Medyanın Haber Verme İşlevi ve Covid-19 Virüsü: Gençler Korona Pandemisinde Medyanın Haber Verme Fonksiyonunu Nasıl Kullandı?

Doç. Dr. Mihalis Kuyucu

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1931-6844>

Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim ve Tasarımı Bölümü,
Antalya – TÜRKİYE

Makale Geçmişi

Geliş: 02.10.2020

Kabul: 07.02.2021

On-line Yayın: 30.06.2021

Anahtar Kelimeler

Covid-19

Medya

Haber

Gazetecilik

Araştırma Makalesi

DOI:

<http://dx.doi.org/10.29228/JASSS.46698>

Öz

Dünyanın son yüzyılda yaşadığı en önemli felaketlerden biri olan covid-19 pandemisi hem ekonomik, hem sosyolojik hem de psikolojik anlamda insanları olumsuz etkiledi. 2020 yılının Haziran sonuna gelindiğinde 10 milyon insanın küresel çapta covid-19 virüsüne yakalanması ve hastalanması, 500 bin kişinin de bu virüs nedeniyle ölmesi dünyada büyük bir paniğe neden olmuştur. Hayatın durma noktasına geldiği yeni tip korona virüsü covid-19 pandemisinde tüm dünya bu virüs ile ilgili güncel bilgi ve haberle almaya odaklanmıştır. İşte bu süreçte medyanın işlevleri bir kez daha ön plana gelmiştir. Covid-19 pandemisinde medyanın haber işlevinin insanlara karşı sorumluluklarını yerine getirip getirmediği ve insanların pandemi sürecinde hangi mecralardan haber ve bilgi aldığı konusu da merak edilmiştir. Bu araştırmada Türkiye’de covid-19 pandemisinin yaşandığı 2020 yılının ilk yarısında gençlerin pandemi ile ilgili haber ve bilgileri alırken medyayı nasıl kullandığı ve medyanın haber verme fonksiyonu ile ilgili neler düşündüğü araştırılmıştır. Araştırma İstanbul il sınırları içinde üniversitelerde eğitim gören 271 öğrenciye uygulanmış ve medyanın covid-19 pandemisinde ki haber verme işlevi ile ilgili görüşler derlenmiştir. Araştırmaya göre gençler medyanın pandemi süresince haber verme işlevinde başarılı olduğunu belirtmiştir. Pandemi döneminde haber amaçlı en çok kullanılan mecra sosyal medya ve televizyonken en az kullanılan mecra basılı gazete ve radyo olmuştur. Gençler bu süreçte televizyon mecrasında Habertürk, TrtHaber ve Fox TV kanallarını tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Kuyucu, M. (2021). Medyanın Haber Verme İşlevi ve Covid-19 Virüsü: Gençler Korona Pandemisinde Medyanın Haber Verme Fonksiyonunu Nasıl Kullandı? *Jass Studies-The Journal of Academic Social Science Studies*, 14(85): 337-354.

The Reporting Function of Media and Covid-19 Virus: How did the Youth Use the Reporting Function of Media in Corona Pandemic?

Assoc. Dr. Mihalıs Kuyucu

Alanya Hamdullah Emin Pasha University, Faculty of Art and Design, Department of Communication and Design, Antalya – TURKEY

Article History

Submitted: 02.10.2020

Accepted: 07.02.2021

Published Online: 30.06.2021

Keywords

Covid-19

Media

News

Journalism

Research Article

DOI:

<http://dx.doi.org/10.29228/JASSS.46698>

Abstract

The Covid-19 pandemic, which is one of the most important disasters experienced in the world in the last century, affected people both economically, sociologically and psychologically. By the end of June 2020, 10 million people were infected and became ill with the Covid-19 virus globally and 500 thousand people died due to this virus which turned into a great panic around the world. During the course of this novel type of coronavirus, known as covid-19, life has come to a halt and the whole world is focused on receiving current information and news on this virus. As a matter of fact, the functions of the media came to the fore once again. During the Covid-19 pandemic, whether the media fulfills its reporting functions against the people and from which channels the people are receiving news and information has become an issue of concern. Thus; how the young people used the media while receiving news and information on the pandemic in the first half of 2020 when the Covid-19 pandemic was experienced in Turkey and what they think about the reporting function of the media have been investigated in this research. The research was applied to 271 students studying at universities in the provincial borders of Istanbul and the opinions about the reporting function of media during covid-19 pandemic were compiled. According to the research, young people were in the opinion that the media was successful in terms of reporting during the pandemic. During the pandemic period, the most used media for receiving news and information was determined as social media and television while the least used media was found out to be the printed newspaper and radio. Young people stated that they preferred the TV channels of Habertürk, TrtHaber and Fox TV during this process.

1. Medyanın Haber Verme İşlevi ve Güvenirliliği

Haber verme ve alma ihtiyacı insanlık tarihi kadar eskidir. İlkel insanların mağara duvarlarına yaptıkları resimler ilk haberleşme yöntemlerinden biri olmuştur. Toplumlar geliştikçe özellikle teknolojinin de gelişimi ile yeni haberleşme yöntemleri de geliştirmiştir. Özellikle radyo ve televizyonun icadı ile haberleşmede yeni bir çağ başlamıştır. Öncelikle radyo ile en uzak köşelere en ıssız yerlere anında ses yolu ile haberin ulaştırılması, bunun ardından televizyonun icadı ile sese ek olarak görüntü ögesi de eklenmesi haberleşmede önemli milatlar olmuştur. Böylece bir olay ya da haber hakkında toplumu doğrudan bilgilendirmek mümkün olmuştur (Devran,2010:219).

Haber, yerel, ulusal ve uluslararası arenada vuku bulan olay ve gelişmelerin medya kuruluşlarında çeşitli format ve kurguda bildirilmesidir. Haber, beklenen ve beklenmeyen gelişmelere ilişkin bilgilerin aktarılmasıdır. Gazeteciliği meslek olarak edinen kişilerin, haber konusu olarak seçtikleri alanlarda topladıkları ve formata uygun hale getirdikleri görüntü, ses ve metinleri, yine gazeteciliği meslek olarak edinen kitle iletişim araçlarının sorumluları tarafından seçilerek okuyucu, dinleyici ya da izleyiciye aktarılmaktadır (Banar,2006:126).

Tokgöz, haberi tanımlamanın zorluğuna dikkat çekmiştir. Geleneksel olarak haber ile ilgili olarak “olan her şey”, “insanların üzerinde konuştukları şey”, “okuyucuların öğrenmek istedikleri”, “herhangi bir zamanda geçen olay, fikir ya da sorunun özeti” şeklinde tanımlamalar yapılmıştır. Ancak Tokgöz’e göre haberi haber yapan yalnızca bu özellikleri değil, aynı zamanda haberin içinde yer alan etkenlerdir. Bu nedenle haberi birçok boyutta ele almak şarttır. Bu özelliği ile haberi tanımlamak zordur (Tokgöz, 2015:176).

Haberi tanımlama çabalarında ilk olarak haberi “olan her şey” ya da “dün bilinmeyen her şey” olarak tanımlama görüşü hakim olsa da literatürde ortak paydada tanımlanan bir haber tanımı yapılamamıştır. Haber, belli bir yer ve zamanda gerçekleşen olayların, bilmeyenlere aktarılmasıdır. Ancak her olup biten şeyde haber değildir. Bir olayın haber olabilmesi için, okuyucu, dinleyici ya da izleyicinin en azından bir bölümünün ilgisini çekmesi gereklidir. Bu nedenle haber, ilk kez meydana gelen, geniş kitleleri ilgilendiren, ilginç, sık tekrarlanan ya da aniden ortaya çıkan, önemli ve insanların ilgisini çeken olaylardır (Yüksel vd, 2015:101-102).

Kars, haberi “bir olayın raporu” olarak tanımlamıştır. Herhangi bir yerde ve zamanda bir durumun meydana gelmesi olay iken, bu durumun başkalarına aktarılması ise haberdur. Dolayısıyla haberi gerçekten olmuş bir olayın özeti olarak tanımlamak mümkündür. Bu nedenle haber, olmuş bir olay hakkında verilen bilgidir. Haber, insanların ilgisini uyandırarak olay üzerinde konuşmalarını sağlamaktadır (Kars, 2010:76).

Yüksel ve Gürçan, haberi “insanları ilgilendiren ve zamana dayalı olan fikrin, olayın ya da sorunun özeti olup, iletişim ya da yayın organları aracılığı ile verilen bilgi” olarak tanımlamıştır. Haber, kimilerine göre bir olay, kimilerine göre ise bir olgunun özeti olsa da çok daha kapsamlı bir şekilde ele alınması şarttır (Yüksel ve Gürçan, 2005: 96).

Tokgöz ise haberin bir özet niteliği taşıması ve mekâna uygun olması gerektiğinden bahsetmiş ve genellikle bir olaya, fikre ya da soruna dayandırılmasının şart olduğuna vurgu yapmıştır (Tokgöz, 2015:184).

Haber tanımlamalarında ön planda olan olayın kendisidir. Olayın beklenen ya da beklenmedik şekilde ortaya çıkması, o olayın ya da o olayın ortaya çıkmasına neden olan sebeplerin yansıtılması, tarafsız bir şekilde anlamlandırılarak anlatılması, bir hikayesinin olması, bu hikâyenin hikayeleştirilmesi, güncel olması ve insanların üzerinde konuşmaya değer bulması önem taşımaktadır. Ancak bir olayın bir kimse için önemliken başka bir kimse için önemli olmaması da mümkündür. Bu nedenle haberin kişiden kişiye değişen bir anlamı olduğu söylenebilir (Hargreaves, 2007:14).

Haber ile ilgili olarak önemli olan bir faktörde haberin gerçekliğidir. Bu, haberin olmazsa olmaz

niteliklerindendir. Haber ile gerçek aynı şey aynı şey değildir. Haber, olayı iletmezdır. Buna karşılık gerçek, saklı kalmış olguları gün ışığına çıkarmak ve bunlar arasındaki ilişkiyi kurmaktır. Haberin gerçeğe en yakın anlatımı, haber kaynağının güvenilirliğinin yanında habercinin kişiliği, deneyimi ve etik değerlere olan bağlılığına bağlıdır.

Haberin bir diğer önemli niteliği ise haberin değerliliğidir. Haber değeri, her gün yaşanan onlarca olay içerisinde hangisinin haber olacağının belirlenmesi sırasında yapılan değerlendirmelerle ortaya çıkmaktadır. Bir olayın haber değeri taşıdığıının belirlenip haber olarak aktarılmasında, izleyicilerin ve gazetecilerin dünya görüşlerinin yanı sıra medya grubunun çıkarlarına, toplumun siyasal ve kültürel altyapısına bağlıdır. Haberin medyaya yayınlanması için gerçek, güncel, ilginç ya da önemli olması şarttır. Bu unsurlardan yalnızca birine sahip olmak bile, haberin haber değeri taşımasını sağlayabilir (Özer, 2012:62).

Dünya üzerinde her gün doğal ya da insan kaynaklı olarak birçok olay meydana gelmektedir. Ancak yaşanan olayların tamamı haber niteliği taşımamaktadır. Kimi olaylar haber niteliği taşıırken, kimisi ise bu niteliğe haiz değildir. Ancak hangi olayın neye göre haber niteliği taşıdığı konusunda farklı görüşler ortaya atılmaktadır. Haber değeri, somut olarak tanımlamasa da kitle iletişim araçlarını elinde tutanlar olayları kendi arzularına göre haberleştirip sunmaktadır. Her ne kadar haber değeri, soyut bir kavram gibi gözükse de, ideal olarak haber değerinin kriterlerini, gerçeklik, tarafsızlık, güncellik, ilginçlik, önemlilik ve devamlılık olarak sunmak mümkündür (Girgin, Özay, 2013:119):

⇒ **Gerçeklik:** Haberin olmazsa olmaz nitelikteki temel ilkesidir. Haber, kişisel algılardan sonra aktarılmaktadır. Bu nedenle aktaranın kişisel değerlerinden etkilenmektedir. Bu noktada aktaranın ve haber kaynağının güvenilirliği, haberin gerçekliği üzerinde etkili olmaktadır.

⇒ **Tarafsızlık:** Tarafsızlık, olayın olduğu gibi yansıtılmasıdır. Haberin açıklayıcılığının yanında, haberi sunanın kişisel yorumlamalarından uzak olmasıdır.

⇒ **Güncellik:** Zaman açısından yakınlık olarak sunulabilecek güncellik iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Ya olayın kendisi yeni gerçekleşmiştir ya da haberin içeriği yeni olmasa dahi yeni ortaya çıkmıştır.

⇒ **İlgincilik:** Haberin ilginçliği, sıradanlıktan uzak, olağan dışı söylemlerdir. Kişilerin olayın kendisine duyduğu ilgi, ilginçlik özelliğini ortaya koymaktadır. Özellikle mekânsal yakınlık hedef kitlenin ilgisini olay üzerine toplamaktadır.

⇒ **Önemlilik:** Olayın önemliliği, olayın ölçüsü ve sonucundan ibarettir. Bir operasyonda gözüaltına alınanların sayısı olayın ölçüsü iken, olayın toplum üzerindeki etkisi ise sonuç kıstasını ortaya koymaktadır.

⇒ **Devamlılık:** Verilen bir habere ilişkin sürecin takip edilmesi, devamlılık özelliğini ortaya koymaktadır.

Haber, gazeteciliğin bir ürünüdür. Dolayısıyla en doğru, en güvenilir ve en kaliteli haberi sunmak gazetecilerin görevidir. Bu noktada da haberin kaynağı ön plana çıkmaktadır. Haber kaynağı birincil kaynaklar, ikincil kaynaklar ve iç ve dış kaynaklar olarak üçe ayrılmaktadır. Birincil kaynak, muhabirin olaya ya da gelişmeye doğrudan tanık olması ya da doğrudan gözlemlemesi sonucunda elde ettiği bilgileri haberleştirmesidir. Dolayısıyla haberin kaynağı, doğrudan habercinin kendisidir. İkincil kaynak, habercinin habere ilişkin bilgileri doğrudan kendisinin değil, dolaylı kaynaklardan toplamasıdır. İç kaynaklar habercinin bağlı olduğu medya grubunda çalışan diğer muhabirler, dış kaynaklar ise habercinin bilgi toplamak amacıyla yararlandığı yabancı haber ajansları ya da yabancı medya kuruluşlarıdır (Alver, 2011:48).

Haberin güvenilirliği kadar medyanın güvenilirliği de toplumun habere yönelik bakışını etkilemektedir. Medya güvenilirliği gazeteciliğinin temel değerlerinden biri olan nesnellik ve gerçeklik arayışı fikriyle yakından bağlantılıdır. Bu kavram, ayrıca bilginin bilgi haline nasıl geldiği konusu ile

ilişkilidir. Gazeteciler, doğruyu arama ve halkın bilgi edinme hakkını sağlamaya yönelik görevlerini yerine getirirken, en temel ilke olan güvenilirliği her zaman göz önünde bulundurmak zorundadır. Dolayısıyla, güvenilirliğin çağdaş medya ikliminde sürekli olarak önemli bir değişken olarak işlev gördüğü bildirilmektedir (Chung ve Nah, 2013:274-276).

En temel şekliyle, güvenilirlik, “bir haber kanalının, bireysel kaynaklardan, medya kuruluşlarından ya da haberlerin içeriğinden farklı olarak değişebilirlik algıları” olarak tanımlanabilir. Mesajı iletenin güvenilirliği, dürüstlük ve uzmanlık gibi faktörlere dayalı bir tür algılanan güvenilirliktir. Haberci güvenilirliği üzerine yapılan araştırmaların büyük bir kısmı, haberciye daha çok ya da daha inanılır ve güvenilir yapan karakteristik özelliklerin neler olduğuna odaklanmaktadır (Conlin ve Roberts, 2016:370-371).

Güvenilirlik konusundaki araştırmalar, araştırmacıların kaynak güvenilirliğinin kişilerarası ilişkilere olan etkisine ve ikna sürecindeki rolüne ilgi duyulması ile başlamıştır. Sonraki araştırmalarda örgütlerin de insan davranışlarını iletişim yoluyla etkilemeye çalışan kaynakları oluşturduğu kabul edilmiştir. Mesaj üzerine yapılan araştırmalarda mesajların karakteristik özelliklerine odaklanılmış ve onları daha fazla veya daha az inandırıcı kılabacak nitelikler keşfedilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, kitle iletişimi ile ilgilenen araştırmacılar, medya güvenilirliğinde belirli iletişim biçimlerinin (örneğin, gazete ve televizyon arasındaki) göreceli inandırıcılığını da incelemiştir (Metzger, vd.,2003:296).

Medya kuruluşlarının varlık sebebi haberlerdir. Haber olmaksızın bir medya kuruluşu, çok nadir bir şekilde hayatta kalabilmektedir. Haberler de medya kuruluşu olmaksızın var olamazlar. Dolayısıyla karşılıklı bir ilişki söz konusudur. Her ne kadar günümüzde sosyal medya ile herkes haberciye dönüşmüşse de profesyonel anlamda habercilik, bireysel olarak (bir kuruma bağlı olmaksızın) yapılamamaktadır. Bu noktada medya işletmeleri hem haberin dağıtım rolünü üstlenirken hem de güvenilirlik ve yetkililiği sağlamaktadır (Çığ ve Çığ, 2011:36-39). Dolayısıyla güvenilirlik, pratikte habercinin ve medyanın karşılıklı etkileşimi ile oluşmaktadır.

Güvenilirlik habercinin ve medyanın etkileşimi ile ortaya çıkmakla birlikte, toplumdaki bireylerin algılamasına dayalıdır. Dolayısıyla haberci, kitle iletişim araçları ve hedef kitle ilişkisi büyük ölçüde güvene dayalı olmak durumundadır ve medya organları toplum desteğini sağladıkları ölçüde yaşamaya ve işlevlerini yerine getirmeye devam etmektedir. Toplumun kitle iletişim araçlarına güven duyması ise onların doğru, yansız, baskı altında kalmadan haber ve bilgi verebilmelerine ilişkin algılamaları gerekmektedir (Yılmaz, 2016:401).

Medyanın güvenilirlik algısı, haber güvenilirlik algısıyla doğrudan ilişkilidir. İnsanlar, güven duydukları iletişim araçlarını tercih etme eğiliminde olduğundan, kullanıcıların medya tercihi göre haber güvenilirliğini etkileyen unsurların neler olduğu araştırmalara konu edilmektedir. Bu algı, çoğunlukla içinde yaşanılan toplumla ilintili olmaktadır. Örneğin medyanın hükümetin yoğun kontrolü ve baskısında olduğu toplumlarda kullanıcılar internete ve sosyal medyaya daha fazla güven duyabilmektedir. Özellikle Arap Baharı yaşanan ülkelerde o dönemde insanlar hükümet kontrolündeki medyaya değil, internete ve sosyal medyaya daha fazla güven duymuştur (Algül, 2015:267).

Haberin ve medyanın güvenilirliği, medyanın haber verme işlevine karşı olan toplumun bakışını etkilemektedir. Son tahlilde haberciliğin işlevi, kamuoyunu bilgilendirmektir. Bu nedenle kamu yararı ön plana alınmalıdır. Haberin, okuyucunun, dinleyicinin ya da izleyicinin bilgi birikimi edinmesini sağlamak, ülke ve dünya gündemini takip etmesini sağlamak, ufkunu açmak, farklı bir bakış açısı kazandırmak gibi sorumlulukları bulunmaktadır. Bu nedenle habercilik, yalnızca olayı aktarmak değil, kamuda merak uyandırmak işlevini de yerine getirmektedir (Pavlik, 2013:153).

Medyanın haber verme işlevi, bir işlevden ziyade kamusal bir sorumluluktur. Bu işlevin yerine getirilmesinde sorumlu davranarak en doğru, en güvenilir ve en güncel bilgileri aktarmak durumundadır. Her ne kadar dünya tarihinde birçok salgın hastalık olmasına rağmen, tüm dünyayı

etkisi altına alan son salgının İspanyol Gribi olduğu, onun da 100 yıl önce gerçekleştiği düşünüldüğünde halen hayatta olan neslimizin salgın hastalıklar konusunda son derece tecrübesiz olduğu açıktır. Bu nedenle de medyanın haber verme işlevini yerine getirirken sorumlu davranarak topluma en doğru bilgiyi sunması gerekir.

2. Covid-19 Salgını

2.1. Salgının Dünyadaki Gelişimi

Covid-19, Koronavirüs (CoV) ailesi içinden türemiş yeni nesil bir virüstür. Koronavirüsler hayvanlarda ve insanlarda hastalıklara neden olabilen bir virüs türüdür. Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS-CoV) olarak bilinen, tek hörgüçlü develerden insana bulaşan ve Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS-CoV) olarak bilinen misk kedilerinden insana bulaşan hastalıkların da sebebi Koronavirüs ailesidir (Baydili,2020:159). 2019 yılı aralık ayı içerisinde Çin'in Wuhan kentinde deniz ürünleri ve hayvan satışlarının yapıldığı bir pazar yerinde ilk kez görülen 2019-nCov, bilinen yaygın adıyla Koronavirüs, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 11 Şubat 2020 tarihinde Covid-19 olarak isimlendirilmiştir. Covid-19, virüs ailesinin İngilizce karşılığı olan "Corona" kelimesinin ilk iki harfi, virüs kelimesinin İngilizce karşılığının ilk iki harfi, yine İngilizce'deki hastalık anlamına gelen "disease" kelimesinin baş harfi ve son olarak 2019 yılı içerisinde görülmüş olması nedeniyle -19 olarak kodlanarak, "Covid-19" olarak isimlendirilmiştir. (Demir vd. 2020:32).

Covid-19 salgını, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 11 Mart 2020 tarihinde "Pandemi", yani "küresel salgın" olarak tanımlamıştır. Salgın, ilk çıkış noktası Wuhan'dan Uzakdoğu ve Güney Asya ülkelerine sıçramış, sonrasında hızlı bir yayılım göstererek Avrupa, Asya, Amerika ve Afrika'da görülmüştür. Salgın Çin'de başlamış, sonrasında Avrupa'da ilk durakları İtalya ve İspanya olmuştur. İtalya ve İspanya'nın ardından salgın tüm Avrupa ülkelerinde görülmeye başlamıştır. Türkiye ilk vaka, Dünya Sağlık Örgütünün hastalığı pandemi olarak tanımladığı 11 Mart 2020 tarihinde görülmüştür.

Türkiye, tüm dünyada virüsün en son görüldüğü ülkelerden biri olmuştur. 11 Mart tarihine kadar herhangi bir vakanın görülmediği Türkiye'ye ulaşmadan önce virüs İran'da çok hızlı bir şekilde yayılmıştır. İran ve Türkiye, 1699 yılında çizilmiş kara sınırını halen aynı şekilde paylaştıkları, köklü tarihsel ve kültürel geçmişe sahip iki ülkedir. Özellikle doğu illerimizde İranlı turistler, yoğun bir şekilde günübirlik olarak ülkemize geçmekte ve alışveriş yaparak bölge ekonomisine katkı sağlamaktadır. Ancak salgının Türkiye'de görülmeden önce İran'da çok hızlı bir şekilde yayılmış olması, Türkiye'yi de ciddi bir salgın tehdidi altında bırakmıştır. 2020 yılının mart ayı, salgın konusunda tüm dünyanın gözünün İran'a, İtalya'ya ve İspanya'ya çevrildiği dönem olmuştur.

Özellikle Mart 2020'de ABD ve İngiltere gibi gelişmiş ülkelerde salgın tehdidine yönelik umursamaz açıklama ve politikalarıyla tüm dünyanın tepkisini çekmiştir. Nisan 2020'ye gelindiğinde tehdidin büyüklüğünün nihayet farkına varan ABD ve İngiltere de politikalarında değişikliğe giderek salgınla mücadele etmeye başlamıştır. Bu dönem öncesinde İngiltere'nin herhangi bir önlem almayıp sürü bağışıklığı politikasını uygulayacaklarını açıklaması, dünya kamuoyunda "büyük bir kumar" olarak nitelendirilmiştir.

Salgının yayılma hızı hemen her ülkede farklı şekilde gerçekleşmiştir. Dünyanın en kalabalık ülkelerinden Hindistan ve Brezilya'ya salgın nispeten geç ulaşmışsa da çok hızlı bir şekilde yayılmıştır.

Tablo 1'de dünyada covid-19 salgınının 28 Haziran 2020 tarihi itibarıyla durumu görülmektedir. 28 Haziran 2020 itibarıyla tüm dünyadaki toplam vaka sayısı 10 milyon 108 bin 738'e ulaşmıştır. Tüm dünyada 501 bin 868 kişi salgın nedeniyle hayatını kaybetmiş, 5 milyon 480 bin 877 kişi ise iyileşmiştir. Halen aktif olan vaka sayısı 4 milyon 125 bin 993'tür. Bu vakaların içerisinde ciddi / kritik durumda olanların sayısı ise 57 bin 880'dir.

Salgın Çin'de ortaya çıkmışsa da salgının merkezi Haziran 2020 itibarıyla ABD ve Brezilya olmuştur. ABD'de toplam vaka sayısı 2 milyon 356 bin 841'i bulmuştu. Bu vakaların 122 bin 250'si

hayatını kaybetmiştir. Brezilya covid-19 oranında 1 milyon sınırını aşan ikinci ülke olmuştur. Brezilya tarafından da 1 milyon 86 bin vaka ve 50 bin 659 ölüm bildirilmiştir. Türkiye, 187 bin 685 vaka ve 4950 ölüm ile dünyada 12. sırada yer almıştır.

Ülke	Vaka	Can Kaybı	İyileşen
ABD	2.510.323	125.539	679.308
Brezilya	1.313.667	57.070	727.715
Rusya	633.542	9.060	398.311
Hindistan	528.859	16.095	309.713
Birleşik Krallık	311.727	43.598	1.364
Peru	275.989	9.135	164.024
Şili	267.766	5.347	228.055
İspanya	248.469	28.341	150.376
İtalya	240.136	34.716	188.584
İran	220.180	10.364	180.661
Meksika	212.802	26.381	160.721
Pakistan	202.955	4.118	92.624
Fransa	199.473	29.781	75.773
Türkiye	195.883	5.082	169.182
Almanya	194.693	8.968	177.628
Suudi Arabistan	178.504	1.511	122.128
Bangladeş	137.787	1.738	55.727
Güney Afrika	131.800	2.413	67.094
Kanada	104.878	8.576	67.445
Katar	93.663	110	77.225
Kolombiya	88.817	3.076	36.335
Çin	84.743	4.641	79.591

Tablo 1. Covid-19 Vakalarının Ülkelere Dağılımı (TRTHaber)

Son Güncelleme : 28 Haziran 2020 - 15:00

Şekil 1. Covid-19 Virüsünün Dünyaya Etkisi (28 Haziran 2020) (John Hopkins Ün. Verileri)

Türkiye covid-19 ile mücadele diğer pek çok ülkeye göre daha başarılı bir mücadele gerçekleştirmiştir. Gerek ilk pozitif vakanın geç gözükmesi, gerek diğer ülkelerle işbirliklerine gidilmesi ve sağlık kurulunun erken kurularak anında gereken tedbirlerin alınması gibi etkenlerden dolayı covid-19 vakaları sayısal olarak dünyaya göre daha olumlu bir seyir halinde olmuştur. Şekil 2’de Türkiye’de ilk covid-19 vakasının görünmesinden 28 Haziran 2020 tarihine kadar ki vaka ve iyileşen insan sayısı kıyası gözükmektedir.

Şekil 1. Türkiye’de Günlük Vaka / İyileşen Kişi Sayısı

Şekil 2: Türkiye’de Salgının Artış Seyri Kaynak:

<https://www.worldometers.info/coronavirus/country/turkey/> (Erişim Tarihi: 28.06.2020)

Tablo 1: Covid-19 Pandemisinin Türkiye’deki 120 Günlük Seyrinin Kilometre Taşları (Kaynak: Sağlık Bakanlığının verilerinden Analiz edilerek derlenmiştir)

Tarih	Test	Pozitif	Ölüm	İyileşen	Toplam Pozitif Test	Toplam Ölüm
11.03.2020		1				
<i>İlk Vaka</i>						
18.03.2020		69	1		198	1
<i>Vaka sayısı 100’ü geçti- İlk ölüm</i>						
22.03.2020	1.758	289	9		1.254	30
<i>Vaka Sayısı 1000’i geçti</i>						
28.03.2020	7.641	1.704	16		7.420	108
<i>Ölüm Sayısı 100’ü geçti</i>						
30.03.2020	11.535	1.610	37		10.845	168
<i>Vaka sayısı 10 bini geçti</i>						
10.04.2020	30.864	4.747	98	281	47.047	1006
<i>Ölüm Sayısı 1000’i geçti</i>						
11.04.2020	33.170	5.138	95	542	52.185	1101
<i>Vaka sayısı 50 bini geçti</i>						
19.04.2020	35.344	3.977	127	1523	86.324	2017
<i>Ölüm sayısı 2000’i geçti.</i>						
23.04.2020	40.962	3.116	115	2014	101.808	2491
<i>Vaka Sayısı 100 bini geçti</i>						

29.04.2020	43.498	2.936	89	5231	117.607	3081
Ölüm sayısı 3000'i geçti.						
14.05.2020	34.821	1.635	55	2315	144.767	4007
Ölüm Sayısı 4000'i geçti.						
20.05.2020	20.838	972	23	1092	152.605	4222
Yeni vaka sayısı ilk kez 1000'in altına düştü.						
30.05.2020	39.230	983	26	1021	163.121	4518
Yeni vaka sayısı tekrar 1000'in altına düştü.						
1.06.2020	31.525	827	23	974	164.787	4566
Kontrollü Sosyal Hayat						
12.06.2020	41.013	1195	15	1242	175.236	4781
Yeni vaka sayısı tekrar 1000'in üzerine çıktı.						
28.06.2020	45.213	1.372	17	1.984	195.883	5.082

2.2. Salgının Türkiye'deki Seyri ve Alınan Önlemler

Türkiye'de ilk Covid-19 vakası, Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca tarafından 11 Mart 2020 gece yarısından sonra canlı yayında düzenlenen bir basın toplantısı ile açıklanmıştır. Covid-19 kaynaklı ilk ölüm ise 17 Mart 2020 tarihinde gerçekleşmiştir. Toplam vaka sayısı, kümülatif olarak 1 Nisan'da 15 bin 679'a, 1 Mayıs tarihinde ise 122 bin 392'ye ulaşmıştır. Yaklaşık iki buçuk ay süren kısıtlı ve karantinalı yaşam 1 Haziran tarihinden sonra yerini "Yeni Normal" ve "Kontrollü Sosyal Hayat" bırakmıştır. 28 Haziran 2020 itibariyle Türkiye'de görülen toplam vaka sayısı 195 bin 883'e, toplam vefat eden vatandaş sayısı 5.082'ye yükselmiştir. Yeni vaka sayısının ilk kez 1000'in altına düştüğü 20 Mayıs'tan bu yana, salgın tam olarak kontrol altına alınamamış, "Yeni Normal" denilen "Kontrollü Sosyal Hayat" dönemi sonrasında ise tekrar günde 1000'den fazla yeni vaka görülmeye başlamıştır.

Salgının ilk kez ortaya çıktığı Aralık 2019 tarihinden sonra salgına karşı en hızlı aksiyon alan ülkelerin başında Türkiye gelmektedir. Salgın konusunda Türkiye'nin aldığı önlemler kronolojik sıra ile aşağıdaki gibi sıralanmıştır (<https://www.dtr-ihk.de/tr/koronavirus/onlemler>):

Türkiye, 6 Ocak 2020 tarihinde Operasyon Merkezi kurmuş, 10 Ocak'ta ise bir Bilim Kurulu oluşturmuştur. 20 Ocak'ta başta Çin'in Wuhan kentinden gelenler olmak üzere Uzakdoğu ülkeleri, ABD ve Rusya'dan gelenlerin tamamı Türkiye'ye girişte taramadan geçirilmeye başlamıştır. 27 Ocak 2020'de Dışişleri Bakanlığı tarafından seyahat uyarıları yayınlanmaya başlamıştır. 1 Şubat'tan itibaren Türkiye, yurtdışında bulunan vatandaşlarını özel uçak göndererek Türkiye'ye getirmeye başlamıştır. 3 Şubat itibariyle Çin'e yapılan yolcu uçuşları ve Çin'den gelen yolcu uçuşları yasaklanmıştır. 23 Şubat'ta İran'la olan tüm kara ve demiryolu geçişleri durdurulmuştur. 29 Şubat'ta Irak, İtalya ve Güney Kore'den yolcu taşımacılığı yasaklanmıştır. 6 Mart'ta son 14 gün içerisinde İtalya'da bulunan yabancı ülke vatandaşlarının Türkiye'ye girişi yasaklanmıştır. 11 Mart'ta Avrupa teması olan bir Türk vatandaşında ilk kez Covid-19 görüldüğünü, dolayısıyla virüsün Türkiye'ye giriş yaptığını doğrulanmıştır. 12 Mart'ta ülke genelindeki tüm okullarda eğitim öğretime öncelikle 2 haftalığına ara verilmiş, tüm tiyatro, konser ve etkinlikler iptal edilmiş, eğitimde uzaktan eğitim modeline geçilmiştir. 14 Mart'ta Covid-19 önlemleri kapsamında Almanya, Fransa, İspanya, Norveç, Danimarka, Belçika, Avusturya, İsveç, Hollanda ve Azerbaycan'a uçuşlar, 17 Nisan'a kadar durdurulmuştur. 15 Mart'tan itibaren umreden dönen vatandaşlar öğrenci yurtlarında karantina altına alınmaya başlamıştır. 16

Mart'ta üniversiteler uzaktan eğitim modeline geçmiş, camilerde başta Cuma Namazı olmak üzere cemaatle kılınan namazlar yasaklanmıştır. 17 Mart'ta tüm kafe ve barlar, sinema ve tiyatro salonları, kahvehane, nargile bahçesi, internet kafe, oyun salonları, çay bahçeleri, lokaller, eğlence merkezleri, geçici bir süreliğine kapatılmış, dernek ve vakıflardaki genel kurullar yasaklanmıştır. 19 Mart'ta futbolda Süper Lig durdurulmuştur. 21 Mart'ta 65 yaş üstü vatandaşların ve kronik rahatsızlığı bulunan vatandaşların dışarı çıkmaları yasaklanmıştır. Ayrıca aynı tarihte 46 ülke olan uçuşlar karşılıklı olarak durdurulmuş, berber, kuaför ve güzellik merkezlerinin faaliyetleri durdurulmuştur. 22 Mart'ta THY tüm dış seferleri durdurmuştur. 24 Mart itibarıyla marketlere maskesiz girmek yasaklanmıştır. 25 Mart'ta maske ve dezenfektanın ihracatı izne bağlanmıştır. 28 Mart'ta şehirler arası seyahat yasaklanmış, askerlerin celp ve terhis işlemleri 1 ay süreyle ertelenmiştir. 30 Mart'ta salgının ekonomik etkilerini en aza indirebilmek için "Ekonomik İstikrar Kalkanı" adı altında ekonomik önlem paketi açıklanmıştır. 4 Nisan tarihinde, 30 büyük şehre ve Zonguldak'a giriş çıkış yasaklandı. 65 yaş üstüne getirilen sokağa çıkma yasağı, 20 yaş altına da getirildi. 9 Nisan'da 20-65 yaş arası vatandaşlara 10 gün içinde haftalık 5'er maske dağıtımına başlanmıştır. 10 Nisan itibarıyla 30 büyükşehir ve Zonguldak'ta hafta sonları ve resmî tatil günlerinde sokağa çıkma yasağı getirilmiştir. 4 Mayıs'ta yapılan açıklama ile 11 Mayıs itibarıyla ilk normalleşme adımlarının başlayacağı ve ilk adımda berber, kuaför ve güzellik salonları belirli kısıtlamalar altında açılacağı bildirilmiştir. Aynı tarihte celp ve terhis işlemlerinin haziran başında başlayacağı ilan edilmiştir. 11 Mayıs'ta yapılan açıklamada 16-19 Mayıs tarihleri arasında ve 18 Mayıs'ta yapılan açıklama ile 23-26 Mayıs Ramazan Bayramı süresince dörder gün boyunca tüm ülkede sokağa çıkma yasağı ilan edilmiştir. 28 Mayıs'ta ise normalleşme adımlarının 1 Haziran itibarıyla atılacağını ve bu yeni dönemin "kontrollü sosyal hayat" olarak adlandırılacağı açıklanmıştır.

347

1 Haziran itibarıyla kamu personeli normal mesaiye başlamış, kreşler ve gündüz bakım evleri açılmış, 65 yaş üstüne saat kısıtlamasıyla dışarı çıkma yasağı esnetilmiş, restoran, kafe, kıraathane, çay bahçesi, lokal, yüzme havuzu ve kaplıcalar belirlenen kurallar dahilinde açılmıştır. Plajlar, milli parklar ve bahçeler, deniz turizmi ve balıkçılık kapsamındaki faaliyetler belirli sınırlamalarla başlamış, bireysel sporlarla ilgili faaliyetlerdeki tüm sınırlamalar kaldırılmış, açık hava konserleri gece 24:00'te sona ermek üzere başlamıştır. 9 Haziran'da yapılan açıklama ile ise 65 yaş üstü vatandaşlara her gün 10:00-20:00 saatleri arasında dışarı çıkabilme izni verilmiş, 18 yaş altının yasağı ise kaldırılmıştır. Nikah salonları 15 Haziran'dan, düğün salonları, sinema ve tiyatro salonları ise 1 Temmuz'dan itibaren hizmet vermeye başlayacağı ilan edilmiştir. Lokanta, kafe ve kıraathanelerin kapanış saati 22:00'dan 00:00'a uzatılmıştır.

3. Medyada ve Covid-19: Pandemi Haberlerinin Medyada Sunumuna Yönelik Yapılan Araştırmanın Yöntem ve Amacı

Asıl görevi halkı doğru bilgilendirmek olan medya artık ticari bir hale gelmiş ve haber, satılmak için üretilen bir meta şekline dönüşmüştür. Bunun bir çıktısı olarak haberler dezenformasyona uğrayarak çoğu kez de manipüle edilmiştir (Kırık vd, 2020:47). Manipüle edilen haberler doğru bilginin sunulmasına engel olmuş ve bazen insan hayatına kadar etki edecek kadar tehlikelere neden olmuştur. Bunun en büyük nedeni medyanın kamuoyu oluşturma etkisinin bulunmasıdır. Kimi zaman medya kuruluşlarının patronları elde etmiş oldukları gücü kullanabilmekte, maddi, manevi menfaat gözeterek medya özgürlüğünü zedeleyebilmektedir (Kırık ve Özkoçak,2020:137). Bu savaş ve pandemi gibi olağanüstü toplumsal olaylarda medyanın faaliyet içinde olduğu ülke insanların doğru bilgilenebilmesini engelleyebilmektedir. Bu durumun uzun süre devam etmesi bir bağışıklık yaratmakta ve toplum medyanın doğru haber vermemesine karşı bağışıklık kazanarak medyaya olan inancını da yitirebilmektedir. Bu durum medyanın haber verme işlevinin yara alması ve bu fonksiyonun sağlıklı bir biçimde yerine getirilememesine neden olmaktadır.

2019 yılının sonunda Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan COVID-19 hastalığı küresel çapta bir salgına dönüşerek, bütün insanlık için tehdit haline gelmiştir. Bütün dünyada yetkililer bu hastalıkla ilgili sosyal mesafeyi sağlamak ve insan hareketliliğini asgariye düşürmek gibi temel önlemlerle hastalığın yayılım hızını düşürmeye çalışmaktadır. Dünyanın dört bir yanından gelen salgınla ilgili haberler, insanların ana gündem maddelerinden biri haline geldiğinde, insan iletişimde hastalıkla ilgili olan konuların sayısı artmıştır (Kızıldağ, 2020:672). Yaşanan bu gelişmeler sonucunda haberleşme ve iletişim ön plana gelmiş ve kitle iletişim araçları bu haberlerin sunulmasında büyük bir önem kazanmıştır.

Bu çalışmada Türkiye'de eğitim gören lisans öğrencilerinin Covid-19 salgınına yönelik haberleri nereden takip ettikleri ve medyanın Covid-19 salgınına yönelik haber verme işlevini nasıl bulduklarına yönelik olarak nitel bir araştırmaya yer verilmiştir. 01-30 Mayıs 2020 tarihleri arasında 272 üniversite öğrencisine uygulanan araştırma anket yolu yapılmıştır. Hazırlanan üç soruluk, ucu açık soru online olarak toplam 400 üniversite öğrencisine gönderilmiştir. Araştırmaya katılmak isteyen 272 kişi anketleri doldurarak online ortamdan teslim etmiştir. Araştırma İstinye Üniversitesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Haliç Üniversitesi, Yeni Yüzyıl Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesinin iletişim fakülte ve iletişim bölümlerinde eğitim gören öğrenciler arasında toplam 272 öğrenciye rassal olarak uygulanmıştır.

Betimsel bir nitel çalışma olan bu çalışmanın iki temel soruya yanıt aramaktadır. Bunlar:

1. Üniversitede eğitim gören gençler covid-19 pandemisi ile ilgili medyada hangi mecralardan takip etmeyi tercih etmiştir?
2. Üniversitede eğitim gören gençler covid-19 pandemisi sırasında medyanın haber ve bilgi verme fonksiyonunu yeterli bulmuş mudur?

3.1 Bulgular: Araştırmada elde edilen bulgular aşağıdaki gibi derlenmiştir.

Toplam 272 katılımcının katıldığı araştırmanın örnekleminde %58,57 kadın, %41,43 oranında ise erkekler yer almıştır.

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

	%
Kadın	58,57%
Erkek	41,43%
Toplam	100,00%

Katılımcılara salgınla ilgili haberleri hangi mecradan takip ettikleri sorulmuştur. Verilen yanıtlar incelendiğinde salgınla ilgili haberlerin en çok sosyal medya ve televizyondan takip edildiği belirlenmiştir. Erkek katılımcılar, salgınla ilgili haberleri televizyondan ve internetten kadınlara göre daha çok takip ederken, kadın katılımcılar ise erkek katılımcılara göre sosyal medyadan haberleri takip etmeyi tercih etmiştir. Radyo ve yazılı basın ise takip mecrası olarak en az tercih edilen mecralar olmuştur.

Tablo 3: Covid-19 Pandemisinde En Çok Takip Edilen Mecra

	Kadın	Erkek	Toplam
	%	%	%
Televizyon	32,50	67,50	27,59
Radyo	50,00	50,00	4,14
Yazılı Basın	55,56	44,44	6,21
İnternet	43,75	56,25	22,07
Sosyal Medya	60,34	39,66	40,00
Toplam	48,28	51,72	100,00

Yapılan araştırmada görüşlerini bildiren katılımcıların söz konusu görüşleri içinde en çok tekrar eden temalar derlenmiştir.

Konu ile ilgili bir erkek katılımcı, sosyal mesafenin önemine dikkat çekerek, evde kaldığı süre boyunca haberleri televizyon ve internetten takip ettiğini belirtmiştir:

“Evde kalmak, diğer değişle sosyal mesafe, Covid-19 gibi solunum yoluyla bulaşan hastalıklarda enfeksiyon zincirini kırmak için en önemli halk sağlığı önlemleridir. Bu süreçte olay hakkındaki gelişimleri takip etmek açısından bir de almamız gereken tedbirleri anlamak amacıyla bu konuda her gün değişen haberleri takip etmek bizim için zorunluluk haline geldi. Bu konuda evde kaldığım süre zarfında ilk olarak TV ve internetten takip edebildim. Zaten akşam haber saatlerinde günlük tablolar gösterildi ve gösterilmeye de devam ediyor...”

Bir erkek katılımcı ise televizyon ve internet tercihinde değişen bir durum olmadığını, zaten haberleri bu mecradan takip ettiğini, ancak salgınla birlikte televizyona olan erişiminin kolaylaştığı için televizyonu tercih ettiğini dile getirmiştir:

K 143: “Virüsün ülkemize girmesi ve salgının yayılması ile dışarı çıkmadım, hala çıkmıyorum. (...) Ülkemizdeki ve dünyadaki korona virüsü ve korona salgını ile ilgili sağlık haberlerini televizyondan ve daha çok sosyal medya-internetten takip etmeye başladım. Aslında bu benim için yeni bir şey değil zaten haberlerin hepsini normalde de bu mecralardan takip ediyordum. En çok kullandığım iki mecra bu dönemde, televizyon ve sosyal medya-internet oldu (...) Sosyal medya-internete her an her yerde ulaşabiliyordum, evde kaldığım için televizyona da daha rahat ulaşabilme imkânım oldu. Yani bu mecraları kullanmamın en büyük nedenlerinden biri onlara ulaşabilmemin evdeyken çok daha kolay olmasıdır.”

Bir diğer erkek katılımcı da televizyon ile internetin salgında en çok haber alınan mecra olmasının nedenini televizyonun güvenilirliği ve internetin hızıyla açıklamıştır.

K 19: “Televizyon ve internet. Televizyonun verdiği güven, internetin getirdiği hız tercih sebeplerimi belirledi. Televizyonda bir uzmanı dinlemek iyi hissettiriyorken, sıkıcı yayın akışından kurtulup internetin hızını tercih etmek gerekiyordu. Elbette hıza hâkim olduğumda bilgilerin çoğalması ve yanlış bilgilerinde yaygınlaşması kaçınılmaz bir son oldu.”

Yarışmaya katılan bir kadın katılımcı covid-19 ile ilgili haberleri edinirken en çok televizyon, internet ve sosyal medyayı kullandığını dile getirmiştir:

K 132: “Çoğunlukla TV, internet ve sosyal medyayı kullanıyorum. Çünkü en hızlı bu yollarla gündemi takip edebiliyorum. Akşamları zaten genel olarak dinlenme halinde olduğum için televizyon başında rahatça gündemi takip edebiliyorum. Telefon ve internet de her zaman elimizin altında yine aynı şekilde hızlı şekilde en güvenilir olacağını hissettiğim kaynaktan gündemi takip edebiliyorum.”

3.1.1 Medyanın Covid-19 Salgınında Haber Verme İşlevi Memnuniyeti

Araştırmamızın ikinci araştırma konusu medyanın covid-19 pandemisi sırasında haber verme işlevini doğru yapıp yapmadığı ve araştırmaya katılanların bu konudaki görüşleri olmuştur.

Bu konuda erkek katılımcıların neredeyse istisnasız tamamı, medyanın salgın sürecinde çok iyi bir sınav verdiğini savunmuştur. Medyanın haber verme fonksiyonunun iyi işlediğini belirten katılımcıların oranı yüzde 92 iken, medyanın bu süreçte toplumu bilgilendirmede yetersiz kaldığını savunanların oranı yüzde 5, bu konuda çekimser kalanların oranı ise yüzde 3 olmuştur.

Araştırmaya katılan katılımcıların bu konu hakkındaki görüşleri aşağıdaki gibi derlenmiştir.

K5 :*"Bence medyamız korona döneminde elinden gelenin en iyisini yaptı diyebilirim. Bizleri bilgisiz bırakmadı, bu çok önemli bir özellik bence. Haberlerden sonra tartışma programlarında hep doktorlar veya Bilim Kurulu üyelerini konuk ettiler. Bilgilendirmeye çalıştılar ne yapıp ne yapmamamız konusunda... Sokağa çıkma yasağı süresince sokaklara indiler sokağın durumundan bilgi verdiler. Hiçbir şekilde bilgisiz kalmadık diyebilirim. Ya da düzeltmek gerekirse eğer, devletin ve medya patronlarının bilmemizi istedikleri tüm bilgileri bizlere verdiler, vermeye de devam ediyorlar. Ben şahsım adına teşekkür etmek istiyorum."*

K 65: *"Medyanın haberleri bizimle sabah akşam günden güne paylaşması çok güzeldi. Hastalığın ciddiyetini anlamak açısından insanlar önlemlerini bu sayede aldı."*

K 54: *"Bence Türk medyası korona salgını süresince oldukça güçlü ve iyi bir sınav verdiğini düşünüyorum"*

K 152: *"Korona salgını döneminde medya haber verme işlevinde bence çok iyi bir şekilde ilerleme kaydetti. Bu dönemde her olayla ilgili haberleri medyadan aldık ve bu haberleri almamız bizim daha dikkatli davranmamıza yardımcı oldu."*

Bu görüşe katılmayanlar düşüncelerini anlatırken genelde medyanın tek derdinin reyting olduğunu savunarak medyanın bu dönemde dahi reyting almaya yönelik yayınlar yaptığını ve haber verme işlevlerini arka plana ittiklerini savunmuşlardır.

K 58: *"Televizyonların doğru şekilde sunum yaptıklarını düşünmüyorum. Yaptıkları yayınların tamamen show gibi, rating kazanmak için yaptıklarını ve bu durumu magazinselleştirdiklerini düşünüyorum."*

K 102: *"Salgının ilk dönemlerinde medya tek kalem olmuş ve sadece hastalığı ele alarak halkı bilgilendirme çabasıydı. Ancak insanlar gelen haberlere alışmaya başladıkça ne yazık ki ortaya yine haber değeri değil reyting kaygısı çıktı. Kanallar salgını dahi siyasi bir hale getirerek partileri hedef almaya başladılar. Süreç ilerlemeye başladıkça tartışma programları meydana çıktı ve konusunda uzman olduğu söylenen kişiler ile birlikte üniversite rektörleri tartışma programlarında salgından korunma tarifleri vermeye başladılar. Bu durum bizlere bir kez daha gösterdi ki ülkemizde bilirkişi çok ancak çözüm üretecek kişi maalesef yok..."*

Kadın katılımcıların yanıtları incelendiğinde medyanın haber verme işlevine yönelik görüşlerinin farklı nitelikte olduğu görülmektedir. Bu konuda kadın katılımcılar arasında medyanın iyi bir sınav verdiğini düşünenler olduğu (yüzde 69) gibi medyanın salgınla ilgili haberler konusunda sınıfta kaldığını savunan (yüzde 31) katılımcılar da olmuştur. Örneğin bir kadın katılımcı, medyanın haber verme işlevi konusunda başlarda olumlu görüşe sahipken, zamanla görüşlerinin olumsuzla döndüğünü savunmuştur.

K 94: *"(...) Yabancı medyaya bakarak Türk medyası, destek ve evde kalma çağrısı yaptı ve bu konuda birlikte hareket etti. Bu zor zamanlarda çok güzel bir şeydi. Ancak başlarda ne kadar birlik çağrısı yapılsa da zaman geçtikçe yine farklı ve propaganda sayılabilecek fikirler yayınlandı. Başlarda medya yayınlarının bu haber verirken ki birliğini takdir etsem de sonradan bozulması bende olumsuz düşünceler yarattı."*

K 201: “bence medyanın korona salgını döneminde haber verme işlevinin biraz daha iyi olmasını beklerdim. Haberleri her ne kadar iyi aktarsalar da bizlere önlem ve tedbir konusunda aktardıkları bilgilerin yetersiz kaldığını düşünüyorum. Alınması gereken önlemleri daha çok göz önünde bulundurmalarını tavsiye ederdim. Çünkü göz önünde bulundurulan her şey akılda daha kalıcıdır.

Bir diğer kadın katılımcı ise Covid-19 ile ilgili olarak her kanalda farklı bilgilerin verilmesinin oldukça kafa karıştırıcı olduğunu belirtmiştir:

K 195: “Bu dönemdeki haber kanallarının tamamının tabi ki “Korona nasıl bulaşır? Nasıl korunuruz?” vb. şekillerde haberler vermesini anlayışla karşılıyorum. Fakat aynı zamanda bilgi karmaşasından dolayı anlamsız buluyorum. Çünkü her gün aynı kanalda farklı haber programlarında farklı kişiler farklı bilgiler veriyorlar. Mesela birisi maske kullanmak çok iyi derken, bir saat sonra aynı kanalda diğer kişi maske kullanmak kesinlikle tehlikelidir diyor hatta sizi rahatlığa sevk eder diyor. İşte bu şekilde bilgi karmaşası oluyor. Galiba sürekli aynı haberler verildiği için de insanlar da korku, panik havası oluyor. Artık insanlar hastalık hastası oluyor. Korona fobi tarzında bir şey başlıyor burada, bu da süreci daha da tehlikeli hale getiriyor.”

Bununla birlikte kadın katılımcılar arasında ana akım medyanın iyi bir sınav verdiğini savunanlar da bulunmaktadır.

K 158: “Ben kanalları ne kadar eleştirsem de bu virüs hakkında verilen vakaların, gelişmelerin doğru, tutarlı, homojen olduğunu düşünüyorum. Özellikle de ana haber bültenlerine kıyasla ana akım haber kanallarının daha çabuk ve güvenilir bir şekilde sunduğunu düşünüyorum.”

K 215: “Medyanın haber verme işlevini açıkçası kötü bulmadım. Özellik tv muhabirlerin çabası takdire şayandı. Kendi canlarını tehlikeye atıp bize haber sunmak için bunu yapmaları emekçi olduklarının göstergesidir bence. Her an halkı haberdar etme çabalarını görmek güzel çünkü yer yer ne kadar yanlış diye eleştirdiğimiz medyanın bu şekilde davranması beni mutlu etti.”

K 203: “Medya korona salgını döneminde haber verme işlevini çok iyi buldum. Çünkü doğru ve güvenilir kaynakları takip edersek doğru bir şekilde bilgilenebiliriz oluruz ve panik ortamı sakinleşmiş olur.”

K 17: “Bu dönemde şaşırdığım konulardan birisi, medya açısından normale göre konunun beklediğimden daha iyi bir şekilde yönetilmesi, tamamen Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca’nın açıklamaları üzerinden gidilmesi oldu. Devletin verdiği bilgi ve veriler doğrultusunda hareket edilerek halkı endişeye, korkuya sürükleyecek herhangi bir söylemden kaçınılması dikkatimi oldukça çekti. Gündemi yönlendirme söyleminin de bu süreçte ön planda olduğunu düşünüyorum çünkü çoğunlukla “Hep birlikte güçlüyüz, evde kalalım” gibi halkı umuda yönlendirecek söylemlerin medya aracılığıyla aktarıldığını ve gündem başlıklarının bu söylemler üzerine belirlendiğini gözlemledim.”

K 49: “Korona salgını esnasında medya doğru haber verme görevini yerine getirdi bence. Ülkemizdeki salgın bilgilerini spekülasyonlara meydan vermeden bizlere ulaştırdı. Dünyadaki haberleri de sağlıklı olarak alabildik. Ülkemizle dünyadaki bilgileri kıyaslayarak, doğru bilgilere ulaşabildik. Sağlık çalışanlarının büyük mücadelesini, vefa destek gruplarının evlere yaptıkları ziyaretlere, medya vasıtasıyla tanık olduk.”

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerine salgın haberleri konusunda en beğendikleri ve sıklıkla takip ettikleri medya kuruluşunun hangisi olduğu sorulmuş ve üç yanıt vermesi istenmiştir. Buna göre NTV, TRT Haber ve Fox TV salgın haberleri konusunda en beğenilen medya kuruluşları olmuştur.

Tablo 4: Salgın Haberlerinde En Çok Tercih Edilen Beş Medya Kuruluşu

Kanal Adı:	Erkek	Kadın	Toplam
	%	%	%
HaberTürk	30,8	69,2	26,5
CNN Turk	25,0	75	17,7
TRT Haber	30,8	69,3	25,4
Fox	38,5	61,5	26,3
ATV	50,0	49,1	4,1

SONUÇ

Herkes ekonomi, teknoloji, silahlanma konuları üzerinden planlara yaparken, bu alanlara yatırım yaparken ve “üçüncü dünya savaşı” ifadesini kullanırken 2020 yılının Ocak ayında dünyada, mart ayında da Türkiye’de gündeme gelen Covid-19 Pandemisi dünyada hiç bir şeyin planlandığı gibi olmadığını gösterdi. Ne silahlanma, ne de ekonomik kavgalar insanoğluna bu kadar büyük bir zarar verebilirdi. Covid1-19 pandemisinin dünya gündemine gelmesi, dünyada ilk kez tüm toplumların tek bir düşmanla savaşmasına öncülük etti. O güne kadar birbirleriyle savaşan insanlar, pandemi ile birlikte tek bir düşmana karşı savaşmaya başladı. Bu düşman yeni tip korona virüsü Covid-19 oldu.

Covid-19 pandemisi ile beraber tüm dünyada sağlık yatırımlarının önemi bir kez daha önem teşkil etti. Silahlanmaya, lüks tüketime ve yaşam tarzlarına yapılan yatırımlar bir anda işlevini yitirdi. Dünyayı altı ayda yakıp kavuran covid-19 pandemisi 10 milyonun üzerinde insanın hastalanmasına ve 500 bin insanın hayatını kaybetmesine neden oldu. Bu virüse yakalanan insanların yarısına yakın bir bölümü iyileşse de , bu virüs ile mücadele konusunda dünya çok büyük bir mücadele ile karşı karşıya kaldı.

Covid-19 dünyadaki tüm yaşamı derinden etkiledi. Tüm sektörlerin ekonomik hacminin etkilendiği bu dönemde üretim ile tüketim arasındaki denge de bozulmuş ve dünyadaki tüm ülkelerin ciddi bir ekonomik kayba uğramasına neden oldu. Siyasi, ekonomik, psikolojik, sosyolojik boyutları dünyaya ciddi etkileri olan virüs, iletişim sektörünü de etkiledi. Covid-19 virüsü ve onun sonucunda ortaya çıkan pandemi döneminde karantinede kısıtlanmış bir sosyal hayat içinde olan insanların tüketim ve yaşam alışkanlıkları da değişti.

Medyanın en önemli işlevlerinden biri olan haber verme işlevi, covid-19 döneminde önceki dönemlere göre daha çok konuşulur oldu. İnsanlar, dünyayı tehdit altına alan, Çin’den çıkan bu virüs hakkında daha fazla bilgi almak için medyayı daha fazla kullanmaya ve kendilerini gelecekleri adına güncellemeye özen gösterdi. İşte bu dönemde daha çok eğlence işlevi işe önde olan medyanın “haber verme” işlevi ile covid-19 karşısında başarılı bir sınav verip vermediği konusu da tartışmaya açıldı.

Türkiye’de de 11 Mart günü başlayan pandemi tüm sektörleri derinden etkilemiştir. Pandemi döneminde iş yerleri uzaktan çalışma yöntemini tercih ederken, eğitim de uzaktan eğitim ile faaliyetlerine devam etmiştir. Medyada sosyal medyanın gücünün bir kez daha kendisini hissettirdiği pandemi döneminde Sağlık bakanlığı günlük olarak açıkladığı “Türkiye Günlük Korona Virüs Tablosu”nu sağlık bakanı Fahrettin Koca’nın kişisel Twitter hesabından açıklayarak bilgiyi sosyal medya üzerinden paylaşmayı tercih etmiştir. Medyanın haber verme işlevinin tartışıldığı bu dönemde

İstanbul Üniversitesi (İÜ) İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Yeşim Güçdemir,, pandemi döneminde kullanıcıların sosyal medyada daha önce hiç görülmemiş şekilde bir araya geldiğini ifade etti (Milliyet). Prof. Dr. Güçdemir, "Sosyal medya, bu dönemde tüm organizasyonların ihtiyaçlarına cevap veriyor. Devlet birimleri salgının önlenmesinde, hastalıkla ilgili bireylerin bilgilendirilmesinde ve bilinçlendirilmesinde, hasta takibinin ve etkileşimin takibi gibi durumların çözümünde yoğun olarak sosyal medyadan da faydalaniyor." Derken, Ad Colony'nin yaptığı araştırmaya göre bu dönemde insanların salgın sebebiyle Türkiye'de izolasyonun başlamasıyla kullanıcıların %61'i sosyal medya kanallarında daha fazla vakit geçirmişlerdir (Hürriyet).

Sosyal medya covid-19 döneminde de yükselişine devam ederken, geleneksel medyanın en önemli mecrası televizyonda önemli bir atak yaparak popülerliğini arttırdı. RATEM (Radyo ve Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği) yaptığı açıklamada pandemi döneminde televizyon izlenme alışkanlıklarının yüzde 23 oranında arttığını söyledi. Ratem Başkanı Gürsoy: "Halkın haber alması, bilgiye ulaşması, duyarlılığın oluşması medya aracılığıyla oluyor. Bu dönem radyo ve televizyonlarımıza olan güvene olumlu yansıdı. Özellikle haber kanallarımızın etkisi de arttı" (CNNTÜRK) diyerek televizyon mecrasının bu dönemde haber verme fonksiyonunu daha iyi kullanarak izleyicilerin ilgisini çektiğine vurgu yaptı. İpsos'un yaptığı bir araştırmada korona döneminde Türkiye'de insanların izolasyon sürecinde salgınla ilgili haber ve bilgileri yüzde 86 oranında televizyonda yayınlanan haber programlarından, yüzde 42 oranında sosyal medyadan, yüzde 45 oranında ise çevrim için gazetelerden aldığı açıklanmıştır (İpsos,2020). Araştırmada basılı gazete ve radyo mecrası yüzde 7 ile korona salgınının ilk döneminde en az haber amaçlı kullanılan mecralar olmuştur.

Covid-19 pandemisinde medyanın haber fonksiyonunun kullanımına yönelik üniversitede eğitim gören gençler üzerinde yapılan bu araştırmada da televizyon ile sosyal medya en önemli haber kaynağı olarak karşımıza çıkmıştır. Araştırmamızda covid-19 virüsü ile ilgili güncel bilgilerin yüzde 40 oranında sosyal medyadan, yüzde 27,59 oranında televizyondan alındığı görülmüştür. Bu araştırmada da radyo 4,14 , basılı gazete ise yüzde 6,21 ile covid-19 döneminde haber kaynağı olarak en az kullanılan mecralar olmuştur. Bu veriler bir kez daha Türkiye özelinde dijital medyada sosyal medyanın, geleneksel medyada ise televizyon mecrasının en güçlü mecralar olduğunu göstermiştir. Haber kaynağı olarak kullanılan sosyal medyanın bilgi güvenilirliğini televizyonla test ettiğini ifade ettiklerini söyleyen gençler 2020 Türkiye'sinde televizyon mecrasının haber verme fonksiyonunun hala güçlü olduğuna vurgu yapmışlardır. Erkekler televizyon ve internetten yayınlanan dijital gazeteleri daha fazla tercih ederken, kadınlar sosyal medyayı erkeklerde daha fazla kullandıklarını ifade etmişlerdir. Araştırmada covid-19 virüsü ile ilgili haberleri televizyon mecrasından takip edenlerin en çok Habertürk adlı haber kanalını tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin covid-19 virüsü ile haberleri edinirken en çok Habertürk'ü yüzde 26,5 ile takip etmişlerdir. İkinci sırada yüzde 26,3 ile Fox TV, üçüncü sırada ise yüzde 25,4 ile TRT Haber yer almıştır,

KAYNAKÇA

- Algül, A. (2015). Kurumsal ve Demografik Özelliklerin İnternet Haber Medya Güvenilirliği Üzerine Etkisi. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(44), 257-273.
- Alver, F. (2011). *Gazetecilik Bilimi ve Kuramları*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Banar, S. (2006). Türkiye'de Haber Verme İşlevinin Kişilik Hakları ve Etik Yaklaşımıyla Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(15).
- Baydili, İ. (2020). Covid-19 sürecinde YouTube'daki Doktor Videolarının WHO ve Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Söylemleri ile Karşılaştırılması. *Turkish Studies*, 15(4), 153-178. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.44188>.

- Chung, D. S., & Nah, S. (2013). Media Credibility and Journalistic Role Conceptions: Views on Citizen and Professional Journalists among Citizen Contributors. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 28(4), 271-288.
- CNN TURK (2020). <https://www.cnnturk.com/turkiye/koronavirus-etkisiyle-televizyon-izleme-orani-yuzde-23-artti> (Erişim Tarihi: 23.05.2020).
- Conlin, L., & Roberts, C. (2016). Presence of Online Reader Comments Lowers News Site Credibility. *Newspaper Research Journal*, 37(4), 365-376.
- Çığ, Ü., & Çığ, E. Ç. (2011). Haber Endüstrisi ve Gazetecilik Etiği. *İş Ahlakı Dergisi*, 4(8), 25-60.
- Demir, M., Günaydın, Y., & Demir, Ş. Ş. (2020). Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Türkiye'de Turizm Üzerindeki Öncülleri, Etkileri ve Sonuçlarının Değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1).
- Devran, Y. (2010). *Haber, Söylem, İdeoloji*. İstanbul: Başlık Yayınları.
- <https://www.dtr-ihk.de/tr/koronavirus/onlemler> (Erişim Tarihi: 15.06.2020)
- <https://www.worldometers.info/coronavirus/> (Erişim Tarihi: 28.06.2020)
- Hargreaves, I. (2007). *Gazetecilik*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Hürriyet (2020). <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/koronavirus-sosyal-medya-aliskanliklarini-nasil-degistirdi-41533562> (Erişim Tarihi: 28.06.2020).
- IPSOS (2020). <https://www.ipsos.com/tr-tr/koronavirus-haber-kaynaklarinda-tv-haber-programlari-basi-cekiliyor> (Erişim Tarihi: 24.05.2020):
- Girgin, A. , Özay, S. (2013). *Haber Yazmak*. Der Yayınları: İstanbul.
- Kars, N. (2010). *Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo – Televizyon Haberciliği*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Kırık, A. M., Var, S. S. A., Özkoçak, Ö. Ü. V., & Darıcı, Ö. Ü. S. (2020). Pandemi Dönemlerinde İletişim ve Algı Yönetimi: Yeni Koronavirüs Hastalığı (Covid-19) Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 8, Sayı: 104, Mayıs 2020, s. 36-57.
- Kırık, A.M. ; Özkoçak, Ö.Ü.V (2020). Yeni Dünya Düzeni Bağlamında Sosyal Medya ve Yeni Koronavirüs (Covid-19) Pandemisi. *Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Science*, Yıl: 7, Sayı: 45, Nisan 2020, s. 133-154.
- Kızıldağ, H. (2020). WhatsApp'ta yayılan COVID-19 mesajları zincir mektupların yeni ve farklı bir biçimi olabilir mi?. *Turkish Studies*, 15(4), 667-678. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.44181>.
- Metzger, M. J., Flanagan, A. J., Eyal, K., Lemus, D. R., & Mccann, R. M. (2003). Credibility for the 21st Century: Integrating Perspectives on Source, Message, and Media Credibility in the Contemporary Media Environment. *Annals of the International Communication Association*, 27(1), 293-335.
- Milliyet (2020). <https://www.milliyet.com.tr/teknoloji/sosyalmedya/corona-virus-sosyal-medya-kullanimini-onemli-oranda-yukseltti-6202354> (Erişim Tarihi: 28.06.2020).
- Özer, Ö. (2012). *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik*. Konya: Literatürk Academia.
- Pavlik, J. V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. (M. Demir, & B. Kalsın, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınevi.
- TRT Haber (2020). Koronavirüs Verileri. <https://www.trthaber.com/koronavirus-canli-harita> Erişim Tarihi: 28.06.2020
- Tokgöz, O. (2015). *Temel Gazetecilik*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Yılmaz, S. S. (2016). Medya Güvenilirliği: Gençlerin Güvenilirliği Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi E-Dergisi*, 4(1), 392-417.
- Yüksel, E., & Gürcan, H. İ. (2005). *Haber Toplama ve Yazma*. Konya: Tablet Kitabevi.
- Yüksel, E., Adıyaman, H. K., Aydın, N., Kurt, B., Çelik, C., Karaoğlu, E., & Demirel, M. (2015). İyi Haber de İyi Haber midir? Haber Değerleri Üzerine Bir İçerik Analizi Çalışması. *Selçuk İletişim*, 9(1), 94-114.