



İNTERNET GAZETELERİNDE TOPLUMSAL SORUMLULUĞU ARAMAK: COVID-19 HABERLERİNİN ANALİZİ: ODATV, MEDYARADAR, İNTERNETHABER ÖRNEĞİ

SEARCHING FOR SOCIAL RESPONSIBILITY IN INTERNET NEWSPAPERS: ANALYSIS OF COVID-19 NEWS: EXAMPLE OF ODATV, MEDYARADAR, INTERNETHABER

Tolga ŞAHİN

Kocaeli Üniversitesi

tstolgasahin24@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1333-5873

ÖZ

Geliş Tarihi:

02.01.2022

Kabul Tarihi:

26.01.2023

Yayın Tarihi:

31.03.2023

Anahtar Kelimeler

Risk Toplumu, Afet, Afet Kültürü, İnternet Gazeteciliği, Covid-19, Salgın

Keywords

Risk Society, Disaster, Disaster Culture, Internet Journalism, Covid-19, Pandemic

İçinde yaşadığımız toplumu “Risk Toplumu” olarak tanımlayan Ulrich Beck risk toplumunun bilim, medya ve enformasyon toplumu olduğunu ifade ederken bilginin sunumunun kendisinin içinde riski barındırdığını belirtmiştir. Neyin risk, neyin risk olmadığı konusunda toplumu yönlendirebilme gücü bulunan ve toplumsal fayda rolüyle afet iletişiminin önemli aktörleri arasında yer alan medyanın internetin gelişmesiyle dönüştüğü tık haberciliği ise risk toplumunda yeni risklerin oluşmasında başat aktörlerden biri konumuna gelmiştir. Covid-19 pandemisinde internet haber sitelerinin afet haber sunuş biçimlerinin ve toplumsal sorumluluk anlayışının haber üretiminde geçerliliğinin sorgulanmasının amaç edinildiği çalışmada, Covid-19 salgını sürecinde Odatv, Medyaradar ve Internethaber internet haber sitelerinde Aralık 2019- Nisan 2022 tarihleri arasında yayınlanan haberler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. İnternet gazeteciliğinin afet haberlerine yaklaşımını ortaya koyması açısından önem taşıyan çalışmada, toplamda 2.375 haber nicel ve nitel içerik analizine tabi tutulmuştur. Çalışma sonucunda, toplumu endişeye sevk eden haber iletileriyle ilgili internet gazetelerinin toplumsal sorumluluk anlayışından uzak bir yayıncılık anlayışı benimsediği bulgulanmıştır. Bu duruma medya ekonomi politığının neden olduğu öngörülmektedir.

ABSTRACT

In the risk society defined by Ulrich Beck as the science, media and information society, the presentation of information contains risks within itself. In this context, the presentation of news has become more important in Internet newspapers, where the rating concern is motivated instead of the principle of social responsibility. In this context, the aim of the study is to question the validity of disaster news presentation methods of Internet news sites and the understanding of social responsibility in news production during the Covid-19 pandemic. Dec December 2019- April 2022 in the period of Covid-19 pandemic in the study, the news published on the websites of the relevant newspapers on the Internet sites of Odatv, Mediaradar and Internethaber internet news sites were analyzed by the content analysis method. In the study, which is important in terms of revealing the approach of Internet journalism to disaster news, a total of 2,375 news stories were subjected to quantitative and qualitative content analysis. As a result of the study, it has been found that Internet newspapers related to news messages that cause concern to society adopt a publishing approach that is far from the understanding of social responsibility. It is assumed that this situation is caused by the political economy of the media.

DOI: <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1228601>

Atıf/Cite as: Şahin, T. (2023). İnternet gazetelerinde toplumsal sorumluluğu aramak: Covid-19 haberlerinin analizi: Odatv, Medyaradar, İnternethaber örneği *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi* 13(1), 470-484.

Giriş

Alman sosyolog Ulrich Beck ve Antony Giddens içinde yaşadığımız çağı “risk toplumu” olarak tanımlamıştır. Her iki isim de risk toplumundaki risklerin belirsiz, bulanık ve çok boyutlu olduğuna dikkat çekerken, risklerin bu özelliklerinin risklerin içinden yeni risklerin ortaya çıkma tehlikesini barındırdığına vurgu yapmaktadır. Risk toplumunu küreselleşmenin bir sonucu olarak gören bu bilim insanları, çağın en büyük sorununun “imal edilmiş belirsizlikler” olduğuna dikkat çekmektedir. Geleneksel toplumlardakinin aksine bu toplumlarda riskler kapalı, anlaşılabilir ve küresel özelliktedir. Modernleşmeyle beraber üretime sokulan bu riskler görünmez ve sonuçları tahmin edilemezdir. İmal edilmiş bu risklere karşı dışsal riskler ise aşağı yukarı öngörülebilir ve önlem alınabilir niteliktedir (Giddens ve Pierson, 2001: 222). Dışsal risklerin bu özellikleri afet yönetimini mümkün kılmaktadır. Diğer taraftan imal edilmiş risklerin yayılım hızı ise günümüz internet teknolojileri paralelinde hızlanmış ve kendi içinde risklilik durumu barındıran, belirsiz riskler daha tehlikeli bir hal almıştır. Çünkü bu riskler Beck’in de belirttiği gibi yayılım sürecinde abartılabilir, dramatize edilebilir ve asgari boyutlara indirilebilir. Bilginin kirlenmesi de risk toplumunu bekleyen en önemli sorunların başında gelmektedir (Beck, 2010: 561).

Bilginin yayımında en önemli araçların başında gelen medyanın sorumluluğu özellikle dijital platformlara kayması nedeniyle bu süreçte daha da artmaktadır. 90’lı yıllarla beraber hızlanan bu süreç sonunda ortaya çıkan internet gazeteleri ekonomik kaygılarla Google’un endeksleyeceği haberlere yönelerek ziyaretçi sayılarını artırma yoluna gitmiştir (Işık ve Koz, 2014: 28). Google’a yönelik merak uyandırıcı, bazen yanıltıcı başlıklar atılarak okur kitlenin haber tıklaması sağlanırken ortaya çıkan tık odaklı habercilik, gazetecilik etik, ilke ve normlarının da rafa kalkmasına neden olmuştur. İnternet gazetelerinin bu yönelimiyle ilgili Işık ve Koz (2014: 36) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, haberlerde içeriğin ikinci plana atıldığı, Google arama trendlerinde öne çıkmak için haberin tıklanmasını sağlayıcı başlıklara yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmacılar ayrıca geleneksel medya organlarının da tıklanma kaygısıyla haberlerinin dönüştüğü sonucuna ulaşırken bu durumun güvenin azalmasına ve yayıncılık kalitesinin düşmesine neden olduğu sonucuna varmışlardır. İnternet gazeteleri her türlü haberlerde olduğu gibi afetlerle ilgili haberlerde de bu yöntemi kullanma yolunu seçmektedir. Afet haberlerinde de bu uygulamaya yer verilmesi toplumun endişe ve panik içinde olduğu afet anlarında toplumda var olan endişe ve paniğin daha da artmasına neden olmaktadır. Yaşanan bu duruma karşı gazetecilerden beklenen gazetecilik etik, ilke ve normlarından sapmadan toplumsal sorumluluk ilkeleriyle habercilik yapmalarıdır. Normatif medya kuramları arasında yer alan toplumsal sorumluluk kuramı, kendisinden önceki otoriter, totaliter ve liberal kuramların aksine toplumsal sorumluluk yaklaşımında hükümetin geri planda kalması ve medyanın da özdenetim sistemleri yoluyla sorumlu bir basın anlayışına sahip olması gerektiği savunulmaktadır (Işık, 2012: 31). Özü toplumsal fayda olan stratejik afet iletişiminin en önemli aktörleri arasında yer alan medyaya yüklenen toplumsal fayda rolü normatif kuramlar perspektifiyle de uyum göstermektedir.

Bu bağlamda çalışmada normatif kuramın temel yaklaşımlarından biri olan toplumsal sorumluluk yaklaşımı perspektifinden gazetecilerin diğer habercilik türlerinde sürdürdüğü tık kaygısı veya stratejisinin daha büyük felakete neden olabilme potansiyeli bulunan afet haberlerinde nasıl değerlendirildiği sorusunun yanıtı aranmıştır. Toplumsal sorumluluk kuramı bağlamında gazetecilerin haber sunuşlarını tespit etmesi açısından önemli olan çalışmada, tık kaygısının afet haber üretim sürecine yansıyor yansımadağı tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada, arşivlerine sağlıklı bir şekilde ulaşılabilen internet siteleri arasından rastgele örneklem modeliyle belirlenen Odatv, Medyadar ve İnternethaber sitelerinde Aralık 2019- Nisan 2022 tarihleri arasında yayınlanan haberler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz kapsamında ilgili yayın organlarının internet sitelerinin arşiv bölümünde “Covid-19” ve “Covid” anahtar kelimeleri aratılarak Odatv’de 1647, Medyadar’da 1543, İnternethaber’de ise 8683 habere ulaşılmıştır. Araştırma evreninin büyük olması nedeniyle araştırmada sistematik rastgele örnekleme modeli kullanılmıştır. Bu örnekleme modeli, içeriği belirli bir sistematığe dayalı olarak ve çalışma evreninden belirli aralıklarla atlayarak belirlenen sayıda birimin seçilmesine dayanmaktadır. Bu kapsamda internet sitelerindeki Covid-19 ile ilgili haberler 5 güne bir haber olmak üzere rastgele örnekleme modeline göre çalışma örnekleme oluşturacak şekilde belirlenmiştir. Bu kapsamda Odatv’de 330, Medyadar’da 309, İnternethaber’de ise 1736 haber olmak üzere toplamda 2.375 haber nicel ve nitel içerik analizine tabi tutulmuştur.

1.Bilim, Medya ve Enformasyon Toplumu olarak Risk Toplumu

Geçmişten günümüze kadar ortak bir tanımı yapılamayan risk kavramını, bir olayın istenilmeyen sonuçlarının potansiyel gerçekleşmesi olarak tanımlayabiliriz (Güler ve Çobanoğlu, 1997: 21). Kavram ilk olarak dünyanın çeşitli yerlerine seyahat eden batılı kâşifler tarafından “bilinmeyen sulara yelken açma” anlamında kullanılmıştır (Giddens, 2000: 36). Risk kavramının kader kavramı yerine kullanımı ise batıda düşüncenin akılcılaşmasıyla mümkün hale gelmiştir. Kavramın bilimselleştirilmesi ve istatistik hesaplarında kullanımı 18. yüzyılda gerçekleşmiştir. Risk kavramının istatistik hesaplarında kullanımı sigortacılık endüstrisinin gelişmesine neden olurken olasılık hesaplarıyla normu bulma ve nelerin bu normdan sapma olduğunu tespit etmek mümkün hale gelmiştir. Bu sayede belirsiz, gelecekte ne olacağı kestirilemeyen, adeta kadere mahkûm bir dünya kontrol edilebilir ve yönetilebilir bir hale gelmiştir (Yıldırım, 2008: 76).

Risk kavramıyla toplum kavramını bütünleştirerek risk toplumu kavramını yaratan isim ise Ulrich Beck'tir. Kavram ilk olarak Beck tarafından 1992 yılında yayınlanan Risk Society Towards a New Modernity adlı kitabında kullanılmıştır. Beck bu toplumlarda çok boyutluluk, sentez, bulanıklık ve belirsizlik gibi kavramların ortaya çıktığını belirtmektedir. Beck toplumsal değişimin 3 aşamada gerçekleştiğini açıklarken üçüncü aşama olan düşünömsel modernitede, toplumun kendi kendisiyle yüzleştiğini, kendisini ve toplumsal kurumları sorguladığını ifade eder. Risk toplumu düşüncesine göre, bilginin artması “imal edilmiş belirsizlikler” yaratmaktadır. Beck'e göre modern toplumlarda toplumsal değişimin motoru artık ereksel rasyonalite değil, yan etkiler, riskler ve tehlikelerdir (Beck, 2005: 72, 85). Risk toplumunda riskler eski toplumlarda olduğunun aksine kapalı, anlaşılmaz ve küresel niteliktedir. Modernleşmenin bir parçası olarak sistematik bir şekilde üretilen bu riskler ve tehlikeler, görünmez durumdadır ve nedensel yorumlara dayanmaktadır. Bu özelliğinden dolayı riskler ve tehlikeler, başlangıçta yalnızca kendileriyle ilgili bilimsel ya da bilimsel olmayan bilgiler aracılığıyla var olurlar. Bu riskler bilgi ile değiştirilebilir, abartılabilir, dramatize edilebilir, asgari boyutlara indirilebilir ve bu ölçüde toplumsal tanım ve yapılandırmaya özellikle açıktır (Beck, 2010: 561). Risk toplumu kuramının sahibi Beck'in modernite ile ilgili yaklaşımlarına dikkat çeken Giddens (2000), günümüz risklerinin imal edilmiş riskler olduğunu söylerken bu risklerin doğuracağı sonuçların tam olarak bilinemeyeceğini dolayısıyla hesaplanamayacağını dile getirmektedir. Bu riskler yayıldıkça yeni risklilik durumlarını ortaya çıkarmaktadır. Bu yayılma ve risklerin değiştirilebilir, abartılabilir, dramatize edilebilir ve asgari boyutlara indirilebilir özellikleri göz önünde bulundurulduğunda bilginin kirlenmesi sorununun risk toplumunu bekleyen en önemli sorunların başında geldiği söylenebilir. Güvensizlik ve belirsizliğin hâkim olduğu risk toplumunda ise bu hızın kullanımı ve bilginin aktarılma şekli büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda risk iletişim sürecinin planlanmasına ihtiyaç vardır.

İyi planlanmayan bir risk iletişim süreci risklerin neden olabileceği tehlikelerden ve tehditlerden daha büyüklerine neden olabileceği için bu noktada etkili bir iletişim sürecinin gerekliliği ön plana çıkmaktadır (Morgan vd, 2002: 4). Bu noktada riskin krize dönüşmesi engellenmeye çalışılırken aynı zamanda oluşabilecek bir kriz anı içinde gerekli planlama yapılmaktadır. Risklerin gerçekleşmesi sonucu ortaya çıkan krizler ise toplum kültürü ile bağlantı içerisindedir. Kriz anında oluşturulan stratejiler, kültürün oluşmasındaki en büyük etkiye sahip olan “toplumsal bilinç seviyeleri”ne göre şekillendirilmektedir. Birbirinden farklı birçok tanımı bulunan bilinci, “bilen varlığın kendisinin dışında bir başka varlık hakkında sahip olduğu zihinsel bir fonksiyon” şeklinde tanımlamak mümkündür (Büyük, 2013: 136). Toplum bilinci/ kolektif bilinç ise insanların aynı inanç ve davranışlarda bulunmasını baskıcı önlemlerle sağlayan bir kavramdır (Durkheim, 2006: 267).

Kavramın yaratıcısı olan Emile Durkheim, bu kavramı bireylerin toplumsal birimlere nasıl bağlı olduklarını açıklamak için geliştirirken bireyin dayanışma duygusu ile toplumun var olabildiğini söylemektedir. Durkheim toplumsal bilinç içindeki dayanışmayı ikiye ayırmaktadır. Bunlar mekanik dayanışma ve organik dayanışmadır. Mekanik dayanışma toplumsal grupların oldukça homojen olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır. Mekanik dayanışma bireylerin ortak değerleri, inançları ve uygulamaları aracılığıyla bir araya toplanmasının kendiliğinden oluşması anlamına gelmektedir. Organik dayanışma ise benzer değer, inanç ve uygulamalar yerine iş dağılımı üzerine kurulmuş bir dayanışmadır. Organik dayanışma grupların birbirlerinin ihtiyaçlarını karşılaması sonucu işleyen bir toplum oluşumunda meydana gelir (Durkheim, 1960: 70, 111). Organik dayanışma şeklindeki yapılara devlet, medya, eğitim, yasalar ve gelenekler örnek verilebilir. Devlet, vatanseverlik ve milliyetçilik kavramlarıyla, medya ise toplumun düşünce yapısını ve fikirlerini şekillendirmeye toplumun bütünleştirilmesinde rol oynar. Toplumun kültürel yapısının da dikkate alınarak hazırlanan iyi bir risk iletişim planıyla afetlerden en az zararlı kurtulmanın mümkün olduğu risk toplumu aynı zamanda bilim, medya ve enformasyon toplumdur (Beck, 1996: 46). Toplumlara yıkıcı ve derinden etkileme potansiyeli olan pek çok risk soyut olduğu, anlaşamadığı için

risk olarak algılanmamakta ve bu durum riskin içinden başka risklerin doğmasına neden olmaktadır. Zira binlerce kişiyi etkileyebilecek deprem gibi bir riskin neden sosyal bir problem olarak benimsenmediğini araştıran Robert Stalling (1995: 189) çalışmasında denetim altında olduğuna inanılan, alışık olduğumuz risklerin (araba sürme vb.) daha kolay kabul edilebildiği sonucuna varmıştır. Bir başka örnekte ise, yamaçlarda ve aktif volkanların yakınında yaşayan Endonezya halkının volkanik tehditler karşısında nasıl davrandığını risk algısı, kültürel inançlar ve sosyo-ekonomik kısıtlamalar faktörleriyle açıklayan çalışmalarında Lavigne ve arkadaşları (2008: 276), Sindoro krateri etrafında yaşayan bireylerin, volkanik tehlikelerin farkında olmadığını çünkü kraterde meydana gelen patlamaların köylüler tarafından algılanamayacak kadar küçük olduğunu belirtmektedir. Deprem, salgın hastalıklar vb. risklerin sıklıkla karşılaşmaması nedeniyle somut risklerden farklı olarak önemli algılanmamasında şüphesiz medyanın da rolü bulunmaktadır. Risk toplumunda hâkim olan belirsizliği arttıran olguların başında çok fazla enformasyonun dolaşımında olması ve bu enformasyona olan ulaşım kolaylığı yer almaktadır. Bu noktada bilgiyi seçebilmek ve bunu doğru davranışa dönüştürebilmek önem kazanmaktadır. Bu ise risk toplumunda bireylerin sahip olduğu risk/afet okuryazarlığı seviyesiyle paralellik göstermektedir. Bu noktada önemli bir diğer husus, gazetecinin enformasyon alımlayıcısına güvenilir ve doğru enformasyonu sağlamasıdır. Gazeteci doğru enformasyonun seçiminde ve enformasyonun doğru bir şekilde okunmasında güvenilir bir kaynak olmakla mükelleftir. Bu noktada afet okuryazarı olarak gazeteci yetkinliği önem teşkil etmektedir.

Toplumların risk ve kriz durumlarına karşı verdikleri tepkiyi belirleyen bir diğer önemli husus ise toplumda var olan afet kültürü ve afet okuryazarlık seviyesidir. Afet okuryazarlığı ve kültürü afetler karşısında oluşabilecek zararları en aza indirmede en önemli hususlardan biridir. Geçmişten günümüze afetler ve afetlerin yaşanan toplumsal, siyasal, ekonomik ve hatta inançsal değişimlere etkileri değerlendirildiğinde toplumların farkındalığının ve afetlere karşı hazırlıklı olma durumlarının kültürel ve sosyolojik yapıya da bağlı olarak değişim geçirdiği söylenebilir. Toplumun ve ona afet/risklerle ilgili enformasyonu sunan eşik bekçileri gazetecilerin afet okuryazarlık seviyesinin artırılması afet müdahale süreçlerinin daha işlevsel hale gelmesine neden olacaktır. Yapmış olduğu haberlerle neyin önemli neyin önemsiz olduğu konusunda toplumu yönlendirebilme gücü bulunan medya neyin risk, neyin risk olmadığı konusunda da toplumu yönlendirebilmektedir. Covid-19 pandemisi sürecinde birçok araştırmacı tarafından yapılan çalışmalar, haberlerde çarpıcı ve keskin bir retorik kullanıldığı, umut veren kurgu haberlerin sayısının da küçümsenmeyecek kadar çok olduğu vurgulanmıştır (Koç, 2021a: 27). Bu durum ise riskin içinden risklerin doğmasına neden olmaktadır.

2. İnternet Gazeteciliğinin Tık kaygısının Habercilik Pratiklerine Yansıması ve Toplumsal Sorumluluk Yaklaşımı

İlk örneklerine Amerika'da rastlanılan internet gazeteleri, 1990'lı yıllarda geleneksel gazetelerin internete uyarlanması sonucu ortaya çıkmıştır. İnternet gazetesine ilk örnek 1995'te sayfalarını dijital aktarmaya başlayan New York Times ve The Washington Times gazeteleri olurken bu gazeteleri The Washington Post, Times Mirror, Tribune dahil olmak üzere sekiz büyük Amerikan gazetesi takip etmiştir (Korkmaz, 2009: 10). Türkiye'deki uyum sürecine baktığımızda ise internet yayıncılığına ilk örneğin Aktüel Dergisi olduğu tespit edilirken bu kapsamdaki ilk gazetenin ise 1995'te Zaman gazetesi olduğu daha sonrasında ise Milliyet gazetesinin internet yayın hayatına geçtiği görülmektedir. Milliyet gazetesini ise Hürriyet ve Sabah gazeteleri takip etmiştir (Kalsın, 2016: 78). Geleneksel gazetelerin sayfalarının internet ortamına aktarılması şeklinde uygulanan internet gazeteciliği, zaman içinde daha bağımsız bir hale gelirken takip eden süreçte ekonomik kaygıların ağır basmasıyla beraber internet haber siteleri 'Google trendlere' yönelik yaptıkları haberlerle dikkat çekmeye başlamıştır. Google'ın siteyi endekslemesi ve siteyi ön plana çıkarmasıyla daha fazla kitleye ulaşmaya çalışan internet haber siteleri ziyaretçi sayısını artırmaya yönelik haber başlıklarına ve içeriklerine sitelerinde yer vermiştir. Bunlara bir örnek SEO haber içerikleridir. Bu tür habercilik faaliyetinin devamında ise gazetecilik etik ilke ve normlarının da zamanla rafa kalktığı gözlemlenmiştir.

Avrupa ve ABD'de getirilen üyelik sistemleri gazetelerin medya ekonomi politiklerinden daha bağımsız şekilde hareket etmesine neden olurken bu durum haber başlıklarına da yansımıştır. Ancak özellikle Türkiye gibi internet gazetelerinin yasal bir düzenlemeye tabi olmadığı ülkelerde haber başlıkları abartılı bir şekilde, sıklıkla gerçeklikten kopuk veyahut ilgi çekiciliği artırmak üzere korku, panik, endişe gibi duygulara hitap eder şekilde atılmaya başlanmıştır. Bu tür haberler gazetecilik etik ilke ve normlarına aykırılık teşkil etmektedir. Afet

haberlerinde de tık haberciliği anlayışının benimsenmesi, abartılmış başlıklarla toplumda var olan panik ve endişeyi perçinleyebilmektedir. Bilginin sunumunun kendisinin bir risk durumu yarattığı risk toplumunda ise güvensizlik ve belirsizlik durumunun hâkim olduğu göz önüne alındığında medyada enformasyon sunumunun değiştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu sorunun çözümünde toplumla bilim insanlarının arasında enformasyonu sağlayacak gazetecilerin afet konusunda ihtisaslaşması önemlidir. Çünkü afet haberciliğinde afetin tür ve etkileri yanında içerik tasarımı, haber kaynaklarının seçimi ile afet yönetim ve kültürünün bilinmesi gerekmektedir (Koç, 2013: 319).

Önemli afet yönetim aktörlerinden biri olan medya bu dönemde her zamankinden daha fazla olarak endişe, korku ve panik halindeki topluma güvenilir bilgi sağlamakla mükelleftir. Bilim insanlarının daha fazla ön plana çıkarılması gereken bu süreçte, haber dilinden görsel kullanımına pek çok noktada haberler titizlikle hazırlanmalı, kamuoyunu bilgilendirici, doğru bilgilerin sunumuna önem verilmelidir. Halkta bilgi kirliliğine neden olacak enformasyonun sunumu konusunda doğru haber kaynağının kullanımı da büyük önem taşımaktadır. Çünkü afet odaklı haber üretiminde ekonomi politik ilişkileri ve afetler konusunda akredite olmuş uzman haberciler ve toplum odaklı habercilik anlayışındaki sorunlar afet haber içeriklerine de yansırken yanlış bilginin sunumuyla medya farklı afetlere neden olabilmektedir (Koç, 2021b: 130). Bu sürecin sonucunda ise okur güvensizliği ortaya çıkmaktadır. Okur güvenini sağlama ve afet gibi tüm bireyleri ilgilendiren ve birlik olunması gereken bir süreçte gazetelerin benimsemesi gereken anlayış ise toplumsal sorumluluk olmalıdır. Normatif kuramlar içinde yer alan toplumsal sorumluluk kuramı, 1947 Hutchins Komisyon Raporu'nun bir sonucudur. Özgürlükçü ortamın yarattığı sorumsuz gazeteciliğin gerçekte olup olmadığını araştıran komisyon 1947'de yayınladığı bir raporda, basının beş temel hizmeti eksiksiz olarak vermesi konusunda ısrarla durmuştur. Bu hizmetleri şöyle sıralayabiliriz (Göral, 2003: 15):

1. Günün haberlerinin doğru ve kapsamlı olarak derlenmesi.
2. Bir yorum ve fikir alış-verişinde bulunma ortamı yaratılması.
3. Özgür bir basın tüm düşünceleri yansıtabilmelidir. Basın canlı, günü gününe, saati saatine yasayan bir tarihin aynasıdır. Bu ayna gerçeklere uygun olmalıdır ve bu gerçekleri halka gösterebilmesi için basının özgür olması şarttır.
4. Toplumun hedef ve değerlerinin açıklığa kavuşturulması ve bu alanda tanıtım metotları saptanması.
5. Toplumun her üyesine ulaşma yolları araştırılması ve oluşturulması

Rapor gazetecilere liberal kuramdakinin aksine özgürlükten çok sorumluluk yüklemeye üzerine oluşturulurken gazetecilerin topluma karşı sorumlu olduğu ve gerçeği araştırıp bulmak ve yayınlamakla görevli olduklarına dikkat çekilmektedir. Raporda ayrıca basının kendisinden beklenen demokratik işlevlerini göz ardı ettiği, başka bir ifadeyle basın özgürlüğü ile basının yüklenmesi gereken sorumluluklar arasında çelişkiler olduğu, basının yaptığı yanlışlıkların kamusal bir sorun haline geldiği ve basının kamu yararına hizmet etmesi gerektiğinin göz ardı edildiği, basın alanında yaşanan ticari ve teknolojik gelişmelerin birey ve grupların basından yararlanma imkânını arttırmak yerine azalttığı eleştirileri yapılmıştır (Güz ve Yanık, 2020: 303). Medya kuruluşlarının medya patronlarına karşı değil, topluma karşı sorumlu olduğunu belirtirken toplumsal sorumluluk kuramı temel ilkelerini şu şekilde ortaya koymaktadır (Akdağ, 2020: 1179):

- Medya kuruluşları topluma karşı birtakım görevleri olduğunu kabul ederek bunları yerine getirmelidir.
- Bu görevler yapılırken bilgi verici olma, gerçeklik, doğruluk, nesnellik gibi standartlar göz önünde tutulmalıdır.
- Medya kanunlar çerçevesinde kendi kendisini sınırlandırıcı ve düzenleyici olmak durumundadır.
- Medya kuruluşları suça, şiddete ve toplumsal karışıklığa neden olabilecek ya da azınlıklara saldırı niteliği taşıyan yayınlardan uzak durmalıdır.
- Medya çoğulcu olmalı, toplumsal farklılıkları, farklı görüşlere yer vererek ve aynı zamanda cevap ve düzeltme hakkı tanıyarak ortadan kaldırmalıdır.
- Toplum, medyadan yüksek bir çalışma temposu bekleme gücüne sahiptir ve medya beklentileri yerine getirilmez ise kamu yararı için müdahale kaçınılmaz olmaktadır.
- İletişimciler ve medya uzmanları işverenlere ve pazara olduğu gibi topluma karşı da sorumludurlar.

Medyanın sorunlarının çözümünün, medyanın kamuya hizmet sorumluluğu çerçevesinde profesyonelleşmesi olduğu ileri sürülmüştür. Etik ilkelerin kavramsal olarak bir temelini oluşturması bağlamında toplumsal sorumluluk kuramı önemli bir yerdedir ancak benimsenmesi ve uygulanması noktasında soru işaretleri vardır (Akveran, 2018: 27). Gelişmiş demokrasiler medya kuruluşlarının görevlerini yerine getirirken topluma karşı sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri gerektiğine vurgu yapmaktadır (Güz ve Yanık, 2020: 300). Bu açıdan bakıldığında bu süreçte gazeteciliğin temel amacının da kanıta dayalı objektif ve nitelikli bilgi sağlamak olduğu ve acil durumlarda da sorumluluk ve gazetecilik etiği bağlamında haberlerin kamuya sunulması önem taşımaktadır (Pazarbaşı, 2021: 51). Medyaya duyulan güven buna bağlıdır.

3.Covid 19 Pandemi Haberlerinin Toplumsal Sorumluluk Yaklaşımıyla Değerlendirilmesi: Tık Kaygısının Yansıması

Günümüz toplumları için risk toplumu tanımlamasını yapan sosyologlardan Ulrich Beck'in de belirttiği gibi bu toplumlarda var olan riskler soyut ve belirsizdir. Risklerin soyut ve belirsiz oluşu, toplumda var olan korku kültürünü beslerken bunun en belirgin örneğini içinde bulunduğumuz pandemi sürecinde gözlemleme imkanı elde ettik. İnsanlığın yeni korkusu olan Covid-19 pandemisi, gözle görülemeyecek derecede küçük bir mikrobun gözle görülen etkilere neden olması nedeniyle insanlar üzerinde daha belirgin etkilere neden olmuştur. İnsanları virüse karşı korunma yollarını bilmemeleri ve çaresizlikleri medya organlarına yönlendirirken medyada yer alan haberlere de bu durum yansımıştır (Yılmaz ve Olkun, 2022: 913). Medyayı bu dönemde bilgilenme aracı olarak kullanan medya alımlayıcıları, infodemi yani fazla sayıda yanlış bilginin yayılması, bilgi kirliliği tehlikesiyle de karşı karşıya kalmıştır. Zira bu dönemde artan infodemi tehlikesine dikkat çeken Dünya Sağlık Örgütü Direktörü Dr. Tedros, yaşanan tehlikeyle ilgili "Biz sadece bir pandemiyle değil aynı zamanda bir infodemiyle de savaşıyoruz" ifadelerini kullanmıştır (Gölbacı ve Metintaş, 2020: 127). Melbourne Üniversitesi, Pollfish ve DSÖ'nün katkıları ile Mart 2021 yılında yayınlanan "Social Media and Covid-19" adlı raporda, infodeminin küresel çapta artarak yayılmasında, sosyal medya ve diğer dijital platformların rol aldığı ifade edilmiştir. Raporda dikkat çeken diğer bir husus ise, Covid-19 ile ilgili haberlere ve bilgilere erişimde sosyal paylaşım ve dijital ortamların dışında geleneksel kitle iletişim araçlarından ulusal gazeteler ve televizyon haberlerinin sıklıkla başvurulduğu belirtilmiştir (Aktaran: Cicioğlu ve Çelikcan, 2022: 339). Çok fazla sayıda yanlış bilginin dolaşımında olduğu bu dönemde, toplumsal sorumluluk kuramında belirtildiğinin aksine medya "gerçeğin peşinde koşmak" yerine "korku" öğesinden yararlanarak kitlelerin dikkatini çekmeye ve kitleleri istenilen yönde düşünmeye, tutum ve davranışlarını şekillendirmeye çalışmıştır.

Bu süreçte medya "korku" öğesini farklı şekillerde çerçevelemekte ve bu çerçevelemeyi dil ve söylem pratikleri aracılığıyla gerçekleştirmektedir (Balcı ve Karadeniz, 2022: 210). Toplumsal sorumluluk yaklaşımına en ihtiyaç duyulan böylesi zamanlarda medyanın korku çekiciliğinden yararlanma prensibini benimsemesi ve bu yolla tıklanma, izlenme ve okunma sayısını artırma yoluna gitmesi, risklerin başka risklere dönüşme tehlikesini barındırmaktadır.

Ancak bu durumun aksine Covid-19 pandemisi süreciyle ilgili gazeteler üzerinde gerçekleştirilen çalışmalar da medyanın bu süreçte toplumsal sorumluluk ilkesini rafa kaldırdığının şifrelerini bize vermektedir. Zira bu çalışmalardan biri olan ve Balcı ve Karadeniz (2022: 2020) tarafından 6 farklı gazetenin Covid-19 pandemisiyle ilgili haberlerini incelediği çalışmalarında, 6 gazetenin korku öğesini dil ve söylem pratiklerine yansıttıkları sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle dijital gelişim paralelinde basılı medyanın internet gazetelerine kayması sürecinde etik ilke ve kuralların rafa kaldırıldığı bir sürece girilmiştir. Adeta tıklanmak için her şeyin mübah olduğu günümüz internet gazetelerinde ilgi çekici, korkuyu perçinleyici ve yanlış bilgilendirici başlık ve içeriklerle toplum yanlış yönlendirilmektedir (Koç ve Şahin, 2022: 122).

Zira bunun en güzel örneğini covid-19'dan korunma yöntemlerine ilişkin toplumun adeta çaresizliğinden yararlandığı haberlerde görmek mümkündür. Korona virüs salgınından nasıl korunması gerektiğine yönelik medyada yer alan bilgilere yönelen topluma virüse karşı D vitamini kullanımının önemi sürekli haberlerde aşlanmıştır. Salgında aradan geçen 2 yıl sonunda D vitamini fazla kullanımı nedeniyle 'D Vitamin Zehirlenmesi' vakalarında ciddi artış yaşanmıştır (Mynet, 2022). Yani Beck'in de belirttiği gibi içinde bulunulan risk/afet başka türde risk ve afetlere neden olmuştur.

4. Araştırmanın Metodolojisi

Çalışmada, Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve kısa sürede küresel bir salgına dönüşen Covid-19 pandemisiyle ilgili arşivlerine sağlıklı bir şekilde ulaşılabilen internet siteleri arasından rastgele örneklem modeliyle belirlenen Odatv, Medyadar ve İnternethaber sitelerinde yer alan haberlerin analiz edilmesi amaç edinilmiştir. İnternet gazeteciliğinin afet haberciliğine yaklaşımını ortaya koyması açısından önem taşıyan çalışmada, Aralık 2019- Nisan 2022 tarihleri arasında ilgili gazetelerin internet sitelerinde yayınlanan haberler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu kapsamda ilgili yayın organlarının internet sitelerinin arşiv bölümünde "Covid-19" ve "Covid" anahtar kelimeleri aratılarak Odatv'de 1647, Medyadar'da 1543, İnternethaber'de ise 8683 habere ulaşılmıştır. Araştırma evreninin büyük olması nedeniyle araştırmada sistematik rastgele örnekleme modeli kullanılmıştır. Bu örnekleme modeli içeriği belirli bir sistematığe dayalı olarak ve çalışma evreninden belirli aralıklarla atlayarak belirlenen sayıda birimin seçilmesine dayanmaktadır. Bu kapsamda internet sitelerindeki Covid-19 ile ilgili haberler 5 güne bir haber olmak üzere rastgele örneklem modeline göre çalışma örnekleme belirlenmiştir. Bu kapsamda Odatv'de 330, Medyadar'da 309, İnternethaber'de ise 1736 haber olmak üzere toplamda 2.375 haber nicel ve nitel içerik analizine tabi tutulmuştur.

4.1.Araştırmanın Soruları ve Hipotezleri

Araştırmanın amacı, Covid-19 ile ilgili haberlere tık kaygısının yansıyor yansımadığını tespit etmektir. Bu kapsamda araştırmanın soruları şu şekilde oluşturulmuştur:

İlgili gazeteler Covid-19 haberlerinde hangi iletileri ve görselleri kullanmayı tercih etmiştir?

İlgili gazetelerin haberlerinde Covid- 19 ile ilgili haberlerinde toplumda var olan korku ve endişeyi artırabilecek iletilere ve görsellere yer verilmiş midir?

İlgili gazeteler Covid 19 salgınında toplumsal sorumluluk anlayışıyla hareket edebilmiş midir?

Araştırmanın soruları kapsamında hipotezler ise şu şekilde oluşturulmuştur:

H.1. İlgili haber siteleri Covid- 19 salgınıyla ilgili haberlerinde sansasyonel haber başlıklarına yer vermiştir.

H.2. İlgili internet siteleri Covid-19 salgınıyla ilgili haberlerinde toplumda var olan korku ve endişeyi artırabilecek iletilere yer vererek toplumsal sorumluluk anlayışından uzak bir yayıncılık anlayışı benimsemiştir.

H.3. Covid-19 salgınıyla ilgili uzman görüşlerine haberlerde daha fazla yer verilmesi gerekirken bunun tam tersi olarak ilgili haber sitelerinde uzman görüşlerine daha az oranda yer verilmiştir.

4.2.Elde Edilen Veriler ve Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında alınan internet gazetelerindeki Covid-19 ile ilgili haberler niceliksel ve niteliksel analize tabi tutulmuştur.

4.2.1.İnternet Sitelerinde Covid-19 ile ilgili Yer Alan Haberlerin Niceliksel ve Niteliksel Analizi

Aralık 2019- Nisan 2022 tarihleri arasında yayınlanan ve rastgele örneklem modeline göre belirlenen 2.375 haberin niceliksel ve niteliksel analizine ilişkin veriler aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 1. İnternet Sitelerinde Yer Alan Haber Başlık İçeriklerinin Dağılımına İlişkin Veriler

İnternet Siteleri ve Başlık İçerikleri	Odatv		Medyadar		İnternethaber		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Sansasyonel	243	73,64	217	70,23	936	53,92	1.396	58,78
Sansasyonel değil	87	26,36	92	29,77	800	46,08	979	41,22
Toplam	330	100	309	100	1736	100	2.375	100

Tablo 1'de yer alan ifadelerle göre, Covid-19 salgınıyla ilgili yayınlanan 2.375 haberin yüzde 58,78'i sansasyonel başlıklardan oluşmaktadır. Haberlerin gazetelere dağılımına baktığımızda ise Odatv'de yer alan haberlerin yüzde

73,64'ü, Medyadarad' da yer alan haberin yüzde 70,23'ü, İnternethaber'de yer alan haberlerin ise yüzde 53,92'si sansasyonel başlık ağırlıklıdır.

Tıklanma kaygısı güdülen internet gazeteciliğinde genellikle sansasyonel başlıklar seçilerek haberi okuyucunun açması okuması ve buradan bir gelir elde etmek amaç edinilirken olağanüstü bir durum olan ve insanların endişe ve panik halinde doğru bilgiye ulaşmaya çalıştığı bir ortam olan Covid-19 salgınında da bu yöntem seçilmiştir. Hâlbuki topluma doğru haberi ulaştırma amacının güdüldüğü habercilik faaliyetine olağanüstü hallerde daha çok ihtiyaç vardır ve gazeteciler ve gazete işletmeleri böylesi durumlarda toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket etmelidir.

Tablo 2. İnternet Sitelerindeki Sansasyonel Haber Başlıklarında Kullanılan İletilerin Dağılımına İlişkin Veriler

Sansasyonel Başlıklarda Kullanılan İletiler	Odatv		Medyaradar		İnternethaber		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Dehşet	0	00,00	13	5,99	0	00,00	13	0,93
Endişe	0	00,00	14	6,45	92	9,83	106	7,59
Felaket	14	5,77	0	00,00	0	00,00	14	1,00
İtiraf	7	2,88	0	00,00	0	00,00	7	0,50
Kabus	0	00,00	0	00,00	81	8,65	81	5,80
Korkutan/ Korkunç	56	23,05	37	17,05	270	28,85	363	26,00
Kötü	61	25,10	50	23,04	0	00,00	111	7,95
Kritik	14	5,76	0	00,00	56	5,98	70	5,01
Müjde	8	3,29	18	8,29	194	20,73	220	15,76
Panik	21	8,64	29	13,36	76	8,12	126	9,03
Skandal	6	2,47	0	00,00	0	00,00	6	0,43
Şok	0	00,00	16	7,37	46	4,91	62	4,44
Tehlike	24	9,88	9	4,15	45	4,80	78	5,59
Ürperten/Ürküten	0	00,00	7	3,23	76	8,12	83	5,95
Üzen	32	13,17	24	11,06	0	00,00	56	4,01
Toplam	243	100	217	100	936	100	1396	100

Tablo 2'de yer alan ifadelerle göre, haberlerde en çok kullanılan ileti yüzde 26,00 ile "Korkutan/Korkunç" iletisi olurken onu yüzde 15,76 ile "Müjde" ve yüzde 9,03 ile "Panik" iletileri takip ettiği görülmekte. Gazetelere dağılımına bakıldığında ise Odatv'de en çok kullanılan ileti yüzde 25,10 ile "Kötü" iletisi olurken onu yüzde 23,05 ile "Korkutan/Korkunç" iletisi ve yüzde 9,88 ile "Tehlike" iletisinin takip ettiği görülmekte. Medyadarad' da aynı şekilde en çok kullanılan ileti yüzde 23,04 ile "Kötü" iletisi olurken onu "Korkutan/Korkunç" (%17,05) ve "Panik" (%13,36) iletilerinin takip ettiği görülmekte. İnternethaber'de ise en çok kullanılan ileti "Korkutan/Korkunç (%28,85) iletisi olurken, onu "Müjde" (%20,73) ve "Endişe" (%9,83) iletilerinin takip ettiği görülmekte.

Haberlerde kullanılan başlıklarda genel olarak korku unsurundan yararlanılmak istenirken gazetelerin attığı başlıklardan birkaçı şöyle:

İnternethaber:

"Bilim Kurulu Üyesi korkuttu!", "Hollanda'da vizon paniği, Herkes şokta!", "Korkunç görüntü. Facia büyüyor şehrin her yanını toplu mezarlar sardı", "Yoğun bakımdan korkutan görüntüler", "Tüyler ürperten görüntü", "Ürperten itiraf", "Ercüment Ovalı'dan koronavirüs aşısı müjdesi".

Medyadarad:

"ABD'li bilim insanından korkutan koronavirüs açıklaması", "Dehşete düşüren Covid-19 raporu", "DSÖ'den ürperten açıklama", "Koronaya yakalanan erkeklere kötü haber", "Korkutan açıklama", "Korkulan oluyor".

Odatv:

“2 ay sonra korkutan açıklama”, “Korkutan tablo büyüyor”, “Meclis’te korona paniği”, “Bu fotoğrafın sonu kötü bitti”, “Korkutan rakam”, “Herkes aşı beklerken ilaç müjdesi”, “Kötü haberi verdi”.

Sansasyonel başlıklarla ilgi çekicilik artırılmaya çalışılırken bu süreçte halkta var olan umutsuzluğu körükleyecek veyahut umut vadeden başlıklarla bir güven sorunu da yaratılmaktadır. Korku faktörünün ön plana çıkarıldığı başlıklar toplumda var olan endişe ve paniği körüklemektedir.

Tablo 3. İnternet Sitelerindeki Haberlerin Konularının Dağılımına İlişkin Veriler

Gazeteler ve Haber Konuları	Odatv		Medyarakar		İnternethaber		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Tedavi Yöntemleri	87	35,80	65	29,95	357	38,14	509	36,46
Tedbirler	50	20,58	23	10,60	256	27,35	329	23,57
Tanınmış Kişiler	52	21,40	87	40,09	132	14,10	271	19,41
Hastalığın seyri	46	18,93	32	14,75	174	18,59	252	18,05
Diğer	8	3,29	10	4,61	17	1,82	35	2,51
Toplam	243	100	217	100	936	100	1396	100

Tablo 3’te yer alan ifadelerle göre, Odatv’de Covid-19 ile ilgili yer alan haberlerin konularının yoğun olarak “Tedavi Yöntemleri” (%35,80) ile ilgili olduğu onu “Tanınmış kişilerin hastalığı yakalandığına” ilişkin ve “Alınacak Tedbirlere” yönelik haber konularının olduğu görülmekte. Medyarakar’da ise yoğun olarak “Ünlülerin hastalığa yakalanmasına” ilişkin (%40,09) haberlerin yer aldığı onu “Tedavi Yöntemleri” (%29,95) ile “Hastalığın seyri”ne ilişkin (%14,75) haber konularının takip ettiği görülmekte. Diğer taraftan İnternethaber’de ise yer alan haberlerin yoğunluk sıralaması şu şekilde: “Tedavi Yöntemleri” (%38,14), “Tedbirler” (27,35), “Hastalığın Seyri” (18,59).

Tedavi yöntemleriyle ilgili haberler arasında Covid-19’a karşı geliştirilmeye çalışılan aşı ve ilaçlara ve bunları geliştirmeye çalışan bilim insanlarının açıklamaları yer alırken, tedbirlerle ilgili haberler arasında maske kullanımının etkileri, sokağa çıkma kısıtlamaları vb. tedbir haberleri yer almaktadır. Hastalığın seyrine ilişkin haberler arasında ise, salgının dünya ülkeleri ve Türkiye’deki son durumu, yayılım hızı, vaka sayıları ve DSÖ’nün salgınla ilgili yaptığı haberler yer almaktadır.

Tablo 4. İnternet Sitelerindeki Haberlerin Haber Aktörlerinin Dağılımına İlişkin Veriler

Gazeteler ve Haber Aktörleri	Odatv		Medyarakar		İnternethaber		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Uzmanlar	89	36,63	88	40,55	184	19,66	361	25,86
Uzman olmayanlar	154	63,37	129	59,45	752	80,34	1035	74,14
Toplam	243	100	217	100	936	100	1396	100

Tablo 4’te yer alan ifadelerle göre, internet siteleri tek tek ele alındığında ve toplamında “Uzman olmayan” haber aktörlerine internet sitelerinde yoğun olarak yer verildiği görülmektedir. Bu oran Odatv’de yüzde 63,37, Medyarakar’da 59,45, İnternethaber’de ise yüzde 80,34’tür. Toplamda ise bu oran yüzde 74,14’tür.

Bu veriler ışığında gazetelerin yoğun olarak resmi uzmanlara yani resmi ünvanlı kişilere yer vermediği sonucuna ulaşılmaktadır. Halbuki böylesine kritik bir konuda uzman görüşleri dışındaki açıklamalara ve yorumlara yer verilmemesi hem bilgi kirliliğinin önüne geçecek hem de toplumda oluşacak kafa karışıklığını engelleyecektir.

Tablo 5. İnternet Sitelerindeki Haberlerde Yer Alan Uzmanların Dağılımına İlişkin Veriler

Gazeteler ve Uzmanlar	Odatv		Medyarakar		İnternethaber		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Sağlık Bakanı	14	15,73	10	11,36	22	11,96	46	12,74
Bilim Kurulu Üyeleri	54	60,67	31	35,23	45	24,46	130	36,01

Enfeksiyon Hastalıkları DSÖ Yetkilileri	9	10,11	6	6,81	19	10,33	34	9,42
Toplam	89	100	88	100	184	100	361	100

Tablo 5’te yer alan ifadelerle göre, Odatv’de yoğun olarak (%60,67) “Bilim Kurulu Üyeleri”ne yer verilirken Medyarakar’da ve İnternethaber’de ise “Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) yetkilerine” yoğun olarak haberlerde yer verilmiştir. Bilim Kurulu Üyeleri’nin açıklamalarına yer verilen haberlerde salgında alınması gereken tedbirlere ve maskenin koruyuculuğuna vurgu yapılırken Sağlık Bakanı’nın açıklamalarında ise daha çok alınan ve alınacak tedbirlere yönelik ifadelerle yer verilmiştir. Gazetelerde bu süreçte daha çok uzman olarak DSÖ yetkililerinin görüş ve açıklamalarına yer verilirken Türk yetkililere daha az oranda yer verildiği görülmektedir.

Tablo 6. İnternet Sitelerindeki Haberlerde Kullanılan Fotoğraflara İlişkin Veriler

Gazeteler ve Haber Fotoğrafları	Odatv		Medyarakar		İnternethaber		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Kalabalık İnsan Topluluğu	27	16,86	33	15,21	123	13,14	183	11,11
Sağlık Bakanı	14	5,76	10	4,61	22	2,35	46	3,30
Bilim Kurulu Üyeleri	54	22,22	31	14,29	45	4,81	130	9,31
Tanınmış Kişiler	52	21,40	87	40,09	132	14,10	271	19,41
Bilim insanları	7	2,88	3	1,38	74	7,91	84	6,02
Mezarlık	33	13,58	21	9,68	129	13,78	183	13,11
Yoğun Bakım	24	9,88	12	5,53	101	10,79	137	9,81
Virüs sembolü ve Maskeli insan yüzü	11	4,53	7	3,33	93	9,94	111	7,95
Test tüpü	7	2,88	6	2,76	80	8,55	93	6,66
Serum şişesi	5	2,06	2	0,92	58	6,20	65	4,66
Tomografi filmleri	9	3,70	5	2,30	79	8,44	93	6,66
Toplam	243	100	217	100	936	100	1396	100

Tablo 6’da yer alan ifadelerle göre Odatv’de yoğun olarak (%22,22) “Bilim Kurulu Üyeleri”ne ve “Tanınmış Kişilere” (%21,40), Medyarakar ve İnternethaber’de ise yoğun olarak “Tanınmış Kişiler” yer verildiği söylenebilmektedir. Bu haberlerin yoğun olarak ilgili sitelerde kullanıldığı görüldüğünden gazetelerin ilgi çekiciliği artırmak için kullandığı fotoğraflar için diğer verilere bakmak gerekmektedir. Bu verilere bakıldığında ise, Odatv’de “Mezarlık”, “Kalabalık İnsan Topluluğu” ve “Yoğun Bakım” görsellerinin, Medyarakar ve İnternethaber’de de yine aynı şekilde “Mezarlık”, “Kalabalık İnsan Topluluğu” ve “Yoğun Bakım” görsellerinin kullanıldığı görülmektedir. Gazeteler bu süreçte yoğun olarak ilgi çekecek “tanınmış kişilere” haber görsellerinde yer vermiştir.

Sonuç

Odatv, Medyarakar ve İnternethaber sitelerinde yer alan toplam 2.375 haberin incelendiği çalışma sonucunda ilgili haber sitelerinde afet haberleriyle ilgili olarak daha çok ‘sansasyonel’ başlıkların tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. İlgili haber sitelerinde yoğun olarak ‘korkutan/korkunç’, ‘müjde’, ‘kötü’, ‘panik’, ‘endişe’ ve ‘ürperten’ iletilerinin kullanıldığı bulgulanmıştır. Bu türden haberlere, “Bilim Kurulu Üyesi korkuttu!”, “Hollanda’da vizon paniği, Herkes şokta!”, “Korkunç görüntü. Facia büyüyor şehrin her yanını toplu mezarlar sardı”, “Dehşete düşüren Covid-19 raporu”, “DSÖ’den ürperten açıklama”, “Herkes aşı beklerken ilaç müjdesi”, “Ercüment Ovalı’dan koronavirüs aşısı müjdesi” başlıkları örnek verilebilir. Bu sonuçlar, birinci varsayımı doğrularken, haberlerde toplumda var olan korku ve endişeyi artırıcı iletilere yer verildiğine yönelik ikinci varsayım da doğrulanmıştır. Çalışmayla elde edilen bir diğer sonuç ta korku ve endişeye yönelik iletilerin yanında haberlerde umut vadeden iletilere de yer verilmesidir. Çalışmanın üçüncü varsayımını doğrulayan bulguda ise haberlerde uzman isimlere daha az oranda yer verildiği görülmektedir. Diğer taraftan haber görsellerinde de ‘mezarlık’, ‘yoğun bakım’, ‘test tüpü’ ve ‘tomografi filmleri’ yoğun olarak kullanılmıştır.

Bu çalışma bir etki çalışması olmamasına rağmen haberlerde kullanıldığı tespit edilen ‘korku’, ‘endişe’, ‘panik’, ‘kötü’ gibi olumsuz iletilerin Covid-19 salgınında toplumda var olan panik ve endişeyi daha da artırdığını, ayrıca haberlerle sırf tık kazanmak için topluma sunulan yanlış enformasyonların başka risklere neden olduğunu söyleyebiliriz. Zira Covid-19 hastalığına karşı koruyuculuğu olduğu yönündeki yayımlar sonrası ‘D vitamini’ kullanımında ciddi bir artış yaşanmış, bu durumda ‘D vitamini zehirlenmesi’ vakalarının artmasına neden olmuştur. Bu kapsamda ilgili gazetelerin toplumsal sorumluluk anlayışıyla yayıncılık yapmadığını söylemek mümkündür. Bir toplumun afetler karşısında görebileceği zararları en aza indirme konusunda toplumun risk ve kriz durumlarına karşı vereceği tepkiyi belirleyen afet kültürünün ve afet okuryazarlığının geliştirilmesi kadar önemli bir diğer husus da özü toplumsal fayda olan afet iletişiminin bu öz itibarıyla en önemli aktörleri arasında gösterilen medya ve gazetecilerin sorumluluk bilincinin artırılmasıdır.

Öneriler

Medyanın ekonomik kaygı ve stratejilerinin internet gazeteciliğiyle beraber girdiği dönüşüm süreci, haber üretim süreçlerinin de değişimine neden olmuştur. İnternet gazetelerinde haberlerin ekonomik kaygı ve stratejilerle oluşturulması afet risk ve tehlikelerinin daha da artmasına neden olmaktadır. Bu noktada medyanın yayın politikasına bağımlı halde bulunan gazeteciler çoğu zaman çaresiz kaldıklarını ifade etmektedir (Koç ve Şahin, 2022). Bu noktada gazetecilik örgütlerine denetim açısından büyük görevler düşmektedir. Bu süreçte basın meslek örgütlerinin toplumsal fayda bağlamında afet ve risklerle ilgili bağımsız ve güvenilir haber kaynaklarının oluşturulması, afete dirençli toplum oluşturulması için elzemdir. Bu kapsamda yerel ama küresel işbirliğine açık, multidisipliner bilimsel bilgiye odaklı, tek bir bağımsız kaynaktan afet bilgi paylaşımının koordine edildiği entegre iletişim ve koordinasyon biriminin oluşturulması önerilmektedir (Koç, 2021b: 27). Medyanın afetlerle ilgili bağımsız ve güvenilir tek bir kaynaktan beslenmesi manipülatif enformasyonun oluşmasına engel olacaktır.

Bu kapsamda incelenen gazetelerden elde edilen verilerde de görülmektedir ki gazetelerde “uzman olmayan” bireylere konunun “uzmanlarından” daha çok yer verilmiştir. Bu durum alımlayıcılarda bilgi kirliliğinin önünü açarken toplumda var olan kafa karışıklığını da körükleyebilmektedir. Diğer taraftan uzman olarak ise Türk yetkililer yerine daha çok DSÖ yetkilerinin açıklamalarına yer verilmesi yerel resmi kaynaklara bir güven ve şüphe durumunun bir yansıması mıdır bilinmese de toplumdaki güven ve şüphe duygusunu körükleyebileceği açıktır. Bununla beraber sansasyonel haber başlıkları ve içerikleriyle medya alımlayıcının haberi okuması sağlanmak istenirken bu haberlerdeki “korkunç”, “tehlike” ve “panik” gibi iletilerle de toplumda var olan korku ve panik ortamı artırılmaktadır. Bunun yerine medya organlarının böyle bir süreçte daha itidalli yayımlara yönelmesi toplumsal fayda açısından da daha yararlı olacaktır. Gazeteci doğru enformasyonun seçiminde ve enformasyonun doğru bir şekilde okunmasında güvenilir bir kaynak olmakla mükelleftir. Medyanın haber dil ve söyleminin afet odaklı hale gelmesinde afet/risklerle ilgili enformasyonu alımlayıcıya sunan eşik bekçileri gazetecilerin afet okuryazarlık seviyesinin artırılması, afet müdahale süreçlerinin daha işlevsel hale gelmesine neden olacaktır. Bu kapsamda Afet okuryazarı olarak gazeteci yetkinliğinin artırılması önem teşkil etmektedir. Medyada sunulan enformasyonun doğru okunması bağlamında medya alımlayıcılarının da afet okuryazarı hale gelmesi, afetle mücadele sürecine katkı koyacaktır. Bir diğer konu da özellikle internet teknolojilerini gelişmesiyle beraber ortaya çıkan tık haberciliğidir. Bu tür habercilikte enformasyonlar tıklanma kaygısıyla ilgi çekecek şekilde korku, endişe ve paniği körükleyici türde kullanılırken afet haberlerinin de bu şekilde sunulduğu abartılmış enformasyon nedeniyle toplumda var olan korku ve paniği artırırken yanlış bilginin sunumu da başka risklere neden olmaktadır. Bu sorunun çözümü bağlamında örneğin “Afrikalı Gazetecilerin Afet Riskini Azaltma Ağı” gibi bağımsız mekanizmaların kurulmasıyla tıklanma kaygısıyla üretilen içeriğin zararlarının önlenmesi sağlanabilecektir.

Kaynakça

- Akdağ, M. (2020). Medya siyaset etkileşimi bağlamında Türkiye’de siyasetin medya alanındaki düzenlemeleri üzerine bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1173-1197. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.724441.
- Akveran, S. (2018). Ana akım medya karşısında alternatif medya ihtiyacı ve etik. *Adnan Menderes Üniversitesi Dördüncü Kuşak Dergisi*, 1(1), 10-31. EISSN: 2757-6035.
- Azı da zarar çoğu da! D vitamini hakkında doğru bilinen yanlışlar: Zehirlenmeye kadar yolu var. (2022, 11 Nisan). *Mynet*. Erişim adresi: <https://www.mynet.com/azi-da-zarar-cogu-da-d-vitamini-hakkinda-dogru-bilinen-yanlislar-zehirlenmeye-kadar-yolu-var-110106917092>.
- Balcı, Ş. & Karadeniz, B. (2022). Gazete haberlerinde korku çekiciliğinin izlerini sürmek: covid-19 pandemi haberleri üzerine bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi* 9 (1), 205-228. DOI:10.17680/erciyesiletisim.991734
- Beck, U. (1996). *Risk society: towards a new modernity*. London: Sage Publications.
- Beck, U. (2005). *Siyasallığın icadı*. (Nihat Ülner, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Beck, U. (2010), Risk toplumu: yeni bir moderniteye doğru. Anthony Giddens (Ed). *Sosyoloji başlangıç okumaları* içinde (ss.559-564) içinde. İstanbul: Say Yayınları.
- Büyük, C. (2013). DUALİZM, BİLİNÇ VE TANRI. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 39, 133- 158. Doi: 10.5281.
- Cicioğlu, B. & Çelikan, P. (2022). Pandemi döneminin ana haber bültenlerindeki izleyici katılımı üzerindeki rolü: FOX TV örneği. *Turkish Studies*, 17(2), 331-365. DOI: 10.7827/TurkishStudies.57293
- Durkheim E. (1960). *The division of labor in society*, (George Simpson, Çev.). Illinois, The Free Press of Glencoe.
- Durkheim, E. (2006). *Toplumsal işbölümü* (Özer Ozankaya, Çev.). İstanbul: Cem Yayınevi.
- Giddens, A. (2000). *Elimizden kaçıp giden dünya*. (Osman Akınhay, Çev.). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Giddens, A. & Christopher, P. (2001). *Modernliği anlamlandırmak: Anthony Giddens’la söyleşiler*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Gölbaşı, D. S. & Metintaş, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve infodemi. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi* (COVID-19 Özel Sayısı), 126- 137. DOI: 10.35232/estudamhsd.797508.
- Göral, M. (2003). Spor Basın Ahlakı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 1-20.
- Güler, Ç. & Çobanoğlu, Z. (1997). *Risk iletişimi ve risk yönetimi*. Ankara: Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi No:47.
- Güz, N. ve Yanık, H. (2020). Toplumsal sorumluluk yaklaşımı ve güven bağlamında medya ve kamuoyu araştırmaları arasındaki ilişki, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 8 (1), 298-336.
- Işık, M. (2012) *Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri (3.baskı)*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Işık, U. & Koz K. A. (2014). Çöp yığınlarında haber aramak: internet gazeteciliği üzerine bir çalışma. *E-Journal of New World Sciences Academy. Humanities Sciences*, 9(2), 27-43. DOI:10.12739/NWSA.2014.9.2.4C0178.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten geleceğe internet gazeteciliği: Türkiye örneği. *International Journal of Social Science*.. 42(3), 75-94 DOI: 10.9761/JASSS3267.
- Koç, S. & Şahin, T. (2022, Ekim 12-14). *Medyada toplumsal sorumluluk yaklaşımının tük haberciliği anlayışıyla yıkımı covid 19 pandemisi* [Sözlü sunum]. Cimsymposium. 19. International Symposium Communication in the Millennium.
- Koç, S. (2013). Türkiye’de risk toplumu sürecinde afet haberciliği. Ş. Çağlar (Ed.). *Şövalyelik Mesleği Gazeteciliğin Uzmanlık Alanları İçinde* (ss. 317- 348) içinde. Konya & Literatürk.

- Koç, S. (2021a). Afet iletişim ekolojisi penceresinden covid-19 pandemisi. Betül Pazarbaşı ve Selma Koç Akgül (Ed). *İletişim bilimleri bakış açısıyla küresel afet covid-19 pandemisi içinde*. (ss.11-48). İstanbul: Hiperyayın.
- Koç, S. (2021b). *Afet odaklı iletişim*. İstanbul: Hiperyayın.
- Korkmaz, A. (2009). İnternet gazeteciliğinin kamuoyu oluşumuna etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(2), 6-19.
- Lavigne, F, Pauline T., Morin, J. & Junun, S. (2008), People's behaviour in the face of volcanic hazards: Perspectives from Javanese communities, Indonesia, *Journal of Volcanology and Geothermal Research*, 172, 273-287.DOI: 10.1016/j.jvolgeores.2007.12.013.
- Morgan, G., Fischhoff, B., Bostrom, A. & Atman, C. (2002). *Risk communication a mental models approach*. New York: Cambridge University Press.
- Pazarbaşı, B. 2021). Kusursuz bir fırtına: covid-19 salgınında gazetecilik. Betül Pazarbaşı ve Selma Koç Akgül (Ed). *İletişim bilimleri bakış açısıyla küresel afet covid-19 pandemisi içinde*. (ss.48-74). İstanbul: Hiperyayın.
- Stalling, R. (1995). *Promoting risk: constructing the earthquake threat (social problems and social issues)*. Newyork: Aldine De Gruyter.
- Yıldırım, E. (2008). Risk toplumunda (depremle) yaşamak. *Akademik İncelemeler Dergisi*. 3 (1), 75-85.
- Yılmaz, G. Y. & Olkun, O. E. (2022). Dünya basınının covid-19 pandemisine bakışı: beş ülke beş gazete. *Erciyes İletişim Dergisi*. 9(2). 911-930. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.1081637.

EXTENDED SUMMARY

The German sociologists Ulrich Beck and Antony Giddens have defined the age in which we live as a “risk society”. While both names draw attention to the fact that the risks in the risk society are vague, fuzzy and multidimensional, they emphasize that these characteristics of the risks contain the danger of new risks emerging from the risks. These scientists, who see the risk society as a result of globalization, draw attention to the fact that the biggest problem of the age is “manufactured uncertainties”. Unlike in traditional societies, the risks in these societies are closed, abstract, incomprehensible and global. Many risks that have the potential to devastatingly and profoundly affect societies are not perceived as risks because they are abstract and cannot be understood, and this leads to the emergence of other risks within the risk. Because Robert Stalling, who is investigating why a risk such as an earthquake that can affect thousands of people is not accepted as a social problem, believes that the risks we are used to (driving, etc.) are under control in his study.) concluded that it can be accepted more easily (Stalling, 1995:189).

These risks and dangers, systematically generated as part of modernization, are invisible and are based on causal interpretations. Because of this feature, risks and dangers initially exist only through scientific or non-scientific information about themselves. These risks can be changed with information, exaggerated, dramatized, reduced to minimum dimensions, and to this extent they are particularly open to social definition and structuring. (Beck, 2010: 561). In this context, the role of the media comes into play. Because the media, which has the power to direct society about what is important and what is unimportant with the news it has made, can also direct society about what is risk and what is not risk.

In this process, the media and the journalist are obliged to be a reliable source in the selection of the correct information and in the correct reading of the information. At this point, the competence of a journalist as a disaster literate is important. However, click journalism, which the media has transformed with commercial concerns with the development of the Internet, is one of the leading actors in the formation of new risks in the risk society. As a result of this period, when the purpose of the media was circulation and monitoring concern rather than public benefit, click journalism became widespread, in which the quality of news decreased and news was tried to be sold with eye-catching news headlines. In this type of journalism, information is exaggerated to attract attention with rating anxiety by hosting messages that can fuel fear, anxiety and panic, while news headlines are also used as ‘clickbait’.

The presentation of disaster news in this way also increases the fear and panic that exists in society due to exaggerated information. The first reactions of the reader to the news that a risk is presented are anxiety and insecurity. If we evaluate it on the axis of the speed factor that comes with the Internet, it is seen that the presentation of information itself may pose a risk in the existing information pollution environment. Considering that the situation of insecurity and uncertainty prevails in the risk society, it is of great importance to change the way information is presented in the media.

However it is also important in our country is beginning to be a new pronunciation with the principle of Social Responsibility and what the community needs most fear, panic and extreme anxiety in an environment of uncertainty that is the right information of individuals for the purpose of Transportation is to ensure the adoption of journalism by journalists expressing disaster to publishing. Objective, scientific news sources and actors taking part in disaster news, prioritizing the public interest, not causing the society to fear and anxiety, news that will contribute to the development of the level of awareness of society is expected to be fictionalized. In the opposite case, the ‘vitamin D poisoning’ experienced during the COVID-19 process can be given as an example of the disaster that will occur otherwise. During the Covid-19 pandemic, vitamin D recommendations that were constantly presented in the media as a precaution against the epidemic caused an increase in cases of ‘vitamin D poisoning’ after a while. This situation shows how important the presentation of information is in the risk society and how dangerous it is.

In this context, the aim of the study is to question the validity of disaster news presentation methods of Internet news sites and the understanding of social responsibility in news production during the COVID-19 pandemic. Dec December 2019- April 2022 in the period of COVID-19 pandemic in the study, the news published on the websites of the relevant newspapers on the Internet sites of Odatv, Medyaradar and Internethaber internet news sites were analyzed by the content analysis method. In the study, which is important in terms of revealing the

approach of Internet journalism to disaster news, a total of 2,375 news stories were subjected to quantitative and qualitative content analysis. Study after study after heavily related news sites 'scared/Scary', 'The Gospel', 'bad', 'panic', 'anxiety' and 'chilling' message, where it is used to get the news in visuals, 'cemetery', 'intensive care', 'test tube' and 'CT films' is used as it is concluded that intensive. In the light of the data obtained, it can be said that Internet newspapers, related to news messages that cause concern to society, adopt a publishing approach that is far from the understanding of social responsibility.