğlu (2022) Tık Odaklı Başlıklar ve Okuyucu Refleksleri Üzerine Bir Araştırma: Odak Grup Çalışması başlıklı makalelerinde tık odaklı başlıkları, habercilerin haber üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini araştırmışlardır. Amaç içerik, görsel ve başlık uyumu ile kullanıcıların uyumu ve reflekslerini ölçmektir. Yazarlar çalışmanın sonucunda kullanıcıların başlık ve görsel kullanımında yanıltıcı olduğu, haberlerde gereksiz tekrara girildiği, haberlerin uzun olduğu, başlık ile içerikte tutarsızlık olduğu sonucuna varmışlardır (Şahin ve Birincioğlu, 2020).

Çavuş ve Ede (2021) Tık Odaklı Habercilik: Türk İnternet Haber Medyası Üzerine Bir İçerik Analizi başlıklı makalesinde sosyal medya sitesi olan Twitter’ da en fazla ziyaret edilen 5 site incelenmiştir. Veriler NodeXL programı ile Twitter sayfalarından 1-10 Haziran tarihleri arasında 9525 tweet incelenmiştir. Sınıflandırma yapılarak içerik analizi yöntemi ile 8 başlıkta tık odaklı kategoriler incelenmiştir (Çavuş ve Ede, 2021). Kalender (2021) İnternet Haberciliğinde Clickbait Savaşları: Bir Okuyucu Tepkisi Olarak Limon Haber Örneği başlıklı makalesinde geleneksel habercilik modelinden internet haberciliğine geçiş, bilgi, yalan haber, clickbait gibi etik sorunlar ile karşı karşıya gelinmiştir. Çalışmanın amacı clickbait içeren haberlere karşı okuyucuların tepkilerini ölçmektir. Çalışmada örnek olarak Limon Haber isimli Twitter profili seçilmiş, 15 gün süre de içerik analizi yöntemi ile 4 farklı kategori ile bulgulara ulaşılmıştır (Kalender, 2019).

4.2 Gazeteciliğin İşlevleri

Haber verme, Tokgöz'e göre (1981) gazeteciliğin en önemli işlevidir. Günümüzde gazetelerde ciddi konular ile birlikte diğer konulara da yer verilmektedir. Gazeteler toplum için psikolojik görevlerin üstlenmesinin yanı sıra eğlendirme, dinlendirme, kişilerin hayatlarındaki sorunlardan kısa süreliğine uzaklaşıp, hayal kurma gibi özellikleri de bulunmaktadır.

Gazetecilerin bir diğer önemli özelliği kamuoyu oluşturmaktır. Fransa'da kamuoyu kelimesi halkın tavrı olarak adlandırılırken İngiltere'de ise toplumun tavrı olarak bilinir (Tokgöz, 1981).

Kamuoyu kavramı politika ve diğer olarak ikiye ayrılır. Politika bilimi tarafından kamuoyu devletin üç önemli organı olan yasama, yürütme ve yargının davranışlarını belirleyen kurallar bütünüdür. Diğer sosyal bilimlere göre ise kamuoyu kişilerin örnek aldığı rol modelden hareketle ailesi, çalışma arkadaşları içinde yaşadığı ülke ile doğrudan ilişkilidir (Gökçe, 1996).

4.3 Haber Kavramı

Günümüze göre en sade şekli ile haber; gerçekleşen olayın nesnel ve gerçeğe uygun olarak aktarılmasıdır. Haber ile ilgili ilk çalışmayı Lippman yapmıştır. “Public Opinion” isimli kitabında haberlerin yansıma olmadığını ilk çalışmasında anlamıştır (Şeker, 2004; akt. Akyüz ve Kazaz). Gazeteler de kurulan kadro ile yapılan haberin kalitesi arasında doğrudan ilişki bulunmaktadır. Kadrosu geniş ve donanımlı gazeteciler bulunduran kurumların tirajı da genellikle iyi olmaktadır. Haberler seçilir iken coğrafya, okurun kitlesi ve ülkenin kültürüne de bakılmalı ve haberler öyle seçilmelidir. Her gün toplumlarda gelişen olaylar vardır. Hepsini basın haber

yapmadığı gibi okuyucuya da sunmamaktadır. Haber olması için belli özelliklere sahip olması gereklidir. Bir olayın haber olması için zaman, yakınlık, önem sırası, ilginç olması, nadir olması, heyecan vermesi, anlaşmazlık olması, kuşku duyulması, garip gelmesi, duygulara yönelmesi, yeni ve taze olması gereklidir. Basın yayın organının ideolojik olarak savunduğu görüş, duruş ve anlayış tarzında haberler arasında seçim yapıp okuyucuya sunulmaktadır (Sevinç, 2019). Ekonomik açıdan ve siyasi açıdan sistemleri farklı işleyen ülkelerde haber kavramının tanımı farklı yapılır iken, Batı ülkelerinde ise kötü haberler, iyi haberlerden daha çok ilgi görmektedir. Sosyalizmi savunan ülkelerde ise kötü haberler okurların ders alması için yazılır. Üçünü dünya ülkeleri politik sebeplerden dolayı olumsuz haberler yayınlamazlar. Üç görüşün tek ortak olduğu konu okurların merakını gidermektir (Seçim, 1993).

Haberler kendi aralarında dış ve iç olarak ikiye ayrılmaktadır. Dış haber olabilmesi için haberdeki konu ve konum başka ülkenin olması şartı vardır. İç haber ise kendi ülkesinde yaşayan kişinin o ülke hakkında basına düşen olayları takip etmesidir. Örneğin Türkiye’de yaşayan birinin Türkiye’deki seçimleri takip etmesi o kişi için iç haberdur (Seçim, 1993).

Sosyal medya ile haberlerin çeşidi ve yapısında değişiklik meydana gelmiştir. Televizyonlarda da değişiklik meydana gelmiş ve dijital platforma geçiş olmuştur. Televizyon kanalları yayınlarını sosyal medyaya uygun şekilde ayarlamışlardır. İnternet gazeteciliği doğmuş, herkesin elinde amatör de olsa bir telefonla çevresindekileri çeken, kaydeden kullanıcılar da sürece dahil olmuşlardır. Bir başka deyişle yurttaş gazeteciliği ortaya çıkmış, messenger ya da whatsapp üzerinden gelen görüntüler bültenlerde yer bulmuştur. Muhabir çalıştırmak ya da abone sisteminde oluşan giderler belli sayıda düşüş göstermiştir. Aynı anda birçok gönderi önüne düşen

kullanıcı gerçek haberi fark etmesi zaman almaktadır. Yeni medya kişileri bilgi yığınınına tutarak sahte haberleri dolaşıma sokmaktadır. Sahte haberler sosyal medyanın en önemli sorunlarından biri olmuştur. “Fake News” olarak Amerika’da bilinmektedir. 2016 yılında Amerika’da yapılan seçimlerde geleneksel medya Hillary Clinton’ı destekler iken Donald Trump’a hiç destek vermemiştir. Trump ise Twitter’i kullanmış ve seçimi kazanmıştır. Ana akım medyada ülkeyi kötü günler beklediğini, Trump karşısında birlik olmalarını gerektiğini ve Trump’ın Rusya ziyareti sonrasında kadınlar ile beraber olduğunu yazmıştır. Sosyal medyada Trump destekçileri bu haberlere tepki göstermişlerdir. Daha sonraki günlerde Trump’ın toplantısında muhabir soru sormak isteyince “Sana soru hakkı vermiyorum. Sen sahte habercisin” diyerek gazeteciye soru sorma hakkı vermemiştir. Bu olaydan sonra terimin bir yıl içinde dört kat bilinirliği artmıştır. Fake news terimi ile birlikte post truth kavramı da kullanılmaya başlanmıştır. Post truth kavramının Türkçe karşılığı olmamakla birlikte çeviride “hakikat sonrası” olarak geçmektedir (Akyüz ve Kazaz, 2019).

4.4 Sarı Gazetecilik

Amerika’nın New York şehrinde New York World Gazetesi ile New York Journal Gazetesi tiraj uğruna birbirleri ile yarış içerisine girmişlerdir. Tiraj yarışından sonra ilk olarak sarı çocuk terimi ortaya çıkmış daha sonra ise “Sarı Basın” olarak yerini almıştır. Satışları artırmak isteyen gazeteler pazar günü ek çıkarma yoluna gider. New York Journal Gazetesi sahibi William Randof kendi gazetesinin politikasını halka eğlenceli haber sunma olarak tanıtır. Gazetenin amacı halkı eğlendirerek bilgilerin beyinlere girmesini sağlamaktır. New York World gazetesi ise kadın okuru çekmek için çalışmalar yapmış her gün bir sayfayı kadınlara ayırmıştır. Kadınları ön plana almasının sebebi reklam ve tirajdır. Daha sonra William Hearts New York Morning gazetesini satın alıp Morning yazısını kaldırır. Pulitzer’in sahibi olduğu gazete ise

karikatüristin çizdiği “sarı çocuk” tipini gazetede kullanır. Rakip gazetenin sahibi Pulitzer ise gazetenin basımında sarı rengi kullanmıştır. Sarı entari giyen çocuğun kafasında saç olmamakla birlikte dişi bir tane ve konuşması yarımıdır. Zengin ile fakirin farklılıklarını anlatan, ezilen halkın yanında durup argo yazılar yazan çocuk gazetenin tirajlarını daha da artırmıştır. Daha sonra rakip gazete sahibi Hearts çok büyük bir rakama Sarı Çocuğu kendi gazetesine almıştır. Pulitzer ise başka karikatürist ile anlaşarak kendi gazetesinde sarı çocuğun devamını sağlamıştır. Sonuç olarak çocuk iki gazetede yayınlanmıştır. “Sarı Gazetecilik” terimini ise editör Erwin Wardman ilk kez ortaya atmıştır. Daha sonra ise terim yoluna “Sarı Gazetecilik” olarak devam etmiştir.

Magazin kelimesi ise ilk İngiltere’de kullanılsa da Arapça’da eşya depolanan yer olarak bilinmektedir. Fransa’da ve Türkiye’de mağaza kelimesi ile aynı anlamdadır. Magazinin dergi anlamı kazanmasının nedeni dükkana benzemesidir (Belge’den aktaran Soygüder,2013). Magazin haberlerinin konusu hayatı ilgilendiren her şey olabilmektedir. Her gazetede magazin haberi yayınlanmakta olup gazete patronlarının ideolojilerine göre haberlerin ağırlığı ve yeri değişmektedir. Fikri olan gazetede magazin haberlerine sıkça ve okuru heyecanlandıracak şekilde rastlanılmaktadır. Bazı gazetelerde ise belirli sayfalarda yer verilir. Bu tip gazetelerde kültür ve sanat konuları yer alır iken belirli dal ve branşlar da ün yapmış kişiler ile röportaj da yapılır. Normal haberlerden biri tiraj artsın diye abartılarak yazılmaktadır. Gazetelerde magazin haberleri dört şekilde yer almaktadır. Bunlardan birincisi diğer haberlerin yanında, magazin sayfalarında, gazete eklerinde ve son olarak magazin gazetelerinde yer almaktadır. Amacı eğlendirmek olan magazin gazetelerinin okur sayısı fikir gazetelerine göre daha fazladır. Magazin gazeteleri okurun düzeyi ne olursa olsun

herkesin anlayacağı şekilde büyük puntolar ile tasarımı gerçekleştirilmektedir. Fotoğraflar büyük, yazılar az olup konular savaş, spor, ekonomi vb. konularındaki haberlerinin magazinleştirilmiş şeklindedir (Soygüder, 2013).

4.5 Geleneksel Gazetecilik

XX. yüzyılda gazetecilik kitle iletişim araçları ile yapılmaya başlanmış ve çağ atlamıştır. Gazeteler, dergiler, kitaplar o dönemde ön planda yerlerini almıştır. Daha sonraları ise televizyon ile radyo ön plana çıkan kitle iletişim araçları olmuşlardır. Geleneksel gazetecilik bilgisayar kavramı ortaya çıkınca değişime uğramıştır.

Televizyon ve radyo çıkmadan önce gazetenin amacı en yeni haberleri iletmektir. Gazetenin elinden alınan bu görev televizyon ile radyoya verilmiştir. Okuma bilmeyen bir kişi televizyon ve radyodan rahatça yararlanabilir.

Gazetede çalışıp fikir üreten, herkesin konuştuğu, okuyuculara iyi ya da kötü bilgiyi haber yapıp sunan kişilere gazeteci denmektedir.

İlerleyen dönemde sözlü, yazılı ve elektronik basın terimleri de kullanılmaya başlanmıştır. Geleneksel gazetecilikte sermaye, matbaa ve gazeteci olmazsa üretim gerçekleşemez. Yazı işleri müdürü haberleri toplayıp sayfalara dağıtma işini belli bir düzenin içinde gerçekleştirir (Tokgöz, 1981).

4.6 Sözlü Basın

Kitle iletişim araçlarından televizyon ile radyo sözlü basına girmektedir. Radyoyu sadece duyabilir, televizyonu ise aynı anda hem duyar, hem görebiliriz. Kitle iletişim araçları içinde en hızlı mesajı ulaştıran radyodur (Tokgöz, 1981). Televizyon ile radyonun yayın süreleri 24 saat ile sınırlıdır. Verdikleri haberleri ayrıntısız olarak

vermektedirler. Televizyon ve radyo eğitim düzeyi ne olursa olsun her kesime hitap edecek şekilde ayarlanmıştır (Tokgöz, 1981).

4.7 Yazılı Basın

Tokgöz'e (1981) göre yazılı basının yaptığı haberler saklanılabilir ve tekrar okunabilir. Haberler daha ayrıntılı şekilde sunulmaktadır. Yazılı basın sözlü basına göre hız konusunda daha yavaş hareket etmektedir. Yazılı basının sözlü basına göre avantajı bütçe iyiye ve çok çeşitli haberler mevcut ise sayfa artırımına gidilebilmesidir. (Tokgöz, 1981).

4.8 İnternet Kavramı ve Tarihi

1950 yılında bilgisayar gelişince internet de ortaya çıkmıştır. 1960 yılında ilk ağ olan ARPANET ABD Savunma Bakanlığı'nın desteği ile birlikte ilk ağı kullanmıştır. Donald Davies ilk olan paket anahtarlama ağı kurarak ağı pratiğe dönüştüren ilk kişidir. 1981 yılında ARPANET erişim genişletilirken 1982 yılında TCP/IP ARPANET deki standart ağı tanıdı. Daha sonra bilgisayar merkezleri kurularak merkezler birbirine bağlandı. Tim Berners Lee World Wide Web üzerine çalışmalar gerçekleştirilmiş, bilgiler bir ağ sisteminin içerisine aktarılmıştır. Lee'nin attığı adımdan sonra modern internet doğmuştur. 1990 yılında ARPANET yerini anlık mesajlara, maillere, video görüşmelerine, sosyal ağlara, bloglara, online alışveriş sitelerine yerini bırakmıştır. 1991 yılında internet İsviçre'de Nükleer Araştırma Merkezi'nde ortaya çıkmıştır (Vikipedi, 2002). Türkiye'ye ise internet Orta Doğu Teknik Üniversitesi ile Türkiye Bilimsel Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) iş birliğinde Türkiye'ye ağ sistemini getirmişlerdir. 1993 yılında ise Türkiye global ağı bağlanmıştır (Özdemir, 2018). Ülkeler arasında Türkiye 16 milyon kullanıcı ile yedinci sırada yer almaktadır. İnternet kullanıcısı fazla olan ülkelerde kullanım oranlarını ölçer iken etkin şekilde performans gösteren ülke Romanya'dır. %27,7 ile

birinci sıradadır. Almanya ise ikinci sıradadır. İnterneti günlük olarak değil etkili şekilde kullanmış %20 internet kullanım oranı bulunmaktadır. İngiltere ise üçüncü sırada %14,9 ile yer almaktadır. Türkiye ise etkin olarak %5,1 ile internet kullanım oranına sahiptir. En fazla kullanılan ülkeler kategorisinde ise dokuzuncu sırada yer almaktadır. İnternet kullanımında en fazla gelişim gösteren ülke %11,420 ile Bosna Hersek olmuştur. %7 ile Arnavutluk ikinci, %2 ile Ukrayna üçüncü sıradadır. Türkiye ise %700 ile sekizinci sırada yer almaktadır. Bir ülkenin interneti ne kadar kullandığını ise penetrasyon oranı ölçmektedir. Bu açıdan bakıldığında nüfusu az, internet kullanıcısı çok olan İzlanda %86,3 ile ilk sıradadır. İzlanda'nın 300 bin nüfusunun 260 bini internet kullanıcısıdır. Penetrasyona göre en fazla performans gösteren ikinci ülke %75,6 ile İsveç'tir. Türkiye'de ise 75 milyondan fazla nüfus, 16 milyondan fazla internet kullanıcısı ile %21,1 ile penetrasyon ülkeler sıralamasında 41'inci sırada yer almaktadır. Kullanıcı adedine göre bakıldığında ise en fazla performans gösteren ülke ABD'dir. 211 milyon kullanıcısı vardır. Penetrasyon oranı ise %69,9dur. Çin'de ise halk yeteri kadar internet kullanmasa da penetrasyon oranı %10,4dür. 137 milyon aktif internet kullanıcısı bulunmaktadır (Mestçi, 2007).

4.9 Web 2.0 ve Sosyal Medya

Web ilk kez 2004 yılında Q'Reilly tarafından Mono internet tarafından kullanılmıştır. Web 1.0'in yerini almıştır. Web 2'nin Web 1'e göre avantajı paylaşımların bütün kullanıcılar arasında gerçekleşmiş olmasıdır. Bu hareket ile sosyal medyanın önü açılmıştır. İçerik geliştirme, kişilerin birbirleri ile iş birliği içinde hareket etmesi, bilgi araştırması yanında link verme, yazı yazma, yazarlık ve etiketleme Web 2'nin olumlu özellikleridir.

Sosyal medya, kişilerin düşüncelerini paylaştığı bir yerdir. Kişiler sosyal medyada birbirleri ile bağlantı kurar, ilişki durumunu güncelleyebilir, ürün bakıp, satın alabilir. Sosyal medyanın bir diğer avantajı ise video görüp paylaşmaktır. İçerik kişilerin belirleyebileceği bir yerdir. Sosyal medyayı kullananlar bireysel şekilde hareket edebilir, farklı uygulamalara istedikleri saatte girip çevrimiçi olabilirler. Kişiler ya da kurumlar istedikleri kişinin paylaştıklarını, arkadaşlık isteği ya da takip isteği atarak görebilir. Sosyal medya sayesinde çalışma süreleri ve çalışma yerlerinde değişikliğe gidilmiştir. Neredeyse bütün kurumların bir sayfası mevcut olup çalışanlar site üzerinden müşterilere ulaşmaktadır. Gençler sosyal medya sayesinde seslerini görüşlerini daha çok ve sık duyurabilir. İçerik üretip ticarete atılabilir, aynı düşünceye sahip kişiler ile grup üzerinden bir araya gelip, sohbet edebilir.

Sosyal medyanın dezavantajları; kişisel mahremiyetin zor durumda olması, bilgi yığınının sayfamıza düşmesi, doğru ile yanlış bilgileri ayırt edememesi, yalan haberlerin hızlı şekilde haber sitelerinde yayılması ve sosyal medyaya göre kişilerin hayatlarını şekillendirmesidir (Küçük vd, 2012).

4.10 İnternet Gazeteciliği

Kalsın'a (2016) göre internet üç yıl içinde dünya çapına yayılmıştır. İnternet ilk kez Amerika'da çıkmış 1994 yılında ise Türkiye'ye gelmiştir. 1995 yılında dönemin büyük gazeteleri New York Times ve The Washington Times gazeteleri online sayfalara dönüştürerek süreci başlatmışlardır. Türkiye'de ise internet üzerinden ilk yayını Aktüel Dergisi 1995 yılında yapmıştır. Zaman Gazetesi ise internete köşe yazılarını ve haberleri yüklemiş fakat hepsini internete açamamıştır. Milliyet Gazetesi ise 1996 yılında haber ve köşe yazılarını internete yükleyen gazetedir. 1998 yılında ise Radikal ve Cumhuriyet Gazeteleri internet üzerinden abonelik sistemine geçmiştir.

Net Haber ise 2002 yılında Türkiye’de ilk bağımsız yayın yapan sitedir. Site Anadolu Ajansı ve Londra merkezli Reuters haberlerini okurlara aktarmıştır.

Kalsın’a (2016) göre Türkiye basınında yaşanan ekonomik kriz nedeni ile gazeteciler işsiz kalmış ve kurulan siteler ile ayakta kalmaya çabalamışlardır. Bu nedenle birçok site yayına girmiştir.

Kalsın’a (2016) göre internet üzerindeki haber içeriği üç aşamada gerçekleşir. Birinci kısımda gazeteciler bağlı olduğu kurumdan aldıkları haberleri düzenleyip siteye yüklemektedirler. İkinci aşamada ise orijinal olan içeriği bozmamaktadırlar. Üçüncü kısım ise web için haber içeriğidir.

Online haber yapan siteler en çok Facebook sitesi üzerinden haber yükleme işini yapmaktadırlar. Editörler haberlerin içeriklerini, görselleri, reklamların bütçelerini Facebook’un durumuna göre değiştirmektedirler. Bell (aktaran Kalsın, 2016) okuyucuların hangi haberi okuyacağına okuyucular değil Facebook’un bilgisayar mühendisleri karar vermektedir. Bu nedenle bu sistemde önemli olan haberler sansürlenip gözden kaçabilir.

Son dönemde ise video haberciliği yapılmaktadır. Video haberciliğinde video ile fotoğraf ön plandadır. Yazılar kısa olup arka planda slide gösterileri mevcuttur. Televizyondan düzenli haber takibi yapan kişi ile internet üzerinden video izleyen kişiler birbirine eşittir (Kalan, 2016). CNN ve BBC video haberciliğini dünyada en iyi şekilde uygulayan kanallardır.

Yurttaş gazeteciliği, veri gazeteciliği, robot gazeteciliği de dünya da kullanılan diğer türlerdir (Kalsın, 2016).

4.11 İnternet Gazeteciliği ve Geleneksel Gazetecilik Karşılaştırması

Geleneksel medya, televizyonlar, reklamlar ve panoları kullanarak her zaman geniş kitlelere ulaşmayı amaçlar. İnternet Gazeteciliğinde ise hedef kitleyi kendimiz belirledikten sonra içerikleri kitlemize göre ayarlayabiliriz.

Geleneksel gazetecilik internet gazeteciliğine göre daha pahalıdır.

İnternet gazeteciliğinde reklam ve pazarlama işi dijital öğeler ile gerçekleşirken geleneksel gazetecilik de dijital olmayan yöntemler ile gerçekleşmektedir.

Geleneksel gazetecilik reyting ve tiraj ile ölçümelerini gerçekleştirirken, internet gazeteciliğinde ise ölçümler kısa sürede gerçekleşip net sonuçlar çıkmaktadır.

Geleneksel gazetecilik de belli bir sürede içerikler zorunlu olarak yayınlanırken internet gazeteciliğinde belli bir zaman ve süre olmamakla beraber, zamandan ve süreden bağımsız içerik yayınlanabilir.

Geleneksel gazetecilik de iletişim tek yönlü gerçekleşirken internet gazeteciliğinde iletişim çift yönlü gerçekleşir. İnternet gazeteciliğinde hedef kitle geleneksel gazeteciliğe göre daha etkilidir.

Kamuoyu oluşturma geleneksel gazetecilik de daha sınırlı iken internet gazeteciliğinde kısa sürede kamuoyu oluşturulabilir.

İnternet gazeteciliğinde zararlı içerikler ile karşılaşma, etkilenme ve şiddet çok daha yüksek olurken geleneksel gazetecilik de bir kontrol söz konusudur.

4.12 Tık Tuzağı

Haber sunulurken okuyucunun öncelikli olarak tıklama eylemi gerçekleştirmesi niyetiyle haber başlığı ve görselinin bir kurgu içerisinde sunulmasına clickbait adı verilmektedir. Clickbait Türkçe'ye 'tık yemi' olarak çevrilmiştir. Oxford sözlüğünün web sayfasındaki tanımı; "Ana amacı ilgi çekmek ve ziyaretçileri ilgili web sitesinde yer alan linke tıklamak üzere cesaretlendiren içeriklerdir".

İnternet gazeteciliğinde ana gelir tık tuzağıdır. Dijital olarak gerçekleşen ölçüm analizleriyle içerik oluşturup okurların hangi haberleri okuduğunu, sevdiğini, tıkladığını görebilmektedir.

Normal olan bir haber başlığında okur içeriği çözmek için başlığa tıklaması yeterlidir. Tık tuzaklı haberlerde ise okuyucunun işi daha zordur. Kafası karışan okur bulmaca çözermiş gibi hareket etmek zorundadır.

Tablo 1: Doğru Haber Başlığı ve Tık Tuzaklı Haber Başlığı

Doğru Haber Başlığı	Tık Tuzaklı Haber Başlığı
Başlıklar haberin özetini içermelidir.	Başlıklar haberin özeti değildir.
Haberin unsurlarını içermelidir.	Çoğu zaman haber unsurları içermez.
Kısa ve anlaşılır olmalıdır.	Kısadır ancak anlaşılır değildir.
Okurun dikkatini çekmelidir.	Okurun dikkatini çeker.

Haber metni ile çelişmemelidir.	Genellikle haber metni ile çelişir.
Abartılı olmamalıdır.	Abartılıdır.
Çoklu okumaya yol açmamalıdır.	Çoklu okumaya yol açar.
İmalî anlamlar içermemelidir	İmalî anlamlar içerir.

Kaynak: Özdemir, S. (2018)

4.13 Tık Tuzaklı Haberlerin Biçimsel Yapısı

Tık tuzağı okuru tık tuzağına çekmek için tasarlanan alakalı ya da alakasız fotoğraflar ve başlıklardan oluşmaktadır. Kullanılan fotoğraflar ile yazılar kısa bilgi verip detaya yer vermemektedirler. Okuyucuyu merak durumuna koyup tıklama eylemini gerçekleştirmek için harekete geçmektedir. Bu bölümde tık tuzakları taktiklerinden bahsedilmiştir.

4.13.1 Yarım Cümle ile Kurulan Tık Tuzakları

Yarım cümle ile kurulan haber başlıklarında habere konu alan kişinin ağzından çıkan bir söz haberin içerisinde yer alan çarpıcı olacağı düşünülen yarım cümle ile başı ya da sonu eksik bırakılarak haber başlığı haline getirilir. Haber sunumunda başlığa eşlik edecek görsel tercihi haberin tıklama eylemini artıracak şekilde ayarlanmıştır. Örnekte de olduğu gibi görsel ile daha sonra görselin üzerinde yazıdan sonra üç nokta koyarak tık tuzağı tekniğini kullanmıştır.



Şekil 1: www.Fanatik.com.tr Trabzonspor Futbolcusu Nwakaeme haberi Erişim Tarihi 18.06.2022

Fotoğrafta görüldüğü üzere görselin üzerine beyaz puntolar ile bir yazı yazılmıştır.

Daha sonra sarı yazı ve büyük puntolar ile yüklemi eksik cümle üç nokta ile verilmiştir.

4.13.2 Şok-Flaş-Bomba-Son Dakika Temalı Tık Tuzakları

Haber başlıklarında kullanılan şok, flaş, deprem, akıl almaz gibi kalıplar habercilik pratikleri içerisinde çok fazla kullanılan yapılardır ancak tık haberciliğinde bu kalıpların kullanımı, haber başlığının önüne geçme işlevi ile ön plana çıkar.



Şekil 2: www.Fotomaç.com.tr Bjk futbolcusu Rachid Ghezzal haberi. Erişim Tarihi 18.07.2022

Görselin üzerine sarı renk ve büyük puntolar ile yazı yazılıp cümlelerin sonuna ünlem konulmuştur. Sarı renkte olan cümleye flaş kelimesi koyularak haberde abartma yoluna gidilmiştir. Beyaz puntolu cümle ise yarım bırakılarak iki tık tuzağı yöntemi çalışmada okuyucuya gösterilmiştir.

4.13.3 Bilginin Gizlendiği Tık Tuzakları

Merak unsuru ön plana çıkartılıp haberin özü gizlenmektedir. Haberin konusu ile ilgili bilgi sahibi olabilmek için tıklama işlemi mecbur gerçekleştirilecektir.



Şekil 3: www.Fotomaç.com.tr Bjk Teknik Direktörü Valerien Ismael Erişim Tarihi: 09.07.2022

Görselin yanında büyük punto ve beyaz renkte yazı yazılarak cümlelerin sonuna ünlem konulmuştur. Daha sonra sarı renk ve tırnak içerisine yazı yazılmıştır. Cümlelerin kim tarafından kurulduğu görselde belli değildir.

4.13.4 Görselin Dikkat Çektiği Tık Tuzakları

Haberin görseli istenilen şekle sokulup okurlardan gizlenmiştir.



Şekil 4: Fotomaç Gazetesi Haberi. Erişim Tarihi 25.07.2022

Bu kategoride yazı az görüntü daha fazladır. Futbolcuların mimik hareketlerinden çok mutlu bir antreman geçirdikleri anlatılmaktadır.

4.13.5 Sansasyon İçeren Tık Tuzakları

Bu kategoride yer alan haberlere çarpıtılmış anlamlar yükleyerek tık tuzağı modeline sokulmuştur. İnanılmaz kelimesi ile birlikte ünlem işareti aynı anda verilmiştir. Daha sonrasında ise “*bu kez avcı hamileydi ve...*” ile devam eden hikayeleştirme ve yarım bırakılan cümle sansasyon için gösterilen çabayı göz önüne sermektedir.



Şekil 5: Sabah.com.tr Facebook Paylaşımı, Erişim Tarihi: 13 Mayıs 2018

Fanatik ve Fotomaç gazeteleri sansasyon içeren tık tuzakları yöntemini kullanmadığı için bu yöntem Tablolar bölümünde yer almamıştır.

4.14 Tık Tuzağı Neden Yapılır?

Akyüz (2019) 31 Mart Yerel Seçimleri Öncesi Son Dakika Haber Bildirimlerinin İçerik Analizi: “Haber Türleri, Tık Tuzakları ve İktidar Muhalefet Haberlerinin Dağılımı” başlıklı makalesinde tık tuzağı ile ilgili yapılan haberlerin okuyucunun ilgisini çekerek siteyi ziyaret etmesini, site içinde uzun süre geçirmesini, daha çok bağlantıya tıklamasını sağlayarak tıklanma sayılarını arttırmak, bu yolla reklam gelirlerini yükseltmek amacıyla kullanılmaktadır. Kullanılan yöntemlerden bir tanesi ise genellikle başlıklarda haberin öğelerini eksiltme şeklinde ortaya çıkmaktadır. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de internet gazeteciliğinin yaygınlaşması ve daha çok

okunma, okuyucunun sayfada daha uzun süre kalmasını sağlama gibi amaçlarla tık tuzaklarına sıklıkla başvurulduğu görülmektedir (Akyüz, 2019).

Aydın ve Sarılar (2021) Dijital Gazetecilik ve Büyük Veri başlıklı makalesinde internetteki haber sitelerinin ne kadar çok tıklama işlemi yapılırsa arama motorlarındaki sıralamaları da öne çıkmaktadır. Haber sitelerinin ön plana çıkması ise reklam gelirlerinin artışı sağlanmaktadır. Başka bir deyişle haber sitelerinin yaptığı haberler SEO dediğimiz uygulamalar ile Google sıralamasında öne çıkmaktadır. Google algoritmasını hedef alarak haber sitelerinin görünürlüğünü artıran bu habercilik tarzı dijital gazetecilik alanında “SEO haberciliği” ya da “Google haberciliği” olarak tanımlanmaktadır (Aydın ve Sarılar, 2021).

Kortak (2022) İnternet Gazeteciliğinde Son Dakika Başlığıyla Atılan Tık Tuzaklı Haberlerin Etik Çerçveden İncelenmesi başlıklı makalesinde Geleneksel anlamda habercilik yaparken ele alınacak konuların belirlenmesi esnasında en çok kamu yararını gözeten, birden fazla kişiye seslenebilen, halkın büyük bir çoğunluğunu ilgilendiren konular seçilmektedir. Bu konuların seçilmesi ve işlenmesi sırasında da yeteri kadar geniş zaman olmasa da bu zaman internet haberciliğine göre daha uzundur. İnternet haberciliğinde haberin yenilenmesi, okuyucunun sayfayı yenilediği her saniye olmaktadır. Geleneksel medyada bir sonraki gün yenilenmiş haber kitlelerle buluşmaktadır. İnternet gazeteciliğinde var olan bu hız, birçok haberin oluşmasına zemin hazırladığından okuyucuyu çekebilmek bu noktada farklı stratejiler geliştirmekle mümkün hale gelmiştir. Merak, endişe, korku, beklenti içeren haberlerin daha çok tık alacağı düşüncesiyle internet üzerindeki haberler tık üzerine odaklanmıştır. Gazetede tiraj, televizyonda reyting vb. şekillerde ölçüm yolu bulan izleyici araştırmaları internete geçildiğinde tık odaklı olmaktadır. Gazeteler aldıkları

tıklar ölçüsünde reklam kazanabilmekte ve gelirlerini oluşturarak yükseltebilmektedir. İnternet gazeteciliğinin de ölçümü bu sebeple haber başına alınan tıklar olduğundan, okunmak için tıklanmayı artıran haberlerin kullanımı ön plana çıkmaktadır. İnternet gazeteciliğinde temel ekonomik gelirin tıklanma üzerine verilen reklamlar olduğu düşünüldüğünde haber sitelerinin de tık yarışına girmesi normal olarak karşılanmaktadır. Tıklatan ya da merak uyandıran başlıklar, kullanıcıları tıklamaya zorlamaktadır. Kişilerin tıkladıkları haberler, onlara diğer sunulacak olan haberleri de belirlemektedir. İnternet sitelerindeki çerezler sayesinde kullanıcıların hangi tür haberde ne kadar süreyle kaldığı görülmekte ve bu haberler de sonrasında tekrar kullanıcıların karşısına çıkmaktadır. Bu sayede ilgi duyduğu haberi daha çok okumaya meyilli olan okuyucu, web sitesine daha fazla tık getirmektedir. Tık tuzağı sisteminde mesajlar bir yem olarak tasarlanmıştır ve mesajın amacı göz alıcı başlıklar, okuyucuya doğrudan hitap etme, yüzeysel ve abartılı içerik gibi kaynaklar aracılığıyla pazarlamaya daha çok benzemektedir (Kortak, 2022).

İnce (2018) İnternet Haberciliğinde Çok Tıklanma Beklentisi ve Tık Tuzaklı Başlıklar makalesinde medyanın en önemli dallarından biri olan haberciliğin, internet sayesinde farklı ortamlara taşındığını dile getirmiştir. Bu yeni ortamda başta iyi kazanç olmak üzere, birçok kapının anahtarı ‘çok tercih edilme’den geçmektedir. İnternet haberciliğinde çok sayıda insana ulaşmanın göstergesi, televizyonlardaki reyting, gazetelerdeki tiraj uygulamasından farklı olarak tıklanma sayısıdır. İnternet haberciliği yeterli seviyeye geldiğini ispat edebilmek, haberlerin çok okunduğunu kanıtlamak adına birçok farklı yol ve yöntemlerle okuyucuya ulaşmaya çalışmaktadır. Ancak bu çaba, habercilik pratikleri açısından tavizleri ve etik kuralların ihlalini de beraberinde getirmektedir. Çok tıklanma kaygısıyla yayınlanan haberlerde, olduğundan fazla

iddialı başlıklarla insanların merak duygusuna odaklanan, haber değeri tartışılacak konular ele alınmakta, okuyucular beklentiye sokulmaktadır. Haberin başlığıyla içeriği arasında uyumsuzluk ve yanıltıcı bilgilerin yanı sıra, aşırı heyecan verici bir dil ve üslup da kullanılmaktadır. Bu anlayışla üretilen haberler ise okuyucuyu aldatmakta, internet haberciliğine ve internet haberlerine olan güveni azaltmaktadır (İnce,2018).

Deniz ve Özel (2018) Bana Okurunu Söyle, Sana Manşetini Söyleyeyim: Gazetecilerin, İçerik Hiyerarşisini ve Gündemi Belirlemede Okurun Değişen Rolüne Bakışı başlıklı makalesinde dijitalleşen gazetecilikte okurun, editörün rolüne nasıl etki ettiğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu kapsamda Türkiye’de en fazla ziyaret edilen ana akım gazete web siteleri www.hurriyet.com.tr, www.sabah.com.tr ve www.milliyet.com.tr’de görev yapmakta olan yönetici ve internet editörlerinden oluşan 15 gazeteci ile 15-20 Ocak 2018 tarihleri arasında İstanbul’da derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan gazetecilere göre, okurun haber üretim sürecine kesin bir etkisi bulunmaktadır. Bunun nedeni geleneksel basından farklı olarak dijital ortamda okurun davranışlarının gözlenebilir ve ölçülebilir olmasıdır. Araştırmaya katılan gazeteciler haberlerle ilgili kararları alırken, okunma oranı tıklanma, okurların Google’da yaptığı aramalar, haberin okurlar tarafından paylaşılma oranı, okurun sosyal medya hesaplarında paylaştığı konular, haberde askıda kalma süresi ve okur yorumlarının yönlendirici olduğunu belirtmektedir. Gazetecilere göre okurun bu eylemleri, haber üretim sürecinde eşik bekçisinin rolünde dört temel etkiye yol açmaktadır: Bunlar okurun içerik hiyerarşisinin belirlenmesine etkisi, okurun gündemin belirlenmesine etkisi, okurun haberin çerçevelenmesine etkisi ve yazı işlerinin organizasyon yapısında değişikliklerdir. Çalışmaya katılan gazetecilere göre günümüzde internet editörleri hangi haberleri yayına sokacakları ve haberi hangi

sırada sunacakları konusunda karar verirken, en fazla tıklanma rakamları, Google arama sonuçları ve sosyal medya gündemi tarafından yönlendirilmektedir (Deniz ve Özel, 2018).

Işık ve Koz (2014) Çöp Yığınlarında Haber Aramak: İnternet Gazeteciliği Üzerine Bir Çalışma başlıklı makalesinde internet gazeteciliğinin yirmi yıl gibi kısa geçmişine rağmen önemli dönüşümlere imza atmıştır. Ticari kaygılarla şekillendiği görülen internet gazeteciliği, geleneksel düzende gazetecilik adına var olan içerik, format, etik, doğruluk, haber değeri gibi unsurları hiçe sayan uygulama ve işlemlere aracılık etmektedir. Kendi etik kodlarını, rutinlerini yaratmakta oldukça yavaş olan internet gazeteciliğinin –Türkiye örneğinde- önemli sorunlarından biri, “çöp siteler” ve “çöp haberler” dir. Reklam gelirlerinden daha fazla pay almak adına arama motorlarını, internet kullanıcılarını ve reklam verenleri manipüle eden bu tür siteler, kullanıcılara çoğu zaman, “anahtar” olarak nitelendirilen kelime dizinlerinden oluşan, haber değerlerinden uzak içerikler sunmakta ve bu yolla meşru olmayan kazançlar elde etmektedirler. Bu tür internet haber siteleri, kimi zaman henüz açıklanmamış sınav sonuçlarıyla kullanıcıları sitesine çekerken kimi zaman da “tuzak başlıklarla” hem bu hizmeti sunan arama motorlarını hem de internet kullanıcılarını yanıltmaktadır.

Bingöl ve Yanık (2021) Tık Tuzağı Habercilik Çerçevesinde Kamu Ticari Haber Sitelerinin Karşılaştırılması: trthaber.com ile milliyet.com.tr Örneği başlıklı makalesinde abonelik yoluyla para kazanma girişimlerinin başarısızlıkla sonuçlanması, “tıklanma sayısı” ile başarının doğru orantılı olduğu kanaatine sevk etmiştir. Bu yüzden, basılı araçlardaki gibi tiraj geliri olmayan internet sitelerin temel gelir kaynağı reklamlar olmuştur. Ziyaretçi sayısı ve tıklanma olgusu, haberin ticari anlamda başarılı olabilmesinin ön kabulü olarak ortaya çıkmaktadır. Amaç okuyucuyu

tıklamaya teşvik etmek olduğundan, haberin değerini belirleyen asıl unsur da tıklanma sayısı ile ölçülmektedir. Bu durum haber ve habercilik anlayışında haberin kamusal değeri yerine parasal değerinin, kamu hizmeti anlayışı yerine de salt ticari faaliyet anlayışının egemen olmasıyla sonuçlanmaktadır. Geleneksel gazetelerin tiraj ve aboneliklerindeki sürekli düşüş, haber üreticilerini sayfa ziyaretine dayalı online reklam gelirlerine daha fazla bağımlı hale getirdiği için bu süreç daha ziyade ekonomik kaygıya dayanmaktadır. Bu yüzden online habercilikte sorun, gerçeği aramak yerine genellikle sayfa görüntüleme sayısını artırma anlayışıyla hareket etmektir ki bunun temel göstergelerinden biri tık tuzağı başlıklardaki artıştır. Tık tuzağı, kullanıcıların dikkatini çekmek için onları belirli bir web sayfasındaki linke tıklamaya teşvik eden içerik anlamına gelmektedir. Ticari kaygılar, gazeteciler üzerinde önemli baskı unsurlarından biridir. Haber başlıklarının şekil ve içeriğinden, sürekli servis edilen şiddet, cinsellik tarzı konserve içerikler ve reklamla karıştırılmış haber sunumlarına kadar her şey ziyaretçi sayısını artırmak ve daha fazla gelir elde etmek içindir. Çeşitli görsellerin yardımıyla tuzak daha da cazip hale getirilmektedir. Asıl amacı, daha fazla tık almak olan, haber değerleri taşımayan ve büyük bir bölümü “kopya” içeriklerden oluşan bu siteler kullanıcıların yanında reklam verenleri de manipüle etmektedir. Tık tuzaklı haber başlıklarında dil basit ve anlaşılırdır. Başlıklarda basmakalıp ifade, kelime oyunları, çifte anlam kullanılmaktadır. Bilgilendirici başlık ile tık tuzaklı başlığa aşağıdaki haberler örnek olarak verilebilir: Burada trthaber.com ve milliyet.com.tr haber sitelerinden alınan aynı habere ait iki başlık görülmektedir. Kamu yayıncılığı yapan trthaber.com, başlığı ve haberi bilgilendirici ve haber ilkelerine uygun olarak verirken, ticari yayıncılık yapan milliyet.com.tr, başlığı içeriğe tıklamak için adeta bir yem olarak kurgulamıştır. Bilgilendirici başlığın ana başlığı “Çavuşoğlu-Pompeo görüşmesi 4 Haziran’da” Alt başlığı ise: “Washington

Büyükelçisi Serdar Kılıç ABD’ye gidiyor” (trthaber.com) Tık tuzaklı başlık: “ABD-Türkiye görüşmesi öncesi flaş karar...” (milliyet.com.tr) Çoğu zaman tık tuzağı başlıklar, içeriğindeki bilgilerin manşetle bir ilgisi olmamasına ve geriye kalan bilgilerin de beklentileri karşılamamasına rağmen kullanıcıların meraklarını cezbetmektedir (Bingöl ve Yanık, 2021).

Şener (2018) Hakikat Sonrası Çağda Haber Organizasyonlarının İtibarını Haberle Korumak başlıklı makalesinde doğruluk kontrol merkezi olan internet sitesi Snopes’un editörü Brooke Binkowski, bir röportajında şunları ifade etmiştir: “Tık tuzağı kraldır, bu nedenle haber merkezleri meşruiyetin saçmalığa dönmesine yardımcı olan en kötü şeyleri bile eleştirmeden yazacaktır” Viner (aktaran Şener, 2018). Bu tespit tüm haber organizasyonları için geçerli olmasa da etkisinin az olduğunu söyleyebilmek mümkün değildir. Sorun, elbette dikkat çeken başlıklar değildir, başlığın dikkat çekmesi gazetecilik pratiklerinden ve olması gerekenlerden biridir. Fakat sadece ilgi çekmesi için haberle uyummayan başlıkların kullanılması kandırmacadan öte bir şey değildir. Haberlerde hikaye anlatımının artış gösterdiği günümüzde tıklama için başkalarının hikayelerinin sürekli olarak geri dönüşümü en fazla uygulanan yöntemlerdendir. Kamunun bilgilene hakkı olan habercilik, tık tuzağının gölgesinde kalmıştır (Şener, 2018).

Şentürk ve Peker (2021) İnternet Gazeteciliğinde Etik Bir Sorun: Tık Tuzağı Kullanımı başlıklı makalesinde internet gazeteciliğinin, geleneksel gazetecilikten farklı, kendine özgü bir haber dili vardır. İkna edici bir kurguya sahip olan bu haber dili, baştan çıkaran bir söylemle okuyucuların dikkatini çekmek ve sayfayı ziyaret etmesini teşvik etmek amacı üzerine kurulmuştur. Haber sayfaları, geleneksel gazetecilikte sınırlı bir yapıdadır. Ancak internet gazeteciliğinde haberlerin yer aldığı

sayfalar teknik olarak sınırsız kabul edilmektedir. İnternet gazeteciliği açısından bir avantaj olarak görülen bu özellik, haber yayıncılığında alternatiflerin artması ve rekabet ortamının sertleşmesi nedeniyle dezavantaja dönüşmüştür. Kitle iletişim araçları, sahip olduğu izleyici kitlesini reklam verenlere pazarlayarak ticari kazanç sağlamaktadırlar. Geleneksel medyada gazete tirajları ve televizyon reytingleriyle saptanan izleyici sayısı ve buna göre belirlenen reklam talep ve fiyatı, internet gazeteciliğinde tıklanma sayılarıyla belirlenmektedir. İnternet gazetelerinde bu durum, haber başlıklarını ve görsellerini etkilemektedir. Bu yüzden internet gazeteleri, reklam gelirlerini artırmak için internetin sunduğu olanaklar ile çeşitli yöntemler geliştirmekte ve uygulamaktadırlar. Medya kuruluşları, okuyuculara kendi sitelerini ziyaret ettirmek ve site içindeki bir sayfayı ya da makaleyi tıklatmak için, okuyucuları tıklamaya teşvik eden başlıklar, makaleler ya da görseller kullanmaktadırlar. İnternet ortamındaki medya kuruluşlarının uyguladığı bu yöntem tık tuzağı olarak adlandırılmaktadır. Bu yöntem ile sayfaya çekilen okuyucu bazen habere ulaşamamakta bazen de sıkılıp bırakabilmektedir. Tık tuzağı uygulaması, internet haberciliğinin kendine özgü fiziki yapısının bir sonucu olarak ortaya çıkan bir tekniktir. Geleneksel basında tirajları arttırmaya yönelik geliştirilen bir uygulama olan “sarı gazetecilik”, internet haberciliğindeki tık tuzağı uygulaması ile yöntem ve hedef açısından büyük ölçüde benzerlik göstermektedir (Şentürk ve Peker, 2021).

4.15 Spor Basınının Tarihi

Osmanlı İmparatorluğu’nda ilk gazeteler 19. yüzyılın son çeyreğinde Levantenler tarafından yayımlanmıştır. 1874’te yayımlanan Le Progres d’Orent, İstanbul’da yayımlanan ilk gazetedir. 1868’de Levant Times and Shipping Gazzette ile 1895 yılında yayınlanan Stamboul gazetesi, Osmanlı Devleti’ndeki ilk gazetelerdendir (Özsoy, 2011 aktaran Alemdar, 1996).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde basın, sporla ilk defa, 1891 yılında Türk Edebiyatında önemli bir devre adını veren ünlü dergi Servet-i Fünûn'a Ali Ferruh Bey'in Paris'ten gönderdiği eskrimle ilgili yazısı ile tanışmıştır. İlk spor yazısını yayınlayan günlük gazete, Selanik'te çıkan Asır Gazetesi'dir. Gazete, 1895 yılında bisiklet yarışları ve at koşuları ile 1896 yılında Atina'da yapılan ilk modern olimpiyat oyunlarının hazırlıklarından bahseden haberlere yer vermiştir. Spor adamı ve gazeteci Burhan Felek'in 28 Eylül 1910 tarihinde çıkarmaya başladığı Futbol adlı dergi, spor basınının ilk yayınları arasında yer almaktadır. Yayın hayatını 6 ay sürdüren dergi, dönemin anlayışına uygun olarak yarısı Türkçe, yarısı ise Fransızca olarak yayınlanıyordu. Türkiye'ye sporun yayılmasında öncülük yapan Selim Sırrı Tarcan, 1911 yılının Temmuz ayında "Terbiye ve Oyun" adını taşıyan yeni bir dergiyi yayın hayatına sokmuş ancak uzun ömürlü olamamıştır. Terbiye 212 ve Oyun, 1922 yılında kısa bir süre tekrar yayınlanmaya başlanmış, ancak bu girişim de sonuçsuz kalmıştır. Türkiye'de bir futbol haberi günlük bir gazetede ilk kez 1911 yılında yayınlanmıştır. Galatasaray kulübünün de üyesi olan Abidin Daver, İstanbul'da oynanan Galatasaray-Tamaşvar ile İstanbul Karması-Tamaşvar karşılaşmalarını Tasvir-i Efkar gazetesinde haber olarak yayınlatarak spor basınına önemli bir açılım getirmiştir. O dönemde spor basınının anlatımına örnek vermek gerekirse Tasvir-i Efkar gazetesi, 1913'teki nüshasında bir futbol maçını şöyle duyuruyordu: "Kadıköy Union Clup'de önümüzdeki 23 Mart Pazar günü saat 2'de mubaşeret olmak üzere iki müsabaka icra edilecektir. Köprü'den Kadıköyü'ne zevali hareket 1.45'te hareket eden vapur, spor meraklılarını vakti muayyende Union Clup'e yetiştirir".

Günümüzde de devam eden Galatasaray-Fenerbahçe rekabetinin basındaki temellerinin 1920'li yıllarda atıldığı görülmektedir. Bu rekabette ilginç olan bir nokta

da futbol maçlarının günümüz basınında çok kullanılan savaş metaforlarıyla anlatılmasının ilk örneklerinin görülmesidir. Spor yazarlığını ilk olarak kendisine meslek seçen kişi, 1919’da “Spor Alemi” adlı bir dergi çıkaran Çelebizade Said Tevfik Bey (Said Çelebi) olmuştur. Kullandığı esprili dil, birçok kişiyi önce spor yazılarına karşı ilgilenmeye sevk etmiş, sonra kişileri sahaya çekmiştir.

Cumhuriyetin ilanından sonra spor haberlerinin önemi artmaya başlamıştır. Akşam, Cumhuriyet gibi siyasi gazetelerin birinci sayfalarında spor haberleri görülmeye başlamıştır. Ali Naci Karacan’ın sahibi olduğu Akşam gazetesi, Türk spor basını tarihinde birinci sayfasını ilk kez spor haberlerine açan gazete olmuştur. 1924’te Paris Olimpiyatları’na hazırlanmakta olan Türk Milli Futbol Takımı’nın büyük boy fotoğrafı Cumhuriyet gazetesinin birinci sayfasında yayınlanmıştır. Cumhuriyet gazetesi kurucusu Yunus Nadi, 1924 yılında yazdığı sunuş yazısında, çıkarmaya başladığı gazetenin amaç, şekil ve mesleğine ait esasları ve gazetesinin özelliklerini belirtirken, “Gazetenin iktisat ve spor sütunları en yetkili uzmanlarca hazırlanacaktır” ifadesini kullanmıştır. Gazetenin dördüncü sayfası ikişer sütun halinde spora ayrılmıştır.

1930’lu yıllarda spor dergilerinin yayınlanmaya başladığı görülmektedir. Suat Hayri Ürgüplü’nün Fransa dönüşü yayınladığı “Şa Şa Şa” isimli dergisi, “Şiir” lakabıyla ünlü futbolcu Refik Osman Top’un çıkardığı “Gol” ve “Spor Alemi” bunlardan bazılarıdır. 1933’te Haber Gazetesi ilk bağımsız spor sayfasını yapmıştır. 1939 yılında yayınlanmaya başlayan İkdam gazetesinin dördüncü sayfası spor haberlerine ayrılmıştır.

1948 yılında Londra’da düzenlenen Yaz Olimpiyat Oyunları’nda Türk güreşçilerinin büyük başarı elde etmesi, gazete yöneticilerinin spora daha geniş yer vermelerini sağlamıştır. Olimpiyatların 2. Dünya Savaşı sonrası barış ortamında düzenlenen ilk oyun olma özelliği taşıması nedeni ile Türk sporcularının yanı sıra ilk defa geniş bir gazeteci grubu da Londra’ya gitmişti. O yıllarda popüler bir spor branşı olan güreşte kazanılan 6 altın madalya; Hürriyet Gazetesi’nin 1. sayfasından okuyuculara duyurulmuş ve bu, Türk spor basınında bir ilk olmuştur. Spor haberlerinin fazla yer tutmadığı 1940’lı yıllarda büyük bir başarıyla karşılaşan gazeteler “spor” başlığıyla olimpiyatlara sayfalarında geniş yer ayırmıştır. Bayram gibi özel günlerin dışında gazete logoları ve başlıklar haricinde renk kullanmayan 214 gazeteler, olimpiyatlar için kırmızı renkli baskı yapmıştır. Yayın hayatına 1 Mayıs 1948 tarihinde başlayan Hürriyet Gazetesi, Londra Olimpiyatları’na foto muhabiri göndererek bir ilki gerçekleştirmiş ve bol fotoğraflı olimpiyat haberleri tirajını arttırmıştır. Bu fotoğraflar, başka gazeteler tarafından kullanılmaya başlanınca Hürriyet Gazetesi, fotoğrafların kopyalanmaması için gazeteye bir uyarı notu koymuştur.

1950’li yıllara kadar gazetelerde henüz spor haberleriyle ilgilenen uzman muhabirler ve ayrı birimler bulunmamaktaydı. Spor haberleri, diğer haberlerle ilgilenen gazeteciler tarafından hazırlanıyordu. 1950’li yıllarda yayınlanan Son Posta Gazetesi’nde spor haberlerini yazan Adnan Fuat Aral, 60 bin satan ve Hürriyet’in Yeni Sabah’ın rakibi olan gazetenin spor sayfasını tek başına çalışarak çıkarmaktaydı. 1950’li yıllarda Cumhuriyet, 6.sayfasından verdiği spor haberlerini, sadece futbola dayandırmadan tüm etkinliklerden söz etme ve sayfalara çok haber koyma anlayışıyla bisikletten kayağa kadar her spor dalına yer vermiştir.

1952 yılında “Türk Spor” adlı ilk günlük spor gazetesi çıkarılmıştır. Türk Spor Gazetesi’nin, A Milli Futbol Takımı’nın Dünya Kupası finallerine katılmaya hak kazandığını yazan 18 Mart 1954 tarihli sayısı, o tarihlerde en çok satan günlük gazetenin satış rakamını geride bırakmıştır.

1953 yılında sadece spor haberleri yayınlayan “Spor Haberleri Ajansı” kurulurken, 1954 yılında Yılmaz Poğda tarafından “Türkiye Spor Gazetesi” adında Türkiye’nin ilk spor gazetesi yayınlanmıştır. O dönemde en çok satan günlük gazetenin tirajı 40 bin iken, Türkiye Spor Gazetesi 50 bin satmakta idi.

1955-1956 da Yeni Sabah spora arka sayfayı ayırmıştır. Futbolun milli lig statüsüyle oynanır olduğu 1960’lı yılların başından itibaren hem gazeteler aynı anda birkaç ilde basılıp bütün illere dağıtılarak kitleleşti, hem sporun kitlesel tüketime konu olmasının sonucu olarak spor sayfaları gazetelerin genel bütünlüğüne karşı bağımsızlığını kazandı. Türkiye düzenli lig organizasyonlarının ortaya çıkmasıyla spor olgusu geniş kitlelere yayılırken, günlük gazetelerin spor haberlerine ayırdıkları yerin de artmaya başladığı görülmektedir. Türkiye’de birçok gazete 1950’li yıllardan sonra spor haberleri için ayrı bir birim kurarak, birden fazla sayfasını spor haberlerine ayırmaya başlamıştır. 1960’lı yıllara gelindiğinde spor sayfalarına gösterilen ilgi, günlük gazeteler arasında özellikle Milliyet ile Tercüman arasında büyük bir rekabetin doğmasına yol açmıştır. Spor servisleri arasında ortaya çıkan rekabet, birçok gazetenin 30-40 kişilik spor servisleri kurmalarına kadar ilerlemiştir. Bu arada 1963’te spora tam sayfa ayırmaya başlayan Hürriyet, 7 kişilik bir spor servisi oluşturmuştur. Milliyet de “star imza”, “geniş kadro”, “teknik güç” gibi özellikleri kapsayan yayın anlayışını sürdürmüştür. Spor haberleriyle ilgilenen gazetecilerin sayısının artması, aralarında bir birlik oluşturma ihtiyacını doğurdu. Bu amaçla 1963 yılında Türkiye Spor Yazarları

Derneği kuruldu. Büyük illerde 7 Őubesi olan derneğin halen 1000'e yakın  yesi bulunmaktadır.

Daha sonraki dönemlerde günlük gazeteler, spor haberlerine ayırdıkları sayfa sayısını arttırma yoluna gitmişlerdir. 1970 ve 80'li yıllarda gazetelerin arka sayfaları spor haberlerine ayrılmış, birçok spor branşından haberler bu sayfalarda yer bulabilmiştir. Ancak futbolun popülaritesinin artması ile 1990'lı yıllardan sonra gazetelerin sadece dört büyük kulüp olarak adlandırılan Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor'un haberlerinin yer aldığı futbol gazetelerine döndüğü görülmektedir.

1980'lerden sonra ülkedeki siyasal ve sosyal gelişmeler spora, dolayısıyla spor medyasına da yansdı. Kişilerin bireysel çıkarı ön plana gelmesinden sonra yüksek kültür ve sanat ürünleri yerine daha çok magazin ve sporla ilgili yayınlara yönelme söz konusu olmuştur. Spor medyası da bu talebi karşılayabilmek için sayfalarını futbola ve onun her türlü y zeyssel ve magazinsel boyutuna alabildiğine açmıştır. Spor medyasındaki bu kolaycı ve geniş kitleleri yakalayan akım, günümüze kadar devam etmiş ve hala geçerliliğini korumaktadır ( zsoy, 2011).

4.16 Fanatik Gazetesi

Günlük spor gazetesidir. şu an ki sahibi Demirören Holding'dir. Eski sahibi Doğan Gazeteciliktir. Gazete 20 Kasım 1995'de yayın hayatına başlamıştır. Türkçe olarak yayınlanan gazetenin kardeş gazeteleri Hürriyet, Posta ve Hürriyet Daily News dir. Gazetenin tirajı 53081 olup gazeteler arasında on birinci sırada yer almıştır. Gazete ilkelere önem vermektedir. European Sports Media'ya Türkiye'den  ye olabilen tek gazete Fanatik Gazetesidir. Bu kuruluşa; İngiltere, İspanya, Almanya, Hollanda, Belçika, Danimarka, Rusya, Portekiz gibi ülkelerin en önde gelen spor gazeteleri ve

dergileri üyedir. Bu konuda Türkiye'yi temsil etme hakkı bizzat ESM yetkilileri tarafından Fanatik Gazetesine verilmiştir. ESM'nin aradığı şartlar özetle şöyledir: Marka değeri, ciddiyet, ilkeli ve doğru yayıncılık, yayın politikasıyla tüm dünyada referans olabilmektir. Lionel Messi, Cristiano Ronaldo, Diego Forlan gibi yıldızlarla, Jose Mourinho, Sepp Blatter gibi dünya futboluna yön veren isimlerle yapılan özel röportajları ESM ortaklığı sayesinde okuyucuya aktarmıştır. Gazete 2012 yılında internet sitesi, web sitesi, e-gazetesi, i Phone, i Pad uygulamaları, Twitter ve Facebook sayfaları ile büyük bir devrime imza atmışlardır. Gazetenin temel felsefesi spekülâtif haber anlayışının dışında kalarak doğru ve ilkeli spor gazeteciliği yapmayı amaçlamaktadır. Spor etiğinin ve toplumda spor bilincinin yerleşmesine yönelik çalışmalar ve yayınlar yapmayı kendine misyon edinmiştir. Okurlarıyla yalnız futbol odaklı değil, tüm spor dallarına yer veren, kaliteli bir içerikle buluşur. Tüm kulüplere ve spor organlarına eşit mesafededir (Özsoy, Sadık ve Boz, 2013).

4.17 Fotomaç Gazetesi

Günlük spor gazetesidir. 1991 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur. Ardından kurulan taraftar gazetesiyle bir müddet sonra birleştirilerek Taraftar Fotomaç ismini almış, daha sonra ismi yeniden Fotomaç olmuştur. 2005 yılında kurulan kardeş yayını Pas gazetesi istenilen satış rakamına ulaşamayınca *Fotomaç* gazetesi ile birleştirilmiş ve gazete, Pas Fotomaç adını almıştır. Dinç Bilgin'in borçlarından ötürü, Dinç Bilgin'e ait diğer şirketlerle birlikte Pas Fotomaç gazetesine de Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu tarafından el konulmuştur. Bir müddet sonra çıkılan ihalede diğer şirketlerle birlikte gazete Ciner Holding tarafından satın alınmıştır. 2007 yılında Ciner Holding'e TMSF tarafından el konulmuştur. 17 Aralık 2007 tarihinde TMSF tarafından çıkarılan ve gazetenin de içerisinde yer aldığı Sabah- Atv yayın paketi ihalesini Çalık Holding kazanmış ve sair yayın grubu şirketleriyle birlikte

gazete, alık Holding'e devredilmiştir. Gazete, logosunda Pas Fotomaç ibaresi yer almasına rağmen yaygın olarak *Fotomaç* ismiyle anılmaktadır. Gazetenin genel merkezi İstanbul'dur. Gazetenin mevcut sahibi Turkuvaz Medya Grubudur. 2020 verilerine göre gazetenin tirajı 48.333 çıkmış tirajlarda düşüş meydana gelmiştir. Gazete İstanbul'da basılmaktadır. Ankara, İzmir, Adana ve Trabzon'da gazetenin yeri mevcuttur (Özsoy, Sadık ve Boz 2013).

Bölüm 5

BULGULAR VE ANALİZLER

Tablo 2'ye göre toplam 200 haberin %29,5 Fenerbahçe, %23 Beşiktaş, %22 Galatasaray, %12 Trabzonspor ve %13,5 diğer takımlar olduğu ortaya çıkmıştır. Geçen sezonun şampiyonu olan Trabzonspor 24 haber ile en az haber yapılan takım olarak yer almıştır. Geçen sezonun lig ikincisi olan Fenerbahçe ise 59 haber ile en fazla haber yapılan takım olarak birinci sırada yer almıştır. Haberlerin yüksek çıkmasının bir diğer sebebi ise bu tarihlerin Pazartesi ve Salı gününe denk gelmiş olmasıdır. Hafta başı olduğu için bu iki günde gazeteler hafta sonuna göre daha fazla okunmaktadır. %41,5 ile yarım cümle ile kurulan tık tuzakları gazetelerin en çok başvurduğu kategoridir. %36,0 ile bilginin gizlendiği tık tuzakları tık tuzağı kategorisinde gazetelerin başvurduğu ikinci kategoridir. Şok-flaş-bomba-son dakika temalı tık tuzağı kategorisi %18,5 ile üçüncü, görselin dikkat çektiği tık tuzağı kategorisi ise %4 ile gazetelerin en az başvurduğu yöntemdir.

Fotospor gazetesinin eski genel yayın yönetmeni ile yapılan bir röportajda 425 bin civarında gazetenin tirajı olduğunu Beşiktaş'ı manşet yaptığı gün yüz bin, Galatasaray'ı manşete çektiği gün elli bin tiraj kaybettiğini, Fenerbahçe ile ilgili herhangi bir haberi manşete koyduğu zaman ise satışların normale döndüğünü itiraf etmiştir. Bu nedenden dolayı tablolarda Fenerbahçe tablolarda birinci çıkmaktadır.

5.1 Bulgular

Tablo 2: Takım Bilgileri

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Fenerbahçe	59	29,5	29,5	29,5
Galatasaray	44	22,0	22,0	51,5
Beşiktaş	46	23,0	23,0	74,5
Trabzon	24	12,0	12,0	86,5
Diğer	27	13,5	13,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Diğer kategorisinde Fotomaç Gazetesi'nde Manchester United ve Real Madrid takımları yer almıştır. Fanatik Gazetesi'nde ise Ümraniyespor, Manchester City, Türkiye Milli Takımı, Bate Borisov, Barcelona, Hoffenheim, Antalyaspor, Turgutluspor, İnter, Napoli ve Bodrumspor takımları yer almıştır.

Tablo 2'e göre toplam 200 haberin %29,5 Fenerbahçe, %23 Beşiktaş, %22 Galatasaray, %12 Trabzonspor ve %13,5 diğer takımlar olduğu ortaya çıkmıştır. Geçen sezonun şampiyonu olan Trabzonspor 24 haber ile en az haber yapılan takım olarak yer almıştır. Geçen sezonun lig ikincisi olan Fenerbahçe ise 59 haber ile en fazla haber yapılan takım olarak birinci sırada yer almıştır.

Kümülatif Yüzdede ise Fenerbahçe %29,5 ile en sonda yerini alır iken, %100 ile diğer kategorisi birinci sırada yerini almıştır.

Tablo 3: Gazeteler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Fanatik	100	50,0	50,0	50,0
Fotomaç	100	50,0	50,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Kümülatif Yüzde bölümünde 50,0 ile Fanatik Gazetesi, 100,0 ile Fotomaç Gazetesi yer almıştır.

Tablo 4: Tarihler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
17.06.2022	1	,5	,5	,5
18.06.2022	1	,5	,5	1,0
20.06.2022	1	,5	,5	1,5
21.06.2022	1	,5	,5	2,0
22.06.2022	1	,5	,5	2,5
24.06.2022	2	1,0	1,0	3,5
25.06.2022	6	3,0	3,0	6,5
26.06.2022	13	6,5	6,5	13,0
27.06.2022	6	3,0	3,0	16,0
28.06.2022	3	1,5	1,5	17,5
29.06.2022	2	1,0	1,0	18,5

01.07.2022	1	,5	,5	19,0
03.07.2022	2	1,0	1,0	20,0
04.07.2022	1	,5	,5	20,5
05.07.2022	1	,5	,5	21,0
06.07.2022	1	,5	,5	21,5
07.07.2022	3	1,5	1,5	23,0
12.07.2022	3	1,5	1,5	24,5
14.07.2022	1	,5	,5	25,0
15.07.2022	2	1,0	1,0	26,0
16.07.2022	1	,5	,5	26,5
17.07.2022	5	2,5	2,5	29,0
18.07.2022	2	1,0	1,0	30,0
19.07.2022	2	1,0	1,0	31,0
20.07.2022	1	,5	,5	31,5
21.07.2022	12	6,0	6,0	37,5
22.07.2022	13	6,5	6,5	44,0
23.07.2022	9	4,5	4,5	48,5
24.07.2022	16	8,0	8,0	56,5
25.07.2022	35	17,5	17,5	74,0
26.07.2022	28	14,0	14,0	88,0
27.07.2022	6	3,0	3,0	91,0
16.06.2022	1	,5	,5	91,5
29.07.2022	2	1,0	1,0	92,5
30.07.2022	1	,5	,5	93,0

11.07.2022	1	,5	,5	93,5
28.07.2022	2	1,0	1,0	94,5
31.07.2022	5	2,5	2,5	97,0
13.07.2022	1	,5	,5	97,5
15.06.2022	1	,5	,5	98,0
12.07.2022	1	,5	,5	98,5
29.05.2022	2	1,0	1,0	99,5
09.06.2022	1	,5	,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

25 Temmuz 35 haber ile en fazla haberin yapıldığı gün olarak yerini almıştır. 26 Temmuz tarihinde ise 28 haber ile en fazla haberin yapıldığı ikinci gün olarak ortaya çıkmıştır. 25 Temmuz ve 26 Temmuz tarihlerinde haberlerin yüksek çıkmasının sebebi 5 Ağustos tarihinde ligin başlayacak olmasıdır. Haberlerin yüksek çıkmasının bir diğer sebebi ise bu tarihlerin Pazartesi ve Salı gününe denk gelmiş olmasıdır. Hafta başı olduğu için bu iki günde gazeteler hafta sonuna göre daha fazla okunmaktadır.

Transfer döneminin başlangıç tarihi olan 17 Haziran ile 17 Temmuz arası 1 aylık dönemde tık tuzaklı haber en fazla 13 kez gazetelerde yayınlanmıştır.

Tık tuzaklı haber en az ise 1 çıkmıştır. Buradan çıkarılan sonuç dört büyük kulüp ve diğer kategorisinin transfer döneminin ilk bir ayında az transfer yaptığıdır.

25 Haziran 25 Temmuz tarihlerine bakıldığı zaman 25 Haziran tarihinde %3, 25 Temmuz tarihinde ise %17,5 tırmanmıştır. 17 Haziran olan transfer döneminin başlangıç tarihinde ortaya çıkan yüzdelerik %5dir. Bir ay sonra 17 Temmuz tarihinde ise %2,5 çıkarak yarı yarıya düşüş meydana gelmiştir.

21 Temmuz tarihinde çıkan sonuç %6, 22 Temmuz tarihinde %6,5 çıkmıştır. 23 Temmuz tarihinde %4,5 çıkmış ve düşüş meydana gelmiştir.

24 Temmuz tarihinde 23 Temmuz tarihine göre artış gerçekleşmiş olup çıkan sonuç %8'dir. 25 Temmuz tarihinde ise çıkan sonuç %17,5dir. 26 Temmuz da ise %14'e düşmüştür.

17-22 Haziran tarihleri arasında Geçerli Yüzde %5 çıkmıştır. 24 Haziran 24 Temmuz tarihleri arası en fazla %8, en az ise %1 çıkmıştır.

Kümülatif Yüzde ise 9 Haziran tarihinde %100 ile en fazla, 17 Haziran günü ise %5 ile en az olarak tabloda yerini almıştır.

Tablo 5: Tık Tuzağı Kategorileri

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Yarım Cümle ile Kurulan Tık Tuzakları	83	41,5	41,5	41,5
Şok-Flaş-Bomba-Son Dakika Temalı Tık Tuzakları	37	18,5	18,5	60,0
Bilginin (Özne Eksikliği) Gizlendiği Tık Tuzakları	72	36,0	36,0	96,0
Görselin Dikkat Çektiği Tık Tuzakları	8	4,0	4,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

%41,5 ile yarım cümle ile kurulan tık tuzakları gazetelerin en çok başvurduğu kategoridir. %36,0 ile bilginin gizlendiği tık tuzakları tık tuzağı kategorisinde gazetelerin başvurduğu ikinci kategoridir. Şok-flaş-bomba-son dakika temalı tık tuzağı kategorisi %18,5 ile üçüncü, görselin dikkat çektiği tık tuzağı kategorisi ise %4 ile gazetelerin en az başvurduğu yöntemdir.

Yarım cümle ile kurulan tık tuzakları kategorisinde 83 tık tuzaklı haber, bilginin gizlendiği tık tuzakları kategorisinde 72, şok-flaş- bomba son dakika temalı tık tuzakları kategorisinde 37 ve görselin dikkat çektiği tık tuzağı kategorisinde 8 tık tuzaklı haber yer almıştır.

Kümülatif Yüzde kategorisinde görselin dikkat çektiği tık tuzakları %100, bilginin gizlendiği tık tuzakları %96, şok-flaş-bomba temalı tık tuzakları %60 ve yarım cümle ile kurulan tık tuzakları ise %41,5 olarak tabloda yer almıştır.

Tablo 6: Tık Tuzağının Yeri

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Başlık	88	44,0	44,0	44,0
Görsel	29	14,5	14,5	58,5
Başlık+ Görsel	83	41,5	41,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

En çok tık tuzağı %44 ile başlıklarda yapılmıştır. İkinci olarak %41,5 ile başlık+ görsel bölümünde gerçekleşmiştir. En az tık tuzağı ise %14,5 ile görsellerde yapılmıştır.

Tablo 7: Takımlar ile Gazeteler

			Gazeteler		
			Fanatik	Fotomaç	Total
Takımlar	Fenerbahçe	Count	31	28	59
		% of Total	15,5%	14,0%	29,5%
	Galatasaray	Count	21	23	44
		% of Total	10,5%	11,5%	22,0%

Beşiktaş	Count	19	27	46
	% of Total	9,5%	13,5%	23,0%
Trabzon	Count	8	16	24
	% of Total	4,0%	8,0%	12,0%
Diğer	Count	21	6	27
	% of Total	10,5%	3,0%	13,5%
Total	Count	100	100	200
	% of Total	50,0%	50,0%	100,0%

Diğer kategorisinde Fotomaç Gazetesi'nde Manchester United ve Real Madrid takımları yer almıştır. Fanatik Gazetesi'nde ise Ümraniyespor, Manchester City, Türkiye Milli Takımı, Bate Borisov, Barcelona, Hoffenheim, Antalyaspor, Turgutluspor, İnter, Napoli ve Bodrumspor takımları yer almıştır.

Fanatik (31) ve Fotomaç (28) gazeteleri 59 haber (%29,5) ile en fazla Fenerbahçe'ye yer verdiler. En çok Fenerbahçe'ye yer vermelerinin sebebi en fazla taraftara sahip olmasıdır. Fanatik (19) ve Fotomaç (27) gazeteleri ikinci sırada 46 haber (%23) ile Beşiktaş'a yer ayırdılar. Fanatik (21) ve Fotomaç (23) gazeteleri 44 haber ile (%22) ile üçünü sırada Galatasaray'a yer verdiler. Diğer kategorisinde Fanatik (21) ve Fotomaç (6) gazeteleri 27 habere (%13,5) yer verdiler. Geçen sezonun lig şampiyonu olan Trabzonspor'a Fanatik (8) ve Fotomaç (16) gazeteleri 24 (%12) haber ayırmıştır.

Tablo 8: Takımlar ile Tık Tuzağı

		Yarım	Şok-Flaş-	Bilginin			
		Cümle ile	Bomba-Son	(Özne	Görselin		
		Kurulan	Dakika	Gizlendiği	Dikkat		
		Tık	Temalı Tık	Tık	Çektiği Tık		
		Tuzakları	Tuzakları	Tuzakları	Tuzakları		
Takımlar	Fenerbahçe	Count	25	12	22	0	59
	e	% of	12,5%	6,0%	11,0%	0,0%	29,5%
		Total					
	Galatasaray	Count	22	11	10	1	44
	y	% of	11,0%	5,5%	5,0%	0,5%	22,0%
		Total					
	Beşiktaş	Count	16	8	20	2	46
		% of	8,0%	4,0%	10,0%	1,0%	23,0%
		Total					
	Trabzon	Count	11	3	7	3	24
		% of	5,5%	1,5%	3,5%	1,5%	12,0%
		Total					
	Diğer	Count	9	3	13	2	27
		% of	4,5%	1,5%	6,5%	1,0%	13,5%
		Total					
Total		Count	83	37	72	8	200

% of	41,5%	18,5%	36,0%	4,0%	100,0%
Total					

Diğer kategorisinde Fotomaç Gazetesi'nde Manchester United ve Real Madrid takımları yer almıştır. Fanatik Gazetesi'nde ise Ümraniyespor, Manchester City, Türkiye Milli Takımı, Bate Borisov, Barcelona, Hoffenheim, Antalyaspor, Turgutluspor, İnter, Napoli ve Bodrumspor takımları yer almıştır.

Yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında Fenerbahçe %12,5 ile (25) en fazla tık tuzağı yapılan takım olarak birinci sırada yerini almıştır. İkinci sırada Galatasaray %11 ile (22) yer almıştır. Üçüncü sırada Beşiktaş %8 (16) ile yer almıştır. Geçen sezonun lig şampiyonu Trabzonspor %5,5 (11) ile dördüncü, son sırada diğer kategorisi %4,5 (9) ile yer almıştır. Şok-flaş-bomba-son dakika temalı tık tuzaklarında Fenerbahçe'ye %6(12), Galatasaray'a %5(11), Beşiktaş'a %4(8), Trabzon ve diğer kategorisine %1,5(3) yer verilmiştir.

Bilginin gizlendiği tık tuzaklarında Fenerbahçe'ye %11(22), Beşiktaş'a %10(20), Galatasaray'a %10(5), Diğer kategorisine %6,5(13) ve geçen sezonun şampiyonu olan Trabzonspor %3,5(7) yer verildi.

Trabzonspor %1,5(3) ile en fazla görselin dikkat çektiği tık tuzağı kategorisinde birinci, diğer kategorisi %1,0(2) ile ikinci, Beşiktaş %1(2) ile üçüncü, Galatasaray %0,5(1) ile dördüncü sırada yer almıştır. Fenerbahçe takımı ise %0(0) ile tabloda yer almamıştır.

Tüm tık kategorileri arasında gazetelerin en çok başvurduğu %41,5 ile yarım cümle ile kurulan tık tuzağı yöntemidir. İkinci sırada %36 ile bilginin gizlendiği tık tuzağı bulunmaktadır. Bilginin gizlendiği tık tuzağını %18,5 ile şok, flaş, bomba, son dakika temalı tık tuzağı takip etmektedir. %4,0 ile görselin dikkat çektiği tık tuzakları tık tuzakları içerisinde en az kullanılan modeldir.

Tablo 9: Takımlar ile Tık Tuzağının Yeri

		Tık Tuzağının Yeri				
			Başlık	Görsel	Başlık+ Görsel	Total
Takımlar	Fenerbahçe	Count	27	10	22	59
		% of Total	13,5%	5,0%	11,0%	29,5%
	Galatasaray	Count	25	4	15	44
		% of Total	12,5%	2,0%	7,5%	22,0%
	Beşiktaş	Count	15	9	22	46
		% of Total	7,5%	4,5%	11,0%	23,0%
	Trabzon	Count	7	4	13	24
		% of Total	3,5%	2,0%	6,5%	12,0%
	Diğer	Count	14	2	11	27
		% of Total	7,0%	1,0%	5,5%	13,5%
Total		Count	88	29	83	200
		% of Total	44,0%	14,5%	41,5%	100,0%

Tablo 8 de Fenerbahçe takımına başlık kategorisinde %13,5(27), görsel kategorisinde %5(10), başlık+ görsel kategorisinde %11,0(22) ve toplam %29,5(59) ile ilk sırada yer

verilmiştir. Galatasaray takımına başlık kategorisinde %12,5 (25), görsel kategorisinde %2(4), başlık+ görsel kategorisinde %7,5 (15) ve toplam %22 (44) ile üçüncü sırada yer verilmiştir. Beşiktaş takımına başlık kategorisinde %7,5(15), görsel kategorisinde %4,5(9), başlık+ görsel kategorisinde %11(22) ve toplam %23(46) ile ikinci sırada yerini almıştır. Diğer takımlarda başlık kategorisinde %7(14), görsel kategorisinde %1(2), başlık+ görsel kategorisinde %5,5(11) ve toplam %13,5(27) ile dördüncü sırada yerini almıştır. Trabzonspor'a ise başlık kategorisinde %3,5(7), görsel kategorisinde %2(4), başlık+ görsel kategorisinde %6,5(13) ve toplam %12(24) ile en sonda yerini almıştır.

Tık tuzağının yeri kategorilerinde başlık %44,0 ile en fazla, %14,5 ile görsel en az tık tuzağının yeri olarak tabloda yer almıştır

Tablo 10: Tarihler ile Tık Tuzağı Kategorileri

			Tık Tuzağı Kategorileri				Total
			Yarım Cümle ile Kurulan Tık Tuzakları	Şok-Flaş-Bomba-Son Dakika Temalı Tık Tuzakları	Bilginin (Özne Eksikliği) Gizlendiği Tık Tuzakları	Görselin Dikkat Çektiği Tık Tuzakları	
Tarih	17.06.2022	Count	1	0	0	0	1
		% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
	18.06.2022	Count	1	0	0	0	1
		% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
	20.06.2022	Count	1	0	0	0	1
		% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
	21.06.2022	Count	0	0	0	1	1
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%
	22.06.2022	Count	1	0	0	0	1

	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
24.06.2022	Count	1	1	0	0	2
	% of Total	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	1,0%
25.06.2022	Count	2	2	2	0	6
	% of Total	1,0%	1,0%	1,0%	0,0%	3,0%
26.06.2022	Count	9	1	3	0	13
	% of Total	4,5%	0,5%	1,5%	0,0%	6,5%
27.06.2022	Count	5	1	0	0	6
	% of Total	2,5%	0,5%	0,0%	0,0%	3,0%
28.06.2022	Count	1	1	1	0	3
	% of Total	0,5%	0,5%	0,5%	0,0%	1,5%
29.06.2022	Count	1	1	0	0	2
	% of Total	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	1,0%
01.07.2022	Count	1	0	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
03.07.2022	Count	2	0	0	0	2
	% of Total	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
04.07.2022	Count	1	0	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
05.07.2022	Count	1	0	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
06.07.2022	Count	1	0	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
07.07.2022	Count	1	2	0	0	3
	% of Total	0,5%	1,0%	0,0%	0,0%	1,5%
12.07.2022	Count	2	1	0	0	3
	% of Total	1,0%	0,5%	0,0%	0,0%	1,5%

14.07.2022	Count	1	0	0	0	1
	% of	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
	Total					
15.07.2022	Count	2	0	0	0	2
	% of	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
	Total					
16.07.2022	Count	1	0	0	0	1
	% of	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
	Total					
17.07.2022	Count	4	0	1	0	5
	% of	2,0%	0,0%	0,5%	0,0%	2,5%
	Total					
18.07.2022	Count	2	0	0	0	2
	% of	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
	Total					
19.07.2022	Count	1	1	0	0	2
	% of	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	1,0%
	Total					
20.07.2022	Count	1	0	0	0	1
	% of	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
	Total					
21.07.2022	Count	9	2	1	0	12
	% of	4,5%	1,0%	0,5%	0,0%	6,0%
	Total					
22.07.2022	Count	8	3	2	0	13
	% of	4,0%	1,5%	1,0%	0,0%	6,5%
	Total					
23.07.2022	Count	4	2	1	2	9
	% of	2,0%	1,0%	0,5%	1,0%	4,5%
	Total					
24.07.2022	Count	1	0	15	0	16
	% of	0,5%	0,0%	7,5%	0,0%	8,0%
	Total					
25.07.2022	Count	6	7	18	4	35
	% of	3,0%	3,5%	9,0%	2,0%	17,5%
	Total					
26.07.2022	Count	1	7	19	1	28
	% of	0,5%	3,5%	9,5%	0,5%	14,0%
	Total					
27.07.2022	Count	1	2	3	0	6

	% of Total	0,5%	1,0%	1,5%	0,0%	3,0%
16.06.2022	Count	0	1	0	0	1
	% of Total	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
29.07.2022	Count	0	2	0	0	2
	% of Total	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%
30.07.2022	Count	0	0	1	0	1
	% of Total	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%
11.07.2022	Count	0	0	1	0	1
	% of Total	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%
28.07.2022	Count	0	0	2	0	2
	% of Total	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	1,0%
31.07.2022	Count	4	0	1	0	5
	% of Total	2,0%	0,0%	0,5%	0,0%	2,5%
13.07.2022	Count	1	0	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
15.06.2022	Count	1	0	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
12.07.2022	Count	1	0	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
29.05.2022	Count	2	0	0	0	2
	% of Total	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
09.06.2022	Count	0	0	1	0	1
	% of Total	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%
Total	Count	83	37	72	8	200
	% of Total	41,5%	18,5%	36,0%	4,0%	100,0 %

Yarım cümle ile kurulan tık tuzakları kategorisinde en fazla tık tuzağı 26 Haziran ve 21 Temmuz tarihlerinde %9(4,5)dur. 22 Temmuz tarihinde ise %4(8) ile en fazla yarım cümlelerin olduğu ikinci gündür. Şok, flaş, bomba, son dakika temalı tık tuzağı kategorisinde en fazla 25-26 Temmuz tarihlerinde %3,5(7) olarak ortaya çıkmıştır.

Bilginin gizlendiği tık tuzaklarında en fazla tıklın yapıldığı gün 26 Temmuz tarihinde %9,5(19) olarak tabloda ortaya çıkmıştır.

Görselin dikkat çektiği tık tuzaklarında en fazla 25 Temmuz tarihinde %2(1) oranında tık gerçekleşmiştir.

Tablo 11: Tarihler ile Tık Tuzağının Yeri

		Tık Tuzağının Yeri			Total
		Başlık	Görsel	Başlık+ Görsel	
Tarih	17.06.2022	Count	1	0	0
		% of Total	0,5%	0,0%	0,0%
	18.06.2022	Count	1	0	0
		% of Total	0,5%	0,0%	0,0%
	20.06.2022	Count	1	0	0
		% of Total	0,5%	0,0%	0,0%
	21.06.2022	Count	0	0	1
		% of Total	0,0%	0,0%	0,5%
	22.06.2022	Count	0	0	1
		% of Total	0,0%	0,0%	0,5%
	24.06.2022	Count	2	0	0
		% of Total	1,0%	0,0%	0,0%
	25.06.2022	Count	3	1	2
		% of Total	1,5%	0,5%	1,0%
	26.06.2022	Count	8	1	4
		% of Total	4,0%	0,5%	2,0%
	27.06.2022	Count	6	0	0
		% of Total	3,0%	0,0%	0,0%
	28.06.2022	Count	2	0	1

	% of Total	1,0%	0,0%	0,5%	1,5%
29.06.2022	Count	2	0	0	2
	% of Total	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%
01.07.2022	Count	1	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
03.07.2022	Count	2	0	0	2
	% of Total	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%
04.07.2022	Count	1	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
05.07.2022	Count	1	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
06.07.2022	Count	0	1	0	1
	% of Total	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%
07.07.2022	Count	2	0	1	3
	% of Total	1,0%	0,0%	0,5%	1,5%
12.07.2022	Count	2	1	0	3
	% of Total	1,0%	0,5%	0,0%	1,5%
14.07.2022	Count	1	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
15.07.2022	Count	0	0	2	2
	% of Total	0,0%	0,0%	1,0%	1,0%
16.07.2022	Count	1	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
17.07.2022	Count	5	0	0	5
	% of Total	2,5%	0,0%	0,0%	2,5%
18.07.2022	Count	1	0	1	2
	% of Total	0,5%	0,0%	0,5%	1,0%
19.07.2022	Count	2	0	0	2
	% of Total	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%
20.07.2022	Count	1	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
21.07.2022	Count	10	0	2	12
	% of Total	5,0%	0,0%	1,0%	6,0%
22.07.2022	Count	5	4	4	13
	% of Total	2,5%	2,0%	2,0%	6,5%
23.07.2022	Count	4	2	3	9
	% of Total	2,0%	1,0%	1,5%	4,5%
24.07.2022	Count	3	6	7	16
	% of Total	1,5%	3,0%	3,5%	8,0%
25.07.2022	Count	5	8	22	35
	% of Total	2,5%	4,0%	11,0%	17,5%

26.07.2022	Count	6	4	18	28
	% of Total	3,0%	2,0%	9,0%	14,0%
27.07.2022	Count	4	0	2	6
	% of Total	2,0%	0,0%	1,0%	3,0%
16.06.2022	Count	1	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
29.07.2022	Count	1	0	1	2
	% of Total	0,5%	0,0%	0,5%	1,0%
30.07.2022	Count	0	0	1	1
	% of Total	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%
11.07.2022	Count	0	0	1	1
	% of Total	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%
28.07.2022	Count	0	0	2	2
	% of Total	0,0%	0,0%	1,0%	1,0%
31.07.2022	Count	0	0	5	5
	% of Total	0,0%	0,0%	2,5%	2,5%
13.07.2022	Count	1	0	0	1
	% of Total	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
15.06.2022	Count	0	0	1	1
	% of Total	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%
12.07.2022	Count	0	1	0	1
	% of Total	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%
29.05.2022	Count	2	0	0	2
	% of Total	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%
09.06.2022	Count	0	0	1	1
	% of Total	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%
Total	Count	88	29	83	200
	% of Total	44,0%	14,5%	41,5%	100,0%

21 Temmuz tarihi %5(10) ile başlık kategorisinde en fazla rakamın çıktığı gündür. 27 Haziran tarihinde %3(6) ile başlık kategorisinde en fazla ikinci rakam ortaya çıkmıştır. 25 Temmuz tarihi görsel kategorisinde %4(8) ile en fazla rakamın ortaya çıktığı gündür. 26 Temmuz tarihinde ise %2(4) ile görsel kategorisinde en fazla ikinci rakam ortaya çıkmıştır.

25 Temmuz tarihinde başlık+ görsel bölümünde %22(11) en yüksek yüzdelik olarak verilmiştir. 26 Temmuz tarihinde %9(18) ile başlık+ görsel bölümünde en yüksek ikinci yüzdelik verilmiştir. Bu iki günün birinci ve ikinci çıkmasının sebebi 25- 26 Temmuz'un Pazartesi ve Salı gününe denk gelmesidir. Hafta başı olduğu için gazeteler daha fazla okunmaktadır.

Tablo 12: Takımlar- Gazeteler ve Tık Tuzağı Kategorileri

Tık Tuzağı Kategorileri			Gazeteler		Total
			Fanatik	Fotomaç	
Yarım Cümle Takımlar ile Kurulan Tık Tuzakları	Fenerbahçe	Count	12	13	25
		% of Total	14,5%	15,7%	30,1%
	Galatasaray	Count	5	17	22
		% of Total	6,0%	20,5%	26,5%
	Beşiktaş	Count	5	11	16
		% of Total	6,0%	13,3%	19,3%
	Trabzon	Count	4	7	11
		% of Total	4,8%	8,4%	13,3%
	Diğer	Count	4	5	9
		% of Total	4,8%	6,0%	10,8%
	Total	Count	30	53	83
		% of Total	36,1%	63,9%	100,0%
Şok-Flaş- Bomba-Son	Fenerbahçe	Count	8	4	12
		% of Total	21,6%	10,8%	32,4%

Dakika	Galatasaray		Count	8	3	11
Temalı Tık			% of Total	21,6%	8,1%	29,7%
Tuzakları	Beşiktaş	Count	3	5	8	
		% of Total	8,1%	13,5%	21,6%	
	Trabzon	Count	2	1	3	
		% of Total	5,4%	2,7%	8,1%	
	Diğer	Count	3	0	3	
		% of Total	8,1%	0,0%	8,1%	
	Total	Count	24	13	37	
		% of Total	64,9%	35,1%	100,0%	
Bilginin	Takımlar	Fenerbahçe	Count	11	11	22
(Özne			% of Total	15,3%	15,3%	30,6%
Eksikliği)	Galatasaray		Count	7	3	10
Gizlendiği Tık			% of Total	9,7%	4,2%	13,9%
Tuzakları	Beşiktaş	Count	9	11	20	
		% of Total	12,5%	15,3%	27,8%	
	Trabzon	Count	2	5	7	
		% of Total	2,8%	6,9%	9,7%	
	Diğer	Count	12	1	13	
		% of Total	16,7%	1,4%	18,1%	
	Total	Count	41	31	72	
		% of Total	56,9%	43,1%	100,0%	

Görselin	Takımlar	Galatasaray	Count	1	0	1
Dikkat Çektiği			% of Total	12,5%	0,0%	12,5%
Tık Tuzakları	Beşiktaş		Count	2	0	2
			% of Total	25,0%	0,0%	25,0%
	Trabzon		Count	0	3	3
			% of Total	0,0%	37,5%	37,5%
	Diğer		Count	2	0	2
			% of Total	25,0%	0,0%	25,0%
	Total		Count	5	3	8
			% of Total	62,5%	37,5%	100,0%
Total	Takımlar	Fenerbahçe	Count	31	28	59
			% of Total	15,5%	14,0%	29,5%
		Galatasaray	Count	21	23	44
			% of Total	10,5%	11,5%	22,0%
	Beşiktaş		Count	19	27	46
			% of Total	9,5%	13,5%	23,0%
	Trabzon		Count	8	16	24
			% of Total	4,0%	8,0%	12,0%
	Diğer		Count	21	6	27
			% of Total	10,5%	3,0%	13,5%
	Total		Count	100	100	200
			% of Total	50,0%	50,0%	100,0%

Yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında Fenerbahçe toplamda %30 (25) ile yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında en çok haber yapılan takımdır. Galatasaray toplamda %26,5(22) ile yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında ikinci en çok haberi yapılan takımdır. Beşiktaş toplamda %16,3 (19) ile yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında üçüncü sıradadır. Trabzon %13,3 ile dördüncü, diğer kategorisi ise %10,8 ile yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında son sırada yerini almıştır.

Şok-flaş-bomba-son dakika temalı tık tuzaklarında Fenerbahçe toplam %32,4 (12) ile birinci takım, Galatasaray %29,7 ile ikinci takım, Beşiktaş %21,6 (8) ile üçüncü, Trabzonspor ile diğer kategorisi %8,1 (3) ile şok-flaş-bomba-son dakika temalı tık tuzaklarında son sırada yerini almıştır.

Bilginin gizlendiği tık tuzaklarında Fenerbahçe %30,6 (22) ile en fazla tık tuzağı haberi yapılan birinci takımdır. Beşiktaş bilginin gizlendiği tık tuzaklarında %27,8 (20) ile tık tuzağı haberi yapılan ikinci takım, Galatasaray %13,9(10) ile üçüncü takım, diğer kategorisi %18,1 (13) ile dördüncü, son sırada ise Trabzonspor %9,7 (7) ile bilginin gizlendiği tık tuzaklarında en az tık tuzağı yapılan kulüptür. Görselin dikkat çektiği tık tuzaklarında Fenerbahçe takımı yer almamıştır. Trabzonspor %37,5 (3) ile birinci, diğer kategorisi ile Beşiktaş %25(2) ile aynı oranı paylaşmışlardır. Galatasaray ise %12,5(1) ile bu kategoride en sonda yer almıştır. Tüm kategorilere bakıldığında zaman Fenerbahçe %29,5 (59) ile takımlar arası tık tuzaklarında birinci, Beşiktaş %23 (46) ile ikinci, Galatasaray %22(44) ile üçüncü, diğer kategorisi %13,5 (27) ile dördüncü, en son sırada ise Trabzonspor %12 (24) ile en az tık tuzağının yapıldığı kulüptür.

Tablo 13: Takımlar- Gazeteler ve Tık Tuzaklarının Yerleri

				Gazeteler		
Tık_Tuzağının_Yeri				Fanatik	Fotomaç	Total
Başlık	Takımlar	Fenerbahçe	Count	16	11	27
			% of Total	18,2%	12,5%	30,7%
		Galatasaray	Count	12	13	25
			% of Total	13,6%	14,8%	28,4%
		Beşiktaş	Count	3	12	15
			% of Total	3,4%	13,6%	17,0%
		Trabzon	Count	3	4	7
			% of Total	3,4%	4,5%	8,0%
		Diğer	Count	10	4	14
			% of Total	11,4%	4,5%	15,9%
	Total		Count	44	44	88
			% of Total	50,0%	50,0%	100,0%
Görsel	Takımlar	Fenerbahçe	Count	1	9	10
			% of Total	3,4%	31,0%	34,5%
		Galatasaray	Count	1	3	4
			% of Total	3,4%	10,3%	13,8%
		Beşiktaş	Count	1	8	9
			% of Total	3,4%	27,6%	31,0%
		Trabzon	Count	1	3	4
			% of Total	3,4%	10,3%	13,8%
		Diğer	Count	1	1	2

			% of Total	3,4%	3,4%	6,9%
Total			Count	5	24	29
			% of Total	17,2%	82,8%	100,0%
Başlık+Gör sel	Fenerbahçe	Count	14	8	22	
		% of Total	16,9%	9,6%	26,5%	
	Galatasaray	Count	8	7	15	
		% of Total	9,6%	8,4%	18,1%	
	Beşiktaş	Count	15	7	22	
		% of Total	18,1%	8,4%	26,5%	
	Trabzon	Count	4	9	13	
		% of Total	4,8%	10,8%	15,7%	
	Diğer	Count	10	1	11	
		% of Total	12,0%	1,2%	13,3%	
	Total		Count	51	32	83
			% of Total	61,4%	38,6%	100,0%
Total	Takımlar	Fenerbahçe	Count	31	28	59
			% of Total	15,5%	14,0%	29,5%
	Galatasaray	Count	21	23	44	
		% of Total	10,5%	11,5%	22,0%	
	Beşiktaş	Count	19	27	46	
		% of Total	9,5%	13,5%	23,0%	
	Trabzon	Count	8	16	24	
		% of Total	4,0%	8,0%	12,0%	
	Diğer	Count	21	6	27	

	% of Total	10,5%	3,0%	13,5%
Total	Count	100	100	200
	% of Total	50,0%	50,0%	100,0%

Başlık kategorisinde Fenerbahçe %30,7 ile başlık kısmındaki tık tuzaklarında birinci çıkmıştır. Trabzonspor ise %8(7) ile başlık kategorisindeki tık tuzaklarında sonuncu çıkmıştır.

Görsel kategorisinde Fenerbahçe %34,5(10) ile görsel kategorisindeki tık tuzaklarında birinci çıkan takımdır. Diğer kategorisinde Trabzonspor %6,9(2) ile görsel kategorisindeki tık tuzaklarında sonuncu çıkmıştır.

Başlık+ görsel kategorisinde Fenerbahçe ile Beşiktaş %26,5(22) ile eşit, diğer kategorisi ise %13,3 ile bu kategoride en düşük takım bilgisi yüzdeliğine sahiptir.

5.2 Analizler

Milyonlarca taraftarı olan büyük kulüplerin haberleriyle dolu olan spor medyası, haber ve yorumları bu kulüplerin lehine yapmakla eleştirilmektedir. Ticari yapılanmanın doğal sonucu olarak tiraj veya reyting kaygısıyla hareket eden spor medyası özellikle futbolcu transferi dönemlerinde gerçek dışı haberlerle gündeme gelmektedir. Eskiden herhangi bir gazetenin spor müdürü kulüp başkanlarına “gazeteye gelin” çağrısı yapsa bütün kulüp başkanları gazeteye giderdi. Şu an işler tam tersine dönmüş durumdadır. Gazeteciler, arası iyi olan yöneticilerin ağzından çıkan bilgileri yazmaktadırlar. Kulüpler medyaya antremanın belli bölümünü kısa şekilde açıp daha sonra kapatmaktadır. Gazetecilere özel bir röportaj vermeyip internet sitelerinden resmi

açıklama yapmaktadırlar. Muhabir doğru bilgi bile bulsa kulübün resmi sayfası yalanlayarak gazeteciyi aforoz etmektedir. Muhabir müdürün de baskısı ile günlük olarak haber bulmak zorundadır.

Spor müdürleri spor medyasındaki gerçek dışı haberlerin büyük bir bölümünü, gazetelerin spor sayfaları veya spor gazetelerinin bugünkü içerik yapısıyla da ilişkilendirilmektedir. Buna göre gazeteler sayfalarını yoğun olarak Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve biraz da Trabzonspor haberlerine bölüşürmektedir. Her kulübe belli bir yer veya sayfa ayrılmaktadır. Buna göre sayfalar, daha haberler yokken şekillendirilmektedir. Boş sayfalara her gün haber bulma arayışı, zaman zaman editörleri veya muhabirleri gerçek dışı haber üretmeye zorlamaktadır. Kulüplerin verdiği bilgiler ve yaptığı açıklamalar da yeterli olmamaktadır.

Türkiye’de spor ekonomisine ayrılan rakam çok büyük bir miktardır. Basına da bu büyük pasta da önemli pay düşmektedir. Emekçiler gelirlerini artırmak için dik yukarı olan yokuşlu yolu yürümek zorundadırlar. Manşetlerin de tirajlara çok büyük etkisi vardır. Fotospor gazetesinin eski genel yayın yönetmeni ile yapılan bir röportajda 425 bin civarında gazetenin tirajı olduğunu Beşiktaş’ı manşet yaptığı gün yüz bin, Galatasaray’ı manşete çektiği gün elli bin tiraj kaybettiğini, Fenerbahçe ile ilgili herhangi bir haberi manşete koyduğu zaman ise satışların normale döndüğünü itiraf etmiştir. Bu nedenden dolayı tablolarda Fenerbahçe tablolarda birinci çıkmaktadır.

Kulüplerin sahanın içinden çok sahanın dışında olan kombine, borsa, bitcoin ve lisanslı ürün satışları da kulüpler için çok önemlidir. Sezon başında Fenerbahçe formalarını taraftara ve basına göstermek için bir organizasyon düzenlenmiş ve bu organizasyonda futbol takımı oyuncularını kullanmıştır. Forma tanıtım gecesi sadece Fenerbahçe’nin

You Tube kanalında yayınlanmış ve kulüp You Tube kanalından da aynı gün içerisinde para kazanmıştır. Futbolcular üzerinde formalar ile gol sevinçlerini belirlemiş ve resmi siteden yayınlanmıştır. Hangi futbolcunun golden sonra nasıl sevineceğini görmek için taraftarlar tıklama yapıp oyuncunun gol sevincini görmektedirler. Her tıklama kulübe gelir getirmektedir. Kulüp başkanı Ali Koç, Tv 8 sahibi Acun Ilıcalı ve komedyen Cem Yılmaz farklı bir organizasyon düzenleyerek bir araya gelip kulübe bağış kampanyası düzenlemişlerdir. Ali Koç ve annesi Çiğdem Koç Fenerbahçe kongre üyesinin oğlunun düğününde muhalif olan Beyaz Tv'nin düğüne gelmesine, tek televizyon kanalı olarak düğünde görüntü almasına, röportaj vermesine ve akşam yayınlanan Derin Futbol programında görüntülerin yayınlanmasına izin vermiştir. Böylelikle bu programda Fenerbahçe daha az eleştirilecek, galip gelmesi durumunda ise programda yüceltilecektir. Kulüp son olarak Nesine.com ile eşya piyangosu anlaşması yapmıştır. Taraftarlar Nesine.com adresine girerek bilet alıp tatmin edici hediye kazanacak kulüp ise her biletten kazanç sağlayacaktır. Muhabirler için bu organizasyonların hepsi haber değeri taşımaktadır. Fenerbahçe'de diğer şampiyon olan kulüplere ve Anadolu takımlarına oranla daha fazla olduğu için medyada bu kulübün haberlerine daha fazla yer verilmiş ve tablolarla Fenerbahçe birinci sırada çıkmıştır.

Bölüm 6

SONUÇ

Tık tuzağı okuyucunun ilgisini çekerek siteyi ziyaret etmesini, site içinde uzun süre geçirmesini, daha çok bağlantıya tıklamasını sağlayarak tıklanma sayılarını arttırmak, bu yolla reklam gelirlerini yükseltmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu çalışma transfer döneminde her haber sitesinin birçok haber yaptığı bu dönemde okurları bilgilendirmek, ufuklarını açmak adına doğru zaman olduğu düşünülmektedir.

1.araştırma sorusunun cevabı Tablo 5’te yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarıdır. 2.sorunun cevabı Tablo 6’da haber kategorisinde kullanılmıştır. 3. Araştırma sorusunun cevabı Tablo 6’da %44 ile başlık kategorisidir. 4. Araştırma sorusunun cevabı Fenerbahçe takımıdır. 5. Araştırma sorusunun cevabı 25 Temmuz tarihidir. Bu tarihte 35 tık tuzaklı haber yapılmıştır. 25 Temmuz ve 26 Temmuz tarihlerinde tık tuzaklı haberlerin yüksek çıkmasının sebebi 5 Ağustos tarihinde ligin başlayacak olması ve bu iki tarihin haftanın başı olan Pazartesi ve Salı gününe denk gelmesidir. Bu iki gün diğer günlere oranla gazetelerin en fazla okunduğu gündür.

6.1 Çalışmanın Özeti

Web 2 teknolojisi ile internet ve sosyal medya kavramları ortaya çıkmış ve bu kavramlarda değişiklik meydana gelmiştir. Haber üretim süreçleri de bu durumdan etkilenmiştir. Genel olarak etkilenen bölümler haber toplama, işleme ve sunma yöntemleri olsa da bu çalışmada haber yöntemi olarak karşımıza çıkan ve okuyucu tarafından problemlere neden olan tık tuzağı kavramından bahsedilmiştir.

Bu çalışma transfer döneminde her haber sitesinin birçok haber yaptığı bu dönemde okurları bilgilendirmek, ufuklarını açmak adına doğru zaman olduğu düşünülmektedir. Birinci araştırma sorusu olan “Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin yaptıkları haberlerde hangi tık tuzağı teknikleri kullanılmıştır?” sorusunun cevabı Tablo 5’te gösterildiği üzere yarım cümle ile kurulan tık tuzakları kategorisidir. Gazeteler haberlerde en fazla bu tık tuzak yöntemini kullanmışlardır.

2. araştırma sorusu olan “Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin yaptıkları tık tuzağı içeren haberlerde söz konusu teknikler haberlerin görselinde mi kullanıldı?” sorusunun cevabı Tablo 6’da %44 ile en fazla haber başlık kategorisinde kullanılmıştır. Sadece görsel kategorisi ise %14,5 ile kategoriler arasında en az kullanılan kategoridir.

3. araştırma sorusu olan “Fanatik ve Fotomaç gazetelerinin yaptıkları tık tuzağı içeren haberlerde söz konusu teknikler haberin başlığında mı kullanıldı?” sorusunun cevabı “evet”tir. Tık tuzağının yeri Tablo 6’da görüldüğü üzere en fazla %44 ile başlık kategorisidir.

4. araştırma sorusu olan “Hangi futbol takımları hakkında en fazla tık tuzağı yapıldı?” sorusunun cevabı Tablo 2’de %29,5 ile Fenerbahçe takımı, Galatasaray, Beşiktaş, Trabzonspor ve diğer kategorilerini geride bırakarak en fazla tık tuzağı yapılan kulüp olmuştur.

5. araştırma sorusu olan “Hangi tarihlerde daha fazla tık tuzağı yapıldı?” sorusunun cevabı 25 Temmuz tarihidir. Bu tarihte 35 tık tuzaklı haber yapılmıştır. 26 Temmuz tarihinde ise 28 haber ile en fazla haberin yapıldığı ikinci gün olarak ortaya çıkmıştır. 25 Temmuz ve 26 Temmuz tarihlerinde tık tuzaklı haberlerin yüksek çıkmasının sebebi 5 Ağustos tarihinde ligin başlayacak olması ve bu iki tarihin haftanın başı olan Pazartesi ve Salı gününe denk gelmesidir. Bu iki gün diğer günlere oranla gazetelerin en fazla okunduğu gündür.

Yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında Fenerbahçe toplamda %30 (25) ile yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında en çok haber yapılan takımdır. Galatasaray toplamda %26,5(22) ile yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında ikinci en çok haberi yapılan takımdır. Beşiktaş toplamda %16,3 (19) ile yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında üçüncü sıradadır. Trabzon %13,3 ile dördüncü, diğer kategorisi ise %10,8 ile yarım cümle ile kurulan tık tuzaklarında son sırada yerini almıştır.

Şok-flaş-bomba-son dakika temalı tık tuzaklarında Fenerbahçe toplam %32,4 (12) ile birinci takım, Galatasaray %29,7 ile ikinci takım, Beşiktaş %21,6 (8) ile üçüncü, Trabzonspor ile diğer kategorisi %8,1 (3) ile şok-flaş-bomba-son dakika temalı tık tuzaklarında son sırada yerini almıştır.

Bilginin gizlendiği tık tuzaklarında Fenerbahçe %30,6 (22) ile en fazla tık tuzağı haberi yapılan birinci takımdır. Beşiktaş bilginin gizlendiği tık tuzaklarında %27,8 (20) ile tık tuzağı haberi yapılan ikinci takım, Galatasaray %13,9 (10) ile üçüncü takım, diğer kategorisi %18,1 (13) ile dördüncü, son sırada ise Trabzonspor %9,7 (7) ile bilginin gizlendiği tık tuzaklarında en az tık tuzağı yapılan kulüptür.

Görselin dikkat çektiği tık tuzaklarında Fenerbahçe takımı yer almamıştır. Trabzonspor %37,5 (3) ile birinci, diğer kategorisi ile Beşiktaş %25(2) ile aynı oranı paylaşmışlardır. Galatasaray ise %12,5(1) ile bu kategoride en sonda yer almıştır.

Tüm kategorilere bakıldığında zaman Fenerbahçe %29,5 (59) ile takımlar arası tık tuzaklarında birinci, Beşiktaş %23 (46) ile ikinci, Galatasaray %22(44) ile üçüncü, diğer kategorisi %13,5 (27) ile dördüncü, en son sırada ise Trabzonspor %12 (24) ile en az tık tuzağının yapıldığı kulüptür.

Fanatik (31) ve Fotomaç (28) gazeteleri 59 haber (%29,5) ile en fazla Fenerbahçe'ye yer verdiler. En çok Fenerbahçe'ye yer vermelerinin sebebi en fazla taraftara sahip olmasıdır. Fanatik (19) ve Fotomaç (27) gazeteleri ikinci sırada 46 haber (%23) ile Beşiktaş'a yer ayırdılar. Fanatik (21) ve Fotomaç (23) gazeteleri 44 haber ile (%22) ile üçüncü sırada Galatasaray'a yer verdiler. Diğer kategorisinde Fanatik (21) ve Fotomaç (6) gazeteleri 27 habere (%13,5) yer verdiler. Geçen sezonun lig şampiyonu olan Trabzonspor'a Fanatik (8) ve Fotomaç (16) gazeteleri 24 (%12) haber ayırmıştır.

Çelik (2020) Tık Odaklı Habercilikte Tık Yemi Taktiği: Korona virüs Örneği başlıklı makalesinde tık odaklı gazetecilik taktiğini kullanmış olup en çok görüntünün ön planda olduğu tık tuzağını kullanmıştır. Büyük ve orta işletmeler görselin olduğu fotoğrafın arama motoruna reklam vermişlerdir. Makalede yarım cümle ile kurulan ve

şok-flaş-bomba-son dakika temalı tık tuzaklarına yer verilmişlerdir. İlk link de Kovid 19 testi pozitif çıkan Fatih Terim’in haberi “Yan odadaki Fatih...” şeklinde verilmiştir. İkinci ve üçüncü linkte “korona virüsü marketlerde...” ve “korona...” şeklinde kısaltılarak okuyucuların daha fazla merak içine sokmak ve verilen linke tıklamak istenmektedir. Bir önemli konu ise “korona” kelimesinin birçok kez kullanılması ve bu üç linkte birçok sektörden reklam ile karşılaşmaktır (Çelik, 2020).

Kendi çalışmam ile Çelik’in makalesi kıyaslandığında iki makalede de görselin ön planda olduğu tık tuzakları, yarım cümle ile kurulan tık tuzakları ve şok-flaş-bomba temalı tık tuzakları iki tezde de bulunmaktadır.

6.2 İleriki Çalışmalar için Öneriler

Bu çalışma Gazetelerin Spor Sayfalarında Transfer Dönemi Yapılan Tık Tuzaklarını içerik analizi ile incelenmiş ve bir sonuca varılmıştır. İlerleyen yıllarda bu tip araştırmalar dört büyük kulübü dışarıda bırakılarak Anadolu kulüplerine de uygulanabilir. Araştırma süresi sezon başından başlayarak sezonun sonuna kadar sürebilir. Türkiye’nin diğer yerel gazeteleri çalışmada incelenebilir ve söylem analizi kullanılabilir.

KAYNAKLAR

- Akyüz, S. S. (2019). 31 mart 2019 yerel seçimleri öncesi son dakika haber bildirimlerinin içerik analizi: haber türleri, tık tuzakları, ve iktidar – muhalefet haberlerinin dağılımı. *İnif E-Dergi*, 4 (2), 153-167.
- Arık, M. B. (2008). Futbol ve televizyon bağı: simbiyoz beslenme. *İletişim kuram ve araştırma dergisi*. 26, 197-222
- Arun, Ö., ve Koçak, A. (2006). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi* 4 (3) 21-28.
- Atasoy, B., ve Kuter, F. (2005). Küreselleşme ve Spor. *Eğitim Fakültesi Dergisi*,28(1), 11-22
- Aydın, A., ve Sarılar, N. (2021). Dijital gazetecilik ve büyük veri: haberin metalaşması ve tüketimi. *Motif Akademi Halk bilimi Dergisi*, 14(34), 814-830.
- Aydın, K. (Ed.). (2014). Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi Net Ofset Matbaacılık San. Tic. Ltd. Şti- Ankara
- Bingöl, M., ve Yanık, H. (2021). Tık tuzağı habercilik çerçevesinde kamu-ticari haber sitelerinin karşılaştırılması: trthaber.com ile milliyet.com.tr örneği.Yeni Medya Hakemli, Uluslararası, e-Dergi 2021 (11)–18-37.

Becerikli, R. (2019). 1980’li Yıllar Türkiye’sinde Gazetecilik uyanık gazeteci film örneği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(3) 279-289 dergipark.org.tr

Çavuş, S., ve Ede, N. (2021). Tık odaklı habercilik: Türk internet haber medyası üzerine bir içerik analizi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 14(1) 23-54.

Çelik, R. (2020). Tık odaklı habercilikte “Tık Yemi” taktiği: koronavirüs

Çilingir, A. (2017). İletişim alanında içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan yüksek lisans ve doktora tezleri üzerine bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi* 5 (1) 148-160.

Demirkol, O. (2017). Sosyal medya gündeminin algılanışı üzerine niteliksel bir kullanıcı araştırması Açık Öğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi 3(1), 129-159

Deniz, Ş., ve Özel, E.K. (2018). Bana okurunu söyle, sana manşetini söyleyeyim: gazetecilerin, içerik hiyerarşisini ve gündemi belirlemede okurun değişen rolüne bakışı. *Academia*, 17 (3) 915-940.

Deniz, Ş., ve Özel, E. (2018). Google gazeteciliği: dijital çağda bir gerekli kötü olarak SEO haberleri ve haberin tık uğruna deformasyonu. *İstanbul University Journal of Communication Sciences*, 77-112-10.26650

Devecioğlu, S. (2005). Türkiye’de spor sektörü stratejilerinin geliştirilmesi. *Verimlilik Dergisi* 2, 118-131.

Dingil, A. (2018). *Üçüncü aşama Gündem Belirleme araştırması: Sağlık haberleri özelinde Medya ve Kamuoyu bağlantısı (Doktora Tezi)* eArşiv.anadolu.edu.tr.

Dingil, A. (2018). *Üçüncü aşama Gündem Belirleme araştırması: Sağlık haberleri özelinde Medya ve Kamuoyu bağlantısı (Doktora Tezi)* eArşiv@ Anadolu Kurumsal Akademik Arşiv. (539408)

Doğan Gazetecilik. (2012). Doğan Gazetecilik 2012 Faaliyet Raporu demirorengazetecilik.com.tr

Gökçe, O. (1996) Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı (211) <http://www.dergipark.org.tr>

Göksu, V. (2015). *Sosyal medyanın kamuoyu oluşturma ve siyasal katılma üzerine etkileri: kuramsal ve ampirik bir analiz. T.C Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı (Doktora Tezi)* acikerişimarşiv.selçuk.edu.tr

İnce, M. (2017). Türk spor basınında asparagas haber ve spor ekonomisine etkileri. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2) 548-561.

İnce, M. (2018). İnternet haberciliğinde çok tıklanma beklentisi ve tuzak başlıklar. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2) 297-313

Journo. (2020) Türkiye'nin ilk gazeteleri: Takvim-i Vekayi, Ceride-i Havadis ve Tercüman-ı Ahval. <http://tr.wikiedia.org>

Kahraman, S., ve Temel, F. (2022). Sosyal içerik üreten internet sitelerinde clickbait yansımaları. *Erciyes Akademi Dergisi*, 36(2) 539-558.

Kalender, A. (2019). İnternet haberciliğinde clickbait savaşları: bir okuyucu tepkisi olarak Limon haber örneği. Adnan Menderes Üniversitesi Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergisi, 2 (2), 1-21.

Kalsın, B. (2016). Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği Türkiye Örneği *İnernational Journal of Social Science*, (42) 75-94. <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS3267>

Karaküçük, S., ve Yenel, F. (1997). Türk sporunun gelişmesi ve topluma yaygınlaştırılması bakımından basının etkinliği *Beden Eğitimi Spor Bilimleri Dergisi* 2 (2), 56-67

Kaya, G., ve Usluel, Y.K. (2011). Öğrenme-öğretme süreçlerinde bit entegrasyonunu etkileyen faktörlere yönelik içerik analizi. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 48-67.

Kazaz, M. Ve Akyüz.S (2019). *Sahte haber nedir? Neden üretilir? Nerede ve ne zaman dolaşıma sokulur? Nasıl yayılır? Kim yapar?*Researchgate.net

Kortak, İ. Y. (2022). İnternet gazeteciliğinde son dakika başlığıyla atılan tık tuzaklı haberlerin etik çerçeveden incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (2) 488-503.

Kovid-19 örneği.Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi 9(2), 14-25

Köktener, A. (2013). Spor gazeteciliği örneğinde internet gazeteciliğinin geleneksel gazeteciliğe etkisi *Selçuk İletişim* 8(1), 234-238.

Kılıç, S. (2014). Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve sosyal medyanın siyasal iletişimi etkileme rolü. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.

Kılıç, Ç. (2015) Gündem belirleme kuramı çerçevesinde siyasal karar verme sürecine sosyal medya etkisinin incelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tez Özeti). T.C İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Küçük M, Eriş U, Oğuz T, Dal A, Aydın C, Orhon N (2012) İletişim bilgisi Academia Anadolu Üniversitesi 2-170

Mestci, A. (2007, Kasım). XII. “Türkiye’de İnternet” Konferansı Türkiye İnternet Raporu, Ankara Mecra360.com (Erişim Tarihi, 25.07.2022)

Narmanlıoğlu, H. (2016). *İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği* 20(1) 153-168

NTV Radyo ve Televizyon Yayıncılığı A.Ş. (2019). TFF duyurdu: Türkiye’de yaz transfer sezonu başladı. <http://www.ntv.com.tr>

Öz, Y. Ve Özbuk, M. Y. (2017). Türkiye’de yayınlanmış olan kamu spotlarının içerik analizi yöntemi ile incelenmesi. *Business and Economics Research Journal* 8 (3) 575- 589

Özdemir, S (2018). İnternet gazeteciliğinde tık tuzağı kavramının kullanımlar ve doyumlar perspektifinden değerlendirilmesi (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Doğu Akdeniz Üniversitesi- Gazimağusa

Özel, E., ve Deniz, Ş. (2019). Tık ve etik arasında sıkışan gazetecilik: internet gazeteciliğinin ortaya çıkardığı yeni etik sorunlar ve gazetecilerin konuya bakış açısı üzerine bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1) 443-466

Özsoy, S. (2011). Spor basınının tarihi ve Türkiye’de 1950’den günümüze yaşanan değişim. *Marmara Journal of Communication*, 18, 208-223.

Parlak, A. (2005). İnternet ve Türkiye’de İnternetin Gelişimi, Yüksek Lisans Tezi,

Peker, M. R., ve Şentürk, Z. (2021). İnternet gazeteciliğinde etik bir sorun: tık tuzağı kullanımı. *Journal of Social Humanites and Administrative Sciences* 7 (42) 1260-1271.

Sahin, M. Asparagastan Sahte Habere (PDF) d1wqtxts1xzle7. Cloudfront.net

Seçim, F. (1993). *Haber kavramı ve ABD Basınında dış haberler*
earşiv.anadolu.edu.tr

Sevinç, E.B. (2019). *Online gazetelerin kullanımı ve doyum sorunsalı: Kuzey Kıbrıs Örneği Doğu Akdeniz Üniversitesi, Gazimağusa*

Soygüder, Ş. (2013). Bir dil olarak “sarı” rengin anlamı ve sarı basın neden “sarı”?

Şahin, M. (2020). *Türkiye süper ligi futbol takımlarının sosyal medya üzerindeki taraftar organizasyonlarının iletişimi ve yönetime olan etkilerinin incelenmesi.*
(Yüksek Lisans Tezi) *i-rep.emu.edu.tr* 8080

Şahin, Z., ve Birincioğlu, Y. (2022). Tık odaklı başlıklar ve okuyucu refleksleri üzerine bir araştırma: Odak grup çalışması. *TRT Akademi*, 7(14), 238-258

Şener, N. K. (2018). Hakikat sonrası çağda haber organizasyonlarının itibarını haberle korumak. *Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E- Dergisi*, 1 (1) 55-69.

Şentürk, Ü. (2007). Popüler bir kültür örneği olarak futbol. *C.Ü Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(1) 25-41

Tokgöz, O (1981a). Gazeteciliğin Toplumda Rolü ve Önemi Temel Gazetecilik, (3-6)

S.B.F BASIN VE YAYIN YÜKSEK OKULU-ANKARA

Tokgöz, O(1981b). *Temel Gazetecilik* Temel %20 Gazetecilik. Pdf

Udeoğlu, B. (2015). Basının kamuoyu oluşturma görevi:2014 cumhurbaşkanlığı seçim kampanyası dönemi, yeni şafak ve sözcü gazetesi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2) 347-364.

Uygun, D., ve Sönmez, A. (2019). Mobil öğrenme üzerine güncel çalışmalarla ilgili bir içerik analizi. *Açık Öğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi* 5 (1), 53-69.

Vikipedi (2003). Transfer. <https://tr.wikipedia.org>

Yüksel, E. (2007). Kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme kavramları nerede kesişmekte, nerede ayrılmaktadır. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 571-586.

EKLER

Ek 1: Fanatik Gazetesi 100 Haber

1) Yarım Cümle ile Kurulan Tık Tuzakları

1) <https://www.fanatik.com.tr/nwakaeme-dugumu-cozuluyor-iste-yeni-takimi-haber-fotograf-2292465>



18.06.2022

2) <https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-italyanlarin-gozu-fenerbahcede-szalaide-2293548>



26.06.2022

3)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-fenerbahce-transfer-haberi-sari->

lacivertlilerden-forvet-ve-orta-saha-icin-muthis-operasyon -haber-fotograf-2289541

Son dakika Fenerbahçe transfer haberi! Sarı lacivertlilerden forvet ve orta saha için müthiş operasyon

Yeni sezon öncesinde dünyaca ünlü teknik adam Jorge Jesus'u takımın başına getirerek şampiyonluk yolunda önemli bir adım atan **Fenerbahçe**'de, **transfer** çalışmaları devam ediyor. Kadrosuna Lincoln Henrique, Bruma gibi isimleri katan sarı lacivertlilerin gündeminde orta saha ve forvet için 3 yıldız bulunuyor. İşte Fenerbahçe'deki transfer gelişmesi...



28.06.2022

4)<https://www.fanatik.com.tr/eyupspordan-10-flas-transfer-hamlesi-super-ligden-tam-8-futbolcu-2289422>

Eyüpspor'dan 10 flaş transfer hamlesi! Süper Lig'den tam 8 futbolcu...

Eyüpspor bu sezon Süper Lig'e yükselmek için tüm şartları zorluyor. Eflatun-Sarılar, 10 önemli transfer hamlesine imza atarken bu isimler arasında Süper Lig'de forma giyen önemli oyuncular var.



27.06.2022

5)<https://www.fanatik.com.tr/erling-haaland-bayern-munihe-karsi-galip-gelmek-iyi-hissettirdi-2293601>



**Erling Haaland: "Bayern
Münih'e karşı galip gelmek...**

26.06.2022

6)<https://www.fanatik.com.tr/galatasarayin-genclik-ruyasi-sona-erdi-plan iptal-2293544>



GALATASARAY

[Tüm Galatasaray Haberleri](#)



**Galatasaray'ın gençlik rüyası
sona erdi! Plan iptal...**

Son dakika Galatasaray haberi...
Dursun Özbek, ilk başkanlık
döneminde kurduğu, üst üste 2...

26.06.2022

7) <https://www.fanatik.com.tr/altay-bayindir-turu-gecerek-taraftarimizi-mutlu-etmek-istiyoruz-2293604>



26.06.2022

8) <https://www.fanatik.com.tr/stefan-kuntz-uluslararası-antrenörler-kongresine-katildi-2293558>



Stefan Kuntz, Uluslararası

26.06.2022

9)<https://www.fanatik.com.tr/abdullah-avcidan-dorukhan-tokoze-tepki-ceken-uyari-eskisehirsporda-oyynamiyorsun-video-2293517>



Abdullah Avcı'dan Dorukhan Toköz'e tepki çeken uyarı: Eskişehirspor'da...

Yeni sezon öncesi çalışmalarını sürdüren Trabzonspor, hazırlık maçında Erzurumspor ile karşı karşıya...

25.06.2022

10)<https://www.fanatik.com.tr/galatasarayda-son-dakika-transfer-gelismesi-yakup-cinar-aktardi-video-2289807>

Galatasaray'da son dakika transfer gelişmesi! Yakup Çınar aktardı...

Galatasaray'da Abdülkerim Bardakçı transferinin ardından gözler diğer transferlere çevrilmiş durumda. Sarı-Kırmızılı takımında gelecek ve gidecek oyuncular büyük merak konusu. Kaan Ayhan, Mert Müldür transferlerinde son durum nedir? Marcao gittikten sonra yerine kim transfer edilecek. Kanat ve forvet transferlerinde yaşanan son gelişmeleri editörümüz Yakup Çınar aktardı...



29.06.2022

11)<https://www.fanatik.com.tr/trabzonsporda-stoper-harekati-listede-4-isim-var-2293043>



22.06.2022

12)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahce-sampiyonlar-ligi-maci-ne-zaman-dinamo-kiev-fenerbahce-maci-saat-kacta-hangi-kanalda-canli-yayinlanacak-2292041>

Dinamo Kiev-Fenerbahçe maçını şifresiz ve canlı veren yabancı kanallar (Dinamo Kiev

20.06.2022

13)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-fenerbahce-haberi-3-transfer-daha-2292725>



20.07.2022

14)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahceye-yeni-brezilyali-lucas-figueiredo-2292587>



19.07.2022

15)<https://www.fanatik.com.tr/transfer-haberi-fenerbahcenin-gozdesi-lassina-traore-shakhtarin-kampina-katildi-2292339>



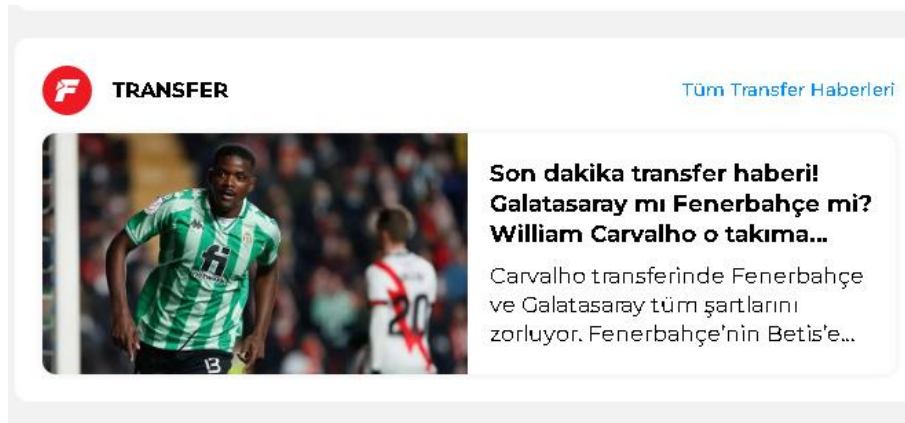
17.06.2022

16)<https://www.fanatik.com.tr/trabzonspor-ve-fenerbahceyi-yakindan-ilgilendiriyor-sampiyonlar-ligi-gelirleri-aciklandi-2290866>



06.07.2022

17) <https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-transfer-haberi-galatasaray-mi-fenerbahce-mi-william-carvalho-o-takima-sicak-bakiyor-haber-fotograf-2290127>



01.07.2022

18) <https://www.fanatik.com.tr/transfer-haberi-fenerbahcenin-ilgilendigi-marceloya-yedi-mls-takimindan-ret-2289398>



27.06.2022

19)<https://www.fanatik.com.tr/besiktastan-son-dakika-kanat-operasyonu-adnan-januzaj-alberth-elis-2293049>



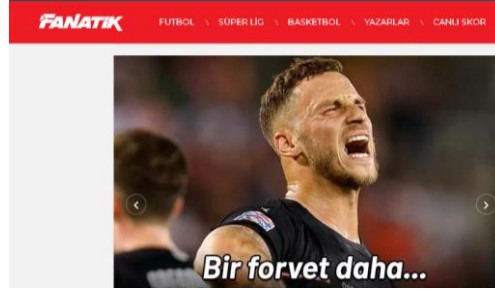
22.07.2022

20)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahce-galatasaray-besiktas-ve-trabzonspor-arasindaki-unutulmaz-transfer-calimlari-haber-fotograf-2264485>



25.06.2022

21)<https://www.fanatik.com.tr/besiktastan-bir-forvet-transferi-daha-haber-fotograf-2291035>



07.07.2022

22)<https://www.fanatik.com.tr/besiktasin-yeni-transferi-emrecan-uzunhandan-itiraf-2293044>



22.07.2022

23)<https://www.fanatik.com.tr/aleksandr-mikhaylov-bugunku-oyun-bizim-icin-bir-ders-oldu-2293026>



22.07.2022

24)https://www.fanatik.com.tr/fenerbahceden-25-milyon-tl-gelir-formalar-kapis-kapis-2293034



22.07.2022

25)https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-galatasaray-leo-dubois-transferini-resmen-acikladi-iste-maliyeti-2293003



21.07.2022

26)https://www.fanatik.com.tr/transfer-aciklandi-vedat-murice-karayip-korsanlari-benzetmesi-video-2293128



23.07.2022

27)<https://www.fanatik.com.tr/jorge-jesus-antrenmanda-oyuncularina-eslik-etti-video-2293230>



Jorge Jesus
antrenmanda
oyuncularına eşlik...

23.07.2022

28)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/22/besiktas-transfer-haberleri-kartaldan-tayfur-bingol-hamlesi-yeni-teklif>

Tayfur Bingöl gelişmesi...

Alanyaspor'a imza attığı törende, "Hayalim, Beşiktaş forması giymek" diyen 29 yaşındaki sol kanat oyuncusu Tayfur Bingöl'ün düşleri gerçek oluyor. Asbaşkan Emre Kocadağ, deneyimli futbolcuyu Kartal yapmak için Akdeniz Kulübü'yle görüşmelere başladı.

27 Haziran 2022, Pazartesi 08:16 Son Güncelleme: 27.06.2022 08:16

PAYLAŞ



27.06.2022

29)<https://www.fanatik.com.tr/galatasaraydan-livaja-hamlesi-sozlesmesindeki-o-madde-2289391>



27.06.2022

30)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-wout-weghorst-besiktas-icin-geliyor-anlasma-saglandi-2289305>



26.06.2022

2.Şok-Flaş-Bomba-Son Dakika Temalı Tık Tuzakları

31)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-transfer-haberi-hoffenheim-ozan-kabaki-kadrosuna-katti-2293206>

Son dakika | Ozan Kabak'ın yeni takımı belli oldu

Hoffenheim, Schalke 04'ün satış listesine koyduğu Türk milli stoper Ozan Kabak için 7 milyon euro ve bonuslar karşılığı anlaşma sağladı



23.07.2022

32)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-iste-trabzonsporun-marlon-icin-shakhtara-onerdigi-bonservis-2287812>

Son dakika! İşte Trabzonspor'un Marlon için Shakhtar'a önerdiği bonservis

Son dakika haberi... Transferde atağa kalkan Trabzonspor'un Brezilyalı stoper Marlon için Shakhtar Donetsk'e 3.5 milyon Euro bonservis ve sonraki satıştan yüzde 20 pay önerdiği, Ukrayna ekibinin beklentisinin ise 7-8 milyon Euro arasında olduğu iddia edildi.



16.06.2022

33)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-fenerbahce-transfer-haberi-abdulkerim-bardakci-gercegi-ortaya-cikti-2289197>

Son dakika Fenerbahçe transfer haberi! Abdülkerim Bardakcı gerçeği ortaya çıktı



26.06.2022

34)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-fenerbahcenin-gustavo-henrique-plani-2292985>

Son dakika! Fenerbahçe'nin Gustavo Henrique planı



26.07.2022

35)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-galatasaray-leo-dubois-transferini-resmen-acikladi-iste-maliyeti-2293003>

Son dakika | Galatasaray, Leo Dubois transferini resmen açıkladı! İşte maliyeti



21.07.2022

36)<https://www.fanatik.com.tr/eyupspordan-10-flas-transfer-hamlesi-super-ligden-tam-8-futbolcu-2289422>

Eyüpspor'dan 10 flaş transfer hamlesi! Süper Lig'den tam 8 futbolcu...

Eyüpspor bu sezon Süper Lig'e yükselmek için tüm şartları zorluyor. Eflatun-Sarılar, 10 önemli transfer hamlesine imza atarken bu isimler arasında Süper Lig'de forma giyen önemli oyuncular var.



27.07.2022

37)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-galatasaraydan-italyaya-transfer-cikarmasi-2289035>



25.06.2022

38)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-fenerbahce-transfer-haberi-sari-lacivertlilerden-forvet-ve-orta-saha-icin-muthis-operasyon-haber-fotograf-2289541>

Son dakika Fenerbahçe transfer haberi! Sarı lacivertlilerden forvet ve orta saha için müthiş operasyon



28.06.2022

39)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-transfer-haberi-galatasaray-besiktasin-igilendigi-seferovic-icin-devrede-2289374>

Son dakika | Transfer haberi: Galatasaray, Beşiktaş'ın ilgilendiği Seferovic için devrede!



27.06.2022

40)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-besiktas-transfer-haberi-muleka-gelmeye-sicak-bakiyor-2289824>



29.07.2022

41)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahcenin-giuseppe-pezzella-icin-teklifi-ortaya-cikti-2291175>

Son dakika | Fenerbahçe transfer haberi: Giuseppe Pezzella'ya teklif!



07.07.2022

42)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-galatasaray-transfer-haberi-cim-bomun-william-carvalho-transferine-yenge-engeli-2289764>

SPOR HABERLERİ > GALATASARAY HABERLERİ > SON DAKİKA GALATASARAY TRANSFER...

Son dakika Galatasaray transfer haberi! Cim Bom'un William Carvalho transferine 'Yenge' engeli



29.06.2022

43)<https://www.fanatik.com.tr/mariano-diazdan-fenerbahceye-yesil-isik-2291026>

Son dakika Fenerbahçe transfer haberi! Sarı lacivertliler Real Madrid'in yıldızı Mariano Diaz için düğmeye bastı



07.07.2022

44)<https://www.fanatik.com.tr/haberleri/evander>



29.07.2022

45)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahcenin-eski-savunmacisi-adil-ramiden-olay-ersun-yanal-sozleri-prim-alamadigi-icin-oynatmadi-2293446>



25.07.2022

46)<https://www.fanatik.com.tr/trabzonspor-acil-stopper-ariyor-2293538>



26.07.2022

47)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-galatasaraydan-luyindama-ve-aytac-karakarari-2293456>



25.07.2022

48)<https://www.fanatik.com.tr/miralem-pjanic-besiktas-taraftarina-sampiyonluk-yasatamadigimiz-icin-uzgunum-2293406>



25.07.2022

49)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-kim-min-jae-napoliye-transfer-oldu-iste-bonservisi-2293715>



27.07.2022

50)<https://www.fanatik.com.tr/mhk-baskani-sabri-celikten-var-aciklamasi-2293454>



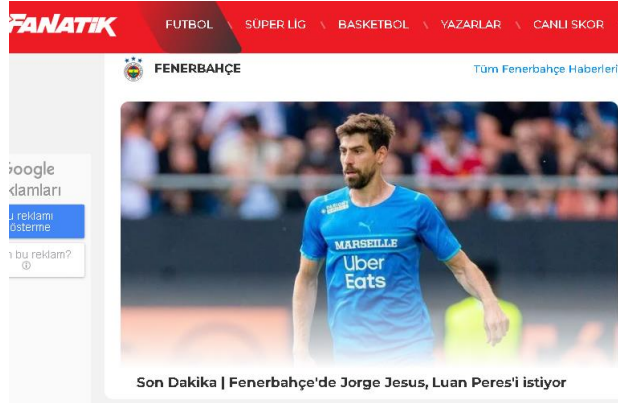
25.07.2022

51)<https://www.fanatik.com.tr/flas-ridvan-yilmaz-aciklamasi-gittigi-yere-insanlar-burun-kivirabilir-ama-orada-futbol-baska-oylaniyor-video-2293591>



26.07.2022

52)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-fenerbahcede-jorge-jesus-luan-peresi-istiyor-2293593>



26.07.2022

53)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-galatasarayda-orta-sahaya-yeni-norvecli-fredrik-midtsjo-2293549>



26.07.2022

54)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-fenerbahcede-golcu-transferinde-hedef-yeniden-aaron-boupendza-2293543>



26.07.2022

3.Bilginin (Özne Eksikliği) Gizlendiği Tık Tuzakları

55)<https://www.fanatik.com.tr/erling-haaland-bayern-munihe-karsi-galip-gelmek-iyi-hissettirdi-2293601>



26.07.2022

56)<https://www.fanatik.com.tr/iste-dunyaca-unlu-yildizlarin-zorlu-eski-yasamlari-haber-fotograf-2294052>



26.07.2022

57)<https://www.fanatik.com.tr/can-bozdoganin-yeni-takimi-belli-oldu-2293422>

Can Bozdoğan'ın yeni takımı



25.07.2022

58)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-galatasarayda-orta-sahaya-yeni-norvecli-fredrik-midtsjo-2293549>



30.07.2022

59)<https://www.fanatik.com.tr/eyupspordan-10-flas-transfer-hamlesi-super-ligden-tam-8-futbolcu-2289422>

Eyüpspor'dan 10 flaş transfer hamlesi! Süper Lig'den tam 8 futbolcu...

Eyüpspor bu sezon Süper Lig'e yükselmek için tüm şartları zorluyor. Eflatun-Sarılar, 10 önemli transfer hamlesine imza atarken bu isimler arasında Süper Lig'de forma giyen önemli oyuncular var.



27.07.2022

60)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-haberi-besiktastan-kerim-calhanoglu-surprizi-2293330>



24.07.2022

61)<https://www.fanatik.com.tr/galatasaray-haberi-bafetimbi-gomis-ikinci-tercih-olmam-kulubede-oturmaya-aliskin-degilim-2293392>



25.07.2022

62)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahcede-gundem-sol-bek-transferi-2289609>



28.06.2022

63)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-wout-weghorst-besiktas-icin-geliyor-anlasma-saglandi-2289305>



26.06.2022

64)<https://www.fanatik.com.tr/dani-alves-barcelona-kulup-icin-tarih-yazan-insanlari-umursamiyor-2291658>



11.07.2022

65)<https://www.fanatik.com.tr/besiktasli-jackson-muleka-hayalini-acikladi-barcelona-2293293>



24.07.2022

66)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahcenin-yeni-transferi-joao-pedro-fenerbahceyi-alexten-cok-dinledim-2293310>



24.07.2022

67)<https://www.fanatik.com.tr/adem-buyukun-yeni-takimi-belli-oldu-2293305>



24.07.2022

68)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-kim-min-jae-napoliye-transfer-oldu-iste-bonservisi-2293715>



27.07.2022

69)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-giresunspordan-transfer-operasyonu-taylan-antalyali-luyindama-muhammed-gumuskaya-2293393>



25.07.2022

70)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-fenerbahce-lassane-plea-transferinde-geri-sayima-basladi-2293400>



25.07.2022

71)<https://www.fanatik.com.tr/galatasarayda-orta-sahada-kritik-hafta-2293381>



25.07.2022

72)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahce-haberi-gustavo-henrique-de-mutlu-son-2293384>



25.07.2022

73)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-transfer-haberi-hoffenheim-ozan-kabaki-kadrosuna-katti-2293206>



23.07.2022

74)<https://www.fanatik.com.tr/trabzonspor-jeison-murillo-icin-harekete-gecti-2293387>



25.06.2022

75)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-wout-weghorst-besiktas-icin-geliyor-anlasma-saglandi-2289305>



26.06.2022

76)<https://www.fanatik.com.tr/transfer-haberi-adem-ljajic-icin-bodrumspor-iddiasi-2293561>



26.07.2022

77)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-fenerbahcede-golcu-transferinde-hedef-yeniden-aaron-boupendza-2293543>



26.07.2022

78)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahcede-bir-ayrilik-daha-szalai-de-napoliye-transfer-oluyor-2293885>



26.06.2022

79)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahcede-kaleye-takviye-icin-yine-tarik-cetin-gundemde-2293546>



26.07.2022

80)<https://www.fanatik.com.tr/galatasarayin-hocasi-okan-buruk-bu-3luden-2sini-istiyor-2293530>



26.07.2022

81)<https://www.fanatik.com.tr/antalyaspor-yeni-sponsor-2293592>



26.07.2022

82)<https://www.fanatik.com.tr/antalyaspor-yeni-sponsor-2293592>



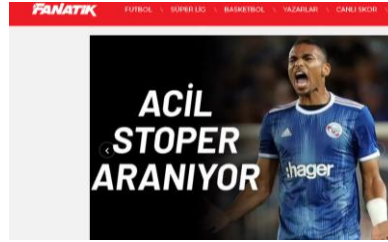
26.07.2022

83)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahceye-1-stoper-daha-geliyor-2293533>



26.07.2022

84)<https://www.fanatik.com.tr/trabzonspor-acil-stoper-ariliyor-2293538>



26.07.2022

85)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/27/besiktas-transfer-haberleri-kartala-philippe-keny-mujdesi-resmi-aciklama-geldi>



28.07.2022

86)<https://www.fanatik.com.tr/galatasarayin-go-zu-barcelonanin-stopesinde-oscar-mingueza-2293587>



28.07.2022

87)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-omer-faruk-beyaz-fc-magdeburga-transfer-oluyor-2293586>



26.07.2022

88)<https://www.fanatik.com.tr/son-dakika-fenerbahcede-jorge-jesus-luan-peresi-istiyor-2293593>



26.07.2022

89)<https://www.fanatik.com.tr/galatasarayda-ikinci-etap-kamp-kadrosu-belli-oldu-surpriz-isimler-2293553>



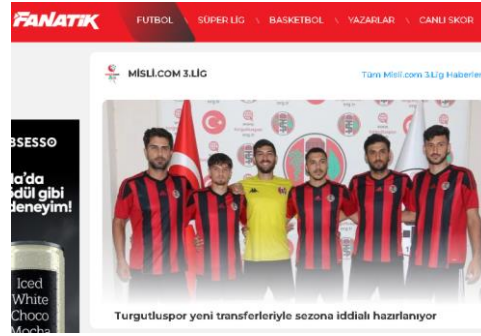
26.07.2022

90)<https://www.fanatik.com.tr/fenerbahceden-1427-milyon-tllik-tasfiye-2293547>



26.07.2022

91)<https://www.fanatik.com.tr/turgutluspor-yeni-transferleriyle-sezona-iddiali-hazirlaniyor-2293584>



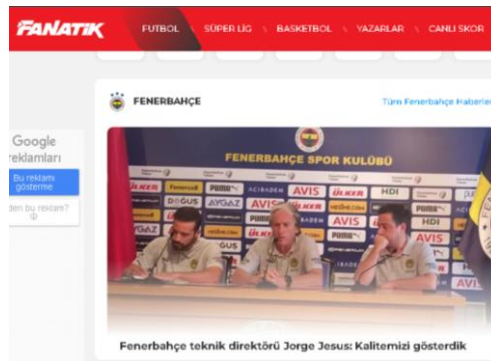
26.07.2022

92) <https://www.fanatik.com.tr/napoli-kim-min-jae-transferini-iste-boyle-duyurdu-video-2293736>



27.07.2022

93) <https://www.fanatik.com.tr/fenerbahce-teknik-direktoru-jorge-jesus-arda-guler-joshua-king-ve-bright-osayi-samuelin-durumuna-bakacagiz-2293603>



26.07.2022

94) <https://www.fanatik.com.tr/adis-jahovic-bodrumspora-transfer-oluyor-2293395>



25.07.2022

95)<https://www.fanatik.com.tr/transfer-haberi-jeahze-besiktasin-teklifi-sonrasi-takiminin-macinda-oynamayi-reddetti-2293590>



26.07.2022

4)Görselin Dikkat Çektiği Tık Tuzakları

96)<https://www.fanatik.com.tr/galatasarayin-hocasi-okan-buruk-bu-3luden-2sini-istiyor-2293530>



26.07.2022

97)<https://www.fanatik.com.tr/emre-demir-barcelonadaki-ilk-golunu-iste-boyle-atti-video-video-2293203>



23.07.2022

98)<https://www.fanatik.com.tr/besiktasin-hazirlik-macina-ersin-destanoglunun-hatasi-damga-vurdu-video-2293274>



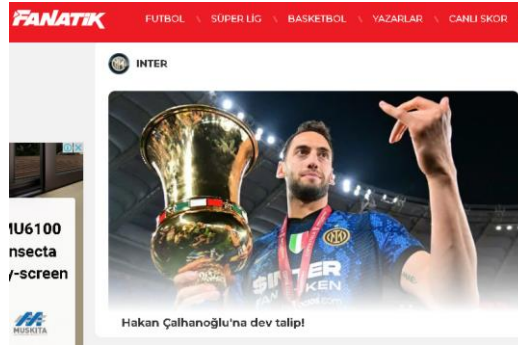
23.07.2022

99)<https://www.fanatik.com.tr/besiktasta-stopere-kaan-ayhan-orta-sahaya-fassnacht-kanat-beke-tayfur-bingol-haber-fotograf-2293391>



25.07.2022

100)<https://www.fanatik.com.tr/hakan-calhanogluna-dev-talip-2288556>



21.06.2022

Ek 2: Fotomaç Gazetesi 100 Haber

1) Yarım Cümle ile Kurulan Tık Tuzakları

<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/31/transer-haberleri-fbahceye-sorloth-mujdesi-transfer-gerceklesirse>



31.07.2022

2) <https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/21/transerhaberi-fenerbahcede-bonservis-patlama-5-ayrılık-ve-40milyon-euro>



21.07.2022

3) <https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/23/fenerbahce-transfer-haberleri-fenerbahcenin-gundemindeki-felipe-jonatan-icin-hocasindan-aciklama-geldi?paging=3>



Hocası F.Bahçe'yi böyle açıkladı!
"Görüşmeler..."

23.07.2022

4)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/24/trabzonspor-haberleri-marek-hamsikten-sampiyonlar-ligi-sozleri-orada-oyynamak-her-oyuncunun-hayalidir>



24.07.2022

5)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/16/galatasaray-transfer-haberi-morutana-romanyadan-teklif-var?paging=3>



16.07.2022

6)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/sira-kartalda>



25.07.2022

7) <https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/25/galatasaray-haberleri-cimbomdan-flas-ayrilik-karari-taylan-antalyali-ve-berkan-kutlu>



25.07.2022

8) <https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/22/besiktas-transfer-haberleri-kartaldan-tayfur-bingol-hamlesi-yeni-teklif>



22.07.2022

9)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/21/transer-haberi-galatasaray-ve-trabzonspor-istiyordu-jason-denayer-torinoya-gidiyor>



21.07.2022

10)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/besiktas-haberleri-wout-weghorstun-antrenoru-richard-van-beek-oyuncunun-o-ozelligini-acikladi-normalin-2-kati>



25.07.2022

11)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/21/djaninyde-geri-sayim>



21.07.2022

12) <https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/25/galatasaray-haberleri-bafetimbi-gomisten-okan-buruk-itirafi-basaksehiri-sampiyon-yaptiginda>



25.07.2022

13) <https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/31/galatasaray-teknik-direktoru-okan-buruk-fiorentina-maci-sonrasi-aciklamalarda-bulundu-duboisnin-son-durumu>



31.07.2022

14) <https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/25/pelkas-kulup-ariyor>



25.07.2022

15) <https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/13/besiktasa-denis-bouanga-transferinde-rakip-cikti-alman-kulubu>



Beşiktaş'a transferde rakip çıktı!
Alman kulübü...

13.07.2022

16) <https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/21/son-dakika-fenerbahce-joao-pedro-transferini-kapa-bildirdi>



21.07.2022

17) <https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/21/kanat-takviyesi-icin-surpriz-bir-adam-gundeme-geldi-adnan-januzaj>



21.07.2022

18) <https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/12/galatasaray-transfer-haberleri-sacha-boeye-teklif-geldi-iste-o-rakam>



12.07.2022

19) <https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/17/trabzonspor-transfer-haberi-firtinadan-kaleci-takviyesi-yavuz-aygun>



17.07.2022

20)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/22/fenerbahce-transfer-haberleri-lassane-pleada-sona-dogru-kanaryanin-yeni-golcusu-olacak>



22.07.2022

21)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/31/besiktasin-genc-futbolcusu-emirhan-ilkhan-torinoya-transfer-oluyor>



31.07.2022

22)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/04/transfer-haberleri-galatasaray-benficadan-piyango-3-futbolcu-birden>

Haberler > Galatasaray > TRANSFER HABERLERİ | Galatasaray'a Benfica'dan piyango! 3 futbolcu birden...

TRANSFER HABERLERİ | Galatasaray'a Benfica'dan piyango! 3 futbolcu birden...



04.07.2022

23) <https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/12/besiktas-haberleri-serdar-saatcidan-valerien-ismaele-sok-tepki-oyundan-alininca>



12.07.2022

24) <https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2020/07/27/alberth-elisden-fenerbahce-ve-transfer-aciklamasi-buyuk-takim>





27.07.2022

25)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/03/galatasaray-mostafa-mohamed-transferinde-soke-eden-gelisme-ceza>



03.07.2022

26)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/besiktas-ridvan-yilmazin-rangers-fcye-transferini-acikladi>



25.07.2022

27)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/03/transfer-haberleri-galatasaray-botheimi-saglama-aliyor-hukuksal-engel-asilirs>



03.07.2022

28)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/18/fenerbahce-transfer-haberleri-miguel-crespoya-talip-var-istenen-rakam>

Haberler > Fenerbahçe > FENERBAHÇE TRANSFER HABERLERİ - Miguel Crespo'ya talip var! İstenen rakam...

FENERBAHÇE TRANSFER HABERLERİ - Miguel Crespo'ya talip var! İstenen rakam...

Son dakika Fenerbahçe transfer haberleri... Sezon öncesi hazırlıklarını sürdüren Fenerbahçe'de, geçtiğimiz sezonun gözde ismi Miguel Crespo'ya teklifler gelmeye devam ediyor. Sarı-lacivertli kulübün, Portekizli yıldız istediği rakam belli oldu. İşte detaylar... (FB transfer haberleri)



18.07.2022

29) <https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/17/galatasaray-transfer-haberleri-cimboma-189luk-stoper-nahuel-ferraresi>

GALATASARAY TRANSFER HABERLERİ: Cimbom'a 1.89'luk stoper! Nahuel Ferraresi...



17.07.2022

30)https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/22/transfer-haberleri-fenerbahcede-mergim-berisha-ile-yol-ayrimina-gelindi



22.07.2022

31)https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/06/24/fenerbahce-transfer-haberleri-ferdi-kadioglundun-peşini-birakmadilar-premier-lig-ekibi





24.06.2022

32)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/21/galatasaray-transfer-haberi-aslandan-umara-embalo-harekati>



21.07.2022

33)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/15/eski-besiktasli-miralem-pjanice-barcelona-teknik-direktoru-xavi-hayran-kaldi>



**Pjanic'e hayran kaldılar!
Barcelona...**

15.07.2022

34)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/06/27/galatasaray-transfer-haberleri-aslana-yunan-10-numara-fortounis>



27.06.2022

35)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/06/26/muleka-transferinde-ortalik-karisti-besiktas-derken>



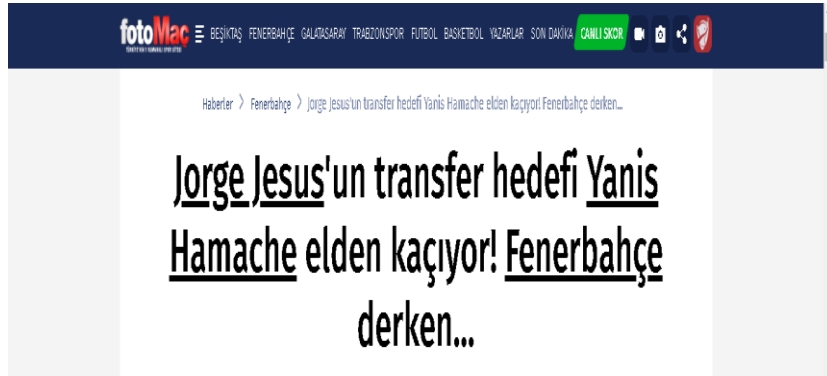
26.06.2022

36)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/06/26/transferde-abdulkerim-bardakci-gercegi-meger-jorge-jesus>



26.06.2022

37)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/06/26/jorge-jesusun-transfer-hedefi-yanis-hamache-elden-kaciyor-fenerbahce-derken>





26.06.2022

38)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/26/morutan-ayriliyor>



26.07.2022

39)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/17/besiktas-haberleri-salih-ucandan-aziz-yildirim-itirafi-10-milyon-euro-verdiler>

BEŞİKTAŞ HABERLERİ | Salih Uçan'dan Aziz Yıldırım itirafı! "10 milyon Euro verdiler..."



17.07.2022

40)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/06/15/2-henrigue-yolda>



15.06.2022

41)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/15/trabzonspor-transfer-haberleri-galatasaray-da-istiyordu-firtinadan-jason-denayer-hamle>



G.Saray ve Trabzonspor istiyordu!
İşte yeni takımı...

15.07.2022

42)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/12/besiktas-transfer-haberleri-kartaldan-fenerbahceye-calim-larinin-yerine-alberth-elis-geliyor>



Kartal'dan F.Bahçe'ye transfer
çalımı! Larin'in yerine...

12.07.2022

43)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/18/galatasaray-transfer-haberleri-cimbomun-yeni-golcusu-seferovic-iste-sozlesme-detaylari>



Cimbom'dan forvet bombası!
Seferovic'in ardından...

18.07.2022

44)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/22/fenerbahce-transfer-haberleri-lassane-pleada-sona-dogru-kanaryanin-yeni-golcusu-olacak>



22.07.2022

45)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/21/djaninyde-geri-sayim>



Djaniny görüşme odasına! Yeni sözleşme...

21.07.2022

46)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/20/trabzonspor-teknik-direktoru-abdullah-avci-konustu-yeni-sezonda-ilk-hedefimiz>



Avcı konuştu! "Yeni sezonda ilk hedefimiz..."

20.07.2022

47)<https://www.fotomac.com.tr/ingilterepremierlig/2022/07/17/manchester-united-ajaxtan-lisandro-martinez-transferini-acikladi>



Manchester United yıldız transferini duyurdu! 57 milyon...

17.07.2022

48)<https://www.fotomac.com.tr/ingilterepremierlig/2022/07/14/cristiano-ronaldoya-servet-onerdiler-250-milyon-euro>



Ronaldo'ya servet önerdiler! 250 milyon euro...

14.07.2022

49)<https://www.fotomac.com.tr/ismanyalaliga/2022/05/29/aurelien-tchouameni-adim-adim-real-madrde-70-milyon-euro>



Adım adım Real Madrid'e! 70 milyon euro...

29.05.2022

50)<https://www.fotomac.com.tr/ismanyalaliga/2022/05/29/real-madridli-marcelo-futbolu-birakti-mi-marcelo-hangi-takimda-oyunayacak-iste-detaylar>



Real Madridli Marcelo futbolu bıraktı mı? Marcelo hangi takımnda...

29.05.2022

51)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/31/galatasarayda-hamza-akmandan-transfer-sozleri-ali-akman-ile-gorusuyoruz>



31.07.2022

52)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/31/galatasaray-teklik-direktoru-okan-buruk-fiorentina-maci-sonrasi-aciklamalarda-bulundu-duboisnin-son-durumu>



31.01.2022

53)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/23/fenerbahce-haberleri-joao-pedro-transferinde-bilinmeyen-gercek-galatasaray>



23.07.2022

2-Şok-Flaş-Bomba-Son Dakika ile Başlayan Tık Tuzakları

54)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/06/24/fenerbahcede-jorge-jesus-cilgina-dondu-yildiz-isme-sok-rapor>

Fenerbahçe'de Jorge Jesus çılgına döndü!
Yıldız isme şok rapor



24.06.2022

55)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/besiktas-transfer-haberleri-karakartalda-nkoudounun-bileti-kesildi>



25.07.2022

56) <https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/25/galatasaray-haberleri-cimbomdan-flas-ayrilik-karari-taylan-antalyali-ve-berkan-kutlu>



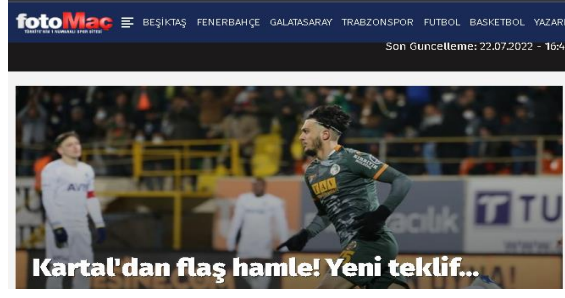
23.07.2022

57) <https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/22/fenerbahce-transfer-haberleri-fenerbahce-icin-bertrand-traore-iddiasi>



22.07.2022

58) <https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/22/besiktas-transfer-haberleri-kartaldan-tayfur-bingol-hamlesi-yeni-teklif>



26.07.2022

59)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/12/besiktasin-yeni-transferi-weghorsttan-flas-aciklamalar-kral-olacagim>



12.07.2022

60)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/19/mehmet-topal-futbol-kariyerini-sonlandirdigini-acikladi>



19.07.2022

61)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/06/23/son-dakika-fenerbahceninabdulkerim-bardakci-transferinde-puruz-cikti>



25.06.2022

62)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/besiktas-transfer-haberleri-kar-kartalda-nkoudounun-bileti-kesildi>



25.07.2022

63)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/25/fenerbahce-haberleri-adil-ramiden-ersun-yanala-sok-sozler-prim-alamadigi-icin-oynatmadi>



25.07.2022

64)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/22/son-dakika-fenerbahceye-sakatlik-soku-serdar-aziz>



22.07.2022

65)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/22/super-lig-haberleri-galatasaray-adasi-icin-flas-imza>



22.07.2022

66)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/21/galatasaraydan-fenerbahceye-transferde-dev-calim-erden-timur-nahuel-ferraresi-icin-devrede>



21.07.2022

3-Bilginin Gizlendiği (Özne Eksikliği) Tık Tuzakları

67)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/24/transfer-haberleri-fenerbahcede-luiz-gustavo-ile-yollar-resmen-ayrildi>



24.07.2022

68)<https://www.fotomac.com.tr/avrupadanfutbol/2022/07/24/real-madrid-barcelona-macinda-buyuk-kavga-iste-kavga-goruntuleri>



24.07.2022

69)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/24/trabzonspor-haberleri-marek-hamsikten-sampiyonlar-ligi-sozleri-orada-oyynamak-her-oyuncunun-hayalidir>



24.07.2022

70)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/24/fenerbahce-transfer-haberleri-tiago-cukura-talip-var?paging=4>



24.07.2022

71)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/24/fenerbahce-haberleri-joao-pedro-dan-jorge-jesus-itirafi>



24.07.2022

72)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/24/fenerbahce-transfer-haberi-gustavo-henrique-kanarya-yolunda>



24.07.2022

73)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/31/fenerbahcede-altay-bayindir-karari-slovacko-macinda>



31.07.2022

74)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/17/galatasaray-transfer-haberleri-haris-seferovicte-mutlu-son-iste-sozlesme-detaylari>



17.07.2022

75)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/26/son-dakika-fenerbahcenin-yeni-yildiz-gustova-henrique-istanbula-geliyor>



26.07.2022

76) <https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/24/besiktas-transfer-haberi-kartaldan-savunmaya-surpriz-isim-djene-dakonam>



24.07.2022

77) <https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/besiktas-haberleri-wout-weghorstun-antrenoru-richard-van-beek-oyuncunun-o-ozelligini-acikladi-normalin-2-kati>



25.07.2022

78) <https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/callum-styles-harekati>



25.07.2022

79)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/24/biletlere-hucum>



24.07.2022

80)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/24/bu-kez-is-bitebilir>



24.07.2022

81)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/24/dakonam-iddiasi>



Dakonam iddiası

24.07.2022

82)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/24/jonatan-pazarligi>



Jonatan pazarlığı

24.07.2022

83)<https://www.fotomac.com.tr/haberleri/lb-chateauroux>



Kartal'dan hücumu 4. takviye! İşte bonservis bedeli

22.07.2022

84)<https://www.fotomac.com.tr/haberleri/reus-deportiu>



Kanarya'ya Komşu'dan stoper
takviyesi!

22.07.2022

85)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/25/pelkas-kulup-ariyor>



25.07.2022

86)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/26/fenerbahceden-boupendza-bombasi>



26.07.2022

87)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/25/galatasaray-transfer-haberleri-cimbom-kasper-dolberg-icin-gorusmelere-basladi>



25.07.2022

88)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/06/25/son-dakika-fenerbahceden-ozan-tufan-aciklamasi>



25.06.2022

89)<https://www.fotomac.com.tr/fenerbahce/2022/07/25/fenerbahce-transfer-haberleri-kanaryada-buyuk-temizlik-gozden-cikarilan-isimler>



25.07.2022

90)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/callum-styles-harekati>



25.07.2022

91)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/25/4-transfer-gerekliyor>



25.07.2022

92)<https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2022/07/21/galatasaray-transfer-haberi-aslandan-umara-embalo-harekati>



21.07.2022

93)<https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/sira-kartalda>



25.07.2022

94)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/06/09/avcinin-karari-bekleniyor>



09.06.2022

95)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/25/bugun-rakip-empoli>



25.07.2022

96) <https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/transfer-haberleri-besiktasin-eski-futbolcusu-can-bozdogan-utrechte-kiralandi>



25.07.2022

97) <https://www.fotomac.com.tr/besiktas/2022/07/25/besiktas-transfer-haberleri-karakartalda-nkoudounun-bileti-kesildi>



25.07.2022

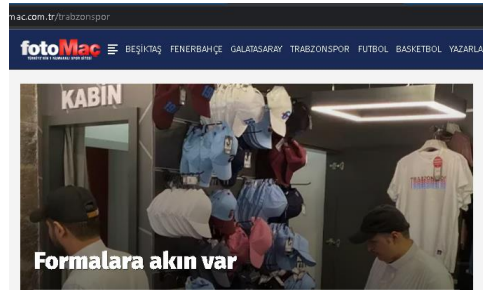
4-Görselin Dikkat Çektiği Tık Tuzakları

98) <https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/25/keyifli-idman>



25.07.2022

99)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/25/formalara-akin-var>



25.07.2022

100)<https://www.fotomac.com.tr/trabzonspor/2022/07/25/taftar-alinmiyor>



25.07.2022

Ek 3: Kontrol Listesi

23.09.2022

Kontrol Listesi

1. Gazete adı
(1) Fanatik (2) Fotomaç
2. Yayımlandığı tarih
3. Takımlar
(1) Fenerbahçe (2) Beşiktaş (3) Galatasaray (4) Trabzonspor (5) Diğer
4. Tık Tuzağı Kategorileri
(1) Yarım Cümle ile Kurulan Tık Tuzakları
(2) Şok- Flaş Bomba Son Dakika Tık Tuzakları
(3) Bilginin Gizlendiği Tık Tuzakları
(4) Görselin Dikkat Çektiği Tık Tuzakları
5. Tık Tuzağı Nerde?
(1) Görsel
(2) Başlık
(3) Başlık + Görsel