



Gazetenin günümüze serüveni ve Clickbait sorunu

Onur Şişman

İstanbul Kültür Üniversitesi İletişim Sanatları
Bölümü

Gazetenin önemi

Gazete; siyaset, ekonomi ve kültür başta olmak üzere, toplumu ilgilendiren her konuyla ilgili haber, bilgi, yorum içeren ve günlük olarak ya da belirli kısa zaman aralıklarıyla yayımlanan, belirli boyutu, sayfa sayısı ve düzeni olan yayındır. Gazete insanların çeşitli konulardaki gelişmelerden haberdar olma arzusundan doğmuştur. Gazete bu arzuyu herkese açık bir şekilde yazılı olarak takdim eden bir yayındır.

İlk gazete örneği M.Ö 59 yılında Roma senatosu tarafından çıkartılan siyasi gelişmeleri, toplumsal olayları ve gladyatör dövüşlerini anlatan "Acta Diurna" olsa da günümüz gazetelerinin atası 14. yüzyılda Avrupa'da görülen haber kağıtları ve haber mektuplarıdır. Haber kağıtları aristokrasi hakkında bilgi taşıırken, haber mektupları ticari sorunların çözümünde kullanılmaktaydı. 17. yüzyıla gelindiğinde ise özellikle matbaanın yaygınlaşmasıyla da birlikte Avrupa'da haklı bilgilendirmek amacıyla önemli bir olay yaşandığında haber kağıtları çıkartılır ve satılırdı. İlk gazetenin yayımlanmasının nedeni ise Avrupa'da çeşitli ülkeler arasındaki çoğu din kaynaklı savaşlar hakkında bilgi edinme isteğidir. 19. yüzyılda ise Endüstri Devrimi'nin başlamasıyla gazetecilik bir meslek haline dönüşmüştür ve toplum içinde etkili hale gelmeye başlamıştır. O dönemdeki gazete söylemleri ise; "toplumun iyiliğini isteme ve kamu yararı için" şeklindedir. 20. yüzyılda 2 büyük Dünya Savaşı ve izleyen olaylar ile büyük gazetelerin izlediği sansasyonel çizgi gazete okuyucularını uzaklaştırmış eğlenceli şeyler görmek isteyen insanları resimli dergilere ve televizyona itmiştir. Televizyonun da gazetecilik yönündeki çabası büyük kitle gazetelerinin çizgilerini değiştirmelerine sebep olmuş ve magazinleşme olgusunu doğurmuştur.

Gazeteler ortaya çıktıkları tarihten günümüze kadar toplumda merkezi ve özgü bir yer edinmişlerdir. Gazetelerin, temel işlevi olan haber vermenin yanında, toplumsal ve psikososyal anlamda da pek çok işlevi vardır. Bunlar arasında kamuoyu oluşturarak belli bir konu üzerinde toplumu ikna etme, eğitme ve eğlendirme gibi özellikler yer alır. Haber verme işleviyle gazeteler topluma siyasal, sanatsal, toplumsal, bilimsel enformasyonu ister güncel olsun isterse genel nitelikte olsun çeşitli olgular arasında bağlantılar kurarak sunar. Zaman zaman uyuma-

cı zaman zaman eleştiriyile yüklü olarak olguların ve değerlerin toplumda yerleşmesini sağlar. Bu yönüyle bilgi verme yanında fikirlerin değerlerin aktarımını yapması aslında onun önemini artırmaktadır. Daha öz deyişle haber vermenin toplumsallaşmada oynadığı önemli rolü göstermektedir.

Gazetenin değişimi ve günümüz dünyasındaki konumu

Gazetenin toplum üzerinde önemli işlevlerinin olması, büyük firmalarca fark edilmiş ve bu gücü kendi ellerinde tutmak istemelerine sebep olmuştur. Tam da bu sebepten 20.yüzyıl başlarında başlayan ve günümüzde artarak devam eden basında tekelleşme söz konusudur. Büyük firmaların gazete sahibi olmasıyla birlikte gazetelerin ilkeleri ikinci plana atılmış ve öncelik çıkara, reklama ve kazanca verilmiştir. Artık toplumu bilgilendirmekten çok nasıl çok satılacağı ve nasıl kolay reklam alınacağı üzerinde durulmaya başlanmıştır.

Geleneksel medyanın güç kaybettiği günümüzde gazeteler internet ortamına taşınmakta ve insanlara daha da yaklaşmaktadır. Günümüzde insanlar habere artık her an ulaşabilmektedirler. Bu durum insanların bilgi alma ihtiyaçlarını oldukça iyi karşılarsa da haberdar olmaları için gazete okuma ihtiyaçlarının neredeyse ortadan kalkmasına sebep olmuştur. Bir yanda bilgiye ulaşmak için genellikle sosyal medya kullanan insanlar varken, diğer yanda bilgiye

rahat ulaşımın getirdiği bir enformasyonluk vardır. Habere her an ulaşabilme güvencesi habere ulaşma ihtiyacını ortadan kaldırmış ve her an habere maruz kalan insanları da haberdan uzaklaştırmıştır.

Başka bir bağlamda; geleneksel gazeteciliğin "ilgiye veya ideolojiye" göre oluşturduğu sadık okuyucuyu, internet gazeteciliğinde elde tutmak da mümkün değildir. İnternet gazeteciliğinde önemli olan tek konu hızdır. Hızlı olan gazete okuyucuyu kazanmaktadır. Bu durum toplumun gazetelerden uzaklaşmasına ve gazetelerin tiraj-reklam kaybı yaşamalarına sebep olmaktadır. Bundan dolayı kazançları düşen gazeteler, geleneksel gazetelerde manşetlerin puntolarını büyütürerek dikkat çekmeye çalışırken internet gazeteleri iste clickbait isimli yöntemlere başvurup görünür olmak ya da gelir sağlamayı amaçlamaktadır.

Clickbait nedir?

Clickbait, Türkçe karşılığıyla tık yemi, tık tuzağı, olta haberler vb. birçok şekilde isimlendirilmektedir. İnternet

İstanbul'da tarihi anlar



Kaynak: <http://www.hurriyet.com.galeri-teknofestte-muhtesem-gosteri-40963857>

sitelerinin daha fazla tıklama almak amacıyla dikkat çeken görseller kullanarak sansasyonel başlıklarla yayınladıkları, haberin aslını yansıtmayan içeriklerin tümüdür.

Clickbait geleneksel medyada ortaya çıkmıştır. 1895 yılında New York World Gazetesi ve New York Journal Gazetesi birbirleriyle rekabete girmiş ve New York World Gazetesi karikatüristi **Richard Felton Outcault**'ın çizdiği "Sarı Çocuk" tiplmesi ile tiraj artışı sağlanmıştır. Sarı Çocuk'un bu kadar başarılı olma sebebi ise seçilen kısa ve çarpıcı cümlelerdir. "Sarı Çocuk" olayı aynı zamanda yalan haberler için bugün hala kullanılan "sarı gazetecilik" terimini literatüre kazandıran olaydır.

1895 yılında geleneksel medya ürünü olarak ortaya çıkan Sarı Çocuk, 2000'li yıllarda internetle tanışmamız ardından zamanla evrilerek clickbait adıyla yeni medyada kendine yer edinmiştir. Clickbait, farklı amaçlarla ve çeşitli yöntemlerle kullanılabilir; ancak en çok tercih edilen ve en sık karşılaştığımız yöntem tıklama odaklı oluşturulan dikkat çekici başlıklardır. Bu tarz başlıklarla haberlerin yayınlanmasının asıl amacı hedef kitleyi ilgi alanlarına göre bilim, spor, siyaset vb. ayırmadan herkesi içeriğe yönlendirebilmektir. Clickbait'te kullanılan bir diğer yöntem ise okuyucunun sitede daha uzun süre kalmasını sağlamak için oluşturulan galerilerdir. Haber kısa bir metne sahip bile olsa galeri ile uzatılmaktadır.

Clickbait'in internet gazeteciliğine getirdiği avantajlar; internet gazetesinin daha fazla tık alması ve markanın bilinirliğini sağlamasıdır. Bir diğer yandan clickbait internet gazeteciliği için kârlı gibi görünse de avantajları yanında birçok dezavantajı da mevcuttur; günümüzde manipülatif içeriklere bilinçli yaklaşan kullanıcıların sayısı gittikçe artmaktadır, bu durumda clickbait uygulayan siteler gelecekte takipçi kazanamayabilir, markanın veya sitenin itibarı zedelenebilir, ilk seferde kullanıcıların siteye girişi sağlansa da uzun vadede sadık takipçi kitlesi kaybolabilir.

Kaynakça

Tokgöz, O., Temel Gazetecilik, İmge Yayınevi: İstanbul, 2017.

Vassaf, G., Cehenneme Övgü, İletişim Yayıncılık: İstanbul, 2009.

<http://www.pazarlamasyon.com/pazarlama/click-bait-nedir/>, E:19.09.2018.

<https://www.webtekno.com/haber-sitelerinde-sik-ca-gordugumuz-clickbait-tiklama-yemi-nedir-h21607.html>, E:19.09.2018.

Clickbait



Kaynak: <https://dogrula.org/basin-yayin-kuruluslari-nin-2017-clickbait-puanlama-sonuclari/clickbait-gorsel/>

REYHAN ULUDAĞ
METROPOL AN

RESİM SERGİSİ

