

Ana Akım Televizyon Kanalları Üzerine Bir İnceleme: Covid-19'un Sunumunda Başat Haber Çerçevesi

Çeliker Saraç, Duygu

¹ *Süleyman Demirel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo-Televizyon Sinema Bölümü, (Türkiye)*
e-mail:duygusarac@sdu.edu.tr

Öz

Bu çalışma, ana akım televizyon kanalları örneğinden hareketle, Covid-19'un sunumunda kullanılan başat haber çerçeveleri ve bu haber çerçevelerinin neye hizmet ettiği üzerinedir. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen incelemenin sonuçlarına göre, ana akım televizyon kanallarında yer alan salgın haberlerinin ana aktörü, toplumun seçkin bir azınlığından ziyade sıradan insandır. Televizyon haberlerinde sıradan insan, Covid-19 günlerinde yaşadığı acı, sevinç ve dram eşliğinde ekrana taşınmış ve “kural tanımaz” ilan edilerek salgın sürecinin temel sorumlusu olarak işaret edilmiştir. Haberlerde, sıradan insanın salgın deneyimlerinin eğlence ve dram eşliğinde sunulmasıyla, televizyon kanalları arzu ettikleri kazancı elde ederken, bu haberler aynı zamanda ideolojik bir işlevi de yerine getirmiştir. Ana akım televizyon kanallarının haber bültenlerinde, Covid-19 ve ona dair sorumluluk bireyselleştirilmiş, salgının var olan sisteme eklenerek sınıfsal eşitsizlikleri derinleştiren toplumsal yüzü görünmez kılınmıştır.

Anahtar kelimeler: Covid-19, televizyon haberleri, insan ilgisi, sorumluluk yükleme

An Examination on Mainstream Television Channels: Leading News Frames in Presentation of Covid-19

Abstract

Based on the example of mainstream television channels, this study is about the dominant news frames used in the presentation of Covid-19 and what these news frames serve. According to the results of the examination conducted within the scope of the study, the main actor of pandemic news on mainstream television channels is ordinary people rather than an elite minority of the society. In the television news, the ordinary person has been brought to the screen with the pain, joy and drama he experienced in the days of Covid-19 and has been declared “violator” of the rules and held responsible for the pandemic process. While television channels achieved their desired gain by presenting the pandemic experiences of ordinary people in the news in company with entertainment and drama, these news also fulfilled an ideological function. In the news bulletins of mainstream television channels, Covid-19 and its responsibility are individualized, by associating the pandemic with the existing system the social aspect of the pandemic that deepens class inequalities has been hidden.

Keywords: Covid-19, television news, human interest, attribution of responsibility

Giriş

Küresel salgın durumlarının kontrolünde ve koordinasyonunda kilit aktörlerden olan Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), 2020 yılı Mart ayında, Covid-19'un Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkarak, dünya ülkelerine yayılmaya başladığını duyurur. Yaşamlara adeta bir günde giren salgın, tek tek bireylerin sağlığını ilgilendirmekten çok daha öteye giderek toplumsal görünümünü ortaya koyar. Salgının ortaya çıkardığı sonuçlar, kapitalizmin krizinden, Covid-19'un krizine dönüşürken, bu krizi aşmada, seçkin bir azınlık tarafından üretilerek medya dolayısıyla yaygınlaşan mit, Covid-19'un makam, mevki, zengin ve fakir tanımadığı olur. Herkesin aynı gemide olduğu miti vasıtasıyla eşitsizlikler kamufle edilirken, salgına dair gerçek, onun var olan toplumsal durumdan bağımsız olarak düşünülemeyeceğidir. Covid-19, on yıllardır, toplumsal varlığın her alanına sirayet etmiş olan neoliberal ekonomi politikalarıyla biçimlenmiş –sosyal devletin sınırlarının olabildiğince geri çekildiği, sermayenin sınırsız tahakkümü ve kâr güdüsüne dayanan, gelir eşitsizliği, sosyal güvenlik ve güvenceden yoksunlaşma, keskin sınıf ayrılıkları ile nitelenen- bir dünyaya eklenmiştir. Salgın, görünümünü böyle bir toplumsal yaşamda ortaya koyarak, herkese eşit bir biçimde davranmamıştır.

Hem dünyanın hem de Türkiye'nin yaygın kurumları ve medyasında, Covid-19, sayılarla fakat bağlamından kopuk bir biçimde çerçeveselense de, kimi istatistiki analizler ve çalışmalar, kapitalizmin temelde sınıf görünümüleri ve ihtiva ettiği nesiller ile toplumsal cinsiyet örüntüleri üzerinden salgının dillendirilmeyen taraflarını ortaya koymuştur. Salgın döneminde, “evde kal” söylemleri işe gitmek zorunda olan insanları kapsamamış, emek sömürsü devam etmiştir. OXFAM'ın yayınladığı “Eşitsizlik Virüsü” raporuna göre (2021, s.10) salgın zamanlarında, dünyanın sayılı isimleri, hükümetlerden aldıkları desteklerle zenginliğine zenginlik; milyarlarca insan ise yoksulluğuna yoksulluk katmıştır. Covid-19 sürecinde, sınıf ayrılıkları pek çok çocuğun uzaktan eğitime erişimini engellemiştir. Sınıflar ve yoksullukla bağlantılı bir biçimde, salgın, hem dünyada hem de Türkiye'de uzun bir süredir yükselişte olduğu gözlemlenen yaş ayrımcılığını derinleştirmiş, devletler tarafından riskli gruplardan biri olarak tanımlanan yaşlılar, tehlike altında olan insanlardan, “tehlikeli” insanlara dönüşmüştür (Arun, 2021, s.1). Kadınlar, evlerde, ev ve iş yükü altında salgın sürecini iki kat daha fazla zahmetle geçirmişlerdir.

Peki, insanlar yaşadığımız dünyanın katı gerçeklerini daha da görünür kılan Covid-19'u, ana akım medyada yayınlanan haber bültenleri aracılığıyla nasıl izlemektedirler? DSÖ'nün salgın alarmı sonrasında, Covid 19'a dair bilginin insanlara sunulmasında önemli aktörlerden birini de medya kuruluşları oluşturmuş, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de medya, Covid-19'a yoğun bir ilgi göstermiştir. Salgın, uzunca bir süredir yazılı, görsel-ışitsel ve dijital medya ortamlarındaki haberlerde sıklıkla yer alan konulardan birini oluşturmaktadır. Bu haberlerin nicel görünümünden daha önemli olan ise medya kuruluşlarının habere konu olan Covid-19'u nasıl sunduğudur? Bu çalışma, ana akım televizyon kanallarının haber bültenleri üzerine gerçekleştirilen bir incelemeyle, salgın haberlerinin neleri içerip neleri dışarıda bıraktığı, Covid-19'un sunumunda hangi yorumlayıcı paketlerin başat olarak kullanıldığı ve bu haber çerçevelerinin ne anlama geldiği sorularını yanıtlamaktadır.

1. Covid-19 Günlerinde Televizyon Haberleri

Covid-19, uzunca bir süredir televizyon içeriklerinin ana konularından birini oluşturmaktadır. Bu nedenle, salgın döneminin televizyonculuğu, “Covid-19 televizyonculuğu” olarak da nitelenebilir. Ancak, bu cümlelerin ardından, televizyonun salgına dair içerikleriyle, tek başına, çevresini biçimlendiren özerk bir yapı olmadığı da eklenmelidir. Tarihin farklı dönemlerine damgasını vurmuş olan tüm iletişim araçları ya da teknolojilere benzer şekilde, televizyon, yer aldığı toplumsal yapıların bütünlüğü içinde ele alınması gereken bir toplumsal ilişkidir. O, yaşamlarımızı kolaylaştıran herhangi bir teknolojik aletten; bilgi verme ve eğlendirme işlevlerinden çok daha öteye gider. Televizyon, pek çok program türüyle yaptığı gibi gerçekliğe en yakın olduğu düşünülen haberler aracılığıyla da Covid-19'a dair öyküler anlatmakta, egemen toplumsal yapının ve iktidar ilişkilerin üretimi ve yeniden üretimine katkı sağlamaktadır.

“Güvenilir” ve “objektif habercilik ilkelerine bağlı olduklarını sıkça tekrarlayan TV kanallarının, haber bültenleri için kullandıkları “doğru ve tarafsız gündemi takip eden herkes bizi izliyor” şeklinde bilinen sloganları vardır. Covid-19 günlerinde, incelenen televizyon kanallarından Star TV'nin “gerçekleri izlediniz” e yapmış olduğu özel bir vurgunun olduğunu da belirtmek gerekir (Star TV, 7 Nisan 2020 Anahaber Bülteni). Salgın zamanının televizyonu, “siz yeter ki evde kalın biz size haber veririz” demektir. Kanalın, Covid-19 sürecine özel olarak hazırlamış olduğu ve haber bültenlerinin öncesinde yayınladığı video, habercilerin ve kamera arkasında çalışan medya işçilerinin koşturma görüntülerini izleyiciye göstermektedir. Bu videoda, özellikle, kameramanların, televizyon haberlerinin vazgeçilmez bir parçası olan kameralarıyla habere giderken ya da çekim yaparken görünmeleri, aslında belirli bir noktadan ve taraflararak kaydedilecek olan görüntünün bir bütün olarak

gerçekmiş gibi algılanmasına neden olmaktadır (Ergül, 2005, s.98) Oysa ki bu atmosfer, Postman'ın (2001, s.62) "Haberler" başlıklı makalesindeki sözlerini hatırlatmakta, sahneye konacak olan tiyatro oyununun başlamasından önceki ana benzemektedir:

Tiyatroda perdenin açılmasından önceki atmosfere benzer bir gerilim vardır. Bu müzikle, makinaların "statako" vuruşuyla ve etrafta koşuşturarak haberleri yazan, telefonları cevaplayan habercilerin varlığıyla sağlanmaktadır...Çalışanlar kamera önünde meşgul görünerek haberlerin acil olduğunu ve sürekli revizyondan geçirilmelerini gerektirecek kadar hızlı değişikliklerini izleyiciye aktarmaktadırlar.

Televizyon kanalları, salgın sürecinde, "gerçekleri izlediniz" sloganını tekrarlarsa da, "haber nesnesinin (olayın) gerçeği" ile "haber metninin gerçeğinin" birbiri ile bütünüyle uyuşmayacağı/örtüşmeyeceği" (Dursun, 2005, s.76) düşüncesinden hareketle, Covid-19'a dair haberler ile gerçeklik arasında kapanmayacak bir mesafenin olduğu belirtilmelidir. Modern gazetecilik çalışmalarının öncü figürü, Walter Lippmann'ın Kamuoyu (1922) başlıklı eserini takip eden ve on yıllardır gerçekleştirilen incelemelerde tespit edilen, haber üretim sürecinin nihai belirleyenleri, Covid-19'a ilişkin haberleri biçimlendirmiştir. Ancak, bu birikimin belli bir kanadının ortaya koyduğu gibi, gazetecilerin bireysel düşüncelerinin haberi belirlediğini söylemek ya da sadece kurumsal ve ideolojik etkilerin etrafında dolanmak yetersiz bir açıklama olarak kalacaktır. Televizyon haberlerini anlamaya yönelik bir inceleme, evvela, medya kuruluşlarının kontrolü ve denetimi sorununu ele almalıdır. Bu noktada, karşımıza araçsal ve yapısalcı yaklaşımlar çıkarlar.

Araçsal yaklaşım, analizinin merkezine eylemi/iktidarı koyarak, medya kuruluşlarını kimin kontrol ettiği sorusuna yanıt arar. Spesifik ve genel düzeyde çalışan araçsal yaklaşım, ilk düzeyde, bireysel kapitalistlerin kendi çıkarları doğrultusunda medyayı kontrol ettiklerine vurgu yapar. Araçsal yaklaşım, ikinci düzeyde ise daha geniş kapsamlı olarak medyayı, kapitalist sınıfın çıkarlarını destekleyen bir araç olarak niteler (Murdock, 2006 s.72). Bu yaklaşım, sahipliği, medya içeriğinin belirlenmesinde temel etmen olarak sunarken aynı zamanda medyanın mülkiyet biçimi ile medya aracılığıyla sunulan fikirler arasında bir nedensellik bağı olduğunu vurgular.

Araçsal yaklaşımın önemli temsilcilerinden olan Herman ve Chomsky'nin "Rızanın İmalatı" (2012) eserlerinde ortaya koydukları propaganda modelinden hareketle, televizyon kuruluşlarının kâr yönelimlerinin, belli holdinglerin denetimi ve mülkiyetinde olmalarının, ticari kaygılarından dolayı reklamverenlerin dikkatini çekecek içeriklere yönelmelerinin, ekonomik ve siyasal çıkarlar nedeniyle güçlü haber kaynaklarına olan bağımlılıklarının, hükümet ile yakın ilişkilerinin ve egemenlerin sınıfsal çıkarlarını zedeleyecek görüşlere yer vermemelerinin Covid-19'a dair haberin içeriğini belirleyen bir dizi süzgeç olduğu söylenir. Ancak medya içeriklerine yönelik bir incelemenin analizinin odağı, sahiplikten de öteye giderek yapı/belirlenim olmalıdır (Murdock, 2006, s.)

Yapısalcı yaklaşımdan hareketle, -televizyonun sahibinin kim olduğuna bakılmaksızın- kapitalist ekonominin temel dinamiği televizyon kuruluşlarının hem işleyişini hem de ürünlerini biçimlendirmekte; bu ortam, kâr elde edebilmek için belirli zorunluluklara uymayı gerektirmektedir. Reklamverenlerle tam ve bağımlı bir ekonomik ilişki içinde olan ve kâr elde etmek için geniş kitleleri avlayarak ekran başına çekmek zorunda olan *televizyon kuruluşları*¹, hem tüketemeyen hem de sistem tarafından dışlanan insanları görmezlikten gelmekte ve bu insanlara dair ekonomik ve siyasal sorunlardan ziyade eğlence ve tüketimi odağına almaktadır (Yaylagül, s. 2008, s. 16).

Öztlüce, Covid-19'un televizyon haberlerinde sunumuyla yaratılan ve dolaşıma giren anlamlar, bireysel, kurumsal ve ideolojik etkilerin ötesinde, sınıfsal çelişkilerin egemen olduğu ekonomik/politik bir ortamda üretilmektedir. Böyle bir toplumsal çevre içinde meta olarak üretilen televizyon haberleri, metanın ikili niteliği bakımından insanların çeşitli gereksinimlerini gidermekte ve değişim değeri için üretilmektedir. Liberal dünya görüşünce savlandığı gibi televizyon kanalları, Covid-19 haberleriyle, toplumdaki farklı kesimlerin görüş ve düşüncelerini ekrana taşımamakta, -salgınla birlikte iyiden iyiye görünürlük kazanan toplumsal çelişkilerin üzerini itinayla örterek- egemen toplumsal yapıyı ve iktidar ilişkilerini meşrulaştırma, pekiştirme ve yeniden üretme fonksiyonunu gerçekleştirmektedir.

Televizyon haberlerinin özü bakımından, ticari bir etkinlik olduğu düşüncesi, onun biçimlenmesinde siyasal güç odaklarının rolünü bir kenara bırakmamaktadır. Televizyon, genelde içerikleri özelde haberleri aracılığıyla, ilişki içinde olduğu ekonomik güç sahipleri ile seçmenlerinin rızasını üretmede politikacıların söylemlerinin meşrulaştırıcısı ve yaygınlaştırıcısı olmayı sürdürmektedir. Ancak televizyon ve ürünleri, herhangi bir partiyi veya siyasal gücü desteklemenin ötesinde, tüm siyasal ve ekonomik yapının meşruiyetine uzanacak şekilde daha geniş kapsamlı düşünülmelidir (İnal, 2005, s.71).

¹ Vurgu yazara aittir.

Son olarak değinilmesi gereken, televizyon haberlerinin yöneldiği izlerkitledir. Televizyon kanallarının tek ürünü, içerikleri veya haberleri değildir. Salgın sürecinde, televizyon kanallarının ikinci ürünü olarak nitelendirilebilecek izleyici de, ekonomi politik yaklaşımın önemli temsilcilerinden olan Dallas Smythe'nin (1977) miras bıraktığı, izleyici emtiası kavramından hareketle açıklanabilir. Smythe, bu kavramla, kitle iletişiminin emtiası olarak kolayca imlenecek medya içerikleri yerine asıl emtianın izleyiciler olduğunu söylemektedir. Bu doğrultuda haber, eğlence, müzik, spor, film, tartışma gibi her türlü medya içeriğini izleyicinin reklamı yapılan ürünlere dikkatini çekmek için tasarlanmış/planlanmış bedava öğle yemeği (rüşvet, hediye) ya da bir yem olarak niteler. Smythe'ye göre, medya içerikleri ile izleyicinin ilgisi çekilerek sürekli kılınmaya çalışılır. Sonuçta ise izlenme oranına bakılarak -oltaya gelen- izleyiciler, emtia olarak reklamverenlere satılır. Covid-19 sürecinde de izleyici, reklamverenlere satılarak çeşitli ürün ve hizmetlerin “evden” tüketimi için pazar olma işlevini yerine getirmişlerdir.

2. Ana Akım Televizyon Kanallarına Yönelik Bir İnceleme

Bu inceleme, Kanal D, Show TV ve Star TV'nin ana haber bültenlerinde, 2020 yılı, Nisan ayının ilk haftasında yayınlanan, Covid-19 haberlerinin nicel ve nitel analizine yöneliktir. Araştırmanın ilk aşamasında, salgının televizyon haberlerinde yer alma sıklığına, haberlerin yerine ve çerçevesine ilişkin olarak bir saymaca gerçekleştirilmiştir. Analizin ikinci aşamasında ise nicel analiz ile Covid-19 haberlerinin başat çerçevesi olarak tespit edilen, “*insan ilgisi*” ve “*sorumluluk yüklenme*” çerçevelerine yönelik haberler, nitel analize tabi tutulmuştur. Covid-19 haberlerinin başat çerçevelerini belirlerken, Türkiye'den verilen Covid-19 haberleri incelenmiş, “Sağlık Bakanlığının açıklamaları” ile “dünyadan haberler” birden fazla haber çerçevesine dahil edilebilecek olmaları nedeniyle, araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

2.1. Nicel Bulgular: Covid-19 Haberlerinin Sayılarla Betimlenmesi

İncelemenin gerçekleştirildiği zaman aralığında, Kanal D, Star TV ve Show TV kanallarının ana haber bültenlerinde 424 haber yayınlanmış ve bu haberlerin 384'ünün konusunu Covid-19 oluşturmuştur. Bu sayısal görünüm, televizyon kanallarının, haber bültenlerinde, Covid-19'a göstermiş olduğu yoğun ilgiyi ifade etmesi bakımından son derece önemlidir. Buna, ana akım TV kanallarının, hem haber bültenlerini doldurmak hem de Covid-19 günlerinin gerilimi içinde izleyiciyi asıl gündemden uzaklaştırmak amacıyla, az da olsa, salgın dışında haberlere yer verdiği bulgusu eklenmelidir. Covid-19 haberlerinin yerine bakıldığında ise bu haberlerin, 338'inin Türkiye'den, 46'sının dünyadan haberlere ayrıldığı görülmektedir.

Tablo 1: Anaakım Televizyon Kanallarında Yayınlanan Tüm Haberlerin ve Covid-19 Haberlerinin Sayısı ve Yeri

Kanal Adı	Kanal D	Star TV	Show TV	Toplam
Haber Sayısı	113	179	132	424
Covid-19 Haberleri	108	153	123	384
Türkiye	93	142	103	338
Dünya	15	11	20	46

Araştırma kapsamında, Covid-19'a yönelik haberlerin çerçeveleri belirlenirken, ilgili literatürde yer alan iki yaklaşımdan faydalanılmıştır. Bunlardan biri, tümevarım diğeri ise tümünden gelim yaklaşımlarıdır. Bu yaklaşımlara göre, araştırmacılar ya içeriğe özgü yeni haber çerçeveleri oluştururlar ya da önceki incelemelere tespit edilen haber çerçevelerini incelemelerine uyarlarlar (Vreese, 2005, s. 53). “Yazılı basında haber çerçeveleme incelemeleri” olarak başlıklandırılabilir kimi incelemeler, sağlık haberlerinde kullanılan haber çerçevelerini belirlemeye yönelmişlerdir (Beaudoin, 2007; Luther ve Zhou 2005;). Anılan çalışmalar ile Ogdobo vd. nin, Covid-19'a dair haberlere yönelik olarak gerçekleştirdikleri incelemenin sonuçları –ortaklaştıkları sonuçlar bakımından- sağlık haberlerinde sıklıkla kullanılan çerçevelerin, *ekonomik sonuçlar*, *sorumluluk yüklenme*, *insan ilgisi* ve *çatışma* olduğuna işaret etmiştir. Bu çalışmada ise Türkiye'ye yönelik 338 Covid-19 haberinde, 10 haber çerçevesine başvurulduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Türkiye’ye Yönelik Covid 19 Haberlerinin Çerçevesi

Sıra	Haberin Çerçevesi	Sıklık
1	İnsan İlgisi	102
2	Sorumluluk Yükleme	75
3	Bilgi Verme	36
4	Yasak	27
5	Politika Çatışması	24
6	Sayılarla Belirtme	21
7	Yardım	16
8	Birlik-Berberlik	13
9	Ekonomik Sonuçlar	14
10	Bilimsel Gelişme	10
Toplam		338

Anaakım televizyon kanallarının, Covid-19’u haberleştirmede başvurduğu ilk 5 çerçeve, “*insan ilgisi*”, “*sorumluluk yükleme*”, “*bilgi verme*”, “*yasak*” ve “*politika çatışması*” olmuştur. İncelenen kanallar, diğer çalışmaların sonuçlarıyla örtüşecek şekilde, Covid-19’u sunarken *insan ilgisi*, *sorumluluk yükleme* ve *çatışma*² çerçevelerine başvurmuşlardır. Literatürde yer alan diğer çalışmalarla karşılaştırıldığında, ana akım televizyon kanallarında, Covid-19’un, az sayıda haberde ekonomik sonuçlarıyla ele alındığı görülmektedir. Bu incelemenin sonucunda, diğer haber çerçevelerine (ve ekonomiye ve politikaya) üstün gelen iki haber çerçevesi karşımıza çıkmaktadır: “*insan ilgisi*” ve “*sorumluluk yükleme*”. İncelenen 338 Covid-19 haberinin, 102’si insan öykülerine ayrılmış ve bu haberlerin 75’inde sıradan insanlar, açık bir biçimde, salgın sürecinin sorumlusu olarak tanımlanmıştır. *İnsan ilgisi* çerçevesi, ünlülerin Covid-19 öykülerini de kapsamakla birlikte, bu çerçeveden kurulan 11 haberde ana aktör, ünlü bir isim olmuştur. Ana akım televizyon kanalları, Covid-19 sürecinde, sıradan insanın salgına dair deneyimlerini izlerkitleye paketleyerek sunmuş ve bu meta ekonomik işlevinin yanında ideolojik bir işlevi de yerine getirmiştir.

2.2. Sıradan İnsan: Covid-19’un “Eğlenceli”-“Dramatik Yüzü” ve Salgın Sürecinin Sorumlusu

Covid-19’un *politika çatışması* çerçevesinden ele alındığı haberlerin temel konusunu, salgının ilk aylarında adeta siyasal bir yarışa dönüşen, “bağış” meselesi oluşturmuştur. Bu haberler, Cumhurbaşkanı ve İçişleri Bakanının açıklamalarına dayanarak çerçevelenirken, egemen iktidarın dışında kalan “onlar”, “devlet içinde devlet kurma” nitelemesiyle habere taşınmıştır. Anaakım televizyon kanalları, tüm siyasal partilerin ya da toplumsal kurumların arasından muhalif görüş olarak sadece Cumhuriyet Halk Partisi’ni kabul etmiş ve daha da önemlisi, CHP’li aktörlerin görüşlerine kısa süreler ayırarak yer vermiştir. Covid-19’a yönelik haber içeriklerinde, diğer siyasal partilerin, toplumun anaakımının ya da meşru tartışma alanının dışında yer alan insanların ve kurumların (Shoemaker ve Reese, 2002, s. 137) -örneğin sivil toplum kuruluşları ve sendikalar- görüşleri, salgın haberlerinin içeriğinden bütünüyle dışlanmışlardır.

Ana akım medyanın haberlerinde, dışlanan konulardan bir diğeri de Covid-19’un ekonomik sonuçları olmuştur. Bir olayı, problemi ya da konuyu bir bireyde, grupta, kurumda, bölgede ya da ülkede yaratacağı *ekonomik sonuçlar* açısından ele alan (Semetko ve Valkenburg, 2000, s. 95-96) bu çerçeve, ana akım televizyon kanallarının bir haftalık gündeminde neredeyse yer bulmamıştır. Ancak, Covid-19’a yönelik haber çerçevelerinin işaret ettiği asıl anlam, genel bir habercilik stratejisi olarak salgına dair bilginin parçalanarak sunulmasıdır. Covid-19’un politikanın, ekonominin, bilimsel gelişmenin ve insanların gündelik yaşamının konusu olarak ayrı ayrı ele alınmasıyla, bu alanlar arasındaki neden-sonuç ilişkileri de ortadan kaldırılmıştır. Çiler Dursun’un (2005, s.83) deyişiyle, “olayları bağlamından kopararak, birbirinden bağlantısız olgular kümesi haline getirerek yapılan habercilik, özellikle de televizyon haberciliği, kamusal enformasyonun/bilginin anlamlı bir bütün olarak kavranmasını zorlaştırmaktadır”. Covid-19’a yönelik haberlerin sayılarla betimlenmesinin gösterdiği gibi hem politika çatışmasına hem de ekonomik sonuçlara üstün gelen haber çerçeveleri *insan ilgisi* ve *sorumluluk yükleme* olurken, yani haberlerin merkezine sıradan insan yerleşirken, bu çerçeveler, aslında ekonomik ve politik bir işlevi yerine getirmişlerdir.

²*Çatışma çerçevesi* haber konusuna ilişkin olarak bireyler, kurumlar ya da ülkeler arasındaki çatışmayı içermektedir. Bu çalışmada, çatışma yerine politika çatışması kullanılmıştır.

Günümüzde, medya içeriklerinin temel malzemesini sıradan insan oluşturmaktadır. Çoğunlukla, reality TV programlarının ana aktörü olarak bilinen sıradan insan, uzunca bir süredir, televizyon haberlerinin de odağında yer almaktadır. Ancak TV kanallarının, sıradan insanı haberin merkezine taşıyor olması, halkın gündelik yaşamdaki sorunlarına çözümler getiren kamusal gazetecilikle karıştırılmamalıdır. Bu anlayış, gündelik yaşama tanıklık etmenin uzmanlığın yerine geçmesi anlamına gelmekte; gazetecilerin bireysel olarak etik ihlalden ziyade, temel güdüsü kâr elde etmek olan televizyonun ekonomik ve politik bir toplumsal çevrede üretimde bulunuyor olmasından kaynaklanmaktadır (Gencel Bek, 2004, 32-33).

Ana akım televizyon kanallarının, Covid-19 sunumunda, başat haber çerçevelerinden biri olan *insan ilgisi* aracılığıyla, haberler ve haberlerden geçerek salgın bireyselleştirilmekte, dramatize edilmekte ve eğlenceli hale getirilmektedir. Kitlesele olarak üretilen kültürel ürünlerle aynı varlık alanında buluşan televizyon haberleri, bir tüketim malzemesidir; dram ve eğlence gibi magazinel öğeler bu malzemenin üretim maliyetini en aza indirmektedir (Ergül, 2005, s.119). Radford'un ifadesiyle, bir konunun sunumunda *eğlenceye*³ ve ağlayan bir kişinin tanıklığına başvurmak gerçekleri aramaktan çok daha kolaydır (Radford, 2004, s. 189).

Covid-19'a dair haber örneklerinde de görüldüğü gibi (bknz. Ek-1) , ana akım televizyon kanalları aracılığıyla, izleyici, salgının toplumsal görünümünden ziyade, dünyayı Covid-19'dan koruyan Superman'ı, sağlıkçıların penguen danslarını, Siirtli bir fırıncının madeni paraların üzerine sıcak su ilave ederek virüsü yok etmesini, karantina günlerinde evlerinin balkonlarından birbiri ile iletişim kuran ve şarkılar söyleyen insanları ya da yakınlarını kaybedenlerin yaşadıkları dramı izlemektedir. Benzer bir deyişle, egemen medyanın ana haber bültenlerinde, Covid-19, şimdiye damgasını vuran bir toplumsal gerçeklik olarak dramatik ve eğlenceli görüntüler eşliğinde ekranlara taşınmış, salgına dair asıl bilgi ve enformasyonun yerini alan Covid-19 günlerinin eğlenceli ve duygu yüklü ortamı olmuştur.

Anaakım televizyon kanallarında, salgın haberlerinin ikinci başat çerçevesi ise *sorumluluk yükleme* olmuştur. Semetko ve Valkenburg'a göre (2000, s.95-96), bu çerçeve, herhangi bir olayın nedenini, ya da o olayı çözenin sorumluluğunu bir ülkeye, bir gruba ya da bireye yüklemek anlamına gelmektedir. "Covid-19 Haberlerinin Sayılarla Betimlenmesi" başlığı altında anılan çerçeveleme incelemelerinin sonuçlarının işaret ettiği gibi, Türkiye örneğinde de, medya kuruluşları, 2009 yılında gündemine taşıdığı domuz gribi salgınının çerçevelenmesinde sıklıkla *sorumluluk yükleme* çerçevesine başvurmuştur. DSÖ, bu salgının ilk olarak Meksika'da ortaya çıktığını ve buradan dünyaya yayıldığını duyurarak domuz gripinin sorumluluğunu Meksika'ya yüklemiştir.

DSÖ'nün ilanının ardından, Türkiye yazılı basınında da, domuz gripinin kaynağı olarak Meksika işaret edilmiştir. Bu haberlerde, salgının sorumlusu olarak tanımlanan sadece Meksika olmamış, hastalığın Türkiye'de görülmesinin nedeni olarak "başka" milliyetlerden kişiler gösterilmiştir. 11 Haziran 2009 tarihinde Hürriyet gazetesinde yayınlanan, "Sağlık Bakanlığı: Yerli Domuz Gribi Vakası Yok" başlıklı haberde, Türkiye'de yerli bir domuz gribi hastasının olmadığı, tespit edilen 13 hastanın hepsinin de yurtdışından Türkiye'ye geldiği ifade edilirken hastalığın "biz" den kaynaklanmadığı vurgulanmıştır (Çeliker Saraç, 2009, s.175)

Ana akım televizyon kanallarında yer alan haberlerin satır aralarında, Covid-19'un Çin'in Wuhan kentinden dünyaya yayıldığına yönelik vurgular yer alsa da, *sorumluluk yükleme* çerçevesi içine dahil edilen haberlerde, salgın sürecinin tüm sorumluluğunun, Türkiye sınırları içinde yaşayan sıradan vatandaşa yüklendiği görülmektedir. Covid-19 haberlerinde, toplumun egemen politik aktörleri, salgına dair gerekli tüm önlem ve tedbirleri alarak sorumluluğunu yerine getirmiş olarak sunulurken; sıradan insan, alınan tedbirlere ve "evde kal" çağrılarına rağmen, "kural tanımayan" ve herkes evdeyken dışarıda olan "onlar" olarak resmedilmiştir. *İnsan ilgisi* çerçevesinden kurulan haberlerde, eğlence ve dramdan geçerek salgın bireyselleştirilirken, bu çerçeveye giren haberlerde, açık bir biçimde salgın sürecinin ya da onun kontrol altına alınmasının sorumluluğu bireyselleştirilmiştir.

Sorumluluk yükleme çerçevesinden kurulan televizyon haberlerinin iki aktörünü, polis ve sıradan insan oluşturmaktadır. Bu haberlerde, polis denetimlerine eşlik eden bir diğer kişi ise muhabirlerdir. Liberal dünya görüşüne denk düşen temel savlardan biri de, basının "4. güç" olduğudur. Bu görüşe göre, basın, kamu adına devleti ve organlarını ya da daha geniş kapsamda toplumsal kurumları denetlemektedir. Haber medyasının içinde biçimlendiği güç odakları düşünüldüğünde, bu bir mit olmaktan öteye gidememektedir. Fakat mikrofonunu egemen toplumsal aktörlere – bunun da ötesinde sisteme- yöneltemeyen "4. güç", "maskeler nerede?", "neden kaçıyorsunuz?", "mesafeye neden dikkat etmiyorsunuz" gibi sorularla sıradan insanı rahatlıkla denetlemektedir.

Covid-19 haberlerinde, polise eşlik eden medya, sıradan insanın gündelik yaşam alanları olan sokakları,

3 Vurgu yazara aittir.

pazar yerlerini denetlerken, iş yerine girmemiştir. Bu haberlerde, “evde kal” söylemini kapsamayan ve çalışmak zorunda olan işçiler çoğunlukla, salgın sürecindeki fedakarlıklarıyla romantikleştirilerek anılırken, işçilerin Covid-19 sürecinde yaşadıkları katı gerçekler görünmez kılınmıştır. Elbette bu, medyanın bugüne özgü bir eğilimi değildir. Çalışma ve kitle iletişim araçları yan yana getirildiğinde, emek, her daim medyanın uzağında bir yerlerde olmuştur. Bu noktada, John Bellamy Foster’ın, -Harry Braverman’ın “Emek ve Tekelci Sermaye” (2008) eseri için yazdığı önsözdeki- şu sözleri akla gelmektedir:

Çalışma, günümüz toplumunda bir muammadır. Toplumsal varlığın başka hiçbir alanı, hâkim ideoloji tarafından böylesine sisler içine gömülmüş, böylesine şevkle gözlerden gizlenmiş değildir (“iş dışında girmek yasaktır”). Sözüm ona popüler kültürün, TV’nin ve filmlerin, metaların ve reklamcılığın dünyasında, çalışmayla ilgili köklü gerçekler yalnızca ender olarak ayrıntısıyla sergilenir ve çoğunlukla da romantikleştirilerek resmedilirken, sahnenin tam ortasını işgal eden, tüketimdir. Makine tarafından düzenlenen sıkıcı rutinlere dur durak bilmeden uyum göstererek, her zaman etkinlik ve kâr adına, yaratıcı potansiyellerinden kopartılarak yaşamlarını kazanmak zorunda bırakılan insanların yaşadıkları katı tecrübeler, daima ve sonsuza değin kamera merceğinin görebildiğinin ötesindeki bir yerlere, resmin dışına atılmış gibi durur.

Ana akım televizyon kanallarının haberlerinde, işyerinde değil de, sokaklarda temsil edilen ve kınanan sıradan insandır. Polis denetimleri esnasında, Covid-19 kurallarını yıkan elit bir insan ya da bir ünlü haberlerde görülmemektedir. Toplumun seçkin bir azınlığı ya da ünlüler, haberlerde Covid-19’a yakalanmaları, tedavi ve karantina süreçleriyle anılmaktadırlar. Salgın haberlerinde, “kural tanımaz insan” ve polis arasındaki gerilim, tartışmalar ve polislerin çeşitli mekânlara baskınları gösterilirken, sıradan insan ve polis adeta bir köşe kapmaca oynamaktadır. Buna karşın, haber bültenlerinin, bu gerilim dolu anlarla bitirilmediği söylenmelidir. Postman’a göre (2001, s.64), haber bültenlerinin insani duyguları harekete geçiren bir hikayeye sona ermesi, izlerkitleye her şeyin iyi gittiğine ve liderlerin duruma hakim olduğuna dair teminat vermektedir. Ona göre, haber bülteninin önceki kısmı ise bambaşka bir hikaye anlatarak, izleyiciye radikal davalar yerine kontrol edilemez bir dünya sunmaktadır. Televizyon haberlerindeki bu anarşi der Postman, “haber mantığına bütün ideolojilerden daha tehlikeli olan bir tek boyutluluk getiren yayıncılığın ticari yapısının doğrudan sonucudur”

Sonuç

Hakim medyanın sunduğu Covid-19 haberlerinde, salgının toplumsal görünümünün yerini, sıradan insanın yüzü ve salgın deneyimleri almıştır. Bu deneyimler, hastalığı yenmeyi başaranların taburcu görüntüleri, insanların karantina günlerindeki eğlenceli anları, yakınlarını salgın nedeniyle kaybedenlerin yaşadıkları dram eşliğinde ekranlara taşınmıştır. Ana akım televizyon kanalları, haber bültenlerinde, Covid-19’u, insanları eleştirellikten uzaklaştırarak, izlerkitlenin salgınla ortaya çıkan sonuçların nedensellik bağlarına yönelmelerini engelleyen ve egemen toplumsal yapı ile iktidar ilişkilerinin sürmesine hizmet eden bir gösteri eşliğinde ele almaktadır. Tüketimi son derece kolay bir meta formunda üretilen Covid-19 haberleri, üretimleri esnasında öne çıkarılan ve dışarıda bırakılan haber çerçeveleri aracılığıyla bir sonucu hedeflemekte, daha doğru bir deyişle, ideolojik bir işlevi yerine getirmektedir. Bu haberlerin yöneldiği insanlar, Covid-19’u ekrandan gördüğü bir başka insan deneyiminden geçerek, kâh gülerken kâh ağlayarak izlemekte ve salgının sorumluluğunu toplumsal sisteme ve egemen aktörlere değil –yalnızca- evde olmayan diğer insanlara, maske-mesafe ve hijyene yüklemektedirler.

Kaynakça

- [1] Arun, Ö. (2021). Kriz Dönemlerinde Yaşlanmak: Covid-19 Salgınında Türkiye’de Yaşlılar ve Yaş Ayrımcılığı. Yaşlılık Çalışmaları Dergisi (4), s.1-2.
- [2] Beaudoin, C. E. (2007). SARS News Coverage and Its Determinants in China and the US. International Communication Gazette (69), s.509-524.
- [3] Braverman, H. (2008). Emek ve Tekelci Sermaye: Yirminci Yüzyılda Çalışmanın Değersizleştirilmesi. Çiğdem Çıdamlı (Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- [4] Çeliker Saraç, D. (2018). Domuz Gribi Haberlerinde Çerçeveleme: Hürriyet Gazetesi Örneği. Global Media Journal TR Edition 8 (16), s.161-185.
- [5] Dursun, Ç. (2005). Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek. Sevda Alankuş (Der.), *Gazetecilik ve Habercilik* içinde (s.69-90). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

- [6] Ergül, H. (2005). Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- [7] Gencil Bek, M. (2004). Türkiye’de Televizyon Haberciliği ve Tabloidleşme. İletişim: Araştırmaları 2 (1), s.9-38.
- [8] Herman, E. S. ve Chomsky, N. (2012). Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikliği. Ender Abadoğlu (Çev.). İstanbul: BGST Yayınları.
- [9] İnal, A. (2005). Medyanın “Etkisi” Sorunsalına Başka Bir Bakış. Sevdâ Alankuş (Der.), *Medya ve Toplum* içinde (s. 65-80). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- [10] Lippman W. (1922). Public Opinion. New York: Free Press.
- [11] Luther, C. A., Zhou, X. (2005). Within the Boundaries of Politics: News Framing of Sars in China and the United States. Journalism & Mass Communication Quarterly (82), s.857-872.
- [12] Murdock, G. (2006). Büyük Şirketler ve İletişim Endüstrilerinin Kontrolü. Levent Yaylagül (Der.), *Kitle İletişiminin Ekonomi Politikliği* içinde (s.61-126). Ankara: Dalbaz Yayıncılık.
- [13] Ogdobo, J. N. vd. (2020). Communicating Health Crisis: A Content Analysis of Global Media Framing of COVID-19. Health Promotion Perspectives 10 (3), s.257-269.
- [14] OXFAM (2021). Eşitsizlik Virüsü. Erişim Tarihi: 25.03.2021 Oxfam 2021 Eşitsizlik Virüsü Raporu.pdf (kedv.org.tr)
- [15] Postman, N. (2001). Haberler. Bilge Gürsoy (Çev.), Selçuk İletişim Dergisi 2(1), s. 61-64.
- [16] Semetko, H. A., Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. Journal of Communication 52 (2), s. 93-109.
- [17] Shoemaker, P., Reese, S. D. (2002). İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi. Süleyman İrvan (Der.), *Medya Kültür Siyaset* içinde (s. 127-178). Ankara: Alp.
- [18] Smythe, D. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism. Canadian Journal of Political and Social Theory (1) 3, s. 1-27.
- [19] Vreese, H. C. (2005). News Framing: Theory and Typology. Information Design Journal 13 (1), s. 51-62.
- [20] Yaylagül L. (2008). Kapitalizm ve Kitle İletişimi. Levent Yaylagül ve Nilüfer Korkmaz (Der.), *Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji* içinde (s. 7-22). Ankara: Dipnot Yayınları.

Ek 1: Haber Örnekleri

Haber 1: (Kanal D, 2 Nisan 2020 Tarihli Ana Haber Bülteni)

Spiker: Onu hepimiz tanıyoruz. Kripton gezegeninden gelen süper kahraman. Kötülerle savaşan dünyayı tehlikelerden koruyan Superman. Bugün Beşiktaş sokaklarındaydı. Elinde kolonyası yüzünde maskeyle dünyayı bu kez gerçek kötülerden değil, koronavirüsten korudu.

Alt Yazı: Süperman koronaya karşı

Sıradan İnsan 1: Yani superman bile korkuyorsa koronadan bizim daha fazla korkmamız gerekir.

Muhabir: Filmlerinde izledik. Superman her bölümde insanları, dünyayı kurtarıyordu. Superman bu kostümle yine insanları kurtarıyor. Ama bu kez elinde kolonya var.

Muhabir: Fotoğraf niye çektiniz?

Sıradan İnsan 2: Dikkatimi çekti de.

Muhabir: O da dikkat çekmeye çalışıyor zaten. Niye dikkat çekmeye çalıştığını anlatsana bize?

Sıradan İnsan 2: Tabi ki dinlemek isterim.

Superman: Şimdi biliyorsunuz doktorlarımız uyarıyor. Sağlık bakanlığımız uyarıyor.

Superman: Merhaba bu salgınla ilgili önleminizi alıyor musunuz?

Sıradan İnsan 3: Tabi ki. Yolcularımız bindiği zaman maskelerimizi takıyoruz.

Muhabir: Ne diyorsunuz efendim Superman uyarıyor sizi

Sıradan insan 3: Teşekkür ediyoruz.

Muhabir: Ferit Bey, ne güzel bir kıyafet bu. Nereden aklınıza geldi efendim?

Suparman: Superman sevdiğimiz bir kahraman. Çocukluğumuzun kahramanı. Tüm süper kahramanların ilham aldığı kahraman, iyi bir kahraman. Bunları biraraya getirince dedik sokağa çıkalım. İnsanları uyaralım elimizden geldiğince.

Muhabir: Superman sadece kolonya dökmüyor insanların eline aynı zamanda onları uyarıyor. Ne konuda? Sosyal mesafe konusunda. Aradaki mesafe konusunda.

Örnek Haber 2: (Star TV, 5 Nisan 2020 Tarihli Ana Haber Bülteni)

Spiker: Doktorların sosyal medyada ilgi gören dans gösterisi var sırada. Hem moral buldular; hem de hastalarına moral vermek içindi bu gösteri. İzleyelim.

Alt Yazı: Sağlıkçılar hem moral verdi hem de moral buldu

Perforse Ses: Canını dişine takıp gece gündüz demeden çalışan sağlık personeli hem moral bulmak hem de hastalarının yüzünü güldürmek için işte böyle dans etti.

Alt Yazı: Sağlıkçılardan Penguen Dansı

Perforse Ses: Malatya’da özel bir hastanenin yoğun bakım ünitesi çalışanları özel korunaklı kıyafetleriyle penguen dansı yaptı. Görüntüler sosyal medyada büyük ilgi gördü.

Perforse Ses: Adıyaman’dan da yüz güldüren görüntüler geldi. Eğitim araştırma hastanesinde görevli hemşire ve sağlık personeli koronavirüs nedeniyle karantinaya alınan hastalara halay çekerek moral verdi. Odalara tek tek girerek müzikler eşliğinde dans ettiler. Hastalar önce şaşırды sonra onlar da ritme ayak uydurdu.

Alt Yazı: Hastalarına böyle moral verdiler.

Örnek Haber 3: (Show TV, 5 Nisan 2020 Tarihli Ana Haber Bülteni)

Spiker: Koronaya karşı esnaf da kendi tedbirlerini kendince alıyor diyelim. Ordu’da kağıt paraları kaynatan bakkaldan sonra Siirt’te bir fırıncı da madeni paraları fırına verdi.

Alt Yazı: Virüssüz Sıcak Para

Perforse Ses: Bozuk paraları tepsiye dizdi. Üzerine sıcak su ilave etti. Virüsleri yok etmek için de fırına verdi.

Sıradan İnsan: Koronavirüse karşı bütün tedbirlerimizi alıyoruz.

Perforse Ses: Siirtli fırıncı yöntemini de yemek tarifi verir gibi anlattı.

Alt Yazı: Fırıncının Dezenfekte Yöntemi

Sıradan İnsan: Paramızı 290 derecede sıcak suda kaynatıp öyle müşterimize sunuyoruz.

Örnek Haber 4: (Star TV, 3 Nisan 2020 Tarihli Ana Haber Bülteni)

Spiker: Türkiye’de koronavirüsün son kurbanı 2 günlük bir bebek oldu. Annesi koronavirüse yakalandı. Doğuma gün sayarken hayatını kaybetti. Ameliyatla alınan o talihsiz bebek de hayata veda etti. Tüm aile karantinada olduğu için cenazeyi mezarlık görevlileri kaldırdı. Acılı baba karantina yasaklarını ihlal edenlere isyan etti.

Alt Yazı: Koronavirüsün en küçük kurbanı

Sıradan İnsan: Eşim vefat etti. Çocuğum da vefat etti. Ben soğuk yüzünü göremedim.

Perforse Ses: Plastik bir tabure. Üzerinde o tabutta koronavirüsün en küçük kurbanı ve dağ gibi bir acı var. İki günlük bebeğin daha adı bile yoktu. Koronavirüs annesinden sonra onu da hayattan kopardı.

Sıradan İnsan: Sokağa çıkanlara, araçları, hamamları, kahvehanelere döndürenlere sözüm var. Hastanede dört duvar arasında bekleyeceğinize evinizde oturup bekleyin.

Örnek Haber 5: (Star TV, 1 Nisan 2020 Tarihli Ana Haber Bülteni)

Spiker: Ünlü oyuncu Kıvanç Tatlıtuğ’dan hayranlarını endişelendiren bir haber geldi. Kendini iyi hissetmeyen Tatlıtuğ, gittiği hastanede koronavirüs şüphesiyle kontrol altına alındı. Oyuncu sosyal medya hesabından yaptığı açıklamada test sonucunu beklediğini duyurdu.

Alt Yazı: Kıvanç Tatlıtuğ koronavirüs testi yaptırdı

Perforse Ses: İki haftadır sosyal izolasyondaydı. Koronavirüs şüphesiyle hastaneye yatırıldı. Oyuncu Kıvanç Tatlıtuğ yüksek ateş şikayetiyle gittiği hastanede koronavirüs şüphesiyle gözlem altına alındı.

Alt Yazı: Kıvanç Tatlıtuğ hastanede gözlem altında.

Perforse Ses: Ünlü oyuncu eşi Başak Dizer’le birlikte Kemerburgaz’da inzivaya çekilmişti. Çift koronavirüs salgını nedeniyle iki haftadır orman içindeki evlerinde sosyal izolasyon uyguluyordu. Ancak Tatlıtuğ dün yüksek ateş şikayetiyle hastaneye başvurdu. Oyuncunun koronavirüs ihtimaline karşı hastaneye yatışı yapıldı.

Örnek Haber 6: (Kanal D, 1 Nisan 2020 Tarihli Ana Haber Bülteni)

Spiker: Şimdi koronavirüs tehlikesi sürüyor evet ama bazı ilçelerin sokakları hala kalabalık. Koronavirüs tehdidine aldırmayanlar kendilerini dışarı attı bir güzel. Polis uyardı. Esenyurtta işi daha da işi daha da ileri götürüp açılan bir kahveye polis baskın yaptı. Bir arada oyun oynayan 26 kişiye para cezası kesildi.

Alt Yazı: Kahveye koronavirüs baskını

Perforce Ses: Evde kal çağrılarına uymadılar. Kahvehanede okeye dördüncü aradılar. Ama kumar masasında polise yakalandılar. Koronavirüs tedbirleri kapsamında kahvehaneler geçici süreliğine kapatıldı ama bazı vatandaşlar kural tanımamaya devam etti.

Alt Yazı: Herkes evinde onlar dışarıda.

Muhabir: Uzmanların birincil uyarısı sosyal mesafe ve izole olmak. Ancak bu kuralın kimileri için pek bir önemi yok. Burası İstanbul Pendik. Ana cadde üzerinde öğle saatlerinde yoğun bir kalabalık var. Bırakın eldiven ve maske takmayı sosyal mesafeye uyanların sayısı da çok az.

Polis: Kimliğinize bakabilir miyiz?

Sıradan İnsan: Kimlik yanımda değil

Polis: Mümkün olduğu kadar evde kalalım. İşimiz olmadığı sürece dışarıda bulunmayalım.

Perforce Ses: Kimi arkadaşlarıyla birarada gezdi. Kimisi tek başına ana caddede tur attı. Hepsi biraraya gelince de cadde böyle kalabalıklaştı. Polis ekipleri gezintiye çıkanları durdurdu.

Örnek Haber 7: (Show TV, 5 Nisan 2020 Tarihli Anahaber Bülteni)

Spiker: Koronavirüs tedbirleri kapsamında artık pazara markete maskesiz girmek yasak. Peki yasağa uyuluyor mu? Bugün İstanbul'daki pazarlarda maske takmayanların sayısı maalesef çoktu. İşin daha fenası bütün uyarılara rağmen 65 yaş üstü de pazardaydı.

Alt Yazı: Kimi unuttum dedi, kimi cebinde taşıdı

Alt Yazı: Pazara maskesiz girmek yasak ama

Muhabir: Maskeniz nerede?

Sıradan insan 1: Evde

Muhabir: Maskeniz nerede? Niye kaçuyorsunuz?

Sıradan insan 2: Ev çok yakın hemen iki dakika.

Sıradan İnsan 3: Şu an yanımda yok o yüzden takmadım.

Sıradan insan 4: Şuradan bir maydanoz alıp gideceğim.

Muhabir: Koronavirüs salgınıyla mücadele kapsamında atılan adımlardan birisi de pazar yerleri ya da marketler gibi insanların toplu olarak bulunduğu alanlarda maske takmanın zorunlu olduğu. Peki kimler bu kurala uyuyor kimler hala uymuyor? İşte hepsinin cevabı.

Muhabir: Maske takmamışsınız.

Örnek Haber 8: (Star TV, 6 Nisan 2020 Tarihli Ana Haber Bülteni)

Muhabir: Maskeler nerede?

Alt Yazı: Maskeler nerede?

Muhabir: Neden maske yok?

Sıradan İnsan 1: Kulaklarım ağrıdı, nefes alamıyorum abi çıkardım.

Sıradan İnsan 2: Burada maskem, şimdi çıkarttım.

Sıradan İnsan 3: Sosyal mesafeyi koruyoruz. Maskeye gerek yok.

Muhabir: Bakın görüyorsunuz kurallara kimse uymuyor. Satıcılar maskesiz, maskesiz, maskesiz. Üstelik bahaneleri de hazır. Kimi maskeye gerek yok diyor. Kimiyse bunaldığı için çıkardığını söylüyor.