

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

KRİZ HABERCİLİĞİ BAĞLAMINDA

TV HABERLERİNİN ANALİZİ:

COVID-19 SALGINI ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Prof. Dr. A. Fulya ŞEN

HAZIRLAYAN

Uğur KÜPE

ELAZIĞ - 2021

ÖZET**Yüksek Lisans Tezi****Kriz Haberciliği Bağlamında TV Haberlerinin Analizi: COVID-19 Salgını Örneği****Uğur KÜPE****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İletişim Bilimleri Anabilim Dalı****Elazığ – 2021, Sayfa: IX+54**

Aralık 2019 yılında Çin’de ortaya çıkan ve kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını bütün ülkeleri ve insanları, düzen, sağlık, ekonomi vb. alanlarda olumsuz etkilemiştir. Bu salgın günlerce gündemde kalmış ve tüm dünyada kriz durumu yaratmıştır. Ulusal ve uluslararası medyada yer alan salgın haberleri, salgının durumu, seyri ve devletlerin aldıkları önlemler hakkında toplumları bilgilendirme görevi üstlenmiştir.

Türkiye’de COVID-19 salgını ile ilgili ilk vaka 11 Mart 2020 tarihinde görülmüştür. İlk vakanın görülmesiyle birlikte Türkiye’deki medya organları salgın ile ilgili toplumu bilgi bombardımanına tutmuş, haber bültenlerinin konusu bir anda COVID-19 salgını olmaya başlamıştır.

Bu çalışmada, kriz haberciliği bağlamında COVID-19 salgını haberleri incelenmiştir. COVID-19 salgını haberlerinin incelenmesi için Türkiye’de yayın yapan üç televizyon kanalının (FOX TV, ATV ve CNN Türk) ana haber bültenleri seçilmiştir. Bu çalışmada, kriz haberciliği örneğinde medyanın izleyiciyi karşı sorumluluğunu yerine noktasında nasıl bir yol izlediğine yönelik soruya cevap aranmıştır. Çalışma sonucunda kriz haberciliği bağlamında medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirme de farklı yollar kullandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Haber, Habercilik, TV Haberciliği, Kriz Haberciliği, COVID-19.

ABSTRACT**Master Thesis****Analysis of TV News in the Context of Crisis Reporting: A Case of COVID-19
Pandemic****Uğur KÜPE****Fırat University****Social Sciences Institute****Department of Communication Science****Elazığ – 2020, Page: IX+54**

COVID-19 pandemic emerging in China in December 2019 and affecting all of the world in a short time has affected negatively all of the countries and people in order, health and economic perspectives. The pandemic has remained in the agenda for days and it has caused the crisis all around the world. Pandemic news appearing on National and International media have taken on a task for informing the societies about the condition and progress of pandemic, and precautions which have been taken by governments.

The first case on COVID -19 pandemic in Turkey was appeared on 11th March 2020. With the appearance of the first case, media in Turkey bombarded the society with information on Pandemic, the subject of the main news bulletins turned to be COVID-19 Pandemic in a while.

In this study, COVID-19 pandemic news have been researched in the context of crisis reporting. For this research, main news bulletins of three TV channels broadcasting in Turkey (FOX TV, ATV, CNN Türk) were selected. In this study, an answer was sought for the question of what a way the media is following to fulfill its responsibility against the audience in the case of crisis reporting. As a result of the study it was concluded that the media uses different ways to fulfill its responsibility against audience in the context of crisis reporting.

Key Words: News, Journalism, TV News , Crisis Reporting, COVID-19.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	II
ABSTRACT.....	III
İÇİNDEKİLER	IV
TABLolar LİSTESİ.....	VI
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VII
ÖNSÖZ.....	VIII
KISALTMALAR	IX
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. HABER HABERCİLİK VE KRİZ HABERCİLİĞİ	6
1.1. Haber ve Habercilik Kavramı	6
1.2. Televizyon Haberciliği.....	8
1.3. Kriz Haberciliği.....	9
1.3.1. Kriz Haberciliğinin Tanımı	9
1.3.2. Kriz Haberciliğinin Özellikleri	10
1.3.3. Kriz Haberciliğinde Panik Yaratan Unsurlar	11
1.3.4. Kriz Haberciliğinin Tarafları	12
1.3.4.1. İzleyici Tarafı	12
1.3.4.2. Medya Tarafı	13
1.3.4.3. Devlet Tarafı	13
1.3.5. Kriz Haberciliği ve COVID-19 Salgını: Literatür İncelemesi	14

İKİNCİ BÖLÜM

2. COVID-19 SALGINI HABERLERİNİN KRİZ HABERCİLİĞİ BAĞLAMINDA ANALİZİ	17
2.1. Araştırmanın Yöntemi.....	17

2.1.1. Araştırmanın Soruları	20
2.1.2. Araştırmanın Varsayımları	20
2.1.3. Veri Toplama ve Verilerin Analizi	21
2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	21
2.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	22
2.4. Araştırmanın Bulguları.....	23
2.4.1. Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Canlı Yayındaki Açıklamalarına Haberlerde Ayrılan Süre.....	24
2.4.2. Haber Konularının Dağılımı	25
2.4.3. COVID-19 Salgını Haberlerinin Küresel ve Ulusal Dağılımı.....	26
2.4.4. COVID-19 Salgın Haberlerinde Halk, Devlet ve Uzman Görüşlerinin Dağılımı	27
2.4.5. COVID-19 Salgını Haberlerinde Yer Verilen Uzman Görüşlerinin Dağılımı	29
2.4.6. COVID-19 Salgını Haberlerinin Çerçevesi	31
2.4.7. COVID-19 Salgını Haberlerinin Kategorisel Anlamda Ana Haber Bültenlerindeki Dağılımları	37
SONUÇ.....	43
KAYNAKÇA	47
EK.....	53
Ek 1. COVID-19 Salgını Haberleri Kodlama Cetveli.....	53
ÖZGEÇMİŞ.....	54

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Açıklamalarına Ayrılan Süre.....	24
Tablo 2. COVID-19 Salgını Haberleri ve Diğer Haberlerin Sayıları.....	25
Tablo 3. Küresel ve Ulusal COVID-19 Salgını Haberlerinin Sayıları.....	26
Tablo 4. COVID-19 Salgını Halkın, Devletin ve Uzman Görüşlerine Yer Ver Haberler Sayıları.....	27
Tablo 5. COVID-19 Salgını Uzman Görüşlerinin Bilgilendirici, Rahatlatıcı ve Endişe Verici Yöndeki Haber Sayıları.....	29
Tablo 6.a. COVID-19 Salgını Tedavi ve Aşı Çalışmaları Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları.....	31
Tablo 6.b. COVID-19 Salgını Ekonomi Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları.....	32
Tablo 6.c. COVID-19 Salgını Eğitim Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları.....	32
Tablo 6.d. COVID-19 Salgını Tedbir Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları.....	33
Tablo 6.e. COVID-19 Salgını Riskli Grup Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları.....	33
Tablo 6.f. COVID-19 Salgını Ünlü Kişi Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları.....	34
Tablo 6.g. COVID-19 Salgını Sayısal Veri Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları.....	35
Tablo 6.h. COVID-19 Salgını Alışveriş Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları.....	35
Tablo 6.i. COVID-19 Salgını Sağlık Çalışanları Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları.....	36
Tablo 6.i. COVID-19 Salgını Siyasi Aktörler Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları.....	36
Tablo 7. COVID-19 Salgını Haber Kategorilerinin Kanallara Göre Sıralaması.....	41

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. FAC Ana Haber Bültenlerinde COVID-19 Salgını Haberleri ve Diğer Haberlerin Dağılımı.....	25
Şekil 2. FAC Ana Haber Bültenlerinin COVID-19 Salgını Haberlerinin Küresel ve Ulusal Dağılımı.....	27
Şekil 3. FAC Ana Haber Bültenlerinde COVID-19 Salgını Halk, Devlet ve Uzman Görüşlerine Yer Verilen Haberlerin Dağılımı.....	28
Şekil 4. FAC Ana Haber Bültenlerinde COVID-19 Salgını Uzman Görüşlerine Yer Verilen Haberlerin Dağılımı.....	30
Şekil 5. FOX TV Ana Haber Bültenleri COVID-19 Salgını Haberlerinin Dağılımı.....	37
Şekil 6. ATV Ana Haber Bültenleri COVID-19 Salgını Haberlerinin Dağılımı.....	38
Şekil 7. CNN Türk Ana Haber Bültenleri COVID-19 Salgını Haberlerinin Dağılımı...	39
Şekil 8. FAC Ana Haber Bültenlerinin COVID-19 Salgını Haberlerinin Dağılımı.....	40

ÖNSÖZ

Hazırlamış olduğum bu tez çalışmasında, bana destek veren, her fırsatta, sıkıştığımda, yardımını esirgemeyen, donanımı ve tecrübesiyle bana büyük katkı sağlayan, akademik anlamda bilimsel kurallara göre bu tezi yazmamda beni yönlendiren ve bu tezi bu hale getirmemi sağlayan danışmanım Prof. Dr. A. Fulya ŞEN'e, bütün tez yazma sürecim boyunca bana destek olan Gülhizar KÜPE ve Abdussamed AYDOĞMUŞ'a teşekkür ederim.

KISALTMALAR

akt. : aktaran

COVID-19: Yeni Koronavirüs Hastalığı

DSÖ: Dünya Sağlık Örgütü

Ed. : Editör

FAC: FOX TV, ATV, CNN Türk

SB: Sağlık Bakanı

vd. : ve diğerleri

GİRİŞ

Salgın hastalıklar, afetler, terör, göç vb. gibi toplumsal anlamda yıkıma sebep olabilecek kriz durumları haberlere konu olmaktadır. Kriz durumlarında insanlar bu konularla ilgili bilgi sahibi olma ihtiyacı hissetmekte ve bu durumlarda televizyon, gazete, radyo veya internet gibi farklı haber kaynaklarına yönelip bilgi ihtiyacının karşılamaktadır. Özellikle ulusal veya uluslararası yaşanan kriz durumlarında bu ihtiyacı karşılamak insanlar için daha önemli hale gelmektedir.

Yaşanın krizlerle ilgili en doğru bilgiyi almak için en önemli görev medyaya düşmektedir. Çünkü medya tüm insanların ulaşabileceği en etkin iletişim araçlarından biridir. Eğer medya bu haberleri izleyicilere aktarmak konusunda zaaf gösterirse insanları panik ve endişeye sevk edebilir. Bu da toplumun, psikolojik, fizyolojik veya toplum sağlığı anlamında ciddi bir şekilde olumsuz etkilenmesine sebep olabilir.

Özellikle ulusal veya uluslararası çapta yaşanabilecek durumlar sadece bölgesel değil küresel anlamda da ciddi problemlere sebep olmaktadır. Önceki dönemlerde yaşanan salgın hastalıklar bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Yerel bir durum olarak ortaya çıkan salgın hastalıklar küresel bir yayılıma ulaşıp tüm dünyayı etkisi altına alabilir. Daha önceki dönemlerde yaşanan SARS virüsü, Kuş Gribi, Domuz Gribi, MERS virüsü, Ebola, ZIKA virüsü ve son olarak Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19) bunlara örnek oluşturmaktadır.

COVID-19 2019 yılının Aralık ayı sonlarında Çin'in Wuhan Eyaleti'nde ortaya çıkan yapılan araştırmalar sonucunda 13 Ocak 2020 yılında tanımlanan bir virüsdür. 11 Mart 2020 tarihinde hem ilk vaka Türkiye'de görülmüş olup hem de aynı tarihte Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından pandemi ilan edilmiştir (covid19.saglik.gov.tr, 2020).

COVID-19 salgını dünyanın dört bir yanındaki toplumları ve habercileri hazırlıksız yakalamıştır. Aniden gelişen bu salgın sadece bireylerin sağlığı üzerinde değil toplumların üzerinde de eşi benzeri görülmemiş bir etkiye sebep olmuştur. (Quandt, Boberg, Schatto-Eckrodt, Frischlich, 2020: 3).

Medya toplumların haber alma ve haberdar olma ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için hayati bir öneme sahiptir. Medyanın dördüncü kuvvet olarak tanımlanması (özellikle demokratik toplumlarda), bu işlevin önemini net bir biçimde göstermektedir.

Özellikle bilgi bombardımanının yaşandığı kriz durumlarında toplumu bilgilendirmek, aydınlatmak ve var olan gerçeklikleri insanlara aktarabilmek, toplumsal duyarlılığı sürdürebilmek için medyanın önemini bir kez daha ortaya koymaktadır (Ünal ve Kılınç, 2020: 27).

Salgın hastalıklar, savaş, terör eylemleri, kazalar gibi kriz yaratan durumlar medya tarafından ele alınmakta ve medya toplumu bilgilendirici bir rol üstlenmektedir. Bu tarzda ortaya çıkan kriz durumlarının yarattığı tehlike toplum tarafından bilinmek istenir. Toplumun bu kriz durumlarına ilişkin en kısa zamanda ve en sağlıklı bilgi alabileceği araçlar, radyo televizyon, gazete ve internettir. Toplum olumsuz etkileyen kriz dönemlerinde ortaya çıkan bilgi alma ihtiyacının karşılanması için yapılan habercilik türü de kriz haberciliği olarak tanımlanmaktadır (Richards, 2006'dan akt. Demiroğlu 2012: 71).

Kriz haberciliği, sosyal, siyasi veya ekonomik alanlarda meydana gelen beklenmeyen, tehdit, gerilim anlarını ifade eden habercilik anlayışıdır. Kriz haberciliği beklenmeyen bir şekilde ortaya çıktığı için beklenmeyen durumlardaki profesyonel haberciliği de önemli kılar (Yüksel, 2010: 80). Bu durumlarda kriz haberciliğinde ilk başta dikkatli olunması gereken yer habercilerin duygudan önce bilgi ağırlıklı haber verme anlayışını ön plana çıkarmak olmalıdır (İnceoğlu, 2000: 348).

Kriz haberciliğinde insanlara ulaştırılacak bir bilginin toplumdaki çoğu insan tarafından beklenildiği göz önünde bulundurulursa insanlara gelen bilginin yaratacağı korku, panik, tedirginlik duygularına karşı bilginin kaynağı fazlasıyla önem kazanmaktadır. Kriz dönemlerindeki doğru haber anlayışı, tarafsızlık, diğer dönemlere nazaran daha hassas ele alınmalıdır. Bunlar başarılabilirse sağlıklı bir kriz haberciliği gerçekleştirilmiş olur (Koç Akgül, 2017: 36).

Kriz anlarında ortaya çıkan habercilik anlayışında, izleyici, devlet ve medya olmak üzere üç taraf bulunmaktadır. İzleyici tarafı yani haber alma ihtiyacı olan insanlar, kriz anlarında yeni duruma ayak uydurabilmek için her şeyden bir an önce haberdar olma isteği duyar. Devlet tarafı kriz anlarında bilgi vermeyi geciktirmek, yetersiz ve eksik bilgi vermek, bilgi alışverişini yasaklamak veya engellemek, toplumdan gelen eleştirileri reddetmek veya sorumlulukları kabul etmemek gibi tutum sergiler. Medya ise tabloidleşme ve sansasyonel haber anlayışı ile bilgi aktarımını hızlı

yapabilmek için çoğu habercilik etiğini göz ardı edip bilgi aktarımını gerçekleştirebilmektedir (Çaplı ve Taş, 2010: 239-244).

Kriz zamanlarında haberler çift taraflı bir misyon üstlenir. Haberler toplumu ikna etmeye yönelik bir araç olmalı ve gerçekleri anlatmalı, bu misyonu yerinen getirirken de önemli olay ve bilgilerin önüne geçmeli manipülasyon yaratacak eylemlerden ve bilgilendirmelerden uzak durmalıdır (Torun, 2011: 17).

Yaşanan kriz durumlarında habercilik pratiği ve haber değeri çerçevesinde bakıldığında yaşanan kriz durumlarına her daim etkili bir ticari potansiyel yüklediği göze çarpmaktadır. Bu açıdan bakıldığında medya kriz durumlarında izleyicinin merakını arttırmak, salgın hastalıklarla ilgili korku, endişe ve panik duygularının arttıran haberlerle pekiştirebilmektedir. Medya bir yandan kriz halini anlaşılır duruma getirmek, toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda gerekli bilgi verme yorum getirme ve analizler gerçekleştirirken diğer yandan krizi bir ticari haber için bir fırsat olarak görmektedir. Yaşanan bu ikilem medyanın toplumsal sorumluluğu ile ilgili gerilim hattı oluşturmaktadır (Çaplı ve Taş, 2010: 237-238).

Kriz dönemlerinde medyanın haberlerini doğru yansıtması, yansıtırken izlediği süreç önem taşır. Basının aşırı bilgi verme yoluna gitmesi, toplumu aydınlatmanın, yönlendirmenin aksine duyarsızlaştırma ve kabullenme riskini beraberinde getirir. Toplum böylece ayırım yapmaktan yoksun, olaylar karşısında duyarsız, sessiz kalan bir kitle haline gelir. Bu sebeple medya kriz anında yönetimin bir parçası olmalı ve kamusal görevler üstlenmelidir (Koç Akgül, 2017: 32).

Kriz durumlarında habercilerin toplumu bilgilendirirken normalin üzerinde bir hız sergilemeleri, olaya birçok farklı yönden bakmaları gerekir. Olabildiğince farklı medya araçları kullanarak karmaşık bir görev dağılımıyla toplumu bilgilendirmeleri beklenir (Backholm, 2012: 9).

Medyanın ürettiği ve dağıttığı içerikler insanların belirli ihtiyaçlarını karşılama konusunda önemli bir yere sahiptir. İnsanların ihtiyaçlarını karşılama doğrultusunda medya, bilgi alma, haberdar olma gibi birçok fayda sağlayabilir. Medya ile alakalı liberal bakış açısı medyanın her şeyi olduğu gibi aktardığını düşünmesine karşın eleştirel medya çalışmaları olaylar ve yansıtılanlar arasında büyük farklar olduğunu söyler. Medya kuruluşları neleri haberleştireceği veya haberin içeriğinde yer alan

olayların belirli kriterlere bağlar. Medyanın örgütsel yapısı, kapitalist üretim ve dağıtım bağı içinde haberin çerçevesini belirleyen taraftır (Çeliker Saraç, 2018: 163-164).

Bu araştırmanın problematiğini kriz haberciliğinin tarafları olan medya ve izleyici arasındaki ilişki oluşturmuştur. Bu çalışmada, kriz haberciliği örneğinde medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirme noktasında nasıl bir yol izlediğine yönelik soruya cevap aranmıştır.

Bu araştırmanın amacı, 2019 yılının sonunda ortaya çıkan ve 2020 yılında salgın ilan edilen COVID-19 salgını sürecini televizyon haberleri aracılığıyla takip edip kriz haberciliğine dair incelemelerde bulunmaktır. Bu sırada da medyanın kriz haberciliği bağlamında izleyiciye karşı sorumluluğunun nasıl yerine getirdiğini, bunu yaparken neleri göz önünde bulundurup neleri göz ardı ettiğini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Bu çalışma, kriz haberciliği bağlamında televizyon haberlerini incelemiştir. Televizyon haberciliğinin, COVID-19 salgını döneminde kriz haberciliğini nasıl gerçekleştirdiğinin, COVID-19 salgını haberlerini izleyiciye nasıl aktardığının ortaya konulması bakımından önem taşımaktadır. Daha önce kriz haberciliğiyle ilgili yapılan çalışmalarda kriz haberciliğinin tarafları olan devlet, medya ve izleyici ile ilgili, kriz anlarında medya-devlet ilişkisi üzerine çalışmalar yapıldığı görülmüş, medyada yer alan haberlerin incelenmesi üzerine çalışmalara rastlanmamıştır. Bu anlamda bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın kapsamını çalışmada belirlenmiş olan üç ana haber bülteninin COVID-19 salgını haberleri oluşturmaktadır. Çalışma 2 Mart - 30 Nisan 2020 tarihleri ile sınırlandırılmıştır.

Bu çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. FOX TV, ATV ve CNN Türk kanallarının ana haber bültenleri COVID-19 salgını haberleri ile ilgili olarak kategorikleştirilerek analiz edilip incelenmiştir.

Bu çalışmada medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirip getirmediği noktasında COVID-19 salgını haberleri küresel-ulusal kategoride, halk-devlet-uzman görüşleri kategorisinde, uzman görüşlerinin bilgilendirici-rahatlatıcı-endişe verici kategorilerinde ve tedavi ve aşı, ekonomi, eğitim, tedbir, riskli grup, ünlü kişiler, sayısal veri, alışveriş, sağlık çalışanları, siyasi aktörler çerçevelerinde analizleri

gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda öncelikle haber, habercilik ve kriz haberciliği üzerine açıklamalar yapılmış daha sonra bu araştırma kapsamında FOX TV, ATV ve CNN Türk ana haber bültenlerinde yayınlanan COVID-19 salgın haberleri incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. HABER HABERCİLİK VE KRİZ HABERCİLİĞİ

1.1. Haber ve Habercilik Kavramı

Haber ile ilgili yapılmış birçok tanım bulunmaktadır. Haberin üretimi, alıcısına iletilmesi bir süreç içerisinde gerçekleşmektedir. Dolayısıyla sürecin çeşitli aşama ve unsurları merkeze alındığında birçok farklı tanım gerçekleşir (Ünlüer, 2016: 140). Bu tanımlara örnek olarak şunlar verilebilir: “Haber bir bilgidir. Haber, insan hayatının her aşamasında yer alan medya organizasyonları içerisinde, insanoğlunun en temel güdülerinden biri olan merak duygusunu karşılamak amacıyla bilme ve haberdar olma çabası sonucu ortaya çıkmıştır” (Yurdigül ve Zinderen, 2012: 82). “Haber, olan şeyler değil birilerinin olduğunu söylediği şeydir” (Scudson & Manoff 1986’dan akt. Öztürk, 2004: 99)

Haber kişinin günlük aktivitelerinin yanı sıra gelecek ile ilgili karar almada dünyayı algılamak için ihtiyaç duyduğu ana ögedir. Ayrıca haber, habercilik mesleğiyle uğraşan kişilerin kendi seçtikleri konularda, oluşturdukları ve habercilik kuralları doğrultusunda şekillendirdikleri durumları tercih ettikleri sesli, yazılı veya görüntülü kitle iletişim aracıyla bireylere ulaştırdığı bilgiler bütünüdür (Girgin, 2005:106).

Haber insanların merak duygusu ve bilgi edinme ihtiyacı nedeniyle kitle iletişim araçlarını takip ettiği mesajlardır. Birçok bilgi kitle iletişim araçları aracılığıyla gelen haberler sonucunda toplumda kendine yer edinmekte ve böylece insanlar, kendi ihtiyaçları doğrultusunda, kendilerine uygun olan olayı ya da durumu seçip gündemlerini oluşturmaktadır (McQuail & Windahl, 2010:102-103).

Bu tanımlar ve açıklamalar doğrultusunda haberin tek ve doğru bir tanımının olmadığı varsayımına ulaşabilir. Bu kavramlara bakarak haber bir olay, olgu veya durumun süreç ve sonucunu öğrenme, takip etme, bilme, eğilimi olarak tanımlanabilir.

Haber merkezlerine bir günde yüzlerce haberlerin düştüğü bir gerçektir. Ama bütün haberleri yayınlamayacakları için içlerinden seçim yapmaları gerekmektedir. Bu seçimi yaparken haberde önemlilik, ilginçlik, sıra dışılık, olumsuzluk gibi bazı ölçütler kullanılmaktadırlar (Ünlüer, 2016: 141). Aynı zamanda Bourdieu’ye göre

haberlerin sansasyonellik değeri de izlenmesinde önemli bir yer tutmaktadır (İlic, 2015:324).

Habercilik temelde durum olan bir olayı olduğu gibi aktarma işlevi görür. Medyanın anlayışının aksine haber olacak bir konu 5N1K olarak bilinen “Ne, Nasıl, Nerede, Neden, Ne zaman, Kim” sorularının cevaplarını içermelidir. Bu en temel ve en basit haber yöntemi olarak geçer. İnsan hayatının dışında olan, önem arz olaylar haber özelliği taşır ve insanlarda hep bir merak duygusu uyandırır (Çınar, 2013:141).

Bir konunun ya da durumun haber olup olmadığını belirleyen ölçütler genelde haber değerliliği olarak tanımlanır. Haber değerliliği ile bazı ölçütler belirlenmiştir:

1. *Sıklık*: Bir olayın ne sürede olduğunu ifade eder.
2. *Eşik*: Bir olayın yoğunluğu, genişliği ve boyutunu ifade eder.
3. *Anlaşılabilirlik/Belirginlik*: Bu ölçüte göre olaylarda muğlaklık olmamalı ve açık bir şekilde yorumlamaya sahip olmalıdır.
4. *Anlamlılık*: Bir olay kişilerin kültürel anlam çerçevesinde yorumlanabilir bir duruma getirilmelidir.
5. *Uyum*: Beklenen bir olayı oluşturmak.
6. *Beklenilmeyen Durum*: Öngörülemeyen olaylardır.
7. *Akıcılık*: Bir olayın, günlerce, haftalarca habere konu olmasıdır.
8. *Dizgi, Bir Araya Getirme*: Seçilen bir hikaye ile diğer hikayelerin dengelenmesine yardımcı olur.
9. *Elit Toplumlara Kaynak Gösterme*: Bazı yerlerin çoğundan korunaklı olmasıdır.
10. *Elit İnsanları Kayna Gösterme*: Ünlü insanlarla ilgili olaylardır.
11. *Olumsuz Durumları Kaynak Gösterme*: Genellikle kötü haberler iyi haberlere oranla yukarıdaki kriterleri daha fazla içerir (Keeble, 2005:76).

Habercilik, haber yazar ve oluşturan kişiler için bir meslek olarak tanımlanabilir. Habercilik ilkeleri doğrultusunda haberlerde işlenen konular, tarafız, abartısız, herhangi bir biçimde görüş, inanç ya da ideolojiyi akla getirmeden, izleyicide duygusal gerilim yaratmayacak şekilde aktarılmalıdır. Televizyon haberlerinde, merak oluşturacak, heyecan yaratacak, , acıma veya nefret gibi duygulara sebep olacak şekilde

bilgilendirmenin yapılması izleyicilerin doğrulara ulaşması anlamında sorun yaratacaktır (Cereci, 2013:8).

Habercilik çevresel faktörleri etkilerken aynı zamanda çevresel faktörlerden de etkilenmiştir. Haberi oluşturma süreci, sunma ve ulaştığı kitle, etkileşimde olduğu topluluk arasındaki iletişimi kurmasını sağlayan belirgin faktörlerdir. Küresel anlamda sürekli değişimin gerçekleşmesi, haber gibi haberciliğin sürekli yenilenme ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Sanal verilerin kullanılması, pratik birçok yeni usullerin oluşması habercilerin yeni çağa yak uydurmasını gerekli kılmaktadır (Özyal, 2016:274).

Habercilikte etik kavramları basın yayın organlarının etik kavramlarıyla aynı niteliktedir fakat farklılaşan noktalarda mevcuttur. Mesela televizyon haberciliğinde görsel videolarda etik kavramı daha etkinken gazetecilikte daha çok görsellik daha önemli bir yer tutmaktadır. Temel prensip aynı şekilde işler bir tarafta tarafsız bir köşe yazısı yazılması beklenirken bir diğer tarafta tarafsız söylemler beklenmektedir.

1.2. Televizyon Haberciliği

Televizyon haberleri, kurgu, çekim, ses, efekt gibi bir grup aşamalardan meydana gelir. Bu açıdan bakıldığında televizyona görüntünün yansımaları çekim öncesinden başlar ve çekim sonrasında planlamaya kadar devam eder. Bu kadar uğraşın temel sebebi izleyiciyi etkileyecek bir sunum kaygısıdır. Reyting almak için hazırlanan bu etkileyici haber kaygısı televizyon haberi üretme sürecinde haberdeki gerçeklik algısının sorgulanmasına sebep olmaktadır (Zinderen, 2020: 338-339).

Televizyon insanların yaşamlarının tam ortasına konumlandığından dolayı birçok özelliği bünyesinde barındırmaktadır. Televizyon hayatımızın bir parçası olduğu için ve herkes tarafından ulaşılabilir hale geldiği için insanlarda izleme güdüsü oluşturur. Televizyon haberlerini diğer yapımlardan veya ürünlerinde ayıran en büyük özelliği ise gerçekliği olarak görülmektedir (Işıklar, 2014: 48).

Televizyon haberciliği, insanların en çok ilgisini çeken, ses ve görüntünün birleşmesiyle inandırıcılığı daha da artan bir kitle iletişim haberciliğidir. Televizyon haberciliğinde artık sınır tanımaksızın tüm dünyada aynı anda canlı yayın olanaklarıyla ekrana gelebilmektedir. (Öztürk, 2004: 97). Böylece televizyon haberciliği herhangi bir durumla ilgili hızlı ve etkin bir biçimde bilgi sahibi olmayı sağlayan bir hal almıştır. Fakat son dönemlerde bilgilendirme işlevi görmek yerine farklı öğeler devreye girmiş

ve kurmaca öğelerin yer aldığı temelde estetik kaygılar güden bir televizyon programı iddiası gündeme gelmektedir (Cankaya ve Köksalan, 2004: 9).

Televizyon haberleri insanlara yorum yapma hakkı tanırken bazı zamanlarda insanlara vermek istediğini bir ideolojiye dayandırarak verirler. Medyanın ticari bir hal alması, siyasi kurumlarla medya patronlarının ilişkilerinin gelişmesine olanak sağlamıştır. Kısaca özetlemek gerekirse; siyasi kurumların medyadaki ticari faaliyetlerin önünü açmasıyla bu kurumlar medya üzerinde kontrol sağlama fırsatı bulmuştur (Kurban ve Sözeri, 2012: 53).

Kriz dönemlerindeki haberlerin içerikleri ve görüntüleri toplumun daha çok ilgisini çekmektedir. Bu durum görüntünün ve sesin bir arada bulunduğu televizyon haberlerinde daha etkili olmaktadır. Böylece iyi haberlerin aksine kötü haberler daha çok izlenir duruma gelmektedir. Televizyon haberlerinin öfke, korku, üzüntü gibi görsel durumları bünyesinde barındırması haberleri daha güçlü bir duruma getirmektedir.

1.3. Kriz Haberciliği

1.3.1. Kriz Haberciliğinin Tanımı

Savaş, terör, çatışma, doğal afet vb. olağanüstü olayları haber yayıncılığı açısından kriz anını ifade etmektedir. Sosyal, siyasi, ekonomik alanlarda meydana gelen tehlike, tehdit ve gerilim anları yaratan habercilik anlayışı kriz haberciliği olarak tanımlanmaktadır (Güngör Fırat, 2011: 49).

Papadopulos ve Pantti (2013: 963) kriz haberciliğini şu şekilde açıklamaktadır: “Habercilerin kriz ve felaket durumlarındaki haberciliği, bireylerin trajik durumlarına tanıklık eder, doğru ve ahlaki çerçevede zorlayıcı bir anlatıdır.”

Kriz konularının içinde yer alan hastalık, savaş, saldırı, terör, siyasal olaylar, ekonomik buhranlar kriz dönemlerini ifade eder. Bu dönemlerde olaylar habercilik açısından önem kazanmaktadır. Bu gibi kriz dönemindeki konular seyircinin ilgisini çekmek için kullanılmaya uygun haber malzemeleridir. Tabii bu gibi haber malzemeleri seyircide korku, psikolojik huzursuzluk yaratan durumlar oluşturmaktadır (Torun, 2011: 57).

Kriz haberciliği genel anlamda toplumun bilgi ihtiyacını karşılar ve kriz durumlarında ortaya çıkan kargaşa durumlarını açıklığa kavuşturma görevi görür. Kriz haberciliği ilginç ve popüler bir habercilik türü olmasına rağmen bir o kadar da muğlakta kalan bir habercilik türüdür (Kramp & Weichert, 2014: 18-19). Bu sebeple

kriz haberciliğinde kilit habercilik kavramı olan tarafsızlığın ve bilgilendirmenin sorgulandığı bir habercilik alanıdır (Tumber, 2006:439-451).

1.3.2. Kriz Haberciliğinin Özellikleri

Kriz haberciliğinde ilk önce dikkat alınması gereken şey habercilerin duygudan ziyade bilgi ağırlıklı haberlerin aktarılmasının gerekliliğidir. Herhangi bir yaşanacak kriz anında bu haberleri abartmadan ve toplumu tedirgin edici ayrıntılardan uzak durarak bilgilendirme amaçlı haber anlayışını tercih etmelidir (İnceoğlu, 2000:348-349).

Belirsizlik ve ihtimal kavramlarını kriz anlarında üçe ayırmak mümkündür. İlk bölüm kriz uyarıcılarının meydana gelmesi ve gelişmesidir. Bu dönem krizin oluşmasını engellemeye yönelik adımlar atılmalı ve çözüm için çalışmalar yapılmalıdır. Bunlar yapılmadığı zaman kriz başlamış demektir. Bundan sonra gelen bölüm ise kriz dönemidir. İlk bölümde alınamayan önlemler bu bölüme geçilmesine sebep olur. Bu dönemde kriz daha da belirgin bir hal alır. Bu bölümde denetim merkezleşir. Korku ve panik duyguları yaşanır, karar almada sıkıntılar oluşur. Son bölüm ise çözülme olarak tanımlanan krizin erdiği dönemdir (Göksu, 2011:4).

Kriz dönemlerinde haberciler çok fazla bilgi edinmeye çalışır ve imajlarını olumsuz etkileyebilecek haberleri minimum seviyede tutmaya çalışır. kriz yaşanan dönemlerde olaya bağlı olarak doğru ve tarafsız bilgilendirme, haber kaynağının doğru olarak seçilmesi ve haber sunumlarında kullanılması olağanüstü durumlar bağlamında önem arz etmektedir (Duğan ve Akıncı, 2019:174).

Kriz haberi niteliği taşıyan haberler normal haberlere göre değerlendirildiğinde özellikleri daha net bir şekilde görülmektedir. Bilgiye daha çok ihtiyaç duyulan, bilginin az olduğu durumlarda ortaya çıkabilecek gerginlikler bu haber türünün özelliklerindedir (Yücesan, 2015: 79).

Kriz haberlerinin özelliklerinden biri de zamanındalık kavramıdır. Kriz sırasında bilginin aktarılması kriz yönetiminde ve kriz yönetimine dâhil olanların tepkilerinin şekillendirilmesinde önemli bir rol oynayacağı için zamanındalığın olağanüstü bir önem sahip olduğu göz ardı edilmemelidir (Wu, 2011: 7).

Kriz haberciliğinde tarafsızlık unsuruna dikkat etmek gerekmektedir. Uzun zamandır tarafsızlık ile alaka net bir görüş birliği bulunmamaktadır. Buradaki ilk düşünce habercinin tarafsız davranması ile ilgiliyken diğer düşünce habercinin kendi

fikirleri doğrultusunda tarafsız olmasının imkân dâhilinde olmadığı düşüncesidir (Çubukçu, 2010: 35-36).

Kriz haberciliğinde belirle prensipler söz konusudur. Her durum ya da olay kriz haberi olarak tanımlanamayacağı için hangi olayların kriz haberciliği kapsamında değerlendirilebileceği sorular gündeme gelmektedir. Bununla ilgili ABD’de Rutger Üniversitesi 1986-1992 yıllarında bu konuya ilişkin araştırma yürütmüş ve yedi prensip ortaya çıkarmıştır:

1. Haber içeriklerindeki tehlike sağlıkta oluşan durumlar değildir.
2. Haber içeriklerinde kapsamın birçoğu meydana gelen tehlikeyle ilgili değildir.
3. Korku, kızgınlık, suçlama ve diğer etik kapsamda değerlendirilmeyen konulara daha çok ağırlık verilmiştir.
4. Riskle alakalı olana korku ve telaşa sebebiyet veren kapsam, dengeleyici, rahatlatıcı ya da yatıştırıcı kapsamın çok üzerindedir.
5. Kriz anlarında nelerin panik yaratıcı ya da sakinleştirici olduğu toplumdaki bireylerle ilişkilidir. Bazen uzmanların yatıştırıcı etkiyle ilgili düşündükleri şeyle bireyde karşılık bulamamaktadır.
6. Kriz haberlerinde resmi kaynaklar tercih edilmektedir.
7. Haberlerde kriz anlarında panik yaratıcı kaynaklar yatıştırıcı kaynaklara oranla daha çok ön plana çıkmaktadır (Sandman, 1994’ten akt. Demiroğlu, 2012:73-74).

1.3.3. Kriz Haberciliğinde Panik Yaratan Unsurlar

Kriz anında haberciler hızlı ve çabuk haber alma ve verme isteğinde olduğu için bu habercilerde baskı oluşturmakta bu durumda hızlı haber verme ve doğru haber verme arasında ikilem yaratmaktadır. Bu durum habercilerin cevap vermesi gereken soru şudur: izleyicinin neyi bilmesi gerekiyor, edinilen bilgileri doğrulatmadan hızlı bir şekilde aktarma telaşı, haberde panik, korku, öfke yaratan haberin ögesi haline gelebilmektedir (Çaplı ve Taş, 2010:247).

Kriz haberciliği sırasında panik nedenlerinin başında psikolojik baskılar gelmektedir. Haberciler kriz durumla ilgili haber toplarken baskı altında hareket etmektedir. Resmi kurum örgüt veya makamlar tarafından yeterince bilgilendirilmediklerini düşünürlerse haber alabilmek için güvenilir olmayan kaynaklara

yönelebilirler (Pira & Sohodol, 2010:201-223). Haberciler kriz anlarında edindikleri haberleri paniğe yol açmayacak şekilde servis etmelidirler. Bu bağlamda haberciler topluma yanlış bilgi vermemek, kamu yararı doğrultusunda hareket etmek, kişisel duygu ve düşüncelerini yansıtmamak için çaba harcamalı, mesleki ve toplumsal sorumluluklarını ön planda tutmalıdırlar (Yüksel, 2010:280).

Kriz dönemlerinde ortaya çıkan iletişimsizlik yanlış bilgi edinme de paniğe yol açabilmektedir. Özellikle kriz dönemlerinde bilgi edinme ihtiyacı asılsız haberlere neden olmakta bu durum da panik duygusunu arttırmaktadır. Kriz dönemlerinde oluşabilecek olumsuzlukları engellemek için devlet medyaya gerekli bilgiyi sağlayabilmelidir. Medya da bu bilgi doğrultusunda, oluşabilecek yanlış anlaşılmanın önüne geçerek, toplumu daha doğru bilgilendirerek panik duygusunun önüne geçebilecektir (Güngör Fırat, 2011: 39).

1.3.4. Kriz Haberciliğinin Tarafları

1.3.4.1. İzleyici Tarafı

Kriz anlarında kişiler ciddi anlamda enformasyona ihtiyaç duyarlar. Özellikle insan yaşamını, doğrudan etkileyen, açıkça tehdit eden krizle bilgi edinme ihtiyacını daha da önemli bir hale getirmektedir.

Toplum içinde risk beklenen bir tehlikeyi gösterirken, kriz gerçekleşen bir tehlikenin sonucudur. Kriz anında toplumda korku, panik yaşayan kişilerin durumları medyanın vermiş olduğu türlü içeriklerle daha da yüksek bir seviyeye gelmektedir. Yaşanan kriz durumlarında toplumun tutum ve davranışlarını, medyanın haberleri yansıtma şekli önemli derecede etkilemektedir (Hu, 2010'dan akt. Demiroğlu, 2012: 74).

Olağanüstü durumlarda medyanın toplumu nasıl etkileyeceğini düşünerek haber yapması gerekmektedir. Bu gibi anlarda kişiler yoğun kaygı durumu yaşayabilmektedir. Kişiler kriz anlarında olan biten her şeyden haberdar olup belirsizlik duygusunu ortadan kaldırmak ister. Kriz durumlarında toplumdaki bireyler haberleri eleştirel bir gözle izleme olanağına sahip olmayabilir. Bunun yerine öğrenilen her şeyin doğru ve gerçek olduğunu düşünme eğilimine girerler (Duğan ve Akıncı, 2019:172).

Paniğe veya paranoyaya yol açabilen salgın hastalıklar, felaketler ve uzun dönemli kriz anlarında gerçekte ne yaşandığını belirsizliğe son vermek adına bilgi ihtiyacının karşılanmasını bekler. Bu sebeple kriz dönemlerinde haberciliğin toplumsal sorumluluğu fazlasıyla önem kazanmaktadır (Çaplı ve Taş, 2010:239).

1.3.4.2. Medya Tarafı

Kriz haberciliğinde medyanın topluma karşı sorumlu olduğu noktalar vardır. Toplumun bilgi ihtiyacını karşılamak bu noktalardan bir tanesidir. Kriz dönemleri normal hayatın dönemlerinden farklı olduğu için bu dönemlerde yapılan haber yayıncılığı normal dönemlerde yapılan haber yayıncılığına göre farklılıklar göstermekte ve daha fazla çabaya ihtiyaç duyulmaktadır (Demir ve Balcı, 2019: 48-56).

Kriz durumunun yaşandığı anlarda medya toplumu bilgilendirme işlevi görür. Medya kriz durumuyla ilgili resmi ya da resmi olmayan kaynaklardan aldığı bilgiyi topluma bildirmekle sorumludur. Medya kriz dönemlerinde fısıltı gazetesine imkân vermeden, kriz durumlarına ilişkin, yoğun, hızlı ve doğru bir biçimde topluma ulaştırmalıdır (Akdağ ve Taşdemir, 2013: 151).

Haberciler kriz kapsamında bilgi aktarırken objektif, olgusal, daha az yorumlayıcı konumunda olmalıdır. Duygusallıktan ve ön yargılardan uzak biçimde bilgilendirme gerçekleştirmelidirler (Kotisova, 2019: 11-12).

Kriz dönemlerinde habercilerin olaya bakışları ve rolleri sorunlara neden olabilmektedir. Mesleğini basit görerek zıt görüşlerinin meslek alanlarına yansımaları bunlara örnek oluşturmaktadır. Bu nedenle habercilikte var olan gerçek, bilimdeki gerçekliğinden uzak ve kriz dönemlerinde ortaya çıkan karmaşık olay örüntülerini değerlendirebilecekleri teknik bilgileri ve uzmanlıkları eksik kalmaktadır (Covello & Sandman, 2001: 166).

1.3.4.3. Devlet Tarafı

Konvansiyonel ve geleneksel uluslararası hukuk kapsamında devletler halk sağlığı bağlamında sağlık ile ilgili kaygılar, ekonomik istikrar, sosyal refah ve belirli temel hak ve özgürlüklerin dikkatli bir biçimde dengelemelidir. Devletler, yetkisi altındaki bireyleri tehdit ve zarardan korumakla yükümlüdür. Bu sebeple devlet uygulayacağı tedbirler konusunda geniş bir takdir yetkisine sahiptir ve devletin durum

tespiti yükümlülükleri doğası gereği esnektir. Devlet kriz durumlarında geniş altyapı kapasitesine sahip olmalı ve kapasite eksikliği kriz durumlarının önüne geçebilmek adına bir mazeret olmamalıdır (Coco & De Souza Dias, 2020:3-7).

Devletin kriz dönemlerinde toplumun en az zararla çıkması için önlemler alması gerekmektedir. Kriz durumlarında kamu kurum, kuruluşları için yöneltilen bazı eleştiriler vardır. Bu eleştiriler yaşanan olaylara müdahale etmek konusunda yavaş hareket etmek, aniden oluşan durumlara tepki vermekte gecikmek ve mevzuata bağımlılıktan dolayı esnek bir yönetim sergileyememek olarak sıralanmaktadır (Göksu 2011:7).

Devlet kriz anlarında topluma bilgi verme anlamında üç yaklaşım sergilemektedir:

1. Bilgi verme işlemi imkân olduğu sürece geciktirmek.
2. Bilgi verme işlemi yasaklamak veya engellemek.
3. Toplumdan gelen eleştirilere karşı savunma durumuna geçmek ve çoğu zaman sorumluluklarını kabullenmemek (Çaplı ve Taş, 2010:240).

Kriz dönemleri toplumu tehdit edebilecek dönemler olduğu için toplumda geniş bir kitleyi ilgilendirmektedir. Temelde devletlerin, yararlı çalışmalarda bulunması gereken ve asıl sınav verdiği bu gibi kriz dönemleridir. Normal zamanlarda önceliği yine toplum olan devlet, kriz dönemlerinde topluma daha da fazla öncelik tanınmalı ve ihtiyaçlarını gidermelidir (Gülgün, 2011: 45-46)

1.3.5. Kriz Haberciliği ve COVID-19 Salgını: Literatür İncelemesi

COVID-19 salgını dünya çapında hem toplumları hem de medyayı şaşırtdı. İlk başlarda Çin'de yayılan virüs diğer ülkeler için önemsiz görülüyordu. Hemen sonrasında tüm ülkelere yayılan virüs küresel bir salgına dönüştü. Bunun sonrasında tüm toplumlar ve medya kriz durumuna geçti. Dünyanın her yerinden eşzamanlı, genellikle karmaşık, bazen çelişkili bilgiler toplumları tedirgin etmeye başladı. Bütün bu olayların hızla yaşanması medyanın kriz haberciliği konusunda zorlanmasına sebep olmuştur (Quandt vd, 2020: 22).

COVID-19 salgını ulusal ve uluslar arası medyada aşırı derecede ilgi görmüştür. Bu konuyla ilgili birçok makale köşe yazıları yazılmıştır. Yaşanmış diğer salgınlar ile

ilgili kıyas ve referans noktaları oluşturulmuştur. İspanyol Gribi, SARS salgını vb. hastalık dönemleriyle COVID-19 salgın dönemi karşılaştırılmıştır (De Ridder, 2020:2).

Dünya da birçok kriz yaşanmış ve bu dönemlerde haberlere konu olmuştur. Dünya genelinde bilinen ve toplumları etkileyen krizlere, 14. yüzyıl vebası, 1918-1919 İspanyol Gribi, 1980'- AIDS, 2002-2003 SARS virüsü, 2004 Kuş Gribi, 2008 Finansal Krizi, 2009 Domuz Gribi, 2012 MERS virüsü, 2013 Ebola, 2015 ZIKA virüsü bunlara örnek oluşturmaktadır (De Ridder, 2020:9).

Türkiye'den krizi örnek gösterilebilecek olaylar, 1999 Gölcük Depremi, 2014 Soma Maden Faciası, 2020 Elazığ Depremi ve tüm dünyayı etkisi altına alan Kuş Gribi, SARS virüsü, Domuz Gribi gibi salgın hastalıklar olarak sıralanabilir.

Salgınlar ile ilgili kriz haberciliğine yönelik konuyla doğrudan bağlantılı çalışmalar şu şekildedir:

Coco ve De Souza Dias (2020) yaptıkları çalışmada COVID-19 salgını kapsamında devletin yapması gerekenler ve sorumluluklarıyla ilgili çalışmalar yapmıştır.

De Ridder (2020) Flaman medyasında yer alan üç medya kuruluşunun SARS virüsü ve COVID-19 ile ilgili yapmış oldukları haberleri inceleyerek bir karşılaştırma çalışması gerçekleştirmiştir.

Quandt vd. (2020) yaptıkları çalışmada Facebook üzerindeki COVID-19 salgını ile ilgili haberleri takip edip haberlerin kapsamını, aktörlerini, eleştirilerini inceleyip içerik analizi gerçekleştirmiştir.

Gülgün (2011) yapmış olduğu çalışmalarda Domuz Gribi salgınına gazete haberleri aracılığıyla incelemiş, medya ve devlet arasındaki ilişkiyi, devletin politikasını irdelemiştir.

Demiroğlu (2012) da yapmış olduğu çalışmada Domuz Gribi salgını haberlerinin panik unsurlarının gazetelerde yansımaları konu alan bir içerik analizi gerçekleştirmiştir.

Bunların dışında kriz haberciliğiyle ilgili çalışmalar ise şu şekildedir:

Yıldırım (2019) kriz haberciliği bağlamında Soma maden faciası haberlerini gazetelerden eleştirel söylem analizi aracılığıyla incelemiş ve medyanın fikir birliğine varmadığı olaya farklı yönlerden baktığı sonucuna ulaşmıştır.

Demir (2019) Gezi Parkı olayları ve 15 Temmuz darbe girişimi haberlerini kriz haberciliği etik sorunlar ekseninde karşılaştırmalı olarak incelemiş ve içerik analizi yöntemini kullanmıştır.

Yapılan bu çalışmalarda yaşanan salgın krizleri ile ilgili olarak daha çok devletin bu dönemde sorumlulukları, salgın krizi dönemlerinde farklı medya kuruluşlarının haberi verme biçimleri, sosyal medya üzerinden salgın ile ilgili haberlerin nasıl yer aldığı, medya-devlet arasındaki ilişkinin salgın döneminde nasıl işlediği ve son olarak salgının toplum üzerinde panik yaratan unsurların neler olduğuna dair incelemeler gerçekleştirilmiştir.

Kriz haberciliği ile ilgili olarak ise yapılan çalışmaların yine farklı medya gruplarının aktarma biçiminin farklılığı ve kriz dönemlerinde haberciliğin etik yanları incelenmiştir.

Yukarıda bahsi geçen çalışmalara bakıldığında kriz dönemlerinde habercilik anlayışı temelinde medyanın izleyiciye karşı olan sorumluluğunu nasıl gerçekleştirdiğine dair bir çalışma gerçekleştirilmediği görülmektedir. Yapılan bu çalışmada önceki çalışmalardan farklı olarak medya-izleyici ilişkisine odaklanılmış olup medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirme konusunda nasıl bir yol izlediği incelenmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. COVID-19 SALGIN HABERLERİNİN KRİZ HABERCİLİĞİ BAĞLAMINDA ANALİZİ

2.1. Araştırmanın Yöntemi

İçerik analizi, yöntembilimsel araç ve teknikler bütünü, sistematik, nesnel, kontrollü yorum yapma, nicel yollar aracılığıyla betimleme, önceden belirlenmiş kriterlere göre inceleme, anlam çıkarma, açık yönergelere göre sayısallaştırma, niteli nicele çevirme, kavramların ölçülmesi ve bir anlam çıkarmak için kategorikleştirme olarak tanımlanır (Tavşancıl ve Aslan, 2001: 21).

İçerik analizinde temel amaç ulaşılan verileri tanımlamak ve verilerde gizlenmiş olan gerçekleri açıklığa kavuşturmadır. Bu bağlamda içerik analizi, birbiriyle benzerlik gösteren belirli tema ve kavramları belli bir çerçevede düzenlemeyi sağlar. Ayrıca elde edilen verilerin kişilerin anlayabileceği şekilde değerlendirilmesine imkân tanır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 242). Bu açıklamalar doğrultusunda yapılacak olan çalışma da içerik analizine uygun gözükmektedir.

İçerik analizinin nasıl uygulanacağına yönelik temel oluşturabilmek için içerik analizinin temel bileşenlerinin ve bu bileşenlerin anlam ve önemi üzerinde durmak gerekmektedir. İçerik analizi bileşenleri sırasıyla şu şekildedir:

Problemi Tanımlama: araştırmanın üst ve alt sorularını belirleme,

Kategori Sistemini Oluşturma: Kategorileri açıklama ve kodlama kaidelerini belirleme,

Ölçüm Birimlerini Belirleme: Kodlama ve analiz birimlerini açıklama ve örneklem metodunu belirleme.

İçerik analizi yukarıda tanımlanan ve birbirleriyle ilişkili belirli evreleri izleyerek gerçekleşir. Bu evrelerde herhangi bir özensizlik olursa ortaya çıkan sonuçlar içerik analizinin geçerliliğini olumsuz yönde etkileyecektir (Gökçe, 2019: 63).

İçerik analizi, her çalışmaya uygun standart bir kategori sistemi olmadığı için her bir araştırmanın kategorilerinin kendi analiz materyallerinden oluşturması gerektiği

düşüncesinden hareket eder (Gökçe, 2019: 91). Bu doğrultuda bu araştırmanın kategorileri oluşturulurken haber çerçeveleme yaklaşımı kullanılmıştır.

Çerçeveleme bir iletişim metninde gerçekliğin belli taraflarını seçip önemli hale getirmektir. Yapılan bu seçimler aracılığıyla, problemin tanımlaması, sebep sonuç ilişkisinin yorumlanması ve ahlaki değerlendirmeler çözüme götürme noktasındaki destekleyici bir unsur olarak göze çarpmaktadır (Entman, 1993'ten akt. Çeliker Saraç, 2018: 163).

Haber çerçeveleme konusunda, tümevarım ve tümdengelim olmak üzere iki yaklaşım bulunmaktadır. Tümevarım yaklaşımında araştırmaya özgü yeni çerçevelerin oluşturulması esastır. Tümdengelim yaklaşımında daha önce yapılan araştırmalar da tanımlı yapılan, uygulaması gerçekleştirilmiş çerçevelerle araştırmanın yapılması esastır (Vreese, 2005: 53).

Bu araştırma da haberleri çerçeveleme konusunda iki yaklaşıma da başvurulmuştur. Sağlık haberlerinin çerçevelenmesi ile alakalı Luther ve Zhou (2005) ile Beaudoin (2007)'nin SARS virüsü haberleri ile ilgili yapmış oldukları araştırmalarda *ekonomik sonuçlar* çerçevesi ve Çeliker Saraç (2018)'in Domuz Gribi haberleri ile ilgili yapmış olduğu araştırmada, *tedbir, riskli grup, ünlü kişiler, sayısal veriler* çerçeveleri araştırmaya dâhil edilmiştir. Bu araştırmaya özgü ise *Sağlık Bakanı Fahrettin KOCA'nın canlı yayındaki açıklamalarına ayrılan süre, haber konularının dağılımı, COVID-19 salgını haberlerinin küresel ve ulusal dağılımı, tedavi ve aşı çalışmaları, halk, devlet, uzman görüşleri, eğitim, alışveriş, sağlık çalışanları, siyasi aktörler* çerçeveleri oluşturulmuştur. Oluşturulan kategorilerin kodları şu şekilde tanımlanmıştır:

Küresel Haberler: COVID-19 salgını ile alakalı olan diğer ülkelerin yaşadıkları, DSÖ'nün açıklamaları, küresel çapta yaşanan sıkıntılarla ilgili olan haberler bütünüdür.

Halkın Görüşleri: COVID-19 salgını ile ilgili halkın açıklamalarına, düşüncelerine, duygularına yer veren haberlerdir. Ayrıca hastalık öykülerini kapsayan haberlerdir.

Devletin Görüşleri: Cumhurbaşkanı, Bakanlar, hükümet üyesi olan diğer kişi ve kurumların COVID-19 salgını ile ilgili açıklamalarını kapsayan haberlerdir.

Uzman Görüşleri: COVID-19 salgını ile ilgili uzmanların açıklamalarına yer veren haberlerdir.

Bilgilendirici Uzman Görüşleri: COVID-19'u hakkında bilgi veren, virüsten korunma yollarını anlatan neler yapılması gerektiği hakkında bilgi veren haberlerdir.

Rahatlatıcı Uzman Görüşleri: COVID-19'un etkisini azalttığı, olumlu anlamda mutasyon geçirdiğine yönelik haberlerdir.

Endişe Verici Uzman Görüşleri: COVID-19 salgınının henüz yeni başladığı, olayların daha kötüye gideceği hakkında açıklamaların yapıldığı haberlerdir.

Tedavi ve Aşı Çalışmaları Çerçevesi: COVID-19 salgınının tedavisi ve aşı çalışmalarını kapsayan haberlerdir.

Ekonomi Çerçevesi: COVID-19 salgınının ekonomik sonuçlarının kişi, grup, toplum ve ülke açısından ele alındığı haberler bütünüdür.

Eğitim Çerçevesi: COVID-19 salgınının eğitime etkileri okulların, üniversitelerin kapatılması ve uzaktan eğitim konularının ele alındığı haberler bütünüdür.

Tedbir Çerçevesi: Hükümetin COVID-19 salgınının yayılmasını önlemeye yönelik almış olduğu tedbirleri ele alan haberler bütünüdür. Ayrıca buna yönelik karantina, yasaklar, kurallara uymayanlara ceza haberlerini de kapsar.

Riskli Grup Çerçevesi: COVID-19'a yakalandığında ölüm riski fazla olan grupları ve daha fazla yayılmasına sebep olan grupları kapsayan haberler bütünüdür.

Ünlü Kişi Çerçevesi: COVID-19'a yakalanan ünlü kişilerin konu olduğu haberler bütünüdür (futbolcular, oyuncular, şarkıcılar, siyasiler vb.).

Sayısal Veri Çerçevesi: COVID-19'a yakalanan kişilerin, ağır hastalık geçirenlerin, bu virüsten kaynaklı ölüm sayılarının verildiği haberlerdir.

Alışveriş Çerçevesi: COVID-19 salgını ile birlikte artan gıda ve hijyen ürünlerinin tüketiminin artmasını konu alan haberler bütünüdür.

Sağlık Çalışanları Çerçevesi: COVID-19 salgını ile birlikte daha fazla çalışmak zorunda olan sağlık çalışanlarının hikaye, çalışma saatleri, uğraşlarını konu alan haberlerdir.

Siyasi Aktörler Çerçevesi: COVID-19 salgınında muhalefetin açıklama, görüş, düşüncelerine ayrılan haberler bütünüdür.

2.1.1. Araştırmanın Soruları

Bu araştırmada kriz haberciliği bağlamında medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu nasıl yerine getirdiği noktasında şu sorulara cevap aranmıştır:

1. Kriz anlarında medya haberleri aktarırken farklı kaynaklardan faydalanmakta mıdır?
2. Kriz dönemlerinde medya sahipliği haberin izleyiciye aktarılmasında nasıl bir konumda bulunmaktadır?
3. Kriz anında medya yaşanan krizle ilgili haberi izleyicinin gözünde nasıl anlamlı hale getirmektedir?
4. Kriz dönemlerinde medya haberleri aktarırken yaşanan krizle ilgili uzman görüşlerine yer vermekte midir?
5. Medya kriz durumunda yaşanan krizle ilgili izleyiciyi bilgilendirme işlevini yerine getirirken diğer haberlere de yer vermekte midir?

2.1.2 Araştırmanın Varsayımları

Kriz haberciliği bağlamında:

1. Medya izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirirken önceliği resmi kaynaklardır.
2. Medya sahipliği, medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirme bağlamında etkin bir rol üstlenmektedir.
3. Medya izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirirken farklı haber çerçeveleri kullanmaktadır.
4. Medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirirken yaşanan krizle ilgili sıkça uzman görüşlerine başvurmaktadır.

5. Medya yaşanan krizle ilgili haberleri verirken izleyiciyi ilgilendirebilecek diğer haberleri göz ardı etmektedir.

2.1.3. Veri Toplama ve Verilerin Analizi

COVID-19 salgını haberlerinin verilerini, 2 Mart – 30 Nisan 2020 tarihleri arasındaki araştırmaya dâhil edilen FOX TV, ATV ve CNN Türk ana haber bültenlerinde yayınlanan haberler oluşturmaktadır. Bu araştırmada veriler araştırma kapsamına alınan kanalların internet sitesi arşivinden ana haber bültenleri izlenerek sağlanmıştır. Elde edilen verilerin analizi için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada eş zamanlı olarak ana haber bültenleri izlenmiş öncelikle COVID-19 salgını ve diğer konularla ilgili haberler ayrıştırılmıştır. COVID-19 salgını haberleri ise sırasıyla küresel ve ulusal olarak incelenmiştir.

COVID-19 salgın haberlerinde ulusal kategoride değerlendirilen haberler ayrıştırılmış olup içerik analizinin kategorileri, haber çerçeveleme yaklaşımı baz alınarak tümevarım ve tümden gelim yöntemiyle oluşturulmuştur. Bu kategoriler doğrultusunda kanalların:

COVID-19 salgını haberlerinde; halk, devlet ve uzman görüşlerine yer verilen haber sayıları,

Haberlerde yer verilen uzman görüşleri; bilgilendirici, rahatlatıcı ve endişe verici,

Haberin veriliş çerçevesi; tedavi ve aşı çalışmaları, ekonomi, eğitim, tedbir, riskli grup, ünlü kişiler, sayısal veri, alışveriş, sağlık çalışanları ve siyasi aktör haberleri,

şeklinde kategorileştirilip, veriler sayısallaştırılmıştır. Bu sayısallaştırma işleminin ardından tüm kanalların haberleri frekans analizine tabi tutulmuştur. Toplanan veriler araştırmanın sorularına bağlı olarak içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir.

2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

“İçerik analizinde evren, ele alınacak içerik bütünü sınırlarının belirlenmesi anlamına gelmektedir” (Punc, 2005’ten akt. Gökçe, 2019: 69). Hiçbir araştırmanın her

şeyi kapsamı mümkün olmamasından dolayı evren belirlendikten sonra tüm nitel ve nicel çalışmalarda örneklem belirlenir (Gökçe, 2019: 70).

Bu araştırmanın evrenini Türkiye’de ulusal yayın yapan kanalların ana haber bültenleri oluşturmuştur. Bu çalışmada olasılığa dayalı örnekleme içerisinde yer alan amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Tavşancıl ve Aslan (2001: 56) amaçlı örnekleme, öncelikle önemli olduğuna kanaat getirilen kriterler belirlenmesi ve örneklemin araştırma evrenini bütünüyle temsil edebilecek kriterlere sahip olması gerektiği şeklinde tanımlar. Amaçlı örnekleme yöntemi doğrultusunda ulusal yayın yapan kanallardan FOX TV, ATV ve CNN Türk kanallarının ana haber bültenleri bu araştırmanın örneklemini oluşturacaktır. Bu ulusal kanalların seçilmesinde farklı sahiplik yapıları (FOX TV: News Corporations, ATV: Turkuvaz Aktif Televizyon Grubu, CNN Türk: Demirören Medya Grubu) ve buna bağlı olarak farklı yayın politikaları etkili olmuştur.

2.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını çalışmada belirlenmiş olan üç ana haber bülteninin COVID-19 salgın haberleri oluşturmaktadır. Yerel kanalların ana haber bültenleri kapsam dışında tutulmuştur. Yerel kanalların ana haber bültenlerinin kapsam dışında tutulmasının sebebi karasal yayın kaynaklı olup tüm topluma aynı anda ulaşamamasından kaynaklanmaktadır.

Araştırma 2 Mart - 30 Nisan 2020 tarihleri ile sınırlandırılmıştır. Hem araştırmanın etkililiği açısından hem de Türkiye’de ilk COVID-19 vakasının görüldüğü 11 Mart 2020 olması sebebiyle salgının başlama ve yükselme seyri bağlamında bu tarihler alınmıştır. Belirtilen tarihler aralığında, FOX TV’de 3021 dakika içerisinde yayınlanan 806 haber, ATV’de 1907 dakika içerisinde yayınlanan 708 haber ve CNN Türk’te 4349 dakika içerisinde yayınlanan 1490 haber incelenmiştir. Toplam 9277 dakika içerisinde yayınlanan 3004 haber incelemeye tabi tutulmuştur.

Araştırmada belirlenen tarihler aralığındaki hafta sonu ana haberleri kapsam dışında tutulmuştur. Hafta sonu haberlerinin haftayı özetleyici bir nitelikte olması ve hafta sonu yaşanacak olayların gelecek hafta içindeki ana haberlere konu olmasından dolayı, incelenecek ve/veya incelenmiş verilerin tekrara düşmesi ve çalışmayı olumsuz etkilemesinin önüne geçmek sebebiyle kapsam dışında tutulmuştur. Ayrıca

ATV’de yayınlanan 23 Nisan 2020 ve CNN Türk’te yayınlanan 27 Mart 2020 tarihlerinde yayınlanan ana haber bültenlerine ulaşamadığından bu günlerde yayınlanan haberler kapsam dışında tutulmuştur. Sonuç olarak belirtilen tarihler aralığında, FOX’de 44 bölüm ATV ve CNN Türk’te 43’er bölüm ana haber bülteni incelenmiştir.

2.4. Araştırmanın Bulguları

Bu başlıkta FOX TV, ATV, CNN Türk (FAC) ana haber bültenlerinden elde edilen bulgular sayısallaştırılarak tablolaştırılmış ve araştırmanın soruları doğrultusunda içerik analizi gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırmada kategoriler iki şekilde belirlenmiştir. Birincisi sağlık haberleri ile ilgili daha önce tanımı yapılan (tümdengelim) kategorilerdir. İkincisi ise bu araştırmaya özgü (tümevarım) izleme/inceleme sırasında belirlenen kategorilerden oluşturulmuştur. Araştırmanın verileri, *Araştırmanın Yöntemi* başlığındaki kodlar göz önünde bulundurularak toplanmıştır. Toplanan veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir.

Oluşturulan tablolar kriz haberciliği bağlamında medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirirken kullandığı kaynakları, haberi anlamlandırmak için tercih ettiği çerçeveleri, haberi vermede medya sahipliklerinin etkisini, uzman görüşlerine ayrılan haber sayılarını, yaşanan salgın sürecinde başka haberlere ayrılan sayıları göstermektedir.

2 Mart – 30 Nisan 2020 tarih aralıklarında hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde FOX TV kanalında 44 ana haber bülteni incelenmiştir. FOX TV kanalında 44 ana haber bülteninin toplam süresi 3021.24 dakikadır. FOX TV kanalında yayınlanan 44 ana haber bülteninde yayınlanan toplam haber sayısı ise 806 olarak tespit edilmiştir. 2 Mart – 30 Nisan 2020 tarih aralıklarında hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde ATV kanalında 43 ana haber bülteni incelenmiştir. ATV kanalında 43 ana haber bülteninin toplam süresi 1907.16 dakikadır. ATV kanalında yayınlanan 43 ana haber bülteninde yayınlanan toplam haber sayısı ise 708 olarak tespit edilmiştir. 2 Mart – 30 Nisan 2020 tarih aralıklarında hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde CNN Türk kanalında 43 ana haber bülteni incelenmiştir. CNN Türk kanalında 43 ana haber

bültenin toplam süresi 4348.56 dakikadır. CNN Türk kanalında yayınlanan 43 ana haber bülteninde yayınlanan toplam haber sayısı ise 1490 olarak tespit edilmiştir.

Bu başlıkta ilk olarak ana haber bültenlerinde canlı yayında Sağlık Bakanı Fahrettin KOCA'nın açıklamalarına yer verilmiştir. Daha sonra sırasıyla haber konularının dağılımı, COVID-19 salgını haberlerini küresel ve ulusal dağılımı, halk-devlet-uzman görüşlerinin dağılımı, son olarak COVID-19 salgını anlamlandırmak için kullanılan haber çerçevelerinin analizi içerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

2.4.1. Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Canlı Yayındaki Açıklamalarına Haberlerde Ayrılan Süre

COVID-19 salgınının ülkemizde görülmeye başlanmasıyla birlikte Fahrettin Koca ana haber bültenlerine denk gelen sürede açıklamalar yapmıştır. Bu bağlamda araştırmaya dâhil edilen kanallar bu açıklamalara farklı süreler ayırmıştır. Ana haber bültenlerinde 2 Mart – 30 Nisan 2020 tarihleri arasında Fahrettin Koca'nın açıklamalarına ayrılan süre Tablo 1.'de belirtildiği gibidir.

Tablo 1. Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Açıklamalarına Ayrılan Süre

Ana Haber Bültenleri	SB'nin Konuşmasına		
	Toplam Süre (dk)	Ayrılan Süre (dk)	Frekans(%)
FOX TV	3021	325	11
ATV	1907	79	4
CNN Türk	4349	404	9

Sağlı Bakanı Fahrettin Koca'nın basın toplantılarını resmi kaynaklardan edilen bilgi kapsamında değerlendirmek mümkündür. Bu basın toplantılarına FOX TV 325 dakika ayırmıştır. Bu toplam sürenin %11'ine denk gelmektedir. ATV açıklamalara 79 dakika yer vermiş olup bu toplam yayının %4'ünü oluşturmaktadır. Son olarak CNN Türk ise açıklamalara süre olarak 404 dakika ile en uzun süreyle yer ayırmıştır. Bu süre yayının %11'ine denk gelmektedir.

2.4.2. Haber Konularının Dağılımı

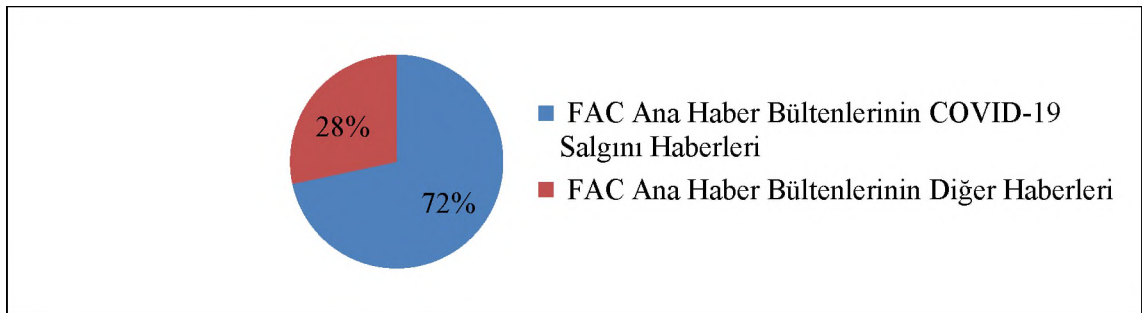
2 Mart – 30 Nisan 2020 tarihleri arasında haber konularının dağılımı COVID-19 haberleri ve diğer haberler olarak analiz edilmiştir.

Tablo 2. COVID-19 Salgını Haberlerinin ve Diğer Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	Toplam Haber Sayıları	COVID-19 Haberleri	Diğer Haberler
FOX TV	806	619 (%77)	187 (%23)
ATV	708	437 (%62)	271 (%38)
CNN Türk	1490	1097(%74)	393 (%26)

Yaşanan COVID-19 salgını sırasında üç ana haber bülteni, haberlerinde büyük oranda COVID-19 salgını haberlerine yer vermiştir. Ana haber bültenleri arasında COVID-19 salgını ile ilgili haberlere en çok yer veren kanal %77 ile FOX TV olmuştur. CNN Türk ise haberlerinin %74'ünü COVID-19 salgınına haberlerine ayırmış gözükmektedir. ATV ana haber bülteni COVID-19 salgın haberleri ile ilgili haber sayısı (437) ve haber oranı (%62) bakımından son sırada yer almıştır. Tablo 2 incelediğinde üç ana haber bültenin de toplumu ilgilendirebilecek diğer haberlere çok az yer verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Şekil 1. FAC Ana Haber Bültenlerinde COVID-19 Salgını Haberleri ve Diğer Haberlerin Dağılımı



FAC ana haber bültenlerinde COVID-19 salgını haberlerine %72 oranında yer ayrılırken diğer haberlere %28 oranında yer ayrılmıştır. COVID-19 salgın haberlerinin sayısı 2153 iken diğer haberlerin sayısı 851 olmuştur.

Şekil 1’de de görüldüğü üzere medyanın COVID-19 salgının başladığı ve seyrinin yükseldiği zaman diliminde üç ana haber bülteninde yayınlanan haberlerin toplamına bakıldığında üçte ikiden fazlasının COVID-19 salgın haberleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bütün olarak değerlendirildiğinde medyanın toplumu ilgilendirebilecek diğer haberleri göz ardı ettiğini söylemek mümkündür.

2.4.3. COVID-19 Salgını Haberlerinin Küresel ve Ulusal Dağılımı

2 Mart – 30 Nisan 2020 tarihleri arasında COVID-19 salgını haberlerinin küresel ve ulusal haber sayıları aşağıdaki tablo ve şekilde belirtildiği gibi gerçekleşmiştir.

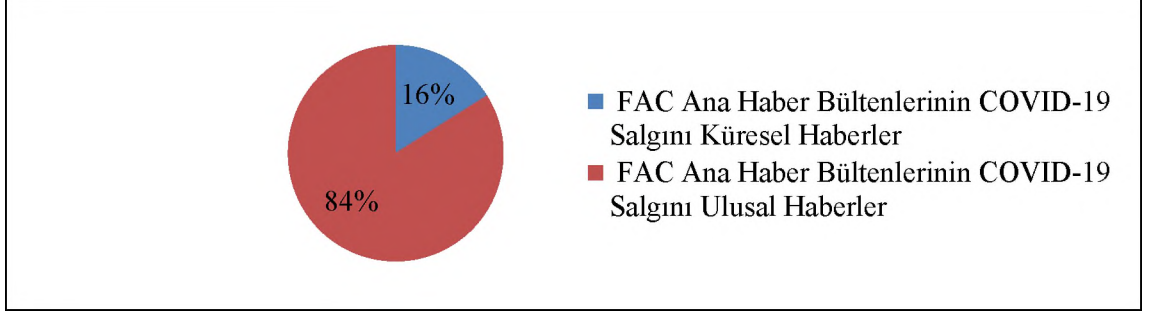
Tablo 3. Küresel ve Ulusal COVID-19 Salgını Haberlerinin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	Haber Sayıları	COVID-19 Haberlerinin Küresel Dağılımı	COVID-19 Haberlerinin Ulusal Dağılımı
FOX TV	619	45 (%7)	574 (%93)
ATV	437	63 (%14)	374 (%86)
CNN Türk	1097	238 (%21)	859 (%79)

Küresel haberlere yer veren kanallar oransal olarak CNN Türk %21, ATV %14, FOX TV %7 şeklinde sıralanmaktadır. Haberlerde sayısal olarak da sıralamada bir değişiklik olmayıp, CNN Türk (1097), ATV (63) ve FOX TV (45) şeklinde gerçekleşmiştir. Araştırmadaki bütün ana haber bültenlerinde COVID-19 salgını ile alakalı en çok ulusal haberlere yer verildiği gözükmemektedir. Ulusal haberlere en çok yer veren %93 ile FOX TV olurken onu %86 ile ATV takip etmektedir. Son olarak %79 ile CNN Türk gelmektedir. Haber sayı olarak baktığımızda sıralama CNN Türk (859), FOX TV (574) ve ATV (574) şeklinde sıralandığı görülmektedir.

Üç ana haber bülteni de COVID-19 salgın haberleri ile ilgili ulusal ölçekte oluşan haberlere daha fazla yer vermiş küresel haberlere çok az yer ayırmıştır. Bu da izleyicinin bilgilendirilmesi noktasında daha çok ulusal haberlerin tercih edildiğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Şekil 2. FAC Ana Haber Bültenlerinin COVID-19 Salgını Haberlerinin Küresel ve Ulusal Dağılımı



FAC ana haber bültenlerinde küresel COVID-19 salgını haberlerinde küresel haberler %16 oranındayken ulusal haberler %84 oranındadır. Küresel haber sayısı toplamda 346, ulusal haber sayısı ise 1807'dir.

FAC ana haber bültenlerinin COVID-19 ile ilgili toplam haber sayısının küresel ve ulusal dağılımına bakıldığında, ulusal haberlere küresel haberlerden beş kat daha fazla yer ayırdığı görülmektedir. Buna göre üç ana haber bülteni küresel gelişmelerden ziyade izleyiciyi ulusal gelişmelerden daha çok haberdar etmeyi tercih etmiş gözükmemektedir.

2.4.4. COVID-19 Salgını Haberlerinde Halk, Devlet ve Uzman Görüşlerinin Dağılımı

2 Mart – 30 Nisan 2020 tarihleri arasında COVID-19 salgını ile ilgili haberlerde halk, devlet ve uzman görüşlerine ayrılan haber sayıları ve dağılımı aşağıdaki tablo ve şekilde belirtildiği gibi gerçekleşmiştir.

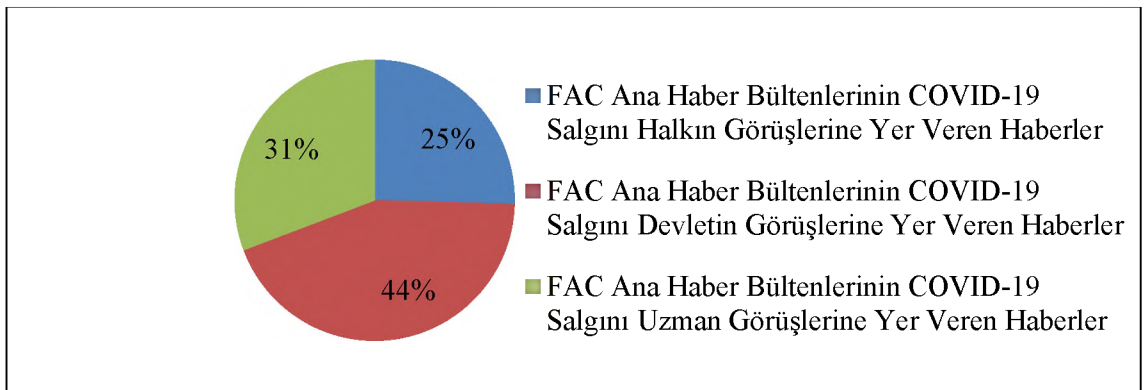
Tablo 4. COVID-19 Salgını Haberlerinde Halkın, Devletin ve Uzman Görüşlerine Yer Veren Haber Sayıları

Ana Haber Bültenleri	Haber Sayıları	Halkın Görüşlerine Yer Veren Haber Sayısı	Devletin Görüşlerine Yer Veren Haber Sayısı	Uzman Görüşlerine Yer Veren Haber Sayısı
FOX TV	574	59 (%10)	70 (%12)	38 (%7)
ATV	374	26 (%7)	63 (%17)	53 (%14)
CNN Türk	859	63 (%7)	122 (%14)	88 (%10)

Halkın görüşlerine yer veren haber oranlarına bakıldığında %10 ile en çok yer veren FOX TV ana haber bültenleri olurken, CNN Türk ve ATV ana haber bültenleri %7 oranında yer vermiştir. Sayısal olarak halkın görüşlerine en çok yer veren CNN Türk (63) olurken onu sırasıyla FOX TV (59) ve ATV (26) takip etmiştir. Devletin görüşlerine en çok yer veren ana haber bültenleri oransal olarak %17 ile ATV olmuştur. CNN Türk %14 ve FOX TV ana haber bülteni %12 oranında devlet görüşlerine yer vermiştir. Sayısal olarak devlet görüşlerine yer verme ise CNN Türk (122), ATV (63) ve FOX TV şeklinde sıralanmaktadır. Uzman görüşlerine ana haber bültenlerinde ATV %14, CNN Türk %10 ve FOX TV %7 oranında yer vermiştir. Ana haber bültenlerinde sayısal olarak uzman görüşlerine yer verme ise CNN Türk (88), ATV (53) ve FOX TV (38) şeklinde sıralanmıştır.

Demokratik toplumlarda medya kamusal sorumluluğunu yerine getirme noktasında doğru ve güvenilir kaynaklar aracılığıyla bilgi verme zorundadır. Yaşanan COVID-19 salgın süreci gibi kriz durumlarında ise devlet toplumun huzuru için medyaya sansür uygulayabilmektedir (David & Sommerlad, 2020: 6). Türkiye’de salgının ilk başlarında da vaka olan iller açıklanmamış sayılar belirtilmemiştir. Bu durumdan kaynaklı medya bilgileri ağırlıklı olarak devlet kanadından edinmiştir. Tablo 4 incelendiğinde, üç ana haber bülteni de izleyicinin bilgilendirilmesine yönelik en fazla devlet görüşlerine yer ayırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu da öncelikli olarak izleyicinin bilgilendirilmesinde resmi kaynakların tercih edildiğinin göstergesidir. FOX TV ana haber bültenleri diğer iki ana haber bültenlerinin aksine halkın görüşlerine daha fazla yer verirken uzman görüşlerine daha az yer vermiştir.

Şekil 3. FAC Ana Haber Bültenlerinde COVID-19 Salgını Halk, Devlet, Uzman Görüşlerine Yer Verilen Haberlerin Dağılımı



FAC ana haber bültenlerinde COVID-19 salgını haberleri ile ilgili halk, devlet, uzman görüşlerine yer verme dağılımı sırasıyla %25, %44, %31'dir. Halkın görüşlerinin yer aldığı haber sayısı 148, devletin görüşlerinin yer aldığı haber sayısı 255, uzman görüşlerinin yer aldığı haber sayısı ise 179'dur. Bu üç görüşün yer aldığı toplam haber sayısı 582'dir.

Her üç ana haber bülteninin toplam haber sayı dağılımına bakıldığında medyanın izleyiciyi karşı sorumluluğunu nasıl yerine getirdiği noktasında devlet görüşlerine daha fazla yer vermiş olup, birincil kaynak olarak resmi kaynakları tercih ettiği görülmüştür. Daha sonra ise en çok uzman görüşlerine başvurarak izleyiciyi bilgilendirmeyi tercih etmiş gözükmektedir.

2.4.5. COVID-19 Salgını Haberlerinde Yer Verilen Uzman Görüşlerinin Dağılımı

2 Mart – 30 Nisan 2020 tarihleri arasında COVID-19 salgın haberleri ile alakalı uzman görüşlerinin dağılımı bilgilendirici, rahatlatıcı ve endişe verici şeklinde kategorileştirilip incelenmiştir.

Tablo 5. COVID-19 Salgını Haberlerinde Uzman Görüşlerinin Bilgilendirici, Rahatlatıcı ve Endişe Verici Yöndeki Haber Sayıları

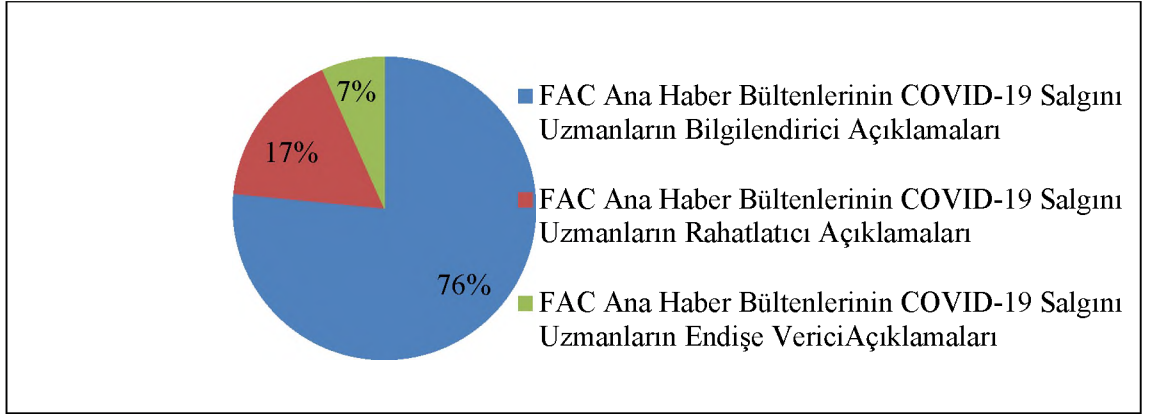
Ana Haber Bültenleri	Uzman Görüşleri			
	Haber Sayıları	Bilgilendirici	Rahatlatıcı	Endişe Verici
FOX TV	38	26 (%71)	7 (%18)	5 (%13)
ATV	53	41 (%77)	9 (%17)	3 (%6)
CNN Türk	88	70 (%80)	14 (%16)	4 (%4)

Uzman görüşlerinin bilgilendirici yöndeki açıklamalarına CNN Türk %80 ATV %77 ve FOX TV %71 oranında yer ayırmıştır. Uzman görüşlerinin bilgilendirici yöndeki açıklamalarının bulunduğu haber sayıları ise kanallara göre CNN Türk (70), ATV (41) ve FOX (26) olarak sıralanmıştır. Uzman görüşlerinin rahatlatıcı yöndeki açıklamalarına FOX TV %18 ATV %17 ve CNN Türk %16 oranında yer ayırmıştır.

Uzman görüşlerinin rahatlatıcı yöndeki açıklamalarının bulunduğu haber sayıları ise kanallara göre CNN Türk (14), ATV (9) ve FOX TV(7) olarak sıralanmıştır. Uzman görüşlerinin endişe verici yöndeki açıklamalarına FOX TV %13 ATV %6 ve CNN Türk %4 oranında yer ayırmıştır. Uzman görüşlerinin rahatlatıcı yöndeki açıklamalarının bulunduğu haber sayıları ise kanallara göre FOX TV (5), CNN Türk (4) ve ATV (5) olarak sıralanmıştır.

Uzman görüşlerinin dağılımına bakıldığında her üç ana haber bülteni de ağırlıklı olarak bilgilendirici uzman görüşlerine ana haber bültenlerinde yer vermiştir. Toplum endişeye sevk edecek toplumsal bir sıkıntı yaratacak uzman görüşlerine çok az yer vermiştir. Bu bulgular doğrultusunda medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirme noktasında hassas davrandığını söylemek mümkündür.

Şekil 4. FAC Ana Haber Bültenlerinde COVID-19 Salgını Uzman Görüşlerine Yer Verilen Haberlerin Dağılımı



FAC ana haber bültenlerinde COVID-19 salgını haberleri ile ilgili uzman görüşlerinin bilgilendirici olduğu haberlere %76, rahatlatıcı olduğu haberlere %17 ve endişe verici olduğu haberlere %7 yer verildiği görülmektedir. Bilgilendirici uzman görüşü sayısı 137, rahatlatıcı uzman görüşü sayısı 30 ve endişe verici uzman görüşü sayısı 12'dir. Toplam uzman görüşü sayısı ise 179'dur.

Uzman görüşlerinin izleyiciye aktarılması konusunda üç ana haber bültenindeki haberlerin toplamına bakıldığında büyük oranda bilgilendirici uzman görüş ve yorumlarına yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Medya ağırlıklı olarak bilgilendirici uzman görüşlerine yer vererek izleyiciye bilgi aktarmayı tercih etmiş görülmektedir.

2.4.6. COVID-19 Salgını Haberlerinin Çerçevesi

2 Mart – 30 Nisan 2020 tarihleri arasında COVID-19 salgını haberleri ile ilgili aşı ve tedavi çalışmaları, ekonomi, eğitim, tedbir, riskli grup, ünlü kişiler, sayısal veri, alışveriş, sağlık çalışanları, siyasi aktörler olmak üzere on çerçeve oluşturulmuştur. Medyanın COVID-19 salgını anlamlandırma, izleyicilere karşı sorumluluğunu yerine getirme noktasında farklı çerçevelere başvurduğu sonucuna ulaşılmıştır. Başvurulan çerçevelerin kullanım sıklığı aşağıdaki tablo ve şekillerde belirtildiği gibi gerçekleşmiştir.

Modern toplumlarda kişiler kendi tecrübeleri dışında dış dünyayı anlamlandırma noktasında büyük oranda medyanın kendilerine sundukları çerçeveler aracılığıyla bunu gerçekleştirmektedir (Şen ve Avşar, 2012: 43). Yaşanan salgın krizi sürecinde ise medya salgını anlamlandırmak adına on çerçeveye başvurmuştur.

Tablo 6.a. COVID-19 Salgını Tedavi ve Aşı Çalışmaları Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	COVID-19 ile İlgili Toplam Haber Sayıları	COVID-19 ile İlgili Tedavi ve Aşı Haberleri	
			Frekans(%)
FOX TV	574	13	2
ATV	374	21	6
CNN Türk	859	50	6
FAC Toplam	1807	84	5

Üç ana haber bülteni de COVID-19 salgın haberlerini anlamlandırırken tedavi ve aşı çerçevesini çok az tercih etmiş gözükmektedir. Bu çerçeveyi %2 ile en az tercih eden FOX TV ana haber bültenleri olmuştur. ATV ve CNN Türk ana haber bültenleri FOX TV'ye göre daha fazla bu çerçeveyi kullanmasına rağmen onlar da COVID-19 salgını anlamlandırma da %6 ile bu çerçeveyi çok az tercih etmiş gözükmektedir. Tedavi ve aşı çerçevesinin tercih edilmesine sayısal olarak bakıldığında gerçekleşen sıralama ise CNN Türk (50), ATV (21) ve FOX TV (13) şeklinde olmuştur. Toplam COVID-19 salgın haberleri incelendiğinde ise tedavi ve aşı çalışmaları COVID-19 salgın haberlerinin sadece %5'ünü oluşturmuştur.

Tablo 6.b. COVID-19 Salgını Ekonomi Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	COVID-19	COVID-19 ile İlgili	
	Haber Sayıları	Ekonomi Çerçevesi Haberleri	Frekans(%)
FOX TV	574	92	16
ATV	374	23	6
CNN Türk	859	62	7
FAC Toplam	1807	177	10

Yaşanan bu gibi kriz durumları ülkelerin ve o ülkede yaşayan insanların en çok ekonomilerini etkilemektedir (Adıgüzel, 2020). Buna rağmen yaşanan kriz durumunda, eldeki veriler göz önünde bulundurulduğunda, ekonomi haberlerinin izleyiciye aktarılmasında medyanın kamusal sorumluluğunu eksik yerine getirdiğini söylemek mümkündür. Bu noktada salgının ekonomik etkilerine haberlerine ilk sırada 92 (%16) haberle yer veren FOX TV ana haber bültenleri kamusal sorumluluğu yerine getirmeye en çok yaklaşan ana haber bülteni olmuş gözükmemektedir. CNN Türk ve ATV ana haber bültenlerinin ekonomi çerçevesinde fazla yer ayırmamış olması ekonomik sorun veya sonuçların izleyiciye aktarılması konusunda eksik kaldığını göstermektedir. COVID-19 salgını haberlerinin ekonomik anlamda ülkeye ve vatandaşlara etkileri konusunda toplamda 177 (%10) defa yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6.c. COVID-19 Salgını Eğitim Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	COVID-19 ile	COVID-19 ile İlgili	
	İlgili Toplam Haber Sayıları	Eğitim Çerçevesi Haberleri	Frekans(%)
FOX TV	574	20	4
ATV	374	18	5
CNN Türk	859	27	3
FAC Toplam	1807	65	4

COVID-19 salgını haberlerinin eğitim çerçevesinde sunulma oranı %4'tür. Toplamda 65 haberde COVID-19 salgını eğitim haberleri ile birlikte verilmiştir.

COVID-19 salgınının eğitim haberleri ile ilgili çerçevesi, eğitim olanaklarını etkilemesi, okulların tatil edilmesi, okulların ve üniversitelerin uzaktan eğitime geçmesi gibi haberlerle sunulmuştur. COVID-19 salgınının eğitime etkileri ile çerçevesi sunulmasına haberlerinde en çok yer veren oransal olarak %5 ile ATV ana haber bültenleri olurken sayısal olarak 27 defa yer veren CNN Türk ana haber bültenleri olmuştur.

Tablo 6.d. COVID-19 Salgını Tedbir Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	COVID-19 ile İlgili Toplam	COVID-19 ile İlgili Tedbir Çerçevesi	Frekans(%)
	Haber Sayıları	Haberleri	
FOX TV	574	105	18
ATV	374	50	14
CNN Türk	859	273	32
FAC Toplam	1807	428	21

Yaşanan salgın krizi dönemlerinde tedbirler devlet tarafından alınmaktadır. Üç kanalın da ana haber bültenlerinde COVID-19 salgını haberlerinin aktarılmasında en çok kullanılan çerçeve tedbir çerçevesi olmuştur. Bu durum göstermektedir ki devlet tarafından alınan tedbirler medya aracılığıyla izleyiciye aktarılmaktadır. Alınan tedbir kararlarının haberleri izleyicinin bilgileneceği açısından önem taşımaktadır. COVID-19 salgın haberlerine tedbir çerçevesiyle ana haber bültenlerinde en çok yer veren kanal 273 (%32) haberle CNN Türk olmuştur. Onu sırasıyla 105 haberler (%18) FOX TV ana haber bültenleri ve 50 (%14) haberle ATV ana haber bültenleri izlemiştir. Üç ana haber bülteninde toplam 428 (%21) defa COVID-19 salgını haberleri tedbir çerçevesinde verilmiştir.

Tablo 6.e. COVID-19 Salgını Riskli Grup Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	COVID-19 ile İlgili Toplam	COVID-19 ile İlgili Riskli Grup Çerçevesi	Frekans(%)
	Haber Sayıları	Haberleri	
FOX TV	574	19	3

ATV	374	15	4
CNN Türk	859	25	3
FAC Toplam	1807	59	3

COVID-19 salgın haberlerine riskli grup çerçevesi içinde yer veren kanalların haber dağılımı ATV %4, FOX TV ve CNN Türk %3 ise şeklindedir. Riskli gruplara ayrılan haber sayısı ise CNN Türk (25), FOX TV (19) ve ATV (15) olarak sıralanmıştır. Her üç ana haber bülteni de haberlerinde riskli grup ile ilgili çerçeveden çok az faydalanmış gözükmektedir. COVID-19 salgının en çok kimleri etkilediği ile ilgili bulunan riskli grup çerçevesinin çok düşük oranda ana haber bültenlerinde yer alması medyanın bu konudaki sorumluluğunu eksik gerçekleştirdiğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir. COVID-19 salgın haberlerine riskli grup çerçevesinde üç ana haber bülteni içerisinde sadece 59 (%3) defa yer vermiş gözükmektedir.

Tablo 6.f. COVID-19 Salgını Ünlü Kişi Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	COVID-19 ile İlgili Toplam	COVID-19 ile İlgili Ünlü Kişi Çerçevesi	
	Haber Sayıları	Haberleri	Frekans(%)
FOX TV	574	13	2
ATV	374	13	3
CNN Türk	859	17	2
FAC Toplam	1807	43	2

COVID-19 salgın haberlerine ünlü kişiler çerçevesinde üç ana haber bülteni de en az sayıda bu çerçeveye yer vermiş gözükmektedir. Bu durumda ana haber bültenlerinin COVID-19 salgını anlamlandırma konusunda olayın magazinsel boyutundan uzak durduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir. Ünlü kişiler çerçevesinde, bilinen, tanıdık kişilerin COVID-19'a yakalanması ile ilgili haberlerine CNN Türk ve FOX TV %2 oranında haberlerde yer ayırırken, ATV %3 oranında yer ayırmıştır. Toplamda COVID-19 salgın haberlerine ünlü kişiler çerçevesinde ise 43 (%2) defa yer verilmiştir.

Tablo 6.g. COVID-19 Salgını Sayısal Veri Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	COVID-19 ile	COVID-19 ile İlgili	
	İlgili Toplam Haber Sayıları	Sayısal Veri Çerçevesi Haberleri	Frekans(%)
FOX TV	574	52	9
ATV	374	48	13
CNN Türk	859	38	4
FAC Toplam	1807	138	8

COVID-19 salgınında hastalananların sayısal verilerinin aktarılması Sağlık Bakanlığı tarafından yapılmakta olup bu bilgiler medya aracılığıyla izleyiciye aktarılmaktadır. Medya böylece resmi bir kaynaktan aldığı bilgiyi izleyiciye sunmaktadır. Sayısal veri çerçevesinin kanallara göre dağılımına bakıldığında vaka ile ilgili verile en çok yer veren ana %13 ile ATV ana haber bültenleri olmuştur. Bunu %9 ile FOX TV %4 ile CNN Türk takip etmiştir. Vakalar ile ilgili bilgilere en çok yer veren FOX TV ana haber bültenleri (52) olurken bu kanalı sırasıyla ATV (48) ve CNN Türk (38) ana haber bültenleri takip etmiştir. Toplam da ise sayısal verilere ana haber bültenlerinde 138 (%8) defa yer verilmiştir.

Tablo 6.h. COVID-19 Salgını Alışveriş Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	COVID-19 ile	COVID-19 ile İlgili	
	İlgili Toplam Haber Sayıları	Alışveriş Çerçevesi Haberleri	Frekans(%)
FOX TV	574	21	4
ATV	374	14	4
CNN Türk	859	34	4
FAC Toplam	1807	69	4

COVID-19 salgını haberlerinin anlamlandırılması konusunda başvurulan bir diğer çerçeve ise alışveriş çerçevesi olmuştur. COVID-19 salgının artmasıyla birlikte alınan tedbirler sonucunda alışveriş alışkanlığı değişmiştir (Çevik Tekin, 2020). Değişen alışveriş alışkanlıkları medya tarafından izleyiciye sunulmuştur. COVID-19

salgını haberlerinin izleyicinin gözünde anlamlı hale getirebilmek adına üç ana haber bülteni de alışveriş çerçevesinde sunulmasına %4 oranında yer ayırmıştır. Sayısal olarak sıralandığında ise CNN Türk (34), FOX TV (21) ve ATV (14) olarak gerçekleşmiştir. Üç ana haber bülteni toplam da COVID-19 salgın haberlerinin alışveriş çerçevesinde anlamlandırılmasına 69 defa yer ayırmıştır.

Tablo 6.1. COVID-19 Salgını Sağlık Çalışanları Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	COVID-19 ile	COVID-19 ile İlgili	
	İlgili Toplam Haber Sayıları	Sağlık Çalışanları Çerçevesi Haberleri	Frekans(%)
FOX TV	574	22	4
ATV	374	15	4
CNN Türk	859	27	3
FAC Toplam	1807	64	4

COVID-19 salgını haberlerinin anlamlandırılması noktasında kullanılan çerçevelerden birisi de sağlık çalışanları çerçevesidir. Bu çerçevede hızla yayılan salgın sonucunda sağlık çalışanlarının yaşadıkları sorunlara ve risklere değinen haberler bu çerçevenin kodlarıdır. Sağlık çerçevesi çalışanları çerçevesi ile sunulan COVID-19 salgını haberlerinin dağılımı FOX TV ve ATV’de %4 ve CNN Türk’te %3 olarak gerçekleşmiştir. Haber sayılarında bakıldığında ise CNN Türk (27), FOX TV (22) ve ATV (15) olarak gösterilmiştir. Toplamda sağlık çalışanları çerçevesinde sunulan haber sayısı ise 64 (%3)’tür.

Tablo 6.i. COVID-19 Salgını Siyasi Aktörler Çerçevesinde Sunulan Haberlerin Sayıları

Ana Haber Bültenleri	COVID-19 ile	COVID-19 ile İlgili	
	İlgili Toplam Haber Sayıları	Siyasi Aktör Çerçevesi Haberleri	Frekans(%)
FOX TV	574	43	7
ATV	374	10	3
CNN Türk	859	28	3

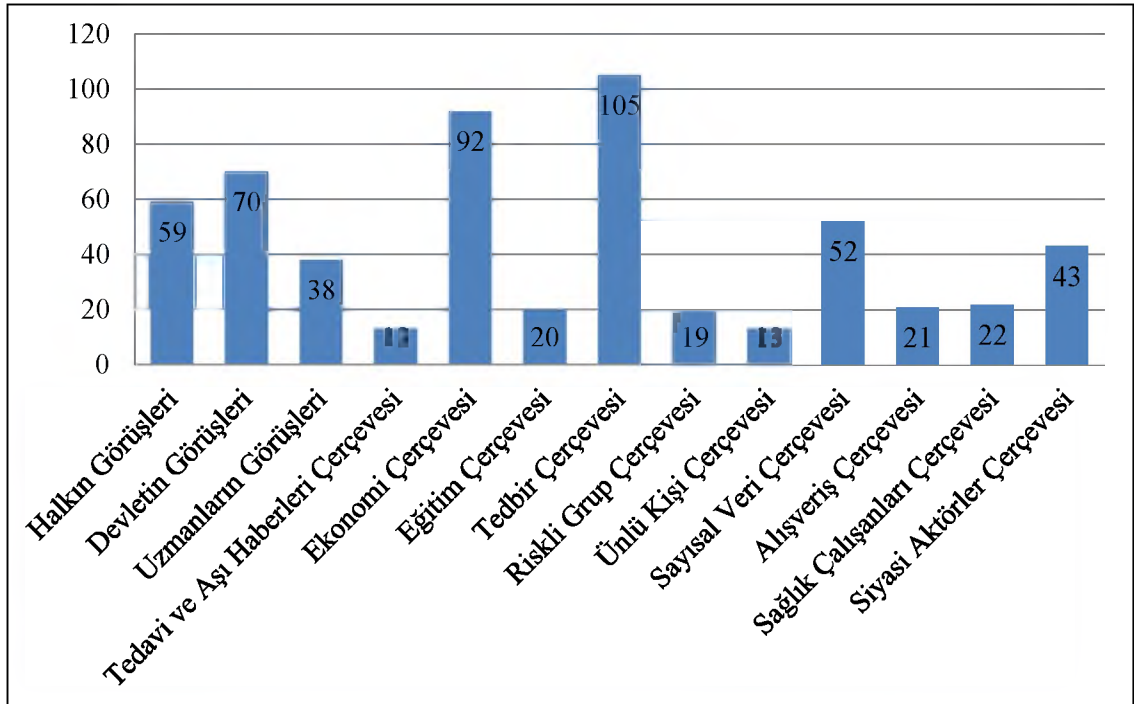
FAC Toplam	1807	81	4
------------	------	----	---

Medya kamusal sorumluluk bağlamında farklı fikirleri başkalarının bilmesi noktasında aracı rol üstlenmeli ve toplumu bu konularda haberdar etmelidir. Bilgi edinme hakkı temel alınarak bütün bilgilere ulaşabilen medya bunu topluma aktarmalıdır. (Taş, 2012'den akt. Güz ve Yanık, 2020: 304). Siyasi aktörlere ayrılan haber sayılarının azlığı, medyanın farklı görüş ve düşüncelere çok az yer ayırdığının göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu konuda siyasi aktörlere ayrılan haber sayılarının oranı FOX TV'de %7, CNN Türk ve ATV'de %3 şeklinde gerçekleşmiştir. Sayısal olarak bakıldığında sıralama FOX TV (43), CNN Türk (28) ve ATV (10) şeklinde oluşmuştur. Üç ana haber bültenindeki gösterildiği haber sayısı ise 81 (%4) olarak gerçekleşmiştir.

2.4.7. COVID-19 Salgını Haberlerinin Kategorisel Anlamda Ana Haber Bültenlerindeki Dağılımları

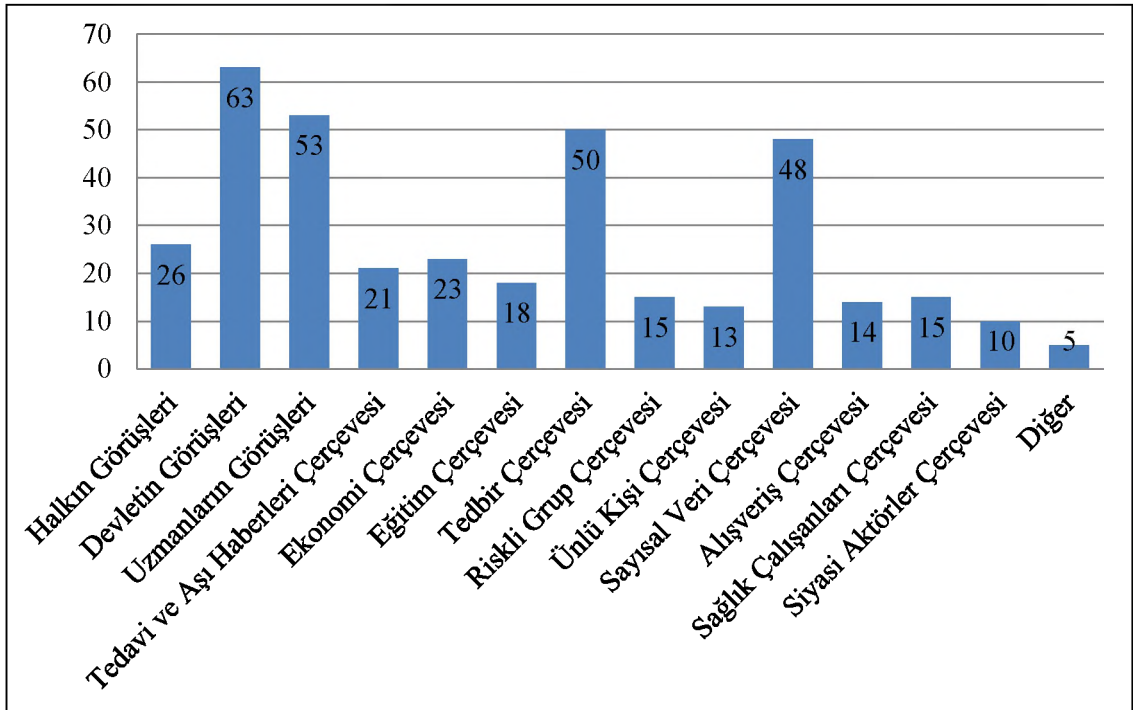
2 Mart – 30 Nisan 2020 tarihleri arasında FAC ana haber bültenlerinde yayınlanan COVID-19 salgını haberleri kategorisel olarak farklılık göstermektedir. Bu kategorisel farklılıklar aşağıdaki şekillerde belirtildiği gibi gerçekleşmiştir.

Şekil 5. FOX TV Ana Haber Bültenleri COVID-19 Salgını Haberlerinin Dağılımı



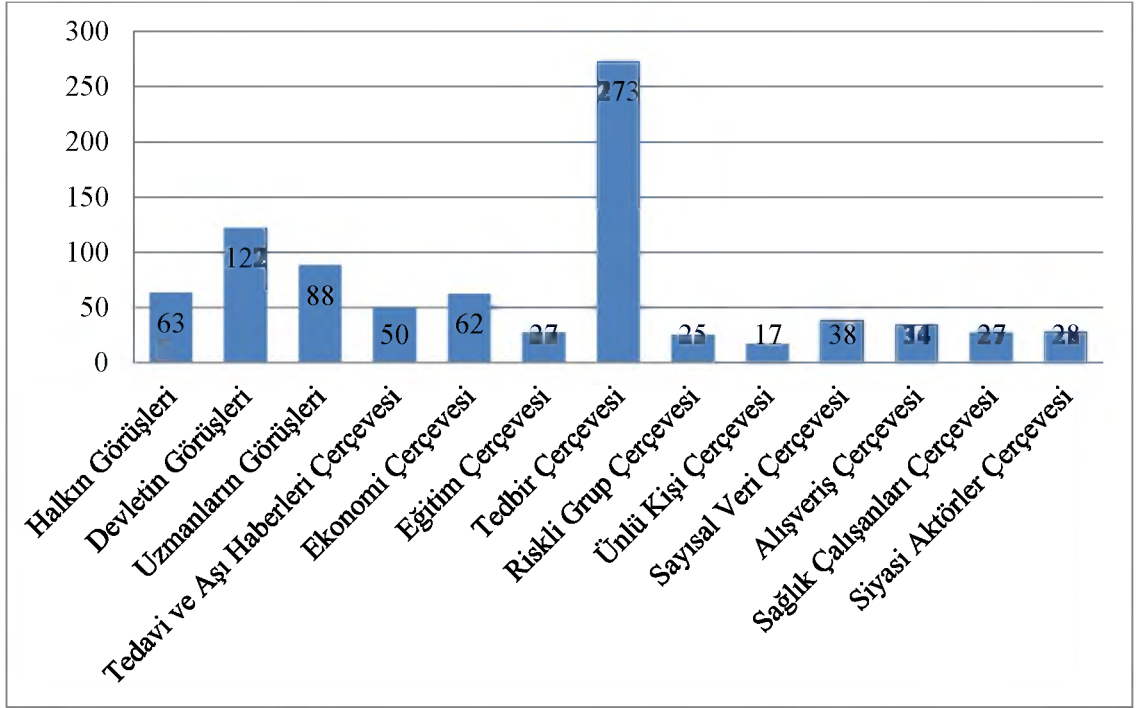
FOX TV ana haber bültenleri COVID-19 salgını haberlerini izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirebilmek adına daha çok tedbir çerçevesi (105) ile vermeyi tercih etmiştir. Tedbir çerçevesi resmi kaynaklardan edinilen bilgilerden oluşan haberleri kapsadığı için FOX TV ana haber bültenlerinin resmi kaynaklara önem verdiği söylenebilir. Diğer ana haber bültenlerinden farklı olarak FOX TV ana haber bültenleri ekonomi çerçevesine (92) ikinci sırada yer vermiş COVID-19 salgını haberlerini anlamlandırma konusunda bu çerçeveyi tercih etmiştir. Üçüncü olarak devlet görüşleri (70) bağlamında COVID-19 salgın haberlerini yer vermiş olan FOX TV ana haber bültenlerinin resmi kaynaklara öncelik verdiği sonucuna ulaşılmıştır. FOX TV ana haber bültenleri COVID-19 salgını haberlerinin anlamlı hale getirilmesi konusunda ise en az tedavi ve aşı çalışmaları (13) ve ünlü kişiler çerçevesine (13) yer vermiştir. FOX TV ana haber bültenlerinin COVID-19 salgını haberleri ile ilgili uzman görüşlerine (38) ayrılan haber sayısına bakıldığında bu haberlere yeterince yer vermemiş gözükmektedir. FOX TV ana haber bültenlerinin COVID-19 salgının anlamlı hale getirme konusunda tercih ettiği diğer kategoriler ise halkın görüşleri (59), sayısal veriler (52), siyasi aktörler (43), sağlık çalışanları (22), alışveriş (21), eğitim (20), riskli grup (19) olarak sıralanmıştır. Diğer (7) olarak belirtilen kategori ise kapsam dışında kalan COVID-19 haberlerini kapsamaktadır.

Şekil 6. ATV Ana Haber Bültenleri COVID-19 Salgını Haberlerinin Dağılımı



ATV ana haber bültenlerinin en çok COVID-19 salgını ile alakalı medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirme noktasında devlet görüşlerine (63) ve tedbir çerçevesine (50) yer vererek resmi kaynakları baz almış gözükmektedir. İkinci sırada yer alan COVID-19 salgını ile ilgili uzman görüşlerine(53) yeterince yer vermiş olduğu düşünülebilir. Ancak en az siyasi aktörler (10) çerçevesine yer vererek diğer COVID-19 salgını ile alakalı diğer görüşlere beklenilenden az yer vermiş gözükmektedir. ATV ana haber bültenlerinin COVID-19 salgının anlamlı hale getirme konusunda tercih ettiği diğer kategoriler ise, tedbir sayısal veriler (48), halkın görüşleri (26), ekonomi (23), tedavi ve aşı çalışmaları (21), eğitim (18), riskli grup (15) ve sağlık çalışanları (15), alışveriş (14), ünlü kişiler (13) olarak sıralanmıştır. Diğer (5) olarak belirtilen kategori ise kapsam dışında kalan COVID-19 haberlerini kapsamaktadır.

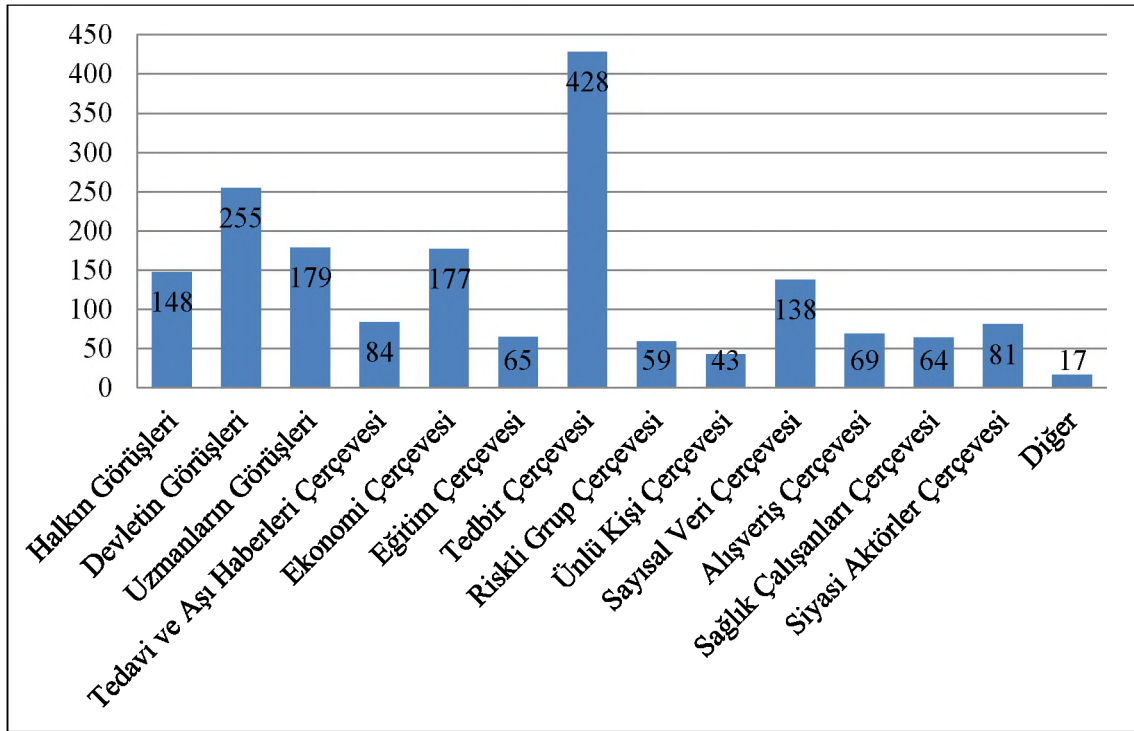
Şekil 7. CNN Türk Ana Haber Bültenleri COVID-19 Salgını Haberlerinin Dağılımı



CNN Türk ana haber bültenlerinde COVID-19 salgını haberleri ile alakalı meydanının izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirme noktasında en çok tedbir çerçevesi (273) ve devlet görüşlerine (122) yer vererek resmi kaynakları tercih etmiş gözükmektedir. COVID-19 salgını haberleri ile ilgili uzman görüşlerine (88) de yer veren CNN Türk ana haber bültenleri konuyla ilgili izleyiciyi bilgilendirme yoluna gitmiş gözükmektedir. CNN Türk ana haber bültenleri COVID-19 salgını haberleri ile ilgili anlamlandırma noktasında en az ünlü kişi çerçevesi (17) haberlerine yer vererek

olayın magazinsel boyutundan uzak kalmayı tercih etmiştir. CNN Türk ana haber bültenlerinin COVID-19 salgınının anlamlı hale getirme konusunda tercih ettiği diğer kategoriler ise halkın görüşleri (63), ekonomi (62), tedavi ve aşı çalışmaları (50) sayısal veriler (38), alışveriş (28) ve siyasi aktörler (28), sağlık çalışanları (27) ve eğitim (27), riskli grup (25) olarak sıralanmıştır. Diğer (5) olarak belirtilen kategori ise kapsam dışında kalan COVID-19 haberlerini kapsamaktadır.

Şekil 8. FAC Ana Haber Bültenlerinin COVID-19 Salgını Haberlerinin Dağılımı



Medyanın toplumsal sorumluluğunu yerine getirebilmek adına görüş ve eleştirilerin aktarılacağı bir alan sunmalıdır. Sadece sahipliklerin olur verdiği haberleri değil tüm önemli bakış açılarını izleyiciye aktarabilmelidir (Evers, 2010: 51). Ancak Şekil 8 incelendiğinde ağırlıklı olarak resmi kaynaklardan faydalandığının farklı kaynaklara çok az yer ayrıldığını söylemek mümkündür. FAC ana haber bültenlerinde en çok COVID-19 salgını haberleri ile alakalı medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirirken en çok tedbir çerçevesi (428) ve devlet görüşlerine (255) yer vererek resmi kaynakları kullandıklarını söylemek mümkündür. Uzman görüşlerine (179) yer vererek COVID-19 salgını ile ilgili medya izleyiciyi bilgilendirme yoluna gitmiş gözükmektedir. Kullanılan çerçeveler içerisinde COVID-19 salgınının ekonomik etkileri ile ilgili haberlere de dördüncü sırada yer verilmiştir. FAC ana haber

bültenleri COVID-19 salgın haberlerini anlamlandırmada en az ünlü kişi çerçevesini kullanmıştır. FAC ana haber bültenlerinin toplamına bakıldığında COVID-19 salgının anlamlı hale getirme konusunda tercih ettiği diğer kategoriler ise halkın görüşleri (148), sayısal veriler (138), tedavi ve aşı çalışmaları (84), siyasi aktörler (81), alışveriş (64), eğitim (65), sağlık çalışanları (64) riskli grup (59) olarak sıralanmıştır. Diğer (17) olarak belirtilen kategori ise kapsam dışında kalan COVID-19 haberlerini kapsamaktadır.

Tablo 7. COVID-19 Salgını Haber Kategorilerinin Kanallara Göre Sıralaması

Sıra No	FOX TV Ana Haber Bülteni	ATV Ana Haber Bülteni	CNN Türk Ana Haber Bülteni
1	Tedbir Çerçevesi	Devletin Görüşleri	Tedbir Çerçevesi
2	Ekonomi Çerçevesi	Uzmanların Görüşleri	Devletin Görüşleri
3	Devletin Görüşleri	Tedbir Çerçevesi	Uzmanların Görüşleri
4	Halkın Görüşleri	Sayısal Veri Çerçevesi	Halkın Görüşleri
5	Sayısal Veri Çerçevesi	Halkın Görüşleri	Ekonomi Çerçevesi
6	Siyasi Aktörler Çerçevesi	Ekonomi Çerçevesi	Tedavi ve Aşı Haberleri
7	Uzmanların Görüşleri	Tedavi ve Aşı Haberleri	Sayısal Veri Çerçevesi
8	Sağlık Çalışanları Çerçevesi	Eğitim Çerçevesi	Alışveriş Çerçevesi
9	Alışveriş Çerçevesi	Riskli Grup Çerçevesi	Siyasi Aktörler Çerçevesi
10	Eğitim Çerçevesi	Sağlık Çalışanları Çerçevesi	Eğitim Çerçevesi
11	Riskli Grup Çerçevesi	Alışveriş Çerçevesi	Sağlık Çalışanları Çerçevesi
12	Ünlü Kişi Çerçevesi	Ünlü Kişi Çerçevesi	Riskli Grup Çerçevesi

13	Tedavi ve Aşı Haberleri	Siyasi Aktörler Çerçevesi	Ünlü Kişi Çerçevesi
14	Diğer	Diğer	Diğer

Üç ana haber bülteni de yaşanan COVID-19 salgın krizi sürecinde izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirme noktasında devlet görüşlerini ve tedbir çerçevesini önceliğine almış izleyiciye karşı sorumluluğunu çoğunlukla bu iki kategoriye kullanarak yerine getirmiş gözükmektedir. Ancak medyanın izleyiciyi bilgilendirirken ana haber bültenleri arasında ortaya çıkan kategorilerdeki sıralama farklılıkları göz önüne alındığında, medya sahipliğinin ve farklı yayın politikacılığının da kriz haberciliği sırasında etkili olduğunu göstermiştir.

SONUÇ

Bu araştırma kapsamında ulusal kanallar olan FOX TV, ATV ve CNN Türk ana haber bültenlerinde yayınlanan COVID-19 salgını haberleri kriz haberciliği bağlamında incelemiştir. Ana haber bültenlerinde COVID-19 salgını ile ilgili medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirme noktasında haberler aktarılırken birçok farklı kategori kullandığı, kullanmış oldukları kategorilerin sıklıklarının değişkenlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Demokratik bir toplum oluşturulmasında medya organlarının en önemli misyonlarından birisi kamu sorumluluğudur. Medyanın kamu sorumluluğu kriz yönetiminde aktif bir rolde bulunmakta, yaşanan kriz anlarında kamu sorumluluğu daha da önemli bir hale gelmektedir. Kitle iletişim araçlarının sahiplik yapılarından bağımsız, sorumluluk bilinci gelişmiş bir anlayış oluşturmaları medyanın kamusal sorumluluğu bağlamında önem arz etmektedir (Şen ve Avşar, 2012: 58, Yıldırım ve Karafes, 2011:19). Bu çalışmada kullanılan çerçeve kategorilerin sıklığının ana haber bültenleri arasında farklılık göstermesi medyanın kamusal sorumluluk noktasında henüz ortak bir payda da buluşamadığını ispatlar niteliktedir.

Medyanın misyonu, kamuoyunu önceden belirlemek olmamalı, toplumu ilgilendirebilecek, toplumun bilgi ihtiyacını karşılamaya yönelik çeşitli düşünceleri aktarmak olmalıdır (Şen ve Avşar, 2012: 46). Bu araştırma sonucunda oluşturulan kategorilerde konuyu anlamlandırmak için en çok tedbir çerçevesi, devletin görüşleri, uzmanların görüşleri ve ekonomi çerçevesine başvurulduğu görülmüştür. En az kullanılan kategoriler ise; alışveriş çerçevesi, eğitim çerçevesi, sağlık çalışanları çerçevesi, riskli grup çerçevesi ve ünlü kişiler çerçevesi olmuştur. Yaşanan salgın krizini anlamlandırmak için tercih edilen kategorilerin genelde devlet görüşleri ve tedbir çerçevesi yoğunluklu olması, medyanın kamuoyunu önceden belirlemiş olabileceğini düşünmeye sebep olmaktadır.

Kriz anlarında toplumu bilgilendirmekle görevli olan medya aynı zamanda toplumda oluşan belirsizliklerin çözüme kavuşturulmasına da yardımcı olabilir. Diğer yandan kriz durumunda meydana gelebilecek olumsuz duyguları da körükleyebilir. Sonuç olarak medya toplum üzerinde olumlu veya olumsuz etki oluşturma gücüne

sahiptir. Bu insanları doğrudan etkileyen sağlık gibi durumlarda da medyanın ne kadar önemli bir noktada bulunduğu ispatı niteliğindedir (Özgencay, 2018: 134).

Kriz zamanlarında kişiler yaşanan karmaşa ve şaşkınlık durumunda ne yapması gerektiğiyle ilgili sadece bilgiye değil ayrıca yaşanan krizle alakalı yorum ve görüşlere de ihtiyaç duyarlar. Bu sebeple kişilerin temel beklentilerini uzmanların ve yetkililerin konuyla ilgili açıklamaları oluşturmaktadır. Bu durumda medya bir bilgi edinme noktası olarak kendini bu tarz ortamlara hazırlamalı ve kriz anlarında profesyonel bir farkındalık oluşturmalıdır (Çaplı ve Taş 2010: 239-240).

COVID-19 salgını haberleri ile ilgili medya bilgilendirme konusunda toplumun birincil haber kaynağı olmaktadır. Medya bu bilgilendirmeyi yaparken daha çok tarafsız olarak nitelendirilen, toplumun ve kişilerin sağlığını düşünen, kurum, kuruluş, cumhurbaşkanı, bakanlıklar ve sağlık bakanı üzerinden izleyiciye yönelik haber içeriği oluşturmuştur. İncelemeye tabii tutulan kategoriler arasında ilk sıralarda yer alan devletin açıklamaları, devlet tarafından belirlenen tedbirler, devlet tarafından oluşturulan bilim kurulundaki uzman görüşleri bunu kanıtlar niteliktedir.

Kriz yaşanan durumlarda uzman görüşleri birincil kaynaklar olarak nitelendirilmektedir. Fakat kimi zaman görüşü alınan uzmanların fikirleri sansasyonel olarak sunulmakta ve bu da toplumu bilgilendirmekten çok korku, endişe ve panik duygularına sürüklemektedir. Farklı uzman görüşleri alınması, alınan fikirlerin diğer uzmanlarca tartışılması konusunda herhangi bir problem yoktur. Burada gözden kaçırılmaması gereken şey görüş farklılıklarından kaynaklı tartışmalar, toplumdaki kişilerin kafasını karıştırmamalı aksine yaşanan kriz durumlarına yönelik açıklık getirir nitelikte olmalıdır (Çaplı ve Taş, 2010: 249).

COVID-19 salgını haberleri ile ilgili olarak medyanın uzman görüşlerine ayırdığı haber sayısı sıralama olarak üstlerde yer almaktadır. Başvurulan uzman görüşlerinin daha çok bilgilendirme ağırlıklı olduğu görülmüştür. İzleyiciyi korkuya, endişeye veya paniğe düşürecek uzman görüşlerine çok az sayıda haberlerde yer verilmiştir.

Haberciler krizden fiziksel, duygusal veya ekonomik anlamda etkilenen kişilerin ihtiyaç ve beklentilerinin yetkili kurum, kuruluş ve kişilere ulaştırması, oluşan

mağduriyetin ortadan kaldırılması konusunda da sorumlu konumdadır (Çaplı ve Taş, 2010: 240).

Ana haber bültenlerinin konuyu anlamlandırmak için yine ilk sıralarda yer verdiği kategorilerden birisi de ekonomi çerçevesidir. Bu çerçevede haberler, kişilerin ihtiyaçlarını yetkili kurumlara ileten, devletin ekonomi ile ilgili yaptığı açıklamalara, atmış olduğu adımlara yer veren haberlerden oluşmaktadır. Araştırmaya dâhil edilen üç ana haber bülteninde de bunlara yer verilmiş olup, bunlara haberlerinde en çok yer ayıran ana haber bülteni ise FOX TV olmuştur.

Toplumun medyadan beklentisi var olan bilgilerin tüm gerçekliğiyle ve oluşma ihtimali olan gerçek sonuçlarıyla aktarılmasıdır. Ancak günümüz medya organlarının bunu gerçekleştirmediği veya sınırlı olarak gerçekleştirdiği bilinmektedir. Özellikle medya sahiplerinin holdinglere dönüşüp diğer alanlarda da faaliyet göstermeleri, onları siyasilerle iletişime girmek zorunda bırakmakta bir nevi siyasilere bağımlı duruma getirmektedir. Böylece medyanın siyasilerle ilişkisi ve sermaye yapısı, medyanın içerik yapısını dolaylı olarak etkilemektedir. Medya üreteceği ve sunacağı içeriği kendisi belirlemekte ama içeriği oluştururken veya sunarken sermaye yapısını göz önünde bulundurmak zorunda kalmaktadır (Dursun, 2012: 2).

Ana haber bültenlerinin tamamı genel çerçevede resmi kaynaklardan aldıkları haberlere öncelikle yer vermiştir. Ancak medya sahipliklerinin oluşturulan kategorilerde sıralamayı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. FOX TV ana haber bülteninde ekonomi çerçevesi diğer iki ana haber bültenine göre daha üst sıralarda yer almıştır. Ayrıca FOX TV siyasi aktörlere diğer ana haber bültenlerinin toplamından daha fazla yer ayırmıştır. Yine halkın görüşlerine FOX TV diğer iki ana haber bülteninden daha fazla yer verirken, ATV ve CNN Türk ana haber bültenleri uzman görüşlerine daha fazla yer vermiştir.

Sonuç olarak bu araştırmada kriz haberciliği örneğinde medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirirken nasıl bir yol izlediğine yönelik soruya cevap aranmıştır. Medyanın izleyiciye karşı sorumluluğunu yerine getirme noktasında üç ana haber bülteninin belirtilen tarih (2 Mart – 30 Nisan 2020) aralıklarındaki haberleri incelenmiştir.

Araştırma içerisindeki FOX TV, ATV, CNN Türk ana haber bültenlerinin COVID-19 salgın haberlerini anlamlandırma noktasında en çok devlet görüşlerine, tedbir çerçevesine yer verdiği görülmüştür. Üç ana haber bülteninin de bu doğrultuda salgın haberleri ile ilgili en çok resmi kaynaklara başvurduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada COVID-19 salgının haberlerini anlamlandırma konusunda kullanılan kategori ve çerçevelerin sıklıkları ana haber bültenleri arasında farklılık göstermiştir. Buna göre medya sahipliğinin kriz haberciliği sırasında haberlerin izleyiciye aktarılması konusunda etkin bir rol üstlendiği sonucuna varılmıştır. Yaşanan COVID-19 salgın krizi sırasında uzman görüşlerine ATV ve CNN Türk ana haber bültenlerinin sıkça yer verdiği, FOX TV ana haber bültenlerinin ise daha az yer verdiği tespit edilmiştir. Genel duruma bakıldığında ise ana haber bültenlerinin yaşanan COVID-19 salgın krizi sırasında uzman görüşlerine yüksek oranda yer verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Medyanın izleyiciye karşı sorumluluğu noktasında kriz haberciliği kapsamında incelenmiş olan ana haber bültenlerinin COVID-19 salgın haberlerini anlamlandırmak için on çerçeveye (aşı ve tedavi çalışmaları, ekonomi, eğitim, tedbir, riskli grup, ünlü kişiler, sayısal veri, alışveriş, sağlık çalışanları, siyasi aktörler) başvurduğu sonucuna ulaşılmıştır. İncelenen haberlerde COVID-19 salgın haberlerine diğer haberlere göre çok fazla yer verildiği belirlenmiştir. Buna göre medyanın toplumu ilgilendirebilecek diğer haberleri göz ardı ettiği sonucuna ulaşmak mümkündür.

KAYNAKÇA

Adıgüzel, M. (2020). COVID-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkilerinin Makroekonomik Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı*, 19(37), 191-221.

Akdağ, M. ve Taşdemir, E. (2013). Krizden Çıkmanın Yolları: Etkin Bir Kriz İletişimi. *Selçuk İletişim*, 4 (2), 141-157.

Backholm, K.(2012). *Work-related Crisis Exposure, Psychological Trauma and PTSD in News Journalists*. Doktora Tezi. Abo Akademi University, Turku. Retrieved from: <https://www.researchgate.net/publication/241704246>

Beaudoin, C. E. (2007). SARS News Coverage and Its Determinants in China and the US. *International Communication Gazette*, 69(6), 509-524.

Cankaya, P. ve Köksalan, A. (2004). Günümüz Televizyon Haberciliğinin Sunuş Biçimlerinin Haberin Değeri ve Habercilik Üzerindeki Etkileri: Üniversite Öğrencilerinin Televizyon Haberlerini Okuma Biçimleri. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 0 (1), 7-27.

Cereci, S. (2013), Türkiye'deki Televizyon Kanallarında Yayınlanan Haber Bültenlerinde Dilin Kullanılma Biçimi: Masalsı Anlatım. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(1) , 7-24.

Coco, A. & De Souza Dias, T. (2020). Prevent, Respond, Cooperate States' Due Diligence Duties vis-à-vis the COVID-19 Pandemic. *Journal of International Humanitarian Legal Studies*, 1-19. Retrieved from: <https://doi.org/10.1163/18781527-01102001>

Covello, V. & Sandman, P. (2001). *Risk Communication: Evolution and Revolution*. <https://www.psandman.com/articles/covello.htm> (Erişim Tarihi: 02.09.2020).

Çaplı, B. ve Taş, O. (2010). Kriz Haberciliği. B. Çaplı ve H. Tuncel (Ed.), *Televizyon Haberciliğinde Etik* içinde (237-250). <http://ilefarsiv.com/etik/kriz-haberciligi/> (Erişim Tarihi: 29.08.2020).

Çeliker Saraç, D. (2018). Domuz Gribi Haberlerinde Çerçeveleme: Hürriyet Gazetesi Örneği. *Global Media Journal TR Edition*, 8 (16), 161-185.

Çevik Tekin, İ. (2020). Pandemi Sürecinde Değişen Tüketici Davranışları. *Business And Management Studies An International Journal*, 8(2), 2331-2347.

Çınar, M. (2013). Habercilik ve Nefret Söylemi. M. Çınar (Ed.), *Medya ve Nefret Söylemi: Medya ve Nefret Söylemi Kavramlar Mecralar Tartışmalar* içinde (137-152). Hrant Dink Vakfı Yayınları: İstanbul.

Çubukçu, F.M.(2010). *Türkiye'de Bir Uzmanlık Alanı Olarak Savaş Muhabirliği: Irak Savaşı Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

David, Y. & Sommerlad, E. (2020). Media and Information in Times of Crisis: The Case of the Coronavirus (COVID-19) Infodemic. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/343738091_Media_and_Information_in_Times_of_Crisis_The_Case_of_the_Coronavirus_COVID-19_Infodemic.

Demir, D.H. (2019). *Gezi Parkı Olayları ve 15 Temmuz Darbe Girişimi Haberlerinin Kriz Haberciliği Kapsamında Etik Açısından Karşılaştırılması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.

Demir, D. ve Balcı, E. (2019). Kriz Haberciliği ve Etik Sorunsalı. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (11), 48-56.

Demiroğlu, H. (2012). *Kriz Haberciliği Bağlamında Domuz Gribi Haberlerindeki Panik Unsurların Belirlenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

De Ridder, B.(2020). When the Analogy Breaks Historical References in Flemish News Media at the Onset of the COVID-19 Pandemic. *Journal of Applied History*, 1-16. Retrieved from: <https://doi.org/10.1163/25895893-bja10003>

Duğan, Ö. ve Akıncı, S. (2019). Gazetecilerin Kriz Dönemlerinde Halkla İlişkiler Çalışanlarına Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (30), 167-192.

Dursun, O. (2012). Türk Medyasının Sermaye Yapısı ve Siyasal İktidarla İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (5)1. 1-21.

Evers, H. (2010). Medya Etiđi. B. Çaplı ve H. Tuncel (Ed.), *Televizyon Haberciliğinde Etik* içinde (45-59). <http://ilefarsiv.com/etik/medya-etigi/> (Erişim Tarihi: 29.08.2020).

Girgin, A. (2005). *Haber Yazmak*. Der Yayınları: İstanbul.

Gökçe, O. (2019). *Klasik ve Nitel İçerik Analizi*. Çizgi Kitabevi: Ankara.

Göksu, T. (2011). *Kriz Yönetimi*. <http://turgutgoksu.com/FileUpload/ks7441/File/krizyonetimitg21sbt2011.pdf> (Erişim Tarihi: 05.09.2020).

Gülgün, B.S. (2011). *Halk Sağlığı Krizlerinde Kriz İletişimi ve Kriz Haberciliği: Örnek Olay A/H1N1 (Domuz Griibi) Pandemisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Güngör Fırat, G. (2011). Kriz Dönemlerinde Televizyon Yayıncılığı *Uzmanlık Tezi*. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu: Ankara.

Güz, N. ve Yanık, H . (2020). Toplumsal Sorumluluk Yaklaşımı ve Güven Bağlamında Medya ve Kamuoyu Araştırmaları Arasındaki İlişki. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8 (1), 298-336.

Işıklar, H. C. (2014). *Profesyonel Tv Haberciliği*. Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.

İlic, D. (2015). Pierre Bourdieu ve Televizyon Alanı: Türkiye'deki Ana Akım Televizyon Haberciliğinde Bir Saha Araştırması. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 8(4), 321-340

İnceoğlu, Y. (2000). *Uluslararası Medya*. Beta Yayınları: İstanbul.

Kramp, L., & Weichert, S. (2014). Covering the World in Despair: A Survey of German Crisis Reporters. *Journal of War & Culture Studies*, 7(1) 18-19.

Koç Akgül, S. (2017). Olağanüstü Durumlar, İletişim ve Habercilik Yaklaşımları. *TRT Akademi*, 2(3), 6-47.

Kotisoa, J. (2019). *Crisis Reporters, Emotions and Technology: An Ethnography*. Retrieved from: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-21428-9>

Kurban, D. ve Sözeri, C.(2012). *İktidarın Çarkında Medya: Türkiye 'de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi Yasal ve Ekonomik Engeller*. Tesev Yayınları: İstanbul.

Luther, C. A. & Zhou, X. (2005). Within the Boundaries of Politics: News Framing of Sars in China and the United States. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4), 857- 872.

McQuail, D. & Windahl, S. (2010), *İletişim Modelleri*. (K. Yumlu Çeviri). İmge Kitabevi: Ankara.

Özgencay H. (2018). Kriz Haberciliği Bağlamında Domuz Gribi Haberlerindeki Panik Unsurların Belirlenmesi. E. Yüksel (Ed.), *Sağlık Haberciliği içinde* (133-158). Literatürk Academia: Konya.

Öztürk, Ş.(2004). Özel Televizyon Kanallarının Türk Haberciliğine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 3(2), 97-112.

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

Papadopoulos, K. A., & Pantti, M. (2013). Re-İmaging Crisis Reporting: Professional ideology of Journalists and Citizen Eyewitness Images. *Sage Publications*, 14(7), 960-977.

Pira, A., & Sohodol, Ç. (2010). *Kriz Yönetimi: Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme*. İletişim Yayınları İstanbul.

Quandt, T., Boberg., S., Schatto-Eckrodt, T., & Frischlich, L. (2020). *Pandemic News: Facebook Pages of Mainstream News Media and the Coronavirus Crisis -- A Computational Content Analysis*. Retrieved from: <https://arxiv.org/abs/2005.13290>

Şen, F. ve Avşar, Z. (2012). Türkiye’de Neoliberal Politikaların Haber Medyasına Yansımaları: Anaakım Medyanın Ekonomi Haberleri Üzerine Bir İnceleme. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (35), 42-60.

Ünal, B. ve Kılınç İ. (2020). Kovid-19 Sürecinde Toplumsal Kanıksamaya Karşı Çıkış: *The New YorkTimes*’ın “ 100,000 Hesaplanamaz Kayıp ” Manşeti. *Kastamonu Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi* (4), 1-36.

Ünlüer, A . (2016), Ana Akım Medyada Haberler: Televizyon ve Gazetelerin Haber Seçimleri Üzerine Karşılaştırılmalı Bir Analiz. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9 (2), 138-158.

Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). *İçerik Analiz ve Uygulama Örnekleri*. Epsilon Yayınevi: İstanbul.

Torun, H. (2011). *Haber Metinlerinde Korku Üretimi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Tumber, H. (2006). *The Fear of Living Dangerously: Journalists Who Report on Conflict*. *International Relations*, 20(4), 439-451.

Vreese, H. C. (2005). News Framing: Theory and Typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51-62.

Wu, Y. (2011). *Micro-Blogging as a Rapid Response News Service in Crisis Reporting: The 2011 Wenzhou Train Crash*. Retrieved from: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.643.7374&rep=rep1&type=pdf> (Erişim Tarihi: 07.09.2020).

Yıldırım, A. ve Şimşek, H.(2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10. Baskı). Seçkin Yayınları: Ankara.

Yıldırım, G. ve Karafes, E.(2011). Halkla İlişkilerin Dönüşümü: Public Relations’den Public Engagement’a Geçiş. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (24) , 17-27.

Yıldırım, S. (2019). *Soma Maden Kazasının Kriz Haberciliği Bağlamında İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yurdigül, Y. ve Zinderen, İ . (2012). Yeni Medyada Haber Dili (Ayşe Paşalı Olayı Üzerinden Geleneksel Medya ve İnternet Haberciliği Karşılaştırılması). *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2 (3), 81-91.

Yücesan, M.K. (2015). *3 Temmuz 2011 Sürecinde Kriz Haberciliği Ve Futbol Kulüplerine Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik, İstanbul.

Yüksel, E. (2010). *Medya ve Habercilik*. Çizgi Kitabevi: Konya.

Zinderen, İ . (2020). Televizyon Haber Bültenlerinde Görsel Efekt Kullanımının Yarattığı Etik Sorunlar. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(1), 337-362.

<https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html> (Erişim Tarihi: 09.01.2021).

<https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66494/pandemi.html> (Erişim Tarihi: 09.01.2021).

EK**Ek 1. COVID-19 Salgını Haberleri Kodlama Cetveli**

Kategoriler	Kodlar
Küresel Haberler	COVID-19 salgını ile ilgili küresel çapta yaşanan sıkıntılarla ilgili olan haberler bütünüdür.
Halkın Görüşleri	COVID-19 salgını ile ilgili halkın duygu, düşünce ve açıklamalarına ayrılan haberlerdir.
Devletin Görüşleri	COVID-19 salgını ile ilgili hükümet üyelerinin açıklamalarını kapsayan haberler bütünüdür.
Uzman Görüşleri	COVID-19 salgını ile ilgili uzman görüşlerinin sınıdığı haberler bütünüdür
Tedavi ve Aşı Çalışmaları Çerçevesi	COVID-19 salgını ile ilgili tedavi ve aşı çalışma haberler bütünüdür.
Ekonomi Çerçevesi	COVID-19 salgınının ekonomiye etkilerini kapsayan haberlerdir.
Eğitim Çerçevesi	COVID-19 salgınının eğitime etkilerini kapsayan haberlerdir
Tedbir Çerçevesi	COVID-19 salgını ile ilgili alınan tedbir haberlerinin bütünüdür
Riskli Grup Çerçevesi	COVID-19 salgını ile ilgili riskli grupta yer alan kişileri kapsayan haberler bütünüdür
Ünlü Kişi Çerçevesi:	COVID-19 salgını ile ilgili ünlü kişilerin hastalık öykülerini kapsayan haberlerdir.
Sayısal Veri Çerçevesi	COVID-19 salgını ile ilgili sayısal verilerin aktarıldığı haberlerdir.
Alışveriş Çerçevesi	COVID-19 salgınının alışverişe etkilerini kapsayan haberlerdir.
Sağlık Çalışanları Çerçevesi	COVID-19 salgını ile ilgili sağlık çalışanlarının hikaye, çalışma şartları, uğraşlarını kapsayan haberlerdir.
Siyasi Aktörler Çerçevesi	COVID-19 salgını ile ilgili muhalif görüş ve düşüncelere yer ayıran haberler bütünüdür.