T.C.

MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON BİLİM DALI

Kriz Döneminde Habercilik: Covid-19 Salgını Sürecinde Fas ve Fransız Medyasında Yayınlanan Haberlerin Karşılaştırmalı Analizi

YÜKSEK LİSANS TEZİ

OUİJDANE BROUK

İstanbul, 2022

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON BİLİM DALI

Kriz Döneminde Habercilik: Covid-19 Salgını Sürecinde Fas ve Fransız Medyasında Yayınlanan Haberlerin Karşılaştırmalı Analizi

YÜKSEK LİSANS TEZİ

OUİJDANE BROUK

Danışman: PROF. DR. YUSUF DEVRAN

İstanbul, 2022

İÇİNDEKİLER

- Özet
- Abstract
- Giriş

1. Bölüm: Temel Kavramlar
   1.1. Kriz
   1.2. Haber
   1.3. Sağlık haberciliği
   1.4. Sağlık krizi dönemlerinde habercilik

2. Bölüm: Covid -19 Salgını
   2.1. Covid -19 Salgınının ortaya çıkışı ve dünyadaki etkisi
   2.2. Covid -19 Salgını sırasında Fas'ın izlediği politikalar
   2.3. Covid -19 Salgını sırasında Fransa'nın izlediği politikalar

3. Bölüm: Kriz dönemlerinde medya
   3.1. Kriz döneminde medyanın rolü
   3.2. Kriz döneminde habercilik
   3.3. Krizde vatandaş gazeteciliği
   3.4. Kriz döneminde sosyal medyanın haber amacıyla kullanımı

4. Bölüm: Fas ve Fransa Medyasında Covid 19 Krizine Dair Yayınlanan Haberlerin Analizi
   4.1. Fas Medyasında Covid 19 krizine dair yayınlanan haberler
      - Fas Medyasında yer alan haberlerin Van Dijk perspektifinden söylem analizi
      - Fas Medyasında yer alan haberlerin retorik analizi

   4.2. Fransa Medyasında Covid 19 krizine dair yayınlanan haberler
      - Fransa Medyasında yer alan haberlerin Van Dijk perspektifinden söylem analizi
      - Fransa Medyasında yer alan haberlerin retorik analizi

5. Genel Değerlendirme ve Sonuç

- Kaynakça

Özet:

Çin'de 31 Aralık 2019 tarihinde, dünyayı çok etkileyen bir salgın ortaya çıkmıştır. İlk olarak Wuhan kentinde çıkan Covid-19 olarak adlandırılan öldürücü virüs, dünyayı alarma geçirdi. Başta Avrupa, Amerika ve Arap ülkeleri olmak üzere, yeni tip Coronavirus (Covid-19) dünya çapında bir kabus haline geldi. Ülkelerin ekonomisi, sosyal hayatı ve altyapısı fark etmeksizin, tüm dünyayı etkiledi. Bu sırada medya, halkın ana bilgi kaynağı oldu. Her ülke, yapılan habercilik yoluyla, geniş kitlelere ulaşmaya ve halkı bilgilendirmeye çalıştı. Farklı platformlarda habercilik yapan gazeteciler, hassas bilgileri aktarırken kritik bir rol oynamaktadır. Coronavirus salgının ilk ortaya çıktığı andan itibaren, salgının sebebinden, tedavi bulmak için süren çalışmalara kadar binlerce haber yapıldı. Bu bağlamda, söz konusu çalışmada da Corona dönemindeki habercilik ve özellikle yayınlanan metin ve görüntüler üzerinde durulacaktır. Coronavirus salgınının ortaya çıkmasıyla dünya çapında virüse ilişkin haberler çok izlendi. Herkes büyük bir dikkatle, dünyada yaşanan krizi evinden takip etti. Kitleler radyo, televizyon, gazete veya internet gibi farklı kaynaklardan doğru bilgi edinmek için çabaladı.

Tüm bunlar doğrultusunda, çalışmada, Coronavirus krizinde habercilik alanında yaşanan gerginlik bağlamında yayınlanan haberler karşılaştırılacaktır. Bu perspektifle de Fas ve Fransa ülkeleri örneklem olarak seçildi. Bununla birlikte, şunu da göz ardı etmemek gerekir ki söz konusu kriz döneminde, herhangi bir bilgi yanlış anlaşılırsa halkın davranışları etkilenebilmekte ve bu da salgın sürecini olumsuz etkileyebilmektedir. Bunun önemini bilen farklı ülkelerdeki medya kuruluşları da salgının durumuna göre yayınlar yapmaya çalıştı. Bu bağlamda da Corona döneminde yayınlanan haberlerin incelenmesi kriz dönemlerindeki haberciliğin rolünü anlamak adına önemlidir.

Anahtar Kelimeler : *Coronavirus - Covid-19- Fas - Fransa- habercilik - karantina - önlemler - panik - kriz haberler*

Reporting in the time of crisis:
A comparative analysis of the media coverage of Covid-19 's pandemic in Moroccan and French media

Abstract :

The end of 2019, while the world was preparing to welcome a new year, nobody was thinking that it's going to be a year full of curfews, quarantine and lockdows. December 2019, Coronavirus (Covid -19) one most affected and deadly viruses in history has appeared in Wuhan, China. İn a short period of time the virus became an alarming danger for the whole world. Coronavirus has become a nightmare for all the countries. The virus affected many fields. Starting from the worldwide's economy to the social life and the psychology of human beings. At the time of Corona we have all seen the importance of the true information in the time of panic. The topic of our research will be reporting during crises, taking the example of Coronavirus as one of the most recent and mortal health crises.

In crises, the media can reach a big audience, becoming the main source of the "approved information". İt is the main source of information for the majority of citizens. In the Corona crisis most journalists reporting on different platforms have been in a critical situation while transmitting sensitive information. Since its first appearance, corona had been the topic of thousands of articles with different approaches from the cause of the outbreak till the efforts for finding its treatment and treatment. With the emergence of the Coronavirus outbreak, news about the virus has been followed very much worldwide. Everyone was watching the world's tension and panic caused by the virus. Whether by radio, television, newspaper or internet, everyone was looking for the right information. The importance of media has increased during the period of Corona. Journalists started to make changes in their writing style, reviewing and reporting news. Considering this situation, we will focus on the news texts and videos published during the Corona crisis.

The Coronavirus outbreak was a challenge not just for the healthcare sector but also for the media. Media sector lived in stress. The workers in the media industry were trying to present sensitive information to the public, using simple ways to make the information clear and understandable. Journalists were obliged to deal with the lack of information and the necessity of ensuring the public doubts and news needs. If any information is misunderstood, the public's behavior may be affected and the result can be very harmful. Based on 2 different countries we will study carefully the media content's characteristics during corona's crisis. We will review the news published in Morocco and in France. We will see how channels and media organizations from different countries have made their broadcasting and reporting mission based on the pandemic situation in their countries. To do this, it is essential to fine-tune the news published during the period of Corona.

Keywords *: Coronavirus - Covid-19- Morocco - France- reporting - quarantine - measures - panic - crisis - news*

Giriş:

Yeni tip Coronavirus (Covid-19) insanlığı tehdit eden bir sağlık krizi olmasının yanı sıra, bir bilgi ve haber krizidir. Bu krizin boyutlarını tespit etmek için Corona dönemindeki haberlerin analizi yapılması gerekmektedir. Medyanın en önemli rolü farkındalığı arttırmaktır. Medya Coronavirus salgınında da bu klasik rolünü oynadı. Haberlerin önemi Corona döneminde daha da arttı. Hatta gazeteciler kullanılan yazı, görüntü çekimi ve bilgi aktarımı konusunda da değişiklikler yaptı. Corona nedeniyle ortaya çıkan panik sadece sağlık sektörünü değil, medya sektörünü de etkiledi ve söz konusu sektörde büyük stres yaşandı. Medyada çalışan herkes bütün yolları kullanarak hassas bilgileri kolay anlaşılabilen haberler içinde sunmaya çalıştı. Gazeteciler bilgi eksikliğini gidermek ve halkın haber ihtiyacına cevap vermek için çabaladı.

Bilim adamları, virüsün özelliklerini araştırırken ve salgına ilişkin yeterince bilgi henüz bulunmazken haber sektörü büyük dinamiklik yaşadı. Covid-19 bulaşma ve yayılma sürecinin ayrıntılı ve güvenilir raporların oluşturulması zaman alırken medya kurumları halkın bilgilendirmesini sağlarken kargaşası da arttı. Coronavirus yayılmaya başladığı ilk andan itibaren, herkesi şaşırtan o görünmez sınır ötesi düşman haline geldi. İnsanlar medya kuruluşlarının ulaştığı raporları büyük dikkatle takip ederek gerçeklik ve çelişkili yorum ve teoriler arasında kaldı. Yayınlanan haberleriyle sanki dünyanın sonu başlamış gibi, insanların kalbinde dehşete düştü.

Medya halka salgının tehlikelerini uyarırken onu paniğe düşürdü. Küresel seviyede Coronavirus salgına ilgi artarken, halkın güvenini kazanmak ve sürdürmek isteyen medya kuruluşları için bir güven sınavı başladı. Bütün ülkelerde ister uluslararası ister yerel medya halk abartılmış ve bazen yanıltıcı haberlere maruz kaldı. Başta virüsün Çin'de yarasa çorbası yiyen bir kişide çıktığı dedikodusu, sonra Çin'in deniz ürünlerin pazarlarında düşük hijiyen kurallarının dedikodusu, Coronavirus haberleri artık heyecan verici haberler haline geldi. Netice olarak bir haber kargaşası yaşandı. Onun için Coronavirus dönemindeki haberlerin analizi önemlidir.

Araştırmanın amacı, kritik dönemlerde basında kullanılan söylemler ile görsellerin özelliklerini tespit etmek ve hassas bilgileri halka sunarken hangi noktalara önem verildiğini anlamlandırabilmektir. Aynı zamanda uluslararası bir krizde farklı ülkelerin medyasının hangi söylemler ve ne tür görseller kullandığını tespit etmektir. Araştırmada farklı aşamalardan geçerek Covid-19 gibi kritik zamanlarda dikkat edilmesi gereken noktalar ortaya konulacaktır. Bu çalışmada Covid-19 krizi gibi geçmişte olmayan krizler içerisinde yapılan haberlerin mantığı ve zayıf noktalarının anlaşılmasına yönelik sorulması gereken sorular söz konusudur:

1. Corona dönemindeki haberlerin dili nasıldır?
2. En çok tekrarlanan konular nelerdir?
3. Haber bültenlerin üzerinde değişiklikler yapılmakta mıdır?
4. En çok kullanılan terimler nelerdir?
5. Özel haber bülteni yapılmakta mıdır?
6. Günlük haber sayısı konusunda artış görülmekte midir?

7. Grafik ve multimedya içerikler, haber dilini basitleştirmek için kullanılmakta mıdır?
8. Konunun hassasiyetine önem verilmekte midir yoksa Covid-19 haberleri de diğer haberler gibi mi verilmektedir?
9. Kısa haberler mi uzun haberler mi daha çok paylaşılmaktadır?
10. Covid-19 haberlerine öncelik verilmektedir mi yoksa halkın panik yaşaması için bütün haberler aynı şekilde mi verilmektedir?
11. Covid-19 döneminde haber bülteninde yetkililerle röportajlar çok kullanılmakta mıdır?

Bu noktadaki amaç, haberlerin nasıl yazılması gerektiğini açıklamak değil, krizlerde var olan tansiyonu gazetecilerin nasıl etkilediğini göstermek ve sağlık verilerini haber şeklinde aktarırken halkın anlayışına göre nasıl değiştiğini açıklamaktır.Araştırmada Fas ve Fransa medyasından örnekler alınacaktır. Bu iki ülkenin resmi bakanlık sitelerinden ve kanalların arşivlerinden veri alarak inceleme gerçekleştirilecektir. Fas ve Fransa'dan örnekler alarak bu iki ülkede yaşanan bilgi ve haber krizi ile ilgili inceleme yapılacaktır. Bu araştırmada Fas ve Fransa'daki gazetecilerin bilgi eksiklikleri ve halkın yaşadığı bilgisizlikle baş edebilmek adına paylaşılan haberler incelenecektir. Haberlerin metin, görüntü, söylem gibi unsurlarının özellikleri üzerinde durarak, Faslı ve Fransız medya Covid-19 krizini nasıl yönettikleri ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Corona virüsünün ortaya çıkmasının ardından pek çok haber yayınlanmıştır. Fas ve Fransa'da bütün bu sürecin incelenmesi uzun sürebileceği için araştırmada, ülkelerin özelliklerine önem vererek Covid-19'un en kritik dönemlerindeki haberleri ele alınacaktır. Bu kapsamda incelenecek dönem en çok vaka görüldüğü ilk gün, Fas ve Fransa'da Covid-19 yayılmamasına yönelik ilk kararlar, normalleşmenin ilk adımları olacaktır. İncelenecek haberler en çok izlenen haberler olacaktır. Görüntülü haberlerin alınacağı kanallar Fas'ta ve Fransa'da da en çok takip edilen reytingleri yüksek olan kanallardır. Çok izlenen haberler mühim bir etki bırakmaktadır. Ayrıca haberlerin seçiminde farklı medya kuruluşlarının olmasına dikkat edilecektir. Böylece yapılan incelemede farklı ideolojiler bağlamında, bu krizde aynı olaylar için yayın konusunda nasıl kararların alındığını da ortaya koyabilmektir.

Araştırmada söylem Analizi (Discourse Analysis) yoluyla metin veya konuşma biçiminde kullanılan dil detaylı olarak analiz edilecektir. Bu söylem analizinde seçilen haberleri bir veri olarak ele alırken metne derin bir anlama ve kavrama imkanı sağlayacaktır. Görüntülü ve fotoğraflı haberlerin işaretleri, göstergelerin analizini yapabilmek için de Göstergebilimsel Analiz Yöntemi kullanılacaktır.

1. Bölüm: Temel Kavramlar

Yeni tip Coronavirus (Covid-19), dünyadaki bütün aktiviteleri etkilemeye devam ederken, Coronavirus gibi kritik durumlarda basının rolünün ne kadar hassas olduğu fark edilmektedir. Medya / basın Covid-19 krizinin getirdiği tüm zorluklara rağmen bilgi aktarmaya çabalamıştır. Araştırma kapsamında medyanın kritik dönemlerde oynadığı rolü ve Coronavirus döneminde yaşanan haber kargaşasını tespit edebilmek için kriz, haber, sağlık haberciliği ve sağlık krizi dönemlerinde haberciliği, gibi anahtar terimlerinin tanımlaması gerekmektedir.

1.1. Kriz :

Türk Dil Kurumu Sözlükleri'ne (TDK) göre 'Kriz' bir organda birdenbire ortaya çıkan bozukluk, aksilik, bir şeyin çok kıt bulunması durumu, bir ekonomi çöküşü anlamlarına gelmektedir. Ülkeler arasında, toplumun veya bir kuruluşun yaşamında yaşanabilecek gerginliktir. Kriz, aniden ve beklenmeyen bir şekilde gelmektedir. Kriz, tehlike zamanı veya daha büyük zorluk, kesin dönüm noktası olarak da tanımlanmaktadır.(Oxford Pocket Dictionary, 1992).

Krizlerin oluşturduğu belirsizlik, tehditler nedeniyle kuruluşların devamlılığında bir dönüş noktası olarak değerlendirilmektedir. Bu dönüş noktası kurumu ya iyi yada kötü bir yöne çıkarmaktadır. Kriz sadece tek bir olay değil bir dizi olay olabilir. Krizler iyi bir şekilde ele alınmadığı durumunda, büyük ve tekrarlanabilen bir tehdite neden olmaktadır. Bu tür olayların veya tehditlerin etkili bir şekilde yönetilmesi ve ele alınması süreci "kriz yönetimi" olarak bilinmektedir. Kriz, vurduğu ülkeye veya alana ciddi zarar verebilir.(Institute for Public Relations,2007).

Kriz; devletin, bir kuruluşun, şirketin veya sektörün, ürettiği ürünler ya da verdiği hizmetleri etkileyen olumsuz ve sonucu çok büyük olabilen bir olaydır. Kriz, işlemlerin faaliyetlerinde ciddi kısıtlamaların uğratması ile beraber bazen vurduğu alanın istikrarını tehdit edebilir. Halbuki krizler her zaman olumsuz bir olay değildir. Krizler zayıf noktalar göstererek radikal bir değişime varmakta yardımcı olmaktadır. Krizler her zaman, etkileme potansiyeline sahip olmayabilir. Özellikle de eğer olan kriz, kurumun veya devletin küçük ve izole edilmiş bir bölümünü vurduysa. Bir krizin etkisi büyük ve ciddi tehlike taşıması için insan yaşamına, mallara, finansal kazançlarına, ya da bir devletin veya kuruluşun genel itibarına yönelik bir tehlike oluşturuyor olmalıdır. (Timothy Coombs, Holladay, 2010).

Sağlık krizi ise; Dünya Sağlık Örgütü'nün (World Health Organization) verdiği tanımlamaya göre, kriz zor olarak algılanan bir durumdur. En büyük değeri, zaman içinde tanımlanamayan sinsi bir sürecin olasılığını ve mekânsal olarak bile farklı katmanları / yoğunluk seviyelerini tanıyabilecektir. Bir kriz belirgin olmayabilir, onun derin bilimsel bir analizden geçmesi gerekmektedir. Sağlık krizi tehlike veya zorluklar ile dolu bir dönem olurken, insanları kurabilmek için bir dönüm noktasıdır. (Santa Olalla Peralta, 2008, S.5).

1.2. Haber :

Cambridge sözlüğüne göre haber, son olaylarla ilgili bilgiler veya raporlardır. Medya, radyo ve televizyon, gazeteler, dergiler ve internet aracılığıyla yayınlanabilir.Türk Dil Kurumu Sözlükleri'ne göre ise, bir olay, bir olgu üzerine edinilen bilgi olarak tanımlamaktadır. Haber garip ve rutin dışında olan olaydır. "Bir köpek bir adamı ısırdığında haber olmuyor, çünkü bu çok sık olur. Ama bir adam köpeği ısırırsa, bu haberdir." (Bogart, The New York Sun ,1800s). Haberler, insanların ilgisini çeken ve aniden meydana gelen bir olaya ilişkin bilgiler olarak tanımlanabilir. Haber, bir topluluktaki çok sayıda kişinin ilgi duyduğu , etkilendiği, anlayabileceği herhangi bir olay, fikir veya görüştür. Gazete, elektronik televizyon aracılığıyla haberler yayınlanmaktadır. Haberler, çok sayıda okuyucunun ilgisini çekecek herhangi bir gerçek veya fikir olarak tanımlanmaktadır. (Shaju,P. Muneer, A,2014, S. 10).

Haberler genellikle düz haber ve yorumlayıcı haberler olmak üzere iki türe ayrılmaktadır. Düz bir haberde, olayda neler olduğuna dair ana bilgileri içeren, doğrudan, açık bilgiler sunulmaktadır. Yorumlayıcı haberler olayları derin boyutlara kadar gitmektedir. Ve sonunda bir yorum vermektedir. Bu tür haberler olayın tüm taraflarını verir, arka plan bilgisi sağlar ve olaylara yeni anlamlar katarak okuyucunun olayı daha iyi anlamasını ve takdir etmesini sağlamaktadır.(Shaju,P. Muneer,A,2014, S. 10). Yaklaşık kırk yıldır gazetelerde çalışan Amerikan Jack William Fuller'e (21 Ekim 1946 - 21 Haziran 2016) göre, "Haber", bir medya kuruluşunun izleycisi için önemli ve ilgi çekici, son anda olan olaylar ya da konular hakkındaki rapordur. Örneğin, ticaret üzerine yapılan bir açıklama, kongrede yapılan bir oylama ve çıkan ölümcül bir yangın gibi olaylar. (Tanikawa, 2017, S. 3522)

Medya, kitlesel iletişim kurmak ve haberleri yaymak için kullanılan bir araçtır (Basın, radyo, televizyon gibi). Medya, genellikle mesajı kişiselleştirme olmadan çok sayıda kişiye bilgi aktarma gücüne sahiptir. Medya, geniş bir bilgi ve görüşün yaygın ve toplu olarak dağıtılmasına olanak sağlayan bir araçtır.(Larousse Sözlüğü) Medya eleştirmeni ve kuramcısı James Carey, 1992 yılındaki

"Kültür olarak İletişim" adlı kitabında, hayattaki deneyimlerin başkalarıyla paylaşmak gerektiğini vurgularken medyanın bu paylaşımı yapabilmenin bir yolu olduğunu açıklamıştır. Başka bir sözle ise medya realiteyi aktarma aracıdır. Eski zamandan beri yeryüzündeki tüm canlılar, duygularını ve düşüncelerini birbirlerine iletmek için araçlar geliştirdiler ve bu araçlardan en önemlisi medya ve kitle iletişim araçlarıdır. (Carey, 1989, S. 46).

1.3. Sağlık haberciliği

Sağlık haberciliği, sağlık ve tıbbi bilgilerin medyada iletmesinin prosedürüdür. Sağlık haberciliği, basılı gazeteler, televizyon, radyo, internet ve haber bültenleri yoluyla yapılabilir. Günümüzde sağlık haberi geniş bir kitleye ulaşmak adına Twitter gibi sosyal medya kullanılmaktadır. Tıbbi ve sağlık sorunları çoğu insanı ilgilendirdiği için sağlık haberciliği, yaygın olarak takip edilmektedir. Sağlık haberciliği, sağlığı ilgilendiren konular hakkında halkın farkındalığını artırmayı sağlamaktadır. Sağlık haberciliği aynı zamanda tıbbi uygulamaları, sağlık hizmeti kullanımını ve hükümet politikaları hakkında da bilgi vermektedir. (Nafeesa, N. Hearachchi, D, 2020, S. 38).
Sağlık haberciliği, bilim gazeteciliğinin bir alt bölümü olarak da tanımlanmaktadır. Bilim haberleri genellikle iki ana kategoriye ayrılır: Bilimsel bulguları ile ilgili haberler ve bilimsel ve sorunları daha geniş bir toplumsal bağlamda tartışan haberler. Sağlık haberciliği söz konusu olduğunda, ilk haberlerin çeşidi sağlık alanında yapılan yeni araştırma bulguları, ikinci tür ise hastalık sağlık ve obezite gibi daha geniş toplumsal sorunları kapsamaktadır. Sağlık üzerinde yapılan iyi bir sağlık haberi, yalnızca gerçekleri sunmaz, insanların yaşadığı günlük rutinde geliştirmektedir. Sağlık haberciliği bilimsel kanıtlara bakarak, alıcının yeni bilgileri anlamasına yardımcı olmaktadır. Sağlık haberlerinin editörleri, kullanılan argümanları sorgular ve bilimsel geçerliliğini değerlendirir. İyi bir sağlık haberciliği, araştırmaların titiz bir şekilde incelemesi sonucu ortaya çıkar. (Maksimainen, 2017). Gazetecilerin sağlık haberlerini hazırlanmasında karşılayabileceği zorluklardan bazıları, sağlık yetkililerinin sağlık bilgilerin gizlemesi ve gazetecilerle görüşmek konusunda isteksiz olmaları, bürokrasi, ve sağlık bilgilerine ulaşmak için uzun prosedürlerin olmasıdır. Gazetecilerin ve medya kuruluşlarının karşılaştığı bir diğer büyük zorluk ise hükümetlerin ve siyasetçilerin, gazetecileri ve medyayı gerçeklerin yayınlamasına müdahale etmeleridir.(Nafeesa, N. Hearachchi, D,2020, S.40).

Dünya çapında tıbbi araştırmaların önemi ne kadar büyük yada az olursa olsun, sağlık haberciliğinin, rolu bu araştırmaların sonuçlarını paylaşmaktır. Sağlık haberleri, halkın bilgi ve sağlık bilgilerini etkilemektedir. Medya halkı çok etilerken, bazen insanlar medyada öğrendikleri son sağlık haberleri nedeniyle yeni bir tedaviyi benimekteler. (Keshvari, 2017, S.14). Medya, vatandaşların sağlık konularına ilişkin kamusal tartışmalara katılabilmeleri hatta kendi sağlıklarını yönetilmeleri için bilgi sahibi olmalarını sağlamaktadir. Medya, halkın inançları, tutumları ve hatta davranışları etkileyebileceği için sağlık konularda da onu büyük bir ölçüde ikna etmektedir. Bu bağlamda, gazetecilerin bilimsel alanda büyük bir sorumluluğu sahiptir, çünkü medya teknik bilimsel çalışmaları ve araştırmaları halka basit bir şekilde aktarmaktadır. (Catalán-Matamoros, D. Peñafiel-Saiz, C. 2019).

1.4. Sağlık krizi dönemlerinde habercilik

Kriz zamanında doğru bilgiye ulaşmak halkın bir hakkıdır. Ancak krizin oluşturduğu güvensizlik hava nedeniyle doğru bilgi arayışı zor olabilir. Kriz dönemlerinde kamuoyunun bilgi arayışını hızlı ve doğru veriler ile karşılamak önemlidir. Kriz sırasında doğru bilginin kamuoyuna sunulmasının sonucu halkın her duruma hazırlıklı olmasını sağlamaktadır. (Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı, 2020). Küresel sağlık acil durumları sırasında, halk sağlığının ve yaşamlarının korunmasını sağlayabilecek güvenilir bilgilerinin erişmesi zor olmaktadır. Sağlık krizi olduğu zaman aceleci tepkiler ve bilginin azlığı, yanlış bilgilerin ortaya çıkmasına neden olabilir. Onun için sağlık krizlerin sırasında medya kuruluşları, sağlık yetkilileri tarafından açıklanan bilgilere öncelik verilmektedir. Sağlık krizlerinde

gibi olağanüstü durumlarda resmi bilgilerin yayınlaması ve yanıltıcı haberlerin sınırlanması, ifade özgürlüğünü kısıtlamak için bir bahane olmamalıdır. (European Council,2020).

Bir sağlık krizi olduğu zaman haberler yoluyla bilgilerin ulaşması hayat kurtarabilir. Bir sağlık krizinde insanların davranışları iyisiyle kötüsüyle her şeye açık olmaktadır. Sağlık krizine ilişkin bilgilerin geniş bir kitleye ulaşabilen medya kuruluşları anlık bir haberde yayınlarsa halk gerekli önlemi alabilecektir. Sonuç olarak, sağlık haberciliğin önemi sağlık kriz zamanlarında, toplumun bilgi eksikliği, korku, huzursuzluk ve gerilim havasıyla daha da artmaktadır. (UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2020). Krizlerde yapılan sağlık haberciliğin bilimsel ve teyit edilmiş bilgilere dayalı olmadığı durumunda yanlış bir enformasyon meydana gelmektedir. Sağlık krizlerinde yanlış ya da eksik bilgilendirilme olursa, sonuçlar kötü olabilmektedir. Halk ya krizde yanlış bir tutumda bulunabilir ya da meydana gelen sağlık krizinin bir komplo olduğu düşünülebilmektedir. Dolayısıyla kriz dönemindeki haberciliğindeki en önemli kriterleri kamu yararına göre bilgi iletmek, dengeli bir şekilde krize ilişkin bilgileri sunmak ve haberlerin bilimsel ve resmi zemine dayanıklı olmaktır. Sağlık krizlerinde objektif olan bir habercilik halkın endişesine ve paniğine arttırmak yerine onun kriz gibi zor süreçlerde daha rahat ve sakin olmasına salayacaktır. Habercilik, sağlık krizin atlatılması için önem taşımaktadır. (Utma,S.2020, S. 113).

Sonuç olarak, habercilik ve sağlık alanı ayrı olmasına rağmen, birbirine çok bağlıdır. Habercilik halkın her şeyden haberdar olmasını sağlarken, sağlık gelişmeleri gibi kritik bilgileri de yayınlanmaktadır. Habercilik her gün olan sağlık gelişmeleri ile beraber sağlık krizlerde halkın hazırlıklı olmasını sağlamaktadır. Corona krizinin haberciliğe ve medyaya yönelik yansımaları ve etkilerini ölçmek için, kriz ve habercilik dahil olmak üzere sağlık haberciliğini ve krizdeki sağlık haberciliğini özellikleri üzerinde durulmak gerekmektedir. Coronavirus gibi kriz dönemlerinde habercilik alanında yaşanan gerginlik havasında yayınlanan haberlerin incelemesi, yukarıda tanımlanmış terimlerin ışığında olacaktır. Anahtar terimleri tanımlaması ve özelliklerini tespit etmesi yapılacak incelemeleri kolaylaştırmaktadır.

2. Bölüm: Covid 19 Salgını

Coronavirus sadece günlük rutini değil sınırları kapattırdı ve havalimanlarını hareketli bir yerden terk edilmiş bir mekana dönüştürdü. Coronavirus nedeniyle ülkeler kendi sistem ve siyasi kurallarını bir kenara bırakarak, olağanüstü hal ve sağlık durumlara göre hareket etmeye başladı. Dünya çapında her saniye ölü ve vaka sayısı, yoğun bakımda yatan kişi sayısı yükselirken insanların hayatta kalmak için tek çözüm evde kalmaktı. Coronavirus anlaması için onun ilk ortaya çıkışı incelemek gerekmektedir. Fas ve Fransa'daki Coronavirus dönemindeki haberciliğini araştırmak amacıyla da bu iki ülkenin Corona kapsamında izlediği politikaları da incelemek gerekmektedir.

2.1. Covid -19 Salgınının ortaya çıkışı ve dünyadaki etkisi:

Yeni tip Coronavirus-19/ (COVİD-19): Coronavirus-19 salgını (COVID-19), solunum yolu bir hastalığı olarak bilinmektedir. COVİD-19 şiddetli solunum sendromu Coronavirus 2 (SARS-CoV-2; eski adıyla 2019-nCoV) neden olan bir hastalık olarak tanımlanmaktadır. COVİD-19 Wuhan Şehri, Hubei Eyaleti, bu yeni virüs ilk olarak 31 Aralık 2019'da, Çin Halk Cumhuriyeti'nin Wuhan kentinde ortaya çıktı (World Health Organization,2019). Virüsün ortaya çıkmasının ardından Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) Acil Durum Komitesi'nin tavsiyeleriyle 30 Ocak 2020'de DSÖ, Covid-19 salgını, Uluslararası Öneme Sahip Halk Sağlığı Acil Durumu (PHEIC) olarak ilan etti.

Covid- 19 salgının ilk vakaları tespit edilirken Çin'deki yerel yetkililer virüsün nedeni araştırmaya başladı. Yapılan incelemeler kapsamında 31 Aralık 2019'da Wuhan'daki deniz ürünleri ve hayvan pazarında çevresel örneklemler alındı (Environmental samples) alınan örneklemler SARS-COV-2 için

pozitif çıktı. Pazarın Covid- 19 kaynağı ya da salgının ilk yayılmasına sebep olan bir faktör olarak düşünülürken Wuhan'daki pazar 1 Ocak 2020 tarihinde kapatıldı. (World Health Organization,2020). Türkiye Sağlık Bakanlığı'na göre COVİD-19'dan en çok etkilenen kişiler: "60 yaş üstü olanlar,ciddi kronik tıbbi rahatsızlıkları olan insanlar, kalp hastalığı,hipertansiyon, diyabet, kanser, kronik solunum yolu hastalığına sahip olanlar ve sağlık çalışanları"(TC Sağlık Bakanlığı COVID-19 Bilgilendirme Sayfası). COVID-19 bulaşıcı olmasıyla beraber 2020 yılının başlarında Çin'in çeşitli bölgelerine yayılmasının ardından ABD dahil olmak üzere,Avrupa'ya ve bütün dünyaya ulaştı. Dünya Sağlık Örgütü 11 Mart 2020 tarihinde (COVID-19) küresel bir salgın olarak ilan etti. (WHO Director-General's opening remarks,2020).
Salgının yayılmasını kontrol etmek amacıyla pek çok ülkeye giden ve gelen uçuşlar ciddi bir şekilde kısıtlandı hatta bazı ülkelerde sınırlar tamamen kapatıldı ve diğer ülkelerden vatandaşların tahliyesi yapıldı. COVID-19 dünya çapında çok etkili olduğu için birçok ülkede, okul, işletmeler eğlence yerleri alışveriş merkezleri kapatıldı.Vatandaşların gerekli olmadıkça evde kalmaları istenildi.

COVID-19 Tarihi ve benzer salgınlar : Aslında Coronavirus yeni bir salgın değildir. (COVİD-19) Coronaviruses (Coronavirüsler): Adlı virüs türünün bir çeşididir. Coronavirus çok çeşitli bir virüs ailesidir. Coronaviruses (Coronavirüsler) İnsanları da dahil olmak üzere hayvanlar ve çeşitli varlıklarda yaşayabilmektedir. Coronavirus,insanlarda ve hayvanlarda hastalıklara neden olan bir virüs türüdür. İnsanlarda genellikle solunum enfeksiyonlarına burunda, boğaz ve göğüs enfeksiyonları gibi ciddi sağlık sıkıntılarına yol açmaktadır. Bağışıklık eksikliği yaşayan kişiler Coronavirüsler nedeniyle ciddi sağlık problemleri yaşayabilirler.Coronavirus insanları öldürebilecek daha ciddi enfeksiyonlara neden olabilir. (Cambridge Dictionary).
Coronavirus'lerden bazı örnekler:

- 2003 yılında SARS-CoV: SARS'a neden olan virüs SARS-CoV
- 2012 yılında MERS-CoV:Tespit edilen Orta Doğu solunum sendromuna Middle East respiratory syndrome (MERS),
- 2019'da COVID-19: SARS-CoV-2 virüsü nedeniyle ortaya çıktı ve COVID-19 olarak tanımlandı.

Örneğin, Coronavirus türü olarak (SARS) 2002 - 2003 : Dünya Sağlık Örgütünün (DSÖ) yayınladığı rapora göre, SARS Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS) tanınmaktadır. İlk olarak Çin'in Guangdong eyaletinde teşhis edildi. Küresel SARS salgını 2002'nin sonlarından 2003'ün ortalarına kadar sürdü.SARS, hava yoluyla bulaşan ve influenzaya benzer şekilde küçük damlacıkları yoluyla yayılan bir virüstür.SARS'ın ilk çıktığında DSÖ onun ile ilgili derin bir soruşturma yapmak amacıyla uluslararası araştırmalar yapan Küresel Salgın Uyarı ve Müdahale Ağı (GOARN) önderliğinde virüsten etkilenen ülkelerdeki epidemiyolojik, klinik ve lojistik destek sağlamaya çalışmıştır. (World Health Organization SARS,2002). SARS at nalı yarasalarında gelişip hayvan yoluyla insanlara bulaştığı üzerinde bir iddia varken araştırmalar, SARS insanlara sıçrayabilmek için genetik değişiklikler yaşaması gerektiğine dikkat çekiyor.(Encyclopedia Britannica 2013). SARS'ın söz konusu olan belirtileri, ateş, öksürük, kas ağrısı ve nefes daralmasıdır. Belirtiler giderek şiddetlenip

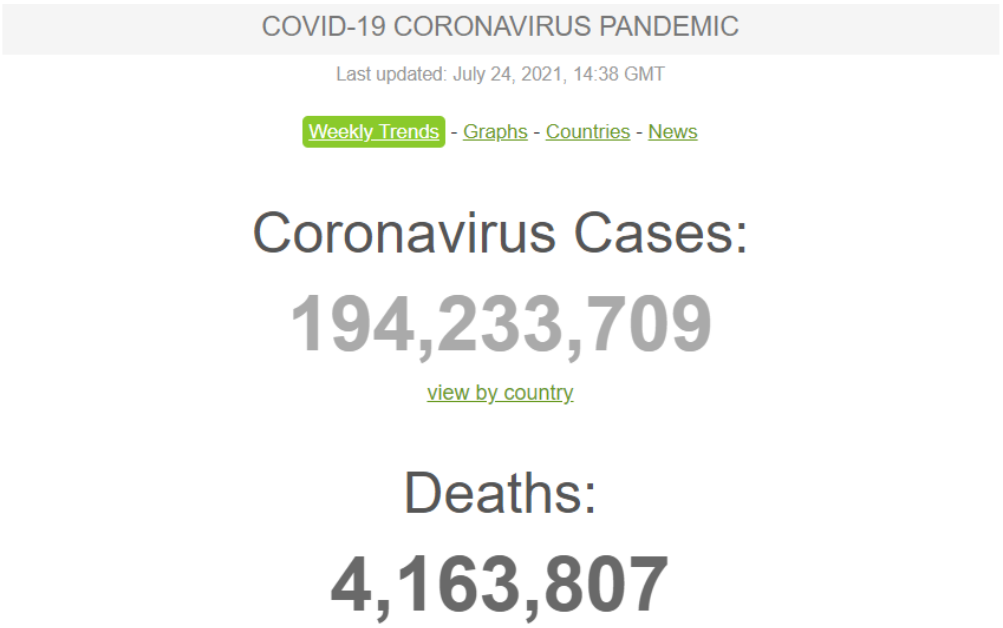
solunum cihazında ciddi sorunlar yaşanmaktadır. Haziran 2003 tarihinden itibaren SARS'ın bulaşma oranı düşmeye başladı. SARS nedeniyle getirilen kısıtlamaların hafifletmiştir ve SARS kontrol altına alınmıştı.(NIAID.2020).

COVID-19 semptomları :COVID-19 semptomlarına söz konusu, ABD'deki Johns Hopkins Medical University tarafından yayınlanan rapora göre: COVID-19 semptomları arasında öksürük, ateş,titreme, nefes darlığı ve nefes almakta zorlanmak, kas ve vücut ağrıları, boğaz ağrısı, yeni tat ve koku kaybı, ishal, baş ağrısı, yeni yorgunluk, mide bulantısı veya kusma ve tıkanıklık veya burun akıntısı yer almaktadır. COVID-19 şiddetli olabilir ve bazı vakalar ölüme neden olabilir. (Lauren, 2021). Semptomları gösteren vakaların yanı sıra semptomları göstermeyenler de bulunmaktadır. COVID-19 semptomları göstermeyenler bulaştırma konusunda büyük risk oluşmaktadır. COVID-19 tespit edildiği vakalar semptomları yaşarken Dünya Sağlık Örgütü'ne (DSÖ) göre "A symptomatic" ya da semptomları göstermeyenler de bulunmaktadır. "A symptomatic" ile beraber pre-symptomatic vakalar da bulunmaktadır. "A symptomatic" vakalar enfekte olan ancak hiçbir zaman semptom geliştirmeyen kişileri ifade ederken, "pre-semptomatik", henüz semptom geliştirmemiş ancak semptomlar daha sonra gösterip yaşanmaktadır.(World Health Organization,2020). **COVID-19'un yeni mutasyonları:** COVID-19 dünyada yayılmaya devam ederken onun birden fazla mutasyonu çıkmaktadır. Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezleri tarafından verilen bilgilere göre, COVID-19 mutasyonları daha bulaşıcıdır. COVID-19 mutasyona uğramış versiyonları daha bulaşıcı olmasının yanı sıra endişe verici bir konu olmaktadır.(Centers for Disease Control and Prevention(CDC), 2019). Dünyada yayılmaya devam eden mutasyonlar ise:

- B.1.1.7,Covid-19'un İngiltere mutasyonu,Ocak 2021'de COVID-19'dan daha hızlı yayılan bir mutasyon olup İngiltere'yi çok etkiledi. Covid-19'un İngiltere mutasyonu (B.1.1.7)olarak olarak adlandırıldı.Bazı sağlık raporlara göre bu mutasyon ilk olarak ABD'de Aralık 2020 tarihinde görüldü.Mutasyon yayılırken 50 ülkeye ulaştı.
- B.1.351, ilk olarak Güney Afrika'da tespit edilip. 20'den fazla ülkede bulundu. 28 Ocak'ta ABD'de tespit edildi.
- P.1,Brezilya'nın Amazonas eyaletindeki Manaus kentinde tespit edilip İtalya, Güney Kore ve ABD'de görüldü.(Jackson,2021).
- Hindistan mutasyonu Delta plus - AY.1 olarak da bilinir

Aslında mutasyonların ortaya çıkması şaşırtıcı değildir. Coronavirus (Covid- 19) üzerinde araştırmalar gerçekleştiren bilim adamlarına göre, COVİD-19 bir virüs olarak devamlılığı sağlamak için zamanla değişikliklere uğradığından dolayı COVİD-19'un mutasyonları ortaya çıkmaktadır. (Pekosz.2021).

Dünya genelinde Coronavirus' un durumu :



kaynak : https://www.worldometers.info/Coronavirus/

Dünya genelinde Coronavirus'e karşı aşılama kampanyaları devam ederken vaka ve ölü sayısı artmaktadır. Bu çalışmanın yapıldığı tarihe kadar dünya çapında günde 24 saat, haftada 7 gün veriler toplayan Worldometers tarafından açıklanan bilgilere göre, toplam vaka sayısı 194 milyon 233 bin 55 oldu. Bu metnin yazıldığı tarihe kadar, yeni tip Coronavirus (COVID-19) nedeniyle hayatını kaybedenlerin sayısı 3 milyon 762 bin 983'e ulaştı.

Dünya genelinde vaka sıralaması:

All | Europe | North America | Asia | South America | Africa | Oceania

#	Country, Other	Total Cases	New Cases	Total Deaths	New Deaths	Total Recovered	New Recovered	Active Cases	Serious, Critical	Tot Cases/ 1M pop	Deaths/ 1M pop
	World	194,233,709	+218,936	4,163,807	+4,097	176,292,516	+174,177	13,777,386	82,821	24,918	534.2
1	USA	35,283,145	+70	626,664	+6	29,497,875		5,158,606	6,719	105,938	1,882
2	India	31,341,507	+10,305	420,196	+153	30,504,747	+9,309	416,564	8,944	22,478	301
3	Brazil	19,632,443		548,420		18,331,462		752,561	8,318	91,673	2,561
4	Russia	6,102,469	+23,947	153,095	+799	5,471,956	+21,952	477,418	2,300	41,798	1,049
5	France	5,953,071		111,591		*5,672,063*		169,417	872	90,989	1,706

https://www.worldometers.info/Coronavirus/

Dünya genelinde (Covid-19) en çok vaka tespit edilen ülke sıralamasında, ABD, 35 milyon 283 bin 145 vaka sayısıyla dünya genelinde en çok vaka görülen ülke olmaktadır. İkinci sırada 31 milyon 341 bin 507 vaka sahip olan Hindistan yer almaktadır. Üçüncü sırada ise 19 milyon 632 bin 443 vaka sayısı ile Brezilya gelmektedir. Brezilya'dan sonra dördüncü sırada 6 milyon 102 bin 469 vakanın yaşandığı Rusya gelmektedir.

Dünya genelinde (COVID-19)kaynaklı can kaybı sıralaması:

All | Europe | North America | Asia | South America | Africa | Oceania

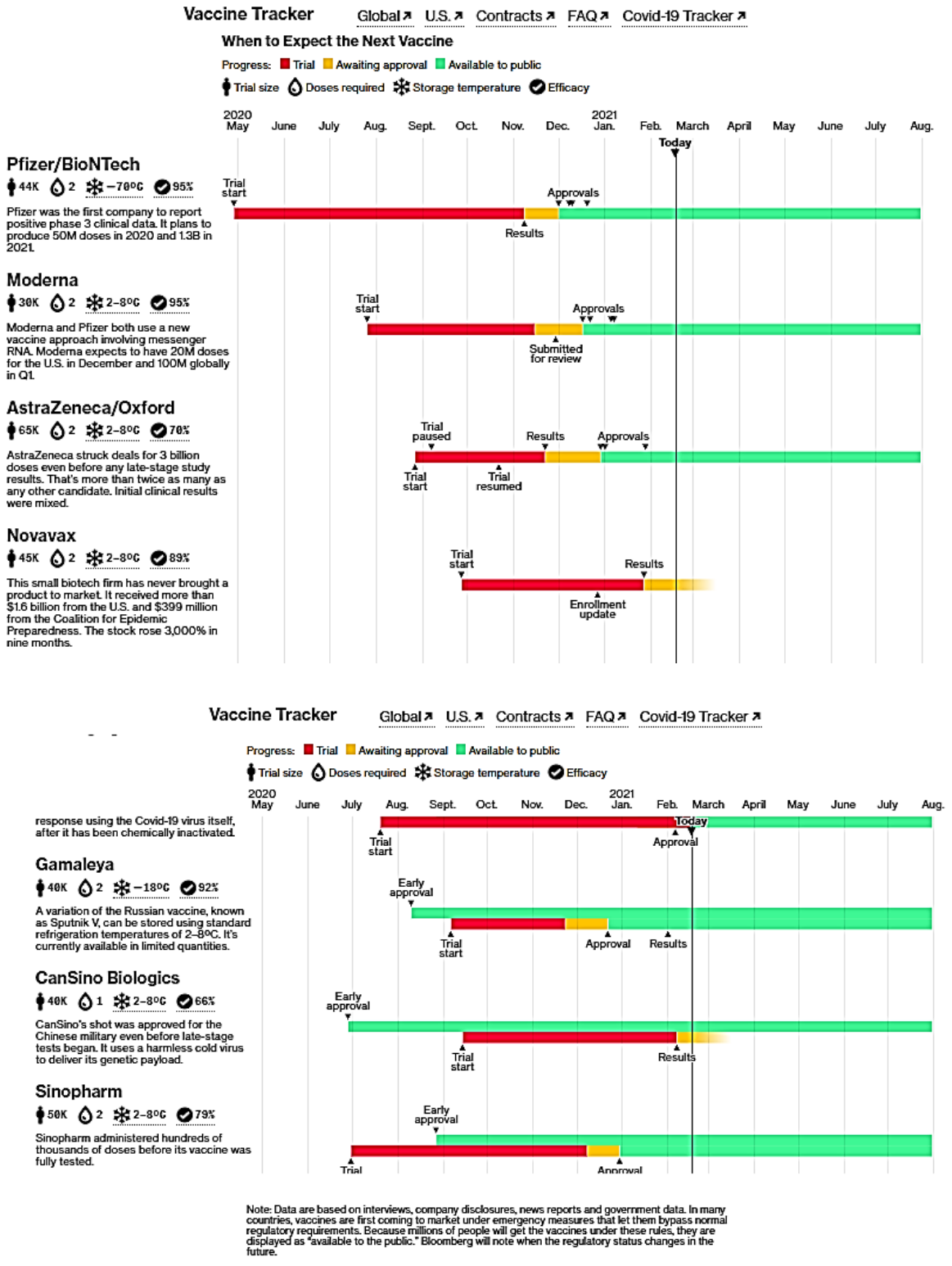
#	Country, Other	Total Cases	New Cases	Total Deaths	New Deaths	Total Recovered	New Recovered	Active Cases	Serious, Critical	Tot Cases/ 1M pop	Deaths/ 1M pop
	World	194,233,709	+218,936	4,163,807	+4,097	176,292,516	+174,177	13,777,386	82,821	24,918	534.2
1	USA	35,283,145	+70	626,664	+6	29,497,875		5,158,606	6,719	105,938	1,882
2	Brazil	19,632,443		548,420		18,331,462		752,561	8,318	91,673	2,561
3	India	31,341,507	+10,305	420,196	+153	30,504,747	+9,309	416,564	8,944	22,478	301
4	Mexico	2,726,160	+16,421	237,954	+328	2,129,788	+8,973	358,418	4,798	20,912	1,825
5	Peru	2,101,139		195,696		N/A	N/A	N/A	1,926	62,801	5,849
6	Russia	6,102,469	+23,947	153,095	+799	5,471,956	+21,952	477,418	2,300	41,798	1,049

Kaynak: https://www.worldometers.info/Coronavirus/

Coronavirus salgınında en fazla can kaybının yaşandığı ülke sıralamasında 35 milyon 283 bin 145 ölü sayısı ile ABD en çok etkilenen ülke olmaya devam ediyor. ABD'den sonra 19 milyon 632 bin 443 ölü ile Brezilya ve 31 milyon 341 bin 507 ölü sahip olan Hindistan gelmektedir. Meksika toplam 2 milyon 762 bin 160 ölü ile dördüncü sırada görüntülenmektedir.

COVID-19'a karşı aşılamalar :

İyileşenlerin sayısı söz konusu dünya çapında 176 milyon 292 bin 516 kişi virüsü yenildi. Virüsün etkisini azaltmak amacıyla çabalar sürerken aşılamalar da yoğun bir şekilde sürmektedir. Dünya genelinde süren aşılama kampanyaları farklı aşılar kullanılmaktadır. Dünya çapında COVİD 19 aşısı geliştirmek için araştırmalar devam ederken şimdiye kadar üretilen ve kullanılan aşılardan bazıları: Pfizer / BioNTech, Sputnik V, Moderna, Oxford/AstraZeneca, Corona Vac, COVAXIN, Bharat Biotech, Johnson & Johnson aşılardır.(Glenza.2021).



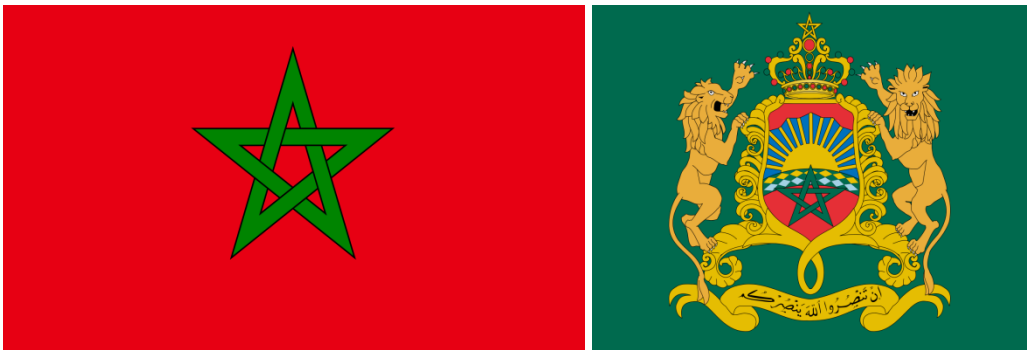
https://www.bloomberg.com/graphics/covid-vaccine-tracker-global-distribution/

- ABD'li ilaç devi **Pfizer** ve Alman ortağı **BioNTech** tarafından geliştirilen Covid-19 aşısı,
- Rusya tarafından Covid-19 karşı geliştirilen **Sputnik V** aşısı.
- ABD'li ilaç şirketi **Moderna**'nın geliştirdiği Coronavirus aşısı.
- İngiliz ilaç firması **Oxford/AstraZeneca** tarafından geliştirilen aşı.
- Çinli İlaç şirketi **Sinovac** tarafından Coronavirus karşı geliştirilen "**Corona Vac**" aşısı.

- Çin'in **Sinopharm** şirketinin Covid-19 aşısı.
- **COVAXIN** Hindistan'ın İlk Yerli COVID-19 aşı: Hindistan Viroloji Ulusal Enstitüsü (NIV) - ve Hindistan ilaç firması **Bharat Biotech** arasında olan ortaklık ile üretildi.(Bharat Biotech,2020)
- **Johnson & Johnson'un aşısı:** ABD'li ilaç,hijyen ve kozmetik ürünleri Johnson & Johnson şirketinin COVID-19'a karşı geliştirdiği aşıdır. ABD Gıda ve İlaç Dairesi (FDA),Johnson&Johnson'ın tek dozluk aşısı güvenli ve etkili olduğunu açıkladı. (Yvette Tan BBC,2021).

2.2. Covid 19 Salgını sırasında Fas'ın izlediği politikalar

Fas (Kingdom of Morocco)



Fas'ın Covid - 19 döneminde izlediği politikaların incelenmesi için ülkenin özellikleri üzerinde durmak gerekmektedir. Fas, Afrika kıtasının kuzeyinde, İspanya'daki Cebelitarık Boğazı'nda yer almaktadır. Doğu tarafında, güneydoğu Cezayir, batı tarafında Atlantik Okyanusu ve kuzey tarafında Akdeniz Denizi ile sınırlanmıştır. Fas, Atlantik kıyısına bakan tek Afrika ülkesi olmuş ve Akdeniz'le birliktedir. Fas'ı karakterize eden en önemli şeylerden bazıları iklimidir. Fas çekici ve güzel iklimi ile karakterizedir. Yazın sıcak kışın soğuk ve bazen güneşli. Fas'ın tarım potansiyeli diğer birkaç Arap veya Afrika ülkelerine göre iyi görünmektedir. Fas, gıda üretiminde kendi kendine yeterlilik kazanma potansiyeline sahip az sayıdaki ülkelerden biridir. Normal bir tarım yılı içerisinde Fas, iç tüketim için gerekli olan tahılların üçte ikisini (başlıca buğday, arpa ve mısır) üretmektedir. Fas Avrupa pazarına turunçgiller ve erken sebzeler ihraç etmektedir. Fas'ın endüstrisinin gelişmesiyle ticari ürünlerin (pamuk, şeker kamışı, şeker pancarı ve ayçiçeği) üretimi gittikçe daha da genişlemektedir.(Les Ministres de l'Information et de la Communication au Maroc). Birçok eski Afrika sömürgesinde olduğu gibi Fas ekonomisi de büyük ölçüde hammadde ihracatında bağımlıdır. Özellikle turizm ve telekomünikasyon gibi modern sektörlerle ekonominin önemi giderek artmıştır. Modern kısım, ülkenin işgücünün sadece üçte birini istihdam etmektedir. Fas yaklaşık 40 milyon nüfus sahip bir ülkedir. Ülkedeki ulaşım söz konusu ise Fas'ın karayolu ağı , ülkenin çeşitli bölgelerini etkili bir şekilde entegre etmektedir. Fas'taki siyasi sistem ise, anayasal, parlamenter, demokratik ve sosyal monarşidir.

Fas'ın Coronavirus krizinde izlediği politika : Fas'ın bütün Coronavirus sürecinde uyguladığı önlemlerin özeti ise 2020 yılının Mart ayının ortasında ilk vakaların bildirilmesinin ardından Fas hükümeti, virüsün yayılmasına yönelik bir takım kararlar getirdi. Önlem olarak ülke genelinde işletmeleri ve kurumları kapatmaya karar verdi. Ülkede eğitim yılı başlamasına rağmen bütün bölgelerde okullar kapatıldı. Eğitim kurumlarındaki öğretmenler ve öğrenciler online eğitime geçmek zorunda kaldı.(Reuters,2020). İlk önce Kazablanka, Agadir, Rabat, Marakeş ve Tanca gibi büyük

şehirlerde daha sıkı önlemler alındı. Daha sonra hükümet alınan tedbirlerin ülke çapında uygulanacağını ilan etti. Kısa sürede ülke genelinde OHAL ilan edilerek ülkenin bütün bölgelerinde oteller, spor salonları, camiler, sinema salonları, restoranlar, kafeler, mağazalar tamamen kapatıldı. Düğün ve etkinlikler dahil olmak üzere halkın bir araya gelmesi de yasaklandı. Fas hükümetinin açıklamalarına göre, Corona gibi tehlikeli zor zamanlarda, olağan dışı veya beklenmeyen bir sağlık durumunun ortaya çıkmasında uygulanan OHAL bir dizi istisnai önlemi yerine getirmek için düzenlenen yasal bir durumdur. (MAP, 2020).

Bu durum sırasında sınırların kapatılması, vatandaşların hareketin kısıtlanması, devlet yetkilileri tarafından normal zamanda alınmayan sosyal, ekonomik veya siyasi kararlar alınabilmektedir. Aynı bağlamda ülkede salgını yenmek için Fas hükümeti, sağlık sektöründe daha çok yeni yatırımlar gerçekleştirmeye başladı. Fas Sağlık Bakanlığına göre, Karantina merkezleri kurulmasıyla beraber hastanelerde yoğun bakım ünite sayısı da artırıldı. Coronavirus salgını devam ederken sadece sokağa çıkma yasağı değil bazı kentler komple olarak karantinaya alındı. Karantina kapsamında futbol maçları, plajlar, bazı mahalleler kapatılırken ülke genelinde açık ve kapalı alanlarda maske takmak zorunlu hale getirilmiştir. Şimdiki durum söz konusu Fas'ta günlük olarak kaydedilen vaka ve ölü sayısına göre şehirler arasında seyahat sokağa çıkma yasağı, belirli saatlerde mağaza marketlerin kapatılması gibi kısıtlamalar uygulanmaktadır. (FAS Resmi Gazete, 2020).
Fas'ın Coronavirus'e karşı verdiği mücadele aslında ülkede ilk vakanın görülmesinden önce başladı. Fas'ın Coronavirus döneminde izlediği politika 2 türe ayrılabilir. Çin'de Coronavirus'un ortaya çıkmasının ardından alınan önlemler ve halkın farkındalığı artırmak için yapılan kampanyalar. Ve ülkede 02 Mart 2020 tarihinde ilk vakanın tespit edilmesiyle ve Corona virüsünün patlak vermesinin ardından vaka ve ölü sayısının artmasını engellemek için alınan adımlar şunlardır: (Ministère de la Santé Royaume du Maroc, 2019).

Ülkede ilk vakanın tespit edilmesinden önce :

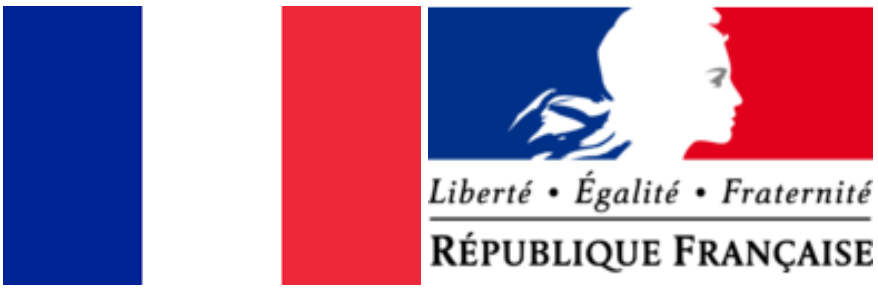
- Coronavirus'e ilişkin İlk hükümet açıklaması: 24 Ocak 2020 tarihinde Fas hükümeti Coronavirus'e ilişkin ilk açıklamasını yaptı. Açıklamada, 31 Aralık 2019 tarihinde Çin'de çıkan Coronavirus ölümcül ve tehlikeli doğrulanırken. Ülkede hiçbir enfeksiyon bulunamadığını bildirildi.
- Ülke kara,deniz ve havalimanlarında sağlık kontrolleri: Fas hükümeti, ülkedeki havalimanı, kara ve deniz sınırlarında ülkeye Covid-19 vakası ulaşmasına engellemek için sağlık kontrolleri yoğunlaştırdı. Limanlara ve havalimanılara özel sağlık ekipleri gönderildi.
- Tahliye uçuşları : 1 Şubat 2020 Cumartesi günü Fas hükümeti, Çin'in Wuhan kentinde mahsur kalan vatandaşlarını tahliye edeceğini açıkladı. Tahliye 02 Şubat'ta başladı.
- Tahliye edilenlerin karantinası : 22 Şubat 2020 Cumartesi günü Çin'in Wuhan kentinden dönen Faslılar, Fas Sağlık Bakanlığından verilen talimatlara göre, 20 günlük karantinaya alındıktan sonra süresinin sona erdiğini açıkladı.
- Fas'ta ilk Coronavirus vakası: Coronavirus'ün ilk vakaları farklı ülkelerde kaydedilirken 02 Mart 2020 tarihinde Fas, ilk Coronavirus vakasını tespit ettiğini açıkladı. Fas Sağlık Bakanlığına bağlı Fas Ulusal epidemiyolojik izleme ve gözetim merkezi ve Fas'taki Pasteur Enstitüsü, olaya ilişkin açıklama yaparken ilk vaka İtalya'da ikamet eden bir Fas vatandaşı olduğunu duyurdu. (Ministère de la santé du Maroc, 2020). Olayın ardından Fas Sağlık Bakanlığı, vakanın sağlık durumunu incelemek ve yakından takip etmek için Kazablanka'daki Moulay Youssef hastanesini karantina ünitesine nakletmiştir. Vaka DSÖ'nün tavsiyelerine göre ve sağlık protokollere göre bakılırken bakanlık, vakanın durumunun stabil olduğunu ve herhangi bir endişe yaratmadığını bildirdi.

Ülkede ilk vakaların tespit edilmesinden sonra:

- Fas: 20 Mart'ta Fas'ta Olağanüstü Hal (OHAL) ilan edilmesi: Fas'ta Covid-19 döneminde en önemli ve stratejik olay olağanüstü hal ilan edilmesidir. Fas'ta 20 Mart'ta olağanüstü hal ilan edildi. Edilmesinin ardında kanallar ve gazeteler çok haber ve video yayınlandı bu kritik durumda Fas medyasının nasıl davrandığını ülkedeki bütün medya Coronavirus krizinde nasıl bir müdahale ettiği hakkında bize bilgi verecek.
- Fas'ta ilk en çok vaka gören gün (17 Nisan 2020) : Fas'ta en çok vaka görülen gün 17 Nisan 2020 tarihi olarak açıklanmaktadır. O günde total günlük vaka 281olarak tespit edildi. 17 Nisan 2020 tarihinde yayınlanan haberlerin analizi Fas medyası bu dönemde nasıl çalıştığını ve ülkenin yaşadığı en zor anlarında nasıl bir rol oynadığı hakkında bize bilgi verecek.
- Fas'ta hükümet 9 Haziran 2020 tarihinde OHAL'i uzattı: (10 Haziran'dan - 10 Temmuz 2020 tarihine kadar uzatıldı). Fas Hükümeti, 9 Haziran tarihinde Olağanüstü Halin, 10 Haziran Çarşamba gününden itibaren, 10 Temmuz 2020 Cuma gününe kadar uzatılmasını onayladı. Fas hükümeti Coronavirus salgını kapsamında çeşitli düzeylerdeki etkilerini engellemek için istisnai önlemler almak zorunda kaldığını açıkladı. Faslı yetkililer alınan kararın ardından Fas'ta vatandaşları Covid-19 salgınından korumak için Olağanüstü Hal uzatılması kararının acil bir şekilde alındığını ifade etti.
- Fas'ta hükümet 9 Haziran 2020 tarihinde normalleşmenin ilk adımları açıkladı:9 Haziran'da hükümet Fas'ın bölgelerindeki salgın durumuna göre 11 Haziran 2020'den itibaren kısıtlamaların hafifletileceğini açıkladı. Fas'taki normal yaşama dönüş hazırlıkları ve ekonomik ve sosyal faaliyetlerin yeniden başlaması kapsamında 9 Haziran'da hükümet tarafından alınan kararlara göre Covid-19 virüsünün yayılmasına yönelik kısıtlamalar hafifletilmeye başlandı. Fas Sağlık Bakanlığı temsilcileri ve yerel yetkililerden oluşan İhtiyat ve İzleme Komiteleri ülkenin her yerini inceleyip epidemiyolojik durumuna göre hafifletme planı açıkladı. Yerel yetkililer Fas'ın her şehrinin vaka ve ölü sayılarına önem vererek 11 Haziran 2020'den başlayarak kademeli olarak var olan kısıtlamaları hafifletti.

2.3. Covid 19 Salgını sırasında Fransa'nın izlediği politikalar:

Fransa (République française) :



Fransa'nın salgın durumunu ve politikasını ilk önce söz konusu ülkenin özelliklerini ele almak gerekmektedir. Fransa veya République Française, Avrupa'da bulunan tarihsel ve kültürel olarak en önemli ülkelerden biridir. Dünyanın pek çok bölgede eski sömürgelerle uluslararası ilişkilerde oldukça önemli bir rol oynamıştır. Fransa, Avrupa kıtasında sahip olduğu kaynakları ve kara sınırları nedeniyle oldukça stratejik bir konuma sahiptir. Fransa sınırları yaklaşık 3,374 km olan toplam 643.801 kilometrekarelik bir alana yayıldığı için İtalya, Almanya , İsviçre , Belçika, Monako, Andorra, Lüksemburg ve İspanya ile kara sınırlarıyla bağlantılıdır. Fransa'nın nüfusu ise 66,99 milyondur.

Fransa, geçmişten günümüze kadar güney Avrupa'ya katılan coğrafi, ekonomik ve dilsel bir köprü sağlamıştır. Avrupa'nın en önemli tarım üreticisi ve dünyanın önde gelen sanayi güçlerinden biridir. (le Gouvernement Français). Fransa, gelişimini sürdürmeye yetecek güçlü yönlere sahiptir. Turizm bu yönler arasında yer almaktadır. Fransa yılda 84 milyondan fazla turist almaktadır. Bu nedenle hizmet sektörleri Fransa'daki işgücü faaliyetinin % 70'ini kapsamaktadır. Fransa'nın ekonomisi, Avrupa'nın en güçlü 3. ülkesidir ve dünyada 6. sırada yer almaktadır. Fransa, Avrupa Birliği'nin tarım arazilerinin üçte birine sahiptir ve dünyadaki en büyük ikinci tarımsal üretim kaynağıdır. Fransız moda endüstrisinden yapılan ithalatın değeri yılda yaklaşık 150 milyar Euro'yu bulunmaktadır ve bu nedenle birlikte havacılık ve otomobil üretimi gibi alanlarda dikkat çekici gelişmeler yaşanmaktadır.(Encyclopaedia Britannica). Fransa'daki siyasi sistemde söz konusu, Fransa cumhurbaşkanı, başbakan, Ulusal Meclis ve Senato var olmaktadır. Başkan, Fransız devletinin ve silahlı kuvvetlerin başıdır. Cumhurbaşkanı, ülkeyi yönetme konusunda en büyük güce sahiptir ve üst üste en fazla iki defa beş yıl görevde kalabilmektedir.(McNally,2017). Başbakan Mecliste çoğunlukla her zaman olmamakla birlikte başkanla aynı olan çoğunluk partisi tarafından aday gösterilir ve başkan tarafından sabit bir süre için alınmaktadır. Devlet kabinesi (Conseil des Ministres,) cumhurbaşkanı ve başbakan tarafından ortaklaşa seçilen 38 bakandan oluşmaktadır.

Fransa'nın Coronavirus krizinde izlediği politika: Fransa, diğer ülkeler gibi uluslararası sağlık seviyesinde Coronavirus kapsamında önleyici tedbirler ve karar aldı. Her dakikada yükselen Coronavirus vakaları sınırlandırmak amacıyla Fransa hükümeti, gece sokağa çıkma yasağından sonra tam kapanman getirdi. Kapanma sırasında özel bir izni olanlar dışarıya çıkabiliyordu. Uygulanan kısıtlamalar kapsamında spor ve kültür faaliyetleri askıya alınırken sinema salonları Restoranlar ve kafeler de kapatıldı. Eczaneler ve gıda mağazaları hariç işletmeler faaliyetlerini askıya aldı. Karantinanın kuralları devam ederken Fransız polisi kurallara uymayan kişilere ceza yazdı. Ülkede kreşler, ilkokul, ortaokul ve liselerin yüz yüze eğitime ara verirken uzaktan eğitim programına geçiş yapıldı. Fransa hükûmeti, ülke içinde ve dışında da seyahat kısıtlamaları uyguladı. Ülkede seyahate yalnızca acil ve ciddi nedenlerle izin verilirken yurt dışına gitmek isteyenler 72 saat içinde negatif bir PCR testi sunmak zorundalardı. Fransa'ya varan yolcular PCR testi gösterse de 10 günlük zorunlu bir karantinadan de geçmelilerdi. Coronavirus'ün çıkmasının ardından Fransa başta olmak üzere pek çok Avrupa ülkesi etkilendi. Avrupa'da dünyadaki vakaların yüzde 44'ünden fazlasını kaydedilirken, Fransa diğer ülkeler Çin'de ilk vakanın görüldüğü andan beri alarm verdi. Virüsün ülkeye ulaşmadan önce önleyici tedbirleri alırken ülkede 24 Ocak 2020 tarihinde ilk vaka tespit edildikten sonra hükümet sıkı kısıtlamalar getirdi.(Le Gouvernement Français,2019).

Ülkede ilk vakanın tespit edilmesinden önce alınan kararlar :

- Fransa, 2 Ocak 2020 tarihinde hazırlık seviyesinin artması: Uyarıların ve sağlık krizlerinin yönetimi görev yapan Fransa Sağlık Bakanlığına bağlı Sağlık ve Sosyal Acil durumların Operasyonel Merkezi (CORRUSS), ülkede sağlık alanında hazırlık seviyesinin arttığını açıkladı.
- Hastanelerde Duyarlılık Arttırma kampanyası 14 Ocak 2020 tarihinde Fransız yetkililer Coronavirus'e ilişkin Toplumsal Duyarlılık Arttırmak amacıyla ülkenin farklı hastanelerini bilgilendirip sağlık tavsiyelerinde bulundu. Yetkililer ülke çapında sağlık personelin tavsiyeleri duyarlı hale getirilmesini istedi.
- Çin'de mahsur kalan Fransızların durumunu takip etmek için temaslar başladı :23 Ocak 2020: Fransa Dışişleri Bakanlığına bağlı Kriz ve Destek Merkezi, Pekin'deki Fransız Büyükelçiliği ve bölgedeki tüm başkonsolosluklarla koordinasyon yaparak, Çin'deki Fransızların durumu

takip etmeye başladı. Çin'deki Fransızların endişelerini izlemek, yanıt vermek ve gerekirse tahliye uçuşlar yapmak için Fransa Dışişleri Bakanlığıyla temaslarını sürdürdü.

- Fransa ilk Coronavirus vakası: :Fransa'da 24 Ocak 2020 tarihinde Fransa Sağlık Bakanı Agnès Buzyn, ülkede ilk COVID-19 vakasının tespit edildiğini ilan etti. (Gouvernement de la République française).Fransa Sağlık Bakanlığı'na göre ilk vaka 48 yaşında, Fransa'ya 22 Ocak'ta geldi. Fransa'ya gelmeden birkaç gün önce "Wuhan'dan geçti. Vakanın gerekli tedavi alması için Bordeaux'da hastaneye kaldırıldı.(France 24,24,Ocak, 2020). Birinci vakanın doğrulanmasının ardından aynı günde ülkede 2 vaka daha tespit edildi. Çin'den gelen birinci vaka Paris'teki Bichat hastanesine sevk edilirken, ikinci vaka Bordeaux'daki vakanın akrabası ve temaslı olduğu açıklandı. Bu 3 vakadan biri 14 Şubat'ta hayatını kaybederken Fransa'da Coronavirus kaynaklı ilk ölüm gerçekleşti. (Chevalier, 2020).

Ülkede ilk vakanın tespit edilmesinden sonra alınan kararlar :

- Fransa'da 17 Mart 2020 tarihinde ülke genelinde karantina ilan edildi : Fransa'da ise Covid-19 döneminde en stratejik olay ülke genelinde karantina ilan edilmesidir. 17 Mart 2020 tarihinde Fransa'da karantina ilan edildi çoğu aktiviteler durduruldu. Hükümet, herkesin evinde kalmasını istedi.
- Fransa'da ilk en çok vaka görülen gün (31 Mart 2020) : Coronavirus vakalarında o gün 7 bin 578 vaka doğrulandı. Fransa için çok endişe yaratan bir tarihti. Fransa Covid-19 döneminde ürettiği medyatik içeriklerin özellikleri anlayabilmek için o gündeki içeriklerin incelenmesi çok önemlidir. Fransa medyasının o tarihte nasıl bir yayın yaptığını oldukça dikkat çekiciydi.
- Fransa hükümeti, 7 Mayıs 2020 tarihinde açıklama yaparak ilk olarak karantinanın 11 Mayıs 2020 tarihinden itibaren kademeli olarak karantinayı hafifleteceğini açıkladı: Fransa Başbakan Édouard Philippe, Perşembe 7 Mayıs 2020 tarihinde karantinanın hafifletmesinin ilk aşamasının 11 Mayıs'tan itibaren gerçekleşeceğini açıkladı.Fransa, 11 Mayıs'tan itibaren kademeli bir normalleşme sürecine girdi. Virüsün daha fazla olduğu bölgelerde ve hastane kapasitelerinin baskı altında kalan kentlerde sık önlemler alınmaya devam edileceği de duyuruldu.
- Fransa Cumhurbaşkanlığı 14 Haziran 2020 tarihinde, normalleşmenin yeni adımlarını açıkladı: *(Ülkenin bazı bölgeleri 15 Haziran 2020 tarihinden itibaren kafeler ve ekonomik faaliyetleri başlıyor)*. Fransa Cumhurbaşkanlığı, Mart ayında Coronavirus vakalarının yayılmaması kapsamında ilan edilen karantinanın hafifletmesinin devam edeceğini belirtti. Verilen kararlara göre tüm Fransa diğer ülkelere göre Coronavirus tehlike ölçüsünde yeşil bölgeye giriyor. 15 Haziran Pazartesiden itibaren Paris bölgesindeki kafelerin ve restoranların yeniden açılmasına izin verildi. İlk ve ek okulların ise 22 Haziran 2020 tarihinden itibaren yeniden açılmasına ve ülkedeki ekonomik faaliyetlerin daha hızlı bir şekilde yeniden başlatılmasına karar verildi. Fransa Sağlık Bakanlığı, sınırlamaların gevşetilmesine rağmen önleyici tedbirler almakta fayda olduğunu da söyledi.

***Sonuç olarak*,** Fransa ve Fas diğer ülkeler gibi eşi benzeri olmayan ve zor günler yaşandı. Fransa ve Fas tehdit haline gelen Coronavirus pandemisini yönetmek amacıyla ekonomik, sosyal, bilimsel, tıbbi, askeri, finansal alanlar dahil olmak üzere ülkenin farklı organları yoluyla kararlar getirdi. Fas ve Fransa, halkını tehlikeli ve ölümcül Coronavirus salgınından korumak adına, bütün ekonomik ve siyasal gücünü kullandı.Ancak ilk vakanın tespit edildiği tarih, toplumun özellikleri, siyasi sistemi vb. gibi pek çok değişkenden dolayı alınan kararlar farklı olmaktadır. Şu ana kadar devam eden

mücadele kapsamında izlenen politika küresel ve yerel salgın durumuna, aşılanma oranına göre değişmektedir.

3. Bölüm: Kriz dönemlerinde medya:

Teknolojinin gelişmesiyle, dünya herkese açık bir pencere hale geldi. Medya artık sadece bir eğitim eğlence ve haber kaynağı olmasından ziyade halkı ilgilendiren konularda sessizlik duvarını kırabilecek ve kamuoyunu etkileyebilecek güçlü bir araca döndü. Medya olayları kökten yönlendirebilecek toplumsal ve entelektüel seviyede değiştirme gücüne sahip olmasıyla tehdit, belirsizlik, ve tansiyonun yükseldiği zamanlarda önemli rol oynamaktadır. Yetkililerin farklı alanları vuran krizler sırasında, krizi yönetimine yönelik çabalarını sürdürürken, medya kuruluşları krizin sürecini takip edip insanların haberdar olmalarını sağlamaktadır. Kriz sırasında toplum, kriz hakkında daha fazla ayrıntı bilmek için medyayla daha etkileşimli hale gelmektedir. Böylece kriz gibi hassas zamanlarda medya halkın yaşamını daha çok etkilemektedir. Peki kriz sırasında medya nasıl bir rol oynamaktadır ? Krizlerde yapılan haberciliğin en önemli özellikleri nelerdir ? Krizlere ilişkin haberlerde diğer gündem haberleri gibi mi ele alınmaktadır ?

3.1. Kriz döneminde medyanın rolü:

Küresel krizler dünyanın bir parçasıdır. İklim değişiklikleri, terör eylemleri, dünyayı tehdit eden pandemiler, mali krizler, yoksulluk gibi farklı şekillerde meydana gelebilir. Bu olaylar günümüzün küresel dünyasında artık bir parça haline gelmektedir. Küresel krizler, hem negatif küresel olaylardan oluşmaktadır hem de küresel olarak insanların hayatını etkileyebilmektedir. Bu yüzden küresel krizleri incelemek için bu çağın özellikleri belirlenirerek yapılmalıdır. (Cottle, 2009, S.20). Bu çağda hızlı gelişmeler yaşayan iletişim teknolojileri, uydu bağlantıları ve 24/7 canlı yayınlar sayesinde medya artık bütün olayları takip edebilmektedir. Daha önce böyle bir şey yapılması mümkün değildi . Hatta bu noktada medya kuruluşları zayıftı. Ancak günümüzde felaketler doğal ya da insanlık yüzünden olsa da artık eski zaman gibi değil. Medyanın bir olaya verdiği ışığa göre (önem) göre felaketler/ olaylar ya çok dikkat çekmektedir ya da görünmez kalmaktadır ve unutulmuş bir olaya dönüşmektedir. (Cottle, 2009, S.21). Ayrıca medyanın yayınlayacağı bilgilerin seçilmesi ve bilgi iletim şekli, krizin gidişatı üzerinde güçlü bir etki yaratmaktadır. Medya, olayları takip ettiği, bilgi topladığı ve haberleri değerlendirip analiz ettiği için "bekçi köpeği "olarak da bilinmektedir. Çünkü medya olaylar konusunda bilgi sağlayan bir "izleme" organı olarak da görünmektedir. Krizlerde, basın ve medyanın etkisi büyüktür. Onun için bir kurumun yetkilileri kriz sırasında aldığı algıları ve verdiği kararları medyadaki krize ilişkin yansıtılmalarına dayanmaktadır. Kriz zamanında, medyanın verdiği bilgileri, olayların tasvir edilişi ve verileni sunma şekli ve krize ilişkin haber yoğunluğu, krizin gelişmeleri ister istemez belli bir şekilde ve az da olsa etkilemektedir. Kriz yöneticileri için medya varlığı, duruma ek bir boyut kazandırmaktadır. Medya, halkın tepkilerini etkilerken krizin yönünü de etkilemektedir. (Sally,1961, S.105).

➔ Kriz sırasında medyanın siyasi rolü :

Kriz dönemlerinde, devletler, halklar, hükümetler ve vatandaşlar, kurumlar arasındaki ilişkileri yeniden şekillendirmektedir. Kriz olduğu zaman medya, siyasi boyutları taşıyan bir rol oynamaya başlamaktadır. Medya, kriz zamanında bilgi ihtiyacı olurken, yetkililerin bilgilerini kontrol altında tutma ihtiyacı da vardır. Medyanın etkisi, kurumun ve ülkenin medya rolü tanımasına ve onunla bilgi alma konusunda ne kadar işbirliği yapılmasına bağlı kalmaktır. (Sally,1961,S.107). Medya kurumları,

asayiş ölüm olayları, hasar ve felaketler gibi olaylar hakkında ayrıntılı bilgi yayına vermeye eğimlidir. Onun için medya, krize ilişkin anketler yaparken genellikle hangi yetkilileri suçlayacağını, sorunun ne zaman ortaya çıkacağını gözetmektedir. Yetkililer ise yaşanan problemleri çözmek için ne yapacağı gibi konulara odaklanmaktadır.

Kriz, yetkililerin zarar gören kişilere endişelerini göstermek için bir fırsattır. Yetkililer, halkı güvence altına almak için ve onlara yardım etmek için sahneye çıkmaktadır. Onun için yetkililer, kaza ve terör eylemleri gibi farklı tehlike taşıyan olaylar ve krizler sırasında mikrofonlara ve kameralara (Medya) ulaşmaya çalışmaktadır.(Sally,1961,S.144). Aynı zamanda medya, politik gündemlerin ve yeni siyasi kararların yayılmasına katkı sağlamaktadır. Genellikle halk için zor olan siyasi içerikler basit bir şekilde aktarılmaktadır. Talk-show, haber bültenleri ve programları gibi çeşitli medya içerikleri sunarak halkı bazı konulara dikkat çekmektedir. Günlük olarak medya, siyaseti daha iyi anlayabilen, analiz edebilen ve eleştirebilen, yüksek politik farkındalığa sahip olan kamuoyunun oluşturmasını sağlamaktadır.

- ➔ **Medyanın toplumsal rolü:**

Medyanın yayınladığı haber insanların olaylar ile ilgili soracağı sorunları ve algıladığı biçimi derin bir şekilde etkilemektedir. Gündem belirleme teorisine göre (the Agenda Setting) medya yayınladığı gündem haberleri kullanarak insanlara hangi konular hakkında düşünmeleri gerektiğini ve hangi tutumu edineceklerini etkilemektedir. Hatta medya hangi konular, halkın günlük hayatında daha konuşulacağını yoğun yayınlar yaparak yönlendirmektedir. (Sally, 1961,S.191). Medya insanların olaylar hakkında nasıl düşündüklerini etkileyerek, insanların sorunların nasıl çözülmesi gerektiğini da dolaylı olarak göstermektedir. Medyanın "Framing" gücüyle hangi konuları daha çok ön görülebileceğine karar vermektedir. Medyanın "Framing" teorisinin temeli, medyanın belirli olaylara dikkat çekerek ve bazı haberlerde odaklanarak halkın anlayacağı anlamı yönlendirmektedir.

Kriz döneminde doğru haberin ulaşması çok önemlidir. Kriz gibi kritik durumlarda sağlık haberleri alarm veren haberler olmaktadır. İnsanların çoğunluğu sağlık alanlarda son araştırmaları, müdahaleleri, cihazları, ilaçları, cerrahi teknikleri ve riskleri duyma konusunda meraklıdır. Normalde özel rapor ve tıbbi yazıların halka ulaşması uzun zaman almaktadır. Medya, bilim adamların açıklamaları, tavsiyeleri ve önlemlerini haberlerde vermek gibi birçok yarar sağlamaktadır. Medya basit bir şekilde uzmanların danışmasıyla krizde bilgileri yayınlayarak halkın farkındalığını artırmaktadır. Deneyimli olmayan gazeteciler, bilimsel sürecin tüm inceliklerini fark etmeyebilir, onun için gazetecilerin "doğru" soruları sorması kamuoyunu aydınlatabilir.(Furlan,2017). Kriz döneminde tercih edilen medya 'televizyon, radyo, gazete, dergi, internet siteleri, youtube' olmaktadır. Krize ilişkin medyatik içerikler 'haber programları, kamu spotu' arasında değişebilir.

Medya tarafından yayınlanan haber ve içerikler krizin boyutunu ve yönünü belirlemekte rol oynamaktadır. Hatta kurumların imajını doğrudan halka yansıtabilir. Bu sebeple, kriz yöneticileri, krizler üzerinde yapılan gazetecilik yayınları ve bu yayınların süreçleri çok önemsemektedir. Medya krizler üzerinde yaptığı yayınların anlık ve küresel yapısı nedeniyle kurumlara ek baskı yaşamaktadır. Medya kritik bir rol sahibi olduğu için kurumlar medya değerini tanımalı ve mümkün olunca onunla daha fazla işbirliği yapması gerekmektedir. Kurumların medya süreçlerini anlamak, onlarla iletişimde kalmak, krizi ele almak için son derece faydalı olmaktadır. (Sally,1961,S.246).

- ➔ **Krizde iletişim kanalı olarak medya :**

İletişim kanalları, bir mesajın iletildiği araçtır. Bu araç mesaja göre seçilmektedir. Kriz sırasında önemli mesajlar, basın bültenleri, yetkililerin konuşmaları, basın konferansları ve röportajlar aracılığıyla iletilebilir. Halka hitap etmek için en uygun kanalı belirlemekte fayda bulunmaktadır. Onun için kriz yönetimindeki planlamacılar her bir kitleye ulaşmanın yollarını tanımlayarak çeşitli kriz senaryolarını değerlenmektedir. Ayrıca krizde çeşitli kanalları kullanmak için gerekli tesis ve beceriler doğrulamaktadır. İletişim planlamasında, her bir kitleye ulaşmak için uygun iletişim kanallarının belirlenmesi önemlidir. (Sally,1961.S.52). Kriz döneminde belirli bir kitleyle iletişimde olmak için uygun kanalı seçmek her kanal için kimin sorumlu olacağını da seçmektedir. Bu sorumlu kişi sözcü olarak adlandırılmaktadır. Sözcüyü seçmek, kriz planlamasında en kritik unsurlarından biridir. Çünkü krizi ele alma konusunda kurumun üslubunu ve tarzını gösteren kişi ve tüm medya ile iletişim sürekli halinde olan kişi kurumun sözcüsü olmaktadır. Bu sözcü bakan, bir kurumun genel başkanı, bir heyetin yada kurumun müdürü olmaktadır. Normalde sözcü medya kuruluşlarıyla iletişim kurmaktadır ve gerekli basın toplantıları gerçekleştirmektedir. Kurumun koyduğu sözcü, halk tarafından dürüst olarak algılanan bir kişi olmalıdır. Marion K. Pinsdorf 1987 yılında yazdığı "Şirketinizin altındayken İletişim Kurmak" adlı kitabında " etkili bir sözcüyü "Akıllı, açık konuşan, medyanın nasıl çalıştığını bilen ve hızlı kararlar alma kabiliyetine sahip olan bir kişi " olarak tanımladı.(Pinsdorf,1987). Sözcü olarak medyaya açıklama yapacak yetkili 'sektör uzmanları, finans analistleri, üreticiler' olabilirler. Bu yetkililer normalde kurumun bilgi akışına daha hakimlerdir kontrol edebilirler. Kurumu doğru/ tehlikesiz yola alırken, medyanın hassas ve gizli bilgilerine ulaşma yeteneğine sahip olmasından dolayı kurumun yetkililerinin etik olmayan şeylerden uzak kalmalarında ve olayları dürüstçe ele almalarında fayda vardır. (Boin, 2013).

Kriz zamanında kurumların medya ile sağlam ve sağlıklı bir ilişkiye sahip olmaları çok önemlidir. Ülkenin farklı kurumları kriz öncesinde medyayla olumlu bir ilişkiye sahipse kriz sırasında medyayla iletişim kurmak kolay olacaktır. Bu kapsamda kurumun hazırlıklarından biri, muhabirlerin nasıl çalıştığını bilmek, kurumun dışarıdan nasıl bakıldığını öğrenmek, medya kargaşası için gerekli planlamayı yapmak böylece kurumu iyi bir düzen altında tutmak mümkün olacaktır. (Sally, 1961, S.53).Yetkililer, medyanın soracağı soruları tahmin ederek ve ardından güvenilir, sağlam ve uygun bir bilgi arka planı geliştirerek krize ilişkin sorulara yeterli bir bilgi verebilmektedir.

3.2. Kriz döneminde habercilik:

Medya ve bilgi teknolojisinin yaşadığı gelişmelerin hızı ve gücü, dünya olaylarının her seviyede ve her amaçla etkiledi. Bu etkilerin en önemlisi içerik üretmek için kullanılan araç ve maliyetinin azalmasıdır. Mikroçipler, fiber optik sistemler, cep telefonları ve çağrı planları, dijital video ve fotoğraf makineleri, bilgisayarlar, eski zamanlara göre ucuz olmasıyla internet erişimi de kolay olmaktadır.(Lull, 2007,S.12). Geçmişte fikirlerin yayılması büyük ölçüde coğrafi yakınlığa ve daha gelişmiş toplumlardan daha az gelişmiş toplumlar farklılıklarına ve araçların maliyetine bağlıydı. Günümüzün küreselleşen iletişimleri bu durumu değiştirdi. Çağdaş kitle iletişim araçların gücü, kültür sektörleri, bilgi teknolojisi ve kişisel iletişim teknolojisi,yayınlanan ideolojiler, tüm dünyayı kapalı bir ortamdan liberal demokratik açık bir alana getirdi.(Lull, 2007,S.22).

Teknoloji sayesinde kitlelerle doğrudan iletişim kurmak mümkün olmasıyla farklı yayın ortamları ve basın içerikleri kitlelerden hem bilgi almak hem de bilgi göndermek de kolay olmaktadır. İnternet sayesinde ister, e-posta, bloglar ister Web siteleri çok sayıda kişiyle iletişim kurmaktadır. Medya hem belli sınırlı hedef kitlesine yönelik özel yayınları doğrudan gönderebilmekte hem de büyük kitlelere ulaşmaktadır. Kitle iletişim araçları çok hızlı bir şekilde gelişmektedir. Kathleen Fearn-Banks 2007

yılında yazdığı Crisis Communications kitabında ‘‘Bu kitabın yazıldığı tarih ile yayınlandığı tarih arasında yeni bir iletişim aracı geliştirilecektir’’ ifadesini kullanmıştır. (Fearn-Banks, 2007,S.35).

Bilgi teknolojilerinin ilerlemesiyle kriz dönemi haberlerin ulaşması daha kolay olmaktadır. Haberler, olan ve dönen önemli ve yeni her şey ile ilgilenmektedir. Haber bülteni, insanları dünyayı izledikleri bir penceredir. Kişinin bilgilerinin %98'ini işitme ve görme duyuları aracılığıyla elde ederken televizyon ve radyo başta olmak üzere haberciliğin ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır. Televizyon aynı anda milyonlarca izleyiciye ulaşabilmektedir. Yaşanan ilerlemelerle kritik zamanlarda insanların haberler vasıtasıyla risklere karşı farkındalığının artmasından ziyade problemlere ilişkin sosyal tartışmalar da daha çok yapılmaktadır ve ortak karar alma fırsatları ve diyalog kurmak daha da kolay olmaktadır.(Heath, Ohair, 2009,S.31).

Krizler genellikle, suçlama, hızlı tepki, kamu algısı gibi belirsizlikler içermektedir. Aynı zamanda kriz olduğu zaman bilgi eksikliği krize çözümün bulma süreci etkilemektedir. Bir krizin şiddeti belirsizlik seviyesine bağlıdır. Bir durumda belirsizlik ne kadar yüksekse, kriz o kadar şiddetli olmaktadır.(Sally,1961, S.17). Kritik bilgilerin elde edilmesi, ülkenin krizi planlaması ve yönetmesi için çok önemlidir hatta krizin vurduğu alanların daha güçlü olmasını sağlamaktadır. Kriz zamanında haberler yoluyla durum tanıtılıp halka ayrıntılı gerçekler sunulmaktadır.

Aslında bir ülkenin krizi sırasında kriz iletişimi kapsamında medya kuruluşları bilgileri sağlamak kriz yönetiminde uzun vadeli olumlu sonuçlara yol açmaktadır. Medya, kriz esnasında önemli bir araç olarak görünmektedir. Kriz iletişimi, genellikle kuruma vuran potansiyel olumsuz etkileri dengelemeye çalışmaktadır. Hatta günümüzde kriz iletişimi kapsamında medya önemli rol oynamaktadır. (Sturges,1994, S. 297). Krizde insanlar çok endişeli ve bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar. Gazetecilerin bu ihtiyacı karşlayabilmesi için hükümetlerin verileri sunarak ve kritik bilgilere tam ve engelsiz erişim sağlayarak gazetecilerin işini kolaylaştırması gerekmektedir.

Kriz sırasında habercilikte yaparken doğruluk, tarafsızlık, haberde/olayda taraf olan kişilerden etkilenmemek ve kuruluşlardan bağımsız kalmak, objektif kalmak gerekmektedir.(Fuller. 2010,S.12). Halka bir haber sunarken olaylar/gerçeklikler ve düşüncelerin net bir şekilde ayrıntılı olarak verilmektedir. Böylece hem gerçeklikle ilgili bilinmesi gereken bilgileri aktarılmaktadır hem de kuruluşların halka bilgiyi vermesi kolay olmaktadır. Habercilik araştırmaya dayalı bir alandır. Gazeteci yalnızca araştırdığı bilgiyi iletmektedir. Ulusal ve uluslararası güvenliği tehdit eden kriz ve istisnai durumlarda gazeteciler sorumlu olmalıdır. Krizlerde gazetecilerin iyi bir iletişimci olmaları çok önemlidir.

Krizde bilgileri net bir mesajda verebilmek çok kritik bir unsurdur. Bu mesajı aktaran sözcü güvenilir ve basit bir şekilde fikirleri anlatabilecek bir kişi olmalıdır. Aynı zamanda anlayışlı halkın öfkesi ve endişelerine karşı duyarlı olmalıdır. Seçilen iletişimci ister kıyafet, davranış yoluyla ister duruş ve söyledikleri vasıtasıyla halkı teşvik etmeyi bilen bir kişi olmasında fayda vardır. (Heath, Ohair, 2009, S.5). Basın ya da medya genel olarak açıklayıcı bir işleve sahiptir ve haberleri halka aktarmadan önce araştırma işlevine sahiptir. Profesyonel gazetecilik tarafından üretilen basın, iyi bir güvenilir bilgi kaynağıdır. Onun için kriz zamanlarında ve söylentilerin bilgi ve haberleri doğrulama yolları konusunda medya profesyonellerinin becerilerini geliştirmesi gerekmektedir. Dolayısıyla, kamuya yönelik haberi içerikler, iş, para ve kazanç açısından değerlendirilmemelidir. Haber içerikleri halka bir şey satacak gibi değil onların menfaatine düşüncesine göre hareket etmelidir. Böylece halk, medya kuruluşlarına daha güvenebilir. Medya kuruluşları, ne kadar insani açıdan davrandığını ve tarafsız ve

bağımsız olursa o kadar halk ona güvenir. “Bu, gazeteciliğin kutsal kurallarından biridir”.(Collings , 2010, S.159).

➔ **<u>Krizlerde yayın siyaseti editorial policy and line (başyazısı)</u> :**

Yoğun haber gündemi nedeniyle çok sayıda olay hakkında içerik üretmek zor olmaktadır. Medya alanında yapılan çalışmalar, büyük yayın zamanı alan hikayeleri inceledi. İncelemelerin sonucunda yayınların çoğunu küresel çatışmalar ve felaketleri hakkında olduğunu ortaya koydu. Bunu ülkeye göre de değişmektedir. Dünyanın bazı bölgeleri diğer bölgelere göre sürekli medya tarafından daha önemlidir. ABD ve Avrupa'da yaşanan felaketlerin uluslararası editörlerin ilgisini daha çok çekmektedir.(Cottle, 2009, S.47). Yayınlarda en geniş yer alacak haberler medya kurumların yayın siyasetine göre seçilmektedir.Yayın siyaseti, medya kuruluşun siyasi veya entelektüel yönelimlerini ve eğilimlerini, onun haberlerin sunma biçimidir. Çeşitli konulara ve içeriğinin sunulduğu bakış açısına nasıl yansıttığına karar vermek için medya kuruluşu tarafından alınan yaklaşımdır .

Yayın siyasetine dahil olan unsurlar nelerdir ?

- Ele ile alınan temalar
- Öncelikle verilen konular
- Sunulan teknik düzey (genel kamuoyu, uzman vb.)
- İletişim biçimi /içeriği sunma biçimi(olgusal, esprili, tartışmalı vb.)

Bir gazetecinin yada muhabirinin , yayıncının veya editörünün her saniyede olan olaylara önem vermesi ve herhangi bir etkinliğe değer vermesi doğal bir davranıştır. Ancak bazen bütün haberleri ve bilgileri verme fırsatı olmamaktadır yada kurumun çizdiği hedeflerine uymamaktadır. Onun için belli bir haber hakkında yazıp yazmamasının kararını almak, seçmekte yardımcı olmak için yayın siyaseti bir çerçeve olmaktadır. Editoryal hat aynı zamanda ahlaki ve insan standartlarını, demokrasi ve insan hakları kavramlarını kapsayabilmesiyle beraber kurumdaki gazetecilerin ifade özgürlüğünü sınırlayabilir . (Pritchard, 2003).

Medya, ekonomik, politik, askeri, kültürel, hatta savaşlarda hükümetler tarafından atılan her adımda önemli bir rol oynadı. Medyanın tüm toplumlarda hayati ve ayırt edici bir rol oynadığı durumlar, bireyin siyasi, ekonomik veya başka türlü tüm haberleri tanımlamasına bağlıdır. Radyo, televizyon, gazeteler veya diğer farklı medya yolu insanların büyük çoğunluğu için bilgi edinmenin en önemli kaynağı olarak kabul edilir. Eğitim programları sağlamadaki büyük önemine ek olarak, televizyon programlarını izlemek, her türlü filmi izlemek gibi bir eğlence bilgisi kaynağı olduğu için, siyasi haber için temel bir kaynak olarak kabul edildiğinden, insanların çoğunluğu tarafından bilgi ve çeşitli haberlerin edinilmesinde akredite olan birincil kaynak haline gelmiştir. Bu önemi ışığında her türlü medya, haberleri kitle içinde olduğu için ve kitleye aktarıldığı içindir. Medyanın kuruluşları kendileri için koyduğu yayın siyaseti halkın endişelerine ve gündemine göre değişmektedir. Bu demek ki medya belli bir halkın yaşadığı özel günleri, önemli bayramları ve tarihleri gibi olayları takip etmek zorunda kalmaktadır.

Kriz gibi kritik dönemlerde yayın siyaseti önemli bir rol oynamaktadır. Her kriz benzersizdir ve kendi yanıtına ihtiyaç duymaktadır. Verilen yanıt ise yayınlanan haberler yoluyla takip edilmektedir. Krizler farklı şekil ve boyutlarda gelmektedir. Finansal kriz, deprem, terör saldırısı, salgın veya sağlık krizinden farklıdır. Özellikle sağlık alana vuran krizler yayın siyasetçilerinin kanaldan kanala farklı olmasına rağmen önemli olarak görülmektedir. Sağlık sektörü toplumdaki en önemli hizmet

sektörlerinden biri olduğundan dolayı yayın siyasetler farklı ideolojilere dayansa da yayınlarda sağlık konularına yer vermektedir. Sağlık krizleri, çılgınca bilgi arayışıyla karakterize edilmektedir.

Medya toplumu odak noktası olarak alırken onun merak ettiği ve bilmek istediği bilgileri merak ettiği konulara göre haber sunmaktadır. Başka bir deyişle habercilikte kamu yararı mantığına göre toplum ve vatandaşların işine yarayacak haberler verilmektedir. Medyada bir endüstri olduğu için diğer alanlar gibi arz-talep ilişkisine göre de çalışmaktadır. (Pritchard. The Guardian ,2003). Sağlık krizleri söz konusu bilim adamları, uzmanlar gerekli araştırmaları sürdürürken güvenilir bilgi ulaşımı, bu da kamuoyunun zarar görmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla büyük bir sağlık krizi mutlaka bütün kuruluşların yayın siyaseti kapsamında önem verdiği bir olay olmaktadır.

3.3. Krizde vatandaş gazeteciliği:

Krizler sırasında siyasi problemler yaşandığı ve özgür bir medyaya sahip olmayan ülkelerde vatandaş gazeteciliği bilgilerin paylaşımında katkı sağlayabilmektedir. Yayın ve paylaşımlar yapmak için çeşitli teknolojik araçlar gelişmesi ve maliyetinin düşmesiyle vatandaş gazeteciliği de gelişmektedir. Bu gelişmelerin vatandaş gazeteciliğine uygun bir haber kaynağı konusunda bir tartışma söz konusu olmaktadır. Krizde "vatandaş gazeteciliği" mi olaylara şahitlik meselesi mi ? Krizlerde vatandaşlar muhabir olarak mı yoksa şahit olarak mı bilgi yayınlamaktadır? Bunun gibi sorular pek çok araştırmanın söz konusuydu.

Vatandaş gazeteciliğinin terimi söz konusu, profesyonel gazeteci olmayan ancak Web siteleri, bloglar ve sosyal medya aracılığıyla bilgi yayını olarak tanımlanmaktadır. Vatandaş gazeteciliği profesyonel gazetecilik kadar güvenilir olup olmadığı konusundaki endişelere rağmen dünya çapında yapılmaktadır. Afet ve kriz bölgelerinde yaşayanlar vatandaş gazeteciliği çerçevesinde anlık metin ve görsel sağlamaktadır.(Albarado, 2018).

Krizlerde vatandaş gazeteciliği söz konusu ise bir krizde, duygular çok kritik durumda, büyük kargaşa yaşanmaktadır ve olaylar hızlı gelişmektedir. Vatandaşların kişisel hesaplarında bir konuda sadece gördükleri ve yaşadıkları olaylar değil hissettikleri ve kişisel düşüncelerini de yansıtmaktadır. Yayınlanan vatandaşları içerikleri hisler ve duygular da kapsamaktadır. Bu, habercilikte tarafsız ve objektif olmak kuralına aykırı olmaktadır. Haberde tarafsızlık, medyanın en önemli temellerinden biridir. Objektiflik sayesinde gazeteciler kamuoyunun güvenini kazanmaktır. ABD'li ve 20. yüzyıldaki iletişim çalışmaları yapan Walter Lippmann kitle iletişim araçlarının etkilerini tartışırken olayı olduğu gibi anlatmanın ne kadar zor olduğunun altını çizmiştir. "En sadık ve kendini işine adamış göz tanığı bile, kendi görüşü ve gözlemi dışında sahnenin olduğu gibi saf bir resmini sunamaz" dedi.(Lippmann, 1922, S.15).

Vatandaşların çoğu şahit olduğu olayları aktarırken gazeteciler şahit olduklarından ziyade araştırdığı bilgiyi paylaşmaktadır. Gazeteciler teyit ettiği detayları aktarmak ve tarafsız olmak için eğitildi. Vatandaşların yaptığı spontane yayınlar bazen hesapsız olup halkı kötü etkileyebilmektedir. Ve kriz gibi kritik dönemlerde halkı yanlış bir şekilde yönlendirebilir. Krizler sırasında gazeteciler bile doğru bir bilgi vermek için zorluk çekmektedir. "Televizyon röportajları her zaman streslidir. Gazeteci ve kurgu ekibi profesyonel, sen bir amatörsün. Genelde kurumsal sözcüleri takdir etmeyen bir kitleyle karşı karşıyasınız. Bu tür durumdaki çoğu insan gergin ve rahatsız görünme ve empati veya doğallıktan yoksun kelimeler kullanma eğilimindedir". (Hermida,2014). Vatandaşların bloglar ve ya sosyal medya üzerinden yaptığı paylaşımlar yoluyla bilgi yayılmakta katkı sağlamaktadır. Ancak

bloglar medya haberciliğinin yerini alamaz. Vatandaş gazeteciliği krizlerde önemli bir araç hale gelse de genel bir bilgi almak için bir yoldur. Ancak güvenli bilgiler medya tarafından verilmektedir.

Gazeteciler belli bir olay üzerinde haber veya yayın yaparken seçtikleri detaylarda gerçeklik değeri sorgulanılacağını bilmektedirler. Halk söz konusu ise en ufak gazetecilik eğitimi ya da tecrübesi olmamasına rağmen bazen kendilerini bir şekilde olaylar içinde bulmaktadırlar. Böylece ister istemez etraflarında hızla gelişen olayların paylaşımına katkı vermiş olmaktadırlar. Bir olay olduğunda halk, kişisel deneyimlerini kaydetmek ve paylaşmak için cep telefonlarını video, tweet röportajı oluşturup paylaşabilir. Bu tür anlık paylaşımlar, insanın başkalarıyla bağlantı kurma arzusu ve doğası nedeniyle olmaktadır. Günümüzde en çok tartışılan ve haber endüstrisinde meydan okuması oluşturan konulardan biri "vatandaş gazeteciliği". (Allan.2013, S.11).

Medya günlük hayatta halk arasında yapıldığı gibi birine bir şey anlatmak yerine, bilgi edinmek ve haber şeklinde aktarmak modeller uymaktadır. Medya, özellikle kitlelerinin kriz olaylarını tanımasını ve onlara ilişkin bir veri tabanı ve fikir oluşturması konusunda katkı sağlamaktadır. Medya her gün yaşadığım olayları aktarırken ister kazalar, felaketler, çatışmalar veya savaşlar gibi bugüne kadar tipik olarak gördüğünden daha fazla dikkat gerektiriyor. Gazetecilik medya ve yurttaşlıkla (Vatandaş) ilişkisi kapsamında, medyanın oynadığı rol ile yerel ve küresel seviyesinde olan olayları vatandaşlara anlatmak ve onların sivil katılımı geliştirmek, zenginleştirmek için büyük bir kapasiteye sahptir.(Allan.2013,S.14)

Gazeteciler bir olayı anlatırken kendileri ve onların imajını korumak için, ya da en azından bildiri dürüstlüğüne yönelik olası riskleri en aza indirmek için, anlatım teknikleri ve gerçeklik iddiaları ve söylentileri kullanmaktadır. Gazeteciler,bir kişinin sözcüklerini tırnak işaretleri içinde vermektedir, bunu okuyucuya verilen bilgi o söyleyen kişinin "gerçekliği olduğunu"kanıtlamaktadır. Yani söylenen sözcükler gazeteciyi ait olmadığını göstermektedir. Bunun aksine, tırnak içinde vermektense aynı cümleleri başka bir şekilde ana metinde ifade etmek sanki kesin bir bilgi ve gazetecinin savunduğu gerçeklik olarak gösterecektir. Bu kalıplar başkalarında alınan bilgileri ve kaynak olarak gösteren kişileri gazetecilerin kendi fikrinden ayırt edebilmelerini sağlamaktadır. Bu kalıplar gazetecilerin ne kadar tarafsız olduklarını ve mesafe koyduklarını göstermek için bir arac temsil etmektedir.Gazeteciler sadece kişilerin söylentileri değil yasal ve resmi açıklamalarda kullanmaktadırlar. Ve bunlar tarafsız haberciliğin bir parçasıdır.(Allan.2013,S.14)

3.4. Kriz döneminde sosyal medyanın haber amacıyla kullanımı:

Sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla insanlar fikrini açık bir şekilde paylaşmaya başladı. Sosyal medya sadece bir iletişim platformu değil olayların başka bir bakış açısıyla izleme yolu haline gelmiştir. Ancak sosyal medyayı bilgi ve haber kaynağı olarak görme konusu büyük bir soru işaretidir.

Teknolojinin ilerlemesiyle kriz zamanında bilgiye ulaşmak kolay olmuştur. Teknoloji, artık kriz iletişiminin muadelesinde önemli bir faktör haline gelmiştir. Dünyada sosyal medya kullanan milyonlarca kişi var. Özellikle kritik dönemlerde sosyal medyayı daha çok takip etmektedirler. Krizlerde sosyal medya üzerinde o kadar çok paylaşım yapılıyor ki hangilerinin doğru ve spesifik olduğunu anlamak zor olmaktadır. Örneğin ABD'li Steve Adubato'nun 2008 yılında yazdığı "What were they thinking? "Crisis communication - The good, the bad and the totally Clueless" kitabinda, Batı Virginia'da yaşanan bir olay üzerinde bu bilgi kargaşasını inceledi. Steve Adubato'nun yazdıklarına göre Batı Virginia'da bir vatandaş madende mahsur kalan çocuklar üzerinde polise ihbarda bulundu. İhbar bilgileri siyasi partilere ulaştı sonra halka sonra çok hızlı bir şekilde yayıldı.

Meğerse ihbar zaten yanlış ve doğru değil sadece bir tahmindi. Hatta bilgiler, kişiden kişiye bütün halka ulaşana kadar çok değişmişti. Steve Adubato bunu "Telefon oyunu ya da mesaj oyunu" olarak adlandırılmaktadır. Çünkü sonunda öğrenen mesaj ilk iletilen mesajdan çok farklı olmaktadır. Kriz olunca düzinelerce medya yayınları yapılmaktadır. Ve sonunda farklı bilgi birikiminden "potansiyel iletişim barut fıçısı" oluşturulmaktadır.(Adubato, 2008,S.24).

Genellikle insanlar tehlikeli bir durumla karşı karşıya kaldığında, hayatta kalmak için şaşırtıcı tepkiler vermektedir, özellikle ölüm tehlikesi durumuyla karşı karşıya kaldığında. Krizde halkın endişe ve korkusu artmaktadır. Endişe ve korku gerçek tehlike karşısında normal olsa da bazı beklenmeyen davranışlara yol açabilir. Bu abartılmış tepkiler sosyal medyada bir paylaşım şekli alabilmektedir. Tehlikeli bir durum olduğu zaman korku ve endişe hissetmek doğal, anlaşılabilir ve yararlıdır. Korku ve endişe, zihni tehlikeye ve verilecek tepkiye hazırlamaktadır. Ve bu insanların fiziksel doğal ilkel kısmıdır.(PRASAD RAO, 2009). Sosyal medya spontane ve açık bir platform olduğu için yanlış bilgi yayılmasını sağlayan bir ortam da olabilir. Dolayısıyla krizde sosyal medyadaki paylaşımları bir kaynak olarak alınması kamuoyunda daha çok stres ve panik oluşturabilir.

Krizlerde yapılan habercilik, sosyal medyada yapılan paylaşımlardan farklıdır. Sosyal medya herhangi bir konuyu yayınlanmak için özgür olurken, habercilikte, etik kuralların yanı sıra haber teyit edilmesi ve yayın politikalarının uygulanması, haber akışının sağlanması gerekmektedir. (Belair-Gagnon,2015, S .118) Bu nedenle dijital bilgi çağı olmasına rağmen, basılı gazeteler, hala önemli olmaya devam etmektedir. Aslında sosyal medya, kriz döneminde yapılan habercilik ve halka sunulan bilgilerin mimarisini de etkiledi. Bu durum, kriz zamanında sosyal medya platformlarının ve medya ile daha işbirliği içinde olmasına itmektedir. Yani bir olay hakkında sosyal medya platformları ve medya arasında daha bağlantılı bir haber odası olmasına yol açtı.Böylece yavaş yavaş bu yeni mantığı eskiden olan medya mantığıyla değiştirmeye başladı.(Belair-Gagnon,2015, S.119).

Özetle, krizlerde sosyal medyada bilgiler çok paylaşılsa da onları okurken dikkatli olmak gerekmektedir. Her yeni teknoloji, öncekini etkilemektedir. Devrimdeki yeni iletişim teknolojileri bazı krizlerin çözülmesine yardımcı olurken, diğer bazı problemin nedeni olmaktadır. (Fearn-Banks ,2007, S.3). Sosyal medyada herkes paylaşım yapabileceği için önyargılı bakış açıları ve teyit edilmemiş bilgileri kapsayabilir. Onun için paylaşımları karşılaştırılarak, doğru olup olmadığı araştırarak, yayın saati ve tarihine bakarak, isimlere bakarak bilgilerin doğru olup olmadığını öğrenmekte fayda olmaktadır.

Birincil veri bankası olarak sosyal medya: Gazeteciler Facebook, LinkedIn ve Twitter gibi sosyal medya siteleri üzerinde farklı gruplar ve kişilerle iletişim halinde olabilirler. Böylece gazeteciler halkla iletişim halinde oldukları zaman bir olay yerinde olan bir kişi ile konuşup son dakika haberlerini zenginleştirebileceklerdir. Yani bir olay olduğunda olay yerinde ve olayı görmüş bir vatandaşı bulmak için sosyal medyayı kullanabilirler. Örneğin, bir televizyon muhabirinin olmadığı ülkede o ülkede yaşayan bir kişiden bilgi almak. Günümüzde sosyal medya gazeteciler için kamuoyuna bir pencere olabilir.Aynı zamanda gazetecilerin toplumu ölçmesi tepkisini izlemesi için bir araçtır. Sosyal medya gazetecilerin bir konu veya olay ile ilgili bir veri ve arka planlarının bilgi kaynağı olabilir. Uzun zamandan beri gazeteciler bir konu ile ilgili içerik üretmek için farklı kaynaklardan yararlanabilmektedir. Gazetecilerin bilgi kaynağını 2 türe ayrılabiliriz : Dolaylı bilgi kaynağı ve direkt bilgi kaynağı.(Belair-Gagnon,2015,S.73). Direkt bilgi kaynağı resmi kurumlar ve olay yerinden yetkililer olurken, dolaylı bilgi kaynağı sosyal medyada olan paylaşımlar olmaktadır. Dünya çapında sosyal medya birincil veri bankası ve daha kapsamlı araştırmalar için genel fikirleri

veren bir internet ortamı olarak sayılmaktadır. Krizlerde sosyal medya güvenilir bir bilgi kaynağı olmasa da gazeteciler için dolaylı kaynaktır. Gazetecilere olayı anlamak ve hikayenin önemli unsurlarını birleştirmekte yardımcı olmaktadır. Gazeteciler her zaman bir haberi yazarken sosyal medyadan doğrudan alıntı yapmazlar. Bunun yerine, sosyal medya kaynaklarına (halk paylaşımları) bakarak hikayelerini ilişkin bir arka plan bilgileri edinmektedir.
Örnek olarak Valerie Belair-Gagnon'un yazdığı Social Media at BBC News The Re-Making of Crisis Reporting kitabında, BBC gazetecileri, araştırdığı hikayelere ilişkin arka plan bilgisi oluşturmak için Wikipedia, Storify, bloglar, viral videolar ve YouTube veya DailyMotion gibi video paylaşım siteleri ve bunlar gibi sosyal medya platformları kullandığını söyledi.(Valerie Belair-Gagnon,2015,S.73)

Örneğin, Washington'daki BBC News muhabiri Franz Strasser, "Hikayelerim hakkında gelen tepkileri görmek için paylaştığım hikayelerin bıraktığı etkileri ve oluşturduğu değişiklikleri takip etmek konuları tartışmak için Storify'i kullanıyorum. " dedi (Strasser, 2010). Başka bir diyeşle Gazeteciler, Facebook, Instagram ve Twitter gibi bu sosyal ağlardan gelen bilgilerin güvenilirliğini sorgularken fazla araştırmanın gerektiğini vurgulamaktadır.

Sonuç olarak Medya kuruluşları kriz gibi heyecan verici olaylara odaklanmaktadır. Çünkü bu tür haberler okuyucunun merakını uyandırmaktadır. Heyecan arttıkça izleyici sayısı da artmaktadır. Medyada ister bir kriz ister bir sorun olsun, olabilecek en kötü durum için hazır olmalıdır. Gazeteciler her anda vurabilen krizlerin haberciliği yapmak için donanımlı olmalıdır. Kriz koşullarında sosyal medya paylaşımları ve vatandaş gazeteciliğinin daha da aktif olmasıyla oluşabilecek olumsuz etkilerden kaçmak için medya haber sağlama rolünü sağlam tutmak gerekmektedir. Krizlerde medyanın bilgi sağlama rolünün önemini çok arttırmaktadır. Medya, halkın davranışlarını etkileme konusundaki muazzam yeteneklere sahip olmasıyla, krizde halkı eğitmek ve yönlendirmekle halkın zor zamanlarını atlatmaya yardımcı olmaktadır.

4. Bölüm: Fas ve Fransa Medyasında Covid 19 Krizine Dair Yayınlanan Haberlerin Analizi

Yaklaşık bir sene önce yeni tip Corona virüsü (Covid-19) dünyayı sardı. Milyonlarca kişiye bulaştı ve onların hayatının kaybetmelerinin nedeni oldu. Covid-19 bütün ülkeleri etkiledi. Bu araştırmada Fas ve Fransa'daki (Covid-19) krizi incelerken, derin araştırma gerçekleştirmek amacıyla belli bir dönemi ve örneklemi seçmek gerekmektedir. Coronavirus (Covid-19) ortaya çıktığı andan itibaren pek çok haber yayınlandı. Fas'ta ve Fransa'da bütün (Covid-19) krizde yayınlanan haberlerin incelemesi uzun sürebileceği için bu araştırmada, Fas ve Fransa'da yaşanan krizin en kritik dönemleri seçilmiştir. Araştırmada örneklem olarak incelenen dönem kapsamında, hem Fas hem Fransa için en kritik dönemlerdi.Alınan tarihler Fas ve Fransa için çok stresli ve kritik tarihlerdir. Araştırmada söz konusu seçilen kanal ve haberler ise Covid-19 döneminde Fas'taki ve Fransa'daki medyatik içerikler 2 kritere göre seçilmiştir. İzleyici sayısı ve farklı ideolojileri temsil etmeleri.

Fas ve Fransa'daki salgın döneminde yapılan habercilik ile ilgili genel ve kapsamlı bir bilgi oluşturabilmek amacıyla farklı içeriklerin bakılması gerekmektedir. Bu sebeple görüntülü, yazılı ve fotoğraflı haberler seçerken farklı ideolojilere sahip olan farklı medya kuruluşlarının var olmalarına dikkat edildi. Böylece aynı olaylar içinde yayın konusunda medya kuruluşlarının haberciliğini nasıl etkilendiğini görmek mümkün olacaktır. Örneklem olarak seçilen medya kuruluşları, Fas'ta ve Fransa'da da en çok izlenen kanallardır. Onların reytingleri yüksek olduğu için çok izleyiciye ulaşabilmekte ve mühim bir etki bırakmaktadır.

İncelenen dönem :	
Fas	**Fransa**
Olağanüstü Hal - OHAL'in ilan edilmesi : 20 Mart 2020	**Karantinanın** ilan edilmesi : 17 Mart 2020
İlk rekor günlük vaka sayısı : İlk en çok vaka görülen gün : 17 Nisan 2020	**İlk rekor günlük vaka sayısı :** İlk en çok vaka görülen gün : 31 Mart 2020
Olağanüstü Hal - OHAL'in uzatılması : 9 Haziran 2020 tarihinde Fas'ta hükümet OHAL'i uzattı.	**Kısıtlamalarda ilk hafifletme kararı :** 7 Mayıs 2020 tarihinde Fransa'da ilk karantina hafifletme kararı alındı.
Normalleşmenin ilk adımları: 9 Haziran 2020 tarihinde Fas'ta hükümet normalleşmenin ilk adımlarını açıkladı.	**Normalleşme kapsamında yeni adımlar:** 14 Haziran 2020 tarihinde, normalleşmenin adımları açıklandı.

Analizde kullanılan yöntem :

Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesi ve retorik haber çözümleme yöntemi:

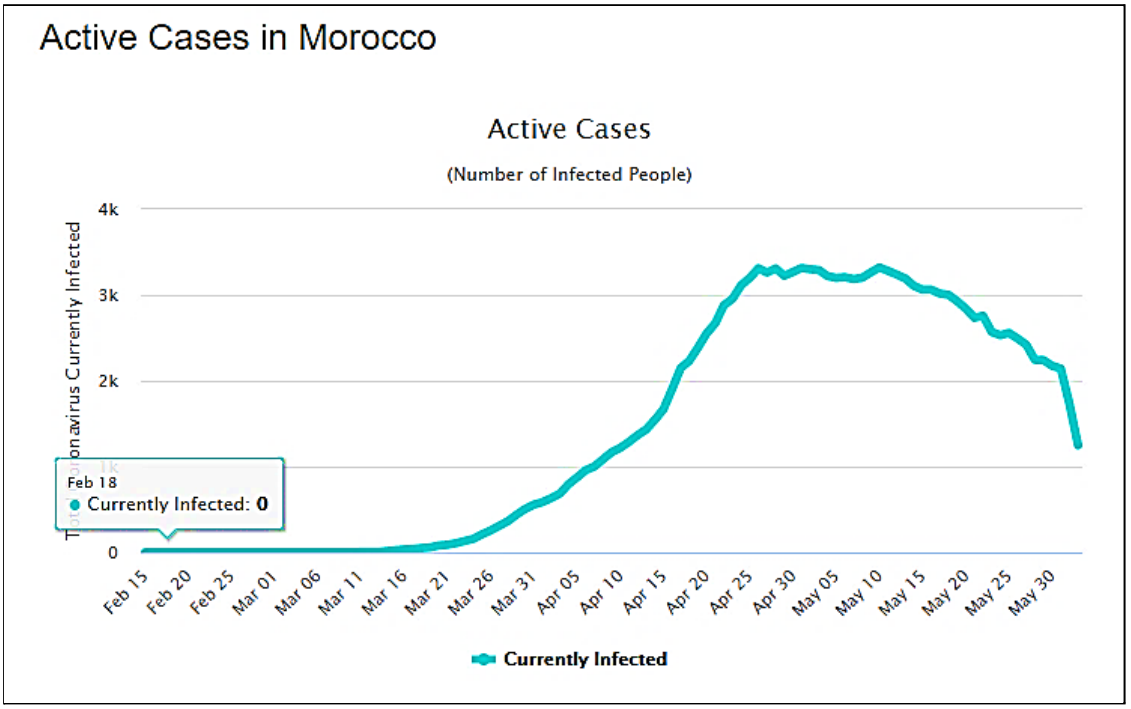
Teun A. Van Dijk, 7 Mayıs 1943 yılında Naaldwijk, Hollanda'da doğan metin gramerinin geliştirilmesi ve söylem pragmatik alanında araştırma yapmaya yoğunlaşan Dijk (Tomgüsehan, 2017). Van Dijk, toplumlardaki gruplar tarafından ideolojilerin üretimi, gelişimi ve anlayışı sosyal ilişkiler çerçevesinde nasıl sürdürüldüğünü araştırdı. Ona göre, ideolojilerin hem toplumsal hem söylemsel boyutu vardır. İdeolojilerin toplumsal boyutu, ideolojilerin gruplar tarafından üretiminde ve onun çevresinde olan ilişkileri ifade ederken, ideolojilerin söylem boyutu, ideolojilerin günlük konuşmaları nasıl etkilediğini, ve insanlar tarafından dil yoluyla nasıl anlaşıldığını açıklamaktadır. (Karaduman, 2017, S.35)

Van Dijk'ın eleştirel söylem analizinde sadece ideoloji değil güç ve egemenlik ilişkilerine da önem vermektedir. İdeoloji, güç, egemenlik gibi öğeleri haberlerde izlemek için Van Dijk, haberleri 2 farklı yapıya göre incelemektedir. Makro ve Mikro yapıları. Makro yapıda, başlıklar (ana, alt ya da yan başlıklar), haber girişi, spotlar, cümle girişi, fotoğraf gibi tematik unsurları kapsamasının yanı sıra durum, ana olayın sunumu, ardalan bilgisi, bağlam bilgisi, yorum, haber kaynakları, olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar gibi şematik yapıları dahil unsurlardan oluşmaktadır. Mikro yapı ise haberleri sentaktik yapıdan ele almaktadır. Sentaktik yapılar genellikle söz dizimi kuralları, dil bilgisi, dilin kurallarına ilişkindir. Bu kapsamda, cümle yapılarının aktif ya da pasif olması, cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması, bağdaşıklık, nedensel ilişki, işlevsel ilişki, referansal ilişki, sözcük seçimleri, haber retoriği; inandırıcı bilgiler görgü tanıklarının ifadeleri gibi unsurlar kapsamaktadır. (Güneş,2019)

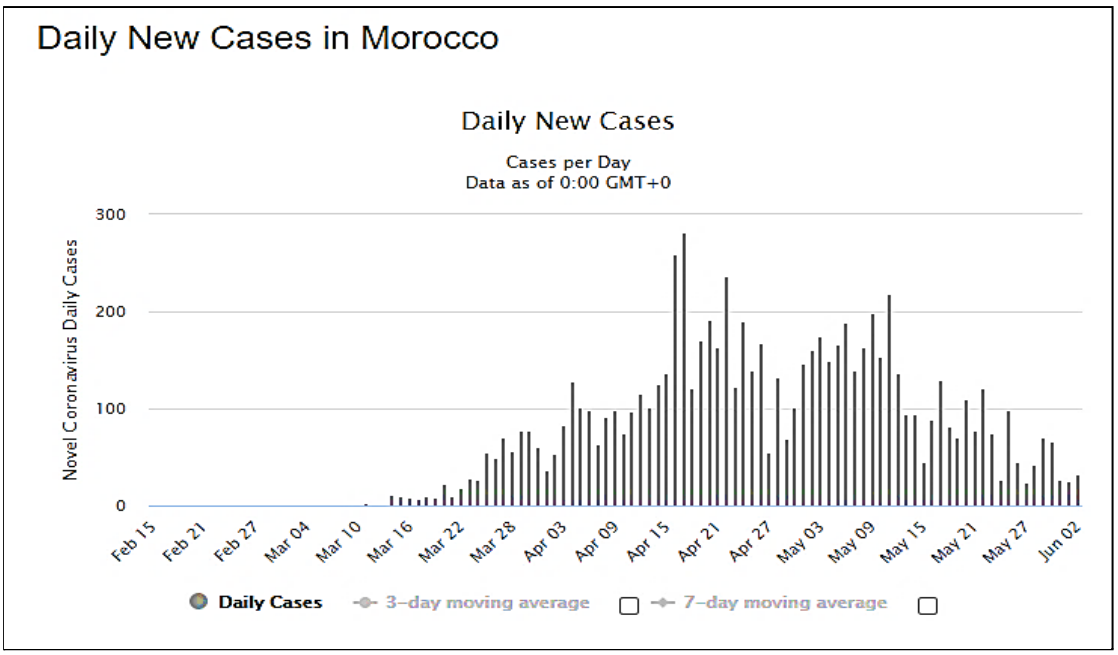
Retorik haber çözümleme yöntemi, söz konusu olan bu yöntem haberdeki retorik boyutları tespit etmeyi sağlamaktadır. Retorik (belagat) konuşmanın veya yazılmış metinlerin özel üsluplar kullanarak

anlamlara dikkat çeken unsurudur. Retorik hitap edilen kişilerin uygunluğu ile etkisi büyük, güzel bir çekiciliği olan belagatli ifadeler kullanmaktır. Retorik, anlamı net ve derin bir şekilde aktarmasını sağlamaktadır (Nicolas, 2010). Retorik analizi ise alıcının etkilemesini kullanılan retorik unsurlara bakarak, ulaşılması gereken etki ve hedef ortaya koymaktadır.
Retorik insanları ikna etmek için kullanılan dil sanatıdır. Retoriği yoluyla iletilmesi istenen anlam dinleye kolay ve derin bir şekilde aktarılmaktadır. Retorik, dilsel araçları kullanarak anlamın alıcının kalbine taşıma gücü sahiptir. Aristoteles'in ikna etme tarzları, ethos, pathos ve logos kapsayan retoriğe dayanmaktadır. Ethos, etiğe çağrışım yaparken, pathos duyguya hitap etmektedir, logos ise mantik ve kavramların yoluyla verilen kanıtlardır. (Devran,2010).

4.1. Fas Medyasında Covid-19 krizine dair yayınlanan haberler :



Salgının başlangıcında Coronavirus Fas'ın durumu :



World Meter : çeşitli konular için sayaçlar ve gerçek zamanlı istatistikler sağlayan bir referans web sitesidir. https://www.worldometers.info

Kaynak : https://www.worldometers.info/Coronavirus/country/morocco/

Genel bir bakış :

	Vakalar ilişkin haberler : • İlk Covid-19 vaka tespit edildi. • İlk Covid-19 vakası iyileşti. • Covid-19 virüs vaka sayısı arttı.
	Sağlık çalışmaları ve tedavi araştırmalar ilişkin haberler : • Halk Covid-19 salgınından kurtulmak için Allah'a dua etti. • Sağlık personelini alkışlarlar. • Covid-19 belirtileri gösteren herkese klorokin tedavisi yapılacak.
	OHAL ve çıkma yasağına ilişkin haberler ; • Olağanüstü hal ilan edildi. • Panik artıyor: yeni yasalar getirildi. • Fas Başbakanı el-Osmani'den açıklama: "Ramazan ayı boyunca önlemlere uyun"

Fas'ta Covid-19 salgınında en çok tekrarlanan haberlerin sınıflandırması :	• OHAL'i ihlal eden 3 bin 277 kişi gözaltına alındı.
	Salgınında ülkenin önemli alanlarına ilgili ilişkin haberler : • Eğitime ara verildi. • Kültürel ve spor faaliyetlerine Covid-19 engeli. • 21 ülkeyle daha uçuşları durdurdu.
	Hükümetin kararları ile ilgili haberler : • Fas kabinesi Covid-19 testinden geçirildi. • Ulaştırma Bakanı Amara'da corona virüsü tespit edildi. • Fas kabinesinde ilk Covid-19 vakası. • Kabine risk altında.
	Tedbirlerin gevşetilmesine ilişkin haberler : • Covid-19 tedbirlerinin gevşetilmesi için yetkililer toplandı. • Fas Sağlık Bakanı: yeni bir virüs dalgası yaşamamak için uygun koşullar olmadığı sürece karantina kaldırılmayacak.

Fas'ta 20 Mart 2020 tarihinde olağanüstü hal ilan edildi
OHAL ardından yapılan haberlerin analizi :

Görüntülü Haberler:

2M TV'nin yayınladığı haberin analizi :

Fas'ta 20 Mart'ta olağanüstü hal ilan edildi. Ülkede OHAL'in ilan edilmesinin ardından 2MTV, Medi1TV, Al Aoula TV gibi Fas'ta en çok izlenen televizyon kanalları bu olaya büyük önem verdi.
1 –Haberdeki söylemlerin analizi :

Seçilen kanal :2MTV :	Haberin linki https://www.youtube.com/watch?v=QtS_ibig4oI

Haberin başlığı :	Covid-19 hakkında en çok sorulan sorular
Yayın tarihi:	20 Mart'ta
Seçme nedeni:	Faslılar tarafından çok izlenen bir içerik
Kullanılan dil :	Faslıların konuştuğu günlük dili
Metafor ve mecaz :	Kullanıldı
İkna yönetimi :	Mantılık deliller - örnekler kritik durumda yaşayan ülkelerden-alıntılar
Haberin sunulma hızı :	Haber yavaş sunuldu acil haberlerin hızı ile değil
En çok tekrarlanan kelimeler	Salgın -Corona - OHAL - çıkma izni - çıkmak - Vaka Salgın -Sağlık -Önemler - Çözüm





Haberdeki görsellerin analizi :

Spikerin vücut dili :	Sunucu bilgileri aktarırken el işaretlerini kullanıyor.
Spikerin ses tonu :	Değişiyor. Bazen yüksek bazen normal bazen yavaş bazen hızlı.
Haber içinde diğer kullanılan içerikler	-Yetkililerin açıklamalardan önemli parçalar (içişleri bakanı) -Vatandaşlarla uzaktan röportaj (video çekip kanala attılar) -Sosyal medya platformlardan tekrarlanan soruların ekran alıntısı
Ekranda yazı ve istatistikler :	Coronavirus günlük ve toplam vaka ve ölü sayısı
Spikerin giydiği kıyafetler :	Resmi olmayan kıyafetler

A. Makro Yapı:

1. Tematik Yapı:

Van Dijk‟ın eleştirel söylem çözümlemesi kapsamında, Makro Yapı çerçevesinde haberin tematik çözümlemesi yapılmaktadır. Burada haberin başlığı, girişi veya spotu, fotoğrafı ya da görüntüsü incelenmektedir (Tuğrul,2018). Burada incelenen haber, 2M TV tarafından yayınlanan bir haberdir. 2M TV, 4 Mart 1989 yılında Fas'ın büyük ekonomi şirketlerinden ONA tarafından kurulmuş ve günümüzde Fas devleti tarafından satın alınan Arapça, Fransızca ve Berberi dillerinde yayın yapan en önemli kanallardan biri.

a.Başlık: 2MTV, ülkede OHAl'in ilan edilmesinin ardından halkın panik olmaması için **"***Covid-19 hakkında en çok sorulan sorular*"başlıklı bir yayın gerçekleştirdi. Başlığın kısa ve direkt olduğu fark edilmektedir. Kanalın devlete ait olması sebeiyle halkın bilgilendirmesini bir sorumluluk olarak almıştır.

b.Haber Girişi: Giriş bu şekilde geldi: "*Covid-19'a ilişkin sorulara cevap veren özel yayınımıza hoş geldiniz, evlerinizden hükümetin ilan ettiği OHAL kurallarına uyarak bizi izliyorsunuz. Bugün Fas Sağlık Bakanlığına göre toplam vaka sayısı 74'e yükseldi*". Haberin ilk girişinde spiker, OHAL'in uygulamasını vurgularken, halkın evlerde kalarak televizyon izlediğini dile getirdi. Bunun anlamı amacı aslında halkın evde kalmasını teyit etmektir. Ardından toplam vaka sayısı verildi. Girişte hem OHAL'i hem vakalarda yaşanan artışı öne sürdürdü.

c.Görüntü: Görüntü kapsamında, haber özel bir ortamda değil her zaman haberlerin sunulduğu stüdyodan sunuldu. Yalnız bu sefer klasik bir şekilde masada oturarak haberleri sunmaktansa spiker, ayakta durarak, resmi olmayan kıyafetle, vücut dilini daha da kullanarak bilgileri aktardı. Spiker önemli bir bilgiyi söylerken hem ses tonunun değiştiriyor hem el işaretlerini kullanıyor. Haber verecek pek çok bilgi olduğu için haber sunma hızı da bazen yüksek bazen yavaş olmaktadır.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1.Ana Olayın Sunumu: Haberin ana olayı Fas'ta Ohal'ın ilan edilmesidir. Diğer ülkeler gibi Fas'ta vaka sayıların artmasıyla, virüsün yayılmasını önlemek için kısıtlamalar getirildi. 2 M TV'nin yaptığı

yayının ana olayı, ülkede 20 Mart 2020 tarihinde olağanüstü hal ilan edilmesiydi. Spiker bu bilgiyi resmi açıklamalara dayanarak ilk başta verip detaylara geçti.

2.Ardalan Bilgisi ve Bağlam Bilgisi: Bu kapsamda incelenen haber bulunmamaktadır. Haberde eskiden ya da önceden yaşanmış bir çerçeve verilmedi. Sadece var olan duruma odaklanmaktadır ve virüsün tehlikesinin altını çizmektedir.

b. Yorum:

Covid-19 bir sağlık krizi ve tehlikeli bir durum olduğu için, spiker arada sırada kısıtlamaların ve uygulanan OHAL'in önemini vurgulamaktadır.

Haber Kaynakları: Söz konusu haberin Fas hükümeti aldığı kararlara ve getirdiği kurallara önem verdiği için, sunulan çoğu bilgide Fas hükümeti, Fas hükümet konseyi, parlamento, Fas Başbakanı ve Fas Sağlık Bakanı kaynak olarak gösterilmektedir. Aynı zamanda Fas hükümeti ve halk OHAL Olayında ana taraf olmasına rağmen onların getirdikleri yorumlara yer verilmedi. Haberde sadece alınan kararlar açıklandı.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a.Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması : Aktif cümlelerde, öznenin belirgin olmasında hem yapılan fiili hem fiilin yapanın önemini göstermektedir. İncelenen haberde gazeteci OHAL kararı Fas'ın yüksek makamlar tarafından alındığını vurgulamak istediği için çoğu zaman aktif cümlelerİ kullandı. Aynı zamanda verilen vaka sayılarının güvenilir olduğunu göstermek için aktif cümleleri kullanıp, özne Fas Sağlık Bakanlığı olarak göstermiştir.

b.Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması: Bilgilerin kolay bir şekilde anlaşılması için basit cümleler kullanıldı. Gazeteci kısa basit ve günlük hayatta kullanılan diliyle konuştu.

2. Yerel Bağdaşıklık/ Bölgesel Uyum

a. Nedensel ve İşlevsel ilişki: Nedensel ve işlevsel ilişki, cümlelerin arasındaki bağlantıya bakmaktadır. Haber metinlerinde bu ilişkiyi incelemek olayın derin bir şekilde anlanmasını sağlamaktadır. Bazen bir olayı iyice anlamak için kaynaklandığı sebeplere bakılmalı.İncelenen haber söz konusu gazeteci OHAL'in uygulamasını açıklarken Covid-19 yayılması bir sebep olarak gösterdi. Aynı zamanda ülkedeki sağlık durumunun kötüleşmesini engellemek için böyle bir karar alındığının da altını çizmiştir.

b.Referansal ilişki: Referansal ilişki kapsamında bir kavramın veya olgunun yazıldığı ve söylendiğinde açıklanıp açıklanmadığına bakılmaktadır. Burada gazeteci bilgileri aktarırken Covid-19 ve OHAL başta olmak üzere izleyicinin alışkın olmadığı kavramlarla ilgili detaylı bir şekilde aydınlatma yapmıştır.

3. Sözcük Seçimleri: Haberde en çok kullanılan kelimeleri (Salgın -Corona - OHAL - çıkma izni - çıkmak - Vaka Salgın -Sağlık -Önemler - Çözüm) seçip tekrarlayarak gazeteci, izleyicinin zihninde Covid-19 olmasını alıştırmaya çalıştı.

4. Haber Retoriği

a. İnandırıcı bilgiler: Haberin inandırıcılığını arttırmak için spiker Fas Sağlık Bakanlığı tarafından verilen hem vaka ve ölü sayıları hem de virüsün tehlikesine ilişkin bakanlığın bilgilerine yer verdi.

Haberin retorik çözümlemesi:

- Metafor Kullanımı : Metafor, insanların iletişiminde anlamları derin bir şekilde aktaran bir üsluptur. Bazı bilgileri doğrudan söylemek çok etkileyici olmayabilir. Bu nedenle gazeteciler metafora başvurabilirler. Mesela incelenen bir haberde " Salgın ile bir savaştayız" denildi. Gazeteci, salgına karşı verilen mücadele ve önlemlerin uygulanması için yaşanan gerginliği savaşlarda olan kargaşaya benzetti.

-Tanımlama: Tanımlama tanıdık olmayan bir fikri açıklamaktir. Haberlerde tanımlama, bahsedilen bilgilerin netleştirmesini sağlamaktadır. İncelenen haberde girişten itibaren gazeteci, yeni tip Covid-19 nedir ve bunun nasıl bir virüs olduğunu netleştirdi. Corona virüsünün tehlikeli bir virüs olarak tanımlanmasının ardından OHAL'in tanımlamasını da yaptı. Ve OHAL özel koşulları kapsayan bir durum olarak tanımlandı.

- Kanıt Gösterme: Kanıt gösterme ikna yeteneğinin en önemli unsurlardan biridir. Kanıtların olması bir kişinin ikna edilmesinde farklılaştırıcı faktördür. İncelenen haberde gazeteci, halkın OHAL'in kuralları konusunda dikkatli olmaları için ve evden çıkmamalarına ikna etmek için Corona'dan kaynaklanan can kaybı sayısını göstererek virüsün ne kadar ölümcül bir virüs olduğunu bir kanıt olarak gösterdi.

- Korku ve endişe yaratmak : Bu haber gazetecinin korku ve endişe yaratmaya çalıştığını belli etmektedir. Spiker haberde sadece ülkede bir OHAL'in uygulandığını açıklamak değil virüse karşı halkın hazırlık seviyesini yükseltmeye çalıştı. Gazeteci, halkın hazır olmasını ve dikkatli olması için virüsten bir korku ve endişe yaratmaya çalıştı. Haber, yükselen ölü ve vaka sayıların göstermesiyle beraber virüsün hastaları yorduğunu ve öldürdüğünün de altını çizdi.

- Sürü Mantığı Yaratma: Bazı konularda kararsız kalınca grubun fikirlerine göre davranılabilir, sürü mantığında kişilerin ait oldukları grubun davranışları gibi davranarak kendilerini korumaya çalışmaktadır. Yani yaşanan kararsızlığı toplumun dediklerine inanarak giderilmektedir. Burada gazetecinin haber girişi başta olmak üzere "*Evlerinizden OHAL'in kurallarını uygulayarak bize izliyorsunuz*" ifadesini kullandı. Gazeteci Covid-19 kuralların uygulanması sadece belli bir grup için değil bütün vatandaşların yapması gereken bir şey olduğunun altını çizdi. Böylece OHAL'in uygulamasında bir sürü mantığı üretmeye çalıştı.

- Güvenilir Kaynak Kullanma: Halkın sunulan haberin inandırıcılığını artırmak için hem Fas hükümeti hem Fas Sağlık Bakanlığı bir kaynak olarak gösterildi. Haberdeki lakap kullanma ve isimlerin kullanımı ise taraflar belirli kişilerle ile ilgili olmadığı için lakap kullanılmadı.Bununla beraber sunulan haber polemik uyandırıcı farklı tarafları içeren bir kargaşa haberi olmadığı için Meta-Görüşler kullanılmadı. **Arka Plan Bilgi Verme** konusunda gazeteci birkaç gün önce tespit edilen ilk vakalardan bahsetti.

- Rakamsal Bilgi Kullanma: Rakamsal bilgi vermek haberin içerikleri sağlam istatistiksel bir alt tabana sahip olduğunu göstermektedir. Bu haberde tespit edilen güncel vaka, ölü, test, iyileşme sayısı gibi veriler hem söyleyerek hem grafik şeklinde ekranda sunuldu.

- Kişiselleştirme: Haberde en çok fark edilen unsur kişiselleştirmedir. Spiker salgın hakkında konuşurken olay sadece dünyaya ve ülkeye vuran bir kriz değil ona çok dokunan özel bir mesel gibi konuşmaktadır. Bunu zamirleri kullanmasından da yansıtmaktadır. Spiker sadece "biz" ve "onlar" zamirini kullanmaktansa, "ben ve sen" de kullandı. Spiker "ben ve sen" kullanarak izleyiciyle arasında olan mesafeyi eritip kolay bir şekilde onu ikna etmeye çalıştı.

2-Haberdeki söylemlerin analizi :

Seçilen kanal :Medi1TV	Haberin linki :https://www.youtube.com/watch?v=qBlHYzPbAk8

Haberin başlığı :	Fas'ta OHAL ilan edildi.Dışarı çıkmak için kısıtlamalar getirildi.
Yayın tarihi:	20 Mart
Haberin seçme nedeni:	OHAL ardından haber çok izlendi . OHAL kararı açıklamak için bütün kanallar yayın yaptı. Bilgisizlik yaşanmaması için bütün tv kanallar OHAL ile ilgili içerik yayınladı.
Kullanılan dil :	Basit Fasih Arapça
Metafor ve mecaz :	Kullanılmadı.
İkna yönetimi :	Mantık ve bilimsel bilgiler
Haberin sunma hızı :	Normal haberlerin sunulması
En çok tekrarlanan kelimeler	OHAL - sokağa çıkmak - resmi kararlar -Coronavirus

Haberdeki görsellerin analizi :





Haberdeki görsellerin analizi :

Spikerin vücut dili :	Çok kullanılmadı.
Spikerin ses tonu :	Önemli, vurgulaması gereken bilgilere göre değişiyor.
Haber içinde diğer kullanılan içerikler :	Yetkililerin açıklamalardan önemli parçalar (içişleri bakanı)
Ekranda yazı ve istatistikler :	Kullanılmadı.
Spikerin giydiği kıyafetler :	Klasik normal resmi kıyafet

3 –Haberdeki söylemlerin analizi :

Seçilen kanal : Al Aoula TV :	Haberin linki : https://www.youtube.com/watch?v=JXZBPGlVtbA
Başlık :	Covid-19'a ilişkin güncellemelerin özel haber bülteni
Yayın tarihi:	20 Mart
Haberin seçme nedeni:	Al Aoula TV devlet resmi kanalı özellikle bu krizde onun haberleri çok izleniyor.
Kullanılan dil :	Basit Fasih Arapça
Metafor ve mecaz :	Kullanılmadı
İkna yönetimi :	Devletin kararlarından alıntılar.
Haberin sunma hızı :	Normal - yavaş izleyicinin iyice anlaması için

En çok tekrarlanan kelimeler	*Corona ile ilgili kelimeler* :Salgın - Coronavirus - (Covid 19) - hastalık *Vatanseverlik ile ilgili kelimeler* : vatandaşlar - Vatanseverlik - Farkındalık *Resmi bakanlıkların ile ilgili kerimeler* : Sağlık bakanlığı - resmi karar- Finans Maliye bakanlığı *OHAL kapsamında yapılan denetim ile ilgili kelimeler* : Önleyici tedbirler - Polis güçleri - Denetim - OHAL - Çıkma izni : - çıkmamak





Haberdeki görsellerin analizi :

Spikerin vücut dili :	Klasik haber sunma şekli
Spikerin ses tonu :	Önemli,vurgulaması gereken bilgilere göre değişiyor.
Haber içinde diğer kullanılan içerikler :	Farklı Fas şehirlerden boş sokaklardan muhabir ile canlı yayın - haber stüdyosunda bir sağlık yetkilisi ile soru cevap.

Ekranda yazı ve istatistikler :	Bakanların aldığı kararların/Resmi açıklamaların alıntıları Stüdyoda, arka ekranı olarak Coronavirus ifadesi
Spikerin giydiği kıyafetler :	Klasik- resmi kıyafet

Teun Adrian Van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Uygulaması:

Medi1TV ve Al Aoula TV kanalların yayınlandığı haberin analizi : HD yayın yapan özel haber kanalı olan Medi1TV, Fas, Kuzey Afrika ve Güney Avrupa'da Fransızca ve Arapça ücretsiz olarak haber sunan bir kanaldır. Al Aoula TV ise Faslı bir kamu televizyon kanalıdır. Al Aoula TV, bi kanal ağına sahip olurken, Arapça, Berber (Amazigh) ve Fransızca programlama dillerde yayın yapmaktadır. Medi1TV ve Al Aoula TV, Fas'ta 20 Mart 2020 tarihinde olağanüstü hal ilan edildiği haberi yayınladı.

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

a.Başlıklar: Medi1TV, OHAL'in ilan edildiğinde *Fas'ta OHAL ilan edildi. Dışarı çıkmak için kısıtlamalar getirildi"* başlıklı bir haber yayınladı. Başlığın kısa ve çarpıcı olduğu fark edilmektedir. Sadece anahtar kelimeleri içeren net bir başlıktı. Ancak aynı haber ile ilgili yayın yapan devlet televizyon kanalı Al Aoula TV **"***Covid-19'a ilişkin güncellemelerin özel haber bülteni"* adlı özel bir yayın gerçekleştirdi. Başlıktan, yayınlanacak içeriğin pek çok noktaya değineceği anlaşılmaktadır.

b.Haber Girişi: Medi1TV'nin yayınladığı haberde **"***Fas İçişleri Bakanı Abdelouafi Laftit, yarın akşam saat 18.00'den itibaren OHAL 'in uygulanmaya başlayacağını duyurdu"* girişini kullandı. Giriş kısa ve ana bilgiyi kapsamak ile birlikte girişte haberin kaynağı ve kararı ilan eden yetkilinin ismi ve görevi yer almaktadır. Al Aoula TV ise OHAL'in ilan edilmesine bir altı çerçeve koymakla başladı ve" *Ülkemizde toplam doğrulanan Covid-19 vaka sayısı 68'e yükseldi. Fas Sağlık Bakanlığı bu sayıyı verirken 385 kişi testlerden geçip Covid-19 olmadığını belirtti"* bu girişi kullandı.

c.Görüntü: Medi1TV, klasik olarak her zaman kullandığı haber stüdyosundan yayın yaparken, Al Aoula TV özel bir stüdyoda yayın yaptığına dikkat çekmektedir. Al Aoula TV'nin haber stüdyosunda, arka ekran olarak Coronavirus ifadesi yazıldı, virüsü simgeleyen şekiller de kullandı.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1.Ana Olayın Sunumu : Medi1TV Fas İçişleri Bakanlığı'ndan alınan OHAL bilgileri resmi açıklamalarda geldiği gibi sundu. Ekstra bir şey verilmezken, Al Aoula TV yayınladığı haberde ülkedeki endişe verici salgının durumunu öne sürerek OHAL'in uygulandığını açıkladı.

2.Ardalan Bilgisi ve Bağlam Bilgisi: Medi1TV'nin yayınladığı habere Ardalan Bilgisi ve Bağlam Bilgisi koymadı. Sadece yeni olan güncellemelerine yer verdi. Al Aoula TV ise haberde virüsün sadece Fas'ı vurmadığı ve pek çok ülkeyi etkilendiği gibi bir ardalan bilgi verdi. Aynı zamanda OHAL'in bu zarfta gelmesinin sebebini açıklamak için vakaların artışını bir bağlam bilgisi olarak verdi.

b. Yorum

3.Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar : Hem Medi1TV hem de Al Aoula TV OHAL'i ve ülkenin salgın durumuyla ilgili haber yaparken, bilgileri açıklamak ve inandırıcılığı arttırmak amacıyla yetkililerin yorumlarına yer verdi. Medi1TV, Fas İçişleri Bakanı Abdelouafi Laftit'in

açıklamasını kullanırken, Al Aoula TV, haber stüdyosunda bir sağlık yetkilisi konuk olarak alıp duruma ilişkin yorumlarını aldı.

4. Haber Kaynakları: Hem Medi1TV hem Al Aoula TV Fas İçişleri Bakanlığı ve Fas Sağlık Bakanlığı'nı bir kaynak olarak gösterdi.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a.Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması:Al Aoula TV gereken bilgileri aktarmak amacıyla arada aktif arada pasif cümleleri kullanırken, sıkı bir haber modeli uygulayan Medi1TV çoğu zaman aktif cümleleri kullandı. Medi1TV bir haber kanalı olduğu için cümleler ve yazma stilinde çok fazla değişiklikleri yapmadığı dikkat çekmektedir.

b.Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması: cümlelerin basit ve karmaşık olması konusunda 2 kanal bilgilerin anlaşılmasına sağlamak için ve yayın ortasında da gelecek olan izleyicinin hiç bir şeyi kaçırmaması için kısa ve basit cümleleri tercih etti.

2. Yerel Bağdaşıklık/bölgesel uyum

a. Nedensel ilişki ve İşlevsel ilişkileri : İncelenen 2 kanalın haberlerinde, ülkedeki durumun neden buraya geldiğini ve açıklanan kararların neden özel olarak bu dönemde geldiğini netleştirmek için, nedensel ve işlevsel ilişkileri kullandı. Kısacası, Medi1TV ve Al Aoula TV, OHAL dahil olmak üzere ülkede uygulanan benzeri görülmemiş kararlar Covid-19 gibi ölümcül bir virüs olduğu için alındığını altını çizdi.

3. Sözcük Seçimleri

Yayınlanan haber bir salgına dair olduğu için sözcük seçiminde en çok virüse ilişkin terimler tekrarlandı. Medi1TV, ülkede olan zor durumun ciddiyetini gösteren " OHAL - sokağa çıkmak - resmi kararlar -Coronavirus" gibi sözcükleri seçip çok kullanırken, Al Aoula TV Corona ile ilgili kelimeler kapsamında : "Salgın - Coronavirus - (Covid 19) - hastalık , resmi bakanlıkların ile ilgili kelimeler konusunda Sağlık bakanlığı - resmi karar- Fas Finans Maliye Bakanlığı" gibi kelimeleri kullandı. Ancak Al Aoula TV'nin sözcük seçiminde en çok dikkat çeken unsur 'vatanseverlik' ile ilgili kelimelerin yoğun bir şekilde kullanması *(*vatandaşlar - vatanseverlik - toplumca farkındalık) . Bir devlet televizyonu olarak yayın yapan Al Aoula TV Covid-19 krizinde vatandaşların dayanışmasına ve bu zor günlerde milliyetçiliği vurgulamak istedi.

4. Haber Retoriği

İnandırıcı bilgiler: Bu kapsamda izleyiciyi etkilemek amacıyla Medi1TV ve Al Aoula TV sağlık verileri, resmi kararlar, yetkililerin açıklamalarını kullandı.

Haberin retorik çözümlemesi

- Tanımlama: Medi1TV'nin yayınladığı haberde hiçbir tanımlama yapılmazken, Al Aoula TV'nin haberinde Covid-19 nedeniyle getirilen kuralları, hayati önem taşıyan kurallar olarak tanımladı.
İncelenen 2 haber Covid-19 virüsü Coronavirus- Sars, Covid- 19 salgın hastalığı gibi lakaplarda alternetif tanımlamalar kullanıldı.
- Örnek verme konusunda Al Aoula TV ise OHAL'in sürmesini göstermek adına her şehirden örnek verip oradaki durumu göstermek için muhabir bağlantısı gerçekleştirdi.
- Kanıt Gösterme: Medi1TV, yetkililerin açıklamaları dışında hiçbir kanıt kullanmazken, Al Aoula TV hem yetkililerin açıklamaları hem de Covid-19'a dair bilgiler verirken ne kadar tehlikeli olduğu ile ilgili kanıtlar gösterdi.

- Korku ve Endişe Yaratma: Medi1TV ve Al Aoula TV izleyiciyi ikna etmek amacıyla korku ve endişe yaratmaya çalıştı. Medi1TV, büyük bir yayın süresi boyunca bakanın açıklamasına yer verirken, bakanın durumun tehlikesine altını çizen cümlelerini özellikle bıraktı ve montaj yapılmadı. Al Aoula TV'nin haberinde ise farklı bölgelerden muhabirlerle canlı yayın yaparak durumun ciddiyetini vurgulamak istedi. Onun kullandığı boş sokakların sahneleri virüs konusunda halkın endişesini arttırıyor.
- Sürü Mantığı Yaratma: Sürü mantığının kullanımı söz konusu Al Aoula TV, OHAL sırasında bir kaç kentten boş sokakları çekerek aslında bütün kentlerde ve köylerde " Aynı şey yapın, evde kalın" etkisini bırakmak istedi .Al Aoula TV, OHAL'e ilişkin haberi yaparken toplumun davranışları kamu sağlığı korumak için yönlendirmeye çalıştı.
- Güvenilir Kaynak Kullanma: Kaynaksız haber değersizdir ve günlük hayattan bir söylenti dışına çıkmaz. Haber kanalları bazen kendilerinin haber kaynağı olabilir bazen yetkililerden bilgi alıp onları bir kaynak olarak gösterebilir. Sağlam kaynakların olması kuruluşa yanlış bilgilere maruz kalmaktan korumaktadır. Burada hem Medi1TV hem de Al Aoula TV Fas makamlarını bir ana kaynak olarak gösterdi.
- Meta-Görüşler Sunma: Medi1TV, bakanın açıklaması dışında hiçbir görüş ya da röportaja yer vermedi. Ancak diğer kanalın daha açıklayıcı olması adına OHAL'in uygulanmasının gerektiğini altını çizmek için sağlık bakanlığından bir yetkili ile röportaj verdi. Ve böylece devlet tv kanalı olan Al Aoula TV, hükümet tarafından alınan kararı yayınlarken onu destekleyen açıklamalar da koymuş oldu.
- Arka Plan Bilgi: Al Aoula TV bir çerçeve olarak Fas'ta son birkaç günde ülkede yaşanan salgın durumuna değindi.
- Haberde İsimlerin Kullanımı: Medi1TV ve Al Aoula TV, başta yetkililerin isimleri olmak üzere bağlantı yapan muhabirlerin isimlerine de yer verdi.
- Kişiselleştirme: Bazı haberlerde gazeteci olayı kişileştirerek, büyük bir hevesle içeriği sunup izleyiciyi ikna etmeye çalışmaktadır. Burada Medi1TV ve Al Aoula TV bu yönteme başvurmadı. Her 2 haberde de spikerler olayı olduğu gibi objektif bir şekilde sundu. Bu **Zamirleri Kullanmada'**da yansıtılmaktadır. Spikerler seyircilere "Biz-Siz" ile hitap etti.
- Ritim Oluşturma: Bu kapsamda Medi1TV daha ciddi olup sert bit ritmi kullanırken, Al Aoula TV'nin haberinde bazen duygusal yumuşak olup sunuş şekli halkın panik olmamasına yönelikti.
- Rakamsal Bilgi Kullanma: Al Aoula TV Kanalı, haberlerinin içeriğini daha büyük bir ikna gücünü eklemek amacıyla rakamlar kullandı. Bu kapsamda Covid-19 vaka ve ölü sayıları verildi. Yükselen rakamlar OHAL'in neden geldiğini ve önleyici kararların alınmasının doğru bir adım olduğunu vurgulamaktadır.

<u>Yazılı haberler :</u>

1. Gazete :

Haber linki : Al Alam Gazetesi 	https://orient.ma/%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D8%B9%D9%86%D8%A7%D9%88%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%B9%D8%A9-20-%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%B3/

Haber başlığı :	Eczaneler normal olarak hizmet vermeye devam edecek
Gazetenin yönetimi :	Eski ve ünlü bir siyasi partiye ait bir gazete
Paylaşım/ yayın tarihi :	20 Mart
Kullanılan dil :	Resmi Fasih Arapça
Yazma stili	Kısa - Fiili cümleler
Haber kategorisi :	Sıcak haberler
Metafor ve mecaz :	Yok
İkna yönetimi :	Mantık ve devletin verdiği resmi veriler
Haber ile fotoğraf var mı :	Yok
Gazetecinin imzası var mı :	Yok : İmza olmayınca haber onun yazdığı kişiyi temsil etmiyor tüm gazeteyi temsil ediyor
En çok tekrarlanan kelimeler	*Sağlık ile ilgili kelimeler :* Coronavirus - Corona sınırlaması - eczane - ilaç depolaması *Kuralların uyulmasına teşvik eden kelimeler* : Ulusal kararlar- önlemler - vatanseverlik - kritik dönem- dolaşım- tutuklama.

2. Gazete :

Haber başlığı ve linki : Al Ittihad Gazetesi	https://orient.ma/%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D8%B9%D9%86%D8%A7%D9%88%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%B9%D8%A9-20-%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%B3/
Haber başlığı :	“Tüketimde problem olmayacak “
Gazetenin yönetimi :	Bir siyasi partiye ait bir gazete
Paylaşım/ yayın tarihi :	20 Mart
Kullanılan dil :	Fasih Arapça
Yazma stili	Kısa direkt cümleler - bazen isim cümleleri
Haber kategorisi :	Sıcak haberler
Metafor ve mecaz :	Yok
İkna yönetimi :	Devletin aldığı kararlardan alıntı ve son Corona güncellemelerden bilimsel bilgi

Haber ile fotoğraf var mı :	Yok
Gazetecinin imzası var mı :	Yok
En çok tekrarlanan kelimeler	Üretim tüketim - covid-19 -üretim gücü- depolama- gerekli ürünler- gıda maddeleri - talep ve arz - önemler

Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin uygulaması

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı : Al Alam, ve Al Ittihad gazetesinin yayınladığı haberin analizi

a.Başlıklar:Al Alam gazetesi "*Eczaneler normal olarak hizmet vermeye devam edecek*"başlıklı bir haber yayınladı. Başlık oldukça uzun ve ana bilgiyi içermektedir.Öte yandan, Al Ittihad gazetesi, *"Tüketimde problem olmayacak*" üç kelimeden oluşan bir başlık seçti. Başlıkta bir genelleme yapıldığı da görülmektedir. Tam olarak hangi ürünlerin tüketiminde olduğunu yazmaktansa genel olarak ülkedeki tüketime bir şey olmayacağını öne sürdü.

b.Haber Girişi Al Alam'ın yayınladığı haberde *"Fas Ulusal Eczacılar Kurumu, tüm eczanelerin hafta boyunca normal şekilde çalışmaya devam edeceğini ve bir süre daha önce olduğu gibi eczanelerin çalışma takvimini sürdüreceğini doğrulayarak, tüm vatandaşları vatanseverliğe göre davranmaya çağırdı*." diye bir giriş yazılmaktadır. Giriş oldukça uzun ve detaylı,ana bilgiden ziyade detay da kapsayan bir giriş. En çok dikkat çeken detay ise "vatanseverliği" noktasına yer verilmesidir. Haber editörü baştan itibaren halkın paniğini söndürmek için vatanseverlik noktasını kullandı. Al Ittihad gazetesi ise *"Covid- 19 salgını nedeniyle ülkemizin yaşadığı istisnai durumlara uygun olarak esnaf ve Tavukçuluk Federasyonu, sektörün ülkede normal ve düzenli tedariği sağlamak için oldukça yeterli üretim kapasitesine sahip olduğunu teyit etti*"cümleleri girişe koydu. Girişte fazla özne konuldu, uzun ve o "*normal ve düzenli"* gibi sıfatlarla dolu bir giriş oldu. Gazete ilk cümlelerden itibaren fazla bilgi vermeye çalıştı. Fotoğraf konusunda, ne Al Alam Gazetesi ne Al Ittihad Gazetesi haberle bir fotoğraf koymuştur.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1. Ana Olayın Sunumu : Pek çok Fas kanal ve gazeteleri OHAL'in getirilmesini açıklarken, sayfalarda OHAL'in ne demek olduğunu tartışırken hem Al Alam gazetesi hem Al Ittihad gazetesi, yayınladığı haberlerinde OHAL'in günlük hayatı nasıl etkileyeceğine odaklanmıştır. Burda her ikisi de ana olay OHAL'in kararı olmasına rağmen, konuyu farklı bir açıdan aldı. Ve ana olay tüketim oldu.

2. Ardalan ve Bağlam Bilgisi: Söz konusu Al Alam gazetesi ve Al Ittihad gazetesi ardalan bir bilgi koymayıp, ülkede OHAL uygulandığına ve Corona virüs olduğuna ilişkin bir bağlam bilgisi koydu. Bağlam Bilgisi, halkın gelişmeleri kolay bir şekilde takip etmesini sağlıyor.

b. Yorum

3.Haber Kaynakları: Haberlerde kullanılan bilgileri kaynakları göstererek, alıcıya bir araştırmanın yapıldığını ve verilen bilgilerin bir uydurma olmadığını göstermektedir. Bu kapsamda Al Alam gazetesi ve Al Ittihad gazetesi, *Fas Ulusal Eczacılar Kurumu, esnaf ve Tavukçuluk Federasyonu bir kaynak olarak gösterdi.* Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlara ise yer verilmedi.Al Alam ve Al Ittihad gazetesi, Eczacılar kurumu ve esnaflar ile röportaj yaparak içeriğini destekleyebilirdi.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a.Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması: Al Alam ve Al Ittihad gazetesinin kullandığı çoğu cümle aktif ve kısa cümlelerdi.

b.Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması konusunda, her iki gazetede çoğu cümlenin karmaşık olduğu fark edilmektedir. Cümlelerde fazla yüklem fazla nesne yazıldı. Al Alam ve Al Ittihad Gazetesi çok detaylı bir metin yazmaya çalışırken karmaşık cümleler kullandı.

2. Yerel Bağdaşıklık/bölgesel uyum

a. Nedensel ilişki ve İşlevsel ilişki : Aktif ama karmaşık cümlelerin kullanması, incelenen 2 gazetenin neden ve işlevsel ilişkilerini etkiledi. Dolayısıyla aktarılan fikirleri anlayabilmek amacıyla cümleden cümleye nedensel ve işlevsel ilişkileri düşünerek anlaşılmaktadır. Örneğin: Al Alam'daki haberinde, "Yetkililer, halktan ilaç stoklamamasını istedi çünkü saklama koşulları nedeniyle bozulmalarına neden olabileceği ve şiddetli zehirlenmeye yol açabileceğiydi."cümlesinde aynı fiile 3 tane sebep eklendiği görülmektedir.

b. Referansal ilişki : Al Alam yeni tip Coronavirus (Covid-19) sürekli yazmaktansa, salgın Corona gibi terimler kullanarak cümleler arasında bir referansal ilişki oluşturuldu.

3. Sözcük Seçimleri Al Alam gazetesi, 'Coronavirus - Corona sınırlaması - eczane - ilaç depolaması' gibi sağlık ile ilgili kelimeler kullanılmasıyla beraber 'ulusal kararlar- önlemler - vatanseverlik - kritik dönem- dolaşım- tutuklama' gibi kurallara uyulmasına teşvik eden kelimeleri kullandı. Al Ittihad gazetesi ise tüketime odaklandığı için ' üretim tüketim - covid-19 -üretim gücü- depolama- gerekli ürünler- gıda maddeleri - talep ve arz - önemler ' ifadelerini kullandı.

Haberin retorik çözümlemesi

-Kanıt Gösterme: Argümanlarla aktarılmış olmayan fikirler genellikle ikna etmek konusunda zayıf olmaktadır. Al Alam gazetesi, *Fas Ulusal Eczacılar Kurumu t*arafından yapılan duyuruyu aktarırken mantık ve bilimsel kanıtları kullandı. Kurum Faslılara seslenirken fazla ilaç almamaları çağrısında bulunurken buna kanıt olarak ilaçların bozulabileceği ihtimalini bir kanıt olarak gösterdi. Al Ittihad gazetesi ise halkın tüketim konusunda endişe etmemesi için esnaf federasyonunu bir referans olarak kullanıp ülkede yeterli ürün olduğunu vurguladı.

- Güvenilir Kaynak Kullanma: Haberin inandırıcılığını artırmak için Al Alam gazetesi, *Fas Ulusal Eczacılar Kurumunu bir kaynak olarak gösterirken,* Al Ittihad gazetesi *Fas Esnaf Federasyonunu* kaynak olarak verdi.

- Korku ve Endişe Yaratma: Haberler belli konularda halkın korku ve endişesini arttırma gücüne sahiptir. Korku ve endişe her zaman olumsuz değildir. İnsanlar korktuğunda daha da dikkatli olup gerekli tedbirleri almaktadır. Burada Al Alam gazetesi, panik yapıp ilaçların alınması ve saklanmasının tehlikeli olabileceği konusunda uyarı yaptı. İlaçların saklanmasına dair bir endişe yarattı. Al Ittihad gazetesi ise tam tersi olarak panik ve endişeyi gidermeye çalıştı. Bu kapsamda Fas pazarlarında ürünlerin eksikliğini olmayacağını ve fazla tedariğin var olduğunun altını çizdi.

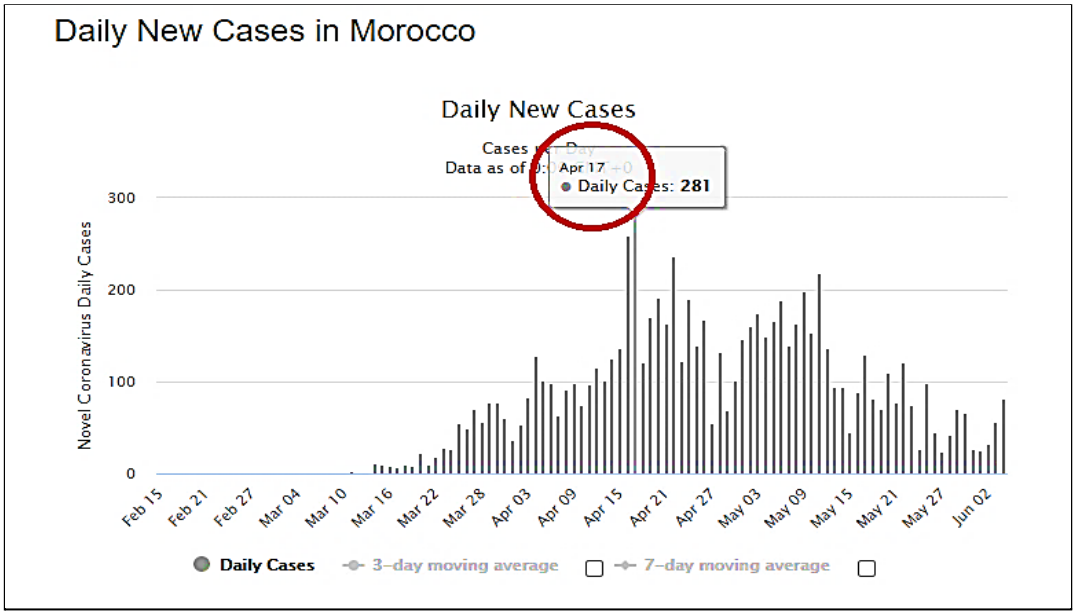
- Sürü Mantığı Yaratma: Haberler çok kişi tarafından takip edildiği için pek çok grubu aynı yönde yönlendirebilir. Covid-19 döneminde kitlelerin davranışlarını iyi yönlendirmek büyük önem taşımaktadır. Burada Al Alam ve Al Ittihad gazetesi ilaç almadı ve tüketim konusunda halkı yönlendirmeye çalıştı. Sürü mantığından yararlanarak kararsız bireyler dahil tüketim konusunda topluma yapılması veya yapılmaması gerekenleri aktardı.

- **Arka Plan Bilgi Verme:** Arka planın okuyucuların kolay anlamalarını sağlamasına rağmen bazı gazeteler bazı konularda onu koymuyor. Burada Al Alam ve Al Ittihad güncel bilgileri bir arka plan vermeden yayınlamayı seçti.
- **Paralel Yapılar Kurma**: Dilbilgisel formda uyum ve tutarlılık yaratmaya çalışan paralel yapılar, cümlelerin öğelerini aynı şekilde dizerek aynı dilsel yapıya sahip olmalarına sağlamaktadır. İncelenen haberlere söz konusu bunu en çok kapsayan haber Al Ittihad'ın yayınladığı haberdi. Al Ittihad tüketime ilişkin pek çok detay verirken aynı cümle şeklini kullandı.
- **Ritim Oluşturma ise** hem Al Alam hem Al Ittihad tüketim konusunda halkın paniğini almak için oldukça yumuşak bir ritim seçmeye çalıştı.
- **Haberde İsimlerin Kullanımı:** Haberlerde Fas'da yüksek yetkili olan kurumların isimleri kullanıldı.

<u>Fas'ta ilk en çok vakanın yaşandığı gün :</u>

17 Nisan 2020 günlük olarak 281 vaka tespit edildi

Fas'ta en çok vaka görülen günün haberlerinin analizi :



<u>Görüntülü haberler :</u>

1- Haberdeki söylemlerin analizi :

Haber linki	https://www.youtube.com/watch?v=dQifOl_jReY
Haber başlığı:	Corona hakkına en çok sorulan sorular
Kullanılan dil :	Faslıların konuştuğu günlük dil
Metafor ve mecaz :	Yok / bazen espri ve bazen ironik bir üslup özellikle, önlemlere saygı duymayanlar hakkında konuşurken

İkna yönetimi :	Fas kabinesi tarafından alınan kararlardan alıntı
Haberin sunma hızı :	Haber çok yavaş sunuldu
En çok tekrarlanan kelimeler :	Corona -Yüksek vakalar- Vaka - Vatan- İyileşmek - Sorumlu olmak







Haberdeki görsellerin analizi :

Spikerin vücut dili :	Sunucu bilgileri aktarırken el işaretlerini kullanıyor
Spikerin ses tonu :	Değişiyor Bazen yüksek bazen normal bazen yavaş bazen hızlı
Haber içinde diğer kullanılan içerikler :	Yetkililerin açıklamalardan önemli parçalar (Salgın ve Araştırma merkezinin müdürü yaptığı açıklama) - Haber stüdyosundan bir Avukatla Corona üzerinde bir konuşma -Vatandaşlarla uzaktan röportaj (video çekip kanala attılar) -Sosyal medya platformlarından tekrarlanan soruların ekran alıntısı
Ekranda yazı ve istatistikler :	-Coronavirus günlük ve toplam vaka ve ölü sayısı -Ekranda kanalın logosu altında (EVDE KALALIM) ifadesi yazıldı -Stüdyoda, arka ekranı olarak Coronavirus ifadesi
Spikerin giydiği kıyafetleri :	Haber maske ila haber sunuldu Bütün haberde çıkan kişiler maskeliydi Normal çok resmi olmayan kıyafetler halka Resmi açıklamalar resmi kıyafet ile sunuldu

2- Haberdeki söylemlerin analizi :

Haberin linki :	https://www.youtube.com/watch?v=eRcU2sj54pk

Haber başlığı :	Covid-19’a ilişkin güncellemelerin özel haber bülteni
Kullanılan dil :	Basit Fasih Arapça
Metafor ve mecaz :	Kullanılmadı
İkna yönetimi :	Resmi veriler
Haberin sunma hızı :	Normal. Önemli ve anlaması zor olabilen veriler ise yavaş söylendi.
En çok tekrarlanan kelimeler :	Coronavirus - vaka- tedbirler- hastane - sağlık personeli-iyileşme- Yoğun bakım









Haberdeki görsellerin analizi :

Spikerin vücut dili :	Kullanılmadı. Normal haberlerin sunma şekli
Spikerin ses tonu :	Normal özel bir değişiklik olmadı
Haber içinde diğer kullanılan içerikler :	Sağlık ekipleriyle salgının durumuna ilişkin açıklamalar Yetkililerle röportajlar
Ekranda yazı ve istatistikler :	-Kullanıldı : Coronavirus günlük ve toplam vaka ve ölü sayısı -Ekranda kanalın logosu altında (EVDE KALALIM) ifadesi yazıldı. -Stüdyoda arka ekran olarak Coronavirus ifadesi
Spikerin giydiği kıyafetleri :	Normal özel bir değişiklik olmadı ancak çoğu kişi maskeli röportaj verdi

Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin uygulaması

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

a.Başlıklar : Başlık haberin en önemli unsurlardan biridir. Aynı zamanda amaçlı bir gazetecilik aracı olabilmektedir. Baştan çıkarıcıdır. Başlık hem okuyucunun dikkatini çeker hem de içeriğe ilişkin bir bilgi verir. Fas'ta ilk en çok vaka görülen günde (17 Nisan 2020 günlük olarak 281 vaka tespit edildi) pek çok haber yayınlandı. Günlük rekora ilişkin haber yapan 2MTV kanalı *"Corona hakkında en çok sorulan sorular"* başlıklı bir haber yayınlarken, Al Aoula TV kanalı *"Covid-19'a ilişkin güncellemelerin özel haber bülteni"* başlıklı bir habere yer verdi. Başlıkların kısa olmasına rağmen ana olayı açıklamadığı fark edilmektedir. 2MTV ve Aoula TV, ülkede bir rekor vaka sayısı doğrulandığı duyurusunu yapan bir başlık koymaktansa genel bir başlık koydu.

b.Haber Girişi: **2MTV,** *"Bugün pek çok önemli konulara değineceğiz ama başlamadan önce ülkemizin salgın durumuna bakalım. Fas Sağlık Bakanlığı'na göre son 24 saatte toplam 281 yeni vaka kayıtlara geçti"*. Bu girişi kullandı. Girişte en çok dikkat çeken unsur " Bugün pek çok önemli konulara değineceğiz. " ifadesidir. Spiker bomba haberi vermeden önce genel ve ağır bilgi kapsamayan cümlelerle seyirciyi hazırlamaya çalıştı. **Al Aoula Tv'nin** girişi ise "Fas Sağlık Bakanlığı'na göre, son 24 saatte yeni 281 vaka tespit edilirken, ülkede toplam vaka sayısı 2528'e ulaştı, 24 kişinin taburcu olmasıyla beraber Corona'dan toplam iyileşen vaka sayısı 273 oldu" şeklinde oldu. İncelenen 2 girişte hem rakamsal veriler hem kaynak gösterildi.

c.Görüntü: Görüntü kapsamında en çok dikkate çeken unsurlar stüdyo dekoru, spikerlerin maske takması ve sosyal mesafeli röportaj yapılmasıdır. Hem 2MTV hem Al Aoula TV, tehlikeli bir virüsün yayılmasını uyarmak, maske gibi tedbirlerin alınması gerektiğini vurgulamaya çalıştı.

2.Şematik Yapı

a. Durum

1.Ana Olayın Sunumu: 2MTV ve Al Aoula TV ülkede rekor bir vaka tespit edilmesi olayına özel bir yayın süresi ayırdı. Fas günlük vakaların ilk rekoruna özel bir " Corona haber bülteninde sunuldu", hem 2MTV hem Al Aoula TV salgın hakkında günlük olarak vaka bilgilerini yayınlanmaya çalıştı.

2.Ardalan Bilgisi bilgi olarak, Covid-19'un sadece Fas'ı değil dünya genelinde büyük oranda hayatı etkileyen bir olay olduğu vurgulandı. Bağlam Bilgisi, konusunda,2MTV ve Al Aoula TV ülkede uygulanan kısıtlamalar ve bölgelerin salgın durumuna ilişkin çerçevesel bilgiler verdi.

b.Yorum

1.Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar: Bu bağlamda hem halk yorumu hem yetkililerin yorumuna yer verildi. Böylece 2 kanal olaya ilişkin bütün taraflara konuşma hakkı vermiş oldu.

2.Haber Kaynakları: Kaynaksız haber, dedikodu ve sıradan bir söylenti gibi olmaktadır. 2MTV Al Aoula TV diğer araştırmacılara değer vererek ve onların fikirlerini kabul ederek sorumlu bir bilim insanı olmakta aynı zamanda incelenen haberlerde aynı bilgiyi doğrulayan pek çok kaynağın olması görülmektedir. Kaynakların çeşitlendirilmesi bilginin doğru olduğunu kanıtlamaktadır. Böylece ikna etme çabası daha kolay olmaktadır.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a.Cümle yapılarının aktif yada pasif olması: Çoğu cümlelerin aktif olmasıyla beraber basit ve açık olduğu fark edilmektedir.

b.Cümle yapıları konusunun basit ya da karmaşık olması: Kısa ve basit cümleler, haber okuyanın her 3-5 saniyede bir nefesini tutmasını sağlar, bu aynı zamanda izleyicinin de nefesini tutması gerektirir. Uzun cümleler doğası gereği karmaşıktır, düzenlenmesi zordur, izleyicinin nefes nefese kalmasına neden olur. 2MTV ve Al Aoula TV bu özellikler ışığında basit cümleleri kullandı.

2. Yerel Bağdaşıklık/bölgesel uyum

a.Nedensel ilişki ve işlevsel ilişki: 2MTV ve Al Aoula TV Coronavirus vakalarında yaşanan artışı bazı kişilerin önlemleri uygulamadıklarını göstermek için nedensel ilişki, işlevsel ilişkileri kullandı. 'Vakalar artıyor, önemler hala uygulanmıyor.- Önlemler önemli- Tedbirler alınmadığı sürece artış devam edebilir.' bu tarz cümleleri kullandı.

3. Sözcük Seçimleri

Söylemler belirli bir konuya ilişkin oluşturulacak fikirleri etkilerken, 2MTV ve Al Aoula TV anlaşılması zor olan teknik sağlık terimlerini basit bir şekilde haber bültenlerinde vermeye çalıştı. Kullanılan fasih Arapça basit, teknik kelimeleri içermeyen bir dil olmasıyla beraber kısa cümleler kullanıldı. 2MTV, 'Corona -Yüksek vakalar- Vaka - Vatan- İyileşmek - Sorumlu olmak' kavramlarını kullanırken, Al Aoula TV 'Coronavirus - vaka- tedbirler- hastane - sağlık personeli-iyileşme- Yoğun bakım' kavramlarına yer vermiştir. 2MTV'deki spiker, özellikle, önlemlere saygı duymayanlar hakkında konuşurken bazen espri ve ironik bir üslup kullandı.

4. Haber Retoriği

a-İnandırıcı bilgiler: En çok kullanılan inandırıcı bilgiler, ya sağlık yetkililerden alınan veriler ya Fas İçişleri Bakanlığı'ndan alınan açıklamalardı.

b-Görgü tanıklarının ifadeleri ise 2MTV bu yönteme başvurmazken, Al Aoula TV sokaklara indi ve Covid-19'a ilişkin röportajlar aldı. Röportaja katılan bazı kişiler kısıtlamalar altında nasıl yaşadıklarını ifade ederken, diğerleri tanıdıklarından Covid-19 geçiren biri varsa tecrübesini anlattı.

Haberin retorik çözümlemesi

- Tanımlama: Virüsün ilk tespit edildiği günlerde, nasıl bir virüs olduğu çok bilinmiyordu. Covid-19'a ilişkin sağlık verilerin kaynağı Dünya Sağlık Örgütüydü. DSÖ'nün verilerini bütün halka basit bir şekilde aktarmak bir meydan okumaydı. Bu kapsamda 2MTV hem Al Aoula TV doktor ve sağlık kaynaklarından yararlanarak virüsü basit bir şekilde tanımlaya çalıştı. 2 kanal yeni çıkan virüs solunum sistemini tehdit eden bir virüs olarak tanımladı. Aynı zamanda uygulanan kurallara avukat ve polislerin açıklamaları yoluyla basit bir tanımlama verdi. Örneğin Ohal, seyahat kısıtlamaları içeren bir durum.

- Örnek Verme: Virüsün ilk patlak vermesiyle Çin ve Avrupa'da daha çok yayıldı. Hatta o zamanda İtalya en çok etkilenen ülke olmuştu. 2MTV hem Al Aoula TV, Fas'taki rekor sayıları aktarırken hala geç olmadığını ve önlemlerin alınması durumunda Çin ve Avrupa'dan örnek vererek oradaki tehlikeli seviye gibi bir durumun Fas'ta olmayacağını ifade etti.

- Kanıt Gösterme: Hem 2MTV hem Al Aoula TV halka yaşanan durumun ciddiyetini aktarmak için, sağlık yetkililerden alınan bilgiler ve Fas kabinesi tarafından alınan resmi kararlardan alıntı alarak onları bir kanıt olarak gösterdi.

- Korku ve Endişe Yaratma: Medya, habercilik konusunda Corona paniğini artırmayla halkı sakinleştirme arasında gidip geliyor. 2MTV ve Al Aoula TV rekor vaka sayısı haberini yaparken

yaşanan durumun ciddiyetini saklamadı. Durumun kötü olabileceğini vurgularken, halkın endişesini arttırarak onların daha fazla dikkatli olmasını istedi.

- Güvenilir Kaynak Kullanma: Haberin inandırıcılığını artırmak için 2MTV Araştırma ve Salgın Kontrolü Merkezi'nin müdürü açıklama yapmaya başladı.

- **Meta-Görüşler Sunma:** 2MTV ve Al Aoula TV haberi desteklemek amacıyla aynı fikirleri vurgulayan röportajlara yer verdi. 2M salgın ve Araştırma merkezinin müdürü yaptığı açıklamadaki yaşanan artışa ilişkin parçaları yayınladı. Aynı zamanda haber stüdyosunda bir avukatla Corona üzerinde bir konuşma gerçekleştirdi. Avukat ülkedeki kısıtlamaları vurgularken, kuralların uyulmaması durumunda daha da büyük bir artış yaşanabileceği konusunda uyardı.

- **Arka Plan Bilgi Verme:** Arka plan bilgi verme, izleyicilerin daha önce yaşanmış olaylardan ve olan gelişmelerden kopuk olmasını engellemektedir. Burada 2MTV ve Al Aoula TV ülkede uygulanan kurallara değindi sonra kuralların uygulanmasının altını çizdikten sonra güncel durumu verdi.

- Haberde Lakap Kullanma: Haberin inandırıcılığını arttırmak amacıyla hem 2MTV hem Al Aoula TV Fas İçişleri Bakanı, Fas Sağlık Bakanı ünvanlarının yerini resmi görevleri tekrarladı. Bu sunulan verilerin güvenilir yetkililerden geldiğini göstermektedir.

- Haberde İsimlerin Kullanımı: Burada isimlerin yoğun bir şekilde kullanıldığı da fark edilmektedir. 2MTV ve Al Aoula TV "Faslı yetkililer, Fas makamları, Fas üst düzey yetkilileri" kullanmaktansa hem ünvanlarını hem isimlerini kullandı. Hatta daha önce medyada çok açıklama yapmayan ve ünlü olmayan yetkililer, daha çok ünlü oldu.

- Kişiselleştirme: 2MTV bu yönteme Al Aoula TV'den daha çok başvurdu. Al Aoula TV klasik olarak diğer siyaset ve ekonomi haberlerini sunduğu gibi bu haberi yayınlarken, 2MTV hem kullanılan dil ile hem spikerin ses tonu ve giydiği kıyafetleriyle kişiselleştirme yaptı. 2 MTV'nin spikeri haberi maskesiyle haber sundu ve bütün haberde çıkan kişiler maskeliydi. Hatta haberi kot pantolon gibi alışkanlığa karşı resmi olmayan kıyafetlerle sundu.

- Paralel Yapılar Kurma: 2MTV haberin girişinde ve sonucunda kullandığı gramer biçimlerini tekrarladı. Cümleler paralel bir yapıya sahip olmuştu ve kulağa şiir söylenmiş gibi geliyordu. Giriş ve sonuç haberin ana kuvvet noktaları olduğu için anlamları derin cümlelerde böyle bir yöntemi kullanmak, izleyicilerin zihninde bilgilerin oturmasını sağlıyor.

- Üçleme Kuralına Uyma: Siyasi alanlarda olduğu gibi siyasetçilerin 3 kelimelik bir slogan atması gibi olmasa da incelenen bu 2 haberde " Evde kalalım, dışarıda Corona var " diye bir kalıp çok tekrarlandı. Siyasetçiler üçlemeleri oy kazanma, popüler olma gibi konularda kullanırken, 2MTV ve AlAoulaTV halkın farkındalığını arttırmak için kullandı.

- Zamirler Kullanma: Al Aoula TV, izleyicilere "siz" diye hitap ederken, 2MTV sanki halkta her kişiye ayrı olarak hitap ediyor gibi " Sen ve Ben" zamirlerini kullandı. Normalde günlük hayatta " Siz ve Biz" daha mesafe koyan zamirler olurken, "Ben ve Sen" yakınlık samimiyetlik akrabalık anlamlarını taşımaktadır. Bu samimiyetlik izleyicilerle iletişim kurarken onların etkilenmesini daha kolay hale getirmektedir.

- Ritim Oluşturma:Yumuşak ve duygusal bir ritim seçmeye çalışmaktadır. Al Aoula normal, önemli ve anlaması zor olabilen verileri ise yavaş söyledi. 2MTV haberin sunma hızı : Haber çok yavaş sunuldu. Spikerin ses tonu, değişiyor.Bazen yüksek bazen normal bazen yavaş bazen hızlı. Al Aoula TV, Spikerin ses tonu : Normal, özel bir değişiklik olmadı.

- Rakamsal Bilgi Kullanma: Kanal, haberlerin içeriğindeki ikna gücünü rakamlarla desteklemektedir. 2MTV ve Al Aoula TV istatistik verilere yer verdi. Hatta ekrana Coronavirus günlük ve toplam vaka ve ölü sayısını açıklayan bir grafik resmi koydu.

Fas hükümeti 9 Haziran 2020 tarihinde Olağanüstü Hal (OHAL) uzattı :
OHAL 10 Haziran'dan itibaren - 10 Temmuz'a kadar uzatıldı
Uzatma kararının ardından yapılan haberlerin analizi :

Yazılı internet haberi :

1. Haber:

Haber linki : وكالة المغرب العربي للأنباء MAP AGENCE MAROCAINE DE PRESSE	http://www.mapexpress.ma/ar/actualite/%D9%85%D8%AC%D9%84%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%83%D9%88%D9%85%D8%A9-%D9%8A%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D9%82-%D8%AA%D9%85%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D9%85%D8%AF%D8%A9-%D8%B3%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D9%86-%D8%AD%D8%A7%D9%84/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%86%D8%B4%D8%B7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%83%D9%88%D9%85%D9%8A%D8%A9/
Haber başlığı:	Hükümet Konseyi, Olağanüstü hal 10 Temmuz 2020 Cuma gününe uzatılmasını onayladı.
Paylaşım/ yayın tarihi:	9 Haziran 2020 Salı
Kullanılan dil:	Resmi Fasih Arapça
Yazma stili:	Kolay ve teknik cümleleri kapsamayan bir dil
Haber kategorisi:	Acil haberler
Metafor ve mecaz:	Kullanılmadı
İkna yönetimi:	Resmi, Corona'ya ilişkin veriler - Resmi kararlar
Haber ile fotoğraf var mı :?	Var
Fotoğrafta ne var:	Fas Hükümeti'nin başbakanının fotoğrafı
Gazetecinin imzası var mı ?	Kullanılmadı
Haberde diğer içerikler:	Yok, klasik haber formu
En çok tekrarlanan kelimeler	Coronavirus ile ilgili : Salgın - salgın durumu yayılmak- vaka Resmi kararlar ile ilgili : Hükümet- onaylama - olağanüstü hal - karar -uzatma - kısıtlamaları hafifletmek - kademeli olarak

Haber ile paylaşılan fotoğraf :



2. Haber:

Haber linki : PJD	https://www.pjd.ma/node/70171
Haber başlığı:	Resmi olarak hükümet olağanüstü hali uzatma ve karantinayı hafifletme kararını onayladı.
Paylaşım/ yayın tarihi:	Salı, 9 Haziran 2020 – 21.08
Kullanılan dil:	Resmi Fasih Arapça
Yazma stili	Kolay ve teknik cümleleri kapsamayan bir dil
Haber kategorisi:	Yurt haberleri
Metafor ve mecaz:	Kullanılmadı
İkna yönetimi:	İncelenen bu internet sitesi iktidardaki partiye ait olduğu için : İkna yönetiminde kabinenin açıkladığı kararları olduğu gibi yazdı
Haber ile fotoğraf var mı ?	Var
Fotoğrafta ne var:	Online olan kabine toplantısı, Başbakanın toplantıya katıldığı fotoğrafı
Gazetecinin imzası var mı?	Kullanılmadı
Haberde diğer içerikler:	Kullanılmadı
En çok tekrarlanan kelimeler	Kabine kararları ile ilgili : Kabine - ihbar kısıtlamalar- uzatma kararı- kararname- kademeli olarak - Hükümet Konseyi - kanun

Haber ile paylaşılan fotoğraf :



Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin uygulaması

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

a. Başlıklar:Başlıklar, potansiyel okuyuculara makalenin temel konusu ve yaklaşımı hakkında bir fikir vermektedir. Başlık okuyucuların okumaya devam edip etmeyeceklerini belirtmektedir. Başlık karmaşık uzun ve anlaşılmıyorsa haber okunmayabilir. MAP: *" Hükümet Konseyi, Olağanüstü halin 10 Temmuz 2020 Cuma gününe uzatılmasını onayladı."* başlıklı bir haber yaparken PJD,**"***Resmi olarak hükümet Olağanüstü hali uzatmayı ve bazı bölgelerde karantinayı hafifletme kararını onayladı"* başlığını kullandı. Başlıklar uzun olsa da ana bilgiyi içerdiği fark ediliyor. MAP ve PJD kısa bir başlık koymaktansa Covid-19 gibi kritik dönemlerde açıklayıcı bir başlık koymayı tercih etti.

b. Haber Girişi : Giriş genellikle okuyucuların yayınlanmış haber veya makalenin ilk tanıtımıdır. Girişi haberin en çok haber değeri olan bilgileri özetlemektedir. MAP ve PJD bu özellikler doğrultusunda girişlerini oluşturdu. MAP, "*Fas Başbakanı Saad Eddine El Othmani başkanlığıyla Fas Hükümet Konseyi, 2.20.406 Sayılı Kararnameyi onaylayarak Covid-19'a karşı verilen mücadele kapsamında OHAL'i uzatmaya karar verdi"* diye bir giriş kullanırken PJD, "*Fas Hükümet Konseyi, olağanüstü halin geçerliliğini uzatan 2.20.406 sayılı kanunu onayladı"* girişi yazıldı. MAP'ın kullandığı giriş daha uzun ve detay kapsadığı fark edilmektedir.

c. Fotoğraf: Medyada yazılı haberler önemli olduğu gibi görseller de büyük önem taşımaktadır. Fotoğraf, tıpkı dilsel metin gibi anlamlı bir mesaj taşır. Bu nedenle, istenen mesajı iletmekte hem yazı hem görsel içerik katkı sağlamaktadır. İncelenen haberler de hükümetin aldığı yeni karalara dair olduğu için hem PJD hem MAP online olan kabine toplantısından alınan bir fotoğraf seçti. Fotoğrafta internetten toplantıya katılan Fas Başbakanı görülmektedir. Fotoğraf, hem karaların üst düzey bir toplantıda alındığı hem de toplantıların Covid-19 kısıtlamaları kapsamında çevrimiçi olarak gerçekleştirildiğini vurgulamaktadır.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1. Ana Olayın Sunumu : MAP, Fas resmi haber ajansı olmasıyla beraber, PJD seçimde kazanan ve hükümeti kuran siyasi partidir. PJD aynı zamanda Fas başbakanın üye olduğu siyasi partidir. Onun için OHAL'in uzatılma kararının sunulması çok resmiydi. Haber alınan kararları resmi bir şekilde

sundu.

2. Sonuçlar: Hem MAP hem PJD tarafından yayınlanan haberlerin giriş gelişme sonuç şekli almadı. İlk cümlelerden itibaren ters piramite göre en önemliden az önem taşıyan detaylara şeklinde yazıldı.

3. Ardalan ve Bağlam Bilgisi : Alında ardalan ve bağlam bilgileri okuyucuya haberin varlığının nedenlerini ve önemini daha çok öne çıkarır. Ancak, MAP ve PJD gibi medya kuruluşları sürekli son dakika ve kısa bildirimler yayınladığı için genel ve kapsamlı bir background vermedi. Sadece yeni olan açıklanan son kararları verdi.

b. Yorum

4. Haber Kaynakları: MAP bir haber ajansı olduğu için kaynaklara daha çok özen gösterdi. Haber ajansları normalde ilk olarak baberleri toplayan müşterilerine dağıtan kurumlardır. Medya haberlerinin %90'ı haber ajanslarından gelirken ajansları kaynak göstermesi içeriğinin inandırıcılığını arttırmaktadır. PJD bir haber sitesi olduğu için MAP bir kaynak olarak gösterdi. Ancak Fas hükümeti ve iktidara yakın olduğu için yetkilileri kaynak göstererek o da hammaddeye (ilk veriler) ulaştığını göstermeye çalıştı. Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar ise verilmedi.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a.Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması: Hem MAP hem PJD aktif cümleleri daha çok kullandı.

b.Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması konusunda, haber ajanslarında zaman çok önemlidir. Bilgileri hızlı ve anlaşılan bir şekilde aktarmak adına basit ve kısa cümleler kurmaktadır. Ajanslar, farklı diğer medya kuruluşlarına haber sattığı için açık cümleler kurarak bir yanlış anlaşılma olmasını engelliyor. Diğer medya kuruluşları ise daha serbest daha geniş cümle seçeneklerine açıktı. Burada MAP haberindeki cümlelerin daha basit olduğu fark edilmektedir.

2. Yerel Bağdaşıklık/bölgesel uyum

c.Nedensel ilişki ve İşlevsel ilişki: Halk için OHAL uzatma kararı kolay bir şekilde kaldırılabilecek bir karar değildi.Uzun sürede Covid-19 kısıtlamaları nedeniyle ayrılmayan halk kısıtlamalardan sıkılmaya başlamıştı. PJD ve MAP "Bu salgının yansımalarını çeşitli düzeylerde azaltmak için olağanüstü önlemler" gibi nedensel ve işlevsel cümleler kurarak ikna edici ve açıklayıcı bir haber yayınlamaya çalıştı.

3. Sözcük Seçimleri: En çok kullanılan sözcükler 2 türe ayrılmaktadır ; Coronavirus ile ilgili sözcükler (salgın - salgın durumu yayılmak- vaka) ve Resmi kararlar ile ilgili sözcükler (Hükümet-onaylama - Olağanüstü hal –karar -Uzatma - kısıtlamaları hafifletmek - kademeli olarak -İhbar kısıtlamalar- uzatma kararı- Kararname- kademeli olarak - Hükümet Konseyi - kanun).

4. Haber Retoriği

d.İnandırıcı bilgiler: Bu kapsamda hem MAP hem PJD, Fas hükümeti ve Fas başbakanı tarafından yapılan açıklamaları okuyucuyu ikna etmek için kullandı. Resmi kaynakların gösterilmesi haberin inandırıcılığını arttırıyor. Kaynak göstermesi medya kuruluşu bilgilerde sorumlu olmadığını gösteriyor. Sorumluluk kaynağa gidiyor. Yani hal PJD bir haber sitesine inanmıyor olsa da resmi kaynaklara inanancaktı.

Haberin retorik çözümlemesi

- Tanımlama: MAP ve PJD alınan uzatma kararını açıklamak için tanımlama kullandı. 2.20.406 Sayılı Kararname Taslağı kullanmakla beraber, kararnamenin ne demek olduğunu hangi kuralları

kapsadığını açıkladı. MAP ve PJD imzalanan kararnamenin içeriğinin OHAL'in uzatılması ve bazı kısıtlaması gibi kuralları kapsadığını basit bir şekilde verdi.
- **Arka Plan Verme** :Özellikle MAP, acil ve son dakika haberleri yayınladığı için hiçbir arka planı ya da bilgisel çerçeve kullanmadı. PJD ise yetkililerden aldığı beyanı olduğu gibi alıntı alarak bir haber oluşturdu.
- **Haberde Lakap ve İsimlerin Kullanımı:** MAP ve PJD Fas basbakanı dışında hiç bir yetkilin yada kişinin ismi veya lakabını kullanmadı.
- **Kibar Gözükme (Euphemism)** ya da hoş olmayan bir terim kullanmaktansa başka rahatsız edici olmayan bir ifadenin kullanılması söz konusuysa da haber şok edici ya da polemik konuları içermediği için böyle bir yönteme başvurulmadı.
- **Güvenilir Kaynak Kullanma:** Haberin inandırıcılığını artırmak için ana kaynak olarak Fas hükümeti ve Fas bakanlar konseyi kaynak olarak gösterildi.
-**Paralel Yapılar Kurma**: MAP ve PJD alınan yeni kararlardan bahsederken paralel yapıları kullandı. Cümlelerdeki paralel yapılar bütün haber metninin eşleşmesini sağladı. MAP ve PJD'nin haberin paralel yapıda düzenlemek istenilen puanları vurgulamasında yardımcı oldu.
- **Kişiselleştirme:** MAP ve PJD bir gözlemci olarak haberi yayınladı. Yani hiçbir şekilde alınan kararlarla ilgili yorum yapmadı. Kullanılan yazma stili ve dil yorlula da kişiselleştirme yapılmadı. MAP ve PJD kararları olduğu gibi verdi.
- **Ritim Oluşturma**: İncelenen 2 haberdeki ritm çok resmi olduğu fark edilmektedir. İçerik hiç bir yumuşaklık olmadan yazıldı tam tersi ciddi ve sert bir ritme sahipti. Kararlar olduğu gibi verildi.
- **Rakamsal Bilgi Kullanma:** Genellikle Covid-19 gelişmeleri dair olan bir haberin sonunda ya da içinde iyileşme, vaka, ölü gibi rakamsal veri bulunmaktadır. Ancak MAP ve PJD bu haberde sayısal verileri vermedi. Tablo gibi yüzde yüz sayısal içerikleri yayınlayarak salgında duruma ilişkin son rakamları vermeye tercih etti.

Fas'ın bölgelerindeki salgın durumuna göre 11 Haziran 2020'den **İtibaren bazı bölgelerde kısıtlamalar hafifletiliyor:** (Bu karar 9 Haziran 2020 tarihinde hükümet tarafından açıklandı)

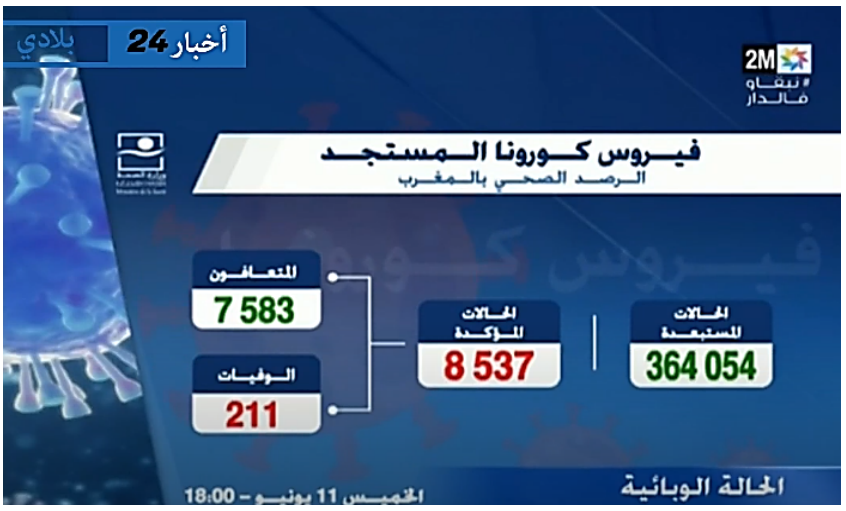
Görüntülü haberler:

1-Kanal : Haberdeki söylemlerin analizi :

Haber linki: 	https://www.youtube.com/watch?v=MQA-AFz9JaU
Haber başlığı:	Olağanüstü halin uzatılmasına ilişkin ayrıntılar
Kullanılan dil:	Resmi Fasih Arapça
Metafor ve mecaz:	Yok
İkna yönetimi:	Resmi açıklama - hükümet kararları

Haberi sunma hızı:	Normal klasik haber hızı
En çok tekrarlanan kelimeler :	Corona ile ilgili: Coronavirus - vaka - karantina - önlemler - salgın Normalleşme ile ilgili: başka bir adım - hafifletmek - kademeli olarak - büyük dikkat - normal hayat







Haberdeki görsellerin analizi :

Spikerin vücut dili:	Çok kullanılmadı klasik
Spikerin ses tonu:	Önemli vurgulaması gereken bilgilere göre değişiyor.
Haber içinde diğer kullanılan içerikler:	Vatandaşlarla röportaj- ülkenin farklı bölgelerden görüntü - kabine sözcüsünün resmi açıklaması
Ekranda yazı ve istatistikler:	-Kullanıldı: Coronavirus günlük ve toplam vaka ve ölü sayısı -Ekran da kanalın logosu altında (EVDE KALALIM) ifadesini yazıldı -Stüdyoda, bazı sahnelerde arka ekranı olarak Coronavirus ifadesi kullanıldı
Spikerin giydiği kıyafetleri:	Klasik normal resmi kıyafet

2- Kanal : Haberdeki söylemlerin analizi :

Haber linki:	https://www.youtube.com/watch?v=m2-JB7EvV2E
Haber başlığı:	Fas kabinesinin olağanüstü hal uzatma ve bazı bölgelerde kısıtlamaları hafifletme kararı
Kullanılan dil:	Resmi Fasih Arapça + günlük hayatta kullanılan şive
Metafor ve mecaz:	Kullanılmadı
İkna yönetimi:	Resmi veriler - araştırmalar

Haberi sunma hızı:	Yavaş - bazen aynı cümleler tekrarlanıyor
En çok tekrarlanan kelimeler:	Corona ile ilgili: halkın sağlığı - Olağanüstü Hal - salgın durumu - Coronavirus - istikrarlı durum - hastalık - vaka - ölü - bolaştırıcı - testler. Kabine kararı ile ilgili: Resmi plan - kademeli olarak - resmi kararlar - tedbirler - uygulamak –zararı azaltmak.







Haberdeki görsellerin analizi:

Spikerin vücut dili:	Sunucu bilgileri aktarırken el işaretlerini kullanıyor
Spikerin ses tonu:	Değişiyor.Bazen yüksek bazen normal bazen yavaş bazen hızlı.
Haber içinde diğer kullanılan içerikler:	Bir uzmanla stüdyodan röportaj , Vatandaşlarla uzaktan görüntülü sorular
Ekranda yazı ve istatistikler:	-Ekran da kanalın logosu altında (EVDE KALALIM) ifadesini yazıldı - Stüdyoda, arka ekranı olarak Coronavirus ifadesi kullanıldı
Spikerin giydiği kıyafetler:	Halkın zihninde maskenin önemi vurgulamak için maske ila haber sunuldu bütün haberde çıkan kişiler maskeliydi Normal, halka yaklaşmak için çok resmi olmayan kıyafetler

Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin uygulaması

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

a.Başlıklar:Başlıklar, kurumun yayınladığı içeriklerin en önemli unsurudur. Başlık basit ve spesifik olması durumunda daha kolay anlaşılmaktadır. Bu kapsamda 2M TV, *"Olağanüstü halin uzatılmasına ilişkin ayrıntılar"şekilde genel ve kısa bir başlık koymaya tercih etti.* 2M TV yeni gelişme olan normalleşme planıyla beraber genel bir içerik sundu. Böylece genel bir başlık koymak zorunda kaldı. Al Aoula ise, "*Fas kabinesinin olağanüstü hal uzatma ve bazı bölgelerde kısıtlamaları hafifletme kararı"* şekilde uzun ve detaylı bir başlık koydu. Al Aoula başlığı kısa olup olmamasına değil açıklayıcı olmasına özen gösterdi.

b.Haber Girişi : 2M TV'nin koyduğu girişte sadece ana bilgi olmasıyla beraber detay bilgiler

kısaltmaya ve diğer detaylar haber metninde açıklandı.*"Fas'ın hükümeti OHAL'i uzatmaya ve kısıtlamaları kademeli olarak hafifletmeye karar verdi"*. Al Aoula TV'deki haber girişi *ise" Fas'ın Corona ile mücadelede kazanımları, vatandaşlıkların sağlığını korumak, Covid-19'un devam eden tehlikesine yüzleşmek amacıyla OHAL'in 1 ay daha uzatılmasına karar verildi"*daha detaylı daha uzun olduğu fark ediliyor.

c.Görüntü: Görüntülü haberler, yazılı haberlere göre daha geniş bir kitleye ulaşma yeteneğine sahip olduğu için yaşları ve eğitim düzeyleri farklı olanları daha çok etkileyebilir. Görüntüde ses ve imaj olurken sadece yazılı olarak değil görsel ve özel efektler kullanıp istenilen mesaj iletilebilir. Bu kapsamda, 2M TV ve Al Aoula TV ekranlarında kanalın logosunun altında 'EVDE KALALIM' ifadesini yazdı. Aynı zamada haberin sunulduğu stüdyoda, arka ekranı olarak Coronavirus ifadesi kullanıldı. Bu görsel yöntemler virüsün tehlikesi kapsamında farkındalığı artırmayı sağlamaktadır. Coronavirus günlük ve toplam vaka ve ölü sayısını göstermek için ekranda yazı ve istatistikler kullanıldı. Görsel istatistikler hem bilginin hatırlanmasını hem anlaşılmasını kolaylaştırır.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1.Ana Olayın Sunumu : Hem 2MTV hem Al Aoula TV'nin yayınladığı haberde sadece resmi olarak açıklanan kararları üzerine yuvarladı. Tüm kararları detaylı anlatırken spesifik olmaya çalıştı. Yayınlanan içerikler özel ait bir açı seçmeden sadece resmi bilgiler içerdi.

2.Ardalan Bilgisi ve Bağlam Bilgisi : Covid-19 gibi yeni gelişmelerin yaşandığı konuda ardalan ve bağlam bilgisi önemli olmaktadır. 2M TV ve Al Aoula TV halkın bir şeyi kaçırmaması için bu yönteme başvurdu.

b. Yorum

3. Haber Kaynakları : Gazeteciler, özellikle bilgiye erişimin sınırlı olduğu siyasi ya da kritik boyutları olan konular gibi sıcak konularda bakan, hükümet gibi resmi kaynakları daha çok tercih ediyor. Onun için 2MTV ve Al Aoula Tv , ikna yönetiminde resmi açıklama, hükümet kararları, resmi veriler kullandı.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması kapsamında incelenen haberler basit aktif cümleler ile sunuldu. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olmasında ise en çok kolay anlaşılan basit cümleler kullanıldı.

2. Sözcük Seçimleri : Sözcük seçiminde çok dikkat çeken bir özellik yoktu. Hem 2MTV hem Al Aoula TV'nin kullandığı kelimeler vurgu yapmak istediği noktalara göre değişti. 2M TV'nin haberinde en çok tekrarlanan kelimeler, Corona ile ilgili kelimeler (Coronavirus- vaka - karantina - önlemler - salgın) ve Normalleşme ile ilgili kelimeler (Başka bir adım- hafifletmek - kademeli olarak - büyük dikkat - normal hayat) oldu. Al Aoula TV ise virüsün hala bir tehlike olduğunu vurgulamak amacıyla (halkın sağlığı - Olağanüstü Hal - salgın durumu- Coronavirus - istikrarlı durum - hastalık - vaka - ölü - bolaştırıcı – testler gibi) Corona ile ilgili kelimeleri kullandı. Aynı zamanda devlete ait bir televizyon olmasından dolayı kabine kararı ile ilgili kelimeler de çok kullandı. Örneğin 'resim plan - resmi kararlar - yetkililer- tedbirler - uygulamak – kurallar' vb.

3. Haber Retoriği

c.İnandırıcı bilgiler: Burada 2MTV ve Al Aoula TV hem bilimsel ve mantıksal argüman, virüsün tehlikesine dair kanıtlar kullandı. Aynı zamanda resmi açıklamalardan alıntılar verdi.

d.Görgü tanıklarının ifadeleri: İnsanlar, yaşanmış görgü tanıklarından etkilenmektedir. İncelenen 2 kanalda röportaj yoluyla halkın Covid-19'u nasıl yaşadığını yada kısıtlamalar altında hayatını nasıl geçirdiğine dair kişisel deneyimler hakkında konuştu.

Haberin retorik çözümlemesi

- Tanımlama: TV izleyicilerin kitlesi çok kültürlü olanlardan sınırlı bilgiye sahip olanlara kadar geniş olmaktadır. Onun için gazeteci, uzmanlar ve politikacıların aldıkları kararları olduğu gibi aktarmak yerine basit bir şekilde tanımlamalıdır. Hem 2M TV hem Al Aoula TV, Fas'ın bölgelerindeki salgın durumuna göre 11 Haziran 2020'den itibaren kısıtlamaların hafifletme kararı, 'kademeli normalleşme, yavaş yavaş normalleşme, yeni aşama' ifadeleriyle tanımladı.

- Kanıt Gösterme: Habercilikte ikna edici bir içeriği oluşturulması amacıyla kanıt göstermek gerekmektedir. Kanıtlar yoluyla izleyici hem kanala hem verilen bilgilere inanmaktadır. 2M TV ve Al Aoula TV tarafından yayınlanan haberlerde halkı ikna etmek için hükümet kararları resmi açıklamalardan alıntı olarak verildi. Aynı zamanda ülkede yapılan sağlık araştırmalarından yararlanarak argümanlar oluşturuldu.

- Korku ve Endişe Yaratma: İyi bir haberin yazılması için kimin için yazıldığı önemli olmaktadır. Al Aoula TV ve 2M TV halkın durumunu düşüncelerini dinleyip haberi oluşturmaya çalıştı. Halk, kısıtlamalardan bıkmışken, Al Aoula TV ve 2M TV normalleşme planının, virüs tehlikesinin hala var olduğunu vurgulayarak yayınladı.

- Güvenilir Kaynak Kullanma: Hükümet kararları ve Faslı yetkililer kaynak olarak gösterildi.

- Haberde İsimlerin,Lakapların Kullanımı: Haberde alıntı yapılan açıklamalarda isim kullanıldı. Lakap konusunda sadece yetkililerin yaptığı görevleri verildi.

- **Meta-Görüşler Sunma:** Al Aoula TV, ve 2M TV Konuyla ilgili en doğru bilgiyi kimin sağlayabileceğine önem verdi. Normalleşme olsa da virüs etkisinin devam edeceğini vurgulamak için sağlık yetkilileri ile röportaj yapıldı. Al Aoula TV mesela bir uzmanla stüdyodan röportaj gerçekleştirdi.

- **Arka Plan Bilgi Verme:** Ülkedeki salgın duruma ilişkin bir arkaplan kullanıldı. Ülkedeki vaka sayıları tatmin edici olmadığı için kısıtlamalar yalnızca bazı bölgelerden kaldırıldı.

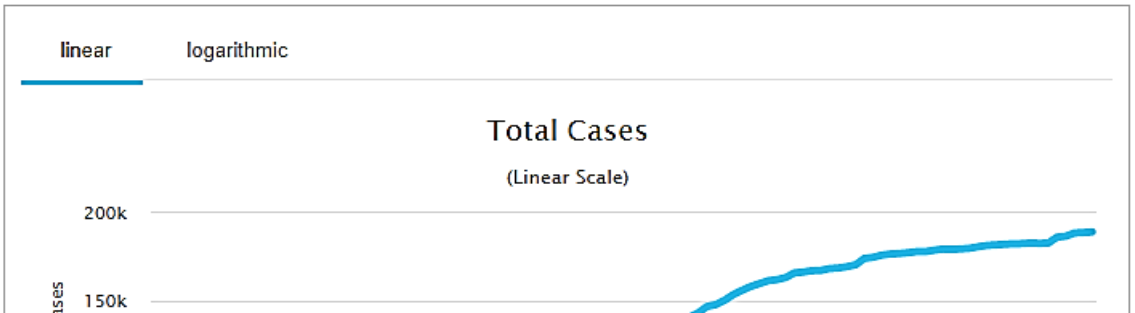
- Zamirleri Kullanma: Al Aoula TV ve 2M TV halka "siz" dili ile hitap etti.

- Kibar Gözükme (Euphemism): Euphemism, halkı şok durumunda yada hoşuna gitmeyecek bir ifadenin yerine daha başka yumuşak bir ifade kullanmak demektir. Al Aoula TV, ve 2M TV Hastanelerdeki kötüleşen durumu göstermek için çok dikkatliydi. Ölü kullanmaktansa hayatını kaybeden, zor durumda olan hastaları kullanmaktansa özel durumdaki hastalar gibi ifadelerini kullandı.

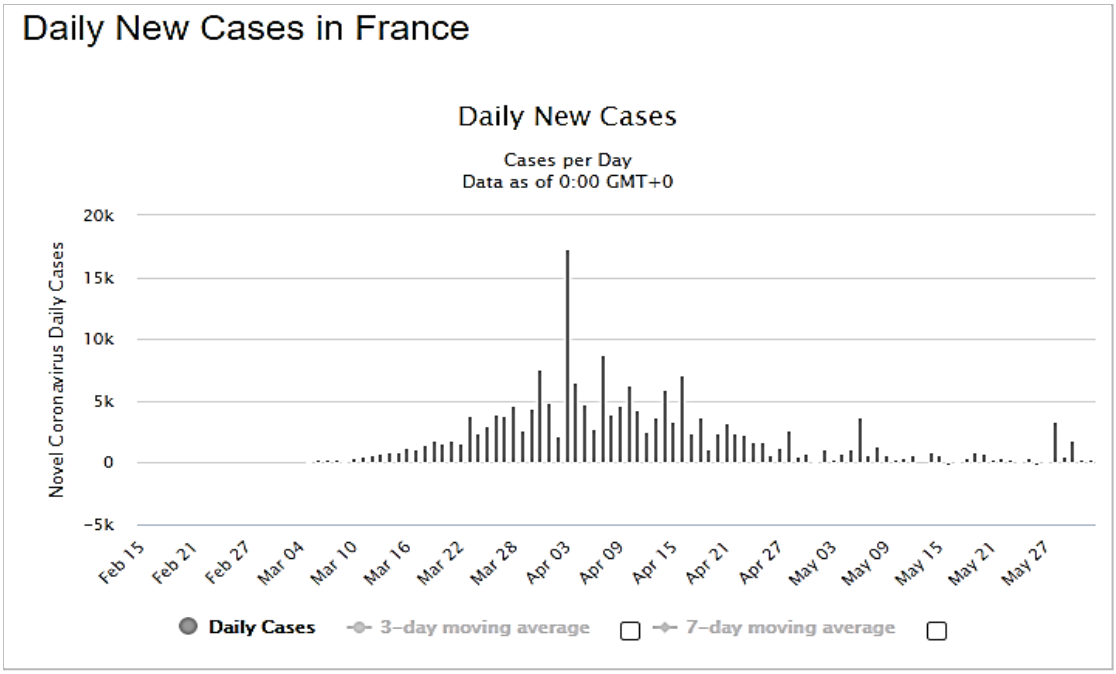
- Ritim Oluşturma: Spikerlerin haberi sunarken hem ritmi hem sesi değişiyor. Vurgulanması istenen noktalarda ritim yavaş yumuşak oluyor. Önemli bir bilgi olunca daha keskin daha ciddi bir ritmi kullanılıyordu.

- Rakamsal Bilgi Kullanma: Halkı ikna etmek amacıyla vaka ve ölü sayıları konusunda haber rakamlarla desteklendi.

4.2. Fransa Medyasında Covid 19 krizine dair yayınlanan haberler:



Salgının başlangıcında Fransa'nın Corona virüs durumu:



Kaynak : https://www.worldometers.info/Coronavirus/country/france/

World Meter : çeşitli konular için sayaçlar ve gerçek zamanlı istatistikler sağlayan bir referans web sitesidir. https://www.worldometers.info

Fransa'da Covid-19 salgınında en çok tekrarlanan haberlerin sınıflandırması :	Vakalar ilişkin haberler : • Fransa'da son 24 saatte Covid-19 virüsten 278 ölüm • Fransa'da son 24 saatte Covid-19 virüsten ölü ve vaka sayısı • Fransa'da Covid-19 ölümleri 20 bini aştı. • Fransa'da Covid-19 nedeniyle ekmek satışı azaldı.
	Tahliye uçuşları • Fransız vatandaşların farklı ülkelerden tahliye uçuşları
	Tedbirlerin artırılmasına ilişkin haberler • Fransa'da sokağa çıkma yasağı güncellemeleri • Paris sokakları bomboş

	Toplumun alışkanlıkları ilişkin haberler ● Fransa'da Covid-19 salgını aile içi şiddeti artırdı. ● Fransa'da tiyatro festivaline Covid-19 iptali ● Evde kalan 18-30 yaş arası gençlerin çoğu gelecek kaygısı taşıyor. ● Fransız bilim adamları: "Halk tedbirlere uymazsa ölü sayısı 200 bin olabilir"
	Covid-19 virüsünün ilacı bulmak için yapılan araştırmalar: ● Nikotin corona virüse çare olabilir tartışması ● Corona hastalığının tespiti için köpekler eğitiliyor. ● Sağlık çalışanları maske bulamıyor.
	Covid-19'un oluşturduğu ekonomik zorluklara ilişkin haberler : ● Fransa kabinesinden Air France'a 7 milyar Euro'luk kredi ● Tedbirlerin gevşetilmesine ilişkin haberler : ● Fransa'da Covid-19 tedbirlerinin gevşetilmesi ● Ne zaman tekrar yurt dışına seyahat edeceğiz? Bilmeniz gereken en son

17 Mart 2020 tarihinde

Fransa'da karantina ilan edildi:

Görüntülü haberler :

1- kanal :Haberdeki söylemlerin analizi :

Haber linki :	https://www.youtube.com/watch?v=jcqv6hDdOXg
Haberin başlığı :	Fransa'da karantina : Paris'in hiç görülmediği boş hali
Paylaşım tarihi :	17 Mart 2020
Seçme nedeni:	çok izlenen bir kanal
Kullanılan dil :	Fransızca
Metafor ve mecaz :	Kullanıldı
Haber sunma hızı :	Cümleler ekran yanlarında yavaş yavaş çıkıyor
En çok tekrarlanan kelimeler	Film değil - karantina - boş sokaklar - sakin - aktiviteler - Coronavirus - felçte





Haberdeki görsellerin analizi :

Spikerin vücut dili :	Haberde sunucu yoktu direkt görüntüler peş peşe verildi.
Spikerin ses tonu :	Ses kullanılmadı.
Haber içinde diğer kullanılan içerikler :	Paris'in farklı yerlerde çekilmiş Paris'in genellikle dolu olan tarihi yerleri Corona krizinde bomboş oldu
Ekranda yazı ve istatistikler :	Yok
Spikerin giydiği kıyafetleri :	Sunucu yok

Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin uygulaması

Covid-19 döneminde Fransızca, Arapça, İngilizce ve İspanyolca dillerinde 7/24 yayın Fransız haber kanalı France 24, bütün dünyaya ve Fransızlara, Fransa'daki salgın durumunu aktardı. France 24 : *"Fransa'da karantina : Terk edilmiş bir Paris'in daha önce hiç görülmemiş görüntüleri"*başlıklı bir haber yaptı.

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

a.Başlık:France 24 kanalı*"Fransa'da karantina : Terk edilmiş bir Paris'in daha önce hiç görülmemiş görüntüleri"* diye bir başlık seçti. Kanal ilgi çeken ve anahtar kelimeyi sağlayan bir başlık koydu. Haberde, kısa ve metafor içeren bir başlık olduğu için seyircinin merakını uyandırmaktadır. Sonuç olarak seyirci, Paris'in terk edilmiş halini merak edip içeriği izlemek için heyecanlanmaktır.

b.Haber Girişi:Giriş, başlıktan sonra seyircinin dikkatini çeken, içeriğin izlemesi için motivasyonunu artıran unsurdur. İncelenen haberin girişi 'Bir filme layık görüntüler, Fransa'da uygulanan karantina nedeniyle Paris'in yolları tamamen boş'. Girişte 2 kısa ve anlamlı cümle kullanıldı. Girişte Paris'in yollarını tasvir etmek için metafor kullanıldı.

c.Görüntü: Aslında görüntüler, bir metinden daha detaylı anlatabilir. Bir yaşam dilimi olarak sayılan görüntü kelimelerden daha güçlü olabilir. İncelenen haberde Paris'in bomboş sokakları görüntülendi. Kanala görüntülerin duyguların kaydetme gücünü kullanarak sadece bilgilendirme değil, izleyicinin Paris sokaklarını dolaşırken edineceği deneyimi de göstermeye çalıştı.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1.Ana olayın Sunumu : France 24, Fransa'da karantina ilan edildiği haberni resmi bir açıklama şeklinde vermektense, ülkedeki yaşam durumunu aktararak vermeye seçti. Konu Fransa'da karantinanın ilan edilmesi olurken France 24 kararın ardından normalde kalabalık olan Paris'in boş sokakları hakkında konuştu.

2.Sonuçlar : İncelenen haberin sonucunda Covid-19 önlemlerinin uygulanması vurgulandı. Sonuç izleyicilerde bir karar tetikleme amaçlandı. Sonuç, izleyicilere olaya ilişkin net bir görünüm sağlarken onda son olarak olumlu bir izlenim bırakmaya çalıştı.

3.Ardalan Bilgisi ve Bağlam Bilgisi : Her olay meydana gelmeden önce etkilendiği başka olaylar ve koşullar vardır. Olaylarda zaman aktörü var olmaktadır. Fransa 24 Paris'in bomboş halini anlatırken karantinanın ilan edilmesi ve dünyada Covid-19 patlaması gibi ardalan ve bağlam bilgileri kullandı.

b. Yorum

4. Haber Kaynakları: Haber kaynakları sadece gazetecinin bilgi ulaşmakta becerikli olduğunu değil, kurumun profesyonelliğini göstermektedir. Haberin sonunda AFP Fransa haber ajansı kaynak olarak gösterildi.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması : France 24 aktif en çok cümleleri kullandı. Kanal edilgen kullanmayı da tercih etti. Aktif cümlelerin kullanımı metnin basitleştirilmesini sağladı.

b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması : Kanal, duygularla ifade etmeye olanak sağlayan basit cümleleri kullandı. Aynı zamanda yapılan haber dijital platformlara yönelik olduğu için kısa ve basit cümle yapıları kullandı.

2. Yerel Bağdaşıklık

a. Nedensel ve İşlevsel ilişki : Haberin akışını sağlamak için cümleler mantıklı nedensel ve işlevsel ilişkilerle bağlandı. Gazeteci 'çünkü, bu yüzden' gibi ifadeleri kullanarak Paris'in durumu neden o hale geldiğini gösterdi.

3. Sözcük Seçimleri

Sözcük seçimi sadece bilgilerin aktarımı değil, kanalın niyeti ve ulaşmak istediği etkiyi de göstermektedir. İncelenen haberde 'Film değil - karantina - boş sokaklar - sakin - aktiviteler - Coronavirus – felçte' gibi sözcükler kullanıldı. Kanal kullandığı sözcüklerle Paris'in durumu ne kadar çok değiştiğini vurgulamak istedi.

Haberlerin retorik çözümlemesi

Covid-19 döneminde özellikle Fransız medyası bütün dil yeteneklerini ethos,logos ve pathos boyutlarını kullanarak halkın farkındalığını artırmaya çalıştı.

- Metafor Kullanımı: İncelenen haberde gazeteci hem başlıkta hem girişte metafor kullandı Başlık, "Fransa'da karantina/ kapatılma: Terk edilmiş bir Paris'in daha önce hiç görülmemiş görüntüleri"şeklinde geldi. Gazeteci Paris'in sokaklarını terk edilmiş birine benzetti. Paris sokakları boş olduğunu söylemektense, Paris sokaklarının terk edildiğini söyledi. Terk edilme ifadesi cümleye ayrı bir duygu kattı. Haberin girişinde ise "Bir filme layık görüntüler" cümlesi kullanıdı. Kanal metaforu kullanarak Paris'in bomboş sokaklar görünüşünü bir film sahnesine benzetti.

- **Tanımlama:** Haber karantinanın ilan edilmesi hakkında olduğu için, kanal karantina terimini tanımladı. Özel bir durum olarak sayılan karantinada sadece halkın evde kalması isteniliyor ve yalnızca bazı çalışanlara çıkma izni veriliyor, şeklinde tanımladı.
- **Örnek Verme:** Örnekler her zaman ikna etmek için ayrı bir güce sahiptir. İncelenen haberde Paris'in sokaklarının gerçekten bomboş olduğunu göstermek amacıyla farklı sokakların isimleri ve görüntüleri örnek olarak verildi. Bütün Paris'in sadece ana caddeleri değil normal hayatta kalabalık olan yerlerden de örnekler verildi.
- **Korku ve Endişe Yaratma:** İncelenen haberde mantik ve bilimsel argümanlarla ikna etmeye çalışırken, korku ve endişe gibi duygulara da hitap edildi. Gazeteci normal günlerde kalabalık olan Paris'in boş halini göstererek durumun ciddiyetini anlattı. Paris'in geldiği durumu vurgulayarak salgın durumunun daha kötü olabileceğinin de altını çizdi.
- **Sürü Mantığı Yaratma:** Covid-19 bütün toplumu tehdit eden bir salgındır. Gazeteci karantinanın ilan edildiğini açıklarken, Paris'te olduğu gibi hayatın felç olduğunu gösterdi. Başka kentlerde yaşayan Fransızlara Paris'tekilerin durumu gösterilerek onların da karantina kurallarına uymasına çağrı yapıldı. Gazeteci, Parislilerin davranışları yoluyla bütün halkta bir sürü mantığı yaratmaya çalıştı. Asıl mesaj "Parisliler gibi yapın"dı.
- **Güvenilir Kaynak Kullanma:** Kaynaklar, bir haberin güvenilirliği ve gazetecilik çalışmalarının kalitesiyle doğrudan ilişkilidir. Güvenilir kaynakların kullanması halkın ikna olmasını sağlamaktadır. İncelenen haberde AFP Fransız Haber Ajansı AFP kaynak olarak kullanıldı. AFP ülkenin resmi haber ajansıdır ve herkes tarafından bilinen bir kurumdur.
- **Haberde İsimlerin Kullanımı:** Cadde ve sokakların isimleri tekrarlandı.
- **Paralel Yapılar Kurma**: Paralellik, bir ifade içindeki simetrik öğelerin tekrarlanmasından oluşan bir tekrarlama ve yapı işlemidir. Pararlel yapı özellikle Paris'in sokaklarından bahsedildiğinde kullanıdı. Sokaklar sırayla aynı yapıları kullanarak yazıldı.
- **Ritim Oluşturma**: Haberde yumuşak bir ritim kullanıldı. Gazeteci Paris'in boş sokaklarının bir filme benzediğinin altını çizerek, yumuşak bir ritim kullanarak halkın duyurularına hitap etmeye çalıştı.

2- kanal :Haberdeki söylemlerin analizi:

Haber linki : 	https://www.youtube.com/watch?v=Gse5vkdvBxw
Kanalın önemi:	TV5MONDE, 1984 yılında yayına başlayan Fransa merkezli televizyon kanalı. Kanal uluslararası yayın yapmaktadır.
Haberin başlığı :	Fransa'da karantina: Paris bölgesinde bir süpermarket açılışında kalabalık
Paylaşım tarihi :	17 Mart 2020
Seçme nedeni:	çok izlenen bir kanal
Kullanılan dil :	Fransızca

Metafor ve mecaz :	Yok
Haberin sunma hızı :	Cümleler ekran yanlarında yavaş yavaş çıkıyor
En çok tekrarlanan kelimeler :	Corona - karantina - toplanmalar - marketler - salgın-kalabalık

Haberdeki görsellerin analizi :

Spikerin vücut dili :	Sunucu yoktu direkt görüntüler peş peşe verildi
Spikerin ses tonu :	Ses kullanılmadı
kullanılan görsel içerikler :	Paris'in bir marketinde farklı açılardan çekilen video
Ekranda yazı ve istatistikler :	Yok
 	
Spikerin giydiği kıyafetleri :	Sunucu yok

3- kanal :Haberdeki söylemlerin analizi:

Seçilen kanal : TF1	https://fr-fr.facebook.com/TF1leJT/videos/la-france-face-au-Coronavirus-la-vie-en-confinement/205014887426023/
Kanalın önemi:	TF1, 1935'te kurulan Fransa'nın ilk televizyon ve ilk özel kanalıdır. TF1 Avrupa en önemli özel medya holding şirketine bağlıdır.
Haberin başlığı :	Karantinada hayat nasıl geçiyor.
Paylaşım tarihi :	17 Mart 2020
seçme nedeni:	çok izlenen bir kanal
Kullanılan dil :	Fransızca

Metafor ve mecaz :	Covid-19'dan önceki hayat ve Corona krizindeki hayat arasında bir mukayese yaparken kullanıldı. örnek : Normalde sesli sokaklar sessiz oldu. Pencerelerden sağlık çalışanları halkın bu sessizliğini kırdı
İkna yönetimi :	Direkt cümlelerle evlerde kalmanın önemine vurgu yapıldı
Haberin sunma hızı :	Normal
En çok tekrarlanan kelimeler :	Karantina- Fransızlar- müzik - boş sokaklar - sağlık çalışanlara teşekkür - kriz - çıkmak- zor durum







Haberdeki görsellerin analizi :

Spikerin:	Spikerin varlığı hissedilmez, bir cümle ile giriş yapıp sokakların görüntüsü verildi Ancak haberde altta bir ses vardı fotoğraflara yorum yaptı.
Spikerin ses tonu :	Değişiyor. Bazen yüksek bazen normal bazen yavaş bazen hızlı
Haber içinde diğer kullanılan içerikler :	Vatandaşlarla röportaj Fransa'nın farklı yerlerinden yapılan röportaj
Ekranda yazı ve istatistikler :	Yok
Spikerin giydiği kıyafetleri :	Normal / resmi

Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin uygulaması

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

a.Başlık :Başlığın rolü okuyucuyu içeriğe bakmak için onu motive etmektir. Hem TV5 Monde Hem TF1 izleyicinin dikkatini çekmek için kısa ve açık bir başlık kullandı. TV 5 Monde: *"Fransa'da karantina: Paris bölgesinde bir süpermarket açılışında kalabalık"* diye bir başlık koydu. Başlık 2 kısımdan oluşturulmaktadır. Birincisi *"Fransa'da karantina"* bunu haberin yeri vurgulamaktadır.İkinci kısmı ise, "*Paris bölgesinde bir süpermarket açılışında kalabalık"* şeklinde kısa ve ana bilgiyi içermektedir. TF1 kanalı ıse *"Karantinada hayat nasıl geçiyor ?"* diye genel bir başlık koymayı seçti.

b.Haber Girişi: Haber girişi, makale hakkında fikir veren ve haberin temel bilgilerini kapsayan kısmıdır. İncelenen haberlerin ikisinde giriş güçlü ve anahtar kelimelerle ana olayı sunmaktadır. Ancak 2. girişlerin detay içerdiği ve uzun olduğu fark edilmektedir. TV 5 Monde, "Fransa'daki kapanma, Paris bölgesinde bir süpermarket açılışında kalabalık yaşandı" diye bir giriş kullandı. Giriş

kısa ve açıklayıcı geldi. Ana bilgiyi de verdi.

TF1 kanalı ise " Paris bomboş, Eyfel kulesinde fotoğraf çekilen yok, en büyük mağazaların önündeki yollar bomboş ancak 20.00 Paris uyanıyor. Halk balkonlardan alkışıyor" şeklinde bir giriş kullandı.

c.Görüntü: Pek çok atasözlerinin vurguladığı gibi fotoğraf bin kelime değerindedir. Beyin özellikle görsel verileri hatırladığı için görüntü ile etkilemek önemlidir. İncelenen 2 kanalın görüntülerinde, iyi çekim açılarının seçilmesi fark edilmektedir. TV 5 Monde, karantinanın ilan edilmesi ardından yaşanan halk paniği geniş ve uzaktan yapılan çekimlerle aktarıldı. TF1 ise halkın balkonlara çıkmalarını göstermek için yakın çekimler de kullandı. TF1 sadece bir yerde değil pek çok mahalleden görüntü çekti. Çeşitli görüntülerin kullanıldığı da fark edilmektedir.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1.Ana Olayın Sunumu: Ana olay ülkede karantinanın ilan edilişi olurken, incelenen 2 kanal, karantinada Fransızların yaşamını nasıl etkilendiğine odaklandı. Hem TV 5 Monde hem TF1 sadece karantinanın ilan edilişi değil, insanların karantina kararına yönelik tepkisini ölçmek istedi.

2.Ardalan ve Bağlam Bilgisi: İzleyicinin haberi iyi anlayabilmek için bağlam ve ardalan bilgiler verildi. Sokakların ve yaşamın geldiği durum yaşanan bir takım olaylardan kaynaklı olduğu vurgulandı. Covid-19'un ortaya çıkışından ve gelişiminden kısa bir şekilde bahsetti. TV 5 Monde ve TF1, Fransa gibi bütün ülkelerin ölümcül bir virüs nedeniyle zor kararlar almak zorunda kaldığı bilgisini verdi.

b. Yorum

3. Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar :

Karantina kararı bütün Fransızları ilgilendirdiği için TF1 kanalı yaptığı haberinde vatandaşlarla röportaj yapmaya karar verdi. Haberde halk özgürce alınan kararlar hakkında fikrini ve yorumlarını söyledi. Halk ülkenin geldikleri durumdan ve kapanmalardan memnun olmasa da salgından korunmadaki gerekliliğini vurguladı. Kanal sadece bir yerde değil Fransa'nın farklı kent ve sokalarında da röportajlar gerçekleştirdi.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması: Hem TV5 Monde hem TF1 en çok aktif cümleler kullandı. Aktif cümlelerin kullanması haber metninin kolay anlaşılıyor olmasını sağladı. Aktif cümlelerde eylemin ve fiilin kimin yaptığı kolay anlaşılmaktadır.

b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması: TV5 Monde, basit cümleleri kullanırken, TF1 durumu tasvir eden karmaşık cümleler kullandı.

2. Yerel Bağdaşıklık

c. Nedensel ve İşlevsel ilişki: TV 5 Monde ve TF1 yayınladığı bilgileri birbirine bağlamak için, 'bu sebeple- dolayı- çünkü' gibi bağlaçlar kullandı. Örneğin, 'Sağlık çalışanlarına teşekkür etmek için balkonlara çıktı- Covid-19 nedeniyle karantina uygulandı- Karantina yüzünden yollar boş kaldı'

3. Sözcük Seçimleri

Kelimelerin algısı bölgeye, kişiye ve kültüre göre değişmektedir. TV 5 Monde ve TF1, Covid-19 gibi kritik bir dönemde haberin kolay ve net olması için kelime seçimine büyük özen gösterdi. TV 5 Monde, 'akın etti - karantina - toplanmalar- salgın- kalabalık' gibi kelimeleri tekrarlayarak, durumu tasvir etti. TF1 ise 'karantina- Fransızlar- müzik - boş sokaklar - sağlık çalışanlar- teşekkür - kriz -

çıkmak- zor durum' gibi kelimeler kullandı.

Haberlerin retorik çözümlemesi

- Metafor Kullanımı: Metafor, benzerlikler üzerinden oynanarak, bir sözcüğe ait bir anlam bir başkasına atfedilmesidir. Metafor aktarılan fikre ayrı bir güç kazandırmaktadır. İncelenen haberlerde metaforlar özellikler TF1 tarafından kullanıldı. TF1'nin haberinde " Halkın alkışları sessizliği kırıldı - Paris uyandı - Bir çöl gibi boş" gibi metaforlar kullanıldı.
TF1 Covid-19'dan önceki hayat ve Corona krizindeki hayat arasında bir mukayese yapmak için ve durumu anlamlı bir şekilde tasvir etmek için metaforu kullandı.

- Örnek Verme: TV5 Monde Paris'te bulunan bir market örneğini verip kalabalığın oluşumundan uyardı. TF1 ise izleyicilere karantina nedeniyle yaşanan durumu aktarırken, farklı kent ve sokakları örnek olarak gösterdi.

- Korku ve Endişe Yaratma: Korku ve endişe insanların hayatta kalabilmesi için onların hareket etmesini sağlayan duygulardır. Covid-19 gibi ölümcül salgılardan halkın uyanık olması için onun korku duygusu uyandırarak tehlikeden kaçması sağlanabilir. İncelenen 2 haberde virüsün yaşamı nasıl etkilediğini göstererek halkın dikkatli olması rica edilmektedir.

- Sürü Mantığı Yaratma: Sürü mantığını kullanma özellikle karar vermekte zorlanan kişileri etkilemek için yararlı olmaktadır. Çünkü kararsız bireyler toplumdan dışlanma korkusu çektikleri için en güçlü tarafa daha yakın durmayı kendi çıkarlarının bir gereği olarak görürler. TV5Monde oluşan kalabalıkları eleştirerek izleyiciyi benzer davranışlardan uzak kalmasına yönlendirdi.

- Zamirler Kullanma: TV 5 Monde Covid-19 nedeniyle uygulanan karantina haberini yayınlarken "onlar" zamirini kullandı. TV5 Monde, Paris bölgesinde karantina olmasına rağmen kalabalıkların yaşandığının altını çizdi. Kanala yaşanan kalabalıkları eleştirmek için " onlar" zamiri kullandı. "Onlar" zamirin kullanmasıyla marketlere akın eden izdihama neden olan grup dışlanmış gibi oldu.

- Arka Plan Bilgi Verme: İzleyicinin güncel haberleri anlayabilmesi için daha önce aynı bağlamda olan olaylara da değinmek gerekmektedir. Bir arka plan bilgisinin verilmesiyle alıcı hem haberi daha derin bir şekilde anlayabilir hem de kendi görüşünü oluşturabilir. İncelenen haberlerde Covid-19 hakkında ve hükümetin aldığı kararın koşulları bir arka plan bilgisi olarak verildi.

- Haberde İsimlerin Kullanımı: İncelenen 2 habere inandırıcılık ve güç kazandırmak için örnek olarak verilen kentlerin ve sokakların tam isimleri kullanıldı.

- Paralel Yapılar Kurma: TF1 tarafından yayınlanan haberin girişinde ve sonunda kullanılan cümleler, paralel bir yapıya sahipti. Cümle öğeleri aynı şekilde dizildi. Kullanılan paralel yapılar, ses armonileri oluşturdu. Dolayısıyla cümleler daha dikkat çekici oldu.

- Ritim Oluşturma: Halkı etkilemek ve paniğini azaltmak için haberde yumuşak ve duygusal bir ritim seçildi.

Yazılı haberler :

1- Haber :

Gazete : 	

Haber linki :	https://www.la-croix.com/France/Securite/Confinement-difficultes-controle-forces-lordre-2020-03-17-1201084612
Haber başlığı :	Karantina : Polis kontrolünün zorlukları
Paylaşım/ yayın tarihi :	17 Mart 2020
Kullanılan dil :	Fransızca
Yazma stili	Fiili cümleler / tasvir ile dolu paragraflar
Haber kategorisi :	ASA/ Güvenlık ilişkin haberler
Metafor ve mecaz :	Yok
İkna yönetimi :	Mantık ve devletin aldığı kararlar
Haber ile fotoğraf var mı :	Kullanıldı
Gazetecinin imzası var mı :	Evet
En çok tekrarlanan kelimeler:	Sağlık ile ilgili kelimeler : Corona virüs - karantina - sağlık çalışanlar - polis ve kontrol ile ilgili kelimeler : kontrol - jandarma - kurallar - polis

Haber ile gelen fotoğraf:



2-Haber :

Gazete : Le Monde	Type Daily newspaper Format Berliner[1] Owner(s) Groupe Le Monde Publisher Louis Dreyfus Editor Jérôme Fenoglio Staff writers 165 Founded 1944; 76 years ago Political alignment Social liberalism Social democracy Language French
Haber linki :	https://www.lemonde.fr/politique/article/2020/03/17/nous-sommes-en-guerre-face-au-Coronavirus-emmanuel-macron-sonne-la-mobilisation-generale_6033338_823448.html
Haber başlığı :	Savaştayız": Corona virüs ile karşı karşıya olan Emmanuel Macron, "genel seferberlik" zili çalıyor
Gazetenin yönetimi :	Serbest bir siyasi partiye ait olmayan bir gazete
Paylaşım/ yayın tarihi :	17 Mart 2020
Kullanılan dil :	Fransızca
Yazma stili	Basit açık - Fiili cümleler
Haber kategorisi :	Siyasi haberler / Coronavirus haberleri
Metafor ve mecaz :	Yok
İkna yönetimi :	Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un yaptığı açıklamalardan alıntılar.
Haber ile fotoğraf var mı ?:	Kullanıldı
Gazetecinin imzası var mı ?:	Yok : İmza olmayınca haber onu yazan kişiyi temsil etmiyor tüm gazeteyi temsil ediyor.
En çok tekrarlanan kelimeler	*Sağlık ile ilgili kelimeler :* Coronavirus - sağlık otoriterler - doktorlar *Salgın mücadelesi ile ilgili kelimeler :* Savaş - ciddi bir durum- zor- cephaneliği- tedbirler- endişe

Haber ile gelen fotoğraf:



Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Uygulaması

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

a. Başlık:Başlık okuyucunun okumak istemesini sağlayan unsurdur. Başlık okuyucunun ilgisini, merakını uyandırmayı başardıysa, bütün makaleyi okur. İncelenen haberlerde La Croix gazetesi ve Le Monde gazetesi ilgi çeken bir başlık koydu. La Croix Gazetesi, *"Karantina : Polis kontrolünün zorlukları"* diye bir başlık kullandı. Başlık kısa ve kapsamlı geldi. Başlık detay vermeden sadece"*Polis kontrolünün zorlukları"* ifadesini kapsadığı için okuyucunun zorluklar hakkında daha fazla bilgi edinmek istemesini teşvik etmektedir. Le Monde gazetesi ise "Savaştayız: Corona virüs ile karşı karşıya olan Emmanuel Macron, genel seferberlik zili çalıyor" diye bir başlık kullandı. Başlığın uzun olduğu fark edilmektedir. Başlıkta, ' Savaş, seferberlik zili' gibi güçlü ve etkileyici kelimeler kullanıldı.

b. Haber Girişi: Haber girişi, haberin ilk önemli kısmıdır. La Croix gazetesi, *"Fransa İçişleri Bakanı Christophe Castaner, alınan talimatları uygulamak için 100 bin polis ve jandarmanın harekete geçeceğini duyurdu. Kontroller Fransa'nın her yerinde yapılıyor, başlangıçta diyalog ayrıcalıklı".* Giriş uzun olmasıyla beraber haber en önemli bilgileri içermekte. Le Monde gazetesi ise *" Savaştayız. Emmanuel Macron altı kez aynı ifadeyi kullandı. "Görünmez, yakalanması zor bir düşmana (...)" karşı genel seferberliğin arttırılmasını amaçlayan bir konuşma tonu".*diye bir giriş kullandı. Giriş Macron'un açıklamasından bir alıntı halinde geldi. Kullanılan haber girişleri, ana bilgileri verdi aynı zamanda güçlü ifadeleri içerdiği için dikkat çekiciydi.

c. Fotoğraf: Fotoğraf haberi destekleyen dengesine katkıda bulunan bir unsurdur. Fotoğraf, bir bilgiye daha fazla güç vermek amacıyla okuyucunun bakışlarını yakalamayı, dikkatini çekmeyi amaçlamaktadır. La Croix gazetesinde, Paris sokaklarından geçen halk ve kontrol eden polis memurunu gösteren bir fotoğraf kullandı. Fotoğraf, 100 bin polisin yaptığı denetim bilgisini vurgulamaktadır. Le Monde gazetesinde Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron fotoğrafı kullanıldı. Fotoğraf Macron'un yaptığı televizyon konuşmasından alındı. Fotoğraf Macron konuşurken çekildi. Macron'un yüz ifadelerini gösteren fotoğraf durumun ciddiyetini ve yetkililerin şaşkınlığını vurgulamaktadır.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1. Ana Olayın Sunumu : Hem La Croix hem Le Monde gazetesi, olayı eksiksiz olarak sunmaya çalıştı. Fransa'da karantina ilan edildiği haberini vermelerinin ardından biri yapılan denetimlere odaklandı. Diğeri Fransa Cumhurbaşkanı Macron'un açıklamasına odaklandı. Ana olay Fransa'da karantinanın uygulanması olurken La Croix gazetesi, yapılan denetimleri öne sürerek konuyu ele aldı. Le Monde gazetesi ise karantina haberini Macron'un dili ile yayınlamaya karar verdi. Haber, Macron'un karantina hakkında en etkileyici sözlerini içerdi.

2. Ardalan ve Bağlam Bilgisi : La Croix ve Le Monde gazetesi karantina haberini yaparken halkı önceki gelişmelerden haberdar etmesini istedi. İncelenen haber, bütün dünyanın virüsten etkilendiğini ve bütün ülkelerin zor kararlar almak zorunda kaldığını vurguladı. Aynı zamanda önceki dönemde karantinayı uygulayan bazı ülkelerin isimleri de verildi. Böylece daha önce yaşanan Covid-19 gelişmelerini vermiş oldu.

b. Yorum

3. Haber Kaynakları: Bir bilginin gerçek olup olmadığını araştırmak için güvenilir kaynaklara dayanmak önemlidir. La Croix gazetesi Polis yetkililerinin açıklamalarını kaynak olarak gösterdi. Le Monde Gazetesi ise Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un televizyonda yaptığı açıklamasına dayandırdı.

4. Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar: La Croix gazetesi ülkede yoğun kontrollerin sürdüğünü açıklarken polis yetkililerin yorumlarına yer verdi. La Croix gazetenin haberinde, Fransa'nın Unsa eyaletinin polis yetkilisi Thierry Clair, ve Fransa polis sendikasının üyesi Frederic Lagache'nin yorumları bulunmaktadır. 2 Fransız yetkili, ülkedeki kontrollerin uygulanabilirliği ve vatandaşların kurallara saygı duyup duymadığı hakkında yorum yaptı.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması: İncelenen bu 2 haberin cümleleri aktif şeklinde yazıldı. Aktif cümlelerin anlaşılması genellikle daha kolaydır. Hem la Croix hem le Monde haberi özneyi başa koyarak aktif şekilde verdi.

b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması: Çoğu cümlelerin yapıları basit olmasına rağmen, özellikle yorum ve açıklamalarda karmaşık cümleler bulunmaktadır. Hem La Croix hem Le Monde açıklamaları nasıl söylendiyse o şekilde verdi. Bazı açıklamalar uzun ve karmaşık cümleleri içerdi.

2. Yerel Bağdaşıklık

a. Nedensel ve İşlevsel İlişki: Karantina haberini yeni alan şok altında kalan halkı ikna etmek için nedensel ve işlevsel ilişkileri içeren cümleler kullanıldı. Örneğin, 'Fransızların geliş gidişlerini kontrol etmek için polise ve jandarmaya talimat verildi - şikayetlerle ilgilenmek için - kısıtlamalarla ikna etmek *amacıyla*'. Nedensel ve işlevsel ilişkileri kullanarak halkın merak ettiklerine cevap verildi.

3. Sözcük Seçimleri

Le Monde gazetesi tarafından kullanılan sözcükler 2 türe ayrılmaktadır. *Sağlık ile ilgili kelimeler :*(Coronavirus - sağlık otoriterler - doktorlar ..) ve *salgın mücadelesi ile ilgili kelimeler (* Savaş - ciddi bir durum- zor- cephaneliği- tedbirler- endişe). Sağlık ile ilgili kelimeler virüsün tehlikesini

vurgularken, savaş ile ilgili sözcükler halkın uyanık olması gerektiğinin altını çizdi. La Croix gazetesi tarafından kullanılan kelimeler ise ‘corona virüs - karantina - sağlık çalışanlar…’ gibi sağlık ile ilgili kelimelerin yanı sıra Polis ve kontrol ile ilgili kelimeler de kullanıldı. Örneğin ‘kontrol - jandarma - kurallar - polis’ vb.

4. Haber Retoriği

b. Görgü tanıklarının ifadeleri: Fransa’nın farklı bölgelerinde karantina ilan edilirken La Croix gazetesi kontrollerin yapılmasına tanık olan polis yetkililerinin açıklamalarına yer verdi. La Croix, olay içinde olan polis yetkililerin açıklamalarını kullanarak karantina koşullarını aktardı.

Haberlerin retorik çözümlemesi

-Tanımlama: Bir haberde anahtar sözcüklerin ve kavramların tanımlanması büyük bir önem taşımaktadır. Hem Le Croix hem de Le Monde gazetesi Covid-19 virüsünü ölümcül olarak tanımlarken, virüse karşı verilen mücadele bir savaş olarak tanımlandı.

- Örnek Verme: Örnekler, konuyu daha somut, daha anlaşılır ve dolayısıyla daha etkili kılan bir araçtır. İncelenen Le Monde haberinde Fransa’dan önce karantina kararı alan İtalya ve İspanya örnek olarak verildi. Örneklerinin bulunması Fransa’daki karantina kararının diğer ülkeler tarafından daha önce alındığını göstermektedir.

- Metafor Kullanımı: Metafor, zihin ve hayal gücünü çalıştıran bir üsluptur. Le Monde gazetesi tarafından yayınlanan haberde “Covid-19 görünmez bir düşman" “ Savaştayız”... gibi metaforlar kullandı. Kullanılan metaforlar durumun ciddiyetini anlattı. Le monde Covid-19’u canlı bir düşmana benzetirken, pandemiyi savaşa benzetti. Kullanılan metaforlar, kolayca ve bilinçsizce ezberlenebilir çünkü akılda hazır olan imajları çağrıştırmaktadır.

- Kanıt Gösterme: Kanıt ve argümanlar, bilgi ve fikirleri haklı çıkarmak ve okuyucuyu ikna etmek için verilen temel nedenlerdir. La Croix ve Le Monde gazetesi ilan edilen karantina haberinde neden böyle bir karar alındığına ilişkin kanıtlar gösterdi.La Croix’nın haberinde “karantina virüsü kontrol altına almak için geldi. İnsanların geleceği için alındı. Fransa başka bir zamanda böyle bir karar almazdı” gibi kanıtlar gösterdi.

- Güvenilir Kaynak Kullanma: Haberin inandırıcılığını arttırmak için başta kendi muhabirleri olmak üzere La Croix ve Le Monde gazetesi polis yetkililerin açıklamaları ve Fransa Cumhurbaşkanı Macron’un konuşmasını bir kaynak olarak kullandı.

- Korku ve Endişe Yaratma : Korku ve endişe gibi duyguların etkisi büyük olduğu için iletişimde güçlü araçlar olabilir. Korku ve endişe yaratma, özellikle Covid-19 döneminde medya yoluyla yapılan iletişim, pandeminin yönetiminde ayrıcalıklı bir araç olmuştur. La Croix ve Le Monde gazetesi Covid-19 etkisi ve polis denetimlerini yoğun bir şekilde vererek önemlerin uygulamasını sağladı.

- Sürü Mantığı Yaratma: Sürü mantığının yaratılması toplumdaki kalabalığın benzer görüş ve davranışa sahip olmasına yönlendirmektedir. İncelenen 2 haberde Covid-19 ulusal bir tehdit gibi gösterildi. Örneğin Le Monde tarafından yayınlanan Fransa Cumhurbaşkanı’nın haberi bir sesleniş gibi verildi. Herkese aynı dil ile hitap ederek kararlar konusunda anlayışlı olmaları istenildi.

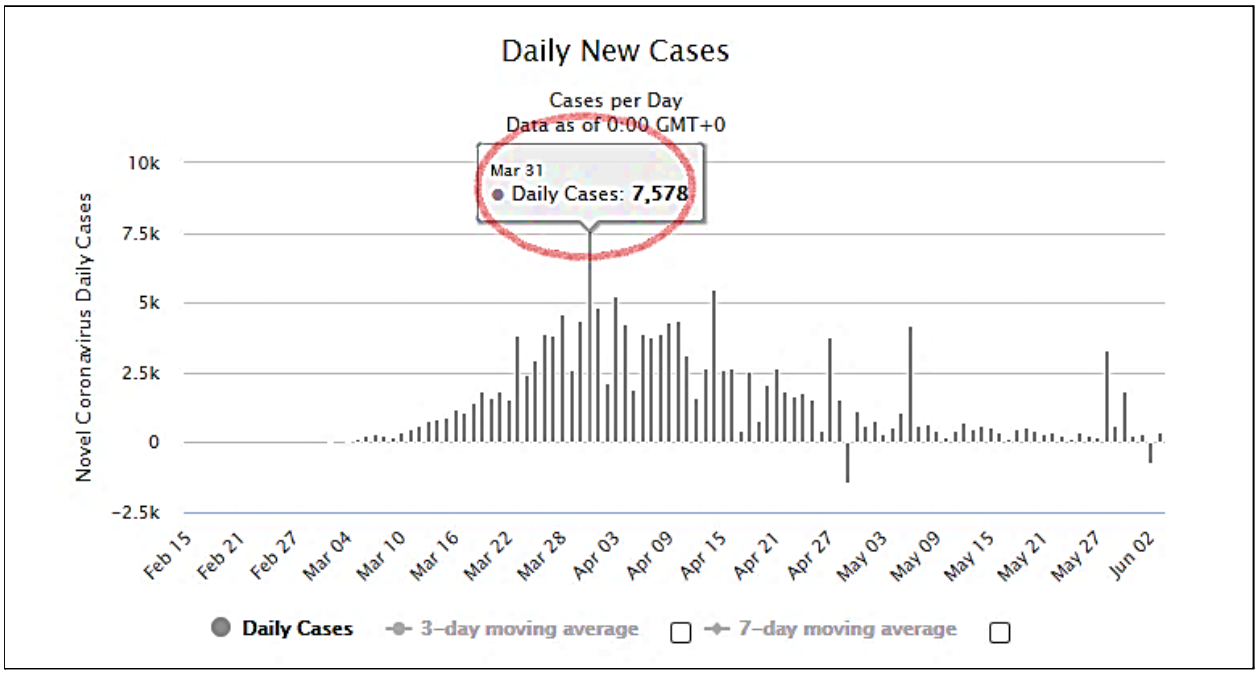
- **Arka Plan Bilgi Verme:** Arka planın olması, izleyiciye olayın koşulları ve önceki durumları hakkında bilgi vermektedir. Burada haber editörü, dünyada devam eden Covid- 19 etkisi gibi bir arka plan bilgiyi kullandı. İspanya ve İtalya’da alınan karantina kararı gibi daha önce aynı bağlamda yaşanan olaylar arka planda verildi.

- Haberde İsimlerin Kullanımı: Haberin inandırıcılığını ve etkileme gücünü arttırmak için özellikle Fransa’nın ünlü yetkililerinin isimleri kullanıldı. Üst düzey polis yetkililerinin ötesinde ülkenin Cumhurbaşkanı’nın ismi vurgulandı.

- Zamirleri Kullanma: Le Monde gazetesi haberde Fransa Cumhurbaşkanı Macron'un açıklamasına dayandığı için çoğu zaman " Biz, siz " zamirini kullandı. " Biz" zamiri ulusal duyguyu arttırmaktadır. Le Monde Covid-19 kapsamında alınan kararların herkes için zorunlu olduğunu vurgulamak için " Biz, Siz" zamirleri kullanıldı.

- Rakamsal Bilgi Kullanma: Rakamlar hesaplamalardan, nesnel gerçeklerden gelmektedir. Rakamsal verilerde hata payı nispeten düşük olduğu için alıcıyı ikna etmek için bir ayrıcalık olarak sayılmaktadır. La Croix, hükümetin Fransızların gidiş gelişlerini kontrol etmesi için yaklaşık 100 bin polis ve jandarmayı harekete geçirdiğini yazdı. Sokaklara inen polislerin rakamları, denetimlerin ciddiyetini vurgulamaktadır. Kuralları uygulamayanlar için ceza kesileceği bilgisi rakamlarla da verildi '38 Euro'luk cezanın 135 Euro'ya yükselmesi bekleniyor' gibi cümleler kullanıldı.

<u>Fransa'da ilk en yüksek günlük vaka sayısı:</u>
31 Mart 2020 tarihinde tespit edildi.



FRANCE , CORONA LE mardi 31 mars 2020 :

<u>1- Haber :</u>

Haber linki : Le Monde	https://www.lemonde.fr/planete/live/2020/03/31/coronavirus-suivez-en-direct-la-journee-du-31-mars_6034981_3244.html
Haber başlığı:	Corona virus: Fransa'da salgın yayılıyor , hükümet vergi beyannamesini çıkartmayı erteliyor

Paylaşım/ yayın tarihi :	31 Mart 2020
Kullanılan dil :	Fransızca
Yazma stili	Kolay ve teknik cümleler yok
Haber kategorisi :	Gündem haberleri
Metafor ve mecaz :	Yok
İkna yönetimi :	Resmi Corona'ya ilişkin veriler - Ülkede alınan kararlar
Haber ile fotoğraf var mı ?	Var
Fotoğrafta ne var ?	Uzaktan çekilen bir hastanenin balkonları
Gazetecinin imzası var mı ?	Var
En çok tekrarlanan kelimeler	Sağlık - vaka - salgın - Fransa bilançosu - test sayısı - coronavirus - sağlık bakanlığı - açıklamalar - günlük durum

Haber ile gelen fotoğraf :



2.Haber:

Haber linki : LA DÉPÊCHE DU MIDI	https://www.ladepeche.fr/2020/03/31/coronavirus-499-deces-en-24-heures-la-france-bat-un-triste-nouveau-record,8826970.php
Haber başlığı:	Corona virus: 24 saatte 499 ölüm, Fransa'da üzücü yeni rekor
Paylaşım/ yayın tarihi :	31 Mart 2020

Kullanılan dil :	Fransızca
Yazma stili	Teknik cümleleri yok - Kısa basit cümleler
Haber kategorisi :	Corona virüs - Covid 19, Sağlık
Metafor ve mecaz :	Yok
İkna yönetimi :	Resmi Corona ilişkin veriler - Ülkede alınan kararlar
Haber ile fotoğraf var mı ?	Var
Fotoğrafta ne var ?	Fransa Ulusal Sağlık Kurumu Müdürü Jérôme Salomon
Gazetecinin imzası var mı ?	Var: Anais Mustiere
En çok tekrarlanan kelimeler :	Sağlık durumu - vaka- ölü - rekor - sağlık - günlük- salgın - hastane - yoğun bakım - hasta - kritik durumda

Haber ile gelen fotoğraf :



Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Uygulaması

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

a.Başlık :Le Monde, “Corona virus: Fransa'da salgın yayılıyor , hükümet vergi beyannamesini çıkartmayı erteliyor” diye bir başlık kullanırken, La Dépêche “Corona virus: 24 saatte 499 ölüm, Fransa’da üzücü yeni rekor” şeklinde bir başlık koydu. Kullanılan başlıklar kısa ve öz ve ana bilgiyi içeren başlıklardır.

b.Haber Girişi: İncelenen haberlerdeki girişler, birkaç cümlede, haberin en önemli fikrini özeteledi.Le Monde tarafında kullanılan giriş *“499 günlük ölü sayısı, salgının başlangıcından bu yana görülen en yüksek rakamlar kayıtlara geçti. Fransa İçişleri Bakanı Gerald Darman’ın, gelir vergisi beyannamelerinin çıkarılmasında bir haftalık gecikme olduğunu duyurdu”.* şeklinde geldi. Giriş ana ve önemli bilgiler içerdi. Girişten haber metninde 2 konunun ele alındığı fark edilmektedir. La Dépêche ise uzun ve detaylı bir giriş kullandı *“ 3 aydır dünya bu "garip" zatürreye bulaşmış olan ilk hasta vakalarını keşfetti. Fransız hükümeti ve özellikle Sağlık Bakanlığı, salgının yayılmasına ilişkin günlük bilgileri yayınladı. 31 Mart Salı günü,Fransa Ulusal Sağlık Kurumu Müdürü Jérôme Salomon özellikle 24 saat içinde tespit edilen yeni rekordan bahsetti”.*

c.Fotoğraf :Fotoğraf haber içeriğini destekleyen en önemli unsurlardan biridir. İncelenen haberler fotoğraflı geldi. La Dépêche, yaşanan Covid -19 gelişmelerini aktarırken çoğu bilgilerde Fransa Ulusal Sağlık Kurumu Müdürü Jerome Salomon'a dayandığı için onun fotoğrafını verdi. Fotoğraf günlük olarak vaka ve ölü sayısı ilan etmek için düzenlenen basın toplantısından alındı. Le Monde tarafından kullanılan fotoğrafta ise çekim açısına ve kadrajlamaya önem verildi. La Dépêche, uzaktan çekilen bir hastanenin fotoğrafını kullandı. Fotoğrafta sağlık personelinin bulunduğu bir balkon gözükmektedir. Fotoğraf, vaka ve ölü artışını, sağlık personelinin verdiği mücadeleyi vurgulamaktadır.

2. Şematik Yapı

a.Durum

1.Ana Olayın Sunumu: İncelenen haberlerin ana olayı, Fransa'da ilk kez bir rekor vaka sayısının tespit edilmesidir. La Dépêche, sadece tespit edilen yeni rekor sayısının detaylarını verdi. Ancak Le Monde rekor haberi Fransız hükümetinin vergi beyannamesinin çıkarmasının ertelendiği bilgisiyle aynı metinde yayınladı. Le Monde, vergi beyannamesinin gecikmesiyle, vergi tahsili yapılmadığı için esnaflarının endişelenmesi gerekmediğini vurguladı.

2.Ardalan ve Bağlam Bilgisi : La Dépêche ve Le Monde rekor sayı tespit edildiğini açıklarken son dönemdeki salgın gelişmelerini verdi. İncelenen haberlerde Fransa'da haftalardır yaşanan hasta sayısı, çıkan pozitif test sayısı, etkilenen ülke sayısı gibi bilgiler bir bağlam ve ardalan verileri olarak kullanıldı.

b. Yorum

5.Haber Kaynakları: Güvenilir kaynakların kullanılması, haberi yapan medya kuruluşunun ne kadar profesyonel olduğunu göstermektedir. İncelenen haberlerde hem muhabirler kaynak olarak gösterildi (Aude Lasjaunias, Jérémie Lamothe ve Romain Geoffroy) hem Dünya Sağlık Örgütü, Fransa Sağlık Bakanlığı gibi resmi kurumlar kaynak olarak verildi.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a.Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması: İncelenen 2 haberde bu haberlerde, aktif kısa cümleler kullanıldı. Örneğin, 'Jandarma...durumlar hakkında uyarıyor, Fransa İçişleri Bakanı Gérald Darman'ın değişikliğini duyurdu.'

b.Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması: Corona krizindeki gibi kritik durumlarda haberlerin yazma şekli daha çok önemli ve hassas boyutlar kazanmaktadır. En ufak yanlış anlaşılma halkın tepkisini uyandırabilir. İncelenen bu 2 haberde açık, basit cümleler kullanıldı. Böyle bir krizde bütün gelişmeleri yakalamak için ve kaybedecek zamanı olmadığı için Le Monde ve La Dépêche basit ve kısa cümleler kullandı.

2. Yerel Bağdaşıklık

a.Nedensel ve İşlevsel İlişki: Haberde, cümlelerin arasında bağlantı kurmak amacıyla 'aslında, çünkü yine de, yani, bu sebeple, bu nedenle…' gibi kelimeler kullandı. Haber editörü, cümleler arasında sürekli bağlantı kurarak haberin akışkan ve anlaşılır olmasını sağladı. Örneğin Covid-19, 3 bin 523 ölüme neden oldu, Bu salgınla yüzleşmek için…'

3. Sözcük Seçimleri

La Dépêche ve Le Monde, yaşanan vaka ve ölü sayısının artışını vurgulamak için en çok sağlık ve

salgına ilişkin sözcükler kullandı. La Dépêche en çok ‘sağlık durumu - vaka- ölü - rekor - sağlık - günlük- salgın - hastane - yoğun bakım - hasta - kritik durumda’ kelimelerini kullanırken, Le Monde, ‘Sağlık - vaka - salgın - Fransa bilançosu - test sayısı - coronavirus - sağlık bakanlığı - açıklamalar - günlük durum’ gibi kelimeleri seçti. Sözcükler Covid-19 tehlikesinin altını çizmektedir.

4. Haber Retoriği

b.İnandırıcı bilgiler: İncelenen 2 haberde halkı içeriği ile ikna etmek için özellikle bilimsel verileri kullandı. La Dépêche ve Le Monde ulaşılan rekor sayıları göstermek amacıyla resmi veriler ve ülkenin ulaştığı durumunu gösteren istatistiklere dayandı.

c.Görgü tanıklarının ifadeleri: İncelenen haberlerin içeriğini güçlendirmek amacıyla olay içinde olan tanıkların ifadeleri kullanıldı. Haberler, sahadaki çalışan doktor ve sağlık personelinin açıklamalarına dayandı. La Dépêche ve Le Monde Fransa’nın bölgesel durumunu yakından takip eden bilim komitelerine de dayandı.

Haberlerin retorik çözümlemesi

- Tanımlama: Hastalıklar gibi seyircinin daha önce duymadığı kavramların olduğu haberlerde gazeteciler farklı tanımlamalar kullanabilir. Bu kapsamda Le Monde gazetesi Covid-19’u "garip pnömoni (Zatürre)” , “şiddetli salgın”, ölümcül bulaşıcı virüs “ olarak tanımladı. La Dépêche ise kayıtlara geçen sayıları rekor, en büyük günlük artış, Fransız bilançosu olarak tanımladı.

- Metafor Kullanımı: Metafor, zihinsel bir görüntünün yaratma avantajına sahiptir. Benzetim ilişkisine dayanan metafor, hem somut hem soyut anlamları bağlandığı için iletilen mesajları düşünmek ve hayal etmek kolay olmaktadır. “Dünya ilk vakaları keşfetti, Dünya virüsün vakalarıyla uyandı” burada haber editörü bütün dünyayı tek bir kişiye benzeterek bir virüse tanık olduğunu vurguladı. Haber editörü bu metaforu kullanarak virüsün bütün ülkeleri tehdit ettiğini vurguladı.

- Örnek Verme: İncelenen haberler, sadece Fransa değil bütün ülkelerin Covid-19 etkisi altında kaldığını vurguladı. Bunu göstermek için Fransa’nın durumunun yanı sıra örnek olarak İtalya, İspanya ve ABD’deki durumdan da bahsedildi. İtalya, İspanya ve ABD örnek olarak verildi.

- Kanıt Gösterme: Kanıtlar sunulan bilgilerin gerçek olduğunu göstermek için kullanılmaktadır. Kanıtlar belgeye dayalı, mantığa başvuran, resmi açıklamalar şeklinde gelebilir. İncelenen haberlerde, yeni olarak açıklanan sağlık bakanlığının verileri kanıt olarak gösterildi. 2 haberde Fransa’da rekor vaka sayısı tespit edildiğini vurgulamak amacıyla güncel resmi vaka ve ölü istatistikler verildi.

- Korku ve Endişe Yaratma: Bazı durumlarda korku araçsallaştırılmış bir duygu haline gelmektedir. Yani bazı fikirleri ikna etmek için korku uyandırma bir teknik olabilir. İncelenen haberler yaşanan vaka ve ölü artışını göstererek, ölüm korkusu uyandırmaya çalıştı.

- Arka Plan Bilgi Verme: İncelenen haberlerde sadece yeni ve önemli gelişmeler değil önceki gelişmeleri kapsayan bir arka plan bilgisi de bulunmaktadır. Arka plan bilgisinde salgının ortaya çıkışı ve dünyadaki ilerlemesi, dünya genelinde kaç ülkeyi etkilediğine dair bilgiler yazıldı. (Haberden alınan bir cümle: *şu ana kadar 179 ülke Covid-19 salgınından etkileniyor*).

- Güvenilir Kaynak Kullanma: Haberde gazeteciler gibi yerel özel kaynakların yanı sıra, bakanlar gibi resmi kaynaklar kullanıldı. Aynı zamanda sadece Fransa’daki resmi kaynaklar değil uluslararası olarak bilinen ve faaliyette bulunan örgütler de kullanıldı. Örneğin Dünya Sağlık Örgütü.

- Haberde İsimlerin Kullanımı: Haberlerde pek çok ünlü yetkili ve kurumun isimleri kullanıldı. İlk önce yetkililerin isimleri tam yani isim soyisim ve görev verildi. Ardından yalnızca soyadı konuldu. Kullanılan isimler ise Fransa Sağlık Bakanı Olivier Veran ve Fransa Ulusal Sağlık Kurumu Müdürü Jerome Salomon, Dünya Sağlık Örgütü.

- Paralel Yapılar Kurma: Paralel yapılar bazı cümlelerde kullanıldı. Örneğin ‘Fransa'da salgın yayılıyor’ ‘Hükümet vergi beyannamesini çıkartmayı erteliyor.’ ‘Dünyanın bu "garip" zatürreyi

keşfetmesinin üstünden üç ay geçti.' 'Dünya Sağlık Örgütü'nün Coronavirus salgını raporunun vermesi üzerinden üç ay geçti.' vb.

- Sürü Mantığı Yaratma: Sürü mantığı, aynı yön altında bir grubun birleşmesini sağlamaktadır. Sürü mantığı halkın belirli bir davranış yapmasını yönlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. İncelenen 2 haberde halkın bir kısmının önlemleri uyguladığını göstererek bütün vatandaşların aynı şey yapmaları gerektiği vurgulandı.

- Rakamsal Bilgi Kullanma: Haberde Covid-19 bulaşmış yeni vaka ve ölü sayısı açıklandı. Sayının bir önceki günden daha yüksek olduğu vurgulandı.Vakaların artmaya devam ettiğini göstermek için kanal rakamsal verilere başvurdu. Örneğin 'Fransa'da 52.128 vaka testle doğrulandı, 24 saatte 499 kişi Covid-19 nedeniyle hayatını kaybetti.'

Diğer ülkelerin durumu verilirken de rakamsal veriler kullanıldı. Örneğin 'İtalya'da 12 bin 428'den fazla vaka kaydedildi, kritik durumda olan hastaların yüzde 34'ü 60 yaşın altındadır, 3 bin 400'den fazla ölü sayısına sahip olan ABD…'

Fransa hükümeti, 7 Mayıs 2020 tarihinde karantinanın
11 Mayıs'tan itibaren hafiflediğini açıkladı:

Yazılı internet haberi :

1- Haber :

Haber linki : 	https://france3-regions.francetvinfo.fr/bourgogne-franche-comte/Coronavirus-covid-19-deconfinement-carte-progressif-ce-qui-sera-autorise-non-apres-11-mai-1821980.html
Haber başlığı:	Fransa'da aşamalı normalleşme : 11 Mayıs'tan sonra nelere izin verilecek ve verilmeyecek
Paylaşım/ yayın tarihi :	28/04/2020 saat 16h46
Kullanılan dil :	Fransızca
Yazma stili	Kolay - Teknik cümleler yok
Haber kategorisi :	Corona haberler
Metafor ve mecaz :	Yok
İkna yönetimi :	Resmi Corona'ya ilişkin veriler - Ülkede alınan kararlar
Haber ile fotoğraf var mı ?	Var
Fotoğrafta ne var ?	Fransa Başbakanı Edouard Philippe'nin fotoğrafı
Gazetecinin imzası var mı ?	Var : Sophie Courageot et Sébastien Letard

Haberde diğer içerikler :	Yok
En çok tekrarlanan kelimeler	Normalleşme - kademli - hareket - zorunlu - maske - önlem - kurallar - yasak- hükümet

Haber ile gelen fotoğraf:

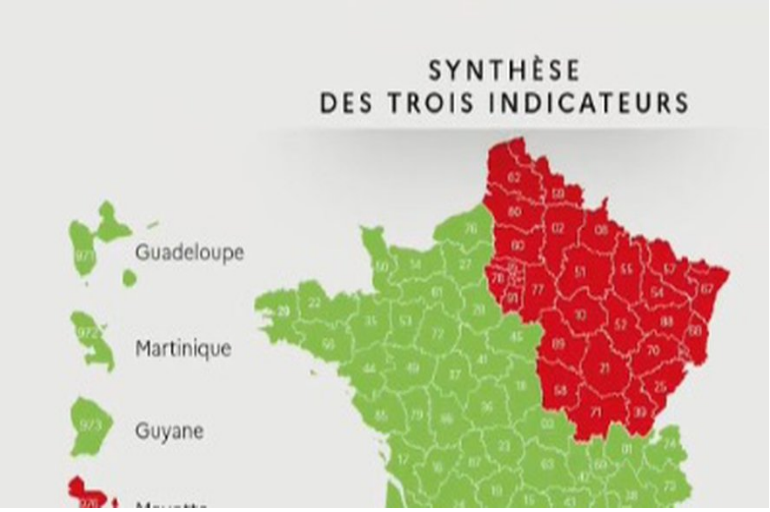


2 - Haber :

Haber linki : L'INDÉPENDANT	https://www.lindependant.fr/2020/05/07/suivez-la-presentation-des-mesures-de-deconfinement-par-edouard-philippe-des-16-heures,8877618.php
Haber başlığı:	Kısıtlamaları hafifletme planı :Haritada 4 bölge kırmızı renkte kalıyor.
Paylaşım/ yayın tarihi :	07/05/2020 saat 14:01
Kullanılan dil :	Fransızca
Yazma stili	Kolay - teknik cümleleri yok
Haber kategorisi :	Sağlık haberleri
Metafor ve mecaz :	Yok
İkna yönetimi :	Resmi Corona'ya ilişkin veriler - Ülkede alınan kararlar - Fransız yetkililerin açıklamaları
Haber ile fotoğraf var mı :	Var
Fotoğrafta ne var :	Ülkenin salgın durumunu gösteren harita
Gazetecinin imzası var mı :	Yok

Haberde diğer içerikler :	Fransız yetkiliklerin attığı Twitler Fransız yetkililerin yaptığı görüntülü açıklamalar (link şeklinde verdi)
En çok tekrarlanan kelimeler	Covid-19 - normalleşme - resmi kararlar - hükümet - başbakan

Haber ile gelen fotoğraf:



Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin uygulaması

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

a. Başlık:

France 3'ün kullandığı başlık ''Fransa'da aşamalı normalleşme : 11 Mayıs'tan sonra nelere izin verilecek ve verilmeyecek" şeklinde geldi. Başlık uzun ve 2 kısımdan oluşmaktadır. France 3 'ün başlığı normalleşmenin tarihi gibi önemli bilgiyi kapsamaktadır ancak genel bir bilgidir. L'independant ise spesifik bir başlık kullandı. Ülkede normalleşme uygulandığı gibi genel bir bilgi vermektense bazı bölgelerde sıkı tedbirlerin devam edeceğini dikkat çekti. "Kısıtlamaların hafifletme planı :Haritada 4 bölge kırmızı renkte kalıyor"

b. Haber Girişi: France 3 ve L'independant uzun ve detaylı bir giriş kullandı. France 3, "*Fransa Başbakan Edouard Philippe, 11 Mayıs'tan itibaren olan 28 Nisan Salı günü normalleşme planını sundu. Kademli bir normalleşme olacağını duyurdu. Ancak birkaç yasak önlemi eylül ayına kadar yürürlükte kalacak" diye bir giriş kullandı.* L'independant ise "Fransa *Başbakanı Edouard Philippe, Muriel Penicaud, Jean-Michel Blanquer, Olivier Verran bu perşembe öğleden sonra, 11 Mayıs'ta ilk aşama ile başlayan normalleşme planının ayrıntılarını açıkladı. Normalleşme haritasında 4 bölge kırmızı renkte kalıyor"* diye bir giriş yazdı.

c. Fotoğraf: Görüntü evrensel bir iletişim aracıdır, aslında izleyicinin konuştuğu dilden bağımsız olarak herkes tarafından anlaşılabilir. France 3 haberin içeriğini vurgulamak amacıyla Fransa Başbakanı Edouard Philippe'nin fotoğrafını kullandı. Haberde Philippe'nin açıklaması bulunurken, açıklamada yaptığı toplantıdan alınan bir fotoğraf kullanıldı. Philippe konuşurken çekildi. L'independant ise bölgelerin normalleşme haritasını kullandı. L'independant, internet sitelerinin verdiği paylaşım tabanını kullanarak kısa kabine toplantısından da kısa görüntüler ekledi.

2. Şematik Yapı

a. Durum

Ana Olayın Sunumu: Haberin ana olayı Fransa hükümetinin ilk normalleşme kararının alınmasıdır. Fransa hükümeti 7 Mayıs 2020 tarihinde karantinanın 11 Mayıs'tan itibaren hafifleyeceğini açıkladı. France 3 ve L'independant haber siteleri, açıklamaları geldiği gibi yayınladı. France 3 Fransa Başbakanı Edouard Philippe'nin açıklamasına yoğunlaştı. L'independant ise kararın detaylarını açıkladı.

b. Yorum

5. Haber Kaynakları: Kaynaklar bir haberin inandırıcılığını güçlendiren unsurdur. Bilginin kaynağı okuyucunun ikna olmasını sağlamaktadır. France 3 ve L'independant kendi muhabirlerini kaynak olarak göstermeleri ile beraber başka kaynaklar da kullandı. Fransa Başbakanı Edouard Philippe'nin resmi twitter hesabı, Fransa Başbakanlığının resmi twitter hesabı ile beraber 20 Minutes gibi başka internet sitelerinde de yayınlandı.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması: Haberler, kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla yayımlanmak üzere tasarlanmıştır. Bu haberde devletin aldığı tedbirlerinden bahsedildiği için özne ve yüklemi vurgulayan aktif cümle yapısı kullanıldı. Kararları alan özneyi (Devlet yetkilileri) vurgulamak gazeteci için bir önceliktir.

b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması: Basit cümleler, gazete ve okuyucuları arasındaki etkileşime farklı bir boyut kazandırabilir. France 3 ve L'independant, basit cümleler kurarak açıklanan yeni kararlarını aktardı. İncelenen 2 haber sitesinde okuyucunun içeriğin hızlı anlamasını sağlamak için basit kısa cümleler kullandı.

2. Yerel Bağdaşıklık

a. Nedensel ve İşlevsel İlişki: İncelenen örneklemdeki çoğu cümlelerin arasında sebep sonuç ilişkisi bulunmaktadır. Cümlelerde nedenselliğinin olması, olayların koşulları anlamasını sağlamaktadır. Örnek olarak 'Başbakan *bu nedenle* karantina önlemlerinin ayrıntılarını verdi - Evden 100 kilometreden fazla çıkmak *için - Amaç,* seyahat ve halk hareketi sınırlandırmak…'

3. Sözcük Seçimleri

Kelimelerin algısı kişiye ve kültüre göre değişmektedir. Net olmak için doğru kelimeleri kullanmak gerekmektedir. Her sözcük ayrı bir güç ve etkiye sahiptir. France 3 'normalleşme - kademli - hareket - zorunlu - önlem - kurallar - yasak- hükümet' L'independant ise 'Covid-19 - normalleşme - resmi kararlar - hükümet – başbakan'. Çoğu sözcükler kararların resmi ve zorunlu olduğunu vurgulamaktadır.

4. Haber Retoriği

b.Görgü tanıklarının ifadeleri: Bazı konularda sadece gazeteler tarafından araştırılan bilgiler değil, olayın içinde bulunan kişilerin seslerini duyurmak da önemli olmaktadır. İncelenen haberlerde normalleşme kararının alındığı kabine toplantısına katılan bazı yetkililerin açıklamaları görgü tanık ifadeleri olarak verildi. Örneğin Fransa Sağlık Bakanı Olivier Véran.

Haberlerin retorik çözümlemesi

- Tanımlama: İncelenen 2 haberde Fransa'da yaşanan normalleşme aşaması farklı kelimelerle tanımladı. Hem France 3 hem L'independant normalleşme ve açıklanan planı 'Yeni süreç. kademli plan, yol haritası, yeni dönem' gibi terimlerle tanımladı.
- Metafor Kullanımı: İncelenen haberlerde açıklanan normalleşme planında Fransa'nın kentleri kırmızı ve yeşil bölgeler olarak sınıflandırıldı. Kırmızı uyandırıcı tehlike anlamları taşırken yeşil rahatlık ve güven anlamları çağrıştırmaktadır. Bölgelerin salgın durumuna ve renklerin anlamları arasında bir benzetme kurulup halkı ikna etmek için metafor kullanıldı.
- Güvenilir Kaynak Kullanma: Habercilik halka haberdar eden bilgi sağlayan bir araçtır. Halkın güveni kazanmak amacıyla sağlam kaynakların kullanması gerekmektedir.
İncelenen 2 haber sitesi içeriğin inandırıcılığını arttırmak için resmi kaynaklar kullandı. Özellikle kabine toplantısına ve Fransız başbakanı Edouard Philippe açıklamalarına dayandı. France 3 ve L'independant, yetkililerin resmi Twitter hesaplarından da alıntı yaparak kaynak olarak verdi.
- Örnek Verme: Örnekler verilen bilgilerin anlaşılmasınI sağlamaktadır. Örnekler, fikirlerin zihinde yerleşmesine neden olur. İncelenen 2 haberin içeriğini vurgulamak için örnekler verildi. Tüm ulaşımda maske takma zorunluluğunun devam edeceği açıklanırken metro ve otobüsler örnek olarak verildi. Maskenin herkes tarafından her yerde takılacağını vurgulamak için marketlerdeki personel, müşteriler, şoförler… gibi örnekler verildi.
- Kanıt Gösterme: Kanıtlar, iyi bir metnin merkezi noktasıdır. Kanıtlar yeterince güçlü olunca verilen mesaj daha etkileyici olmaktadır. İncelenen haberlerde normalleşme planında bazı sıkı önermeler de geldiği fark edilmektedir. France 3 ve L'independant, önlemlerin önemini vurgulayan kanıtlar öne sürdü. France 3 ve L'independant, önlemlerin virüs yayınlamasını sınırlandırmaya yönelik olduğunu vurguladı. Aynı zamanda hastane ve yoğun bakım ünitelerinin kapasitelerinin durumunu önlemlerle ikna etmek için mantıksal bir kanıt olarak verildi.
- Meta-Görüşler Sunma: Meta görüşlerin sunmasıyla, gazeteci, farklı ve zıt olan bakış açıları yüzleştirmektedir. İncelenen France 3 haberinde, Fransız başbakanın açıkladığı normalleşme planı verirken, karara karşı olan milletvekillerin görüşü de verildi. Haber, Başbakan'ın normalleşme kararının pek çok muhalif tarafından eleştirildiğine dair bilgiler sundu. Soldaki muhalifler alınan kararın erken ve vatandaşları riskle karşı karşıya getirebileceği konusunda uyarı yaptı. Haber, Damien Abad gibi kabine toplantısına katılan bazı milletvekillerinin isimlerine yer verdi.
- Haberde İsimlerin Kullanımı: İncelenen 2 haber sitesi, Fransız yetkililerin isimlerini verdi. Fransa Başbakanı Edouard Philippe, Fransa Sağlık Bakanı Olivier Véran gibi ünlü yetkililerin isimleri kullanıldı.
- Paralel Yapılar Kurma: Paralel yapıların kurması dilgisi kapsamında cümle öğelerin dizilişinde yapılan bir işlemdir. Paralel yapıları metinde bir akış oluşturmaktadır. Özellikle normalleşmenin planın içeriklerinden hapsederken paralel yapılara sahip cümleler kullanıldı. Örneğin, 11 Mayıs'tan sonra nelere izin verilecek ve 11 Mayıs'tan sonra nelere verilmeyecek.
- Zamirleri Kullanma: İncelenen haberlerde "Ben, biz, hayatımız, ülkemiz" gibi şahıs zamirleri kullanıldı. Özellikle siyasetçilerin açıklamalarında kullanılan zamirlerden Covid-19'un ulusal önemli bir mesele olduğunu göstermektedir.
- Rakamsal Bilgi Kullanma: Rakamsal veriler sadece haberi desteklemek için değil onu açıklamak için de kullanılır. Normalleşme kapsamında bazı alışveriş merkezlerine açma izni verildi. Hangi marketler olduğunu açıklamak ve kolayca anlatmak için "40 bin metrekareden küçük" olanları gibi sayısal bir veri verildi. Başka bir örnek ise "5 binden fazla insanı bir araya getiren büyük spor ve kültürel etkinlikler.." Rakamlar bilgilerin spesifik olmasına sağladı. Bazı AVM'ler açılamayacak, bazı etkinlikler yasak kalacak denildiği zaman bilgiler genel kalmaktadır. Ancak rakamlarla daha tutarlı hale gelmektedir.

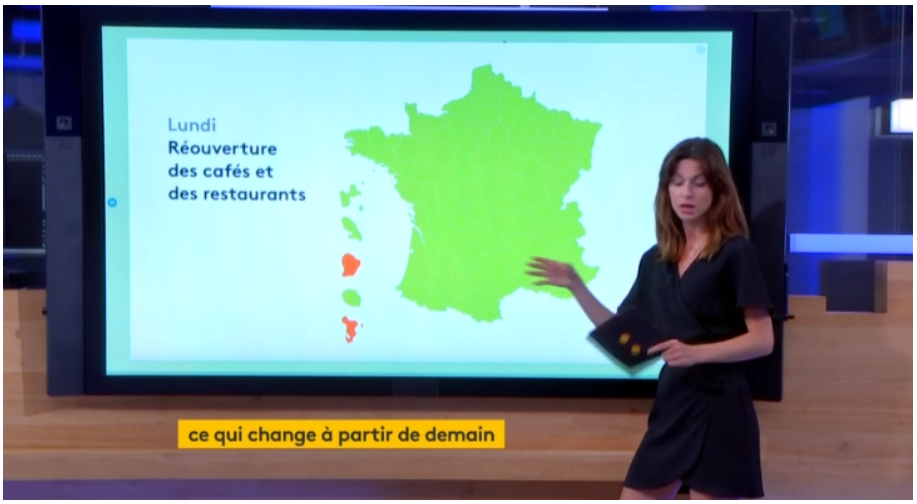
Fransa Cumhurbaşkanlığı 14 Haziran 2020 tarihinde normalleşme kapsamında yeni adımlar açıkladı:

Ülkenin bazı bölgeleri 15 Haziran 2020 tarihinden itibaren kafeler ve ekonomik faaliyetler başlıyor

Görüntülü haberler :

1- Kanal : Haberdeki söylemlerin analizi:

Haber linki : franceinfo:	https://www.dailymotion.com/video/x7uh4z6 https://www.francetvinfo.fr/sante/maladie/Coronavirus/deconfinement-ce-qui-change-lundi-15-juin_4008871.html
Haber başlığı :	Normalleşme: 15 Haziran Pazartesi neler değişiyor ?
Kullanılan dil :	Fransızca
Metafor ve mecaz :	Yok
İkna yönetimi :	Resmi Corona'ya ilişkin veriler - Ülkede alınan kararlar
Haber sunma hızı :	Normalden daha dinamik daha hızlı
En çok tekrarlanan kelimeler :	Karantina - hafifletilmiş önlemler -çoğu yerler yeniden açılıyor - kademeli olarak - hayat normale dönüyor - önemler- bölgeler



Haberdeki görsellerin analizi:

Spikerin vücut dili:	Özellikle ekrandaki görsellerden alıntı yapmak için vücut dili kullanıldı.
Spikerin ses tonu:	Daha dinamik daha hızlı
Haber içinde kullanılan içerikler :	Bölgeleri gösteren grafik resimleri Okul, restoran ve pazar simgeleyen göstergeler
Ekranda yazı ve istatistikler:	Var
Spikerin giydiği kıyafetleri:	Resmi klasik

2- Kanal: Haberdeki söylemlerin analizi :

Haber linki : 	https://www.france24.com/fr/20200615-france-deconfinement-cafes-restaurants-reouverture-ile-de-france-lundi
Haber başlığı :	Fransa'da normalleşme: Île-de-France'da kafeler ve restoranlar yeniden açıldı.
Kullanılan dil :	Fransızca
Metafor ve mecaz :	Yok
İkna yönetimi :	Emmanuel Macron'un açıklaması
Haber sunma hızı :	Normal özel bir değişiklik olmadı
En çok tekrarlanan kelimeler :	Resmi karalar- yeniden başlangıç - mutluluk - ekonomi - müşteriler - restoranlar - aktiviteler - ekonominin hareketliliği



Haberdeki görsellerin analizi :

Spikerin vücut dili :	Sunucu yok direkt kafelerden detaylar verildi.
Spikerin ses tonu :	Normal, özel bir şey yok
Haber içinde kullanılan içerikler :	Halkın açıklamaları
Ekranda yazı ve istatistikler :	Yok
Spikerin giydiği kıyafetler :	Sunucu Yok

Teun Adrian van Dijk 'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Uygulaması

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

a. Başlık :Başlığın açık ve net olmasına dikkat edildi. Franceinfo, "Normalleşme: 15 Haziran Pazartesi neler değişiyor ?" diye bir başlık kullanırken, France 24 " Fransa'da normalleşme: Île-de-France'da kafeler ve restoranlar yeniden açıldı." şeklinde bir başlık koydu. Başlık kısa ve anahtar kelimeler içerdi. Aynı zamanda basit cümlelerden oluşturuldu.

b. Haber Girişi :Franceinfo," Siz en sevdiğiniz kafe ve restorana artık geri dönebileceksiniz çünkü bu işletmelerin yeniden açılmasına izin verildi. Bu işletmeler yarından itibaren açılabilecek" diye bir giriş kullandı. France 24 ise " Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un açıklamasına göre, kafe ve restoranlar Pazartesi günü Paris ve banliyölerinde yeniden açılabilecek" şeklinde bir girişe yer verdi. Giriş kısa ve güçlü geldi. Ana bilgiyi detay olmadan özetledi.

c.Görüntü: France 24 yayınladığı haberde, Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un açıklamasından sonra kafelere ve restoranlara dökülen halk çekildi. Görütüler Fransa'nın yeni bir döneme girdiğini vurgulamaktadır. Franceinfo, Fransa'daki bölgeleri gösteren harita ve grafik resimleri ile beraber okul, restoran ve pazar simgeleyen göstergeler görüntüler de kullandı. Harita, grafik içerik ve özel efektleri kullanarak haberin etkisi sınırsız hale getirilmektedir. Kullanan sahneler, görsel içeriği ve sesi birleştirerek, izleyiciler için daha büyüleyici ve dikkat çekici bir içeriğin oluşmasına sağladı.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1.Ana Olayın Sunumu: Haberlerin ana olayı Fransa'nın yeni bir normalleşmeye adım atması olurken, Franceinfo normalleşmeyi detaylı olarak basitleştirmeye çalıştı. France 24 kanalı ise alınan kararların altında Fransızların yaşamını yansıtmaya karar verdi.

2.Ardalan ve bağlam Bilgisi: Fransa normalleşmek için yeni bır adım attı. Atılan yeni adımlar Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un açıklamasıyla duyuruldu. İncelenen 2 haberde halkın yeni yaşamını anlatırken, bir gün önce alınan kararları ve ülkenin salgın durumunu bir ardalan bilgisi olarak kullandı.

b. Yorum

5. Haber Kaynakları: Sağlık ve güvenlik krizleri olduğu zaman devlet yetkilileri gibi kurumsal kaynaklar daha çok tercih edilmektedir. Bu kaynaklar hükümet, bakanlık, idare gibi bir kamu otoritesi olabilir. İncelenen haberlerde Fransa Cumhurbaşkanı, Sağlık Bakanlığı gibi resmi kaynaklar kullanıldı.

6. Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar: Haberler, insanların yaşamın yansımasıdır. İncelenen haberde, çeşitli olaylar içinde bulunan Fransız halkının yorumlarını kullanarak, yaşanan yeni normalleşme döneminin detayları verildi. Yorumlar, sokakların durumu, sosyal hayatın durması gibi ayrıntıların verildiğini kaydedildi.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması:Bu haberlerde aktif cümle yapısı çok kullanıldı. Aktif cümleler içeriğe daha fazla enerji ve dinamik verdi. Bu dinamiklik, izleyicinin bütün yayın sırasında dikkatini çekmektedir.

b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması:İncelenen haberlerde basit cümlelerin en çok kullanılan cümleler olduğu fark ediliyor. Basit ve kısa cümleler, izleyici tarafından hızlı ezberlenebilir. Kullanılan kısa cümleler söylenen fikrin gücünü vurgulamaktadır.

2. Yerel Bağdaşıklık

a. Nedensel ve İşlevsel ilişki: Haberde kullanılan anlatım yöntemler arasında, olayları birbirine bağlayan nedensel ilişkilerin göstermesidir. Nedensel ve İşlevsel ilişkileri, olayların arasında bağlantıları açıklamaktadır. Bazı olayların anlaşılması için birbirini nasıl etkilediğini incelemek gerekmektedir. İncelenen haberde Fransa'da alınan normalleşme adımları ülkenin ekonomi durumu kurtarmak ve Covid-19 mücadelesinde ulaşılan olumlu sonuçlardan kaynaklı olduğunu vurgulamak için nedensel ve işlevsel ilişki kullanıldı.

3. Sözcük Seçimleri

- Haberde en çok kullanılan kelimeler şu şekilde sınıflandırılmaktadır. Normalleşmeye ilişkin kelimeler 'karantina - hafifletilmiş önlemler - çoğu yerler yeniden açılıyor - kademeli olarak - hayat normale dönüyor – önemler' ve ekonomik aktivitelerin yeniden normale dönmesine ilişkin kelimeler, 'yeniden başlangıç - mutluluk - ekonomi - müşteriler - restoranlar - aktiviteler - ekonominin hareketliliği'vb. Açıklanan yeni dönem özelliklerine göre sözcükler de değişti. Daha önce virüs konusunda alarm veren güçlü sözcükleri kullanan Franceinfo ve France 24 kanalları olumlu normalleşme rahatlığını vurgulayan sözcükler kullanmaya başladı.

Haberlerin retorik çözümlemesi

- Tanımlama: Hem Franceinfo hem France 24 Fransa'da alınan yeni normalleşme adımlarının ülke için yeni bir dönem olacağını vurguladı. İncelenen 2 kanal yeni normalleşme aşamasını "Yeni açılış, yeniden başlangıç, ekonominin hareket edeceği dönem" gibi ifadelerle tanımladı.

- Örnek Verme: Bazı haberlerde verilen bilgiler, izleyici kitlesi tarafından kabul edilmiyor. Somut ve test etmekle anlayan izleyicileri ikna etmesi için günlük hayattan somut örnekler vermek gerekmektedir. İncelenen haberde, bütün Fransa'nın yeni bir normalleşme dönemine girdiğini vurgulamak için France 24 Île-de-France bölgesinde örnek verdi. France 24 bölgeden detaylı görüntüler çekerek kafe ve restoranların yeniden açıldığını gösterdi.

- Güvenilir Kaynak Kullanma: Güvenilir kaynakların kullanılması, haberdeki bilgilerin doğrulanabilir olduğunu göstermektedir. İncelenen haberde en güvenilir ve konuya uygun ve sağlam bilgi verecek Fransa Cumhurbaşkanlığı kaynak olarak gösterildi. Sahada alınan yorum ve görüntüler kapsamında kanallar kendi mühabirlerine dayandı.

- Arka Plan Bilgi Verme: Olayın geçmişi hakkında daha ayrıntılı bilgi verildi. Önceki gelişmelere ilişkin bilgiler vererek alıcı olayı tümüyle anlayabilmektir. Olayların geçmişinin hızlıca tartışılmasına rağmen, halkın zihninde genel bir fikir oluşturmak için yeterliydi.

- Haberde İsimlerin Kullanımı: İletişimde ne söylendiği değil kimin söylediği de önemlidir. İncelenen haberlerde pek çok defa Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un ismi tekrarlandı.
- Kişiselleştirme: Ele alınan örnekte sunucu diğer gündem haberleri gibi subjektif bir şekilde aktarmak yerine, Fransa salgın durumunu bütün vatandaşları ilgilendiren bir konu olarak sundu. Sunucu kendini de dahil ederek bütün halkın normalleşme sevincini anlattı.
- Ritim Oluşturma: İncelenen haberlerde normalleşmeden bahsettiği için dinamik hareketli ve enerjik bir ritimi ile sunuldu. Haberlerin ritmi olumlu bilgileri taşıyan içeriği de desteklemektedir.
- Zamirler Kullanma: İncelenen habelerin ikisinde "hepiniz, neler yapabileceksiniz" gibi 'Siz' zamirini kapsayan cümleler çok kullanıldı. Kanallar, Covid-19 kapsamında alınan yeni normalleşme adımlarını anlaşılır hale getirmek için "Siz" kullanarak sürekli izleyiciye seslendi. " Siz" zamiri bir çağrı zamiri gibi kullanıldığı için izleyicinin dikkatini çekmektedir.

5. Genel Değerlendirme ve Sonuç:

Dünyada her gün haber değeri olan binlerce olay yaşanmaktadır. Habercilikte bazen zor ve acı veren haberler yapılmaktadır. Yeni tip Coronavirus-19 (COVİD-19) Wuhan Şehri, Hubei Eyaleti, bu yeni virüs ilk olarak 31 Aralık 2019'da, Çin Halk Cumhuriyeti'nin Wuhan kentinde ortaya çıkan ve şimdiye kadar dünyayı etkilemeye devam eden bir virüstür. Covid-19 sadece ülkelerin sağlık alanlarına değil habercilik alanında da bir sınavdı. Gazetecilerin yeteneklerinin, kanal, gazete ve internet sitelerinin haberciliğini ve çalıştıkları düzen için büyük bir testti. Akşam yasakları, ev karantinası ve diğer tedbirler altında yaşayan toplum için medya dışarıya tek kalan pencereydi. Böylece doğru bilginin önemi daha da çok arttı. Medya halkın ihtiyaçlarını karşılamak ve izleyiciler arasında iyi etkileşimde kalmak amacıyla yaptığı haberciliğe ayrı bir önem verdi. Gerekirse kullanılan dil, görüntüler, grafik ve görsel içerikler, bütün araçları kullanarak Covid-19 krizinde iyi bir performans göstermeye çalıştı. Bu ülkeden ülkeye, kurtuluştan kuruluşa değişmektedir. Yapılan araştırmada Fas ve Fransız medyası örnek olarak incelendi. Belli aralar özellikle salgın döneminde en kritik zamanlarda yapılan habercilik ele alındı.

Habercilikte en önemli unsurlardan biri söylem ve dil kullanımı. Söylem konuşma veya yazı ile yapılan iletişimdir. Söylem belirli ve genellikle bir konu hakkında olan bir konuşma veya yazı (görsel ve/veya metin) yoluyla aktarılan ifadelerdir. Söylem analizi ise metne yönelik daha derin bir anlama ve kavrama imkanı sağlamaktadır. Sözcük ve dil seçimi söz konusu, Fas'ın çoğu medyatik kuruluşları ülkenin yerel konuşma diliyle yayın yapmayı tercih etti. Fas'ta krizden haberdar olmak için devlet resmi kanalları çok izlendi. Devlet televizyonlarına bilgisizlik olmaması için de Covid-19 ile ilgili özel medyatik içerikleri sunuldu. Bütün halkın anlaması için genellikle Covid-19'a ilişkin haberlerde direkt açık ve kolay bir dil kullanıldı. Anlamsızlık olmaması için ve bütün sosyal sınıflara ulaşmak için bu yöntem kullanıldı. Söylem, normalde topluluklardaki kabul görülmüş konuşma kalıpları, dil diyalektleri ifadelerin kullanımını olurken, gazeteciler dil kalıplarını kullanarak halka daha da yakın olmaya çalıştı. Aynı zamanda vurgu yapmak için 'Covid-19 - Vaka - Ölüm - Artış - Kurallar- Polis-denetim - Salgın - Corona - çıkma izni - Sokağa çıkma yasağı' kelimeleri pek çok defa tekrarlandı. Çoğu kurumlar OHAL edilmesinin ardından durumun ne kadar kritik olduğunu açıklamak için 'Salgın – Covid-19– Ohal – çıkma izni – çıkmak – vaka sayısı gibi anahtar ve vatandaşların yaşamında yeni olan kelimeleri çok kullandı.

Dil ; insan ırkı, kültürü, sosyal gelenekleri, dini gözlemleri, yasaları, yaşamına göre çeşitli özelliklere sahiptir.Televizyon spikerleri, konuşmalarda referans olan kültürel boyutları kullanarak esnaf, köylü, akademisyen, yaşlı, genç dahil bütün kişilerin anlayabileceği kelimeler kullandı. Hatta bazı konuşmalarda izleyicilere hitap ederken (siz) kullanmaktansa (sen) tercih edildi. Bu gazeteciler ve izleyicinin arasındaki mesafeyi eritip ona yakın olmaya yol açmaktadır. Benzer konuşma şekilleri ile gerçekleştirilen iletişim süreci fikirlerin aktarmasını kolaylaştırmaktadır. Aslında söylem seçmekte gösterilen çabanın, dilin kullanımının halkı etkilemekte ne kadar güçlü olduğunu göstermektedir.

Bütün Fas medya kuruluşları ve yetkilileri acil ve erken bir zaman gerekirse Fasih Arapça ile gerekirse Fransızca (Fas'ta 2. dil olarak sayılıyor) ile gerekirse Faslıların konuştuğu dil ile müdahale ederek durumu kontrol altına almakta katkı sağlamaya çalıştı. Bazı kanallar çok basit bir dil ve günlük hayatta kullanılan dili kullandı. Bütün sosyal sınıflara ulaşabilmek için sunucuların kıyafetleri bile çok klasik ve resmiden daha normal ve günlük hedef halka yakın olmak ve panik hissi yaratmamaktaydı.

Fransız medyası söz konusu ise Covid- 19 döneminde halkın sağlık önlemlerini uygulamak, virüsün ne kadar tehlikeli olduğunu göstermek amacıyla en çok 'karantina - Coronavirus - sağlık çalışanlara teşekkür - kriz - zor durum - vaka- artış…' gibi sözcükler kullanıldı. Aynı zamanda sosyal aktivitelerden salgın nedeniyle olan değişiklik ve yeni kısıtlamaları vurgulamak için 'Polis- kontrol - jandarma - kurallar - polis- boş sokaklar - sakin - aktiviteler ...' gibi kelimeler tekrarlandı. Aynı zamanda Fransız medyası halkın farkındalığını artırmayı çabaladığı için 'maske - hastane - hasta- kritik sağlık durumu - solunum cihazı - enfeksiyon/ bulaşma…' gibi sağlık alanına ilişkin sözcükler çoğu haberlerde yoğun bir şekilde bulunmaktadır. Onun için sözcük seçimi bakımından her ifade ayrı bir etki yaratabilmektedir. Sözcükler konuşulan konu hakkında özel bir etki bırakmaktadır. Başka bir deyişle, söylemler konunun anlaşılma şeklini şekillendirir ve bu anlayış, davranış şeklini de değiştirmektedir.

Yapılan incelemelerde Covid-19 krizinde yapılan habercilikte grafik ve multimedya içeriklerinin yoğun bir şekilde kullanıldığına dikkat çekmektedir. Medya yaşamın önemli bir parçası olmaya devam ederken, dünyanın dört bir yanındaki akademik çalışmalar medyanın yaptığı etkileri göstermektedir. Medyanın sunduğu sonsuz mesajlarda görsel görüntü biçiminde analiz edilebileceği bir mesaj zinciri vardır. Bu mesajlar ayrıca bir dil olarak da sayılmaktadır. Fas haberlerinde, stüdyolardaki arka planı, ekranlarda virüs simgeleyen bir şekil kullanılmasıyla beraber maske ve ilaç simgesi da kullanıldı. Bunun düz anlamı : Stüdyoları ve ekranı süslemek, sağlık temasına uymak, sunulan içeriğin bir virüse ilişkin olduğunu göstermek… gibi doğrudan anlamları taşırken ; yan anlam ise tehlikeli bir virüsün yayılmasından uyarmak, maske gibi tedbirlerin alınmasının gerektiğini vurgulamak ve belirtileri hissedince test olup gerekli ilaçları düzenli olarak almak, uyanık olmak, tehlikeden korunmak gibi anlamların çağrışımını yapmaktadır. Ekranlarda ise "EVDE KAL" ifadesinin yanında Corona virüs yuvarlak sembol şeklinde kullanıldı. Yuvarlak şekil de dahil çeşitli şekiller, modeller ve sanatsal çizimler, bulaşıcı virüse karşı korunma ve güvenlik önlemleri konusunda halkın bilinçlenmesi için kullanıldı. Corona virüs fiziksel olarak laboratuvarlardaki yetkililer hariç toplum tarafından görülmediği için yuvarlak resmi Covid-19 simgesi haline geldi.

En çok tekrarlanan söz konusu görüntü ve fotoğraflar ise Fransa'da karantina ilan edilmesinin ardından yetkililer halkın evlerinde kalmasını istedi.Birçok kanalda karantina ilan edilmesinin ardından genellikle çok hareket gören yerlerin nasıl felç olduğunu görüntüledi. Böyle içeriklerde genellikle sunucu yoktu direkt görüntüler peş peşe verildi . Kanallar karantina ardından Fransa'da pek çok şehir gibi Paris'in, halkın ve ülkenin genel durumunu aktarmaya çalıştı. Görsel unsurlar kapsamında En çok kullanılan görseller : 'Boş sokaklar – polis güçleri – polis güçleri denetim yaparken- sağlık çalışanlar' Hedef : Sağlık sektörü ile ilgili görüntüler durumun ne kadar kritik olduğunu vurgulamak için sık sık kullanıldı. Polis güçlerinin yaptığı denetim sahneleri ise vatandaşların sokağa çıkmaması için polisin görüntüleri kullanıldı. Haber spikerlerin ses, kıyafet ve harbelerin sunulması : Ses ve kıyafet gibi unsurlar kanaldan kanal değişti. Fransız medyasında bu kapsamda bir değişiklik olmazken, Fas medyasında en çok dikkat çekici noktalardan biri maske kullanımıydı. Bazen günlük spor kıyafet giyildi. Halkın zihninde maskenin önemi vurgulamak için maske ile haber sunuldu. Bütün haberlerde çıkan kişiler maskeliydi .Normal çok resmi olmayan kıyafetler halka yaklaşmak için ancak resmi açıklamalar konusunda ciddiyet hissi vurgulamak için resmi kıyafet giyildi.

Grafik içerikleri kapsamında özellikle, haber dilini basitleştirmek için kullanıldı. Grafiklerde yer alan konular yükselen ölü ve vaka sayılarıdır. Rakamlar, somut ve bilimsel veriler, olayın doğru olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla hem Fransız hem Fas medyası grafiklerin görsel gücü ve rakamların ikna ediciliğini kullandı. Aynı zamanda salgın durumunun kritik olduğu bölgeler bazen kırmızı ve turuncu renkler yoluyla gösteriliyordu.

En çok tekrarlanan konular kapsamında, Covid-19 krizi sırasında medya önemli bir rol oynadı. Medya bilgi kaynağı olduğu için muhabirler her gün dünyadaki en son haberleri iletmeye çalışmıştır. Bu kritik dönemde yapılan habercilik belirli konulara daha çok odaklandı. Fas medyasında en çok tekrarlanan konular 2 türe ayrılmaktadır, Virüsün yayılmasına ilişkin haberler ve tedbir, araştırma, önlemler gibi ülkenin verdiği mücadeleyi gösteren haberler, (Vakalara ilişkin haberler - OHAL ve çıkma yasağı ilişkin haberler - Hükümetin kararları ile ilgili haberler - Sağlık çalışmaları ve tedavi araştırmalar ilişkin haberler- Tedbirlerin gevşetilmesi ilişkin haberler). Fransız medyasındaki konular söz konusu ise en çok tekrarlanan konular virüsün güncel vaka ve ölü sayısına ilişkin haberlerdi. Covid-19 virüsünün ilacını bulmak için yapılan araştırmalara ilişkin haberler. Örneğin : Nikotin corona virüse çare olabilir tartışması, Corona virüsü tespit etmek için köpekler eğitiliyor. Ve virüse karşı alınan tedbirlerin uygulamasının artırılmasına ilişkin haberler. Örneğin Fransa'da sokağa çıkma yasağı güncellemeleri, Paris sokakları bomboş..

Haberlerin daha ikna edici olabilmesi için Fas ve Fransız medyası retoriksel unsurlar kullandı.

Salgın, savaş, ölüm gibi haberlerin üstesinden gelmek için medya kuruluşları belirli bir ölçüde ve özel bir şekilde halka duruma ilişkin bilgiler aktarmaktadır. Medya kuruluşları metafor mukayese gibi dilsel ve retoriksel unsurlar kullanarak mesajını daha etkileyici bir şekilde atkarabilir. Metafor, dilde kullanılan bir araç olmadan önce bir anlam karşılaştırma ve benzetme şeklidir.Onun yoluyla verilen bilgi hem derin bir şekilde anlaşılır hem de unutulmaz hale gelmektedir. Fas medyası kapsamında metafor bazı haberlerde kullanıldı. Örnek olarak 2M 20 Mart'ta Covid -19 vakalarına ilişkin yayınladığı haberde " Salgın ile bir savaştayız" metaforunu kullandı. Aynı zamanda virüsün tehlikesini vurgulamak için ülkedeki salgın durumunun kötüleştiğini göstermek için savaş terimi kullanıldı. Başka bir örnek ise Le Monde gazetesi, 17 Mart 2020 tarihinde Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un yaptığı açıklamalardan alıntı alarak "Covid-19 görünmez düşman" metaforunu kullandı.

Covid-19 krizinde paylaşılan birçok haber son dakika kısa haberler. Söz konusu Fransız haberleri ise salgın boyunca Covid-19'a ilişkin bilgiler önemliydi. Halk, en ufak işlemi yapmak amacıyla medyada yayınlanan haberlere bakarak adım attı. Fransa'da başkent Paris gibi büyük şehirlerde önlemler fazlaydı. Oraya iş yada sağlık gerekçesi nedeniyle gitmek zorunda olan vatandaşlar kısıtlamalar ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmayınca zor durumda kalabilir. Dolayısıyla medya bu bilgi boşluğu doldurdu. Medyada verilen bilgiler halkın günlük hayatını etkiledi. Örneğin, 07/05/2020 tarihinde *Eski Fransa Başbakanı Édouard Philippe : "11 Mayıs'ta Corona kısıtlamaları kademeli olarak kaldırılıyor"* başlıklı haber. Philippe, ülkedeki salgın durumundan bahsedip normalleşme adımları ile ilgili konuştu. Philippe'nin açıklamasını evlerinden izleyen halk verilen talimatlara göre hareket etti. Fas medyası söz konusu ise Covid-19 döneminde çoğunlukla acil, son dakikalar ve kısa haberler yayınladı. Ancak haber bültenleri konusunda oldukça uzun ve detaylıydı ortalaması 30-40 dakikalık özel haber bültenleri yayınladı.

Covid-19 krizi sırasında yapılan haber bültenlerinde bazı değişiklikler görüldü. Acil kararların ilan edildiği anda hem stüdyoların tasarımı hem özel içeriklerin yayınlamasına önem verildi. Fas ve Fransız medyasında çeşitli ideolojilere bağlı kuruluşlar olmasına rağmen salgının ne kadar tehlikeli olduğu konusunda anlaştı. Covid-19 tehlikesi bir ortak nokta olurken her kuruluş konuyu farklı boyutlardan ele aldı. Örneğin 17 Mart 2020 tarihinde Fransa'da karantina ilan edildiği günde yayınlanan haberlere bakarak kimi sosyal aktivitelerin felçte olmasına kimi polisin denetimlerine daha önem verdi. Fas'ta 20 Mart'ta olağanüstü hal ilan edildi. Ohal'in ilan edildiği andan itibaren ister devlet televizyonu olan Al Aoula ister özel televizyon olan Medi1Tv olsun Covid-19 krizi bütün kanallar için önem ve öncelik konusunda bir ortak nokta oldu.

Özel haber bülteni konusunda, Fas medyası, ülkede böyle Covid-19 krizindeki gibi o kadar sıkı kısıtlamaları olan benzer bir durum daha önce yaşamadığı için en büyük çabalar halkın farkındalığını arttırmak için sarf edildi. Ayrıca halk bütün kurallara saygı göstermek için medyada azimli ve şiddetli bir dil ile seslendi. Fas medyası halk daha önce bu kadar tehlikeli benzer bir durum yaşamadığı için onun farkındalığını artırmak için medya çok çabaladı. Onun için çok vaka olmamasına rağmen Faslıların dikkatini çekmek için Çoğu Covid-19 haberleri sıcak acil haberler olarak verildi. Özellikle vakalara ilişkin haberler bütün medya farklı siyasi partiler ve görüşler için bu krizde halka odaklandığı için farklı ideolojiye sahip olsa bile aynı dil ile konuşmuş gibidir .

Aynı bağlamda Covid-19 krizinde hem Fas medyası hem Fransız medyası yoğun yayın yaptığı için günlük haber ve haber bültenlerin sayısında artış görülmektedir. Fas'ta daha önce normal dönemlerde yapılan öğlen - akşam ve gece yarısındaki haber bültenleri ile beraber, Covid-19'a özel ara haber bültenleri da gerçekleştirildi. Fransız medyasında ise ana haber bültenlerinde bölüm eklendi ve her bültende güncel veriler yayınlandı. Aynı zamanda dijital mecralardaki kitle için haber sitelerinde 'Corona haberleri' diye bir sekme eklendi. Halk sağlığı haberlerinde, hızlı ve bütün gelişmeleri yetiştiriyor olmak önemlidir. Yapılan araştırmaya göre özellikle Covid-19 döneminde Covid-19 vaka ve ölü sayısı ve güncellemeleri başta son dakika haberlerinde olmak üzere büyük gazete manşetlerinde ve her gün haberlerin başında bildirilmiştir. Covid-19 krizinde çoğu televizyon ve radyo içerikleri özellikle Covid-19 virüsünün güncel durumuna ilişkin içerikler televizyonda normal yayın zamanı ile beraber çoğu Fransız kanalları o içerikleri internette paylaştı. Hedef en büyük kitleye ulaşmak. Sonuç olarak Covid-19 krizinde insana kolay ve hızlı ulaşmasını sağlayan dijital platformlar daha da çok önemli oldu.Fransız medyası evlerde kalan vatandaşlara ülke genelindeki durumu aktardı ve sosyal hayatta olan değişiklikler konusunda daha çok odaklandı. Fas medyası ise farkındalık arttı ve direkt mesajı aktarmak için çalıştı.

Covid-19 haberleri diğer haberler gibi verilmedi bütün medya kuruluşları tarafından konuya özel bir önem verildi. Konunun hassasiyetine göre davranmak bütün habercelikte çalışan Fas ve Fransız personeli için bir önceliktir. Hem Fransa hem Fas'taki medya kuruluşları Covid-19 ortaya çıktığı zaman toplum da dahil bütün dünya yeni çıkan bu öldürücü virüsle ilgili az bilgiye sahipti. Veri kıtlığı yaşanırken Fas medyası, sağlık yetkililerinden, araştırma merkezlerinden aldığı Covid-19 virüsüne ilişkin ilk güvenilir bilgi ulaştığı için toplumun ana bilgi kaynağı olup daha da bir güç kazandı. Covid-19 gibi kritik dönemde yayınlanan bilgiler önemli olduğu için medya hassas verilere ulaşıp halka aktardı. Medya yayınladığı özel bilgiler sayesinde ekstra bir güç kazanmaktadır. İnsanlar, günlük yaşamındaki en ufak aktivitelerde bile haber bültenleri izlemeden adım atmaz oldu. Gazetecilerin yaptığı iş daha zor olmasıyla beraber onların sorumluluğu arttı. İncelenen 2 ülkede Covid-19 krizinde bilginin niteliği ve kalitesi daha çok önemli oldu. Gazetecilerin teknoloji kullanması üzerinde daha derin bir etkisi vardır. Gazetecilerin görevlerini yapmak için seyahat etmek neredeyse imkansız ve zor oldu . Çoğu telefonla veya internet yoluyla yapılmış hale geldi. Çoğu medya kuruluşu doktorlardan, hemşirelerden, hastalardan, yerel seçilmiş yetkililerden bilgi alarak çok dikkatli olmaya çalıştı. Bu en çok haber kaynaklarının gösteriminde fark edilmektedir.

Covid-19 haberlerin diğer haber yelpazesinde aldığı söz konusu konum ise, Covid-19 haberlerine öncelik verilirken, halkın panik yaşaması için çeşitli haberler yayınlandı. Covid-19 krizindeki Fransız toplumuna ilişkin haberlerde toplumun davranışlarına yaşamına önem verildi. Yani salgına ilişkin yoğun sağlık içerikleri vermektense 'Çıkma yasağı sırasında balkonlardan müzik çalan gençler…' gibi toplumun hayatındaki temel kültürel ve sosyal aktivitelere önem verilmiştir. Medya kültürüne ve müziğine düşkün Fransız halkı konserlerden toplantılardan uzak olunca Fransız medyası özlediği aktiviteleri ekrana getirdi. Halkın yaşamı televizyon ekranlarında yansıtılarak onların tanığı olmaya çalıştı. Aynı zamanda sosyal hayatın normale dönmesi için gerekli tedbirlerin öneminin altını

çizmiştir. Genel olarak Fransız medyası, evlerde kalan vatandaşların ülke genelindeki durumunu aktarmıştır. Ve sosyal hayatta olan değişiklikler konusuna daha çok odaklanmıştır. Fas medyası ise farkındalığı arttırmak ve direkt mesaj aktarmak için çalıştı.

Covid-19 döneminde haber bülteninde yetkililerle röportajlar çok kullanıldı. İncelenen Fransız medyasındaki haberlerde, Covid-19 döneminde sağlıkçıların ve doktorların açıklamaları çok kullanıldığı görülmektedir. Sağlık çalışanları, Coronavirüs salgını ile mücadele etmek için bir savaş yürütürken halk tarafından önleyici tedbirlerin alınması gerekiyor. Burada sağlık çalışanlarına sosyal hiyerarşiye göre bakacak olunursa virüse karşı ön sınıflardaki mücadeleci olduğu için toplumdaki rolünün daha da güçlü olduğunu söyleyebiliriz. Halk ve sağlıkçılar arasında oldukça bir güç ilişkisi ortaya çıkmaktadır. Sağlık çalışanları halka seslenerek tedbirlerin uyulmasını ve evde kalmalarını istedi. Doktor ve sağlık personeli enfekte olmuş tüm insanlara tedavi sağlamak için durumun ciddiyetini gösteren bir dil ile konuştu. Ve sıkı önlemlerin uygulamasının altını çizdi.Covid-19 ilk çıktığı zamanda Fransa'da virüsün yayılmasını engellemek için sıkı denetim başlatıldı. O sırada medya polis denetimi ve yasaları hakkında yayın yaparak halka bir güç uygulamaya çalıştı. Aynı zamanda medya iktidardaki yerel yetkililer ve hükümet yetkililerinin konuşmalarına yer verirken otoritesinin aktarılmasına izin verdi. Örneğin 17/03/ 2020 tarihinde La Tribune gazetesi tarafından "*Coronavirus: kısıtlamalar, yaptırımlar ... adım adım alınan önlemleri açıklandı*" başlıklı yayınlanan haber. Bu haberde Fransa İçişleri Bakanı Christophe Covid-19 nedeniyle alınan kısıtlamalar ve yasalara ilişkin yaptığı açıklamalar yer aldı. Haberin başlığından bütün diğer kısımlara kadar verilen talimatlar yazıldı. Böyle bir açıklama yayınlayarak Fransız medyası iktidardan söylem yoluyla aktarılan güce yer verdi.

Başka bir örnek ise 17/03/ 2020 tarihinde *Savaştayız": Corona virüs ile karşı karşıya olan Emmanuel Macron, "genel seferberlik"* zili *çalıyor* başlıklı bir haberde FRANSA Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un ulusal konuşmasına yer verildi. Haberde Macron halka seslenerek durumun ne kadar zor olduğunun altını çizdi. Macron ülkenin Cumhurbaşkanı olduğu açıklamaları özel bir önem taşımaktadır. Burada Macron halkı salgın konusunda uyarı yaparak iktidar ilişkisi olmasından dolayı halkın kurallara uyması beklenmektedir. Röportaj sadece yetkililer ile değil virüsü atlatan ve zor durumda kalan hastalarla da gerçekleştirildi. TF1 kanalında 31 Mart 2020 tarihinde yayınlanan "Coronavirus : Klorokin ilacı alan hastalarla röportaj" başlıklı bir haber bulunmaktadır. Haberdeki birinci röportajda bir Covid-19 tedavisi gören bir hasta olurken, hastanın hem maske takması hem de telefonu zor bir şekilde tutarak konuşması gözlemlendi . Hastanın konuşma şekli ve görüntüsü virüs sürecinin ne kadar zor olduğunu vurgulamaktadır. Aynı habere örnek olarak 2. röportaj bulunmaktadır. 2. röportajda hastanenin acil kapısının önünden iş kıyafetiyle konuşan bir doktordu. Acil kapısının önünde olması virüsün ölüme yol açabileceğinin çağırışımının yapmaktadır. Fas medyası söz konusu, yapılan resmi açıklamalarda Covid-19 nedeniyle yaşanan can kaybı ve bakım ünitelerinde kalan hasta sayısının noktasından başlayarak halkın tedbirlere uyulması istenildi. Bu hükümet ve yetkililerin röportajları yoluyla verildi. Başka bir sözle gazeteciler, salgın sırasında uygulanan tedbirleri yetkililer tarafından verilen açıklama ve röportaj yoluyla vermeye çalıştı. Haberlerde yer alan hükümetin resmi açıklamalarında: Polis, denetim, çıkma izni, ceza, kontrol, güvenlik sebepler, kararlar, yasaklar... gibi söylemler kullanıldı. Bu söylemlerin kullanması yetkili makamlar, iktidardaki siyasetçiler ve normal vatandaşlar arasındaki güç ve iktidar ilişkisini göstermektedir.Böylece halk algı yönetimi ve güçlülerin çıkarına insanların zihinlerini etkilemenin söylemsel yollarını araştırmaktadır.

Fransız medyası Covid-19 döneminde eleştirel bir rol oynadı. Covid-19 krizinde Fransız gazetecileri ve medya kurumları alınan kararları eleştirmekte çekinmedi. Fransa'da karantina ilan edilmesinin ardından halk marketlere döküldü. Durumun kötüleşmesinden korkan Fransızlar ihtiyaçlarını almak için marketlere akın etti. Bu davranışlar pek çok Fransız kanal tarafından eleştirildi. Böyle bir

davranışı eleştirmek için gazeteciler bunun üzerinde durdu. Aynı bağlamda, Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron Covid-19 vakalarının artması başlarken yaptığı ulusal seslenişlerde bir karantina olup olmayacağını açık bir şekilde bildirmedi. Pek çok medya kuruluşu diğer ülkelerin kısıtlamalarını yayınlarken Fransız yetkililerin geciktiğini öne sürdü. Gazeteciler, Fransa'da ilk vakaların tespit edilmesinden itibaren sıkı kısıtlamalar getirmesinin gerektiğini vurguladı. Bazı gazeteciler ülkede bir karantina durumu gerektiğini ve bu durumda yetkililerin daha kararlı ve hızlı bir şekilde davranabildiğini vurguladı. Fas medyasında en çok tekrarlanan haberler halka Fas'ın yetkililerinin Covid-19 kapsamında yaptığı çabalara güvenmeye teşvik ediyor. Özellikle bu konuda Fas'ın medyası birçok insanın verimsiz olduğunu düşündüğü sosyal sektörde çalışan yetkililerin değerlerini anlamasını sağladı. Halk bazı sektörler hakkında daha önce hiç bilgi edinmeye önem vermiyordu bu noktada medya uyandırıcı ve halkın kafasına tetkikte bulunması için müdahale etti.

Sonuç olarak, her ülkenin Covid-19 krizinde yaşadığı zorlukları farklı özelliktedir çünkü her ülkenin sağlık sektörü farklı , sağlık altyapısı farklı, salgınlarla yaşadığı tecrübe farklı, uzmanların çalışma şekli ve şartları farklıdır. Ayrıca toplumlar halklar kültürler de farklı bunun için coronavirus krizinde yayınlanan medyatik içeriklerde bu farkları net bir şekilde görüyoruz çünkü her ülkenin toplumu ve medyatik ürünlerin (programlar ve haberler …) tüketim şekilleri de farklıdır. Böyle durumlarda her ülkenin medyasının kriz sırasında yaptığı haberciliğin ne kadar başarılı bir şekilde katkı sağladığını ölçmek ülkenin özelliklerine bakarak yapılmaktadır. Bazı ülkelerin ulaştığı sonuçlar diğer ülkeler için normal olabilir ancak o ülkenin yaşadığı durumuna bakarak varılan sonuçlar anlaşılır. Covid-19 krizindeki habercilik oldukça zor bir görevdi. Sıcak kanlı bir toplumun halkta sosyal bağlantıları çok güçlüdür aile ve arkadaşlarla buluşmak aşırı gerekli bir aktivite ve rutin içinde bir aktivitedir. Covid-19'un ardından sosyal mesafe ve sokağa çıkmaya ilişkin kısıtlamalarla böyle yeni alışkanlıkları anlatmak bile zor olabilir.

Özetle insanoğlunun yaşaması için arasında iletişim samimiyet, sevgi ve işbirliği gibi ilişkiler hatta çatışma ilişkileri de gerekmektedir. Sosyal sermaye diğer maddi sermayelerin asla dönüş noktası olduğu için Covid-19 gibi sağlık krizlerden korunması gerekmektedir. Hem Fas hem Fransız medyası bunu evde kalarak gerekli sağlık önlemlerini uygulayarak olabileceğini bütün fırsatlarda vurguladı. Yoğun bakım ünitelerinde sağlık çalışanları hastaları kurtarmaya çalışırken ve salgına karşı savaş verirken gazeteciler dışarda gerçeklere ulaşmak için mücadele veriyordu. Covid-19 kapsamında alınan tedbirleri uygulamak iletişim kurmakla başlamaktadır. Ve bu iletişimde en önemli unsurlardan biri halka 7 gün 24 saat haber sağlayan medya kuruluşlarıdır.

Kaynakça:

- Adubato, S. 2008. What were they thinking? : crisis communication- the good. the bad. and totally clueless. RUTGERS UNIVERSITY PRESS S.42
- Akdağ, M. 2005 halkla ilişkiler ve kriz yönetimi. http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/629 Erişim tarihi : 01.06.2021
- Albarado, S. 2018. Citizen journalism. Encyclopedia Britannica https://www.britannica.com/topic/citizen-journalism Erişim tarihi : 16.06.2021
- B. Bathelot. 2019. Communication de crise. Marketing.com.Erişim tarihi : 08.05.2021 https://www.definitions-marketing.com/definition/communication-de-crise/ Erişim tarihi : 08.05.2021
- Belair-Gagnon, V. 2015. Social Media at BBC News The Re-Making of Crisis Reporting. Routledge S.73-118-119
- Bharat Biotech. COVAXIN® - India's First Indigenous COVID-19 Vaccine https://www.bharatbiotech.com/covaxin.html Erişim tarihi : 01.06.2021
- Bogart, B. John. late 1800s. New York Sun
- Boin,A. Sanneke,K & Overdijk,W .2013. leadership in times of crisis: a framework for assessment.S 80-84https://www.researchgate.net/publication/256293558_Leadership_in_Times_of_Crisis_A_Framework_for_Assessment Erişim tarihi : 01.06.2021
- Britannica Online Encycloperiyası “Encyclopaedia Britannica”. Encyclopaedia’da aramada kullanılan anahtar kelimesi : MOROCCO. https://www.britannica.com/place/Morocco/Local-government Erişim tarihi 20.05.2021
- Britannica Online Encycloperiyası. France Government and society. https://www.britannica.com/place/France/Government-and-society Erişim tarihi 20.05.2021
- BusinessDictionary online versiyonu. Aramada kullanılan anahtar kelimeleri : health care. http://www.businessdictionary.com/definition/health-care.html.Erişim tarihi : 08.05.2021

- Carey, W James. 1989. Communication as Culture First edition published. Routledge New York and London . S 46-50

- Catalán-Matamoros, D. Peñafiel-Saiz, C. 2019. Specialty matters. Analysis of health journalists' coverage about vaccines. El profesional de la información.S.1-3 http://anisalud.com/images/Investigaci%C3%B3n_Especializaci%C3%B3n_Periodismo_Sanitario.pdf Erişim tarihi : 11.06.2021
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC) and National Center for Immunization and Respiratory Diseases (NCIRD) .2021. About Variants of the Virus that Causes COVID-19 https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/transmission/variant.html

- Chevalier, J.2020.COVID-19: QUAND A-T-IL COMMENCÉ À CIRCULER EN FRANCE? https://www.bfmtv.com/ Erişim tarihi : 01.04.2021 https://www.bfmtv.com/sante/covid-19-comment-le-virus-a-circule-en-france_AN-202004240232.html Erişim tarihi 20.06.2021

- Collings, A . 2010. Capturing the News Three Decades of Reporting Crisis and Conflict.The Curators of the University of Missouri

- Cottle, S. 2009. GLOBAL CRISIS REPORTING Journalism in the Global Age. Open University Press S.9.20

- Covidinfos.net. 2020. Une étude récente : « Le traitement médiatique de l'épidémie produit beaucoup d'angoisse en 2020. Covid infos : https://www.kantarmedia.com/global/our-solutions/audience-measurement ve https://covidinfos.net/confinement/selon-une-etude-recente-le-traitement-mediatique-de-lepidemie-produit-beaucoup-dangoisse/451/ Erişim tarihi : 10.06.2021

- Curtin,B, 2014. Semiotics and Visual Representation. International Program in Design and Architecture, S.54 https://www.arch.chula.ac.th/journal/files/article/lJjpgMx2iiSun103202.pdf yada http://repository.umsu.ac.id/bitstream/123456789/1237/1/Visual%20Semiotic%20Communication%20Analysis%20on%20the%20Channel%20of%20TEDx%20Talks%20Presentation.pdf Erişim tarihi : 15.11.2021

- De Tarlé, A. 2020, Les médias face à la crise du coronavirus. Slate.fr . Erişim tarihi : 10.06.2020 http://www.slate.fr/story/189216/medias-presse-crise-coronavirus

- David Hodges,B. Kuper,A. Reeves,S. 2008,QUALITATIVE RESEARCH Discourse analysis,British Medical Journal (The BMJ) www.bmj.com

- https://colectivosilesia.net/wp-content/uploads/sites/12/2016/09/Discourse-analysis.pdf Erişim tarihi : 09.11.2021
- Devran, Y. 2010. Haber, Söylem, İdeoloji. Başlık Yayın Grubu PDF Linki: https://www.researchgate.net/publication/311576214_Haber_Soylem_Ideoloji Erişim tarihi : 09.05.2021
- Encyclopedia Britannica. 2013. Coronavirus virus. last update Aug 27. 2020. https://www.britannica.com/science/SARS-coronavirus Erişim tarihi 23.05.2021
- Encyclopedia Britannica. Sep 25. 2003. SARS pathology updated on Mar 04. 2020 https://www.britannica.com/science/SARS Erişim tarihi 23.05.2021
- Encyclopedia Britannica.2010 Coronavirus virus grouphttps://www.britannica.com/science/coronavirus-virus-group Erişim tarihi 23.05.2021
- European Council. 2020. The impact of the sanitary crisis on freedom of expression and media freedom. Information Documents SG/Inf(2020)19 https://rm.coe.int/16809ef1c7 Erişim tarihi : 11.06.2021
- FAS Resmi Gazete. 09.07.2020 - Erişim tarihi : 18.06.2020 http://www.sgg.gov.ma/Portals/1/BO/2020/BO_6889-bis_Ar.pdf?ver=2020-06-09-221314-387
- FAS Resmi Gazete. 09.09.2020 - Erişim tarihi : 18.06.2020 http://www.sgg.gov.ma/Portals/1/BO/2020/BO_6889-bis_Ar.pdf?ver=2020-06-09-221314-38
- Fearn-Banks, K .2007. Crisis Communications A Casebook Approach Third Edition . LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS
- France24. 2020. Coronavirus Chinois : trois cas en France confirmés par le ministère de la Santé. https://www.france24.com/fr/20200124-coronavirus-chinois-deux-cas-en-france-confirm%C3%A9s-par-le-minist%C3%A8re-de-la-sant%C3%A9 Erişim tarihi : 10.06.2021
- Fuller, J. 2010. What Is Happening to News: The Information Explosion and the Crisis in Journalism . The University of Chicago
- Gaventa,J. 2003. Foucault: power is everywhere. www.powercube.net/
- https://www.powercube.net/other-forms-of-power/foucault-power-is-everywhere/ Erişim tarihi : 15.11.2021
- Güneş, A. 2019. Yazılı Basında Haber Söylemi: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçim Haberlerinin Çözümlenmesi. İstanbul Arel Üniversitesi İletişim

Çalışmaları Dergisi https://dergipark.org.tr/tr/pub/isauicder/issue/42935/519419 Erişim tarihi : 09.11.2021

- Glenza, J . Wed 24 Feb 2021 16.39 GMT. The Guardian. Coronavirus Vaccines and immunisation news. Johnson & Johnson's one-shot Covid vaccine effective.FDA review says https://www.theguardian.com/us-news/2021/feb/24/johnson-and-johnson-covid-vaccine-fda-emergency-use Erişim tarihi 24.06.2021

- Hayes, A. 2019 . Crisis Management. investopedia.com.https://www.investopedia.com/terms/c/crisis-management.asp Erişim tarihi : 02.05.2021

- Heath, L. Ohair, D. 2009. HANDBOOK OF RISK AND CRISIS COMMUNICATION. Routledge. S.5

- Hermida, A. 2014. Herkese Söyle: Sosyal Medyada Neden Paylaşımda Bulunuruz. Kafka yayınevi .Bölüm 6 kriz zamanında medya: Gezegenin Sinir Sistemi.

- Hüseyin, C .Başhelvacı,V 2011. Risk Değerlendirme Tablosu Yöntemi İle Risk Analizi: Bir Uygulama. International Journal of Engineering Research and Development. S 25-30 https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/353329 vehttp://risktr.com/dokumanlar/Risk%20De%C4%9Ferlendirme%20Tablosu%20Y%C3%B6ntemi%20%C4%B0le%20Risk%20Analizi.pdf Erişim tarihi : 01.02.2021

- Institute for PR.2007. crisis management and communications.Erişim tarihi : 15.06.2021 https://instituteforpr.org/crisis-management-and-communications/

- Institute for Public Relations. 2014. Crisis management and communications by Institute for PR . https://instituteforpr.org/crisis-management-communications/. Erişim tarihi : 02.05.2020

- Institute for Public Relations.2007. Crisis management and communications https://instituteforpr.org/crisis-management-and-communications/ Erişim tarihi 23.05.2021

- Jackson, R. 2021.New Coronavirus variants are emerging across the globe: Everything we know. CNET. com https://www.cnet.com/how-to/new-coronavirus-variants-are-emerging-across-the-globe-everything-we-know/ Erişim tarihi 20.06.2021

- Jacky isabello . Pierre Alibert. Communication de crise : Entre anticipation & Gestion. Erişim tarihi : 02.01.2021 www.coriolink.comhttps://www.coriolink.com/expertise/crise-anticipation-gestion/

- James, E Grunig . 1978. Defining Publics in Public Relations. Journalism & Mass Communication Quarterly. S109 PDF linki : https://www.researchgate.net/publication/234573083_Defining_Publics_in_Public_Relations_The_Case_of_a_Suburban_Hospital Erişim Tarihi : 25.05.2020

- Kalogiannidis, S. 2017. The role of the media in disaster and crisis management . Ebox.nbu.bg. Erişim tarihi : 11.06.2021 http://ebox.nbu.bg/mascom17/view_lesson.php?id=19

- Karaduman,S. 2017,Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Eleştirel Haber Araştırmalarına Katkısı ve Sunduğu Perspektif,Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S, 34-36 https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/386936 Erişim tarihi : 09.11.2021

- Keshvari, M. Yamani, N. Peyman A. Shahnazi, H. 2017. Health Journalism: Health Reporting Status and Challenges. Iranian Journal of Nursing and Midwifery Research | Published by Wolters Kluwer - Medknow. S14 https://www.ijnmrjournal.net/article.asp?issn=17359066;year=2018;volume=23;issue=1;spage=14;epage=17;aulast=Keshvari Erişim tarihi : 01.07.2021

- Larousse Dictionary : aramada kullanılan anahtar kelimeler : média, médias tarifi linki : larousse.https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A9dia/50085 Erişim tarihi : 01.07.2021

- Lauren, M. Sauer, M.S.2021.What Is Coronavirus?.Johns Hopkins Medical University.https://www.hopkinsmedicine.org/health/conditions-and-diseases/coronavirus Erişim tarihi 23.06.2021

- Le Gouvernement Français, Les actions du Gouvernement Français.Gouvernement de la République française. Point desituation https://www.gouvernement.fr/info-coronavirus/les-actions-du-gouvernement Erişim tarihi : 01.07.2021

- Le Gouvernement Français. COVID-19 Les actions du Gouvernement point de situation! 2019-2021 https://www.gouvernement.fr https://www.gouvernement.fr/info-coronavirus/les-actions-du-gouvernement

https://solidarites-sante.gouv.fr/systeme-de-sante-et-medico-social/securite-sanitaire/article/la-gestion-des-alertes-et-des-crises-sanitaires

- le gouvernement francais. General information. Erişim tarihi 25.05.2020 https://www.gouvernement.fr/charte/charte-graphique-les-fondamentaux/les-symboles-de-la-republique-francaise

- Le Ministre de l'Information et de la Communication au Maroc. 2020. General presentation and information. https://www.cg.gov.ma/fr Erişim tarihi : 01.07.2021

- Lippmann, W. 1922. Public Opinion. Free Press S.15

- Lull, J. 2007. Culture-on-Demand Communication in a Crisis World. blackwell publishing. S.12-22

- Maksimainen, H. 2017. Improving the Quality of Health Journalism: When Reliability meets Engagement. Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford and The Helsingin Sanomat Foundation. S.9-11 https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Maksimainen%2C%20Improving%20the%20Quality%20of%20Health%20Journalism_0.pdf Erişim tarihi : 11.06.2021

- MAP Express.2020. What is the difference between quarantine and a state of health emergency in Morocco? Erişim tarihi : 10.06.2021 http://www.mapexpress.ma/ar/actualite/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AC%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%8A-%D9%88%D8%AD%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B7%D9%88%D8%A7/%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9-%D9%88%D8%AC%D9%87%D8%A7%D8%AA/

- McNally, K .2017. How does the French political system work? Erişim tarihi 20.05.2021 https://www.completefrance.com/living-in-france/education/how-does-the-french-political-system-work-1-4888257

- Ministère de la santé du Maroc. 02 mars 2020. Communiqués de presse https://www.sante.gov.ma/ https://www.sante.gov.ma/Pages/communiqu%C3%A9s.aspx?communiqueID=355 Erişim tarihi : 01.07.2021

- Ministère de la Santé Royaume du Maroc. 2019.Rapport n°10 : Mises à jour du nouveau Coronavirus : le Maroc annonce l'enregistrement du premier cas du coronavirus 2019. Le portail officiel du Corona virus au Maroc. http://www.covidmaroc.ma/Pages/CommuniquesAR.aspx

http://www.covidmaroc.ma/Documents/COM/%D8%A8%D9%84%D8%A7%D8%BA%20%D8%B5%D8%AD%D9%81%D9%8A%2010.pdf

- Mediatexthack, Media Studies 101, 2013, Semiotics | Signs and Signifiers

https://opentextbc.ca/mediastudies101/chapter/signs-and-signifiers/ Erişim tarihi : 15.11.2021

- Nafeesa, N. Hearachchi, D. 2020. The Impact and Challenges of Medical Journalism: A Review. University of Colombo. S.38-40. https://ucr.cmb.ac.lk/wp-content/uploads/UCR-Medical-Journalism.pdf Erişim tarihi : 11.06.2021

- Nan, D. Hunter. 2018. The Law of Emergencies Second Edition). https://www.sciencedirect.com/topics/computer-science/public-health-emergency Erişim tarihi : 10.06.2020

- National Institute of Allergy and Infectious Diseases(NIAID).2020.COVID-19 an emerging. rapidly evolving situation.COVID-19. MERS & SARS https://www.niaid.nih.gov/diseases-conditions/coronaviruses Erişim tarihi 20.06.2021

- Nicolas, L. 2010. Polémique et rhétorique de l'Antiquité à nos jours. Institut des Hautes Études des Communications Sociales Brussels, Belgium https://www.researchgate.net/publication/306913919_Polemique_et_rhetorique_de_l'Antiquite_a_nos_jours Erişim Tarihi : 21.09.2021

- Oxford Pocket Dictionary. 1992. aramada kullanılan anahtar kelimeleri : kriz , kriz yönetimi: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/ Erişim tarihi 20.05.2021

- Pekosz, A. 2021. COVID-19 expert insights.what you need to know about covid-19 Variants. Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health. https://www.jhsph.edu/covid-19/articles/what-you-need-to-know-about-covid19-variants.html Erişim tarihi 25.06.2021

- Pinsdorf, M. 1987. Communicating when Your Company is Under Siege: Surviving Public Crisis.Lexington Books

- Prasad Rao,G. 2009 . Anxiety Disorders in Late-life : A Clinical Overview. Indian Journal of Private Psychiatry . Indian Association of Private Psychiatry . S 5-7 https://www.researchgate.net/publication/201860255_Anxiety_Disorders_in_Late-life_A_Clinical_Overview Erişim tarihi : 01.07.2021

- Pritchard, S.2003.Considering the editorial line . The Guardian.com. https://www.theguardian.com/world/2003/feb/09/iraq Erişim tarihi : 10.06.2020

- Pinkus,J. 1996. Foucault. Massey University of New Zealand,www.massey.ac.nz/ https://www.massey.ac.nz/~alock/theory/foucault.htm#:~:text=Discourse%2C%20as%20defined%20by%20Foucault,of%20thinking%20and%20producing%20meaning Erişim tarihi : 15.11.2021

- Pitsoe,V. Letseka,M. 2013. Foucault's Discourse and Power: Implications for Instructionist Classroom Management,Open Journal of Philosophy (http://www.scirp.org/journal/ojpp) yada https://www.researchgate.net/publication/263466082_Foucault's_Discourse_and_Power_Implications_for_Instructionist_Classroom_Management Erişim tarihi : 15.11.2021

- Reuters. 21. December. 2020. 09:40 PM UPDATED 6 MONTHS AGO. Morocco imposes a curfew at night to combat the Coronavirus https://www.reuters.com/article/morocco-coronavirus-ea3-idARAKBN28V2I9

- Sally, J, R. 1961. Strategic communication in crisis management : lessons from the airline industry. QUORUM BOOKS Westport. Connecticut London. S.105-108 - S.144.S.246- S.191.S.241 - S.16-21. S.52

- Santa Olalla Peralta, P. 2008. Health crisis management : Preparedness and response Spain Coordinating Centre for Health Alerts and Emergencies (CCAES).Directorate General of Public Health Ministry of Health and Consumers' Affairs http://www.episouth.org/outputs/wp5/s_t_module/Curso/Day2/Health%20crisis%20management.pdf Erişim tarihi : 11.06.2021

- Shaju, P. Muneer,A. 2014. news reporting and editing Complementary Course of BA English Malayalam. University of calicut school of distance education Kerala. Hindistan. S- 10-11 http://www.universityofcalicut.info/SDE/sde%20NEWS%20%20REPORTING%202014%281%29.pdf Erişim tarihi : 11.06.2021

- Strasser, S. 2010. Registering Reporters: How Licensing of Journalists Threatens Independent News Media. Report to the Center for International Media Assistance.National Endowment for Democracy.Center for International Media Assistance The link : https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/02/CIMA-Licensing_of_Journalists.pdf

- Sturges, L. 1994.Communicating through Crisis: A Strategy for Organizational Survival.The SAGE Social Science Collections. S. 297

- Stanford Encyclopedia of Philosophy.2018. Michel Foucault,plato.stanford.edu/ https://plato.stanford.edu/entries/foucault/ Erişim tarihi : 15.11.2021

- Tanikawa. M. 2017. What Is News? What Is the Newspaper? The Physical. Functional. and Stylistic Transformation of Print Newspapers. 1988 - 2013. International University. Japan S.3522 https://www.researchgate.net/publication/327176409_What_is_news_What_is_the_newspaper_The_physical_functional_and_stylistic_transformation_of_print_newspapers_1988-2013_International_Journal_of_Communication11_3519-3540 Erişim tarihi : 11.06.2021

- Timothy,W. Coombs and Sherry J. Holladay. 2010. The Handbook of Crisis Communication . Blackwell Publishing. S.18

- Türk Dil Kurumu Sözlükleri : https://sozluk.gov.tr/

- Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı. 2020. Kriz iletişim yönetimi rehberi. Ankara. https://www.icisleri.gov.tr/kurumlar/icisleri.gov.tr/IcSite/icguvenlik/2019/02/kriz-iletis%C3%8C%C2%A7imi_2020-.pdf Erişim tarihi 10.05.2020

- Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı.2020. Covid-19 bilgilendirme sayfasi.covid-19 Nedir ? https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html Erişim tarihi 10.05.2020

- Tuğrul,Ş. 2018. Terör Olaylarının Haber Söylemi Bağlamında Televizyon. Haberlerinde Sunumu Örnek Olay: İstanbul Havalimanı Saldırısının. Nitel Analizi. Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. http://acikerisimarsiv.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/14279/503680.pdf?sequence=1&isAllowed=y Erişim tarihi : 09.05.2021

- The Editors of Encyclopaedia Britannica,1998, Semiotics study of signs, içeriğe son güncelleme Brian Duignan tarafından May 21, 2020 tarihinde yapıldı. https://www.britannica.com/science/semiotics Erişim tarihi : 15.11.2021

- UNESCO, United Nations Educational. Scientific and Cultural Organization. 2020. Media in Crisis and Disaster Situations. https://en.unesco.org/news/moments-crisis-people-need-culture ve: https://en.unesco.org/themes/media-crisis-and-disaster-situations Erişim tarihi : 11.06.2021

- US department of health and human services. 2019. Psychology of a Crisis. CERC . Eişim tarihi 12.05.2020 https://emergency.cdc.gov/cerc/ppt/CERC_Psychology_of_a_Crisis.pdf

- Utma, S. 2020.Makale Türü: Araştırma Medyada 'Sağlıklı' Sağlık Haberciliği: Koronavirüs (Covid-19) Salgını Özelinde bir Değerlendirme. S Bedergi. 4(6). S.113. http://dx.doi.org/10.29228/sbe.43311 ve: https://sbedergi.com/files/59949a8c-67cb-4fa1-8647-dbb96c8bd80d.pdf Erişim tarihi : 11.06.2021

- WHO Director-General. 2020. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020 https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020 Erişim tarihi 23.06.2021

- World Health Organization. 2020. All information on the COVID-19 outbreak . link: https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 Erişim tarihi 26.05.2020

- World Health Organization. 2020. Coronavirus disease (COVID-19): How is it transmitted?https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19-how-is-it-transmitted Erişim tarihi 20.06.2021

- World Health Organization. 2020. Coronavirus disease 2019 (COVID-19) Situation Report - 94 Data as received by WHO from national authorities by 10:00 CEST. 23 April 2020. S:2https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200423-sitrep-94-covid-19.pdf?sfvrsn=b8304bf0_4 Erişim tarihi 12.07.2020

- World Health Organization. 2020. COVID-19 Public Health Emergency of International Concern (PHEIC) Global research and innovation forum https://www.who.int/publications/m/item/covid-19-public-health-emergency-of-international-concern-(pheic)-global-research-and-innovation-forum Erişim tarihi 12.07.2020

- World Health Organization. 2020.Coronavirus disease (COVID-19) all Coronavirus disease 2019 Q&As https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19 Erişim tarihi : 11.06.2021

- World Health Organization. 2020.Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)https://www.who.int/health-topics/severe-acute-respiratory-syndrome#tab=tab_1

- Yvette, T. BBC.2021. Covid: What do we know about China's coronavirus vaccines? Coronavirus pandemic British Broadcasting Corporation (BBC) https://www.bbc.com /https://www.bbc.com/news/world-asia-china-55212787

İncelenen haberler:

Fas haberleri - Görüntülü haber :

- 2M, 17.04. 2020, Haberin linki : https://www.youtube.com/watch?v=dQifOl_jReY
- Erişim tarihi : 08.05.2020
- Medi1TV, 17.04.2020, Haberin linki: https://www.youtube.com/watch?v=pijXxW8_1p0 Erişim tarihi : 08.05.2020
- Al Aoula TV, 17.04.2020, Haberin linki: https://www.youtube.com/watch?v=eRcU2sj54pk Erişim tarihi : 08.05.2020
- Al Aoula TV ,21.03.2020, Haberin linki: https://www.youtube.com/watch?v=JXZBPGlVtbA Erişim tarihi : 08.05.2020
- Medi1TV 19.03.2020, Haberin linki: https://www.youtube.com/watch?v=qBlHYzPbAk8 Erişim tarihi : 08.05.2020
- 2MTV 20.03.2020, Haberin linki: https://www.youtube.com/watch?v=QtS_ibig4oI Erişim tarihi : 08.05.2020
- Medi1TV, 09.06. 2020, Haberin linki : https://www.youtube.com/watch?v=7vpDv5rU-Ng Erişim tarihi : 08.04.2021
- Al Aoula TV, 11.06. 2020, Haberin linki : https://www.youtube.com/watch?v=snaKeQnE6H4 Erişim tarihi : 08.04.2021
- Medi1TV, 10.06. 2020, Haberin linki : https://www.youtube.com/watch?v=OaIXzHvq55o Erişim tarihi : 08.04.2021
- 2MTV, 11.06. 2020,Haberin linki : https://www.youtube.com/watch?v=MQA-AFz9JaU Erişim tarihi : 10.04.2021
- Medi1TV, 10.06. 2020, Haberin linki : https://www.youtube.com/watch?v=p3tAx5H3Oj4 Erişim tarihi : 10.04.2021
- Al Aoula TV, 11.06. 2020,Haberin linki : https://www.youtube.com/watch?v=m2-JB7EvV2E Erişim tarihi : 10.04.2021

Yazılı haberler:

- Orient.ma.20.03.2020. Bütün yazılı haberlerin arşıvi : https://orient.ma/%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D8%B9%D9%86%D8%A7%D9%88%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%B9%D8%A9-20-%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%B3/ Erişim tarihi : 08.05.2020

- Hespress.com, 17.04.2020, Haberin linki: https://www.hespress.com/medias/468034.html Erişim tarihi : 06.05.2020

- Al3omk.com 17.04.2020, Haberin linki: https://al3omk.com/524546.html Erişim tarihi : 06.05.2020

- www.mapexpress.ma, 17.04.2020, Haberin linki: http://www.mapexpress.ma/ar/actualite/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AF%D9%88%D8%A8%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%AE%D8%B7%D9%8A%D8%B7-%D8%A5%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%B2-%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D9%88/%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9-%D9%88%D8%AC%D9%87%D8%A7%D8%AA/ Erişim tarihi : 06.05.2020

- MAP Express, 09.06.2020 Haberin linki: http://www.mapexpress.ma/ar/actualite/%D9%85%D8%AC%D9%84%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%83%D9%88%D9%85%D8%A9-%D9%8A%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D9%82-%D8%AA%D9%85%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D9%85%D8%AF%D8%A9-%D8%B3%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D9%86-%D8%AD%D8%A7%D9%84/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%86%D8%B4%D8%B7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%83%D9%88%D9%85%D9%8A%D8%A9/ Erişim tarihi : 08.04.2021

- PJD Maroc, 09.06. 2020,Haberin linki: https://www.pjd.ma/node/70171 Erişim tarihi : 08.04.2021

- Alyaoum24, 09.06. 2020, Haberin linki: https://alyaoum24.com/1425515.html Erişim tarihi : 08.04.2021

- Al3omk, 10.06. 2020, Haberin linki: https://al3omk.com/548706.html Erişim tarihi : 08.04.2021

- Telemaroc, 09.06. 2020 ,Haberin linki: https://www.telemaroc.tv/info/20263 Erişim tarihi : 08.04.2021

- Hespress.com, 09.06. 2020 Haberin linki: https://www.hespress.com/%d8%a7%d9%84%d8%b3%d9%84%d8%b7%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%ba%d8%b1%d8%a8%d9%8a%d8%a9-%d8%aa%d9%83%d8%b4%d9%81-%d9%85%d8%ae%d8%b7%d8%b7-%d8%a7%d9%84%d8%aa%d8%ae%d9%81%d9%8a%d9%81-%d9%85%d9%86-567408.html Erişim tarihi : 08.04.2021

Fransa haberleri - Görüntülü haber :

- France24, 17.03.2020, Haberin linki: https://www.youtube.com/watch?v=jcqv6hDdOXg Erişim tarihi : 15.05.2020

- TV 5 monde, 17.03.2020, Haberin linki: https://www.youtube.com/watch?v=Gse5vkdvBxw Erişim tarihi : 15.05.2020

- TF1,17.03.2020, Haberin linki: https://fr-fr.facebook.com/TF1leJT/videos/la-france-face-au-Coronavirus-la-vie-en-confinement/205014887426023/ Erişim tarihi : 15.05.2020

- TF1,31.03.2020, Haberin linki: https://www.facebook.com/TF1leJT/videos/Coronavirus-le-t%C3%A9moignage-dun-malade-sous-chloroquine/214717149801248/ Erişim tarihi : 15.05.2020

- france24 , 31.03.2020 Haberin linki: https://www.france24.com/fr/%C3%A9co-tech/20200331-Coronavirus-%C3%A0-quand-la-fin Erişim tarihi : 15.05.2020

- Tv5 monde , 31.03.2020, Haberin linki: https://information.tv5monde.com/video/Coronavirus-quand-le-confinement-se-vit-en-musique-et-au-balcon Erişim tarihi : 15.05.2020

- France 24, 07.05.2020, Haberin linki : https://www.france24.com/fr/20200507-en-direct-%C3%A9douard-philippe-annonce-les-modalit%C3%A9s-du-d%C3%A9confinement Erişim tarihi : 08.05.2021

- France 3 Occitanie, 07.05.2020 Haberin linki : https://www.youtube.com/watch?v=iIdwzCjHtek Erişim tarihi : 08.05.2021

- Franceinfo, 31.05.2020, Haberin linki : https://www.dailymotion.com/video/x7tdnt1?syndication=132125 Erişim tarihi : 08.05.2021

- Franceinfo, 15. 06. 2020 Haberin linki : https://www.francetvinfo.fr/sante/maladie/Coronavirus/deconfinement-ce-qui-change-lundi-15-juin_4008871.html Erişim tarihi : 09.05.2021

- TV5MONDE, 14. 06. 2020 Haberin linki : https://information.tv5monde.com/video/Coronavirus-en-france-deconfinement-relance-economique-revoir-l-allocution-d-emmanuel-macron Erişim tarihi : 09.05.2021

- FRANCE 24, 15. 06. 2020, Haberin linki : https://www.youtube.com/watch?v=V7SQUGDhVj8 Erişim tarihi : 09.05.2021

Yazılı haberler :

- la-croix.com .17.03.2020, Haberin linki: https://www.la-croix.com/France/Securite/Confinement-difficultes-controle-forces-lordre-2020-03-17-1201084612 Erişim tarihi : 15.05.2020

- lemonde.fr .17.03.2020, Haberin linki: https://www.lemonde.fr/politique/article/2020/03/17/nous-sommes-en-guerre-face-au-Coronavirus-emmanuel-macron-sonne-la-mobilisation-generale_6033338_823448.html Erişim tarihi : 10.05.2020

- Latribune. 17.03.2020, Haberin linki: https://www.latribune.fr/economie/france/Coronavirus-restrictions-sanctions-les-mesures-de-confinement-expliquees-point-par-point-842354.html Erişim tarihi : 15.05.2020

- france3. 31.03.2020, Haberin linki: https://france3-regions.francetvinfo.fr/nouvelle-aquitaine/gironde/Coronavirus-appel-aux-volontaires-hopitaux-cliniques-ehpad-1809138.html

- lemonde.fr, .31.03.2020, Haberin linki: https://www.lemonde.fr/planete/article/2020/03/31/Coronavirus-la-france-passe-la-barre-des-3-000-morts-en-hopitaux_6034975_3244.html

- lepoint.fr, 31.03.2020, Haberin linki: https://www.lepoint.fr/societe/Coronavirus-macron-dans-une-usine-de-masques-dont-la-france-manque-cruellement-31-03-2020-2369477_23.php

- La Vie publique, 07.05.2020, Haberin linki : https://www.vie-publique.fr/en-bref/274278-la-levee-progressive-du-confinement-compter-du-11-mai-est-confirmee Erişim tarihi : 08.05.2021

- France3, 28.04.2020 Haberin linki : https://france3-regions.francetvinfo.fr/bourgogne-franche-comte/Coronavirus-covid-19-deconfinement-carte-progressif-ce-qui-sera-autorise-non-apres-11-mai-1821980.html Erişim tarihi : 08.05.2021

- L'Indépendant, 07.05.2020 Haberin linki : https://www.lindependant.fr/2020/05/07/suivez-la-presentation-des-mesures-de-deconfinement-par-edouard-philippe-des-16-heures,8877618.php Erişim tarihi : 08.05.2021

- Actu Paris, 14.06.2020 Haberin linki : Erişim tarihi : https://actu.fr/ile-de-france/paris_75056/deconfinement-a-paris-ce-que-ca-change-de-passer-de-l-orange-au-vert_34280315.html 09.05.2021

- Midi Libre, 15.06.2020 Haberin linki : https://www.midilibre.fr/2020/06/14/suivez-lallocution-demmanuel-macron-en-direct-des-20-heures,8931998.php Erişim tarihi : 09.05.2021

- LePoint.fr, 14.06.2020 Haberin linki : https://www.lepoint.fr/societe/en-direct-suivez-l-allocution-d-emmanuel-macron-sur-le-deconfinement-14-06-2020-2379813_23.php Erişim tarihi : 09.05.202