

Covid-19 Pandemisi Sürecine İlişkin Bir Retorik Analiz: T.C. Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın Basın Açıklamaları

A Rhetorical Analysis of the Covid-19 Pandemic Process: Turkish Minister of Health Dr. Fahrettin Koca's Press Briefings

Sema ÇAĞLAYAN¹ 



¹Ph.D. Candidate, Kocaeli University, Faculty of Communication, Department of Public Relations, Kocaeli, Turkey

ORCID: S.Ç. 0000-0002-5715-8744

Sorumlu yazar/Corresponding author:

Sema Çağlayan, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kocaeli, Türkiye
E-posta/E-mail:
semacaglayan@gmail.com

Geliş tarihi/Received: 28.09.2020

Revizyon talebi/Revision Requested: 02.03.2021

Son revizyon teslimi/Last revision received: 12.05.2021

Kabul tarihi/Accepted: 26.04.2021

Atf/Citation: Çağlayan, S. (2021). Covid-19 pandemi sürecine ilişkin bir retorik analiz: T.C. Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın basın açıklamaları. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 60, 27-62. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2021-801246>

öz

Bu çalışmada, Covid-19 pandemisinin yarattığı risk ve korku sürecinde öne çıkan aktör olan Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın ideolojik ya da siyasi olmaktan öte, daha çok bilimsel bir alanda ve pandemi sürecinde gerçekleştirdiği konuşmaların söylem özelliklerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaçla Türkiye'de ilk Covid-19 vakasının açıklandığı tarih olan 11 Mart 2020 ile kontrollü sosyal hayata geçilen 11 Mayıs 2020 tarihleri arasında Bilim Kurulu toplantıları sonrasında gerçekleştirilen toplam 15 adet basın açıklaması cümleler halinde ayrıştırılmış ve 1.801 adet veri elde edilmiştir. Veriler "Retoriğin Beş Kanonu" ve "Aristoteles'in Üç İkna Kanıtı" bağlamında betimsel içerik analizi yöntemiyle incelenerek SPSS veri analiz programına kodlanmış, daha sonra Frekans (N) ve CrossTab (Çapraz Tablo) yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Aristoteles'in üç ikna kanıtına yönelik yapılan analize göre öne çıkan ikna bileşeninin logos olduğu tespit edilmiştir. Logos dâhilinde, mantki gerekçeler ve kanıtlarla kamuoyunu ikna etmeye yönelik çabanın hedefinin, pandemiyi yarattığı kriz sürecinde ihtiyaç duyulan güven duygusunu yansıtmak ve panik yayılımının kontrolünü sağlamak olduğu söylenebilir. Retoriğin beş kanonuna yönelik yapılan analizde, konuşmaların bölümlere ayrılarak yapılandırıldığı, üzerinde durulan konuların bağlamının anlaşılması için yeterli bilgi sağlamak adına öyküleme bölümlerine ve açıklamalara ağırlıklı olarak yer verildiği, ikna öğelerinin alt bileşenlerinin kullanımının ilgili her bölümde konunun bağlamına göre düzenlendiği tespit edilmiştir. Açıklamalarda yalın ve kısa cümlelerin yer aldığı, bununla birlikte süslülük unsurlarına da yer verildiği ve konuşmacının beden dilini etkin şekilde kullandığı belirlenmiştir. Konuşmaların Türkiye'nin geneline hitaben yapıldığı ve sıklıkla tıbbi açıklamalar içerdiği göz önünde bulundurulduğunda cümlelerin doğru bir strateji ile yapılandırıldığı görülmektedir. Kullanılan yalın dil ile iletişimde yaşanacak anlamsal kazaları en aza indirmenin, süslülük unsurları ile kamuoyunun ilgisini devam ettirmenin ve söylemi canlı tutmanın hedeflendiği söylenebilir. Bu bulgular, basın açıklamalarında retorik unsurlarının geniş kapsamda yer aldığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Retorik analiz, Aristoteles'in üç ikna kanıtı, retoriğin beş kanonu, Covid-19, pandemi

ABSTRACT

This study sought to reveal discourse characteristics in speeches made by the Minister of Health, Fahrettin Koca, pertaining to Covid-19 rather than ideological or political matters. Koca has been the most prominent actor in managing the risk and fear caused by Covid-19. The speeches in question were delivered after Scientific Committee meetings during the period from 11 March 2020, when the first case of Covid-19 appeared in Turkey, to May 11, 2020, when controls on social life were first applied. A total of 15 press statements were analyzed and were divided into individual sentences to obtain 1,801 individual pieces of data. The data were examined using qualitative and quantitative content analysis in the context of the "Five Canons of Rhetoric" and Aristotle's "Three Modes of Persuasion." They were then coded into SPSS for analysis, which allowed frequency (N) and cross tabulations (CrossTabs) to be calculated. Analysis based on Aristotle's three modes of persuasion demonstrated that logos was the most prominent persuasion component. The apparent goal of convincing the public with justifications

and evidence rooted in logos reflects the need to engender trust during the pandemic crisis and to control the spread of panic. Analysis based on the five canons of rhetoric showed that speeches were structured with clear sections. Narrative sections and explanations were included predominantly to provide sufficient information to contextualize the topics under discussion, and the use of sub-components of persuasion was tailored to the context of the subject in each relevant section. A preference for plain and short sentences was also identified, but ornamentation was also present and the speaker used body language effectively. Considering that the speeches addressed all of Turkey and frequently included medical explanations, they were clearly structured carefully. The use of plain language was likely designed to reduce potential semantic accidents, while elements of ornamentation helped to sustain public interest and to enliven the discourse. These findings indicate that rhetorical elements are widely present in press statements.

Keywords: Rhetorical analysis, Aristotle's three modes of persuasion, five canons of rhetoric, Covid-19, pandemic

EXTENDED ABSTRACT

During crises such as epidemics, the more the public trusts leaders who are responsible for managing the response, the more likely they are to adhere to necessary measures. Poor communication can even worsen a crisis (ECDC, 2011, pp. 8–9). Crisis communication, which seeks to inform and warn the public, supports efforts to alleviate the concerns of the public (CDC, 2014, p. 6). Accordingly, the attitudes adopted by leaders and the maintenance of a rapid and transparent information flow are important in calming the fear and panic likely to occur during a crisis. In this context, throughout the Covid-19 pandemic in Turkey, Fahrettin Koca, the Minister of Health, has kept the public informed about the current situation, warned them about the measures to be taken, and provided daily updates supported by data via both his personal Twitter account and press conferences to national media. This study therefore seeks to examine rhetorical features, rather than ideological or political elements, in the speeches of Koca, who has been the most prominent actor in managing the risk and fear caused by Covid-19. Speeches made during the pandemic are examined in terms of the arguments put forward to

convince the public, the density of persuasive components, the style of rhetoric, and the structure of speeches.

The research was carried out both quantitatively and qualitatively, based initially on a descriptive model. The scope of the research encompasses all press statements made by the Minister of Health after Scientific Committee meetings. The sample consists of 15 press events between March 11, 2020, when the first case of Covid-19 appeared in Turkey, and May 11, 2020, when controls on social life were first applied. In this study, a total of 15 press releases were separated into sentences to obtain 1,801 pieces of data. Each sentence was then encoded into SPSS for analysis in terms of its meaning, first in the context of Aristotle's three modes of persuasion, and then based on the five canons of rhetoric. Frequencies and cross tabulations were then calculated. The process of coding sentences occurred in three stages to prevent possible erroneous assessments. All 1,801 sentences were coded in the first stage, followed by a second round of coding four weeks later, and a third round after another two weeks. During the third coding, any sentences that were coded differently in the second stage were re-assessed and coded in the program to complete the process.

The results indicated that the most prominent component of rhetorical persuasion in speeches was *logos*. In Koca's speeches, references to the capabilities and success of Turkey's health system are frequent, the adequacy of human resources in health care is emphasized, and successful treatment outcomes are confirmed through statistics and explanations. The management of global epidemics is undertaken primarily by the medical and administrative disciplines. Thus, Koca has sought to convince the public through reason, evidence, and by explaining data and practices in the field of medicine. In so doing, he aims to instill a sense of confidence among the public that will be particularly necessary both to address the pandemic itself and to control the spread of anxiety and panic.

The analysis conducted on the basis of the five canons of rhetoric showed that narrative dominated the speeches. Narrative was used most prominently in the introduction, conclusion, evidence, and rejection/rebuttal sections. The data showed that Koca's speeches were structured with clear sections, and that the narrative sections and explanations were extended to provide the public with enough information to understand the context of the issues (McKay & McKay, 2011). The use of sub-components of persuasion was tailored to the context of the subject in each relevant section. In

times of crisis and panic, it is very difficult to convey vital information to the public in the correct manner (Sentell, Vamos & Okan, 2020, pp. 2-13). Since everyone can now create and share their own content with diverse media tools, it has become increasingly difficult to control the spread of unconfirmed information. This situation, called infodemic, interferes with access to reliable information and resources when needed (World Health Organization, 2020) and has led countries and various organizations to take additional measures during the Covid-19 pandemic. In this environment, the press statements regularly made by Koca since the beginning of the pandemic should be seen as meaningful and valuable efforts in the fight against infodemic.

Koca avoids using long, complex, tiring sentences in his speeches, and prefers simple, short sentences. Given that the speeches are addressed to the general public of Turkey and often include medical explanations, this configuration of sentences seems to be the right strategy. However, there are also elements of asiaticism in these speeches, especially motivating sentences, comparisons, appeals, idioms, and metaphors. Koca's use of these elements shows that he is trying to avoid mediocrity in his speeches and striving to keep the discourse alive by attracting the attention of the public. The use of diverse addresses is a technique for drawing attention. In particular, Koca's addresses other participants in press events in a friendly and glorifying manner, e.g., using names such as "Mr. Ali" or "Mrs. Hatice" that widely used throughout Turkey. This is likely to be more effective in drawing attention to the explanations to be presented. These addresses by Koca can help to establish a sincere connection with the target audience, to enhance the impact of the speech, and to extend the attention span of the audience.

All of these findings show that press statements by Turkey's Minister of Health, Fahrettin Koca, to the public include a wide range of rhetorical elements.

GİRİŞ

Halk sağlığıyla ilgili krizler, sağlık, ekonomi ve hatta dünyadaki ulusal güvenlik üzerinde çok büyük olumsuz etkilere neden olmaktadır (Qiu, Rutherford, Chu, Mao, & Hou, 2016, p. 1). Beklenmedik bir zamanda beliren ve kontrolü güç olan krizler, toplumu oluşturan bireyler üzerinde de korku ve endişeye yol açmaktadır. Daha çok halkı bilgilendirme ve uyarma ihtiyacı ile ilişkili olan kriz iletişimi de topluluk liderlerinin kriz sürecinde halkın endişelerini yatıştırma çabalarına destek olacak profesyonel bir katkı sunmaktadır (CDC, 2014, p. 6). Doğru şekilde yürütülen bir kriz iletişimi yaklaşımı da toplumun korkularını gidermeye yardımcı olarak panik ortamının sakinleşmesini kolaylaştıracaktır.

Çeşitli salgınlar gibi kriz durumlarında, kamu güveninin sağlanması esastır. Krizleri yönetmekten sorumlu kuruluşlara halkın güveni ne kadar yüksek olursa, önerilen önlemlerin halk tarafından benimsenmesi de o oranda yüksek olmaktadır. Krizi yönetmekten sorumlu kuruluşlara düşük düzeyde güven duyulması durumundaysa halk, bilgi ve tavsiyelerin güvenilirliğini ile örgütün krizi yönetme ve halk sağlığını koruma yetkinliğini sorgulama eğiliminde olmaktadır. İyi yürütülen bir kriz iletişimi, halkın güvenini sağlamak ve korumak için önemlidir. Zayıf bir iletişim, krizin olumsuz etkisini daha da kötüleştirebilmektedir (ECDC, 2011, pp. 8-9). Kritik bilgilerin geç yayınlanması, mesajların birden fazla kaynak aracılığıyla sunulması dolayısıyla çakışması, gerçekçi olmayan aşırı güven verici iletişim ile duruma uygun duygu durumunu sergileyemeyen ve uygunsuz mizah kullanarak yanlış ifadelerle konuşan konuşmacılar gibi zayıf iletişim unsurları, amacı hastalık, yaralanma ve ölümleri etkili bir şekilde azaltmak, önlemek ve bireyler ile toplulukları normal yaşamlarına mümkün olduğunca çabuk döndürmek olan kriz yönetiminin çabalarını engellemektedir (CDC, 2014, p. 15).

Bir salgının erken ilan edilmesinin, sınırlı bilgi ve belirsizlik durumunda bile, en iyi strateji olduğu kabul edilmektedir. Krize yönelik bu yaklaşım, kamuoyuna kriz hakkında bilinenlerin yöneticiler tarafından hızlıca ve açıkça bildirildiği konusunda güven verir ve kriz geliştikçe bilginin gizlenmeyeceği beklentisini ortaya koyar. Kriz iletişiminde özenle seçilmiş bir sözcü de önemlidir. Özellikle salgınların yol açtığı krizlerde, sözcünün aynı zamanda bir sağlık uzmanı olması, yüksek düzeyde sosyal güven oluşturmada etkili olmaktadır (ECDC, 2011, pp. 8-9).

2019 yılının son günlerine doğru tüm dünya, ilk kez Çin'in Vuhan kentinde ortaya çıkan yeni tip koronavirüs (Covid-19) tehdidi ile karşı karşıya kalmıştır. Virüsün tüm dünyada hızla yayılmasının ardından Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) pandemi ilan etmiş ve ülkeler bu virüs ile mücadelede çeşitli yöntemler ve uygulamalar gerçekleştirmeye başlamıştır. Türkiye'de de pandemi ile mücadele kapsamında, Sağlık Bakanlığı bünyesinde, dünyada ilk diye tabir edilen "Bilim Kurulu" oluşturulmuş ve 31 üyesi ile çalışmalara başlamıştır. Bu süreçte Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, ortalama üç günde bir gerçekleştirdiği Bilim Kurulu toplantılarının ardından basına ve tüm kamuoyuna yönelik basın açıklamaları ile kurulda alınan kararları ve önerileri paylaşmıştır. Fahrettin Koca'nın Covid-19 pandemisi sürecinde yürüttüğü kriz iletişimi stratejisinin şeffaf olması, durumu açıklayıcı verilere başvurması ve bilgilendirmenin sık yapılması gibi özellikleri taşıması bakımından alanyazında belirtilen öneriler ile paralellik göstermesi dolayısıyla bu çalışmada incelemeye tabi tutulmuştur.

Araştırmanın amacı, küresel sağlık krizi sürecinde, Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın basın açıklamalarında yaptığı konuşmaları, halkı ikna etmeye yönelik öne sürdüğü argümanlar, ikna bileşenlerinin yoğunluğu, hitabet tarzı ve konuşmanın yapısı bakımından inceleyip yorumlamak; böylelikle kriz sürecinde, en önemli aktörlerden biri olan Sağlık Bakanı'nın halka yönelik gerçekleştirdiği konuşmalarındaki özellikleri ortaya koymaktır.

Araştırmada, Türkiye'de ilk Covid-19 vakasının bildirildiği tarih olan 11 Mart 2020 ile kontrollü sosyal hayat uygulamasının başladığı 11 Mayıs 2020 tarihleri arasında, Bilim Kurulu toplantıları sonrasında gerçekleştirilen toplam 15 adet basın açıklaması cümleler halinde ayrıştırılmış ve toplam 1801 adet veri elde edilmiştir. Daha sonra her cümle, "Aristoteles'in üç ikna kanıtı (ethos, pathos, logos)" ve Cicero'nun belirlediği "retoriğin beş kanonu" bağlamında ifade ettiği anlam bakımından betimsel veri analizi yöntemiyle incelenmiş ve SPSS veri analiz programına kodlanmış, daha sonra Frekans (N) ve CrossTab (Çapraz Tablo) yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Aristoteles'in üç ikna kanıtı, hitap edilen kitlede hedeflenen amaca başarıyla ulaşmak için gereken mantıki ve duygusal özellikler ile kişilik özelliklerini konuşmaya katmada rehber niteliğinde olduğu için; retoriğin beş kanonu ise, hitabeti analiz etmede geniş çerçevede ve bütüncül bir bakış açısı sağladığı için bu çalışmada tercih edilmiştir.

Gerçekleştirilen analiz ile konuşmacının, Covid-19 pandemisi sürecinde ideolojik ya da siyasi olmaktan öte, daha çok bilimsel bir alanda gerçekleştirdiği konuşmaların söylem özelliklerinin ortaya çıkarılmasının amaçlanması ve ilgili konuşmaların nadir görülen küresel bir sağlık salgını kapsamında ve süreç devam ederken yapılması

dolayısıyla önem taşımaktadır. Alanyazında çeşitli liderler, bilim adamları ve siyasetçilerin konuşmalarını çözümlenmeye dair gerçekleştirilen retorik analiz çalışmaları bulunmakla birlikte, dünya nüfusunun geneline yönelik tehdit oluşturan salgınlarda, süreci yönetmekle sorumlu liderlerin konuşmalarını retorik analiz kapsamında inceleyen çalışmaların çok az oluşu, bu çalışmanın özgün değerini ortaya çıkarmaktadır.

Kavramsal Çerçeve: Retorik ve Retorik Analiz

İletişim alanında, etkisi hâlâ geçerli olan ve kullanılmaya devam eden en eski teori, “klasik retorik”tir. Retoriğin karmaşık bir dünyada karmaşık bir konu olduğunu söyleyen Meyer (2017, p. xiii), iki bin yıldan fazla bir süre önce Avrupa’da ve Asya’da ortaya çıkan retoriğin sadece Batı dünyasında hayatta kaldığını ve geliştiğini söylemektedir. Batı politik düşüncesi geleneğine dayanan retorik başlangıçta siyasi işlere aktif olarak katılan eski Yunanistan vatandaşları için etkili konuşma talimatlarını içermektedir. Retoristler, konuşmanın farklı bölümlerini, tartışma biçimlerini ve farklı izleyici türlerini kazanmaya yardımcı olabilecek stratejileri sınıflandırmışlardır. Bu nedenle retorik, sözlü iletişimi kontrol etmek, onu etkili, unutulmaz ve hatta diğer durumlar için tekrarlanabilir kılmakla ilgili olmuştur (Martin, 2014, p. 15).

Burke, retorik kelimesini, bir retor (bir hatip veya bir konuşmacı) tarafından yürütülen ikna edici söylemin sanatı olarak tanımlamaktadır (Martin, 2014, p. 2). Burke’e (1996, p. xiv) göre retoriği tanımlayan anahtar terim tanımlama değil, ikna etmektir. Benzer şekilde Habinek (2005, p. 6), retoriği, mevcut ikna araçlarının incelenmesi olarak tanımlamakta ve klasik antik çağda hitabet yaygınlığından dolayı ayrı bir entelektüel ve sosyal girişim alanı olarak ortaya çıktığını belirtmektedir.

Meyer (2017) retoriğin, tartışmalarda, günlük konuşmalarda, sanatta, kısacası her yerde varlığını ortaya koyduğunu, dolayısıyla retoriğin birçok özelliğe sahip olduğunu belirtmektedir. Meyer’e (2017, p. xiii) göre retorik, insanlar, gruplar, bireyler veya her ikisi arasındaki kimlik ve farkın diyalektikidir. Retorik, tarafları belirli bir soru üzerinde bölen veya birbirine yaklaştıran müzakere ve soruların farklılıklarının bir ölçüsüdür.

Retoriğin çizgileri belirsizdir. Bir kavram olarak çeşitli sorunlarla ilgilenebilmektedir. İkna konusunda önemli bir araç olan ve dilbilim, göstergebilim, edebiyat, tarih, felsefe gibi disiplinlerin birlikte kullanıldığı retorik, bir kodlama şekli olarak mesajların nasıl yapılandırıldığı ile ilgilenebilmektedir (Durmuş & Gür, 2017, p. 112).

Antik Yunan dönemine dek uzanan bu akademik disiplin, klasik retorik analizinin temelini oluşturmaktadır (Bıçakçı, 2012, p. 334). Geçmişten günümüze retorik, sofistler ve filozofların üzerinde çalıştığı, büyük bir öğreti haline gelmiş bir kavramdır. Aristoteles'ten Platon'a, Quintilianus'dan Cicero'ya çok sayıda düşünür, retorik geleneğini araştırmış, çerçevelendirmiş ve öğreti şeklinde sunmuştur. Retorik geleneğinin tarihçesine bakıldığında, alanda Aristoteles'in etkisinin büyük olduğu görülmektedir. Aristoteles mantıklı, gerçekçi ve rasyonel bir bakış açısına sahip olmuştur. Aristoteles için retorik, insanları ve toplumları ikna için bir araç olduğundan, retorisi Atina toplumundaki çeşitli tiplerdeki insanları anlamak için incelemiştir (Berger, Best, & Turner as cited in Bıçakçı, 2012, p. 334).

Aristoteles, retorisi, gerçekleri ortaya çıkarmak için felsefi akıl yürütme anlamındaki diyalektiğin karşılığı olarak tanımlamaktadır. Retorinin odak noktasının sadece ikna etmek değil, "her maddenin ikna edici yönlerinin tespiti" olduğunu savunmaktadır. Ona göre retorik, argüman, kanıt, izleyici gibi unsurlar göz önüne alındığında en iyi vakanın nasıl ortaya konabileceğine dair bir soruşturmayı kapsamaktadır (Martin, 2014, p. 22).

Cicero da şüphesiz en başarılı retorik yazarlarından birisidir. Bir retorisyen olarak Cicero, ideal hatibin (retor/konuşmacı) tüm asil sanatlarla donatılması gerektiğini belirtmiş ve bu yönde detaylı bir model oluşturmuştur (May, 2002, p. 1). Martin'e (2014, p. 51) göre bu model, retorik analiz ve eleştiri yapmak için doğrudan bir kaynak niteliği taşımaktadır. Cicero retorinin, hedef kitleyi etkileme sanatı olduğunu söylemiştir. M.Ö. 106 ve 43 yılları arasında yaşamış olan ve Roma'nın önemli hatiplerinden biri olan Cicero, retorik katkıda bulunan eserler kaleme almıştır (Ekinci, 2017, p. 51). Cicero'nun çalışmalarında konuşma becerileri, polis (Antik Yunan şehri) hayatının merkezinde yer almıştır. O, ideal bir hatibi, dinleyicilerini akıl, otorite ve duygu ekseninde birleştirerek ikna edebilen erdemli bir birey olarak tanımlamaktadır. İyi bir konuşmacı, belirli niteliklere sahip olan ve konuşmasını bir tür sanat olarak oluşturan kişi ile karakterizedir (Martin, 2014, p. 25).

Retorik Analizde Aristoteles ve Cicero

Aristoteles'in Üç İkna Kanıtı

Retorisi bir durumda mümkün olan ikna yöntemlerinin kullanılması olarak ifade eden Aristoteles, konuşmalarda üç tür ikna yöntemi olduğunu söyler. Bunlardan ilki konuşan

kişinin karakteri ile ilgilidir (ethos). Aristoteles'e (2018, pp. 27-28) göre iyi insanlara diğerlerinden daha kolayca inanılmaktadır. Ona göre karakter, ikna sürecinde en etkili yöntemdir. İnsanların bir konuşmacının bilgili, güvenilir ve iyi niyetli olduğuna ikna olması durumunda, onun söylediklerini doğru olarak kabul etme olasılıkları çok yüksektir. Aristoteles karakteri üç kurucu unsura ayırmaktadır. Dinleyiciler üzerinde iyi bir karakter izlenimi bırakmak isteyen konuşmacı zekâ ve mantık, erdem ve iyi niyet sergilemelidir (Herrick, 2013, p. 84). Ethos, konuşmacının değerli ve doğru bir karakter olarak algılanması, en azından söz konusu konuyla ilgili olarak, bir konunun akla yatkın görünmesi için iknaya yönelik argümana hayati bir katkı sunmaktadır. Kısacası, dinleyicilerin (veya okuyucuların) konuşmacılara, savundukları kararların gerçek ve doğru kaynakları olarak güvenmesi gerekir. Bu güveni tecrübe etmek her cümlenin geçerliliğini incelemek değil, söylenenlerin dinlemeye değer olduğuna güven duymak demektir. Böylece ethos, argümanların akla yatkın görünmesine katkıda bulunur (Martin, 2014, p. 63).

İkinci yöntem, dinleyicinin ruh halini değiştirmeye yönelik olan pathos'tur. Konuşma duyguları harekete geçirebiliyorsa, ikna etmesi daha yüksek olasılıktadır (Aristoteles, 2018, pp. 27-28). Pathos terimi, genellikle ikna edici mesajlara bir izleyiciyi eyleme geçirme güçlerini veren duyguları veya duygusal cazibeleri ifade etmek için kullanılır. Ancak Aristoteles'in duygulara ilgisi, özellikle duyguların kitlelerin yargısını etkileme kabiliyeti ile ilgilidir. Bilgili bir konuşmacı hem dinleyicilerin kararlarını etkileyen hem de onları harekete geçiren güçlü inanç ve hislere sahip olabilir. Pathos tartışmasında Aristoteles, öfke, korku, utanç ve acıma gibi hepimizin yaşadığı duyguları inceler (Herrick, 2013, p. 82). Bu, kahkaha, endişe, korku, hatta öfke yaratma gayretini içerebilir. Bunu yapmak, argümanların daha ikna edici etkiye sahip olması için bir bağlam oluşturmaya yardımcı olur. Toplumun öfke veya incinme duygusunu oluşturmaya yönelmek, zorlayıcı veya aşırı politik seçeneklerinin makul görünmesini sağlayabilir. Mizah kullanmak, bir atmosferi hafifletebilir ve huzursuzluğu veya gerginliği giderebilir (Martin, 2014, p. 64).

Üçüncü yöntem ise kanıtlar yoluyla bir gerçeği ispatlamak olan logos'tur. Burada inandırma, konuşma aracılığıyla gerçekleşmektedir (Aristoteles, 2018, pp. 27-28). Aristoteles'e göre retorikte bir konuşmanın sözcüklerinde, argümanlarında veya mantığında bulunan kanıtlara başvurmak için logos öğeleri kullanılmaktadır. Logos, çıkarım yapma ya da akıl yürütme gibi mantıkla yakından ilgili bir çalışmadır; pratik karar vermede ve özellikle de uyum sağlamada kullanılan akıl yürütmenin tipik argümanlarının incelenmesidir (Herrick, 2013, p. 82). Logos, belirli bir sonuca ulaşmak için izleyiciyi belirli mantıksal adımlarla yönlendirmeyi gerektirir (Martin, 2014, p. 58).

Aristoteles'e (2018, pp. 27-28) göre bu üç yöntemi bilen birinin insanların karakterlerini çeşitli biçimlerde görebilmesi, duygularını kavrayarak tanımlaması, davranışlarının gerekçelerini söyleyebilmesi mümkündür. Bu üç yöntemin işaret ettiği değerler doğrultusundan Aristoteles retoriğinin, ahlakbilim ve diyalektiğinin bir alt dalı olduğunu ifade etmektedir. Daha sonraki retoristler için Aristoteles'in retoriği kesinlikle son söz değildir, ancak devlet meselelerini tartışmak için bir uygulama olarak hayati bir referans noktasıdır (Martin, 2014, p. 23).

Retoriğin Beş Kanonu

Cicero, De Inventione adlı yapıtında, retoriğin üzerinde durduğu beş temel bölüm (kanon) olduğunu söylemiştir. Bu tespit, onun retorik tarihine yaptığı en iyi katkılardan biridir. Keşif (buluş), düzenleme, stil, sunuş ve bellek kısımlarından oluşan bu kanonlar, bir konuşmacının hitabetini, her biri belli bir tarzı açıklayan belirli bölümlere ayırarak inceleyebilme açısından yararlı bir araç sağlamaktadır (Herrick, 2013, pp. 96-97). Cicero'nun açıkladığı retorik kanonları, daha önce tespit edilmiştir. Fakat farklı kullanımlarda anlam olanakları sağlayan parçalar halinde ele alınmıştır. Retorik kanonları, yeni düşüncelerin ortaya çıkmasını teşvik etmesi ve kullanım biçiminin çeşitliliği nedeniyle retorik analizde bir yöntem haline gelebilmektedir (Durmuş & Gür, 2017, p. 113).

Keşif

Kanonlardan ilki, geçerli veya görünüşte geçerli argümanların belirlenmesi olarak tanımlanan keşiftir (Herrick, 2013, p. 97). Keşif sözcüğü, retoriksel açıdan konuşmada dinleyiciyi ikna etmek için kullanılan mantık ve bulunan kanıtları ifade etmektedir. Bu boyutuyla Aristoteles'in tanımladığı logos ile doğrudan bağlantılıdır ve konuşmacı iddiasında kullandığı her türlü argüman burada yorumlanabilmektedir (Bıçakçı, 2012, p. 339). Keşif kanonunda konuşmacı önce konunun olgularını araştırır, devamında esas konu saptanır. Daha sonra iknanın uygun anlamları araştırılmaktadır (Lanham as cited in Durmuş & Gür, 2017, p. 113).

Martin'e (2014, p. 57) göre buluş ya da argümanların keşfi, bir konuşmacının, istenen bakış açısını etkili bir şekilde iletmek için eldeki konu hakkında yaptığı seçimleri ifade eder. Argümanın keşfi, bir dizi seçenek arasından, izleyiciyi, konuşmacı tarafından sunulan sonuca ulaşmaya teşvik edecek şekilde bir akıl yürütme biçimi seçmeyi içerir. Bu açıdan keşif noktası sadece logos'a değil, Aristoteles'in üç ikna ögesinin tümüne

işaret eder; yani akla, otoriteye ve duygulara. Keşif noktasında sadece logos'a başvurup diğer öğeleri göz ardı etmek doğru olmayacaktır. Konuşmacının mantık öğelerine başvurması, genellikle izleyiciye, sonucun doğruluğunu göstermek için benimsenen, mantıksal bir akıl yürütme sürecine dayanmaktadır. Ethos öğesi keşif sürecinde çeşitli şekillerde belirir: kişinin deneyimleri, nitelikleri veya statüsü öne çıkarılarak argümanın desteklenmesini içermektedir. Pathos ise argümanı, dinleyicilerin duygularını harekete geçirerek desteklemektedir.

Düzenleme

İkinci kanon, doğru bir şekilde keşfedilen argümanların metin içinde dağılımını gösteren düzenlemedir. Bu bölümde konuşmacı, elindeki materyalleri akıllıca ve etkili şekilde bir araya getirir veya düzenler (Herrick, 2013, p. 97).

Doğru argümanı keşfetmek, konuşmacının esas görevidir. Ancak bu argümanın, tam gücünü ortaya koyan bir sunum düzeninde toplanması gerekmektedir. Retoriğin bu yönü, konuşmanın çeşitli bölümlerinin konumlandırılması ve konuşmanın baştan sona nasıl aktığı ile ilgili 'düzenleme'dir (Martin, 2014, p. 58). Aristoteles, düzenleme bölümünün, retoriğin yararçı amaçlarının buluşması olduğunu söylemiştir. Cicero'ya göre düzenleme, bir söylevin merkezidir. Bir anlatım derdi olarak düzenleme, çeşitli tespitler ve gözlemler barındırmaktadır (Durmuş & Gür, 2017, p. 114). Konuşma prosedürünün çerçevesini, çeşitli yapısal elemanların belirli bir sırayla kombinasyonunu ifade eden düzenleme bölümü, bağlam ve konuşmada tam olarak neyin söz konusu olacağı ile yakından ilişkilidir (Martin, 2014, p. 52). Konuşmanın bölümlerini düzenlemek, sözlerin, üzerinde etkili bir şekilde odaklanılmasını sağlayacak şekilde yapılandırılmasına izin vermektedir (Martin, 2014, p. 70).

Aristoteles konuşmayı giriş, gelişme ve sonuç olarak üçe ayırır da Kennedy, birçok klasik retorisyenin konuşmayı dört ana bölüme ayırdıklarını belirtmektedir (Bıçakçı, 2012, p. 341). Klasik kanonda farklı söylev türleri için uygun düzenleme biçimleri hakkında çok tavsiye olmakla birlikte Martin (2014, p. 58), konuşmanın çeşitli bölümlerini tipik bir şekilde giriş, anlatım, kanıt, reddetme / çürütme ve sonuç şeklinde göstermiştir.

Giriş, konuşmanın başarısı için çok önemlidir. Hedef kitle, ilk birkaç saniye içinde konuşmanın dinlemeye değer olup olmadığını belirlemektedir. Dikkatlerini bu noktada çekememek, konuşmanın geri kalanında onları kaybetmek anlamına gelmektedir

(McKay & McKay, 2011). Giriş bölümünde konuşmacı, konuşmasını iki noktaya ulaştırmak için tasarlanmış bazı hazırlık yorumlarıyla açmaktadır: ilki, izleyiciyi, selamlayarak, teşekkür ederek veya etkinliğin önemini ilan ederek hazırlamak; ikincisi, söylenecekler hakkında onları bilgilendirmek. Konuşmacı bunu yaparken, argümanın sonucunu doğrudan belirtmek, sonuca nasıl ulaşılabileceğini ifade etmek, ünlü bir söze değinmek, bir soru sormak veya izleyicinin dikkatini çekecek ve tartışmaya hazırlayacak bir paradoks veya bazı gözlemleri iletmek gibi çeşitli yöntemlere başvurabilir. Burada amaç sadece dikkat çekmek değildir. Giriş, konuşmacının söz konusu konu hakkındaki görüşünü ve bu konudaki tutumunu yansıtmaya fırsatı da sunmaktadır (Martin, 2014, p. 66). Aristoteles (2018, p. 201), giriş kısmının temel hedefinin konuşmanın geri kalan kısmının hedeflerini açıklamak olduğunu belirtir ve bu nedenle konu uzun veya karmaşık değilse, bir giriş kısmına gerek olmayacağını söyler.

Anlatım ya da öyküleme, olaylara belirli nedenler atfetmeyi, sorunu tanımlamayı, bir olayın bazı yönlerini vurgulamayı, istatistiksel verilere başvurmayı veya bir olayı daha geniş bir resme yerleştiren, bilinen ancak tartışmalı gerçekleri yeniden düzenlemeyi içerebilir. Hangi yöntem seçilirse seçilsin, anlatım, durumu ve dolayısıyla anlaşmazlığın ötesinde olduğu iddia edilen detayları tanımlama fırsatı sunmaktadır. Anlatım, başkalarının kabul edebileceği nesnel bir açıklama olarak temsil edilirse, gerçeklerin bir ispatı olarak işlev görebilmektedir (Martin, 2014, p. 67). Anlatımda amaç, söylevin yöneltildiği kitlenin, üzerinde durulan argümanın bağlamını anlaması için yeterli bilgi sağlamaktır. Eğer söylem, insanları belirli bir hareket tarzını benimsemeye yöneltmek istiyorsa, öncelikle izleyicinin gerçekten ele alınması gereken bir sorun olduğuna ikna edilmesi gerekmektedir. Quintilian, fenomenin belirlenmesinden sonra, argümana geçmenin en etkili yolunun bir bölümlenme olduğunu belirtmektedir. Bu, konuşmacının argümanlarının bir özetinin yapılmasını ifade etmektedir. Bir başka deyişle bir yol haritası çizmektir (McKay & McKay, 2011).

Kanıt, konuşmacının izleyiciyi ikna etmeye çalıştığı kısımdır. Politikada ve siyasi tartışmalarda kanıt genellikle olayın merkezinde yer alsa da tören konuşmalarında ayrıntılı bir şekilde ele alınması gerekmemektedir. Doğumları, ölümleri veya evlilikleri kutlarken, temel argüman zaten anlaşılabilir olacaktır. Bu yüzden sadece bir kez özlü bir şekilde söylenmesi yeterli olacaktır. Bununla birlikte, daha büyük tartışmalar söz konusu olduğunda, genellikle birkaç kanıt gerekecektir (Martin, 2014, pp. 67-68).

Aristoteles (2018, pp. 148-164), Retorik adlı eserinde, bir konuşmada bir kanıt öne sürmenin 33 farklı yöntemini açıklar. Mantıksal bölümlenme, tümevarım veya mantıksal benzerlikler öne sürmek, kanıtları ortaya koymanın yöntemlerinden birkaçıdır. Konuşmacının hedef kitesini, kendisinin iyi bir insan olduğuna ve dinleyicilere karşı iyi duygular beslediğine inandırması iknayı kolaylaştırır. Konuşmacının karakterine güven duyulmasını sağlayan 3 değer vardır. Bunlar sağduyu, iyi ahlak ve iyi niyettir. Bu üç değer, diğer kanıtlardan farklıdır (Aristoteles, 2018, p. 94).

Reddetme, kanıt ile yakından ilişkili olarak, karşıt argümanların çürütülmesidir. Çürütme, bir diğer savın ilgili yönlerinin ortaya çıkarılmasına izin vererek kendi argümanının inandırıcılığını arttırmanın önemli bir yoludur. Başka birinin argümanını çürütmenin birçok yolu vardır. Bir konuşmacı, tartışmanın hatalı mantığını vurgulayarak diğerinin önermelerini ve sonuçlarını eleştirebilir veya konuşmacının duygularını hedef alarak onlara saldırabilir, rakibin duruşuna ve dolayısıyla kendi otoritesi ile konuşma hakkına tacizde bulunabilir. Son olarak, konuşmacı, rakibin hedef kitle üzerinde uyandırdığı duyguları da hedef alarak onlara saldırabilir, belki de onlarla alay ederek veya üzerinde tartışılan konuyu yeterince ciddiye almadıklarını ileri sürerek çürütebilir (Martin, 2014, pp. 67-68). Aristoteles'e göre bir savı çürütmenin dört yolu vardır. Bunlar o sava doğrudan karşı olmak; bu sava benzer bir ifade ile harekete geçmek; bir sava karşıt bir ifade ile saldırmak veya daha önceden alınan kararlardan bahsetmektir (Aristoteles, 2018, p. 165).

Sonuç bölümü, konuşmayı, öne sürülen argümanı etkili bir şekilde bitirecek şekilde imzalayarak sonlandırır. Konuşmayı aniden bitirmek, seyirciyi daha fazla beklenti içine sokar. İyi tasarlanmış bir sonuç, konuşmayı son noktaya getirerek dinleyicinin dikkatini çeken bir kapanış sağlar. Bu nokta, argümanın düzgün bir özetini veya başlangıçta ortaya atılan bir konuya (ya da alıntıya) bir geri dönüşü içerebilir. Sonuç, bir konuşmanın son sözüdür; konuşmaya son şeklin verildiği andır (Martin, 2014, pp. 68-69). Sonucun amacı, argümanı mümkün olduğunca güçlü ve hatırlanabilir bir şekilde özetlemektir. Söylenenlerin hatırlanması isteniyorsa, sonuç kısmına biraz duygu eklenmesi gerekmektedir (McKay & McKay, 2011).

Her ikna edici konuşma yukarıdaki modeli izlemek durumunda değildir. Duruma bağlı olarak, çeşitli parçalar tamamen gözden kaçabilirken, diğer zamanlarda bazı parçalar büyük bir uzunlukta ve farklı bir sırada işlenebilmektedir (Martin, 2014, p. 69).

Stil

Tarihi boyunca, söylemin stil ile ilişkisi, üslup ve retorikte üslubun öğretim ve teorideki rolünün önemi bağlamında, sofistler ile Aristoteles gibi filozofların arasındaki çatışmanın unsuru olmuştur (Johnstone & Eisenhart, 2008, p. 7). Aristoteles stilin, kelime seçimi, benzetmeler ve uygunlukla bağlantısını kurarken her retorik türünün kendine has bir stil olduğunu vurgulamaktadır (Bıçakçı, 2012, pp. 341-342). Keşif ve düzenleme, retorik konuşmanın içeriği ve şekli ile ilgiliyken, stil ve sunuş, onu neyin ayırt edici ve unutulmaz kıldığını keşfetmektir. Bazı açılardan bu kanonlar, ikna etmenin en dışsal, belki de tiyatral yönlerini ifade etmektedir. Stil ve sunuş, konuşmaya kendine özgü nitelikler kazandırır (Martin, 2014, p. 71). Stil kanonu, konuşmacının dikkatini "icat edilen argümana uygun bir dilin belirlenmesi" noktasına odaklanmaktadır. Konuşmacılar, argümanlarını çarpıcı ve ikna edici ifadelerde iletebilmek için yeterli bir dil komutuna ihtiyaç duymaktadır (Herrick, 2013, p. 97).

Stil, dilin kullanımı, performansı ve nitelikleriyle ilgilenir; söylemin en edebi kısmıdır. Bir taraftan kapsamlı süslemeler, netlik ve hassasiyet veya çözüm öneren basit bir amaç taşıyabilirken, diğer taraftan teknik jargon kullanarak dinleyicileri, belirgin bir uzmanlık perdesinin arkasında izole edebilir. Stil, konuşmanın sadece argümanını sunmakla kalmaz, aynı zamanda dolaylı olarak konuşmacının karakterini de aktarır. Bunun yanı sıra pathos (izleyicinin duygusal eğilimi) üzerinde de bir etkiye sahip olabilir (Martin, 2014, p. 72).

Aristoteles'in iki öğrencisi Theophrastus ve Demetrius stilin beş erdemi olduğunu bulmuşlardır. Cicero ve Quintilian da öğrencilerine bu erdemleri öğretmiş, aynı zamanda kendi görüşlerini de eklemişlerdir. Bunlar doğruluk, açıklık, kanıt, yerindelik/uygunluk ve süslülüktür. (McKay & McKay, 2011).

Doğruluk, kişinin kural ve normlarına uygun olarak konuşma veya yazmasıdır. Etkili bir iletişimci, kelimeleri doğru kullanır ve dilbilgisi ve sözdizimi kurallarına uyar. Dili doğru kullanmak, bir kitle ile güven ilişkisi kurulmasını sağlar (McKay & McKay, 2011).

İnsanların ne söylenmeye çalışıldığını bile anlayamadıkları durumda ikna edici olmak zordur. Açık ve basit ifadeler, mesajın konuşmacı ve dinleyici arasında kaybolmamasını sağlar. Açık, anlaşılır ve basit bir yazı yazmak aslında oldukça zordur; konu hakkında fazlaca düşünülmesini, konunun özüne inilmesini, ardından bu özün hitap edilen kitlenin anlayabileceği terimlerle ifade edilmesini gerektirir (McKay & McKay, 2011).

Bir erdem olarak ifade edilen kanıt, mantıksal bir argümanı ispatlamak için sunulan gerçeklerden farklıdır. Klasik retoristler için kanıt, dilin canlı bir açıklama yoluyla bir izleyicinin duygularına ne kadar iyi ulaştığını ölçmenin bir yoludur. Unutulmaması gereken nokta, çoğu insanın mantıktan (logos) ziyade duygular (pathos) tarafından ikna edildiğidir (McKay & McKay, 2011).

Uygunluk, hitap edilen kitlenin özellikleri ve o anki durum göz önünde bulundurularak konuşmanın konusuna uyan kelimeleri seçmektir. Bir başka deyişle, doğru şeyi, doğru yerde, doğru zamanda söylemek anlamına gelmektedir (McKay & McKay, 2011).

Cicero'ya (1855, p. 148) göre hatibin dili süslü ve bilgiden bol olmalıdır. Aksi halde hitabet, boş ve neredeyse garip bir kelime akışı haline gelecektir. Süslülük, konuşma figürlerini kullanıp kelimelerin sesini ve ritmini manipüle ederek konuşmayı veya metni ilginç hale getirmeyi içerir. Klasik retoristler, konuşmalarını süslemek için konuşmalarına çeşitli figürler eklemişlerdir (McKay & McKay, 2011). Bu figürler; benzetme, metafor/mecaz, öyküleme/alegori gibi ifade türleridir (Durmuş & Gür, 2017, p. 115). Bu şekilde, normal söylemden bir şekilde sapan kelimeler ve cümleler kullanılarak, dinleyicilerin ilgisi yakalanır (Martin, 2014, p. 75).

Sunuş

Sunuş, sesin ve bedenin, konunun onuruna ve tarzına uygun bir şekilde kontrol edilmesidir (Herrick, 2013, p. 97). Bu bölüm, ağırlıklı olarak konuşmacının sözsüz iletişimine işaret etmektedir. Konuşmacının dinleyiciler ile kurduğu göz teması, sesini kullanışı, ifadesi ve telaffuzu, lehçesi, beden hareketleri ve fiziksel görünümü bu kapsamda incelenmektedir. Uygun bir tonda, sesteki iniş çıkışları kontrol ederek ve belirli bir ritimde, duyguyu ileterek konuşmak söylevdeki etkiyi artıracaktır (Bıçakçı, 2012, pp. 342-343). Konuşmanın iletilişi, konunun anlaşılması için çok önemlidir. Ethos ve pathos'u, yani konuşmacının otoritesini ve seyircinin duygusal alımını şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Sunum, konuşma içeriği ile eşit derecede önemli hale gelmiştir (Martin, 2014, p. 81). Aristoteles, çeşitli coşkuların ifade edilebilmesi için sesin kullanımının önemini vurgular. İyi bir konuşmada yüksek ya da alçak değil, ikisinin arasında bir ton gereklidir. Bir konuşmacının şu üç noktayı unutmaması gerekir; ses tonu, dalgalanma ve ritim (Aristoteles, 2018, p. 170).

Bellek

Cicero'nun modelindeki söylemin son kanonunun modern retorik anlayışlarına uyması, ilk dördünden daha az olasılık taşımaktadır. Bellek, bir konuşmanın argümanını ve sözcüklerini sağlam bir şekilde kavramayı ifade etmektedir. Önceleri hatipler, uzun ve karmaşık argümanlar üzerinde tartışıklarından, eğitilmiş bir belleğe sahip olmaları şart olmuştur. Öğrencilerin hafıza becerilerini geliştirmek için uzun konuşmaları ezberlemeleri gerekmiştir (Herrick, 2013, p. 97). Teknolojinin gelişmesi ile birlikte günümüzde durum böyle değildir. Bu nedenle bu bölüm "kayıp kanon" olarak isimlendirilir. Bununla birlikte argümanların ezberlenmesine artık gerek kalmamışsa da konuşmacının bir hazırlık yaparak temel konuları hafızasına alması konuşmayı olumlu yönde etkilemekte, konuşmacıya yardımcı olmaktadır (Bıçakçı, 2012, p. 343).

AMAÇ VE YÖNTEM

Amaç

Araştırmanın amacı, küresel sağlık krizi sürecinde, Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın basın açıklamalarında yaptığı konuşmaları, halkı ikna etmeye yönelik öne sürdüğü argümanlar, ikna bileşenlerinin yoğunluğu, hitabet tarzı ve konuşmanın yapısı bakımından incelemek; böylelikle kriz sürecinde, en önemli aktörlerden biri olan Sağlık Bakanı'nın halkla yönelik gerçekleştirdiği konuşmalarındaki özellikleri ortaya koymaktır.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Araştırma, betimsel yöntem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bakan Koca'nın konuşmaları cümleler halinde ayrıştırılarak, Aristoteles'in üç ikna kanıtı ve Cicero'nun belirlediği retoriğin beş kanonu dâhilinde yer alan kıstaslar çerçevesinde içerik analizine tabi tutulmuş ve yorumlanmıştır. Cümlelerin derinlemesine incelenmesi ile örneklemin mimikleri ve ses tonu gibi fiziksel özellikleri irdelenmiştir.

Evren, Örneklem

Araştırmanın evrenini, Bakan Koca'nın Bilim Kurulu toplantıları sonrasında gerçekleştirdiği tüm basın açıklamaları; örneklemini, Türkiye'de ilk Covid-19 vakasının bildirildiği tarih olan 11 Mart 2020 ile kontrollü sosyal hayat uygulamasının başladığı 11 Mayıs 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilen toplam 15 adet basın açıklaması oluşturmaktadır.

Veri Toplama Aracı

İlgili basın toplantılarına, Sağlık Bakanı'nın şahsına ait Twitter hesabı ile YouTube'da yayınlanan video kayıtlarından ulaşılmıştır. Videoların çoğunluğunda, giriş bölümünün bir kısmı kayıptır. Bu nedenle tüm giriş ve selamlama bölümleri analiz kapsamına alınamamıştır. Ayrıca, Bakan Koca, yaptığı her basın açıklamasının ardından basının sorularını yanıtlamıştır, fakat bu kısımlar bir söylem özelliği taşımadığı için kapsama dâhil edilmemiştir.

İşlem

Araştırmada öncelikle, 15 adet basın açıklaması cümleler halinde ayrıştırılmış, toplam 1.801 adet veri elde edilmiştir. Daha sonra her cümle, "Aristoteles'in üç ikna kanıtı (ethos, pathos, logos)" ve Cicero'nun belirlediği "retoriğin beş kanonu" bağlamında, ifade ettiği anlam bakımından SPSS veri analiz programına kodlanmış, daha sonra Frekans (N) ve CrossTab (Çapraz Tablo) yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Cümlelerin kodlama süreci, olası hatalı değerlendirmelerin önüne geçebilmek için üç aşamada yapılandırılmıştır. İlk aşamada 1.801 adet cümlelerin kodlaması yapılmış; ardından dört hafta beklenmiş ve ikinci kodlama gerçekleştirilmiştir. İkinci kodlamanın ardından iki hafta daha beklenmiş ve üçüncü kodlama yapılmıştır. Üçüncü kodlamada, ikinci aşamada farklı kodlanan cümleler tekrar değerlendirilmiş ve programa kodlanarak süreç tamamlanmıştır.

Araştırma iki farklı bölümde yapılandırılmıştır. İlk bölümde, konuşmalarda yer alan ikna bileşenlerinin yoğunluğu, frekans analizi ile tespit edilerek yorumlanmıştır. İkinci bölümde, retoriğin beş kanonuna yönelik analiz gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda düzenleme, stil ve sunuş bölümlerinin analizi üç adımda ele alınmıştır. Çalışmada cümlelerin, düzenleme bölümlerine göre ağırlıklı olarak dağılımı ile bu bölümlerde en fazla öne çıkan ikna bileşenlerinin (ethos, pathos, logos) hangileri olduğu frekans analizi

ve CrossTab analizi ile tespit edilmiş; daha sonra ilgili bölümlerde ikna bileşenlerinin alt kategorilerinden hangilerinin ağırlıklı olarak kullanıldığı analiz edilmiştir. Son olarak her bölüm, taşıdığı özellikler bakımından retorik analize tabi tutulmuştur. Stil bölümünde konuşmacının dili etkin kullanmak için hangi retorik öğelerden faydalandığı açıklanmıştır. Sunuş bölümünde ise konuşmacının daha çok sözsüz iletişimini ifade eden unsurlar analiz edilmiştir.

Aristoteles'in Üç İkna Kanıtı: Bu bağlamda betimsel olarak yapılan analizde, her cümle, ifade ettiği anlam ve amacı doğrultusunda ethos, pathos ve logos öğelerinden hangi bağlama girdiği ilgili alan yazındaki teorik bilgiler dâhilinde tespit edilerek programa işlenmiş (Başarı, 2016, p. 714) ve konuşmaların geneline hâkim olan retorik öğenin ağırlığı, yüzdesel oranla belirtilmiştir. Değerlendirmeler yapılırken, istatistiki verilerin yer aldığı cümleler, kıyaslama ve karşılaştırmaların yapıldığı cümleler, kanıtların sunulduğu cümleler, örneklerin gösterildiği cümleler, bağlaçlarla ya da düz cümlelerde açıklama yapılan cümleler, bir neden ifade eden cümleler ile netlik belirten cümleler "logos" ikna bileşeni içerisinde kodlanmıştır. Dinleyici ve izleyicilere salgın süreci sonunda vaat edilen olumlu kazanımları ifade eden cümleler ödül çekiciliği; korku ve endişe yaratan cümleler korku çekiciliği ve dinleyici ve izleyicilerin değerlerine hitap eden, beklentilerine yönelik cevaplar içeren cümleler istek ve değerlerin çekiciliği kategorileri bazında değerlendirilerek "pathos" ikna bileşeni içerisine kodlanmıştır. Kararlılık ve cesaret ifade eden cümleler, meydan okuma cümleleri, irade beyan eden cümleler, konuşmacının elde ettiği çeşitli başarıların karaktere yönelik olumlu algılamayı ve ona duyulan güveni artıracığından hareketle gerçekleştirilen uygulamaların etkililiğini vurgulayan cümleler ve haklı olduğu öne sürülen cümleler "ethos" ikna bileşeni içerisine kodlanmıştır. Konuşmacının karakteri, karizması, mesleği ve güvenilirliği gibi söylemin dışında kalan kişilik özellikleri, ethos bileşeni analiz edilirken değerlendirme kapsamına alınmıştır.

Retoriğin Beş Kanonu: Bu bağlamda gerçekleştirilen analizde, 15 adet basın açıklaması metni bütüncül olarak ele alınmıştır. Beş kanonun ilki olan buluş, konuşmacının argümanını ifade etmeye yönelik kurduğu bağlamları içermesi nedeniyle bilinemeyeceği için; sonucusu olan bellek ise konuşmanın günümüz teknolojik imkânları sayesinde hafızada tutulmasını gerektirmediği için analiz kapsamına dâhil edilmemiştir. Bu doğrultuda "Düzenleme" bölümünde giriş, öyküleme, kanıt sunma, çürütme ve sonuç bölümlerine ait olan cümleler ile bu bölümlerin her birinde öne çıkan ethos, pathos ve logos ikna bileşeni öğeleri ayrıştırılarak programa kodlanmıştır. Bu sayede konuşmacının

ilgili bölümler bazında ağırlıklı olarak öne sürdüğü ikna bileşenleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte, konuşmacının ilgili bölümlerde yer alan cümlelerdeki söylev özellikleri de kategori bazında analiz edilmiştir. “Stil” bölümünde, konuşmacının düşüncelerini açıklamak için dili ne şekilde kullandığı, betimsel olarak analiz edilmiştir. Nitel olarak yapılan analizde 1.801 adet cümle, basit cümle yapısı ve süslü cümle yapısı olmak üzere iki kategoride ele alınmış; süslü cümle yapıları benzetme, mecaz, metafor, alegori / kinaye, aliterasyon, karşılaştırma, tanımlama, övgü/methiye, örnekleme/uslama, ironi/hiciv, jargon veya slogan kullanma, teşekkür etme, cesaretlendirme, motive etme, tebrik, yüceltme, hitabet, kişileştirme, atasözlerine ve deyimlere yer verme, selamlama, güzel adlandırma ve yalanlama gibi dil bilgisel özelliklere göre kategorilere ayrılarak analiz edilmiştir. Nicel olarak yapılan analizde ise bu yapıların konuşmaların bölümleri içindeki ağırlıkları yüzdesel olarak ifade edilmiştir. Konuşmacının ağırlıklı olarak sözsüz iletişimini ifade eden “Sunuş” bölümünde ise, konuşmacının dinleyici ile kurduğu göz teması, telaffuzu, ses tonu, yüz ifadesi, vücut hareketleri, jest ve mimikleri gibi fiziksel görünümü nitel olarak analiz edilmiştir.

BULGULAR

Aristoteles’in Üç İkna Kanıtına Dair Bulgular

Konuşmaların bütününde ağırlıklı olarak yer alan ifadelerin %70,1 oranında “logos” öğeleri tarafından oluşturulduğu görülmektedir. Logos kategorisinde en fazla yararlanılan öğe %43,5 oranında açıklama cümleleridir. Açıklama cümlelerini %8,8 oranında istatistiki veriler, %5,3 oranında kanıtların sunulduğu cümleler, %4,4 oranında kıyaslamaların yapıldığı cümleler, %4,1 oranında netlik ifade edilen cümleler, %2,9 oranında nedenlerin sunulduğu cümleler ve %1,1 oranında örneklerin yer aldığı cümleler izlemektedir. Fahrettin Koca, açıklama yaptığı cümlelerde sıklıkla Covid-19 pandemisi ile mücadele kapsamında alınan kararları, gerçekleştirilen uygulamaları ve mevcut durum hakkında bilgileri iletmektedir. Türkiye ve dünyadaki mevcut durumu aktarırken sıklıkla istatistiki verilerden yararlanmaktadır. Açıklama ve ikna amaçlı sunduğu kanıtlar genellikle gerçekleştirilen uygulamaların etkililiğinin ispatı niteliğindedir.

Konuşmalarda logos bileşenlerinden sonra en fazla kullanılan öğeler “pathos” öğeleridir. Bu kapsamda, cümlelerde en fazla yer verilen öğeleri %7,9 oranında istek ve değerlerin çekiciliği unsurları oluşturmaktadır. Bu öğeyi %4,7 oranında korku çekiciliği unsurları ve %4,2 oranında ödül çekiciliği unsurları takip etmektedir. Fahrettin Koca istek

ve değerlerin çekiciliği noktasında, salgının kontrol altına alınması sürecinde halkın desteğine ve sağlık görevlilerinin özverili çalışmalarına dikkat çekerek duygusal bir etki yaratmaktadır. Virüsün tehlikelerinden, kontrol altına alınma güçlüğünden ve sürecin ne zaman sonlanacağı hakkında belirsizliklerden bahsederek halkı kurallara uymaya teşvik eden Bakan Koca, bu noktada korku çekiciliği unsurlarından yararlanmaktadır. Halkı, tedbirlere uyulması neticesinde normalleşme sürecinin daha hızlı gerçekleşeceği yönünde motive edici cümleler kullanan Bakan Koca, ödül çekiciliği unsurundan yararlanmaktadır.

Konuşmalarda en az öne çıkan ikna bileşeni ögesi "ethos" dur. Ethos ögesine dair cümleler kodlanırken kaynak statüsüne, Sağlık Bakanı ile birlikte süreç yönetiminde etkili diğer kaynaklar olan T.C. Cumhurbaşkanı, Bilim Kurulu, ilgili bakanlıklar dâhil edilmiştir. Bunun nedeni, Bakan Koca'nın uygulamalardan bahsederken sıklıkla "biz" birinci çoğul şahıs kelimesini kullanarak ilgili aktörleri sürece dâhil etmesidir. Bakan Koca konuşmalarında, Türkiye'deki sağlık olanaklarının yeterliliklerinden, uygulanan tedavi yöntemlerinin sağladığı faydadan, gerekli önlemlerin erken alınmasının getirdiği kazanımdan söz etmektedir. Bu yönüyle ethos bileşeninde en fazla öne çıkan unsurlar %7,6 oranında, gerçekleştirilen uygulamaların etkililiğinin ifade edildiği cümlelerdir. Bunu sırasıyla %1,1 oranında kararlılık ifade eden cümleler, %0,8 oranında haklı çıkıldığının ifade edildiği cümleler, %0,7 oranında irade beyan cümleler, %0,1 oranında meydan okuma ve %0,1 oranında cesaret ifade eden cümleler izlemektedir.

Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanıdır. Çeşitli sağlık kurumlarında hekimlik ve medikal direktörlük görevlerinde bulunmuştur. Türk Pediatri Kurumu, Pediatrik Metabolizma ve Beslenme Derneği, İstanbul Ticaret Odası (İTO) Sağlık Meslek Komitesi, Özel Hastaneler Sağlık Kuruluşları Derneği (OHSAD) üyelikleri bulunan Bakan Koca, Dış Ekonomik İlişkiler Konseyi (DEİK) Eğitim Komitesi İş Konseyi Başkan Yardımcısı, Vakıf Üniversite Hastaneleri Derneği'nin Başkanı ve Hizmet İhracatçıları Birliği Sağlık Hizmetleri Komitesi Başkanıdır (Sağlık Bakanlığı, n.d.). Bakan Koca'nın mesleği, kazandığı deneyimler ve çeşitli vakıflar ile derneklere üyeliği, onun belirgin uzmanlığını göstermektedir. Türkiye'de Covid-19 pandemisi ile mücadelenin lideri ve sözcüsü konumunda bulunan Bakan Koca'nın mesleki itibarı, deneyimleri ve konuştuğu konu üzerinde tecrübe sahibi olduğunu belirtmesi, halk nezdinde kaynak güvenilirliğini ve ethos ikna bileşeni dâhilinde inandırıcılığını artıran unsurlar olarak değerlendirilebilir. Bakan Koca'nın aynı zamanda Covid-19 pandemisi ile yürütülen mücadeleyi desteklemesi amacıyla kurulan Bilim Kurulu'nun Başkanı konumunda bulunması, kontrol ve uzmanlık

gücü ile kaynak güvenilirliğini pekiştirmektedir. Bakan Koca'nın gerek basın açıklamaları sırasında basın mensuplarından gerekse şahsi sosyal medya hesapları üzerinden vatandaşlar tarafından yöneltilen öneri ve eleştirileri nazik, anlayışlı, kimi zaman da esprili bir şekilde yanıtlaması, muhalif kesimler de dâhil geniş bir kitlenin takdirini toplamıştır. Bu davranış, kamuoyu üzerinde karizmasını artırıcı bir etki göstermektedir. Örneğin bir basın toplantısı sırasında Bakan Koca, bir gazeteciden gelen sitemi "Kusura bakma kızım!" şeklinde yanıtlamış ve bu cevabı büyük beğeni toplamıştır. Bu özelliği, ethos ikna unsurunu olumlu yönde desteklemektedir.

Bununla birlikte, sözcü konumunda öne çıkan aktör Bakan Koca olsa da süreci yöneten diğer aktörler de kaynağın bir parçası durumundadır. Bakan Koca'nın T.C. Cumhurbaşkanı ile çeşitli bakanlıkları pandemi ile mücadele sürecinin aktörleri ve karar alıcıları olarak belirtmesi ve kimi söylemlerinde "biz" diyerek ilgili aktörleri ifade etmesinin muhalif kesimlerin nezdinde kaynağın güvenilirliğini düşürücü bir etken olacağını belirtmek mümkündür. Bu noktada, ethos bileşeninin hedeflenen kitle üzerindeki ikna ediciliğini kısmen yitirebileceği yorumu yapılabilir. Aynı zamanda, Bakan Koca'nın kendi uzmanlığını T.C. Cumhurbaşkanı ve diğer bakanların uzmanlığı ile pekiştirerek, muhalif olmayan kesim üzerinde ikna ediciliği artırabileceği de göz ardı edilmemesi gereken bir durumdur.

Cümleler ana kategorilerden bağımsız olarak alt kategoriler bazında karşılaştırıldığında, en sık başvurulan ikna öğelerinin %43,5 oranında açıklama cümleleri (logos), (örneğin "Biz sorunu siyasal dille, siyasal bir içerikle ele almadık; bilimsel bir yöntemle ilerledik, bilimsel veriler doğrultusunda kararlar verdik"); %8,8 oranında istatistiki verilerin aktarıldığı cümleler (logos), (örneğin "Son bir günde Norveç'te 85, Avusturya'da 179 olmak üzere, giderek hızla artan bir salgını görüyoruz"); %7,9 oranında istek ve değerlere dokunan cümleler (pathos), (örneğin "Hayat yolculuğunda evlatlarınızın, vereceğiniz tavsiyelere ihtiyacı var"); %7,6 oranında gerçekleştirilen uygulamaların etkililiğini ifade eden cümleler (ethos), (örneğin "vakaları hızlı tespit etme gücümüz söz konusu, bu tespitlerle virüs taşıyan hastaları izole ediyoruz, toplumu koruyoruz") ve %5,3 oranında kanıtların sunulduğu (logos), (örneğin "Burada da yaşla birlikte vefat edenlerin oranının ne kadar arttığını da görmüş oluyoruz") cümleler olduğu görülmektedir. Bu tablo, Bakan Koca'nın, konuşmanın geneline hâkim olan açıklama cümlelerinde istatistiki verilerden (logos) yararlanırken duygusal bileşenleri (pathos) ihmal etmediği, yaklaşık oranda kaynağın çekiciliği (ethos) unsurlarından yararlandığı şeklinde yorumlanabilir.

Retoriğin Beş Kanonuna Dair Bulgular

Düzenleme Bölümlerinin Analizi

Düzenleme bölümü kapsamında 1.801 adet cümlelerin dağılımı, giriş, öyküleme, kanıt, reddetme/çürütme ve sonuç bölümlerine göre analiz edilmiştir. Konuşmalarda giriş cümleleri %8,5, öyküleme/anlatım cümleleri %77,8, kanıt cümleleri %5,6, çürütme cümleleri %0,6 ve sonuç cümleleri %7,5 oranında dağılım göstermektedir (Bkz. Table 2). Konuşma bölümlerinin tümünde ağırlıklı olarak öne çıkan ikna bileşeni logos'tur. Konuşmalarda toplam 49 adet hitap ve selamlama cümlesi yer almaktadır. Bu cümleler stil bölümünde değerlendirilmeye alınmıştır.

Konuşma bölümlerinde ethos ikna bileşeni alt kategorinin ağırlıklı olarak kullanımı Tablo 3'te gösterilmektedir. Giriş bölümlerinin çoğunluğunda %1,6 oranında kararlılık ifade edilen cümlelere yer verildiği görülmektedir. Öyküleme, kanıt ve sonuç bölümlerinde Bakan Koca, ağırlıklı olarak gerçekleştirilen uygulamalarda elde edilen başarıları ifade etmektedir. Bu bölümlerin her birinde, ethos ikna bileşeni alt kategorilerinde öne çıkan cümlelere örnekler şöyledir:

Kararlılık: "Bakanlığımız kısa sürede küresel tecrübelerin gerektirdiği her adımı atmaya devam edecek".

Cesaret: "Sağlık sistemimizin gücü hepimize güven verecek düzeydedir".

Meydan Okuma: "Felaket tellallığı yapan kimilerine de yine pirim vermiyoruz".

İrade Beyan Etme: "Yoğun talebi küçük çıkarlar uğruna suistimal eden bazı malzeme üreticilerine gerekli katı yaptırımlar uygulanmıştır ve uygulanmaya devam edilecektir".

Uygulamaların Etkililiği: "Eğer bu derece hazırlıklı olmasaydık, tedbirleri zamanında almamış olsaydık riskli grupların birçoğunda çok yüksek vefat oranları olurdu".

Haklı Çıkma: "Dolayısıyla ben geçen hafta söylemiştim. On binlere geleceğimizi ifade etmiştim. Şimdi 15.000'i bulduk".

Konuşma bölümlerinde pathos ikna bileşeni alt kategorinin ağırlıklı olarak kullanımı Tablo 4’de gösterilmektedir. Bölümler bazında en yoğun vurgulamaların %28,8 oranında istek ve değerlerin çekiciliği kategorisinde, öyküleme bölümlerinde gerçekleştiği görülmektedir. Öyküleme bölümlerinde en yoğun kullanılan ikinci öge %22,8 oranında korku çekiciliği, üçüncü öge ise %23,5 oranında ödül çekiciliğidir. Bu oranlar konuşma bölümlerinin genelinde benzer oranda artıp azalmaktadır. Pathos öğelerine öyküleme bölümlerinden sonra en fazla giriş bölümlerinde, en az sonuç bölümlerinde yer verilmiştir. Kanıtlanma ve reddetme/çürütme bölümlerinde ise pathos öğelerine yer verilmemiştir. Bu bölümlerin her birinde, pathos ikna bileşeni alt kategorilerinde öne çıkan cümlelere örnekler şöyledir:

Ödül Çekiciliği: “Tablolar, dikkatle bakıldığında, üstesinden geleceksiniz direnin diyor”.

Korku Çekiciliği: “Virüsün gücü denemeye kalkacağımız bir güç değil, tanımadığımız bir güç”. “Koronavirüs aradığı temas ortamını bulursa size kolayca bulaşacaktır”.

İstek ve Değerlerin Çekiciliği: “Bilmenizi istiyorum ki ilaç bakımından tıpkı bugünkü gibi imkânlarımız yine olsa, sağlık sistemimiz tıpkı şu an olduğu gibi olsa fakat güven eksik olsa biz bu noktaya gelemezdik. Mücadelenin görünmeyen kahramanları bu mücadeleye güven duyanlardır”.

Konuşma bölümlerinde logos ikna bileşeni alt kategorinin ağırlıklı olarak kullanımı Tablo 5’de gösterilmektedir. Bölümler bazında en yoğun vurgulamaların %51 oranında açıklama kategorisinde, öyküleme ve sonuç bölümlerinde gerçekleştiği görülmektedir. Öyküleme bölümlerinde en yoğun kullanılan ikinci öge %10,5 oranında istatistiki verilerden yararlanmadır. En yoğun üçüncü vurgulama ise kanıt bölümlerinde %6,1 oranında ispatların (kanıtların) sunulması şeklinde gerçekleşmiştir. Kanıt bölümlerinde ispatlar yapılırken %1,3 oranında istatistiki verilerden, %0,2 oranında kıyaslama ve neden gösterme öğelerinden yararlanılmıştır. Bakan Koca giriş bölümlerinde açıklamalardan sonra en fazla, netlik ifade eden cümleler ile istatistiki verilere yer vermiştir. Konuşmalarında öne sürülen ifadeleri çürütmek için %0,6 oranında kanıtlamalardan yararlanmıştır. Kıyaslama cümlelerine ise %5,9 oranında en fazla öyküleme bölümlerinde, en az giriş bölümünde yer verilmiştir. Sonuç bölümlerinde açıklama cümlelerinin ağırlığını koruduğu görülmektedir. Bu bölümde açıklamalardan sonra en fazla yer alan öğeler, netlik ifade eden cümlelerdir. Bu bölümlerin her birinde, logos ikna bileşeni alt kategorilerinde öne çıkan cümlelere örnekler şöyledir:

İstatistiki Veriler Sunma: "Bugün 37.535 yeni testin sonucunu aldık. Bu sonuçlara göre 3.083 yeni hasta tespit edildi. Yani bugün düne göre önemli oranda hasta sayısının düştüğünü görüyoruz. Hasta sayımız 98.674'e ulaştı".

Kıyaslama: "Kesik olan çizgi dünyadaki ortalama ölüm oranlarını göstermekte. Aşağıdaki grafik ise Türkiye'deki ölüm oranlarını gösteren bir tablo. Yani kesik çizgiye paralel seyretmediğini, ölüm oranlarının stabilleştiğini, dünyada giderek artan ama Türkiye'de giderek stabilleştiğini gösteren bir tabloyu çok net görüyoruz".

Kanıt Gösterme: "Vakaların pnömoni yani zatürre olma oranı her geçen gün azaldı. Kırmızı çizgiyle de görülüyor. Yukarıdan aşağıya %60'dan %2'ye kadar vakaların zatürreye dönüşüm oranı düştü. Hastalarımızdaki tablo artık çok daha zor anda pnömoniye dönüşmektedir. Bu da hastalığı erken teşhis edip, hızlı ve erken, başarılı bir tedavi uyguladığımızı gösteren önemli bir tablo".

Örnek Sunma: "Sizlere ilk vakamızdan hastalığın bulaştığı kişileri gösteren bir şema göstermişim hatırlarsanız. İşte bu şema, her vakamız için tek tek çalıştığımız filyasyon çalışmasının bir örneğiydi".

Açıklama: "Araştırmaların başarıyla sonuçlanması yönünde umudumuz ve inancımız var. Fakat uygulama şuandaki ihtiyacımıza cevap verecek hızda gerçekleşmeyecektir".

Neden Gösterme: "Bugün mücadelenin kapsamı genişlemiş durumda. Toplum olarak hastalığa karşı daha iyi organize olabilmemiz için farklı ihtiyaçlar ortaya çıktı. Toplumsal konularda alınacak tavsiye kararlarına yapılacak yönlendirmelere gerek duyuyoruz".

Netlik: "İzolasyon bugün için sağlıklı geçerli tek hayat tarzıdır".

Konuşmaların Stil Yönünden Analizi

Bakan Koca'nın cümlelerinde %66,9 oranında açık/basit ifade kullanımı dikkat çekmektedir (Bkz. Tablo 6). Basit ve süslü cümle yapılarının düzenleme bölümleri içindeki dağılım oranlarının, bu bölümlerde yer alan cümle sayıları ile paralel seyrettiği görülmektedir (Bkz. Tablo 2). Süslülük öğeleri taşıyan cümleler, ağırlıklı olarak giriş ve öyküleme bölümlerinde yer almaktadır. Bakan Koca konuşmalarının genelinde yalın ve anlaşılır bir dil kullanmıştır.

Konuşma metinlerinde %33,1 oranında süslü cümle yapılarına yer verildiği görülmektedir (Bkz. Tablo 7). Bakan Koca'nın hitabetinde öne çıkan süslülük ögesi %19,7 oranında cesaretlendirme ve motive etmeye yönelik cümlelerdir. Konuşmalarda öne çıkan motivasyon cümleleri şunlardır:

"Araştırmaların başarıyla sonuçlanması yönünde umudumuz ve inancımız var".

"İnsanlık nice büyük tehlikelerin hakkından geldi. Burada da biz başarıya ulaşacağız".

"Emin olun hep birlikte bu hasarı en aza indirmiş oluruz".

Pandemi ve salgınlar, sağlık sorunlarının yanında panik, kargaşa, ayrımcılık gibi negatif sosyal etkilere de neden olmaktadır. (TÜBA, 2020, pp. 19-32). Bu süreçte liderlerce doğru yürütülen iletişim çalışmaları, halkın sakinliğini korumasına yardımcı olmaktadır. Bu doğrultuda Bakan Koca'nın ifadelerinde seçici davrandığı görülmektedir. Yukarıda yer alan örnek cümlelerde Bakan Koca, panik ve kargaşa durumunu yatıştırarak güven duygusu yaratmaya yönelik cesaret verici vurgular kullanmaktadır.

Cümlelerde öne çıkan ikinci süslülük ögesi %17,7 oranında jargonlardır. Kullanılan jargonlar arasında "filyasyon", "pnömoni", "aplikasyon", "entübasyon", "kronik hastalık" gibi tıbbi terimleri yer almaktadır.

Konuşmalarda yer alan üçüncü süslülük ögesi, %12,2 ile mecaz yapılarıdır. Kullanılan mecazlar arasında "yüzleşmek", "bulgulara dayanmak", "nokta atışı yapmak"; gibi ifadeler yer almaktadır.

Konuşmalarda öne çıkan dördüncü süslülük ögesi, %10,5 ile karşılaştırmalardır. Konuşmalarda karşılaştırmalar yoğunluklu olarak iki ana kategoride yapılmıştır. İlk kategoride Türkiye sıklıkla Covid-19 vakalarının yoğun olduğu diğer ülkelerle karşılaştırılmaktadır:

"Diğer ülkelerden farklıyız. Biz bir İspanya bir Amerika değiliz. Hastalığa erken müdahale etme imkânlarımız, klinik şikâyeti olan hastamızla ilgilenme gücümüz var".

İkinci kategoride ise tıbbi tedavi süreci ve sonuçları karşılaştırılmaktadır:

"Altmış beş yaş üstü alt hastalığı olup kendisi başvurarak hastaneye yatan vakalarda yoğun bakım ihtiyacı %11 iken, filyasyon sonrası takip altında olup erken tedaviye

başlananlarda yoğun bakım ihtiyacı %4 oldu". "Aynı şekilde bu yaş grubu hastalarda entübasyon ihtiyacı %5,71'den %2,43'e düştü".

Konuşmalarda öne çıkan beşinci süslülük ögesi, %9,8 oranında deyimlerdir. Bakan Koca'nın kullandığı deyimler arasında "altını çizmek", "tedbiri elden bırakmamak", "taviz vermemek", "bir noktaya varmak", "ortaya koymak" gibi yapılar yer almaktadır.

Konuşmalarda öne çıkan altıncı süslülük ögesi, %7,4 oranında hitaplardır. Bakan Koca hitaplarında yoğun olarak medya mensuplarına seslenmektedir. Konuşmalarda öne çıkan hitap cümleleri, "Değerli Basın Mensupları", "Aziz Vatandaşlarım", "Saygıdeğer Vekillerimiz", "Ailelerimizin Değerli Fertleri", "Genç Arkadaşım Can", "Ali Bey", "Türkiye'nin Bütün İlleri, Türkiye'nin Bütün İlçeleri, Türkiye'nin Bütün Köyleri", "Şehir Şehir, Sokak Sokak, Ev Ev Türkiye, Ülkemin Dört Bir Yanı, Ülkemin Bütün İnsanı, Bugünleri Sağlık İçinde Geride Bırakma Mücadelesini Veren 83 Milyon" cümleleridir. Konuşmalarda hitapların çeşitlilik arz ettiği göze çarpmaktadır. Bu şekilde gerçekleştirilen hitapların, dikkatleri üzerine çekmede daha etkili olabileceği söylenebilir. Bakan Koca'nın ismen gerçekleştirdiği hitaplar, hedef kitle ile arasında samimi bir bağ kurmaya yardımcı olarak, ifadelerin hedef kitle üzerinde daha etkili olmasını sağlayabilmektedir.

Konuşmalarda öne çıkan yedinci süslülük ögesi, %5,1 oranında benzetmelerdir. Bakan Koca'nın yaptığı benzetmelere örnekler şöyledir:

"Bu, sizler için gece gündüz görev başında olan bir sağlık ordusudur".

"Biz çok daha büyük bir baharı bekliyoruz".

"Salgına karşı verdiğimiz savaşta, meclisimizden personelimiz için bir kalkan istiyorum".

İlk cümlede Türkiye'de hizmet veren tüm sağlık çalışanlarının oluşturduğu topluluk bir orduya benzetilerek güçlülük unsuru pekiştirilmektedir. İkinci cümlede Covid-19 pandemisinin sona ermesinden sonra başlayacak süreç, canlanmayı, tazelenmeyi, toparlanmayı ifade edecek şekilde bahara benzetilmektedir. Üçüncü cümlede kalkan benzetmesi ile ifade edilen olgu ise Sağlıkta Şiddet Yasası ve bu yasanın koruyuculuğudur.

Konuşmalarda öne çıkan sekizinci süslülük ögesi, %4,6 oranında yüceltmedir. Bakan Koca'nın konuşmalarında yaptığı yüceltme ifadelerine örnekler "Diyebilirim ki Türkiye, bu sınavdan yüzünün akıyla çıktı", "Bu Türk tıbbının başarısıdır", "Büyük başarının kahramanı sizlersiniz" cümleleridir. Bakan Koca açıklamalarında sağlık çalışanlarının

özverisini ve tedavideki başarılarını kutlayıp, kurallara uygun hareket eden halka minnetlerini sunarak onları yüceltmektedir.

Konuşmalarda öne çıkan dokuzuncu süslülük ögesi, %3,8 oranında teşekkür cümleleridir. Bakan Koca teşekkür cümlelerine sıklıkla sonuç bölümlerinde, konuşmanın son sözü olarak yer vermektedir. Bununla birlikte konuşma içinde geçen teşekkür cümlelerinin içeriğine bakıldığında şartlama ve motivasyon öğelerinin kullanımı dikkat çekmektedir. Örnek olarak “Sağlık çalışanlarımıza salgın sürecinde gösterdikleri, göstermeye devam edecekleri özveri için daima müteşekkirimiz” cümlesinde Bakan Koca sağlık çalışanlarına teşekkür ederken, onları gösterdikleri özveriye devam etmeleri yönünde koşullandırmaktadır. “Bunu doğrulukla titizlikle yapan medyamıza teşekkür ediyorum” cümlesinde ise Koca, medyanın tek kaynaktan bilgi alarak yayın içeriklerinde tek seslilikle hareket etmesinden dolayı teşekkür etmektedir. Bu cümle ayrıca, medyanın bu sürekliliği sağlamasına yönelik bir motivasyon unsuru özelliği taşımaktadır.

Konuşmalarda öne çıkan onuncu süslülük ögesi, %2,7 oranında kişileştirmedir. Kişileştirmeler genellikle “Özgürlüğümüzü risk kısıtlıyor”, “Bir virüs dünyayı tehdit ediyor”, “Bu hastalık bütün dünyada hayatı değiştirecek bir yayılma kabiliyetine sahip” cümlelerinde görüldüğü şekilde virüs, hastalık ve risk kavramları üzerinden yapılmaktadır. Bu üç kavram üzerinden yapılan kişileştirmelerde korku çekiciliği unsurunun (pathos) öne çıktığı görülmektedir.

Konuşmalarda öne çıkan on birinci süslülük ögesi, %1,2 oranında yalanlamadır. Yalanlama, 23.03.2020 tarihli basın açıklamasında toplam 7 cümle ile yer almaktadır. Bu bölümde Bakan Koca Türkiye’nin ilgili tedbirleri ciddiyetle almamış ülkelere kıyaslanmasının rasyonel olmadığını, “Türkiye onu çevreleyen risklere rest çekerek büyük zaman kazandı. Türkiye sağduyulu bir politika izledi. Sosyal psikolojiyi titizlikle dikkate aldı. Paniğe yol açarak hastalığın yayılmasına neden olacak strateji ve uygulamalardan uzak durdu. Risk alanını daralttı” cümlelerini kanıt şeklinde ifade ederek belirtmektedir.

Konuşmalarda eşit oranda (%1,0) öne çıkan on ikinci süslülük öğeleri, tanımlama, selamlama ve slogandır. Bakan Koca konuşmalarında tanımlama unsuruna genellikle Covid-19 virüsü ile filyasyon uygulamalarının detaylarını açıklarken yer vermektedir. Konuşmalarda “Hayat eve sığar”, “Temas, mesafe, izolasyon”, “Aldığımız tedbirler kadar güçlüyüz”, “Hareketi azalt, izolasyonu artır” sloganlarına yer verilmiştir. “Hayat Eve Sığar”

sloganı, Sağlık Bakanlığı tarafından hayata geçirilen mobil uygulamanın adı olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Kullanılan sloganların, sosyal mesafeyi korumaya ve sosyal izolasyonu sağlamaya yönelik olarak kodlandığı görülmektedir. Konuşmalarda selamlama cümlelerine giriş ve sonuç bölümlerinde yer verilmektedir. Bakan Koca halkı şu cümlelerle selamlamaktadır: "Hepinize saygı ve selamlarımı sunuyorum", "83 milyon insanımıza sevgi ve hürmetlerimi sunuyorum", "Bu duygularla, güçlü bir inançla hepinizi selamlıyorum", "Sizi sağlık dilekleriyle saygıyla selamlıyorum". Selamlama cümlelerinde saygı, sevgi, hürmet, selam, sağlık ve inanç kelimeleri cümle bağlamı içinde değerlendirildiğinde konuşmacının hitap edilen kitle ile duygusal bağ kurmayı, olumlama, nezaket ve motivasyon duyguları yaratmayı amaçladığı ve pathos ikna bileşenini ön plana çıkardığı görülmektedir.

Konuşmalarda yer verilen on üçüncü süslülük ögesi, %0,9 oranında tebriktir. Tebrik unsuruna yer verilen cümleler "Toplum, titiz haberciliği takdir ediyor. Sizi gönülden kutluyorum", "Sözlerimin başında örnek davranışlarıyla mücadelemize destek olan gençlerimizi kutluyorum", "İşine giderken, mecburiyet gereği dışarı çıkarken tedbirden ödün vermeyen insanlarımızı kutluyorum", "Ben, bu duygularla ramazanınızı kutluyorum" cümleleridir.

Konuşmalarda en az yer verilen süslülük unsurları güzel adlandırma, övgü ve örneklemedir. Bakan Koca "Eğer bunu başaramazsak kayıplarımız artacak" cümlesinde görüldüğü gibi "ölüm" kelimesi yerine "kayıp" kelimesini kullanarak güzel adlandırma yapmaktadır. Övgü unsuru ise sağlık sistemine yönelik kullanılmaktadır.

Konuşmaların Sunuş Özellikleri Yönünden Analizi

Sağlık Bakanı Fahrettin Koca basın açıklamalarının tümünü bir masada oturarak gerçekleştirmektedir. Beden hareketleri sabit, dingin ve stabildir. Lacivert ya da siyah ceket, beyaz gömlek ve desensiz kravat takmaktadır. Bakan Koca konuşmalarını yazılı bir metni okuyarak gerçekleştirmektedir. Ses tonu güçlü, telaffuzu anlaşılır ve ritmi yavaştır. İfadelerin niteliğine yönelik olarak ses tonu, vurgu ve ifadelerinde fark edilir bir değişiklik olmamakla birlikte durgundur.

Sürecin gerekleriyle uyumlu olacak şekilde Bakan Koca tüm konuşmalarında ciddi, ağır başlı bir yüz ifadesi takınmaktadır. Konuşmaların hiçbirinde öfke, kızgınlık gibi negatif tavırlar ile neşelilik, güler yüzlülük gibi pozitif ifadeler yer almamaktadır. Sakin

ve dingin olduğu göze çarpan Bakan Koca'nın bu tutumu, dinleyicide, sürecin kontrol altında tutulduğu izlenimini yaratmak, böylelikle olası kaygı ve panik durumunun önüne geçmeye yönelik bir stratejiyi sergilemek adına bilinçli olarak tercih edilmiş olabileceği şeklinde yorumlanabilir. Açıklamalarını bir metni okuyarak yapıyor olsa da özellikle hitap cümlelerinde dinleyicilerle göz teması kurmayı bırakmamaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Kamu güvenini sağlamanın esas olduğu salgın gibi kriz durumlarında, süreci yönetmekle sorumlu liderlere halk ne kadar güven duyarsa, alınan önlemleri o oranda benimseme eğilimi göstermektedir. Zayıf bir iletişim, krizin olumsuz etkilerini daha da kötüleştirebilmektedir (ECDC, 2011, pp. 8-9). Halkı bilgilendirerek uyarma misyonu taşıyan kriz iletişimi, bu süreçte halkın endişelerini yatıştırmak için yürütülen çabalara destek olmaktadır (CDC, 2014, p. 6). Bu doğrultuda liderlerin benimseyeceği tutum ile birlikte yürütecekleri hızlı ve şeffaf bilgi akışı, kriz süreçlerinde oluşan korku ve panik durumlarını sakinleştirmede önemlidir. Bu bilgiler ışığında bakıldığında, Türkiye'de Covid-19 pandemisi sürecinde, sözcü konumunda halka hitap eden Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın gerek kişisel Twitter hesabında gerekse ulusal basın karşısında gerçekleştirdiği basın toplantılarında sık sık mevcut durum hakkında bilgilendirme yaptığı ve alınması gereken önlemler hakkında uyarılarda bulunduğu, günlük paylaşılan pandemi verileri ile hızlı bilgi akışı gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir. Bu değerlendirmelerden hareketle bu çalışmada, Covid-19 pandemisinin yarattığı risk ve korku sürecinde öne çıkan aktör olan Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın, ideolojik ya da siyasi olmaktan öte, daha çok bilimsel bir alanda ve pandemi sürecinde halka yönelik gerçekleştirdiği konuşmaların, halkı ikna etmeye yönelik öne sürülen argümanlar, ikna bileşenlerinin yoğunluğu, hitabet tarzı ve konuşmanın yapısı bakımından incelemek ve özelliklerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Aristoteles, retorik sanatında karakterin (ethos), konunun ne olduğundan bağımsız olarak ikna etmede en önemli öge olduğunu belirtmektedir (2018, p. 27). Buna karşın, Aristoteles'in üç ikna kanıtına yönelik olarak gerçekleştirilen analizde, konuşmalarda en az öne çıkan ikna bileşeninin ethos ögesi olduğu tespit edilmiştir. Ethos ögesinde Bakan Koca'nın en fazla başvurduğu unsur, gerçekleştirilen uygulamaların etkililiğinin ifade edilmesidir. Bununla birlikte Bakan Koca'nın mesleği ve deneyimleri ile basın açıklamaları sırasında o dönemde sergilediği olumlu davranış yansımaları, ethos ikna bileşenini destekler niteliktedir. Konuşmalarda öne çıkan ikinci ikna bileşeni pathos

öğesidir. Pathos öğesinde ise Koca'nın istek ve değerlerin çekiciliği unsurlarına sıklıkla yer verdiği görülmektedir. Gerçekleştirilen basın açıklamalarında en fazla öne çıkan retorik ikna bileşeni logos öğesidir. Aristoteles'e göre retorikte, bir konuşmanın sözcüklerinde, argümanlarında veya mantığında bulunan kanıtlara başvurmak için logos öğeleri kullanılmaktadır (Herrick, 2013, p. 82). Küresel salgınların yönetiminin öncelikle tıbbi ve idari disiplinlerle gerçekleştirildiği göz önünde bulundurulduğunda, Fahrettin Koca'nın sağlık alanındaki verileri ve uygulamaları sunarak kamuoyunu mantiki gerekçeler ve kanıtlarla ikna etmeye yönelik çabası ile Covid-19 pandemisinin yarattığı kriz sürecinde kamuoyunun daha fazla ihtiyaç duyacağı güven duygusunu aşılama hedeflediğini ve endişe ile panik yayılımının kontrolünü sağlamaya çalıştığını söylemek mümkündür.

Retoriğin beş kanonundan ikincisi olan düzenleme kanonu bağlamında gerçekleştirilen analize göre konuşmalara hâkim olan bölüm öyküleme/anlatımdır. Öyküleme bölümlerini yoğunluk olarak takip eden bölümler sırasıyla giriş, sonuç, kanıt ve reddetme/çürütme bölümleridir. Bakan Koca konuşmalarında, tüm halka hitap etmektedir. Demografik, ekonomik ve sosyo-kültürel açılardan farklılıklar gösteren bir kitleye yönelik gerçekleştirilecek hitabet, bu farklılıklar göz önünde bulundurularak titizlikle yapılandırılmalıdır. İfadeler net, akıcı ve açıklayıcı olmalıdır. Eldeki veriler değerlendirildiğinde, Fahrettin Koca'nın konuşmalarının bölümlere ayrılarak yapılandırıldığı, kamuoyunun, üzerinde durulan konuların bağlamını anlaması için yeterli bilgi sağlamak adına (McKay, & McKay, 2011) öyküleme bölümlerine ve açıklamalara ağırlıklı olarak yer verildiği, ikna öğelerinin alt bileşenlerinin kullanımının ilgili her bölümde konunun bağlamına göre düzenlendiği görülmektedir. Kriz ve panik durumlarında, toplum için önemli olan hayati bilgilerin kamuoyuna doğru bir şekilde ulaştırılması oldukça zordur (Sentell, Vamos, & Okan, 2020, pp. 2-13). Çeşitlenen medya araçları ile artık herkesin içerik oluşturabilir ve paylaşabilir duruma gelmesi, doğruluğu teyit edilmemiş bilgilerin de paylaşılabilmesi dolayısıyla kontrolü daha da zorlaştırmaktadır. İhtiyaç duyulduğunda güvenilir bilgi ve kaynaklara erişimi kısıtlayan infodemi durumu (World Health Organization, 2020), Covid-19 pandemisi sürecinde ülkeler ile çeşitli kuruluşları ek önlemler almaya yöneltmiştir. Bu ortamda Bakan Koca'nın, sürecin başından itibaren düzenli olarak gerçekleştirdiği basın açıklamaları, infodemi ile mücadelede anlamlı ve değerli bir çaba olarak görülmelidir.

Aristoteles (2018) dilin sıradan ya da abartılı değil, olması gerektiği şekilde yapılandırılmasını söyler (p. 171). Cicero'ya (1855, p. 148) göreyse hatibin dili süslü ve

bilgiden bol olmalıdır. Aksi halde hitabet boş ve neredeyse garip bir kelime akışı haline gelecektir. Gerçekleştirilen analizde Bakan Koca'nın, konuşmalarında uzun, karmaşık, yorucu cümleler kullanmaktan kaçındığı tespit edilmiştir. Söylemlerinde yalın ve kısa cümleler ağırlıklı olarak yer almaktadır. Konuşmaların Türkiye'nin geneline hitaben yapıldığı ve sıklıkla tıbbi açıklamalar içerdiği göz önünde bulundurulduğunda cümlelerin doğru bir strateji ile yapılandırıldığı görülmektedir. Bununla birlikte konuşmalarda süslülük öğeleri de mevcuttur. Bakan Koca'nın cümlelerinde en fazla yer verdiği süslülük öğeleri, motive edici cümleler, mecazlar, karşılaştırmalar, hitaplar, deyimler ve benzetmelerdir. Bakan Koca'nın, kullandığı süslülük unsurları ile kamuoyunun ilgisini devam ettirmeyi, konuşmalarını sıradanlıktan uzaklaştırmaya çalıştığı, böylece söylemi canlı tutmayı hedeflediği söylenebilir. Konuşmalarda hitapların çeşitlilik arz ettiği göze çarpmaktadır. Bakan Koca'nın özellikle samimi, yüceltici ve Türkiye genelinde yaygın olarak kullanılan "Hatice Hanım" ve "Ali Bey" gibi kadın ve erkek isimleri ile hitap etmesinin dikkatleri gerçekleştirilecek açıklamalara yöneltmede daha etkili olabileceği söylenebilir. Bakan Koca'nın ismen gerçekleştirdiği hitaplar, hedef kitle ile arasında samimi bir bağ kurmaya yardımcı olarak, ifadelerin hedef kitle üzerinde daha fazla etki bırakmasını sağlayabilmekte ve dinleyicilerin konuşmaya göstereceği dikkat süresini uzatabilmektedir.

Çeşitli coşkuların yansıtılabilmesi için sesin kullanımı önemlidir. Yüksek ya da alçak bir tonda olmasındansa ikisinin arasında bir ton tercih edilmelidir (Aristoteles, 2018, p. 170). Bakan Koca'nın konuşmaları sunuş özellikleri kapsamında incelendiğinde ses tonunun uygun tonda ve güçlü, telaffuzunun anlaşılır, yüz ifadesinin ciddi olduğu görülmektedir. Bakan Koca konuşmalarının tümünde sakin ve dingindir. Dinleyici ve izleyicilerle göz teması kurmayı ihmal etmemektedir. Göz temasında bulunmak, konuşmacının doğru ifadelerde bulunduğunu sezdirmekte ve güven duygusu yaratmaktadır. Avrupa Hastalık Önleme ve Kontrol Merkezi (ECDC) raporuna (2011) göre krizleri yönetmekten sorumlu kuruluşlara halkın güveni ne kadar yüksek olursa, önerilen önlemlerin halk tarafından benimsenmesi de o oranda yüksek olmaktadır (pp. 8-9). Bu doğrultuda yansıttığı bu beden dili kodları ile Bakan Koca'nın kamuoyu için güvenilir bir lider olmayı hedeflediği görülmektedir.

Tüm bu bulgular, Türkiye Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın kamuoyuna hitaben gerçekleştirdiği basın açıklamalarında retorik unsurlarının geniş kapsamda yer aldığını göstermektedir. İfade edilen olumlu durumlar ve bu durumların kanıtı niteliğindeki verilerin sıklıkla paylaşılması ile korku ve panik durumu azaltılmaya çalışılmakta, güven aşılana ve kamuoyunun cesaretlendirilmesi ve motive edilmesi hedeflenmektedir.

Konuşmaları arasında yer alan "...İnsanlık nice büyük tehlikelerin hakkından geldi; burada da biz başarıya ulaşacağız"/"...Emin olun hep birlikte bu hasarı en aza indirmiş oluruz" cümleleri buna örnektir. Sağlık sorunlarının yanında panik, kargaşa, ayrımcılık gibi negatif sosyal etkilere de neden olan pandemi ve salgın (TÜBA, 2020, pp. 19-32) süreçlerinde liderlerce doğru yürütülen iletişim çalışmaları, halkın sakinliğini korumasına yardımcı olmaktadır. Yukarıda yer alan örnek cümlelerde Bakan Koca, panik ve kargaşa durumunu yatıştırarak güven duygusu yaratmaya yönelik cesaret verici vurgular kullanmaktadır. Bununla birlikte Bakan Koca, kullandığı yalın dil ile iletişimde yaşanacak anlamsal kazaları en aza indirmektedir. Mevcut durum ile uyumlu olarak kullandığı beden dili kodları çeşitli bakış açılarına göre farklı yorumlamaya açık olmakla birlikte, ağırlıklı olarak güven duygusu yansıtılmaktadır.

Çalışmada kullanılan iki farklı retorik analiz yöntemi araştırmanın güvenilirliğinin artırılmasında fayda sağlamış ve kapsamı dolayısıyla pandemi sürecinde gerçekleştirilen tek yönlü iletişimin retorik özelliklerini ortaya koymuş olsa da çalışmanın, Bakan Koca'nın konuşmalarındaki söylemin kamuoyu üzerindeki etkililiğini ortaya çıkaracak yeni araştırmalarla desteklenmesi önerilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

REFERENCES

- Aristoteles (2018). *Retorik* (F. Akderin, Trans.). İstanbul, Turkey: Say Yayınları.
- Başarır, M. (2016). Retorik ikna bileşenlerinin siyasi liderlerce kullanımı: iktidar ve ana muhalefet liderlerinin TBMM grup konuşmaları üzerine bir analiz. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2), 703-724.
- Bıçakçı, A. B. (2012). İkna edici iletişim ve retorik analiz. In Ö. Güllüoğlu (Ed.), *İletişim bilimlerinde araştırma yöntemleri: yazılı metin çözümleme* (pp. 334-362). Ankara, Turkey: Ütopya Yayınevi.
- Burke, K. (1969). *A Rhetoric of motives*. California, USA: University of California Press.
- Cicero, M. T., (1855). *Cicero on oratory and orators with his letters to Quintus and Brutus* (J. S. Watson, Trans.). London, UK: Henry G. Bohn.

- Durmuş, S., & Gür, Ş. Ö. (2017). Mimarlığın metinsel temsilinde retorik inşa: usul-i mi'mari-i Osmani (1). *Metu JFA*, 34(1), 107-131.
- ECDC - European Centre For Disease Prevention And Control. (2011). *ECDC technical report, a literature review of trust and reputation management in communicable disease public health: insights into health communication*. Stockholm, Sweden.
- Ekinci, N. (2017). Antik Yunan'dan Roma'ya retorikten propagandaya. *Akademik Bakış Dergisi*, 62, 34-56.
- Habinek, T. (2005). *Ancient rhetoric and oratory*. Oxford, UK: Blackwell Publishing.
- Herrick, J. (2013). *The history and theory of rhetoric: an introduction*. New York, NY: Routledge.
- Johnstone, B. & Eisenhart, C. (2008). Discourse analysis and rhetorical studies. In Johnstone B. & Eisenhart. C. (Eds.), *Rhetoric in detail* (pp. 3-21). Amsterdam, Netherlands: Philadelphia.
- Martin, J. (2014). *Politic & rhetoric*. New York, NY: Routledge.
- May, J. M. (2002). *Brill's companion to Cicero: oratory an rhetoric*. Leiden, Boston, Köln: Brill.
- McKay, B., & McKay, K. (2020, April 25). Classical rhetoric 1001: the five canons of rhetoric. Retrieved from <https://www.artofmanliness.com/?s=rhetoric>
- Meyer, M. (2017). *What is rhetoric?* Oxford, UK: Oxford University Press.
- Qiu, W., Rutherford, S., Chu, C., Mao, A., Hou, X. (2016). Risk communication and public health. *Global Journal of Medicine and Public Health*, 5(4).
- Sentell, T., Vamos, S., & Okan, O. (2020). Interdisciplinary perspectives on health literacy research around the world: more important than ever in a time of covid-19. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 3010. <https://doi.org/10.3390/ijerph17093010>.
- Sağlık Bakanlığı. (n.d.). Sağlık bakanımız. Retrieved from <https://www.saglik.gov.tr/TR,11442/saglik-bakanimiz.html>
- TÜBA -Türkiye Bilimler Akademisi. (2020). *Covid-19 Pandemi Değerlendirme Raporu*. Ankara, Turkey.
- CDC - U.S. Department of Health and Human Services, Centre for Disease Control and Prevention (2014). *Crisis emergency risk communication* (2nd ed). Retrieved from https://emergency.cdc.gov/cerc/ppt/cerc_2014edition_Copy.pdf (06.05.2020)
- World Health Organization. (2020). *Novel coronavirus (2019-nCov) situation report* (Report No: 13). Retrieved from https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf?sfvrsn=195f4010_6.

TABLES AND FIGURES

Table 1: Konuşmalarda Yer Alan İkna Bileşenlerinin Kategori Bazında Oranı

	N	%		N	%		N	%
ETHOS	183	10,2	PATHOS	302	16,8	LOGOS	1262	70,1
Gerçekleştirilen Uygulamaların Etkililiği	136	7,6	Ödül Çekiciliği	76	4,2	İstatistiksel Veriler	158	8,8
İrade Beyan Etme	12	,7	Korku Çekiciliği	84	4,7	Kıyaslama / Karşılaştırma	80	4,4
Meydan Okuma	1	,1	İstek ve Değerlerin Çekiciliği	142	7,9	Kanıt Sunma	95	5,3
Cesaret	1	,1				Örnek Gösterme	20	1,1
Kararlılık	19	1.1				Açıklama	783	43,5
Haklı Çıkma	14	,8				Neden Gösterme	52	2,9
						Netlik	74	4,1
TOPLAM	183	10,2		302	16,8		1262	70,1

Table 2: Basın Açıklamalarında Yer Alan Bölümlerin Dağılımı ile İkna Bileşenlerinin Konuşmanın Bölümleri Bazında Dağılımı

Düzenleme Bölümleri	Genel Dağılım		ETHOS		PATHOS		LOGOS		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Giriş	153	8,5	7	,4	53	3,3	79	4,5	
Öyküleme/Anlatım	1401	77,8	173	9,8	227	13	973	55,5	
Kanıt	101	5,6	2	,1	0	0	99	5,6	
Reddetme/Çürütme	11	,6	0	0	0	0	11	0,7	
Sonuç	135	7,5	6	,1	22	1,3	100	5,7	
TOPLAM			N = 1752				%97,27		

Table 3: Ethos İkna Bileşeni Alt Kategorilerinin Düzenleme Bölümleri Bazında Dağılımı

Düzenleme Bölümleri		ETHOS ALT KATEGORİLERİ						
		Kararlılık	Cesaret	Meydan Okuma	İrade Beyan Etme	Uygulamaların Etkilliliği	Haklı Çıkma	Toplam
Giriş	Miktar Toplam %	3 %1,6	0	0	0	2 %1,1	2 %1,1	7 %3,8
Öyküleme	Miktar Toplam %	16 %8,7	1 %0,5	1 %0,5	12 %6,6	131 %71,6	12 %6,6	173 %94,5
Kanıt	Miktar Toplam %	0	0	0	0	2 %1,1	0	2 %1,1
Sonuç	Miktar Toplam %	0	0	0	0	1 %0,5	0	1 %0,1
TOPLAM	Miktar Toplam %	19 %10,4	1 %0,5	1 %0,5	12 %6,6	136 %74,3	14 %7,7	183 %100

Not: Yüzde oranları kategori bazındadır.

Table 4: Pathos İkna Bileşeni Alt Kategorilerinin Düzenleme Bölümleri Bazında Dağılımı

Düzenleme Bölümleri		Pathos Alt Kategorileri			
		Ödül Çekiciliği	Korku Çekiciliği	İstek ve Değerlerin Çekiciliği	Toplam
Giriş	Miktar Toplam %	2 %0,7	10 %3,3	41 %13,6	53 %17,5
Öyküleme	Miktar Toplam %	71 %23,5	69 %22,8	87 %28,8	227 %75,2
Sonuç	Miktar Toplam %	3 %1,0	5 %1,7	14 %4,6	22 %7,3
TOPLAM	Miktar Toplam %	76 %25,2	84 %27,8	142 %47,0	302 %100

Not: Yüzde oranları kategori bazındadır.

Table 5: Logos İkna Bileşeni Alt Kategorilerinin Düzenleme Bölümleri Bazında Dağılımı

Düzenleme Bölümleri		Logos Alt Kategorileri							
		İstatistik	Kıyas	Kanıt	Örnek Sunma	Açıklama	Neden Gösterme	Netlik	Toplam
Giriş	Miktar Toplam %	6 %0,5	1 %0,1	1 %0,1	2 %0,2	56 %4,5	6 %0,5	7 %0,6	79 %6,3
Öyküleme	Miktar Toplam %	132 %10,5	75 %5,9	5 %0,4	16 %1,3	643 %51	42 %3,3	60 %4,8	973 %77,1
Kanıt	Miktar Toplam %	17 %1,3	2 %0,2	77 %6,1	0	2 %0,2	1 %0,1	0	99 %7,8
Reddetme/ Çürütme	Miktar Toplam %	0	0	7 %0,6	1 %0,1	2 %0,2	0	1 %0,1	11 %0,9
Sonuç	Miktar Toplam %	3 %0,2	2 %0,2	5 %0,4	1 %0,1	80 %6,4	3 %0,2	6 %0,5	100 %7,9
TOPLAM	Miktar Toplam %	158 %12,5	80 %6,3	98 %7,5	20 %1,6	783 %62,1	52 %4,1	74 %5,9	1262 %100

Not: Yüzde oranları kategori bazındadır.

Table 6: Konuşma Stilinin Düzenleme Bölümleri Bazında Dağılımı

STİL			DÜZENLEME					Toplam
			Giriş	Öyküleme	Kanıt	Reddetme	Sonuç	
Açık, Basit İfade Kullanımı	Miktar %	95 %5,3	943 %52,2	73 %4,1	4 %0,2	90 %5,0	1.205 %66,9	
Süslülük	Miktar %	59 %3,2	459 %25,4	27 %1,5	7 %0,4	5 %2,5	597 %33,1	

Not: Yüzde oranları kategori bazındadır.

Table 7: Cümle Yapılarının Frekans Analizi

Süslülük Öğeleri	Frekans (N)	Yüzde %	
1	Cesaretlendirme / Motivasyon	115	19,7
2	Jargon	103	17,7
3	Metafor / Mecaz	71	12,2
4	Karşılaştırma	61	10,5
5	Deyim	57	9,8
6	Hitabet	43	7,4
7	Benzetme	30	5,1
8	Yüceltme	27	4,6
9	Teşekkür	22	3,8
10	Kişileştirme	16	2,7
11	Yalanlama	7	1,2
12	Slogan	6	1,0
13	Tanımlama	6	1,0
14	Selamlama	6	1,0
15	Tebrik	5	,9
16	Güzel Adlandırma	5	,9
17	Örnekleme / Uslama	2	,3
18	Övgü / Methiye	1	,2
	Toplam	583	100,0